

UNIVERSIDAD NACIONAL
"TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA" DE AMAZONAS



FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL

INFORME DE EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

AUTOR: Bach. IRIS ROSARIO CUEVA JIMÉNEZ

JURADO:

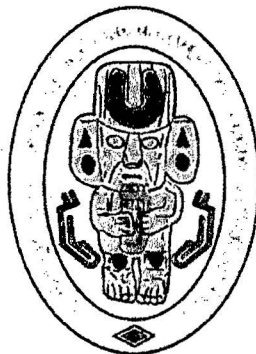
RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ	: PRESIDENTE
BARTON GERVASI SAJAMI LUNA	: SECRETARIO
AGUSTÍN TAMAYO BELTRAN	: VOCAL
CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR	: ACCESITARIA

CHACHAPOYAS, MAYO DEL 2011



10 9 JUL 2012

**UNIVERSIDAD NACIONAL
“TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS”**



**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ORGANIZACIÓN DE UN CITE
ARTESANAL**

**INFORME DE EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

AUTOR: BACH. IRIS ROSARIO CUEVA JIMÉNEZ

JURADO:	RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ	Presidente
	BARTON GERVASI SAJAMI LUNA	Secretario
	AGUSTÍN TAMAYO BELTRAN	Vocal
	CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR	Accesitario

CHACHAPOYAS MAYO DEL 2011



[09 JUL 2012]

DEDICATORIA

A mis padres y hermanas por demostrarme su amor y apoyo durante mi formación profesional.



AGRADECIMIENTO

A Dios por renovar mis fuerzas día a día y por permitirme gozar de su infinito amor que siempre me acompaña.

A todas las personas que supieron mostrar su amistad y cariño a mi persona para seguir adelante.





UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

La Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas fue creada el 18 de setiembre del 2000, con Ley N° 27347, iniciando sus actividades el 25 de mayo del 2001 con Resolución de funcionamiento N° 114-2001-CONAFU. El 8 de diciembre de 2009, el CONAFU otorga mediante resolución N° 627-2009 de fecha 27 de noviembre de 2009 la Autorización Definitiva de Funcionamiento de la Universidad con lo que adquiere su autonomía y pasa a integrarse como miembro de la Asamblea Nacional de Rectores con todas las prerrogativas que le otorga la Ley Universitaria.

Actualmente las Autoridades de la Alta Dirección son:

RECTOR

VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ PH.D., DR.HAB

VICERECTOR ACADÉMICO

DR. MIGUEL ANGEL BARRENA GURBILLON

VICERECTOR ADMINISTRATIVA

DR. MIGUEL ANGEL BARRENA GURBILLON

DECANO DE LA FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ABOG. BARTON GERVASI SAJAMI LUNA





**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

JURADO

PRESIDENTE : LIC. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

Handwritten signature of Ricardo Rafael Alva Cruz, written in black ink above a horizontal line.

SECRETARIO : ABOG. BARTÓN GERVASI SAJAMI LUNA

Handwritten signature of Abog. Bartón Gervasi Sajami Luna, written in black ink above a horizontal line.

VOCAL : LIC. AGUSTIN TAMAYO BELTRAN

Handwritten signature of Lic. Agustín Tamayo Beltrán, written in black ink above a horizontal line.



INDICE

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
RESULTADOS.....	10
CAPITULO I.....	10
ASPECTOS GENERALES.....	10
1.1. OBJETIVOS.....	10
1.2. MATERIALES Y MÉTODOS.....	14
1.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	15
1.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPITULO II.....	16
ANTECEDENTES.....	16
2.1. ANTECEDENTES.....	16
CAPITULO III.....	28
MARCO TEÓRICO.....	28
3.1. CITE (Centro de Innovación Tecnológica):.....	28
3.2. CITEs ESTATALES:.....	28
3.3. CITEs PRIVADAS:.....	28
3.4. CITE ARTESANALES Y TURÍSTICOS:.....	29
3.5. ARTESANO:.....	29
3.6. ARTESANÍA:.....	29
3.7. CLASIFICACIÓN DE ARTESANÍA.....	30
3.8. LÍNEAS ARTESANALES Y CLASIFICADOR NACIONAL DE LÍNEAS ARTESANALES.....	30
3.9. INNOVACIÓN:.....	36
3.10. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA:.....	36
3.11. FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES:.....	37
3.12. PERFIL DEL TURISTA CULTURAL:.....	38
CAPITULO IV.....	40
CREACION DE LOS CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO A NIVEL NACIONAL.....	40
4.1. CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO.....	40
4.2. IMPORTANCIA DE LOS CITEs DE ARTESANÍA Y DE TURISMO.....	40
4.3. LÍNEAS DE ACCIÓN DE LOS CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO.....	42
4.4. CREACIÓN DE CITEs.....	43
4.5. RED DE CITEs DE ARTESANÍA Y TURISMO.....	44
CAPITULO V.....	60
PLANTEAR ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS.....	60
5.1. DIAGNOSTICO.....	60
5.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN DEMANDA.....	61
5.3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN OFERTA.....	78
CAPITULO VI.....	99
PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	99
6.1. CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	99
6.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA CONOCER EL NOMBRE Y LOGO DEL MUSEO ARTESANAL.....	100
6.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS CON RESPECTO AL NOMBRE Y LOGO DEL MUSEO ARTESANAL.....	101
DISCUSIONES.....	106
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFIA.....	109
ANEXOS.....	110





RESUMEN

El presente trabajo es una recopilación de información de páginas de internet y trabajo de campo en general. El tema a desarrollar fue: “Organizar una CITE Artesanal”; la presente investigación está distribuido de la siguiente manera:

- **Capítulo I, Aspectos Generales:** Objetivos en base al diagnóstico actual del CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba - Amazonas, a través del cual se determinará el tipo de Materiales y Métodos de investigación, para así elaborar un cronograma de actividades a desarrollar durante la elaboración del presente trabajo, así mismo se identificará las Limitaciones que la Investigación traiga consigo.
- **Capítulo II, Antecedentes del tema** de investigación para tener una referencia de investigaciones similares a la que se esta desarrollando.
- **Capítulo III, Marco Teórico:** Conceptos sobre Artesanía para conocer y entender más a fondo la importancia que la misma tiene para el desarrollo de un lugar, también conocer que es un CITE y que relación tiene con la artesanía, del mismo modo conocer la Clasificación Artesanal y las diversas Líneas Artesanales.
- **Capítulo IV, Origen, Creación, Importancia y el Desarrollo de los CITEs** a nivel nacional, es necesario conocer sobre los CITEs desarrollados a nivel nacional ya que estos serán base para desarrollar y plantear estrategias y propuestas, para lograr que la CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas sea competitivo.
- **Capítulo V, Resultados:** a través de la realización de encuestas e interpretación de las mismas, con las cuales se realizará un diagnóstico para la determinación del objetivo de la propuesta que se plantea.
- **Capítulo VI, La propuesta: Creación de un Museo Artesanal con Servicios Complementarios,** se determinó en base a los resultados obtenidos de las encuestas.

El resultado de la Investigación nos dio la creación de un Museo Artesanal con Servicios Complementarios, siendo la principal estrategia competitiva para lograr nuestros objetivos.



INTRODUCCIÓN

Desde tiempos milenarios la producción de artesanía fue un medio vital de subsistencia para muchas comunidades. Aunque en muchos países latinoamericanos, la economía ha evolucionado y descansado en otros renglones, en ciertas comunidades primitivas la artesanía continúa siendo medular para el sostenimiento de muchas familias. Tal es el caso de Perú.

Perú alberga una de las más extensas variedades de artesanías del mundo. La extensa producción artesanal ha sido el vehículo con que se ha preservado la identidad cultural peruana. Estas piezas causan la admiración de los turistas por su diversidad, colorido y creatividad, pues dentro de éstas se esconden siglos de historia. Incorporan la fundición de los símbolos prehispánicos nativos y aquellos elementos españoles y católicos traídos por los conquistadores. También encierran otros importantes elementos que se evidencian en la armonía de los diseños geométricos en los tejidos, la minuciosa representación de la vida en el campo y el mestizaje cultural.

La artesanía, además de ser una importante expresión artística y cultural, es un producto esencial para el turismo, es también un elemento singular en los planes de promoción turística y para el establecimiento de estrategias institucionales como los CITEs.

Los CITEs de Artesanía y Turismo son instituciones cuyo principal objetivo es elevar la competitividad de la producción artesanal en los mercados externo, interno y turístico; para ello realizan un trabajo conjunto con los artesanos, las asociaciones que los agrupan y con las empresas del rubro.

De esta forma los CITEs de Artesanía y Turismo actúan como eficaces articuladores de la oferta y la demanda ofreciendo la posibilidad a sus productores de conseguir mejores ingresos que eleven su nivel de bienestar como fruto de su propio trabajo y no del asistencialismo.



RESULTADOS

CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo General

“Plantear estrategias competitivas para el Cite Utcubamba Amazonas”.

1.1.2. Objetivos Específicos

“Diagnostico, Capacitación, Innovación, Diversificación”

A. Diagnosticar la situación actual del CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas.

¹ **CITE Utcubamba Amazonas:** El Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo Utcubamba Amazonas – CITE UTCUBAMBA AMAZONAS, es una iniciativa del



**UTCUBAMBA
AMAZONAS**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, a través de su Viceministerio de Turismo y la Dirección Nacional de Artesanía - DNA, bajo la supervisión directa de la Dirección de CITES – DCITE’s. El CITE UTCUBAMBA-AMAZONAS obtuvo el otorgamiento de sus funciones como CITE por Resolución Viceministerial N° 005 – 2010 – MINCETUR/VMT.

El CITE UTCUBAMBA-AMAZONAS es el noveno que se integra a la Red de CITES de Artesanía y Turismo del MINCETUR y tiene como objetivo principal, el mejoramiento de la capacidad competitiva de los artesanos y prestadores turísticos de la región Amazonas, bajo tendencias innovadoras, en los campos tecnológico, articulación al mercado y comercialización, promoviendo de esta manera el potencial turístico y artesanal de Amazonas.

¹ www.amazonasinnova.pe



Las actividades del Cite Utcubamba – Amazonas, contribuirán al de desarrollo y fortalecimiento de capacidades para el mejoramiento de la calidad de los productos artesanales, al desarrollo de colecciones con diseños innovadores, a la realización de estudios para la articulación al mercado y a la participación en eventos nacionales e internacionales de los beneficiarios

Para el logro de estos objetivos se contara con el acompañamiento directo de especialistas técnicos y profesionales locales y nacionales con amplia experiencia en el sector turístico y artesanal.

Misión: Descubrir, desarrollar y promover el potencial turístico y artesanal de la región, mediante el mejoramiento de la capacidad competitividad de los prestadores de servicios turísticos y productores artesanales de Amazonas.

Visión: Es una institución que fomenta la innovación y articulación del potencial turístico y artesanal de la Región Amazonas al mercado nacional e internacional, aportando al aprovechamiento y desarrollo sostenible de las comunidades vinculadas a la actividad turística y artesanal de la región Amazonas.

Objetivo: Brindar capacitación y asistencia técnica para el mejoramiento de la competitividad de los artesanos y prestadores turísticos de la región Amazonas, bajo tendencias innovadoras, en los campos tecnológicos, articulación al mercado y comercialización.

Servicios:

Capacitación y asistencia técnica

- Especialización en turismo y artesanía
- Organización de paquetes turísticos
- Certificación en certificación de guías turísticos
- Diseño de productos artesanales
- Elaboración de diseños y prototipos artesanales

Capacitación en gestión y administración de

- Unidades empresariales en turismo
- Unidades empresariales en artesanía
- Programas de promoción comercial



Servicio de Información en

- Oferta y demanda de servicios turísticos
- Estudios de tendencias de mercado
- Planes de Marketing
- Oferta y demanda de artesanía a nivel nacional e internacional
- Fuentes y proveedores de material primas e insumos para la producción artesanal
- Cartillas y manuales de capacitación para empresarios de turismo y artesanos.

Participación en eventos como

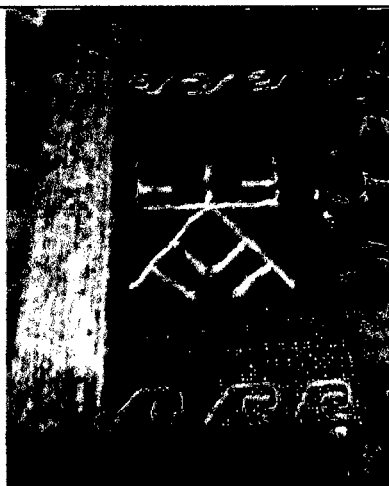
- Ferias de Artesanía y Turismo Nacionales e Internacionales
- Pasantías nacionales e internacionales
- Organización de Ferias Locales
- Seminarios y talleres de desarrollo y fortalecimiento de capacidades
- Capacitaciones in situ.

B. Innovar a través del estudio de la cultura y la ecológica para crear nuevos diseños de acuerdo a las tendencias de mercado.

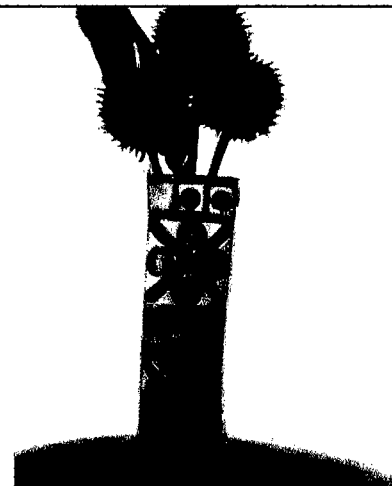
C. Diversificar la artesanía ofreciendo nuevos productos.

- A través de la creación de productos con diseños innovadores en base a la iconografía Chachapoyas que serán plasmados en los distintos productos artesanales.

AGENDA - ICONOGRAFÍA



FLORERO DE HUESO - ICONOGRAFÍA



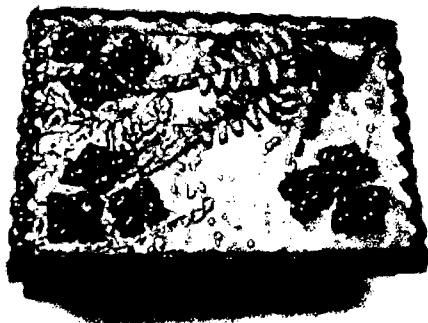


ARETE DE SEMILLAS - ICONOGRAFÍA

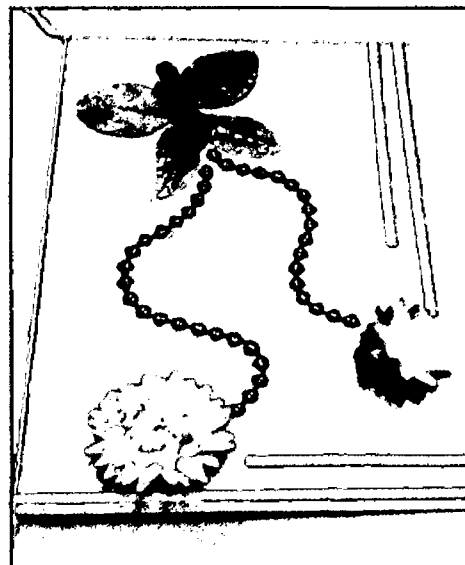


- A través de la creación de nuevos productos, haciendo uso de flores, hojas, frutos, semillas secas plasmándolo en: Cofres, Portaretratos, Agendas, Aretes, Llaveros, Tarjetas, etc.

FLORETO DE GUAYAQUIL CON FLORES SECAS



TARJETA CON HOJAS Y SEMILLAS SECAS





PORTALAPICEROS CON HOJAS SECAS



D. Capacitar a los artesanos para mejorar sus técnicas y diseños.

- Curso de diseño, color y forma para lograr armonía y autenticidad en los productos.
- Curso de concientización ecológica, para tener en cuenta el uso de hojas, semillas (secas) y demás que la naturaleza nos da.

1.2. MATERIALES Y MÉTODOS

1.2.1. Material de Estudio

CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba - Amazonas.

1.2.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos

A. Métodos

- **Descriptivo:** Conocer la situación actual de los artesanos en Chachapoyas.
- **Inductivo:** Conocer las conclusiones de hechos observables aplicando las encuestas a los actores directos del turismo y la artesanía, que nos servirá para cumplir con nuestros objetivos.
- **Deductivo:** Nos permitirá conocer conceptos, enunciados, párrafos para llegar a conclusiones generales, lo cual se ha realizado mediante la recopilación de información proveniente de material bibliográfico.
- **Analítico:** Se descompone el todo en sus partes a fin de conocer características, causas y efectos del objetivo de estudio, con la



interpretación de cuadros y gráficos, estadísticos producto de la tabulación de las encuestas aplicadas los artesanos, turistas nacionales e internacionales.

B. Técnicas

- Análisis de Documentos: Obtener información de hechos actuales del objeto de estudio.
- Entrevistas: Obtener información de grupos o individuos accesibles.
- Observación Directa: Obtener información de instituciones públicas y privadas accesibles.

C. Instrumentos

- Encuestas: Recoger información esencial de la muestra pre seleccionada.

1.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	ACTIVIDADES	MESES	
		ABRIL - 2011	MAYO - 2011
		FECHA	FECHA
1	Elaboración del Informe Práctico	12 al 18	—
2	Identificación de la población y la muestra	18 al 22	—
3	Análisis e interpretación de los resultados	23 al 25	—
4	Ultimar detalles del Informe Práctico	25 al	10
5	Presentación del Informe Práctico	—	12
6	Sustentación	—	Por Definir

1.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Tiempo precario para aplicar la investigación y obtener una mayor eficacia en las conclusiones del tema establecido.
- Costos relativamente elevados en material de escritorio y otros gastos adicionales a la investigación.
- Disponibilidad de tiempo.



CAPITULO II
ANTECEDENTES

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Investigación de la Artesanía Articulada al Sector Turismo como Fuente de Generación de Emprendimiento y Empleo en el Cantón Riobamba – Ecuador (FEBRERO 2010)²:

Objetivos General:

Disponer mediante la investigación y diagnóstico artesanal del cantón Riobamba, de un conocimiento amplio de la realidad del artesano y su artesanía para orientar acciones y proyectos adecuados a un posterior desarrollo con sostenibilidad y sustentabilidad vinculadas a la oferta turística e identidad local.

Objetivos Específicos:

- Levantar un inventario de artesanos y artesanías locales que permita conocer su situación actual orientada hacia un mejoramiento sustancial de su productividad y explotación.
- Contar con una línea de base diagnóstica que permita la organización emprendedora artesanal parroquial y cantonal, para una producción de calidad y variedad con posibilidades para la exportación y el turismo nacional e internacional.
- Orientar con inmediata posterioridad, acciones tendientes al desarrollo artesanal cantonal en el campo organizativo, capacitación tecnológica, publicitario, y búsqueda de apoyo económico institucional reembolsable.

Instrumentos de Trabajo:

Encuestas diseñadas con un total de doce preguntas y sub preguntas permitirán visualizar la realidad de las artesanías del cantón:

Variables Utilizadas:

- Tipo de emprendimiento: individual, familiar y asociado.
- Población involucrada por sexo.

² www.pimampiro.org/archivos/arte.pdf



- Nivel de instrucción.
- Año de formación o iniciación de la artesanía.
- Rama artesanal.
- Destino de la producción artesanal: propio, local, turístico, otro lugar, intermediario.
- Costos de producción y venta.
- Ingresos mensuales estimados.
- Crédito.
- Capacitación y asistencia técnica realizada.
- Opinión sobre el TLC.
- Visión artesanal.

El diseño del FODA permitió visualizar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de las artesanías.

Los artesanos, conociendo la razón y el origen de las encuestas, participaron positivamente en más del 90%. Esto permitiría una sistematización, análisis diagnóstico obteniendo una línea de base muy cercana a la realidad.

Visión General de los Artesanos:

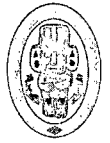
- Tener apoyo para mejorar la producción. Poder competir, vender más.
- Salir adelante pero no solo que se motive a la juventud.
- Mejorar calidad, tener equipos y máquinas.
- Ser organizados.
- Tener crédito fácil.
- Estar capacitados.
- Construir para ampliar el negocio.
- Instaurar Escuelas y Artes y Artesanía.
- Mejorar las condiciones como galería.
- Continuar trabajando y mejorar en diseño y variedad.
- Contar con un local de comercialización artesanal en la ciudad para todos y lo mismo en las parroquias.
- Un Riobamba económicamente proyectable, que las autoridades den acogida a lo propio e invertir.
- Seguir ejemplo de Salazacas, Salinas (Bolívar), Otavalo.



- Cambiar de trabajo porque no genera recursos.
- Tener un local amplio de exhibición de mis productos.
- Exportar artesanías ecuatorianas a otros países.
- Poner un almacén de artesanías en Riobamba.
- Que sea como antes que había bastante artesanía hace unos 6 años.
- Terminar nuestro local inconcluso.
- Disponer como medio publicitario, de una guía artesanal cantonal y provincial.

Conclusiones:

- En mayor o menor grado existen artesanías en todas la parroquias del cantón Riobamba.
- Es un potencial que puede ser rescatado en bien de los ingresos familiares venidos a menos en los últimos tiempos.
- Apoyo económico reembolsable, capacitación técnica y administrativa, orientación organizativa empresarial, pueden ser las estrategias para volver a dar vida a la destreza artesanal y sus familias.
- Predomina el emprendimiento artesanal individual con el 73% de representatividad.
- En un 17% de talleres, el trabajo se hace en conjunto familiar entre el ama de casa y los hijos en potencialidad de trabajo. Podrían proyectarse como una microempresa familiar.
- El 10% de emprendimientos asociados, están referidos en su mayor parte a grupos de mujeres organizadas y a los centros de capacitación en manualidades, confección y artesanías. Debidamente apoyados y estructurados, pueden conformarse en una mediana empresa.
- De todos ellos, tan solo un 6% manifiesta estar agremiado en la Cámara de Artesanos de Chimborazo la misma que integra en cambio a una gran mayoría de artesanos urbanos en diferentes ramas.
- La rama mas representativa es la tejidos sobre todo en el área rural de las que Calpi, Punín, Quimiag, Cacha. Sigue la artesanía en madera. Los metales (bronce, cobre, cerrajería artística y constructiva), tuvieron su representatividad disminuida por falta de materia prima,



aparición de metal sintético y abandono del oficio. La tagua y el cacho, apenas asoman en contados casos.

- Localidades más artesanales son: Riobamba, Calpi, Quimiag, Cubijíes, Licto.
- El destino a usuario del mismo lugar es lo más representativo (55.76%). Es mínimo el porcentaje orientado al turismo (0.17%).
- La relación entre costos de producción y los ingresos líquidos mensuales están en un aparente 32%.
- El crédito es bajo y limitado a unas pocas artesanías (7 con USD 10.420).
- La capacitación ha sido ocasional realizada mayoritariamente en grupos organizados como los de las mujeres y centros artesanales. Todos manifiestan el deseo de perfeccionar su artes mediante la capacitación técnica complementada con la empresarial.
- De los puntos de expendio solo uno es local propio.
- Mas del 70% de la materia prima se compra en la misma ciudad de Riobamba.
- Las mujeres conforman mayoría en visión de género, obedece a que son integrantes de Grupos de Mujeres dedicadas a actividades artesanales. Del TLC – ALCA: 59% opina negativo.
- La visión de los artesanos se resume a acceder a la organización, capacitación y apoyo financiero para poder competir y mejorar sus ingresos.

2.1.2. Antecedentes a Nivel Nacional

Investigación sobre Artesanía y Comercialización en Loreto³:

La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía del Gobierno Regional de Loreto, dentro de las proyecciones de su política de apoyo, considera importante el desarrollo de programas destinados a promover acciones que permitan el crecimiento y eficiencia de actividad artesanal, de acuerdo a la actual realidad socio económico del país.

³ www.regionloreto.gob.pe/webdirctura/arteania/artesania.htm



El Diagnostico regional, surge como una necesidad ante el limitado conocimiento de la Actividad Artesanal en la Región, basándose este en la realidad de estudios socio económicos y de otra índole, esta situación se acentúa ante el desconocimiento del numero de artesanos y unidades de producción artesanal. Existen en la Región, ausencia de una definición de lo que se entiende por artesanía y su clasificación, de quien puede considerarse como artesano y una definición oficial sobre el ente rector del sector de la Región, razones que constituyen un obstáculo al desarrollo y ejecución de estudios y políticas a favor de promoción y desarrollo de la artesanía.

La Dirección de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía, consiente de su función técnica y normativa y con objeto de dar a conocer al artesano, la caracterización de la problemática de la artesanía, al empresario a las organizaciones de apoyo del sector publico y privado, a las empresas de servicios, entre otros, presenta el diagnostico de la Artesanía Regional, como documento base para que pueda servir a futuras investigaciones sobre el tema.

El presente documento, centra su análisis fundamentalmente en la definición de Artesanía y sus aspectos legales, distribución de la población artesanal, características de mercado y modalidades de comercialización, organización de la formas de producción artesanal, tecnología productiva artesanal, estímulos y reconocimiento artesanal, organización gremial y asociacionismo.

Se ha tratado de identificar y caracterizar la realidad, y problemática de la Artesanía Regional en su extensión, pero consideramos que aun no es completa, sin embargo, no es una limitación para que el documento presente una estrategia de desarrollo y promoción artesanal en corto y mediano plazo enmarcado dentro de los lineamientos y acciones de política del sector.

Metodología

- Padrones y Registro de la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía.
- Visita directa a los centros y unidades de producción artesanal.



- Fichas evaluativos de inscripción.
- Encuestas y entrevistas en productores artesanales y agentes de intermediaciones en fase de compra y venta.
- Encuestas de las asociaciones y agrupaciones artesanales.
- La norma base que permitió la verificación, priorización y ordenamiento metodológicos para la selección de los artesanos y sus líneas artesanales, fue el concepto legal sobre la definición establecida en la Ley de Promoción Artesanal N° 24052 y su reglamento D.S N° 091 -ICTI/IND, sin embargo se considera para el trabajo el concepto funcional de la artesanía dentro del sector Industria y del comportamiento del artesano.
- Los artesanos registrados en los Padrones y Registros de la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía, tiene definidas ciertas características:
 - a. Los Artesanos registrados son aquellos que desarrollan la artesanía, generalmente como una actividad principal y con cierto grado de sostenibilidad.
 - b. Que cuentan con posibilidades de desarrollo competitivo.
 - c. El nivel de producción permite generar puestos de trabajos asalariado.
 - d. Se encuentran ubicados generalmente en la zona urbana y urbana marginal.

Distribución de la Población Artesanal Tipo: Urbano y Rural:

Obtener información precisa sobre la población, es hasta ahora complicada, considerando que la actividad artesanal se desarrolla en las zonas rurales de manera espontánea y es complementaria a otras actividades principales como la agricultura, la pesca y es desarrollada en la informalidad unido a la ausencia de datos estadísticos y un censo artesanal que permite conocer su número y localización.

Sin embargo con la finalidad de obtener una apreciación sobre la distribución de la población artesanal, se a considerado la información proporcionada por el Padrón Artesanal sobre los talleres registrados en el ámbito Regional, según esta información, la población artesanal se



encuentra distribuida en las Provincias y Distritos de la Región, la distribución de talleres artesanales registrados por Provincias y Distritos, el número total de talleres registrados en la Región asciende a 367 talleres, los Distritos de Punchana, San Juan, Iquitos y Pevas son las que concentran el mayor número de talleres registrados.

De los talleres artesanales registrados y talleres artesanales no registrados, se observa que los talleres formales, son los que legalmente están inscritos en el Padrón de Artesanos de la Dirección de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía.

El número de Talleres informales son 1,940, los cuales se ubican en las zonas rurales, razón que en estas zonas existe una alta densidad poblacional artesanal rural. Los motivos por lo cual existe gran cantidad de artesanos informales podría ser:

- Temor del artesano a la fiscalización de las autoridades y las tasas impositivas que se aplican a las empresas constituidas.
- Creencias en los artesanos que el Registro o Constancia no le aporta ningún beneficio.
- El hecho que la artesanía constituye para los artesanos, principalmente en las zonas rurales como una actividad complementaria no considerado pertinente de trámite de sus Registros o Constancias.

Artesano Urbano: Es aquel que desarrolla su actividad en zonas urbanas, en las ciudades principales de provincias y el ámbito urbano marginal su desenvolvimiento es dinámico dedicándose a la artesanía como su actividad económica principal. Debido a su ubicación tiene mayores ventajas que el artesano rural, teniendo de acceso a la capacitación, asistencia técnica, financiamiento a insumos, así como mejor oportunidad de comercialización de sus productos.

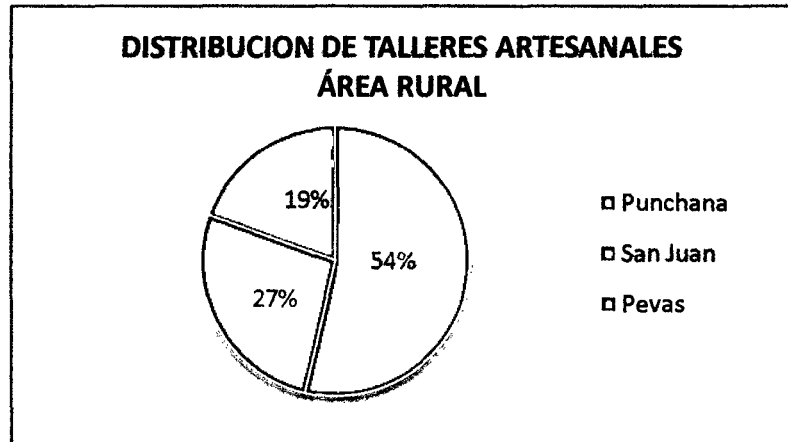
Artesano Rural: Se encuentran concentrados en la periferia de los distritos o ciudades en forma dispersa por las orillas de los ríos.

Dada la condición socioeconómica del área rural, la artesanía se presenta en forma complementaria a la actividad pesquera, agrícola, orientado su accionar básicamente a trabajar la artesanía cuando un cliente lo solicita,



careciendo de mercado directo para la venta de sus productos artesanales que lo genere ingresos para atender las necesidades de su familia.

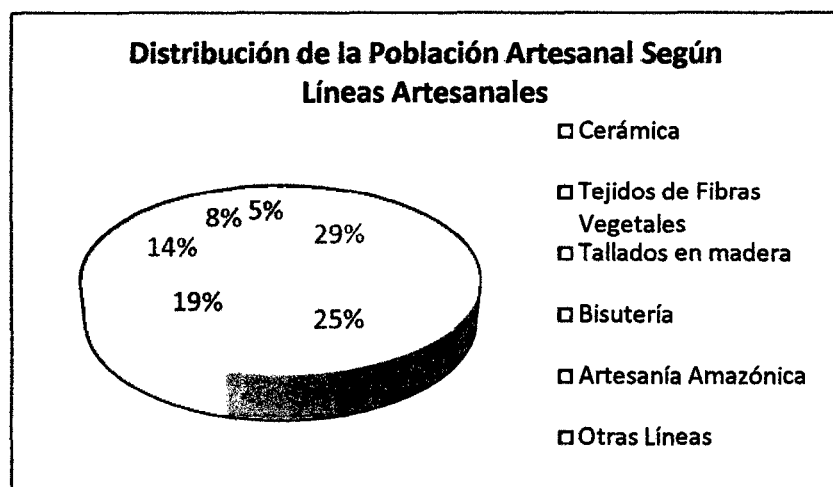
De la Distribución de Talleres Artesanales Urbanos y Rurales, se obtuvo que el mayor número incide en las zonas rurales. Los distritos con mayor número de talleres en zona rural son: Punchana con 54 % No Registrados, (118 talleres), San Juan 27 % (59 talleres) y Pevas 19 % (43 talleres).



Es necesario mencionar que estos resultados están en función de los talleres registrados en los Padrones y Constancias Artesanales de la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía.

Distribución de la Población Artesanal Según Líneas Artesanales

Del total de 367 Talleres Registrados en el ámbito Regional, las líneas más representativas son cerámica con 29 % (105 talleres), Tejidos de Fibras Vegetales con 25 % (92 talleres), Tallados en madera con 19 % (70 talleres), Bisutería con 14 % (50 talleres) y Artesanía Amazónica con 8 % (30 talleres), otras líneas 5 % (20 talleres).





Características de los Artesanos

Con la finalidad de caracterizar a los artesanos con relación a su género, sus niveles de instrucción y tipo de viviendas se ha procesado la información obtenida de las encuestas realizadas a los artesanos de los distintos distritos. Donde se obtuvo que los artesanos en su mayoría son hombres con un porcentaje de 54 %, mujeres el 42 % y 4 % son niños.

Así mismo, de acuerdo a los datos, el 70 % de los artesanos son titulares de sus talleres, cuentan con educación primaria y secundaria, el 10 % educación técnica, el 8 % instrucción superior y el 1.5 % carecen de instrucción. En cuanto a vivienda de los artesanos registrados, el 62 % sus talleres son material rústico, el 24 % de material noble y el 14 % de otros materiales.

Mercado

Las empresas artesanales que pretenden ampliar su producción, deben considerar la potencialidad de la demanda del producto que desea lanzar al mercado con la finalidad de lograr conocer futuras posibilidades y mayor eficiencia.

Características del Mercado: El mercado presenta uno de los problemas más críticos de la actividad artesanal, el cual trae consigo distorsiones en la distribución, circulación y comercialización final del producto. La artesanía regional, presenta serias limitaciones de crecimiento para responder al ritmo, volumen y variación de la demanda, careciendo de estrategias de comercialización. Adolece de nuevas formas de organización, que permita articular su tradición con nuevas técnicas y diseños apropiados para insertar en el mercado de consumo de artesanía.

Oferta

La actividad artesanal, como ya se ha mencionado, se caracteriza por la informalidad en que se desarrolla, por lo que carece de un Registro activo, razón principal por lo que se desconoce el volumen de producción de artesanía.

Otra razón podría ser que viven y desarrollan la actividad en zonas rurales, alejados de la zona urbana, dificultando su registro.



Por las razones indicadas, no se dispone del conocimiento del volumen de producción de artesanía, por lo cual se tomó información referencial porcentual de cada distrito en cuanto a comercialización.

Mediante el presente estudio se pretende determinar, la orientación de la producción artesanal, hacia el mercado local, nacional e internacional, se obtuvo que existe predominio del mercado local, siendo un mercado abierto, ya que el producto artesanal es admitido libremente, donde convergen vendedores y compradores autorizando la oferta y la demanda debido a que el producto está orientado a abastecer el consumo local y a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la región.

El abastecimiento al mercado nacional, está comprendido en Lima, que centraliza la mayor compra de artesanía., para el abastecimiento de la ciudad y los turistas nacionales y extranjeros que lo visitan; así mismo abastece el mercado exterior a través de empresas exportadoras ubicadas en la ciudad de Lima. Se tiene que la comercialización al mercado local es más representativa en la región.

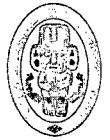
En términos generales, se puede deducir que, el problema de la oferta artesanal es su desorganización, escasa capacidad de gestión, falta de incentivos a la inversión y deficiente financiamiento, y desconocimiento de las normas de comercialización. Interna y externa.

Producción

El estudio de la producción artesanal se centra en su conocimiento y su caracterización a fin de posibilitar su crecimiento, identificar las modalidades básicas de su organización de producción y determinan a aquella más eficiente técnica y económicamente y que presenten mayores perspectivas de desarrollo.

Líneas de Producción Artesanal

La artesanía se caracteriza por contar con diversidad de líneas artesanales a nivel de las provincias que expresan la creatividad y habilidad manual del artesano. Por ejemplo: con las comunidades nativas, los artesanos se dedican a la chambira, bombonaje, pintados en cortezas de árboles, flechas, arcos, lanzas. En cambio los artesanos no nativos se dedican a los tallados en madera, pintura, cerámica, etc.



Líneas de producción:

- Fibra vegetal: Hamacas, jicras, cortinas, cestos, muebles de lianas.
- Madera: Torneadas y tallados, fruterías, licoreras, joyeros y otros.
- Artesanía Nativa: Arcos, flechas, etc.
- Cerámica: Utilería y decorativa.
- Confecciones y manualidades.

Organización de las Formas de Producción

El análisis de la organización de las formas de producción permitirá detectar los problemas básicos que afronta la producción artesanal.

- Organización de la producción individual conformado por el Jefe del Taller que trabaja independientemente.
- Organización de la producción familiar, conformado por el Jefe del Taller que tiene a su cargo trabajadores familiares que puedan ser remunerados o no.
- Organización de la Producción empresarial, conformado por el Jefe de Taller, que tiene a su cargo trabajadores familiares remunerados y trabajadores asalariados no familiares. Las formas de pago son:
 - a. **A destajo o por obra:** Contrabajos parciales o acabados. Este trato se hace regularmente con maestros u operarios experimentados. Este tipo de producción es conveniente porque asegura el trabajo efectivo.
 - b. **Pago por tiempo:** Por jornada, por temporada y es menor por tiempo indefinido o permanente.

Valor de la Producción Artesanal

No se tiene información precisa sobre el volumen de producción de la artesanía y su valor de venta, estas dificultades tienen que ver porque no existen homogeneidad en la producción de productos, la producción no es constante durante todo el año y la información acerca de los niveles de producción de cada línea artesanal.

Productividad Artesanal

La producción y productividad de la artesanía medida a través de la fuerza laboral (recursos humanos) y la tecnología utilizada, presentan reducidos grados y niveles de desarrollo, lo cual dificulta acceder



competitivamente a nuevos mercados. Los artesanos carecen de una adecuada formación académica y técnica, debido a que muchos de ellos solo tienen instrucción primaria, otros secundaria y con honrosa excepción estudios superiores.

- La productividad de la organización individual familiar, se manifiesta generalmente una productividad de trabajo inferior a la productividad de trabajo organizado de tipo empresarial.
- La producción de tipo empresarial, se caracteriza por la maximización del beneficio con fines de acumulación en los altos niveles de productividad.

Centros de Desarrollo Artesanal

Existen en la Región Loreto los siguientes centros de desarrollo artesanal:

- Centro Artesanal de San Juan , (Producción Variada)
- Centro Artesanal Anaconda. (Producción variada)
- Centro Artesanal Padre cocha (Cerámica).
- Centro Artesanal Santo Tomás (Tallados en madera y cerámica).
- Centro Artesanal Santa Clara (Tallados en madera y cerámica).
- Centro Artesanal Indiana (Tejidos en fibras vegetales y otros).

Instituciones de Apoyo y Promoción Artesanal

La acción promotora que realizan los agentes que participan en las acciones de Promoción orientada a la artesanía, se da con una característica bien marcada, muchas efectúan programas y acciones, sin embargo, la coordinación para concertar y racionalizar los recursos y esfuerzos es total tardío o ineficaz, debido a la carencia de normas y dispositivos que regulan la acción promotora institucional, y la falta de un liderazgo en el sector. En tales circunstancias, las instituciones trabajan en función a sus intereses ocasionando una dispersión de los recursos y duplicidad de esfuerzos tanto por parte de las entidades oficiales y privadas.



CAPITULO III
MARCO TEÓRICO

3.1. CITE (Centro de Innovación Tecnológica)⁴:

Los CITE son entidades públicas o privadas no lucrativas que tienen por objeto promover la innovación, la calidad y la productividad, así como suministrar información para:

- El desarrollo competitivo de las diferentes etapas de producción de la industria nacional.
- El desarrollo competitivo de las actividades artesanales y de servicios turísticos.
- Los CITE brindan servicios de control de calidad y certificación, asesoramiento y asistencia especializada y desarrollan programas de capacitación técnica.

3.2. CITEs ESTATALES⁵:

Deberán ser creados por Resolución Suprema como Proyectos a propuestas del Ministerio del sector correspondiente, los mismos que gozarán de autonomía técnica, financiera, económica y administrativa.

3.3. CITEs PRIVADAS⁶:

La iniciativa e inversión privada es libre, aplicándose también a empresas de servicios. Las personas jurídicas de derecho privado que quieran constituir o acreditar un CITE deberán ser previamente calificadas por el titular del Ministerio de Industria, Turismo, integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, así como por el titular del Ministerio que corresponda a la cadena productiva de actuación. Para estos efectos deberán contar con un informe previo de evaluación de una Comisión Técnica que se constituye como Red de CITES.

⁴ Ley de Centros de Innovación Tecnológica N° 27267; Cap. I - Art. 2°.

⁵ Ley de Centros de Innovación Tecnológica N° 27267; Cap. II - Art. 3°.

⁶ Ley de Centros de Innovación Tecnológica N° 27267; Cap. III - Art. 6°.



3.4. CITE ARTESANALES Y TURÍSTICOS⁷:

Se podrán constituir CITE artesanales y turísticos públicos o privados con la finalidad de promover la innovación tecnológica y el desarrollo de las actividades artesanales y turísticas, bajo el ámbito de competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Viceministro de Turismo, tiene a su cargo la promoción, supervisión y gestión de los CITE artesanales y turísticos.

3.5. ARTESANO⁸:

Entiéndase por artesano a la persona que se dedica a la elaboración de objetos ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

3.6. ARTESANÍA⁹:

Entiéndase por artesanía a la 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 compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción.

⁷ Ley de Centros de Innovación Tecnológica N° 27267; Cap. V - Art. 10°.

⁸ Ley del Artesano N° 29073; Cap. II - Art. 4°.

⁹ Ley del Artesano N° 29073; Cap. II - Art. 5°.



3.7. CLASIFICACIÓN DE ARTESANÍA¹⁰

- a. **Artesanía Tradicional:** Son los bienes que tienen un uso utilitario, ritual o estético y que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituyen por lo tanto, expresión material de la cultura de comunidades o etnias, y pueden ser: Utilitaria y Artística.
- b. **Artesanía Innovada:** Son bienes que tienen una funcionalidad generalmente de carácter decorativo o utilitario, que está muy influenciada por la tendencia del mercado, y pueden ser: Utilitaria y Artística.

3.8. LÍNEAS ARTESANALES Y CLASIFICADOR NACIONAL DE LÍNEAS ARTESANALES¹¹

Líneas Artesanales son los diferentes procesos de producción artesanal, vinculados a las materias primas que se utilicen en las diferentes regiones del país, existentes y futuras, que expresan la creatividad y habilidad manual del artesano. El Clasificador Nacional de Líneas Artesanales es el inventario de las líneas artesanales existentes y de las que se desarrollen en el futuro. Tiene la finalidad de identificar adecuadamente los productos artesanales. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprueba el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales:

➤ TEXTILES

– Tejidos de punto:

Comprende los artículos tejidos a mano o máquina manual de hilados de lana, alpaca, algodón o fibra sintética como: chompas, pulóver, cardigans, chalecos, vestidos, faldas, ponchos, escarpines, chullos, bufandas, bolsas de mano y monederos de varios tamaños.

Incluye tejidos tradicionales folklóricos tales como: cinturones o chumpis, grecas o correas, ponchos, ruanas, capaschales.

– Tejidos planos:

Tejidos en telares manuales de pelo fino de animal, algodón y otras fibras naturales tales como: telas, frazadas, fajas o chumpis, cintas, mantas o mantones, colchas, fundas, cojines, bolsas, alforjas, manteles, tapetes,

¹⁰ Ley del Artesano N° 29073; Cap. II - Art. 6°

¹¹ Dirección Nacional de Artesanía / VMT / MINCETUR



cubrecamas, tapices, pisos, camisas, pantalones, sacos, casacas, abrigos, blusas, hamacas, hondas, huaracas.

– **Bordados:**

Tela decorada a mano bordada o arpillera, ropa de mesa que incluye manteles, servilletas, tapetes e individuales tejidos a mano o hechos con aguja de crochet generalmente bordados, insignias, condecoraciones o emblemas bordados a mano.

– **Telas pintadas:**

Telas pintadas a mano. Producción de cordeles, sogas, hamacas entre otras.

➤ **PELETERÍA**

Artículo confeccionado con piel de alpaca, ovino, llama u otros, comprenden prendas de vestir y accesorios como: abrigos, sacos, sacones, chalecos, bolsas, gorros. Artículos decorativos como: alfombras, colchas, centros redondos, pisos, cubrecamas, fundas para almohada, animales de peluche, pantuflas, entre otros.

➤ **CUERO**

– **Cuero Repujado:**

Muebles, azafates, cofres, portavasos, reposteros, papeleras.

– **Cuero Pirograbado:**

Billeteras, monederos, bolsos, portavasos, maletas.

– **Talabartería:**

Artesanía en cuero dedicada a la fabricación de correaes para monturas, como son las riendas, bozales para caballo, alforjas, estribos, maletas y bolsas. Destacan en este caso las monturas con pellón sampedrano, casacas, chalecos, bolsas, carteras, monederos, guantes, correas, sacos, abrigos, gorros, estolas.

➤ **MADERA**

– **Muebles:**

Muebles tallados tales como: sofá, camas, camarotes, cunas, mecedoras, baúles, bares rodantes, biombos, bargueños, cabeceros, aparadores, escritorios, mesas, armarios, secreteras, revisteros, repisas, (muebles envejecidos).



– **Tallados:**

Marcos cusqueños, cajamarquinos (policromados), bases de lámparas, portarretratos, cuadros espejos, papeleras, cofres, tallados floreados, figuras decorativas, vírgenes, imágenes, nacimientos, animales tallados, baúles, retablos, máscaras.

– **Utilitarios:**

Quesera, cremera, mantequillera, jarras, servilletero, azafate, condimentero, vaso, salero, portacubierto, rodillo, mortero, batidores, cucharas, cucharones, trinchas, tenedores, cuchillos.

➤ **FIBRAS Y VEGETALES**

– **Cestería:**

Esteras, pisos, tapizones, trapeadores, sandalias, campanas, cestos, canastos, paneras, fruteros, maceteros, carteras, bolsas de chambira, individuales, guardarropa, correa, gorros, sombreros, adornos, platos, aves, abanicos, artículos de estampas costumbristas.

– **Muebles de mimbre, junco y sauce:**

Mesas, sillas, sillones, mecedoras, estantes, biombos, bares, veladores, tocadores.

– **Tejidos en Totorá:**

Son utilizados básicamente para producir petates, canastas, cunas, individuales, etc., los mismos que luego son teñidos con tintes artificiales.

➤ **CERAS y VELAS**

Cirios religiosos y similares, figuras decorativas.

➤ **CERÁMICA AL FRÍO**

Figuras diversas, pequeñas, para adornos con o sin imán.

➤ **CERÁMICA y ALFARERÍA**

Objetos decorativos y utilitarios, reproducciones precolombinas, móviles, pitos, vasijas, iglesias, juguetes, platos matrimoniales, sellos, floreros, toritos, huacos, recipientes, tinajas, maceteros, candeleros, candelabros, lamparines, cuadros, mocahua, cuentas, miniaturas, collares, esculturas, artículos para uso doméstico, vajillas, platos, tazas, azucareras, vasos, fuentes, tarros, jarras, soperas, vasijas formas antropomorfas, cerámica



shipiba, ceniceros, recipientes en formas de animales, músicos, santos, aretes, ceniceros, adornos, cerámica erótica, huacos, toritos de Pucará.

➤ **ARTÍCULOS DE VIDRIO**

Figuras decorativas, vidrio moldeado, vasos de vidrio pintados en plata, llaveros, animalitos, portavasos, espejos, azafates, cofres, servilleteros, portafolios, cajas, espejos, azafates decorados.

➤ **ARTÍCULOS DE PIEDRA**

Tallados en piedras de Huamanga, sillas, marmolina, tales como figuras decorativas, retablos, misterios, figuras, polveras, cruces, ceniceros, joyeros, cofres, escultura, adornos, catedrales, bancos, piletas, molinos, llaveros, animalitos, mesas.

➤ **ESTRUCTURA Y ARTÍCULOS DE FIERRO FORJADO**

Puertas, ventanas, rejas, marcos, mesas, muebles, faroles, figuras decorativas, cruces, pantallas, pie de lámpara, portamacetas, portajaula, candeleros, candelabros.

➤ **ARTÍCULOS DE COBRE, BRONCE, PLAQUE, HOJALATA, ALAMBRE**

Figuras decorativas, máscaras, cortapapeles, pisapapeles, portalápices, peroles, jarrones, maceteros, ceniceros, iglesias, floreros, estribos, centros, balanzas, candelabros, keros, fosforeras, cofres, polveras, marcos, adornos, pie de lámpara, pantallas, tumis, figuras decorativas, ídolos, fruteros, platos, faroles, portamaceteros, centros de mesa, balanzas de adorno, campanas, hebillas, portarretratos, fuentes, jarras, ensaladeras.

➤ **ORFEBRERÍA Y JOYERÍA, ORO Y PLATA**

Trabajos en oro, plata, trabajos en otros metales, como utensilios y vajillas tales como: cuchara, cucharita, tenedor, cuchillos, cucharón, espumadera, trinche, espátula, plato, fuente, azafate, bandejas, ensaladeras, fruteros, panera, jarra, sopera, balde, coctelera, tetera, lechera, cremera, azucarera, cafetera, vaso, copa, mantequillera, otros artículos de decoración como: centros de mesa, candelero, candelabro, fosforera, cofre, joyero, cigarrera, polvera, marcos, platos recordatorios, estribos, herrajes, adornos, cortapapel, portacartas, portalapiceros, tabaquera, ceniceros, cruces, corazones, rosario, cáliz, copones, altares, custodias.



Filigrana en oro y plata, broches, dijes, sortijas, pulseras, anillos, brazaletes, semanarios, esclavas, medallas, medallones, prendedores, cadenas, gargantillas, collares, cruces, llaveros, gemelos, guardapelos, solaperos, alfileres, aretes, etc.

➤ **INSTRUMENTOS MUSICALES**

Instrumentos de viento, tales como: flautas, quenás, antaras zamponas, tarkas, ocarinas y otros; instrumentos de cuerda como: guitarra, charango, arpa, etc.; instrumentos de percusión como: bombos, tambores, tumbas, otros tales como: palos de lluvia, maracas, wacrapruco.

➤ **BISUTERÍA**

Comprende artículos elaborados con metales no preciosos, en cerámica, fibra vegetal, madera, cuero y otros como: ídolos, amuletos, dijes, animales, ceniceros, pulseras, brazaletes, puñeras, semanarios, anillos, sortijas, prendedores, broches, gargantillas, aretes, gemelos, cruces, llaveros, solaperos, alfileres, corbateros, cadenas, esclavas, medallas, medallones, chaquiras de todo tipo.

➤ **MATES BURILADOS**

Artículos decorativos utilitarios burilados o tallados, donde se representan figuras o escenas costumbristas elaboradas en calabazas.

➤ **ESPEJOS ESTILO CAJAMARQUINO Y CUSQUEÑO**

Espejos con marcos, consolas, espejos de carteras y otros.

➤ **RETABLOS**

Conjunto de figuras que representa una historia, suceso religioso o costumbrista dentro de una caja de madera con portezuela y decorada con la flor nativa de qhantu.

➤ **JUGUETERÍA Y ADORNOS**

Animales, muñecos, carritos de madera, animales rodantes, rompecabezas, juegos recreativos, caballos, canoas, trompos, boleros, instrumentos musicales, muebles miniatura, vajilla miniatura, muñecas de tela, vestidos de tela en miniatura, pitos, ollitas y cocinitas de cerámica, animales de piel, muñecas, caballitos y animales de paja.



➤ **IMAGINERÍA**

Trabajos artesanales elaborados en yeso, pasta de arroz y alma de maguey finamente decorados y abrigados con pan de oro que representan imágenes de santos, vírgenes y arcángeles, como el famoso «Niño Manuelito» que es una versión andina del Niño Jesús.

➤ **FLORES ARTIFICIALES**

Flores de papel, paja, tela, de escamas y de conchas de abanico.

➤ **CORNOPLASTÍA**

Collares, pulseras, peines, dijes, sortijas, figuras, pisapapeles, ceniceros, cortapapeles.

➤ **ARTÍCULOS DE DESECHOS MARINOS**

Adornos de escama de pescado, collares, cinturones de conchas, cortinas de escamas, lámparas, llaveros, flores.

➤ **ARTÍCULOS EN SEMILLA**

Collares, pulseras, aretes de huayruro y otras semillas.

➤ **ARTICULOS EN PAPEL**

Principalmente piñatas, portarretratos, tarjetas, etc.

➤ **TRABAJOS EN ARENA**

Principalmente líneas y figuras de Nasca.

➤ **TAXIDERMIA**

Tarántulas, pirañas, lagartos, iguanas, mariposas, etc.

➤ **PINTURAS AL ÓLEO**

Principalmente pinturas de la Escuela Cusqueña.

➤ **MANUALIDADES**

En tela, palillo, crochet, telar, con saldos de telas, hilos, lanas, cintas, blondas y espumas, artísticamente decorada y transformados en artículos para el hogar y decorativos como funda para licuadoras, mandiles y adornos para cocina.

➤ **ESCULTURAS EN MINERAL**

Se realiza en minerales en bruto, como pueden ser cuarzo, carbón mineral, pirita y arcilla, combinados entre sí para recrear cristos, escenas costumbristas o trabajos en las minas.



➤ ARTESANÍA AMAZONICA

Lanzas, cerbatanas, flechas, arcos y lanzas de pona, palo de lluvia, macana, cortina de escamas y semilla, lanza original Shipibo-Conibo, pantalla de wingo con semillas, córtapapeles, tarjetas de plumas, trabajos en raíces.

3.9. INNOVACIÓN¹²:

“La introducción de productos, bienes o servicios nuevos y/o mejorados en un mercado (Económico o social)” (J. Mullin, Canadá)

“La creación, evolución, intercambio y aplicación de nuevas ideas en bienes y servicios susceptibles de ingresar a un lugar, a un mercado, (enfocado a varios objetivos: inyectar vitalidad en una nación, al éxito de una empresa)...” (Debra Amidon)

“El proceso de conjugar conocimientos y habilidades técnicas con necesidades y oportunidades para crear o modificar la naturaleza y la forma de oferta de proveedores, servicios, procesos, equipos, canales de comercialización y otras actividades de valor para usuarios” (F. Machado)

De una forma esquemática la innovación se traduce en los siguientes hechos:

- Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios,
- Renovación y ampliación de los procesos productivos,
- Cambios en la organización y en la gestión,
- Cambios en las cualificaciones de los profesionales.

Tres características de la **innovación**:

- La innovación no está restringida a la creación de nuevos productos.
- La innovación no está restringida a desarrollos tecnológicos.
- La innovación no está restringida a ideas revolucionarias.

3.10. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA¹³:

Según Fernando Machado, la **innovación tecnológica** es el acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad.

¹² www.euskadinnova.net

¹³ www.itescam.edu



Según Pavón e Hidalgo (1997), el **proceso de innovación tecnológica** se define como el conjunto de las etapas técnicas, industriales y comerciales que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de productos manufacturados, o la utilización comercial de nuevos procesos técnicos. Según esta definición, las funciones que configuran el proceso de innovación son múltiples y constituyen una fuerza motriz que impulsa la empresa hacia objetivos a largo plazo, conduciendo en el marco macroeconómico a la renovación de las estructuras industriales y a la aparición de nuevos sectores de actividad económica.

3.11. FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES¹⁴:

Las ferias nacionales e internacionales de artesanía, son el medio eficaz para promocionar la actividad artesanal, a través de ellas se establece las relaciones centradas. Su finalidad es apoyar a los artesanos y empresas de artesanía a encontrar un escenario que los permita ofertar sus productos a un público definido.

A través de las ferias, el sector artesanal accede a los medios de comunicación masivos, motivando el consumo y la vigencia de productos artesanales en el mercado nacional.

Las modalidades de ferias son:

- **Ferias Locales:** Son aquellas en que los expositores presentan productos artesanales de una provincia o distritos.
- **Ferias Regionales:** Son aquellas en las que los expositores presentan productos artesanales provenientes de una sola región, su autorización y oficialización le corresponde a las Direcciones Regionales de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía.
- **Feria Nacional:** Son aquellas en la que los expositores son de origen nacional, provenientes de diferentes regiones o localidades del país. Su autorización y oficialización le corresponde al Viceministerio de Turismo.
- **Ferias Internacionales:** La artesanía peruana tiene gran aceptación en el mercado externo, debido a la creatividad, ingenio e imaginación de los artesanos, quienes han creado una multiplicidad de objetos artesanales,

¹⁴ http://www.regionloreto.gob.pe/web_directura/artesania/artesania.htm



diferenciándolos plenamente unos de otros, sobre la base de factores naturales, los cuales han obtenido su propia demanda en el mercado internacional.

3.12. PERFIL DEL TURISTA CULTURAL¹⁵:

Los turistas que realizan actividades relacionadas al turismo cultural, tienen como interés común conocer aspectos de otras culturas diferentes a la suya, pero también muestran ciertas diferencias respecto a su actitud con este tipo de turismo. Por ello, haciendo un análisis de dichas actitudes y búsqueda de beneficios con el turismo cultural, se ha logrado identificar tres segmentos psicográficos:

a) **Superficial:**

Por lo general, buscan atractivos históricos culturales reconocidos, para lo cual no consideran necesaria la compañía de un guía turístico.

Suelen buscar información básica y suficiente sobre los atractivos culturales que eligen visitar.

Ello se debería sólo por el interés de llegar, conocer y admirar los atractivos visitados.

Asimismo, la accesibilidad es un factor importante para los turistas que conforman este segmento, ya que manifiestan que para visitar atractivos arqueológicos prefieren elegir aquellos que sean más fáciles de llegar.

b) **Aficionados:**

Su principal preferencia se centra en los atractivos históricos culturales al aire libre y rodeado de naturaleza. Además, sin ser especialistas en el tema, buscan estar bien informados, porque recurren a fuentes especializadas antes de realizar sus viajes.

Por otro lado, buscan destinos que les permitan realizar variadas actividades, sobre todo culturales.

No obstante, muestran un menor interés en conocer las costumbres y las tradiciones de los lugares que visitan.

También tienen una preferencia por visitar atractivos turísticos con poca afluencia de turistas.

¹⁵ <http://www.Mincetur.gob.pe>



Consideran que es importante un guía turístico para realizar turismo cultural, ello porque les permite obtener conocimientos precisos de los lugares que eligen visitar.

c) Conocedores:

Poseen un mayor emprendimiento en conocer la cultura de los lugares que eligen visitar.

Les interesa conocer con detenimiento las costumbres culturales y el misticismo de los lugares que visitan. Por ello, también están interesados en indagar sobre mitos y leyendas de los pueblos.

Para ello, suelen recurrir a fuentes especializadas para buscar dicha información antes del viaje.

Además, el acceso no es un factor que frene sus planes de viaje hacia los atractivos históricos. Asimismo, muestran interés en:

- Aprender nuevos idiomas en los lugares que visitan.
- Conocer descubrimientos arqueológicos
- Conocer diversos aspectos de la cultura de los países.



CAPITULO IV

CREACION DE LOS CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO A NIVEL NACIONAL

4.1. CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO¹⁶

Los CITES Artesanales y Turísticos son instituciones cuyo objetivo principal es elevar la competitividad de la producción artesanal en los mercados externo, interno y turístico. Para ello realizan un trabajo conjunto con los artesanos, con las asociaciones que los agrupan y con las empresas del rubro. Para conseguir este objetivo los, CITEs utilizan una serie de instrumentos y herramientas que permiten la innovación y transferencia tecnológica que a su vez se traduce en el incremento de la calidad del producto y la mejora y generación de nuevos diseños.

En su acción enfatizan la capacitación integral que incluye cursos técnicos para el perfeccionamiento productivo, el mejoramiento de la organización empresarial, el conocimiento de técnicas de mercadeo y comercio exterior, entre otras.

Los CITEs posibilitan ampliar y diversificar la oferta exportable de productos artesanales que tienen una demanda efectiva en los distintos mercados, a los que hace llegar a los artesanos promoviendo su participación en ferias y ruedas de negocios.

De esta forma, los CITEs actúan como eficaces articuladores de la oferta y la demanda de productos artesanales y dan la posibilidad a sus productores de conseguir mayores ingresos que eleven su nivel de bienestar como fruto de su propio trabajo y no del asistencialismo.

4.2. IMPORTANCIA DE LOS CITEs DE ARTESANÍA Y DE TURISMO

Los CITEs Artesanales y de Turismo son importantes por lo siguiente

- Transfieren tecnología a los procesos de producción de bienes y de servicios generando una mayor eficiencia en éstos. Como consecuencia de ello, la producción es más competitiva en términos de precio y calidad.

¹⁶ <http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/Instituciones/cites.aspx>



- Mejora la calidad de vida de la población objetivo que atiende, lo cual es destacable ya que ésta pertenece a los estratos socioeconómicos más pobres del país, constituyéndose así en un mecanismo efectivo de redistribución del ingreso nacional.
- Contribuye a ampliar la oferta exportable del país a través de la incorporación de nuevos productos, de productos con una calidad sustancialmente mejorada, y de productos con nuevos diseños que responden a la demanda del mercado.
- Permiten utilizar intensivamente los recursos propios de cada región, recursos en los que precisamente poseen ventajas comparativas (lanas de camélidos, arcillas, piedras, etc.).
- Los CITEs posibilitan que su población objetivo se organice empresarialmente en forma eficiente, haciendo que empleen técnicas modernas de administración y mercadeo.
- La acción de estos CITEs recorre la cadena productiva de la artesanía y del turismo y en ese proceso se constituye en una incubadora de proyectos, ya que identifica una serie de actividades económicas, sociales y culturales que deben ser emprendidas paralelamente al desarrollo de los propios CITEs.
- En el caso de los CITEs de Turismo, coadyuvan al mejoramiento del nivel de bienestar de las poblaciones artesanales asentadas en las proximidades de los centros de atracción turística. Esa proximidad en conjunción con una oferta de productos de artesanía competitivos en calidad y precio, robustecen los respectivos procesos de comercialización. Asimismo, esa proximidad a los centros de atracción turística puede generar la creación de albergues y otros centros de prestación de servicios turísticos diversos, los mismos que pueden ser organizados empresarialmente y dotados del necesario soporte tecnológico que otorgue calidad a sus servicios, a través de la acción de los CITEs Turísticos.
- Los CITEs artesanales y turísticos, por su organización, equipamiento y la cooperación técnica internacional que reciben, hacen posible que los perceptores de sus servicios tengan acceso en tiempo real a la más moderna información tecnológica que se genera en el mundo. Esto se



materializa a través del acceso que tienen a Internet y al Correo Electrónico.

4.3. LÍNEAS DE ACCIÓN DE LOS CITES DE ARTESANÍA Y TURISMO

➤ **Investigación Aplicada en Innovación Tecnológica**

Se incorporarán nuevas tecnologías en productos y procesos en cuatro líneas artesanales: cerámica, peletería, filigrana y fibras de camélidos. Asimismo, se desarrollarán estudios sobre canteras de arcilla y estandarización de tintes naturales.

➤ **Normas Técnicas, Denominación de Origen y Propiedad Intelectual**

Las acciones se orientarán hacia la difusión y capacitación de estos tópicos (que son poco conocidos en el medio) y a la aplicación de estrategias para la protección de marcas, marcas colectivas y certificación.

➤ **Promoción de la Inversión Privada**

Se realizarán estudios para identificar y canalizar líneas de financiamiento, en particular para la exportación.

➤ **Promoción Comercial**

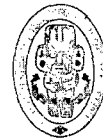
Incidirá en la identificación de canales de distribución y comercialización para la exportación; en el intercambio de experiencias sobre el desarrollo de nuevos productos; y, en la identificación de segmentos de mercado artesanal en Europa y los EE.UU., principalmente.

➤ **Equipamiento**

Se adquirirá maquinaria que fortalecerá a los CITEs en las áreas de producción y certificación; y, se concluirá los sistemas informáticos que soportarán el funcionamiento de la Red tales como el portal de internet, el sistema de presupuesto, el sistema de indicadores y el sistema “Red de Artesanía”.

➤ **Fortalecimiento de Capacidades Locales e Institucionales**

Se otorgarán pasantías internacionales para capacitar y entrenar a los mejores artesanos; se desarrollarán programas que promuevan la generación de líderes en los lugares en los que se asientan los CITEs; y, se convocará a un concurso nacional que premie la innovación artesanal.



4.4. CREACIÓN DE CITEs

En cuanto a la séptima línea de acción, tenemos en evaluación la creación de 7 CITEs de Artesanía y Turismo, y en proceso de implementación a otros dos.

➤ Tipos de CITEs y Como se Crean

De acuerdo a la legislación vigente respectiva, existen dos tipos de CITEs de Artesanía y Turismo: los privados y los públicos. En general, para su creación se requiere de la preparación de un documento llamado "Expediente de Acreditación" en el que se sustenta la viabilidad técnica y económica del CITE a crearse. Este documento es evaluado por la Oficina Técnica de CITEs y de ser procedente, se emite el dispositivo legal que autoriza su funcionamiento.

En el caso que sea un CITE privado, se emite una resolución viceministerial que autoriza su funcionamiento. Los CITEs de este tipo se organizan como asociaciones civiles sin fines de lucro y se inscriben como tales en los registros públicos. En estos CITEs participa el MINCETUR de manera gravitante como motivador, promotor y financiador de su operación. Para esto se tiene asignado fondos para subvención en tanto los CITEs estén en una etapa inicial de maduración. Estos fondos provienen de una parte relativamente pequeña del impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.

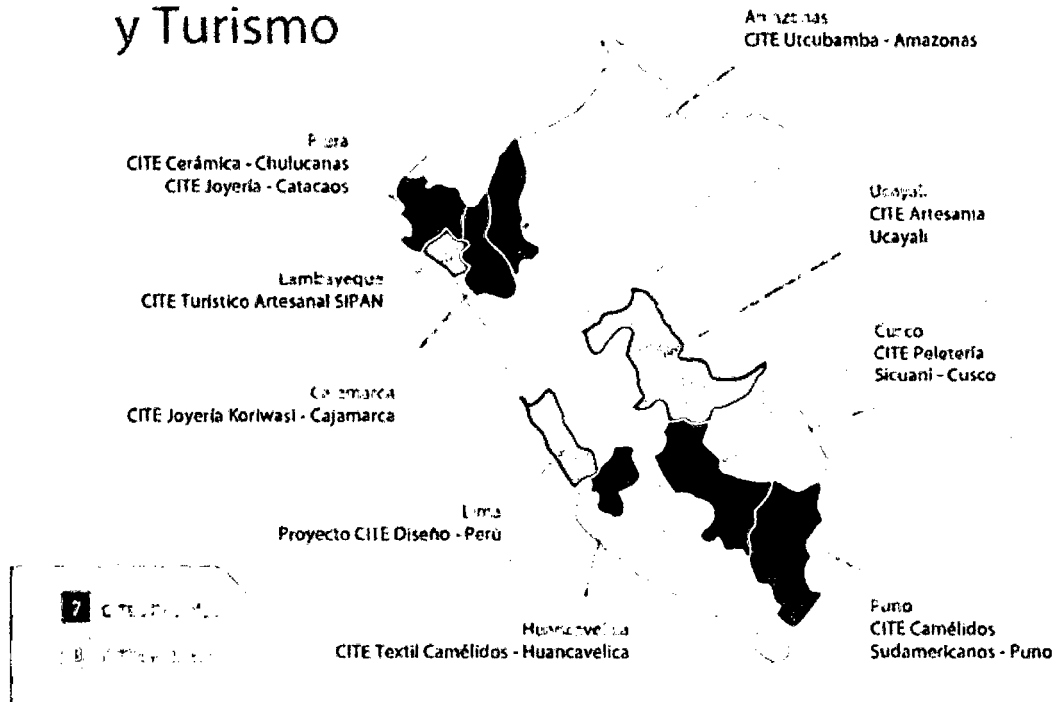
En el caso que sea un CITE Público, se emite una Resolución Suprema. La presidencia está a cargo del MINCETUR y forman parte de su Consejo Directivo, representantes de PROMPERÚ - Exportaciones (ex-PROMPEX), del respectivo gobierno regional y de las correspondientes actividades artesanales y turísticas. El presupuesto del MINCETUR financia el funcionamiento de este tipo de CITEs, los que están sujetos a todas las normas de control del gasto que rigen para el sector público.



4.5. RED DE CITEs DE ARTESANÍA Y TURISMO

DESARROLLO DE LOS CITES ARTESANALES EN OPERACIÓN

CITEs de Artesanía y Turismo



Fuente: Boletín N° 01 – Red de CITEs - 2010

➤ CITE Cerámica - Chulucanas

El CITE Cerámica tiene el propósito de promover la innovación y transferencia de tecnología, aumentar la productividad de los talleres y mejorar el diseño y la calidad de los productos como base para agregar valor en la cadena productiva de la cerámica y alfarería y aumentar su competitividad.

De esta manera se podrá lograr mejorar y ampliar una oferta exportable de cerámica artesanal e impulsar la subcontratación con empresas orientadas al mercado de consumo nacional, turístico e internacional. En la medida que se amplíe el mercado para la cerámica y alfarería se podrá contribuir la generación de más empleo para las regiones.

Integrantes





- Asociación de Ceramistas VICUS de Chulucanas
- Universidad de Piura
- Asociación de Exportadores - ADEX
- MINCETUR.

Beneficiarios

En el subsector de Cerámica y Alfarería artesanal del Perú existen 3,800 talleres. En su conjunto genera empleo para 19,000 personas y exportaciones por US \$ 2'700,000 (2001).

El departamento de Piura cuenta con más de 800 ceramistas y alfareros concentrados en las zonas de Chulucanas, La Encantada y Simbilá.

Publicación Periodística

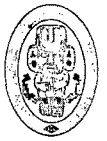
El Diario El Comercio publicó, en noviembre del 2010, cuatro artículos en los que puso de relieve la actividad de este CITE. El principal artículo se tituló: "Artesanía de Chulucanas invade mercados de EE.UU. y Europa".

➤ **CITE Textil-Camélidos - Huancavelica**

El objetivo de este CITE es el de reforzar la capacidad tecnológica del Perú en la mejora de la genética de los camélidos en coordinación con el Consejo Nacional de los Camélidos, la esquila, la clasificación, el procesamiento, almacenamiento y comercialización de fibras de camélidos sudamericanos para su venta al sector textil, logrando el incremento del valor de lo producido y consiguientemente, el aumento del nivel de la calidad de vida en las comunidades campesinas.

La elaboración de prendas de vestir realizada por los artesanos es apoyada con un software de diseño de última generación (Info Visión) que se ha adquirido, el cual permitirá que la producción de estos pobladores alto andinos siga las tendencias prevalecientes en el mercado internacional. Asimismo, con el valioso concurso de PROMPEX se elaboró el "Programa de Promoción Comercial de la Oferta Artesanal del departamento de Huancavelica" que fué liderado por el CITE Textil-Camélidos, habiéndose proyectado ventas por US\$ 50,000.





Fundamentalmente, este CITE focaliza su acción en artesanos individuales y empresas artesanales, los cuales son los beneficiarios directos. Ellos serán proveídos de la experiencia existente y de las mejores prácticas en estas áreas, del acceso a nuevas tecnologías e innovaciones, herramientas, metodologías y mecanismos que les permitan incrementar su productividad y rendimiento, perfeccionar sus diseños y la calidad de sus productos, así como aplicar buenas prácticas de administración y marketing, en forma tal que se incremente su posición competitiva en los mercados locales e internacionales.

Integrantes

- Universidad Nacional de Huancavelica
- Consejo Nacional de Camélidos Sudamericanos
- Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos
- MINCETUR

Beneficiarios

En términos macroeconómicos, los beneficiarios de la labor de este CITE, son los criadores de camélidos, las empresas artesanales y los artesanos individuales de confecciones hechas con fibras de camélidos.

Los criadores de camélidos constituyen en términos socio-económicos el sector más importante de las zonas alto andinas. Este estrato se encuentra desintegrado y en condiciones de extrema pobreza y está compuesto, aproximadamente, por 30,000 familias que tienen en promedio cada una de ellas, 100 cabezas de camélidos. Muchos de éstos criadores son a su vez artesanos y producen prendas de lana de camélidos tales como chompas, mantas, ponchos, gorros, chales, chalinas así como todo tipo de productos utilitarios como frazadas, botines, escarpines, cojines, tapices, etc.

Colaboración Técnica y Económica de Onudi

Este CITE fue inaugurado el 26 de julio del año 2002 por el Primer Vicepresidente de la República y Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Lic. Raúl Diez-Canseco Terry. Su constitución se hizo posible gracias a la valiosa colaboración técnica y económica recibida de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial -



ONUDI. En esta gestión, nuestro país fue merecedor del interés y el especial apoyo del Director General de la ONUDI, Dr. Carlos Magariños. Al respecto cabe reseñar que en diciembre del año 2001, el Ministro Diez-Canseco presentó en el contexto del "IX Período de Sesiones de la Conferencia General de la ONUDI" que se realizó en Viena, Austria, una serie de importantes proyectos para el beneficio de los sectores artesanal, turístico e industrial del país, proyectos que resultaron de interés para la mencionada organización internacional, habiendo recibido el 15 de marzo del año 2002, la visita del Lic. Carlos Magariños, Director General de ONUDI.

➤ **CITE Camélidos Sudamericanos - Puno**

Este CITE es similar a aquél que se encuentra en funcionamiento en Huancavelica y complementa su acción con el mismo abarcando todas las comunidades andinas del sur del país, por cuanto ambos CITEs además de tener su laboratorio fijo en las ciudades de Huancavelica y Puno, cuentan con unidades móviles que llevan a las comunidades campesinas los equipos portátiles de esquila. En esta zona está localizada el 56.39% de la población alpaquera nacional (1'712,110 de un total nacional de 3'036,181).



Integrantes

- Central de Cooperativas de Servicios Especiales Alpaqueros de Puno - CECOALP
- Universidad Nacional del Altiplano
- Ministerio de Agricultura
- Módulo de Servicios Puno - Juliaca
- Consejo Nacional de Camélidos Sudamericanos
- MINCETUR.

Próximamente se incorporarán como socios:

- Instituto Nacional de Investigación Agraria - INIA
- CARE - Regional Puno



- Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos - IPAC

Beneficiarios

- Criadores alpaqueros de las comunidades campesinas y asociaciones de productores independientes que requieren apoyo en los temas de esquila y selección.
- Artesanos y pequeñas empresas artesanales de tejidos y confecciones hechas con fibra de alpaca.
- Acopiadores de fibra.

Implementación

Con recursos proporcionados por la ONUDI se ha adquirido el equipamiento de este CITE el que incluye equipos de laboratorio, aire acondicionado, computadora y equipos multimedia, esquiladoras con motor a gasolina, y una camioneta pick-up doble cabina cero kilómetros, especialmente preparada con intercooler para tener una buena performance en la altura; esta camioneta tiene la placa PIJ-223 y es vital para que el equipo del CITE recorra las comunidades altoandinas de Puno y las circundantes de Cusco y Apurímac.

Para el equipamiento tanto de este CITE como el de su análogo de Huancavelica, la ONUDI hizo una generosa contribución de US\$ 131,150.

Inauguración

Este CITE fue inaugurado por el Primer Vicepresidente de la República y Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Lic. Raúl Diez Canseco Terry, el día sábado 07 de diciembre del año 2002.

Localización

- Oficinas y laboratorio en la ciudad de Puno, infraestructura proporcionada por el INIA en su Centro Experimental ILLPA de Puno (Km. 22 de la vía Juliaca - Puno).
- Planta Piloto de Esquila y Selección en el distrito de Cojata, provincia de Huancané, departamento de Puno, local proporcionado por la Central de Cooperativas de Servicios Especiales Alpaqueros de Puno - CECOALP.

Cobertura Geográfica a Cubrir



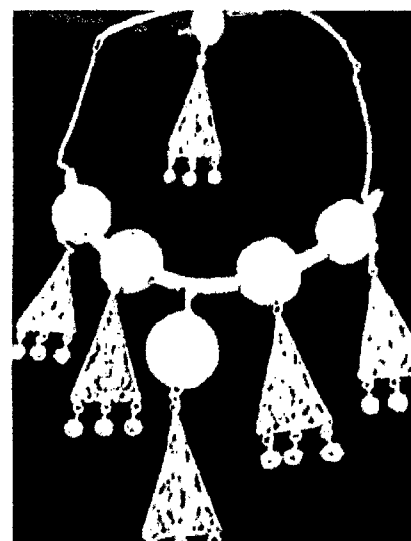
- Puno, priorizando las provincias que concentran a los productores y artesanos alpaqueros.
- Conjuntamente con el CITE Textil-Camélidos de Huancavelica, complementarán su acción para atender las zonas artesano-alpaqueras de los departamentos vecinos: Cusco y Apurímac.

Instrumentos que Utilizará para Promover la Innovación

- Capacitación itinerante y desarrollo de esquiladores.
- Mapeo de calidades de fibra.
- Diseños de prendas artesanales de fibra de alpaca.

➤ **CITE Joyería - Catacaos**

Aumentar la competitividad, elevar el nivel tecnológico, la calidad, la productividad y la capacidad de innovación de las empresas artesanales y de los artesanos individuales, generando mayor valor en la cadena productiva de la joyería y orfebrería, para incrementar la oferta exportable y la calidad de los productos destinados al mercado de consumo nacional o turístico. Paralelamente se busca lograr una mayor descentralización de la oferta.



Integrantes

- Asociación de Artesanos de Catacaos
- Universidad de Piura
- MINCETUR.

Beneficiarios

Artesanos, Asociaciones de Artesanos, talleres independientes, y empresas individuales.

Implementación

Gracias a los recursos proporcionados por la Cooperación Técnica Italiana, a la fecha se ha adquirido la totalidad de la maquinaria y equipamiento que requiere para su funcionamiento y está instalado en el local del CITE, que es propiedad de la Asociación de Artesanos de Catacaos, que lo ha cedido en uso a título gratuito.



Inauguración

Este CITE fue inaugurado por el Primer Vicepresidente de la República y Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Lic. Raúl Diez Canseco Terry, el día jueves 05 de diciembre del año 2002.

➤ **CITEs DE TURISMO**

Presentación: Del 21 al 23 de enero del 2002 se llevó a cabo el Taller Internacional relativo al acopio de datos sobre "Artesanía y Turismo", en Marruecos, organizado por la UNESCO.

Entre las principales recomendaciones se encuentra el "Proyecto de las Aldeas para el Turismo", en función de las posibilidades de comercialización de su artesanía y de su proximidad a un centro de atracción turística.

Como ejemplo tenemos el caso de Tailandia, donde se está ayudando a los aldeanos que producen y venden artesanías, a construir un Centro Turístico, donde los visitantes pueden a la vez encontrar informaciones turísticas, un pequeño restaurante, estacionamientos, salas de baño y sobre todo, comprar los productos de la localidad. En el caso de México, el FONART, que es una organización gubernamental está encargada de promocionar a los artesanos aislados, en las zonas más alejadas del país para vender sus productos en los lugares donde se encuentra la clientela, es decir en los lugares turísticos. Paralelamente, los motivan para construir aldeas artesanales que propicien la visita turística, siendo uno de sus atractivos la demostración productiva por parte de los artesanos.

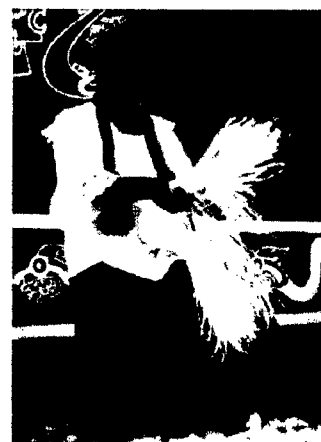
Uno de los casos más significativos es el del pueblo de Metsovo en Grecia, ubicado en una zona alejada, cerca de la frontera con Albania. Los aldeanos eran tradicionalmente pobres pastores. Ellos han logrado mejorar su artesanía gracias a un mejor uso de las materias primas locales (madera, lana) y de sus tradiciones (bordados, plata). Una fundación fue creada por y para los artesanos, con el objeto de ayudarlos a vender su artesanía, dándoles una imagen única y de calidad (asociándola al mundo de la alta costura). El modo de vida de estos pobladores cambió, sus ingresos aumentaron y más importante aún, ganaron en autoestima. La calidad de vida es tal, que todos quieren vivir en su pueblo, permaneciendo lejos de la



industrialización del país, y cuando salen, regresan lo más a menudo posible. El pueblo atrae cada vez más turistas con motivaciones específicas, sobretodo jóvenes interesados por la cultura, la equitación, las fiestas religiosas, etc. Se abrió un centro de conferencias para atraer turistas de calidad, dotado con nuevas tecnologías. La informática está en plena expansión y existe un CD-Rom, que contiene todas las informaciones concernientes al pueblo. El MINCETUR prevé la instalación en el mediano plazo de un mínimo de tres Centros de Innovación Tecnológica Turística Artesanal, los mismos que transferirán la tecnología necesaria para la construcción de las Villas Artesanales-Turísticas. Los artesanos recibirán la tecnología necesaria para la prestación de los servicios que requieran los turistas.

➤ CITE Turístico - Artesanal "Sipán" - Lambayeque

Antecedentes: La cultura Moche desarrollada en la costa norte del Perú (departamento de Lambayeque) posee importantes tesoros culturales que han dado origen a la construcción del Museo "Tumbas Reales de Sipán" de reconocido prestigio nacional e internacional, constituyendo su riqueza cultural y artesanal un recurso turístico de gran importancia. La orfebrería, cerámica y



textilería fueron sus más importantes expresiones productivas artesanales de estos antiguos peruanos que dominaron la práctica de la minería, metalurgia, forje, laminado y repujado en productos de extraordinaria belleza y simbología en oro y cobre o cobre dorado; así como en la textilería en algodón de colores naturales, blanco, marrón y pardo. Este dominio hizo que la región Moche se constituyera en una de las más importantes de su época por albergar centros de tecnología metalúrgica y orfebre de la América antigua.

Dentro de las líneas de acción del MINCETUR se encuentra la integración de los recursos y circuitos turísticos con la artesanía. En este contexto, el sector ha considerado conveniente complementar la



misión cultural que tiene el Museo "Tumbas Reales de Sipán", con una Aldea de Talleres Artesanales que expresen y repliquen con autenticidad la producción artesanal de esta cultura, potenciando de esta manera la importancia turística de la zona.

Con tal fin, se ha visto por conveniente constituir un Centro de Innovación Tecnológica Turístico-Artesanal que posibilite rescatar; mantener en valor y recoger con fidelidad la actividad artesanal de los antiguos Mochicas a través de Aldeas Artesanales en las cuales sus descendientes, los artesanos de hoy que se ubican en esa zona, participen como actores vivos, percibiéndose con realismo los métodos de la producción artesanal y su entorno cotidiano, en un contexto de integración con los circuitos turísticos de la zona.

A lo expresado se suma la contribución del CITE Sipán en la elevación del nivel de calidad de vida de la población participante, en el incremento de la producción artesanal con estándares de calidad de exportación, y en la generación de empleo.

Creación del CITE Sipán: Con fecha 3.OCT.2002 se publicó en el Diario Oficial El Peruano la R.M. N° 006-2002-MINCETUR creándose el Centro de Innovación Tecnológica Turístico-Artesanal SIPÁN - CITE SIPÁN. De esta forma se constituye en el primer CITE Turístico-Artesanal creado en el Perú.

Objetivos

Los objetivos específicos que deberá alcanzar el CITE Sipán son los siguientes:

- Mostrar al mundo turístico la actividad artesanal Mochica.
- Integrar al Museo "Tumbas Reales de Sipán" una aldea de talleres artesanales como expresión de la actividad productiva de los Mochicas.
- Expresar con fidelidad el modo de producción artesanal Mochica sobre la base de la iconografía existente.
- Integrar los recursos artesanales como parte inherente de los circuitos turísticos.



- Fomentar el turismo y la actividad artesanal como elementos que propicien una mayor actividad turística.
- Generar oportunidades de inversión y empleo en actividades conexas que redunden en el progreso de la zona.

Integrantes

- Museo Tumbas Reales de Sipán
- Asociaciones de Artesanos de Lambayeque
- Asociaciones empresariales del sector turismo de Lambayeque
- Entidades universitarias.
- MINCETUR

Beneficiarios

- Empresas ligadas al sector turismo
- Artesanos individuales
- Empresas que producen bienes artesanales
- Agentes económicos y operadores de turismo

Implementación

Con los recursos del MINCETUR se han ejecutado las obras civiles (**trazado del terreno; colocación de los puntos; y movimiento masivo de tierras**) para la instalación de las aldeas artesanales que están ubicadas dentro del Complejo del Museo y en las que se realizan representaciones en vivo de los antiguos talleres artesanales Mochicas de cerámica, tejidos, orfebrería, y chamanismo y hierbas medicinales, a través de los cuales se expone en forma vivencial ("**museos vivos**") a los turistas extranjeros y visitantes del país, la forma de vida de esta antigua cultura peruana.

Inauguración

Este CITE fue inaugurado por el Primer Vicepresidente de la República y Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Lic. Raúl Diez Canseco Terry, el día jueves 05 de Diciembre del 2002.

Localización



Oficinas, Aldea Artesanal en el departamento y provincia de Lambayeque, en la infraestructura proporcionada por el Museo "Tumbas Reales de Sipán".

Cobertura Geográfica a Cubrir

El ámbito de influencia de este CITE comprende:

- Las ciudades de Lambayeque que cuentan con recursos turísticos y artesanales
- Los departamentos limítrofes con recursos similares como la ciudad colonial de Trujillo en la Libertad, los Baños del Inca en Cajamarca, los pueblos artesanales de Catacaos y Chulucanas en Piura, Playa Hermosa en Tumbes y la Fortaleza de Kuelap en Amazonas.

➤ **CITE de Joyería Artesanal - Cajamarca**

Este CITE será el análogo de aquél que funciona en Catacaos. Con este fin, la Empresa Yanacocha ha ofrecido vender la materia prima (oro) con la modalidad del swap y con un descuento, con la condición que se generen puestos de trabajo en esta ciudad. Antes de la ley 27625 que perfeccionó el mecanismo del swap, los artesanos se veían obligados a importar el oro en forma temporal, confeccionar las joyas y venderlas al extranjero como productos de exportación. No compraban el oro nacional porque les resultaba caro pagar el 18% del IGV.



A fin de constituir este CITE, en breve se firmará un convenio marco de colaboración entre el MINCETUR, Ministerio de Educación y la Asociación Fé y Alegría.

Integrantes

- Asociación de Artesanos
- Universidad Técnica de Cajamarca
- Centro de Formación Profesional N° 11 - Cajamarca II "Comercio y Artesanía".



Beneficiarios

- Sus principales beneficiarios serán los artesanos en joyería y orfebrería de oro de Cajamarca cuya producción será más competitiva como consecuencia de la innovación tecnológica, de la calidad y de la mejora de los diseños.
- Adicionalmente, es previsible que también reciban los beneficios de la Ley 27625, que perfecciona el swap pre-existente, permitiendo que los productores auríferos vendan localmente su producción de oro, sin pérdida de crédito tributario.
- Antes de la vigencia de esta Ley, los productores de joyería de oro tenían que importarlo bajo el régimen de admisión temporal, teniendo que pagar fletes, seguros, comisiones a las agencias de aduanas y enfrentar, eventualmente, demoras en los despachos. El incurrir en estos gastos elevaba los costos de producción y hacía perder competitividad.
- En el Perú la actividad joyera da trabajo a ocho mil artesanos y se prevé que ésta nueva norma sobre el swap, recupere poco a poco los niveles de desarrollo y crecimiento que registró en otras épocas. Cabe recordar que en 1989 ella daba ocupación a alrededor de 20 mil personas. Las previsiones indican que en Cajamarca se generará 2,000 nuevos puestos de trabajo en actividades vinculadas a la actividad de joyería de exportación.
- Para el departamento de Cajamarca, hay un dato de género muy importante a tener en cuenta. El estimado de empleo de mujeres tejedoras dedicadas a la confección de cadenas de oro a destajo, indica que son 1,900 las trabajadoras dedicadas a esta actividad. Por efecto del nuevo swap, se calcula que se generarán 300 puestos adicionales para soldadoras y otros puestos administrativos permanentes.

➤ CITE Peletería - Sicuani



Elevar el nivel de la productividad haciendo que la producción peletera sea competitiva, innovando y transfiriendo tecnología en el mejoramiento de materias primas e insumos, así como de diseños para el mercado nacional, y fundamentalmente el internacional.

Campo de Acción

En las siguientes fases del proceso productivo artesanal peletero:

a) Aseo y curtido de la materia prima:

Para limpiar la lana del cuero de las alpacas, carneros, chivos o conejos.

b) Descarnación:

Luego del lavado y el enjuagado, el peletero debe realizar el descarnado que consiste en sacar con ganchos de metal los residuos de carne y sebo que hubiesen quedado adheridos al cuero.

c) Moldeado del cuero:

Esto se realiza fijando los cueros en tableros de distintos tamaños. Dándole una forma peculiar, el peletero debe colocar clavos en todo su contorno, lo cual permitirá un adecuado estiramiento.

d) Unido de piezas:

Luego de diseñar las plantillas de las prendas a confeccionar, se procede al corte y a la unión de las piezas con la máquina peletera.

Integrantes

- Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco
- Municipalidad Provincial de Canchis
- Asociación de Artesanos Peleteros de Sicuani
- MINCETUR.

Beneficiarios

Las Asociaciones de Artesanos Peleteros, los Talleres Artesanales, y artesanos individuales.

Implementación





El local será proporcionado por la Municipalidad Provincial de Canchis y la maquinaria de fabricación local e internacional ha sido adquirida por la Cooperación Técnica Italiana.

➤ **CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas**

El CITE Utcubamba – Amazonas es el noveno que se integra a la red de CITEs de Artesanía y Turismo y beneficiará a 400 artesanos y a otras 300 personas aproximadamente, involucradas en la actividad turística de la región Amazonas.

Tiene como objetivo aumentar la competitividad, elevar el nivel tecnológico, la calidad, productividad y la capacidad de innovación de las empresas orientadas al



mercado de consumo turístico nacional e internacional; así como, promover el desarrollo empresarial asegurando soluciones técnicas que permitan el mejoramiento y la modernidad de los productos de las diversas líneas artesanales.

Las entidades fundadoras son: Caritas Diocesana Chachapoyas, Escuela Nacional Autónoma de Bellas Artes, Asociación de Artesanía Ecológica Cohechan, Asociación de Artesanos Huaschanchana, Asociación Comunal productiva de Artesanía Textil Pachamaituna, Asociación de Tejedoras de María, Asociación de Artesanos La Cusana de Huancas, Universidad Alas Peruanas – Filial Chachapoyas, Asociación Comunal de Turismo Cocachimba, Asociación Comunal de Turismo Conila-Cohechan, Asociación comunal de Turismo Leimebamba, Asociación Comunal de Turismo Pakatambo – Lamud, Asociación Comunal de Turismo Juan el Osito de la Jalca Grande.

Creación e Inauguración

Se levanta el Acta Fundacional en el mes de octubre del año 2009, tiempo después es reconocido como Centro de Innovación Tecnológica el 19 de febrero del año 2010, y se suscribe el Convenio entre el MINCETUR y el CITE Utcubamba – Amazonas el 26 de agosto del



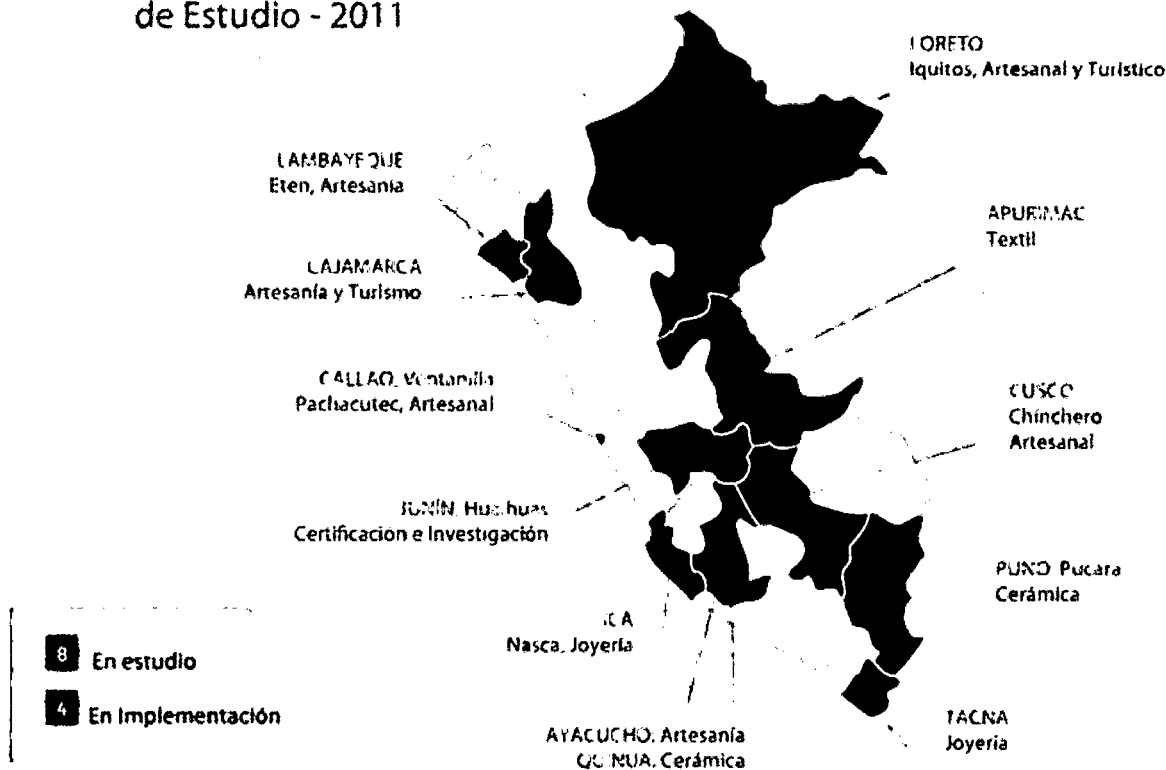
año 2010; realizándose la primera transferencia de fondos el 11 de octubre del mismo años.

El lanzamiento oficial del CITE Utcubamba – Amazonas se realizó el 15 de marzo del año 2011.

CITEs DE ARTESANIA EN PROCESO DE CONSTITUCION

Proyectos CITE de Artesanía y Turismo

En Proceso de Implementación o de Estudio - 2011



Fuente: Boletín N° 02 Red de CITEs - 2010

➤ CITEs de Artesanías: Ayacucho - Cusco - Iquitos - Huancayo

Mejorar la competitividad internacional del sector de las artesanías peruanas mediante diseños mejorados, calidad y desempeños superiores, aplicación de mejores técnicas de gerencia y mercadotecnia y aumento de la productividad gracias a la aplicación de nuevas tecnologías e innovaciones.

Integrantes

- Asociaciones de Artesanos de cada localidad



- Universidades
- Instituciones privadas que trabajen en actividades vinculadas a la artesanía
- MINCETUR.

Beneficiarios

- **En Ayacucho:** los artesanos que se desempeñan en las especialidades de tallado en piedra, textiles y cerámica. Este CITE cuenta con un local cedido en uso para tal fin por la Dirección Regional de Educación de Ayacucho (R.D.R. N° 02197 del 18.Jul.2002)
- **En Cusco,** los artesanos que se desempeñan en las especialidades de imaginería, tejidos de punto y cerámica.
- **En Iquitos,** los artesanos que se desempeñan en las especialidades de cerámica. tela pintada, madera tallada, cerámica y fibras vegetales.
- **En Huancayo,** los artesanos que se desempeñan en las especialidades de tejidos planos, filigrana de plata, cerámica y mates burilados.

Cooperación Técnica Internacional – ONUDI

En marzo del año 2002, se firmó con ONUDI un Programa de Cooperación para la mejora de la competitividad internacional de la artesanía peruana. Una parte importante de este Programa constituye el envío de expertos internacionales quienes coadyuvarán al desarrollo de este Programa, estimando ONUDI que esta labor le irrogará un gasto de US\$ 160,000.



CAPITULO V

PLANTEAR ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL CITE
UTCUBAMBA AMAZONAS

5.1. DIAGNOSTICO

Para conocer cuales serían las estrategias de competitividad para el CITE Utcubamba Amazonas, se ha tenido en cuenta realizar encuestas que nos permitan conocer o medir a través de ellas, la situación actual y la aceptación que tiene la artesanía en la ciudad de Chachapoyas, reflejado en los resultados de las encuesta realizadas a los turistas nacionales, turistas internacionales y comercializadores de artesanía.

Para conocer la muestra, tanto de los turistas nacionales como de los turistas internacionales, se utilizo el método aleatorio simple, obtuvimos lo siguiente:

$$n = \frac{N * K^2 * p * q}{(N * E^2) + (K^2 * p * q)}$$

Donde:

- n : Tamaño de muestra
- N : Población
- K : Valor de la tabla nominal para un valor de significación; K= 1.96
- p : Probabilidad de Éxito; p = 0.5
- q : Probabilidad de Fracaso; q = 0.5
- E : Nivel de Error; E = 0.09

POBLACION	CANTIDAD
Turistas Nacionales (arribos a Chachapoyas - 2010)	73,978
TOTAL	73,978

Fuente: MINCETUR – Estadística 2010

a) Turistas Nacionales:

$$\frac{(73,978) * ((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5)}{((73,978) * ((0.09) * (0.09))) + (((1.96) * (1.96)) * (0.5) * (0.5))}$$

$$n = 118$$

Total de Turistas Nacionales a encuestar: 118



b) Turistas Internacionales:

POBLACION	CANTIDAD
Turistas Internacionales (arribos a Chachapoyas - 2010)	5,077
TOTAL	5,077

Fuente: MINCETUR – Estadística 2010

$$\frac{(5,077)*((1.96)*(1.96))*(0.5)*(0.5)}{((5.077) * ((0.09)*(0.09)))+ (((1.96)*(1.96))*(0.5)*(0.5))}$$

$$n = 116$$

Total de turistas internacionales a encuestar: 116

c) Comercializadores de Artesanía:

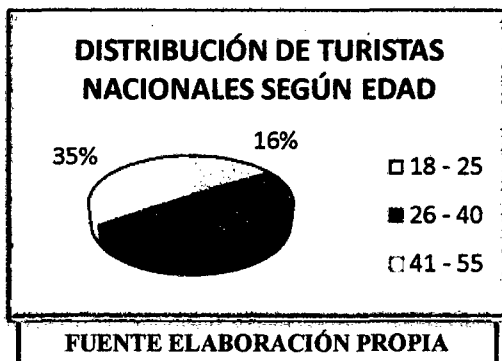
Con respecto a los comercializadores de artesanía a encuestar, se considero a todas los lugares de la ciudad de Chachapoyas donde se vende artesanía. El total es de 13 establecimientos entre ellos las tiendas dedicadas solo a la venta de artesanía.

5.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN DEMANDA

a) Turistas Nacionales

Muestra: 118

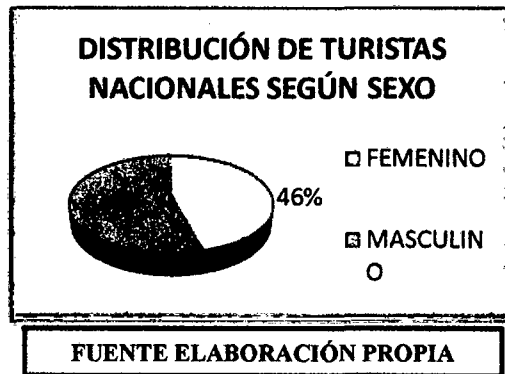
GRAFICO N° 01: Edad de los Turistas Nacionales



- **EDAD:** De los 118 turistas encuestados, el 16% (19 turistas nacionales) tienen entre 18 a 25 años de edad, el 49% (58 turistas nacionales) tienen entre 26 y 40 años, mientras que el 35% (41 turistas nacionales) tienen entre 41 y 55 años de edad.

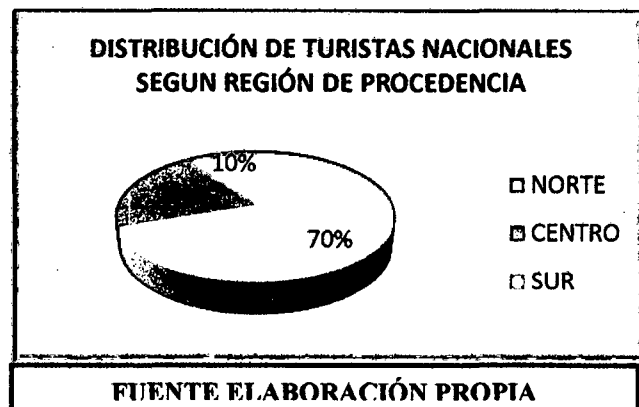


GRAFICO N° 02: Determinar el sexo de los Turistas Nacionales



- **SEXO:** De los 118 turistas encuestados, el 46% son de sexo femenino (54 turistas nacionales), y el 54% restante son de sexo masculino (64 turistas nacionales).

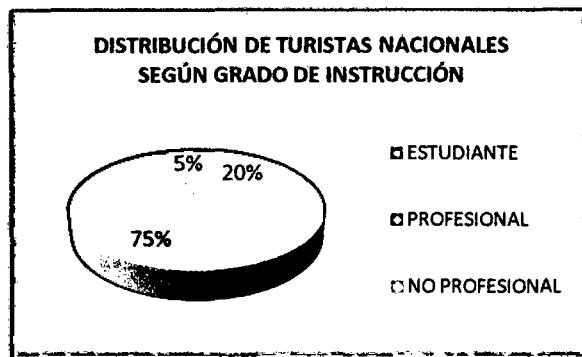
GRAFICO N° 03: Procedencia de los Turistas Nacionales



- **PROCEDENCIA:** De los 118 turistas encuestados, el 70% vienen del norte del país (82 turistas nacionales), el 20% del centro del país (24 turistas nacionales), y el 10% del sur del país (12 turistas nacionales).



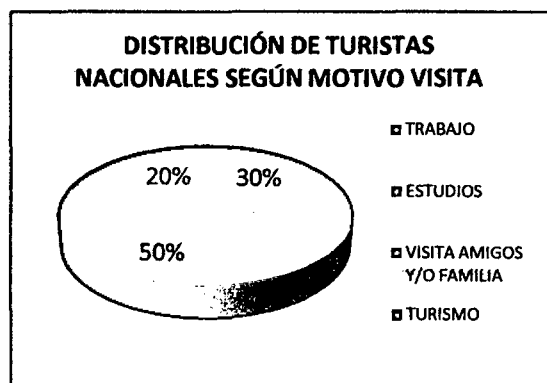
GRAFICO N° 04: Grado de Instrucción de los Turistas Nacionales



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **GRADO DE INSTRUCCIÓN:** De los 118 turistas encuestados, el 75% son profesionales (89 turistas nacionales), el 20% son estudiantes (23 turistas nacionales), y el 5% son no profesionales (6 turistas nacionales).

GRAFICO N° 05: Determinar el Motivo de Visitas de los Turistas Nacionales

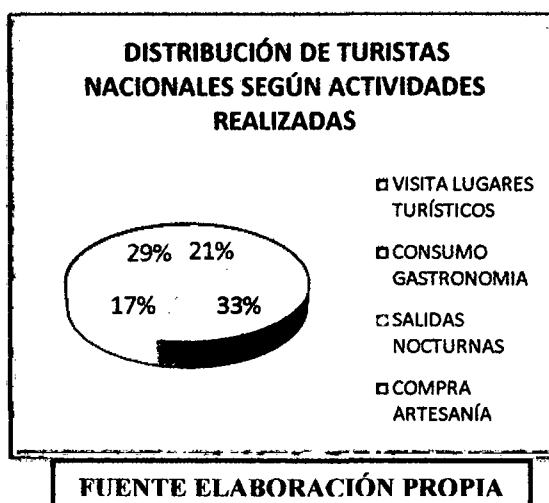


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **MOTIVO DE VISITA:** De los 118 turistas encuestados, el 50% su motivo de visita es para visitar a amigos y/o familia (59 turistas nacionales), el 30% por trabajo (35 turistas nacionales), y el 20% por turismo (24 turistas nacionales).

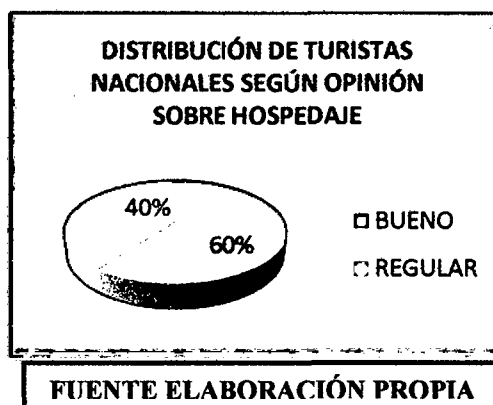


GRAFICO N° 06: Actividades Realizadas de los Turistas Nacionales



- **ACTIVIDADES REALIZADAS:** De los 118 turistas encuestados, el 33% consumen gastronomía (112 turistas nacionales), el 29% compran artesanía (100 turistas nacionales), el 21% visitan lugares turísticos (59 turistas nacionales), el 17% realizan salidas nocturnas (71 turistas nacionales).

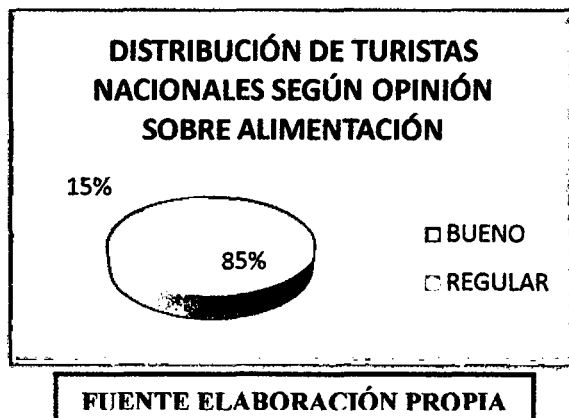
GRAFICO N° 07: Determinar la opinión de los turistas nacionales sobre el servicio de hospedaje en Chachapoyas



- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE:** De los 118 turistas encuestados, el 60% opina que el servicio de hospedaje en Chachapoyas es bueno (71 turistas nacionales), y el 40% opina que el servicio de hospedaje es regular (47 turistas nacionales).

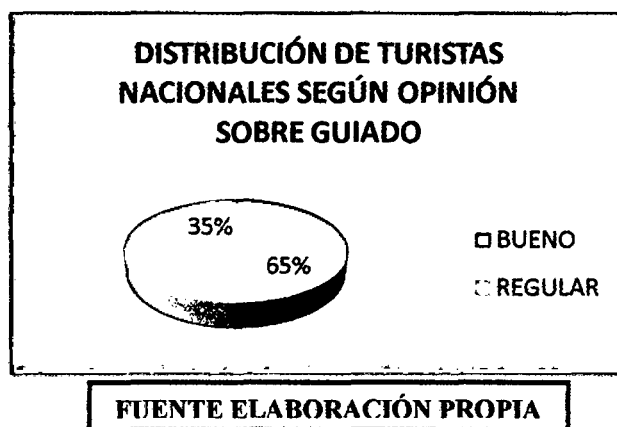


GRAFICO N° 08: Determinar las opinión de los turistas nacionales sobre el servicio de alimentación en Chachapoyas



- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN:** De los 118 turistas encuestados, el 85% opina que el servicio de alimentación en Chachapoyas es bueno (100 turistas nacionales), y el 15% opina que el servicio de alimentación es regular (18 turistas nacionales).

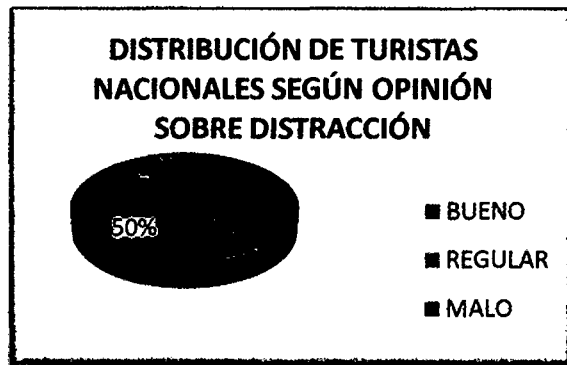
GRAFICO N° 09: Determinar las opinión de los turistas nacionales sobre el servicio de guiado en Chachapoyas



- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE GUIADO:** De los 118 turistas encuestados, el 65% opina que el servicio de guiado en Chachapoyas es bueno (77 turistas nacionales), y el 35% opina que el servicio de guiado es regular (41 turistas nacionales).



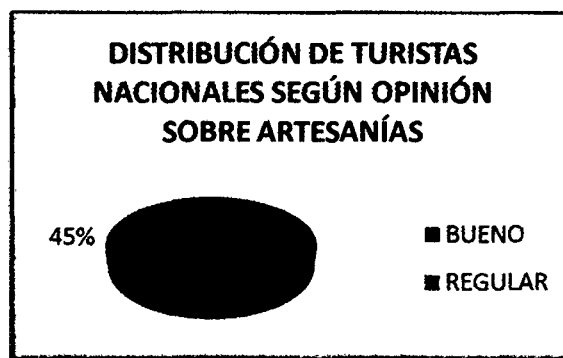
GRAFICO N° 10: Determinar las opinión de los turistas nacionales sobre la distracción en Chachapoyas



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DEL SERVICIO EN DISTRACCIÓN:** De los 118 turistas encuestados, el 40% opina que el servicio en distracción en Chachapoyas es bueno (47 turistas nacionales), el 50% opina que el servicio en distracción es regular (59 turistas nacionales), 10% opina que el servicio en distracción es malo (12 turistas nacionales).

GRAFICO N° 10: Determinar las opinión de los turistas nacionales sobre el servicio de distracción en Chachapoyas

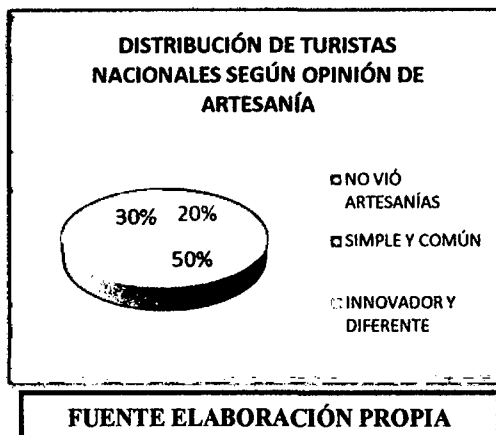


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DEL SERVICIO EN LAS ARTESANÍAS:** De los 118 turistas encuestados, el 55% opina que el servicio en las artesanías en Chachapoyas es bueno (65 turistas nacionales), el 45% opina que el servicio en las artesanías es regular (53 turistas nacionales).

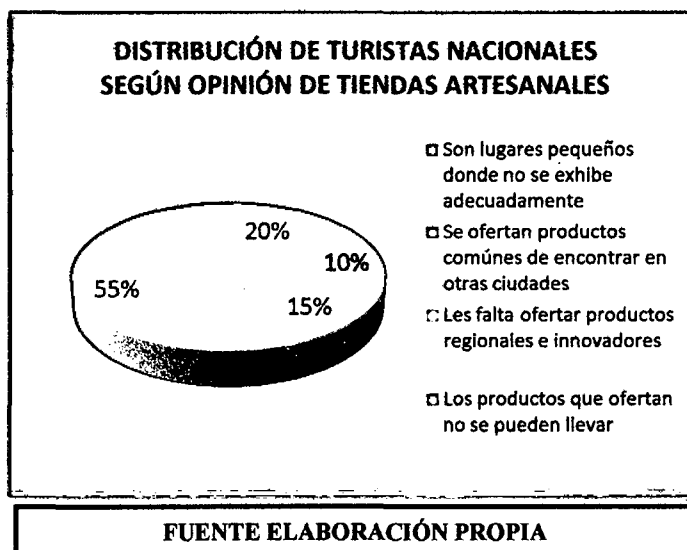


GRAFICO N° 12: Determinar la opinión de los turistas nacionales sobre la artesanía de Chachapoyas



- **OPINIÓN DE LA ARTESANÍA:** De los 118 turistas encuestados, el 20% opina que no vio artesanía en Chachapoyas (24 turistas nacionales), el 50% opina que la artesanía es simple y común (59 turistas nacionales) y el 30% opina que la artesanía es innovadora y diferente (35 turistas nacionales).

GRAFICO N° 13: Determinar la opinión de los turistas nacionales sobre las tiendas de artesanía

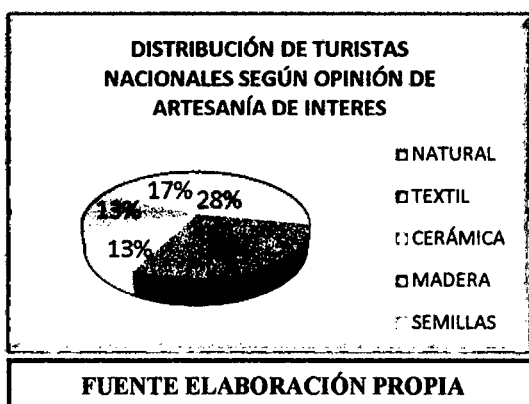


- **OPINIÓN DE LAS TIENDAS ARTESANALES:** De los 118 turistas encuestados, el 20% opina que las tiendas de artesanía en Chachapoyas son lugares pequeños donde no se exhibe los productos adecuadamente (24



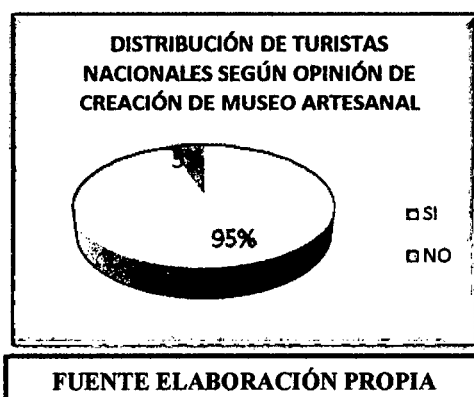
turistas nacionales), el 10% opina que se ofertan productos comunes de encontrar en otras ciudades (12 turistas nacionales) el 15% opina que falta ofertar productos regionales e innovadores (18 turistas nacionales) y el 55% opina que los productos que se oferta no se puede llevar a su lugar de origen(65 turistas nacionales).

GRAFICO N° 14: Determinar la artesanía que le gusta a los turistas nacionales



- **OPINIÓN DE LA ARTESANÍA DE INTERÉS:** De los 118 turistas encuestados, el 28% opina que le gusta la artesanía natural (33 turistas nacionales), el 29% opina que le gusta los textiles (35 turistas nacionales) el 13% opina que le gusta la cerámica (15 turistas nacionales), el 13% opina que le gusta la artesanía en madera (15 turistas nacionales) y el 17% opina que le gusta la artesanía con semillas (20 turistas nacionales).

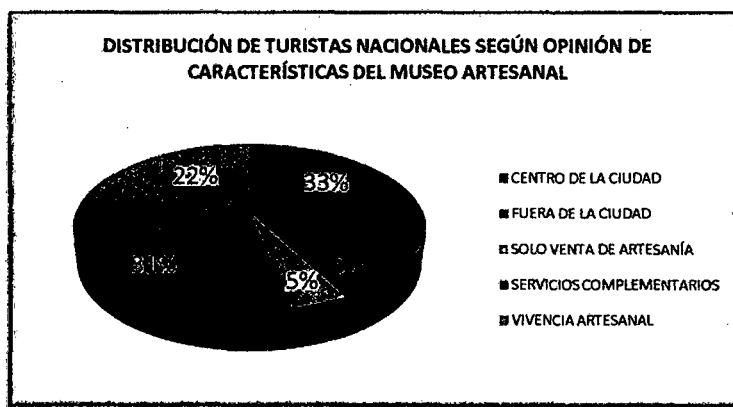
GRAFICO N° 15: Determinar la opinión de los Turistas Nacionales sobre la creación de un museo artesanal con servicios complementarios en Chachapoyas





- > **CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:** De los 118 turistas encuestados, el 95% opina que se debe de crear un museo de artesanía en Chachapoyas (112 turistas nacionales) y el 5% opina que no se debe de crear un museo de artesanía (6 turistas nacionales).

GRAFICO N° 16: Determinar las características del lugar por los turistas nacionales



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

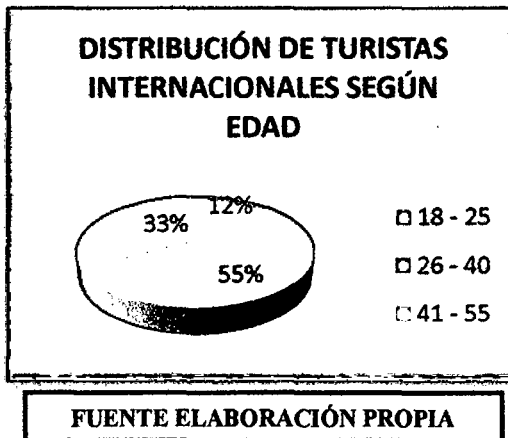
- > **CARACTERÍSTICAS DEL MUSEO ARTESANAL:** De los 118 turistas encuestados, el 33% opina que el museo artesanal debería ser en centro de la ciudad (89 turistas nacionales), el 9% opina que debería ser fuera de la ciudad (24 turistas nacionales) el 5% opina que solo se debería vender artesanía (12 turistas nacionales), el 31% opina que debería tener servicios complementarios (83 turistas nacionales) y el 22% opina que debería contar con vivencia artesanal (59 turistas nacionales).



b) **Turistas Internacionales**

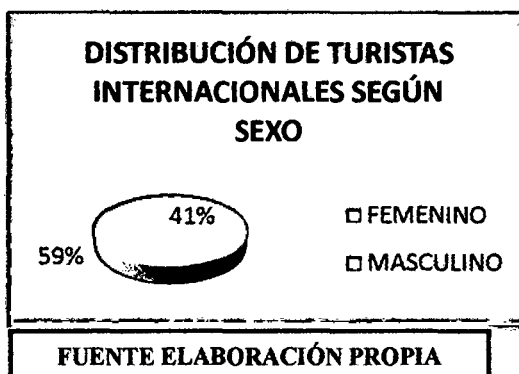
Muestra: 116

GRAFICO N° 17: Edad de los Turistas Internacionales



- **EDAD:** De los 116 turistas encuestados, el 12% tienen entre 18 a 25 años (36 turistas internacionales), el 55% tienen entre 27 a 37 años de edad (64 turistas internacionales) y el 14% tienen entre 36 y 55 años de edad (16 turistas internacionales).

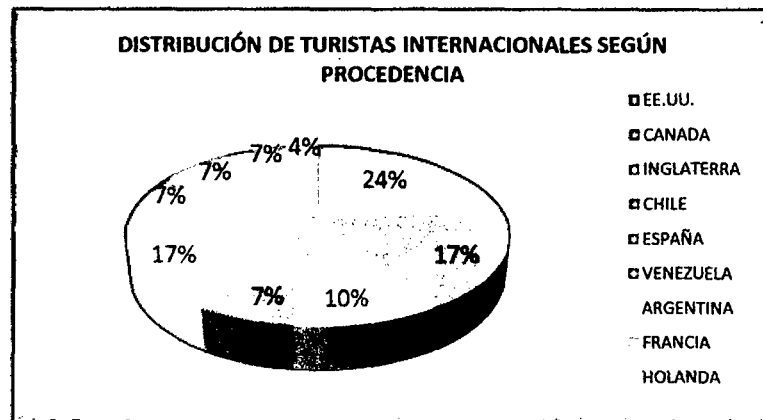
GRAFICO N° 18: Determinar el sexo de los Turistas Internacionales



- **SEXO:** De los 116 turistas encuestados, el 41% es de sexo femenino (48 turistas internacionales) y el 59% es de sexo masculino (68 turistas internacionales).



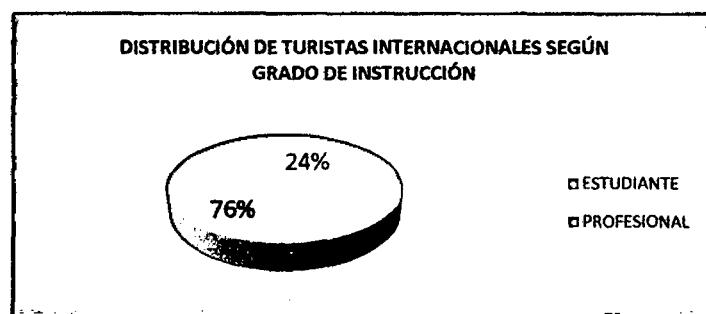
GRAFICO N° 19: Procedencia de los Turistas Internacionales



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **PROCEDENCIA:** De los 116 turistas encuestados, el 24% son de EE.UU. (28 turistas internacionales), el 17% son de Canadá (20 turistas internacionales), el 10% son de Inglaterra (12 turistas internacionales), el 7% son de Chile (8 turistas internacionales), el 17% son de España (20 turistas internacionales), 7% son de Venezuela, Argentina y Francia respectivamente (8 turistas internacionales respectivamente) y el 4% son de Holanda (4 turistas internacionales).

GRAFICO N° 20: Grado de Instrucción de los Turistas Internacionales

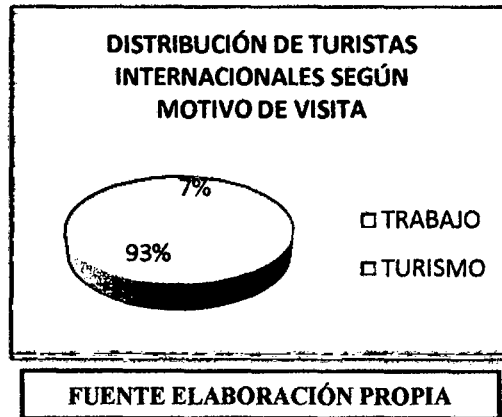


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **GRADO DE INSTRUCCIÓN:** De los 116 turistas encuestados, el 24% son estudiantes (28 turistas internacionales) y el 76% son profesionales (88 turistas internacionales).

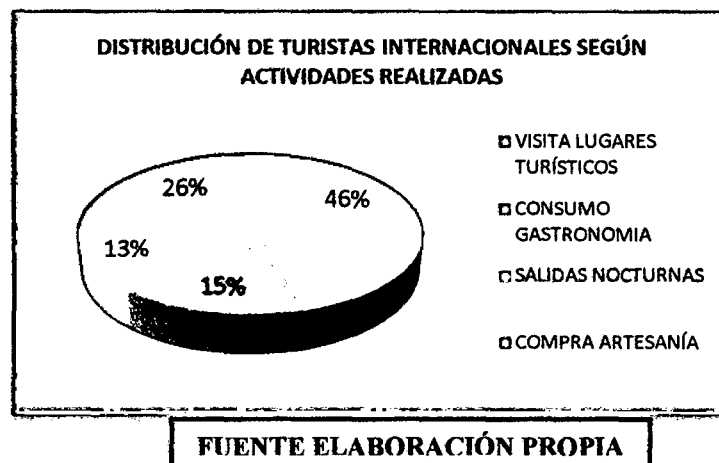


GRAFICO N° 21: Determinar el Motivo de Visitas de los Turistas Internacionales



- **MOTIVO DE VISITA:** De los 116 turistas encuestados, el 7% su motivo de visita a Chachapoyas es por trabajo (8 turistas internacionales) y el 93% es por turismo (108 turistas internacionales).

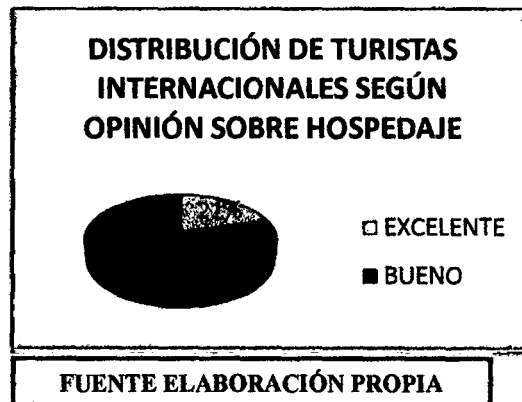
GRAFICO N° 22: Actividades Realizadas de los Turistas Internacionales



- **ACTIVIDADES REALIZADAS:** De los 116 turistas encuestados, el 46% visita lugares turísticos (112 turistas internacionales), el 15% consume gastronomía (36 turistas internacionales), el 13% realiza salidas nocturnas (32 turistas internacionales) y el 26% compra artesanía (64 turistas internacionales).



GRAFICO N° 23: Determinar las opinión de los turistas internacionales sobre el servicio de hospedaje en Chachapoyas



- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE:** De los 116 turistas encuestados, el 21% opina que el servicio de hospedaje en Chachapoyas es excelente (24 turistas internacionales), y el 79% opina que el servicio de hospedaje es bueno (92 turistas internacionales).

GRAFICO N° 24: Determinar las opinión de los turistas internacionales sobre el servicio de alimentación en Chachapoyas



- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN:** De los 116 turistas encuestados, el 24% opina que el servicio de alimentación en Chachapoyas es excelente (28 turistas internacionales), el 62% opina que el servicio de alimentación es bueno (72 turistas internacionales) y el 14% opina que el servicio de alimentación es regular (16 turistas internacionales).



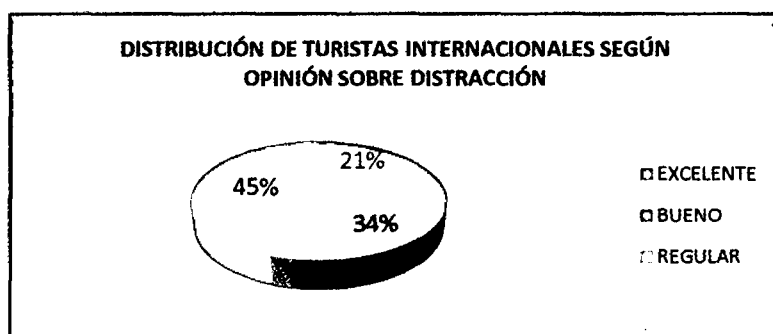
GRAFICO N° 25: Determinar las opinión de los turistas internacionales sobre el servicio de guiado en Chachapoyas



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DEL SERVICIO DE GUIADO:** De los 116 turistas encuestados, el 3% opina que el servicio de guiado en Chachapoyas es excelente (4 turistas internacionales), el 59% opina que el servicio de guiado es bueno (68 turistas internacionales) y el 38% opina que el servicio de guiado es regular (44 turistas internacionales).

GRAFICO N° 26: Determinar las opinión de los turistas internacionales sobre el servicio de distracción en Chachapoyas

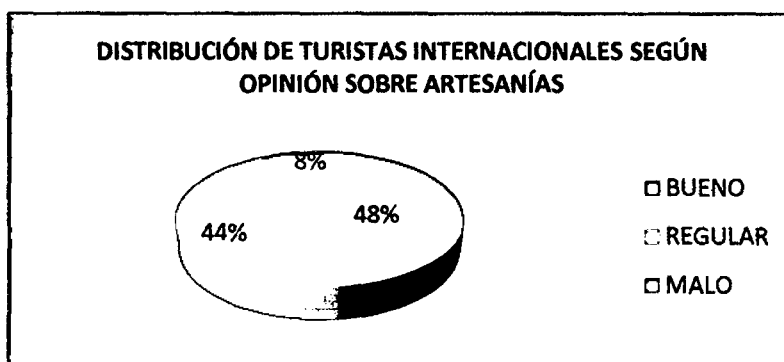


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DEL SERVICIO EN DISTRACCIÓN:** De los 118 turistas encuestados, el 21% opina que el servicio en distracción en Chachapoyas es excelente (24 turistas internacionales), el 34% opina que el servicio en distracción es bueno (40 turistas internacionales), 45% opina que el servicio en distracción es regular (52 turistas internacionales).



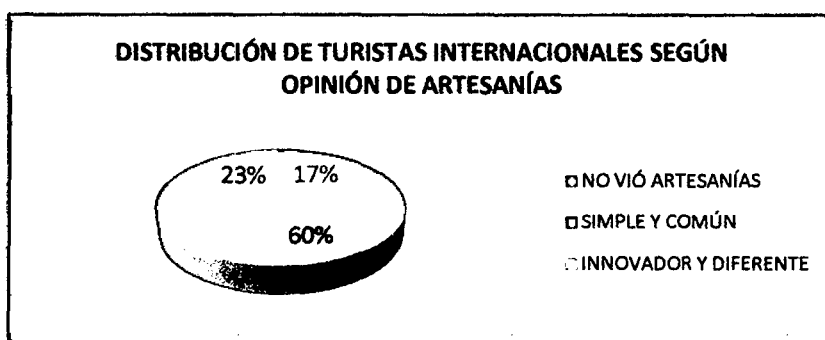
GRAFICO N° 27: Determinar las opinión de los turistas internacionales sobre el servicio de artesanía en Chachapoyas



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DEL SERVICIO EN LAS ARTESANÍAS:** De los 116 turistas encuestados, el 48% opina que el servicio en las artesanías en Chachapoyas es bueno (56 turistas internacionales), el 44% opina que el servicio en las artesanías es regular (51 turistas nacionales) y el 8% opina que el servicio en las artesanías es malo (9 turistas nacionales).

GRAFICO N° 28: Determinar la opinión de los turistas internacionales sobre la artesanía de Chachapoyas

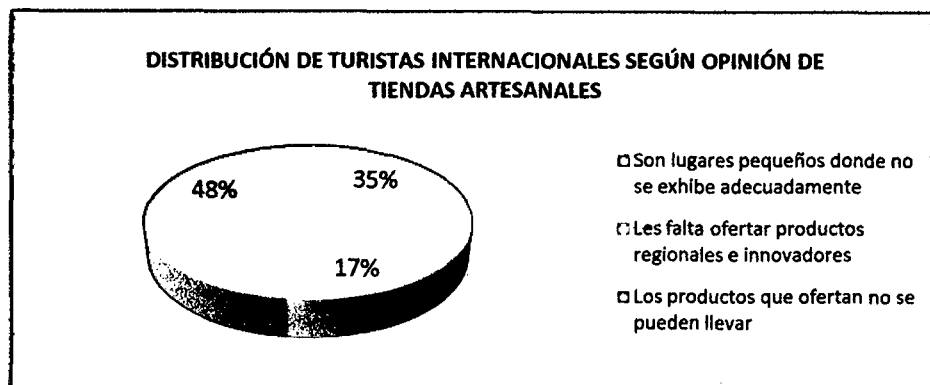


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DE LA ARTESANÍA:** De los 116 turistas encuestados, el 17% opina que no vio artesanía (20 turistas internacionales), el 60% opina que la artesanía es simple y común (70 turistas nacionales) y el 23% opina que la artesanía es innovadora y diferente (26 turistas nacionales).



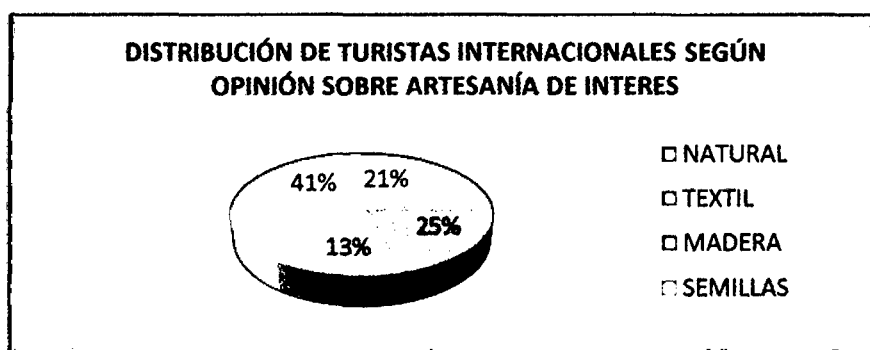
GRAFICO N° 29: Determinar la opinión de los turistas internacionales sobre las tiendas de artesanía



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DE LAS TIENDAS ARTESANALES:** De los 116 turistas encuestados, el 35% opina que las tiendas que venden artesanía son lugares pequeños donde no se exhibe adecuadamente los productos (40 turistas internacionales), el 17% opina que falta ofertar productos regionales e innovadores (20 turistas nacionales) y el 48% opina que los productos que se oferta no se pueden llevar a su lugar de origen (56 turistas nacionales).

GRAFICO N° 30: Determinar la artesanía del interés de los turistas internacionales



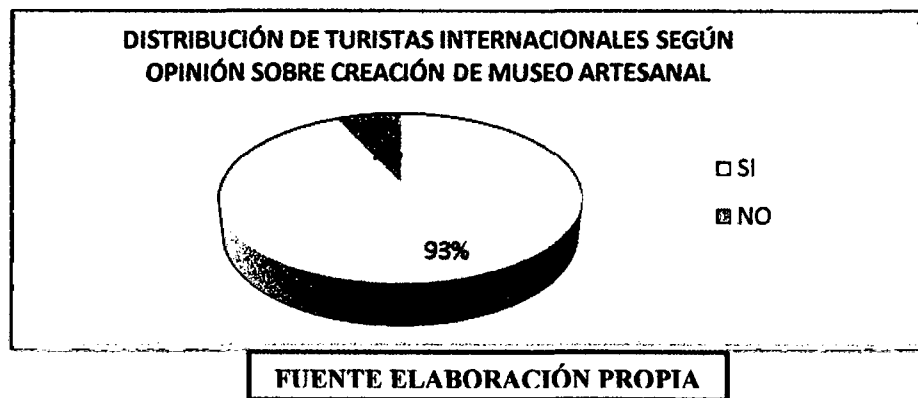
FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **OPINIÓN DE LA ARTESANÍA DE INTERÉS:** De los 116 turistas encuestados, el 21% opina que le gusta la artesanía natural (25 turistas internacionales), el 25% opina que le gusta los textiles (29 turistas internacionales), el 41% opina que le gusta la artesanía de madera (48 turistas nacionales) y el 13% opina que le gusta la artesanía de semillas (15 turistas nacionales).



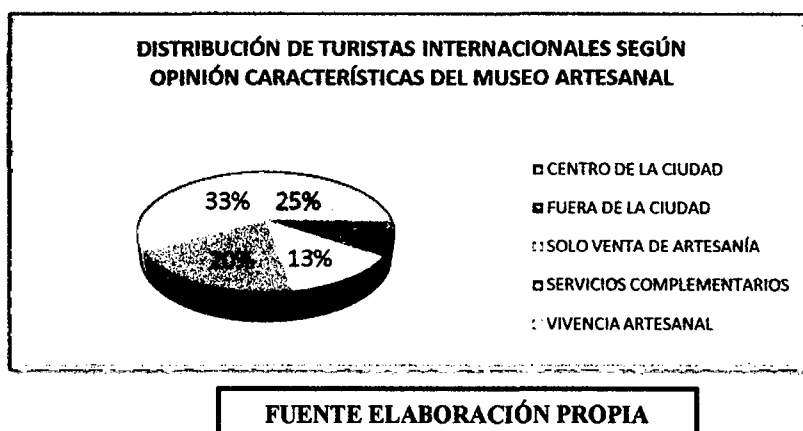
internacionales) el 13% opina que le gusta la artesanía en madera (16 turistas internacionales) y el 41% opina que le gusta la artesanía con semillas (48 turistas internacionales).

GRAFICO N° 31: Determinar la opinión de los Turistas Internacionales sobre la creación de un museo artesanal con servicios complementarios en Chachapoyas



- **OPINIÓN DE LA CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON SERVICIOS COMPLEMETARIOS:** De los 116 turistas encuestados, el 93% opina que si se debería crear un museo artesanal en Chachapoyas (108 turistas internacionales) y el 7% opina que no debería crearse el museo artesanal (8 turistas internacionales).

GRAFICO N° 32: Determinar las características del museo artesanal por los turistas internacionales





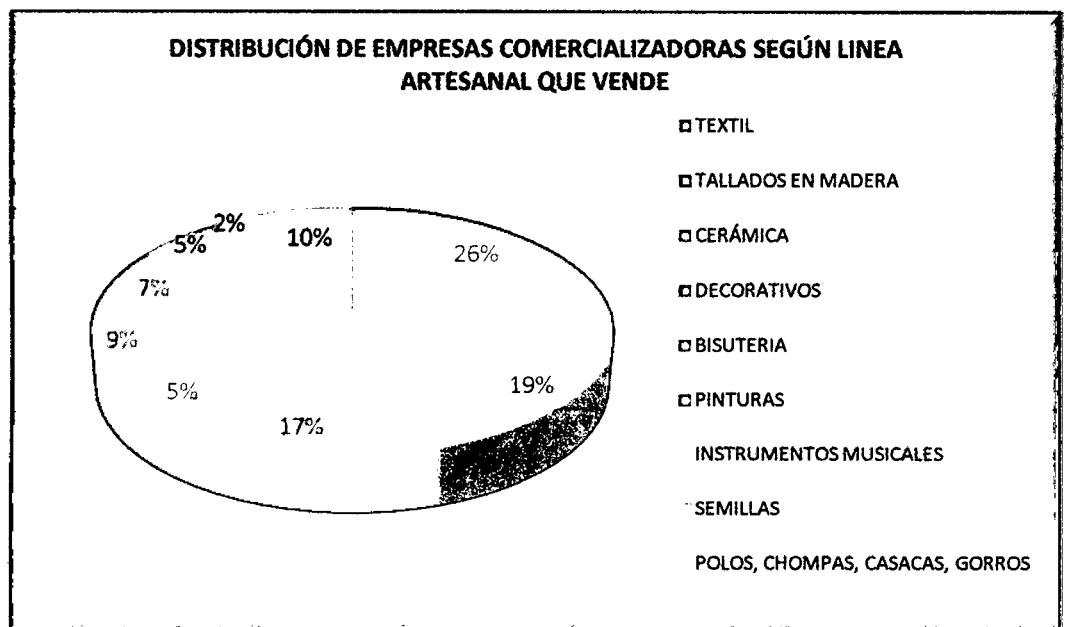
- **CARACTERÍSTICAS DEL MUSEO ARTESANAL:** De los 116 turistas encuestados, el 25% opina que debería ubicarse en el centro de la ciudad (56 turistas internacionales), el 9% opina que debería ubicarse fuera de la ciudad (20 turistas internacionales), el 13% opina que solo se debería vender artesanía (28 turistas internacionales), el 20% opina que se debería incluir servicios complementarios (44 turistas internacionales) y el 33% opina que se debería incluir vivencia artesanal (72 turistas internacionales).

5.3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN OFERTA

a) Comercializadores de Artesanía

Muestra: 13

GRAFICO N° 01: Determinar la línea artesanal de los comercializadores de artesanía



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

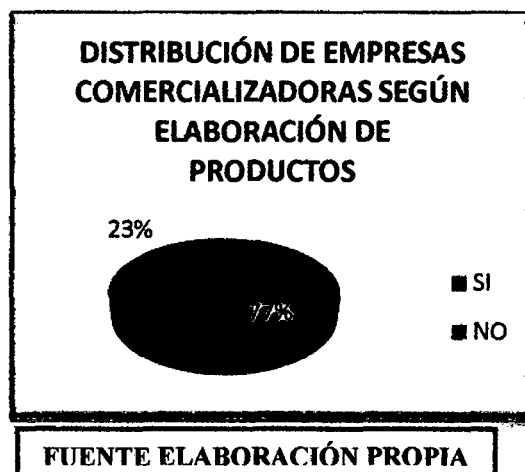
- **LÍNEA ARTESANAL:** De los 12 comercializadores de artesanía encuestados, el 26% vende textiles (11 comercializadores de artesanía), el 19% vende tallados en madera (8 comercializadores de artesanía), el 17% vende cerámica (7 comercializadores de artesanía), el 5% vende artesanía

ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



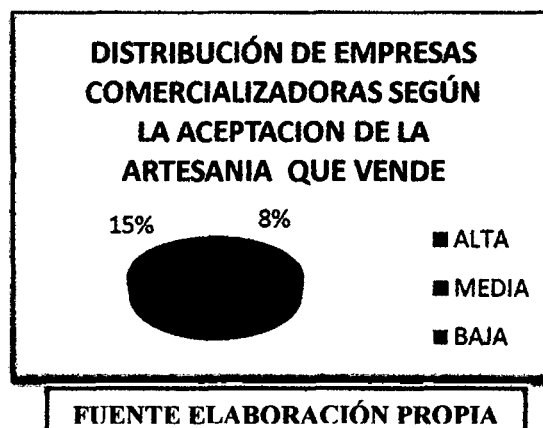
decorativa (2 comercializadores de artesanía), el 9% vende bisutería (4 comercializadores de artesanía), el 7% vende pinturas (3 comercializadores de artesanía), el 5% vende instrumentos musicales (2 comercializadores de artesanía), el 2% vende artesanía con semillas (1 comercializadores de artesanía) y el 10% vende polos, chompas, casacas y gorros (4 comercializadores de artesanía).

GRAFICO N° 02: Conocer si él comercializador elabora algún producto que vende



- **ELABORACIÓN DE PRODUCTOS:** De los 13 comercializadores de artesanía encuestados, el 77% elabora la artesanía que vende (10 comercializadores de artesanía) y el 23% no elabora la artesanía que vende (3 comercializadores de artesanía).

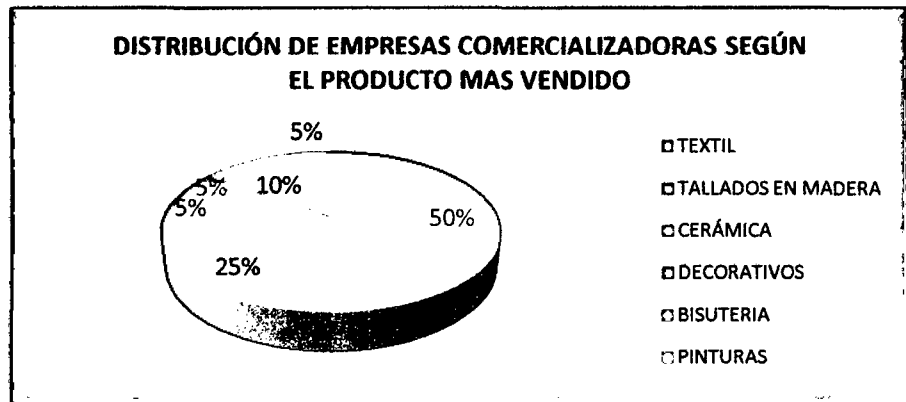
GRAFICO N° 03: Determinar el grado de aceptación de los turistas a la artesanía





- **ACEPTACIÓN DE ARTESANÍA:** De los 13 comercializadores de artesanía encuestados, el 8% afirma que la aceptación de la artesanía que vende es alta (1 comercializadores de artesanía), el 75% afirma que la aceptación de la artesanía de que vende media (10 comercializadores de artesanía) y el 17% afirma que la aceptación de la artesanía que vende es baja (2 comercializadores de artesanía).

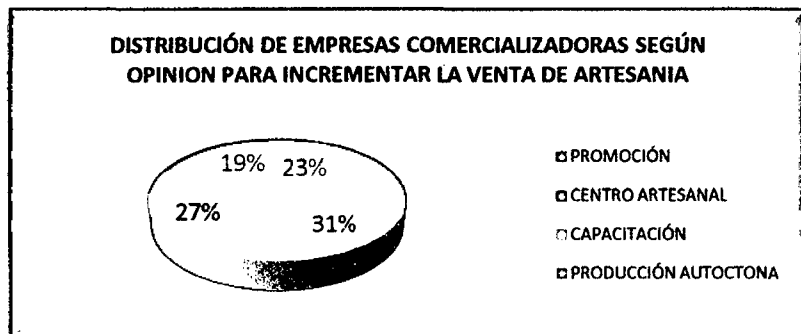
GRAFICO N° 04: Determinar que producto tiene mayor acogida



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **ARTESANÍA QUE MÁS SE VENDE:** De los 13 comercializadores de artesanía encuestados, los productos que más se venden son los textiles con un 50% y los tallados en madera con un 25% seguido de polos 10%, artesanía decorativa, bisutería y artesanía con semillas con un 5% respectivamente.

GRAFICO N° 05: Opinión para incrementar la venta de la artesanía



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA



➤ **OPINIÓN PARA INCREMENTAR LA VENTA DE ARTESANÍA:**

De los 13 comercializadores de artesanía encuestados, el 23% opina que se debería promocionar la artesanía (6 comercializadores de artesanía), el 31% opina que se debería crear un centro artesanal (8 comercializadores de artesanía), el 27% opina que se debería brindar capacitación a los artesanos (7 comercializadores de artesanía) y el 19% opina que la producción de artesanía debería ser autóctona (5 comercializadores de artesanía).



INVENTARIO DE TIENDAS ARTESANALES

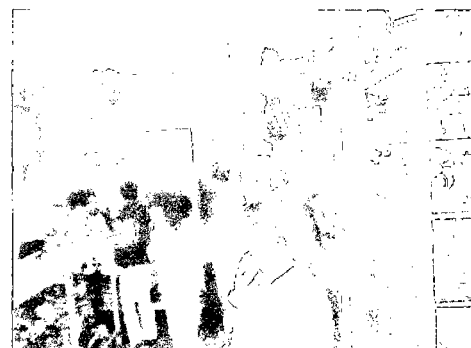
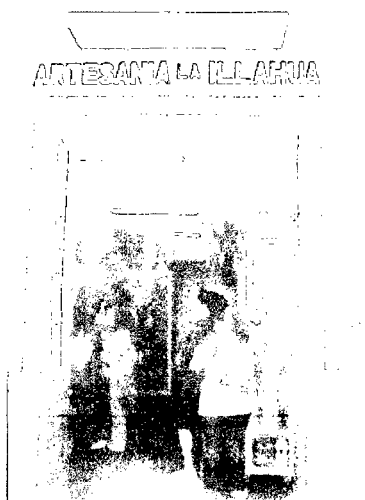
RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA "KUYACC"
PROPIETARIO	SR. ARMANDO VALLADOLID CALDERÓN
DIRECCIÓN	JR. ORTIZ ARRIETA N° 446
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, TALLADOS EN MADERA, ARCILLA Y CUERO, BISUTERIA, LLAVEROS
PROVEEDOR	<ul style="list-style-type: none"> — PENAL DE HUANCAS: MADERA — JALCA: TEXTILES — CAJAMARCA: CERÁMICA Y TEXTIL — CUZCO: TEXTILES



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL

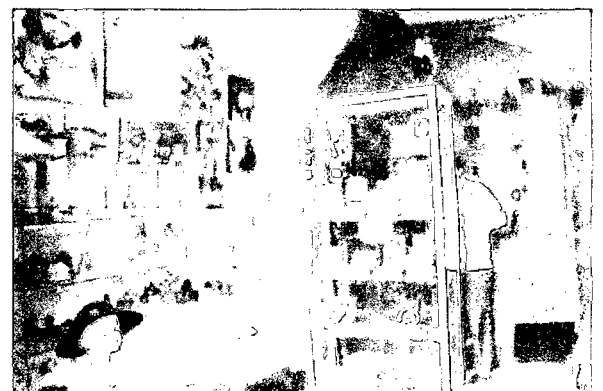
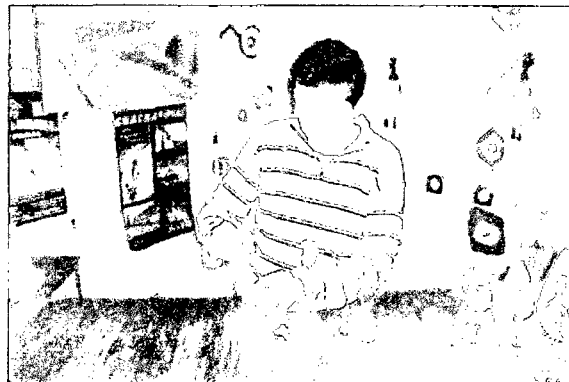


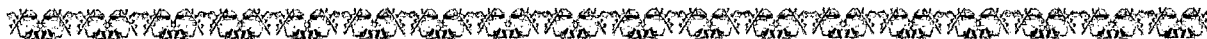
RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA "LA ILLAHUA"
PROPIETARIO	SRA. YOJANI VILCARROMERO VALLE
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS N° 814
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, TALLADOS EN MADERA, CERÁMICA AL FRÍO, ARMADO EN PIEDRA, BISUTERÍA, LLAVEROS
PROVEEDOR	— PENAL DE HUANCAS: MADERA



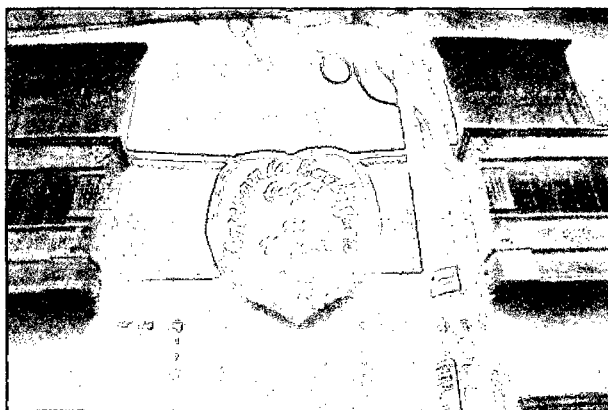


RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA Y TRAJES TÍPICOS “EL NATIVO”
PROPIETARIO	SR. NERLI LÓPEZ ARISTA
DIRECCIÓN	JR. ORTIZ ARRIETA N° 680
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, TALLADOS EN MADERA, CERÁMICA AL FRÍO, CUADROS, LLAVEROS
PROVEEDOR	— PENAL DE HUANCAS: MADERA — SRA. SOFIA VASQUEZ MARTINEZ: TEXTIL



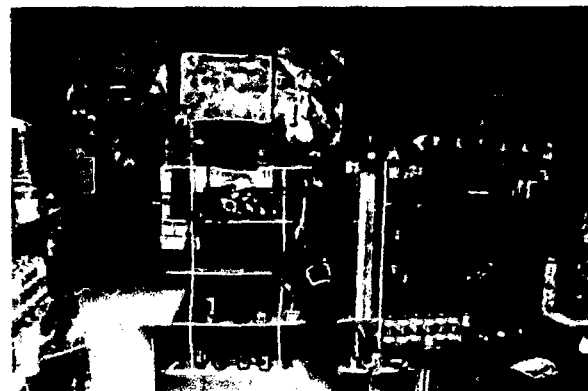
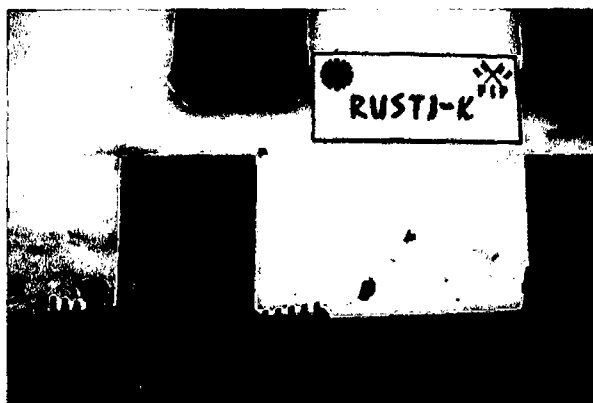


RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA ECOLÓGICA “COLIBRÍ Y LOS NOGALES”
PROPIETARIO	SR. ANAXIMANDRO VALDEZ TORRES
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS Nº 371 - 363
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, TALLADOS EN MADERA, DECORATIVO, LLAVEROS
PROVEEDOR	— PROPIO





RAZÓN SOCIAL	“RUSTI-K E.I.R.L.”
PROPIETARIO	CARITAS DEL PERÚ
DIRECCIÓN	JR. ORTIZ ARRIETA N° 676
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, TALLADOS EN MADERA, CERÁMICA, DECORATIVO, CUADROS
PROVEEDOR	— COMUNIDADES QUE INTEGRAN EL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS



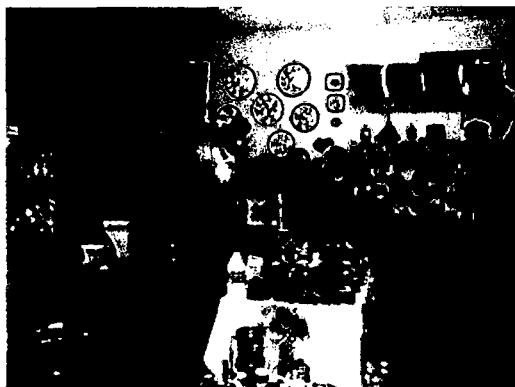


RAZÓN SOCIAL	AMAZON CORP E.I.R.L "KENKOS"
PROPIETARIO	SRA. ELVIA DAVILA AQUINO
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS N° 1041
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	POLOS, GORROS, CASACAS, PANTALONES Y BISUTERIA
PROVEEDOR	PROPIA





RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA Y PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES "DULCE AMAZONAS"
PROPIETARIO	SRA. JESSICA MUÑOZ MARIN
DIRECCIÓN	JR. TRIUNDO Nº 846
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, MADERA, VIDRIO, LOSA, CERÁMICA, TEJIDO, BISUTERIA, ALFARERIA
PROVEEDOR	ARTESANOS DE LA REGIÓN





RAZÓN SOCIAL	ARTESANÍA "ETNIKA"
PROPIETARIO	SRA. WILMA NOELIA MORI PIZARRO
DIRECCIÓN	JR. GRAU N° 649
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, MADERA, CERÁMICA, CUERO, JOYERIA, POSTALES Y CUADROS
PROVEEDOR	<ul style="list-style-type: none"> - LIMA (CHOMPAS) - LA JALCA (TEXTILES) - LA CUSANA (CERÁMICA)





RAZÓN SOCIAL	TIENDAS "FAM"
PROPIETARIO	SRA. LILIANA AMPUERO MEZA
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS N° 921
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	TEXTIL, MADERA, CERÁMICA
PROVEEDOR	ARTESANOS LOCALES





INVENTARIO DE ARTESANOS – CHACHAPOYAS

NOMBRES Y APELLIDOS	SR. ARMANDO VALLADOLID CALDERÓN	
DIRECCIÓN	JR. SANTA ANA Nº 1164	
LÍNEA ARTESANAL	TEJIDO	
PRODUCCIÓN	PULSERAS	
TÉCNICAS	CREACIÓN PROPIA Y ARTESANAL	
INSUMOS	FIBRAS NATURALES, SEMILLAS (HUAIRUROS)	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO

NOMBRES Y APELLIDOS	SR. HECTOR QUINTANA TENORIO	
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS Nº 1041	
LÍNEA ARTESANAL	CUERO, ALGODÓN, MADERA	
PRODUCCIÓN	POLOS, CASACAS, GORROS, PANTALONES, BISUTERIA	
TÉCNICAS	ESTAMPADO Y APLICACIONES	
INSUMOS	ESTAMPADO LASER, POLOS DE ALGODÓN, CASACAS (CUERO, POLAR, APLICACIONES DE TEXTIL)	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO

ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SRA. ADITA DELGADO LÓPEZ HERRERA	
DIRECCIÓN	JR. SANTO DOMINGO Nº 1305	
LÍNEA ARTESANAL	DECORATIVOS, TEXTIL	
PRODUCCIÓN	CUADROS Y PORTACELULARES	
TÉCNICAS	ARTESANAL CREATIVO	
INSUMOS	YUTE, MADERA, CARRIZO, PEGAMENTO (SILICONA), LANA	
COMERCIALIZACIÓN	RUSTI-K	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



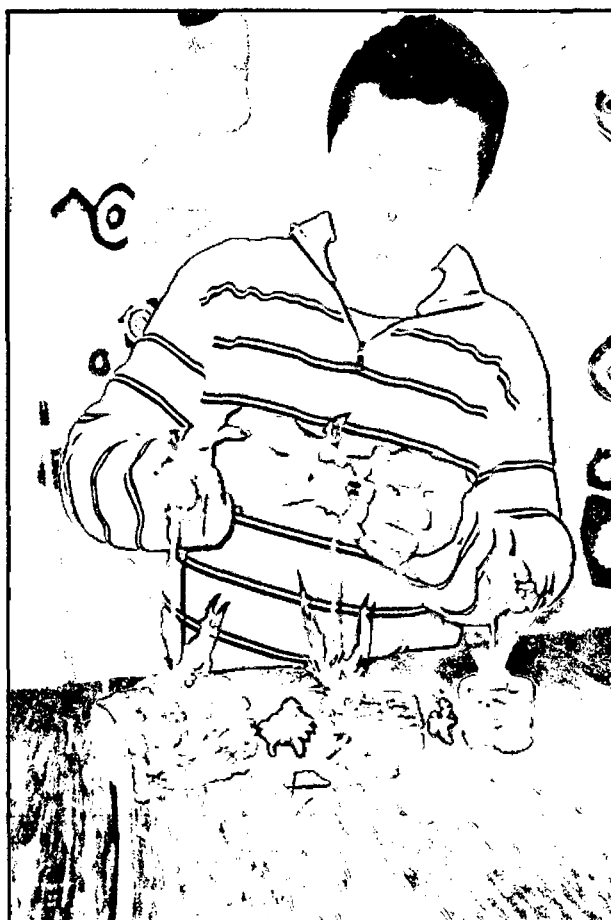
NOMBRES Y APELLIDOS	SR. ANAXIMANDRO VALDEZ TORRES	
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS Nº 371 – 363	
LÍNEA ARTESANAL	TALLADO EN MADERA, DECORATIVOS UTILITARIOS	
PRODUCCIÓN	COFRES, PORTAFOTOS, MATES, AZAFATES, LAMPARAS, MESAS, LLAVEROS	
TÉCNICAS	AUTODIDACTAS, COMÚNES DEL MEDIO, SIN USO DE LA TECNOLOGÍA	
INSUMOS	NOGAL, RAICES, FIBRA DE CABUYA, CACTUS, CERMAS, CUERNOS DE RES, SEMILLAS, TOTORILLA	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SR. DAVID CABANILLAS CABANILLAS	
DIRECCIÓN	JR. ORTIZ ARRIETA N° 580	
LÍNEA ARTESANAL	CERÁMICA AL FRIO	
PRODUCCIÓN	ORQUIDEAS DECORATIVAS	
TÉCNICAS	PROPIA	
INSUMOS	CHUÑO, COLA SINTÉTICA, GOMA TRAGACANTO, MOLDES	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SRA. YOJANI VILCARROMERO VALLE	
DIRECCIÓN	JR. AMAZONAS N° 814	
LÍNEA ARTESANAL	TEXTIL, CERÁMICA AL FRIO, ARMADO EN PIEDRA	
PRODUCCIÓN	BUFANDAS, CHOMPAS, BOLSOS, ORQUIDEAS DECORATIVAS	
TÉCNICAS	CREACIÓN PROPIA, CALLUA EN CINTURA Y TEJIDO A MANO	
INSUMOS	LANA DE OVEJA, LANA INDUSTRIAL, LANA EN MADEJA	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SR. ORLANDO DELGADO CHUQUIZUTA	
DIRECCIÓN	AV. ANGELA SABARBEÍN CDRA. 08	
LÍNEA ARTESANAL	TALLADOS EN MADERA	
PRODUCCIÓN	JUGUETERIA, LAMPARAS, BAULES	
TÉCNICAS	PROPIOS Y COMERCIALES	
INSUMOS	MADERA, PEGAMENTOS, LACA TINER Y TIENTES	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SRA. JESSICA MUÑOZ MARIN	
DIRECCIÓN	JR. CHINCHA ALTA Nº 316	
LÍNEA ARTESANAL	VIDRIO, LOSA, BISUTERIA, MADERA	
PRODUCCIÓN	COPAS, PLATOS, TEQUILERAS, ARETES, COLLARES COLLETS, CUADROS, LAMPARAS, TARJETAS	
TÉCNICAS	TÉCNICA VITRAL, TÉCNICA DE GALERIA RÚSTICA	
INSUMOS	CRISTAL, LOSA, MADERA, FANTASÍA FINA, PLATA, SEMILLAS, HUESO	
COMERCIALIZACIÓN	LOCAL PROPIO	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO

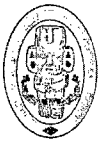


ORGANIZACIÓN DE UN CITE ARTESANAL



NOMBRES Y APELLIDOS	SRA. MILIA ESPERANZA MENDOZA CHUQUIPIONDO	
DIRECCIÓN	SANTO TOMAS – ARTESANÍA LA LLICLLA	
LÍNEA ARTESANAL	TEXTIL	
PRODUCCIÓN	BOLSOS, TELARES, POLLERAS, PONCHOS, PAÑO DE MANOS, CHALECOS, COJINES, MONEDEROS, CARTERAA, VESTIDOS Y ALFOMBRAS	
TÉCNICAS	TELAR DE CINTURA	
INSUMOS	LANA DE OVEJA, ALGODÓN, HILO SINTÉTICO;	
COMERCIALIZACIÓN	FERIAS	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO

NOMBRES Y APELLIDOS	SRA. LINDAURA SALAZAR CHUMBE	
DIRECCIÓN	PSJE. MIRAFLORES N° 275	
LÍNEA ARTESANAL	TEXTILES	
PRODUCCIÓN	BORDADOS, TEJIDOS, CARTERAS Y ACABADOS	
TÉCNICAS	CROCHET, PALITOS, BASTIDORES	
INSUMOS	LANA DE OVEJA, LANA SINTÉTICA, ALGODÓN, TEXTILES	
COMERCIALIZACIÓN	FERIAS Y EN RUSTI-K	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



CAPITULO VI

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

6.1. CREACIÓN DE UN MUSEO ARTESANAL CON SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS

- **Tipo de Museo:** Museo de Artesanía
- **Ubicación:** Esquina del Jr. Triunfo cdra. 7 y Jr. La Merced cdra. 6
- **Infraestructura:** De construcción semejante a una Casona.
- **Diseño:** diseño arquitectónico chachapoyano.
- **Ambientes:** Dividida en cuatro espacios, con jardines los cuales albergará:
 - **Sala de Exhibición:** Donde se exhibirá la artesanía elaborada y también las obras de arte elaboradas por los alumnos y docentes de la Escuela Nacional Superior Autónoma de Bellas Artes – Filial Chachapoyas.
 - **Sala de Elaboración de Vivencia Artesanal:** Donde el cliente podrá experimentar y conocer las diversas técnicas artesanales de nuestra región, el cliente elaborará el producto y se lo llevará de recuerdo.
 - **Café Boutique:** En este espacio el cliente disfrutará del sabor y aroma del café ecológico de nuestra región y a su vez tener la facilidad de adquirir los productos artesanales que incluyan la decoración del lugar y por las noches el cliente disfrutará de nuestras bebidas típicas acompañado de música agradable.
 - **Sala para Realización de Eventos:** Este espacio podrá ser alquilado por las distintas instituciones públicas o privadas para la realización de sus eventos institucionales y por las noches contaremos con el servicio de bufets regionales acompañado de la presentación de las noches culturales, mostrando la variedad de danzas de nuestra región.

Además se realizará un cronograma de actividades mensuales de exposiciones de diferente tipo que propicien la visita recurrente de turistas y población local; algunos ejemplos pueden ser la representación de la trayectoria de la artesanía en Amazonas, la muestra de todas las técnicas que se utilizan para trabajar las distintas líneas artesanales, así como también se muestre las herramientas de trabajo de los artesanos a través de los años, en fin existen



muchas opciones para mostrar a los turistas las raíces de cultura Chachapoyas, en general en este tipo de exposiciones se pueden aprovechar como un atractivo turístico complementario.

➤ **Producto Auxiliar**

Teléfonos

Sanitarios

Módulo de información

➤ **Producto de Apoyo**

Café boutique

Servicio de Exhibición de artesanía y obras de artes

➤ **Producto Aumentado**

Eventos

Talleres

Espectáculos musicales y exposiciones culturales.

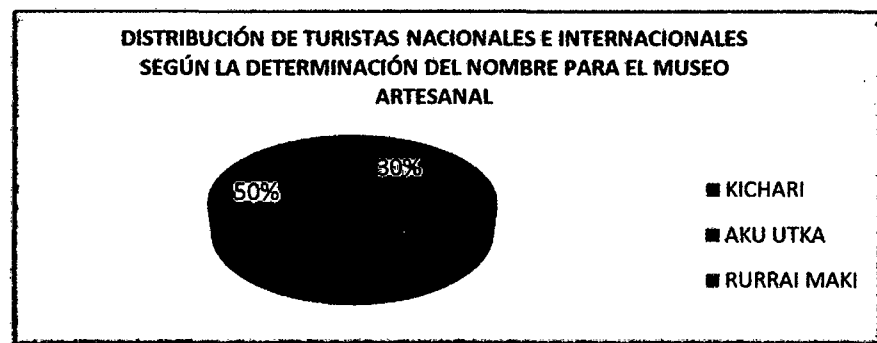
Salones de eventos

6.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA CONOCER EL NOMBRE Y LOGO DEL MUSEO ARTESANAL

✦ Turistas Nacionales e Internacionales:

Muestra: 30

GRAFICO N° 01: Determinar el Nombre del Museo Artesanal

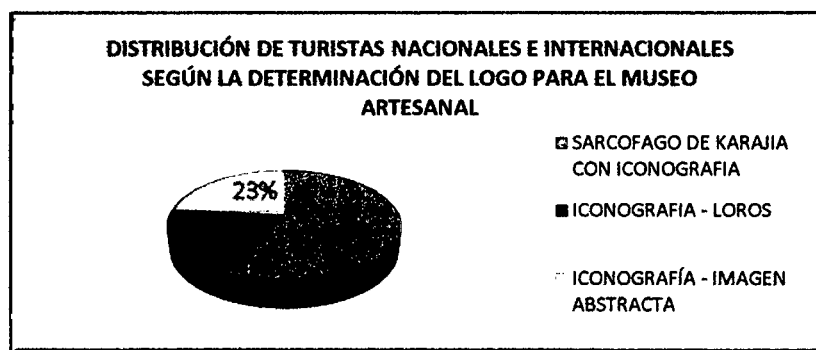


FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **NOMBRE DEL MUSEO ARTESANAL:** De los 30 turistas encuestados, el nombre Kichari obtuvo un 30% de preferencia, el nombre Aku Utká un 20% y el nombre Rurrai Maki un 50% de preferencia.



GRAFICO N° 01: Determinar el Logo del Museo Artesanal



FUENTE ELABORACIÓN PROPIA

- **NOMBRE DEL MUSEO ARTESANAL:** De los 30 turistas encuestados, el logo de Iconografía con imagen abstracta obtuvo un 23% de preferencia, el logo iconografía con loros un 20% y el logo sarcófago de karajia un 57% de preferencia.

6.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS CON RESPECTO AL NOMBRE Y LOGO DEL MUSEO ARTESANAL

- **NOMBRE: Museo Artesanal “Rurrai Maki”**

El museo artesanal tiene el nombre de “Rurrai Maki” nace del Quechua Chachapoyas – Lamas que significa Manos que Crean; este nombre se logró con la realización de una encuesta a turistas nacionales e internacionales (30 turistas), para elegir entre tres posibles nombres, del cual salió elegido Rurrai Maki.

El nombre Rurrai Maki representa a todas las manos artesanales amazonenses, manos que con creatividad, belleza, armonía y autenticidad logran mostrar la riqueza única de la artesanía que caracteriza a nuestra tierra.

- **SLOGAN: “Hecho Para Ti”**

El slogan “Hecho para Ti” es a donde queremos llegar, a cada uno de ustedes; infraestructura, productos, eventos todo hecho para ti, porque nuestro motor es nuestro cliente satisfacer su necesidad y mostrar que es lo más importante.



> **LOGO**



El logo está inspirado en la Cultura Chachapoyas, el Sarcófago de Karajia representa a la cultura y también a las manos que lo hicieron, nuestros antepasados que nos muestran con barro, carrizo y pinturas naturales el gran trabajo artesanal y ancestral que heredamos; la Iconografía mostrada en la cabeza del Sarcófago procedente de la Laguna de los Cóndores nos muestra más allá de cultura, el reflejo de los cerros en los que se encierra nuestra tierra y el sol saliente atrás de ellos.

Las letras también son parte de nuestra cultura con parte de la iconografía que nos caracteriza.

El logo también fue escogido en base a la encuesta para elegir nombre y logo con dos diseños más de los cuales resultó escogido el logo mostrado ya fusionado con el nombre y slogan.

> **ANÁLISIS FODA:**

Se realiza este estudio para conocer la situación actual de la artesanía y poder establecer nuestra Misión, Visión y Objetivos.

DEBILIDADES

- Insuficiencia de fuentes estadísticas y de estudios en profundidad sobre la Artesanía.
- Necesidad de contar con un Registro actualizado de artesanos y artesanas de Amazonas.
- Bajo nivel de asociacionismo.



- Individualismo en las actuaciones de los artesanos y artesanas (carácter fuertemente individualista) y, por consiguiente, escasa cultura de cooperación.
- Falta de una cultura empresarial en el sector que obstaculiza la existencia de una óptima gestión.
- Desarrollo desigual del sector artesanal y zonas geográficas.
- Necesidad de intensificar la oferta vinculada específicamente a la actividad artesanal.
- Deficiente aplicación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de fórmulas de distribución comercial.
- Poca capacidad de innovación en la aplicación del diseño a la producción.
- Falta de adaptación de los productos artesanales a las nuevas necesidades y requerimientos de la demanda.
- Reducidos esfuerzos promocionales, por parte del sector, de sus productos artesanos (falta de promoción del producto artesanal amazonense).
- Falta de iniciativas comunes de comercialización y de puntos de ventas.
- Percepción por parte del artesanado de un escaso reconocimiento y valoración social.
- El sector artesanal no cuenta con productos diversificados.
- Baja calidad de productos artesanales.
- Presencia de economía de subsistencia.
- El valor del producto artesanal es superior al precio que impone el mercado.
- No contar con un centro artesanal donde se puede reunir a todos los artesanos de la región.

AMENAZAS

- Competencia de productos industriales sustitutivos.
- Tendencia a la desaparición de algunos oficios artesanos tradicionales.
- Existencia de ferias mal enfocadas.
- Desastres naturales.
- Imitación de los productos ofertados.



FORTALEZAS

- Existencia de diversidad de cultura iconográfica, flora y fauna para el manejo de nuevos diseños artesanales.
- Interés por parte del artesano en querer mejorar sus técnicas y diseños, para cubrir la necesidad de las nuevas tendencias de mercado.
- Componente cultural de los productos artesanales.
- Elemento potenciador en la promoción turística y comercial de ciertas zonas, como puede ser, áreas rurales.
- Capacidad de venta directa al cliente de los productos artesanos sin intermediación comercial.

OPORTUNIDADES

- Nuevas formas de comercialización.
- Creación de puntos de ventas artesanales y comercialización conjunta.
- Creación del Museo Artesanal con Servicios Complementarios en la ciudad de Chachapoyas.
- Incremento de la producción de artesanía nacional de calidad, con mayor y mejor promoción.
- Interés por parte del gobierno, para incrementar el conocimiento y comercialización de la artesanía, a través de ferias internacionales en el país (Perú Moda y Perú Gift Show).
- Insertar nuevos diseños como elemento de apertura a nuevos nichos de mercado
- Importancia turística y patrimonial de la región.
- Complementariedad con otros sectores económicos como el turismo.
- Interés creciente por los productos artesanales.
- Recuperación y puesta en valor de objetos y oficios tradicionales.
- Potencialidades que se generarían con la implantación de fórmulas de cooperación y asociación entre los artesanos.
- Promoción del sector artesano amazonense mediante la creación del Registro Nacional de Artesanos.



MISIÓN: Ofertar artesanía de alta calidad y autenticidad, creativos e innovadores, en el mercado nacional e internacional, con tecnologías ecológicas, en un ambiente laboral armónico, promoviendo los valores de la comunidad y su historia; donde usted experimentará y conocerá la elaboración de cada producto, disfrutará de nuestros servicios de café boutique y noches de folklore, garantizando un servicio de calidad.

VISIÓN: Consolidarnos como la empresa líder en la venta de artesanía de calidad y la prestación de servicios.

OBJETIVOS:

- Diversificar los productos artesanales encontrándolos en un solo lugar.
- Innovar con la implantación de nuevas líneas artesanales y diseños bajo las nuevas tendencias del mercado actual.
- Incrementar la venta de artesanía para que el artesano valore más su trabajo.



DISCUSIONES

Según los resultados de las encuestas realizadas a los turistas nacionales e internacionales, dan a conocer la opinión acerca del producto artesanal, obteniendo como resultado que el cliente no se encuentra totalmente satisfecho con el producto final que ofertan en las distintas tiendas de comercialización artesanal, ya que manifiestan que el producto no muestra diversificación, autenticidad ni calidad.

Con respecto a la artesanía, el resultado de las encuestas manifiestan que los productos no cuentan con la facilidad para poder ser llevados a los lugares de procedencia de los turistas.

Las tiendas de artesanía son muy pequeños y sobrecargados no permitiendo la visualización de los productos a ofertar.

La preferencia de los turistas al comprar un producto artesanal se ve inclinada por los textiles.

La creación del museo artesanal que incluya servicios complementarios a generado gran interés en por los turistas y artesanos.

La aceptación por parte de los turistas a la artesanía ofertada se encuentra en un nivel medio.

La mayor parte de productos artesanales son elaborados por los comercializadores.

Los artesanos coinciden en sugerir que es necesario contar con capacitación, producción autóctona, la creación de un museo artesanal y promoción, para lograr así un mayor incremento de ventas de artesanía regional.



CONCLUSIONES

- La artesanía peruana destaca en el mundo por su belleza, su variedad y sobre todo por ser una fuente importante de empleo que tiene ocupados a más de tres millones de artesanos quienes desarrollan su labor en forma silenciosa y muchas veces sin ningún tipo de facilidades en las zonas rurales y urbano marginales del país. La producción artesanal se ha convertido en una alternativa laboral para la población desempleada.
- Escasa cultura de cooperación por parte de los artesanos.
- La situación actual de la artesanía presenta deficiencias con respecto a la autenticidad, diseño y calidad.
- Desinterés por conocer la cultura iconográfica y ecológica, a utilizar en los diseños de los productos artesanales.
- La creación de los CITEs contribuye al desarrollo óptimo de la cadena de producción regional.
- Las estrategias competitivas planteadas permitirán el incremento económico a través de la diversificación artesanal, dándole al turista más opciones de consumo.
- La creación del Museo de Artesanía logrará un trabajo en conjunto y de calidad.
- La mayoría de artesanos no pertenecen al CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas.



RECOMENDACIONES

- Iniciativa por parte de la CITE de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas por descubrir nuevos talentos para formar parte del equipo y contar con los beneficios que la misma ofrece.
- Impulsar la realización de capacitaciones de especialización en las distintas líneas artesanales.
- Incentivar la comercialización de los productos artesanales, a través de ferias regionales, nacionales e internacionales en el país (Perú Moda y Perú Gift Show).
- Incluir dentro de los programas de educación la cultura artesanal.
- Acrecentar el desarrollo de ferias de artesanía con mayor frecuencia dentro de la región.
- Incluir en el calendario de festividades el día de la artesanía (19 de marzo), dando realce a través de ferias, concursos, etc.
- Enfocar los productos hacia las nuevas tendencias de mercado.



BIBLIOGRAFIA

- <http://www.perspectivaciudadana.com/contenido.php?itemid=33783>
- <http://www.aderlan.org/downloads/Proyectos/ruralESS/Estudios%20de%20viabilidad/viabilempreartesan%C3%ADa.pdf>
- <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/72.pdf>
- <http://www.yorku.ca/hdrnet/images/uploaded/Cultura,%20Turismo%20Ficha%2017.pdf>
- <http://www.youtube.com/watch?v=kZj1F9t6Vks>
- <http://www.youtube.com/watch?v=VoLkVtZ0Z24>
- <http://www.artesaniasdecolombia.com.co>
- http://www.regionloreto.gob.pe/web_dircetur/artesania/artesania.htm
- <http://www.hannsi.com.ve/>
- <http://www.casadelartesano.org/contenido/>
- <http://www.lacasadelartesano.com.uy/>
- <http://lacasadelartesano.com/>
- <http://www.piuraperu.com/departamento/artesania/>
- <http://www.ceramicasrivera.com/>
- <http://www.artesanoslacasona.com.ar/>
- <http://www.culturallasscondes.cl/html/dominicos.html>
- <http://www.centroartesanalbuenavista.com.mx/>
- <http://centroartesanal.com/ceramica.html>http://www.ipplapampa.gov.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=109&Itemid=24
- <http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento-2/plan-marketing-turistico-comuna-la-entrada-santa-elena-ecuador.htm>
- <http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2008/03/28/index.php?section=cultura&article=020n1cul>
- <http://www.dialogodigital.com/index.php/Cooperativismo-la-economia-alternativa-III-La-indispensable-artesania-peruana.html>
- <http://www.comerciojusto.cl/tag/artesanos/>



ANEXOS

ANEXO N° 01

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES

EDAD: _____

SEXO: F M

PROCEDENCIA: _____

OCUPACIÓN: _____

1. ¿Cuál es su motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas?

- Trabajo
- Estudios
- Visita a amigos o familia
- Turismo
- Otros: _____

2. ¿Qué actividades realizó y/o realizará durante su visita a Chachapoyas?

- Visitar lugares turísticos
- Consumo de gastronomía
- Salidas nocturnas
- Compra de artesanía
- Otros: _____

3. ¿Qué opinión tiene acerca de los servicios en Chachapoyas?

Tipo de Servicio	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Hospedaje					
Alimentación					
Guiado					
Distracción					
Artesanías					

4. ¿Qué opinión tiene sobre las artesanías existentes en la ciudad de Chachapoyas?

- No vio artesanías
- Es muy simple y común
- Le pareció innovador y diferente
- Otros: _____

5. ¿Qué opinión tiene sobre los lugares que ofertan artesanía?

- Son lugares pequeños donde no se exhibe adecuadamente
- Se ofertan productos comunes de encontrar en otras ciudades
- Les falta ofertar productos regionales e innovadores
- Otros: _____



6. De las artesanías que pudo ver ¿Cuál le interesa más?

¿Por qué? _____

7. ¿Le gustaría que se cree un museo artesanal donde se muestre como se elabora los diferentes productos artesanales de Chachapoyas?

SI

NO

8. ¿Qué características le gustaría que tuviera?

- Que se encuentre en el centro de la ciudad
- Que se encuentre fuera de la ciudad (casa de campo)
- Que solo se venda artesanía
- Que cuente con servicios complementarios (cafetín, restaurante, shows típicos, otros)
- Que permita a los visitantes participar y aprender la elaboración de productos artesanales



ANEXO N° 02

FICHA DE INVENTARIO DE ARTESANOS – CHACHAPOYAS

NOMBRES Y APELLIDOS		
DIRECCIÓN		
LÍNEA ARTESANAL		
PRODUCCIÓN		
TÉCNICAS		
INSUMOS		
COMERCIALIZACIÓN		
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO



ANEXO N° 03

**FICHA DE INVENTARIO DE TIENDAS ARTESANALES –
CHACHAPOYAS**

RAZÓN SOCIAL	
PROPIETARIO	
DIRECCIÓN	
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	
PROVEEDOR	



ANEXO N° 04

ENTREVISTA A COMERCIALIZADORES DE ARTESANÍA

RAZÓN SOCIAL: _____

DIRECCIÓN: _____

NOMBRE DE ENTREVISTADO: _____

1. ¿Qué tipos de productos artesanales comercializa?

2. ¿Usted, fabrica alguno de ellos?

3. ¿Cuál es la aceptación por parte de los turistas a la artesanía que usted vende?

4. ¿Cuáles son los productos que más se vende?

5. ¿Qué cree usted que se debe hacer para incrementar la venta de artesanía en Chachapoyas?



ANEXO N° 05

ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE NOMBRE Y LOGOTIPO DEL MUSEO ARTESANAL

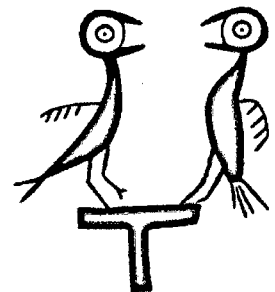
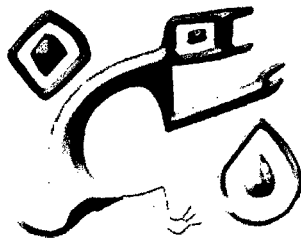
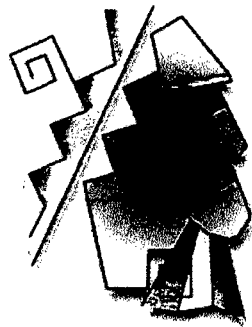
1. ¿Cuál de los siguientes nombres le agrada más para la creación del Museo Artesanal de Chachapoyas?

A. KICHARI – ABIERTO O DISPONIBLE

B. AKU UTKA – VAMOS AVANZANDO

C. RURRAI MAKI – MANOS QUE CREAN

2. ¿Cuál de los siguientes logotipos le agrada más para la creación del Museo Artesanal de Chachapoyas?





ANEXO N° 06

CONGRESO DE LA REPUBLICA

Ley de Centros de Innovación Tecnológica

LEY N° 27267

CONCORDANCIAS: D.S. N° 027-2000-ITINCI (REGLAMENTO) R.M. N° 269-2006-
PRODUCE

(*) De conformidad con la Primera Disposición Complementaria del Decreto Supremo N° 002-2002-PRODUCE, publicado el 26-09-2002, se establece que toda referencia al Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, debe entenderse referida al Ministerio de la Producción.

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA POR CUANTO:

El Congreso de la República ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA; Ha dado la Ley siguiente:

LEY DE CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto de la ley

La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la creación, desarrollo y gestión de Centros de Innovación Tecnológica - CITEs, con la finalidad de promover el desarrollo industrial y la innovación tecnológica. (*)

(*) Artículo sustituido por el Artículo 1 de la Ley N° 27890, publicada el 19-12-2002, cuyo texto es el siguiente:

“Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto establecer los lineamientos para la creación, desarrollo y gestión de Centros de Innovación Tecnológica - CITE, con la finalidad de promover el desarrollo industrial, la artesanía, el turismo y la innovación tecnológica.”

Artículo 2.- Definición de CITE

Los CITEs son entidades públicas o privadas que tienen por objeto promover la innovación, la calidad y la productividad, así como suministrar información para el desarrollo competitivo de las diferentes etapas de producción de la industria nacional.



Los CITEs brindan servicios de control de calidad y certificación, asesoramiento y asistencia especializada y desarrollan programas de capacitación técnica. (*)

(*) Artículo sustituido por el Artículo 1 de la Ley N° 27890, publicada el 19-12-2002, cuyo texto es el siguiente:

"Artículo 2.- Definición de CITE

Los CITE son entidades públicas o privadas que tienen por objeto promover la innovación, la calidad y la productividad, así como suministrar información para:

2.1 El desarrollo competitivo de las diferentes etapas de producción de la industria nacional.

2.2 El desarrollo competitivo de las actividades artesanales y de servicios turísticos. Los CITE brindan servicios de control de calidad y certificación, asesoramiento y asistencia especializada y desarrollan programas de capacitación técnica."

CAPÍTULO II CITEs DEL ESTADO

Artículo 3.- Creación

Mediante Resolución Suprema refrendada por el Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales y por el Ministro del Sector correspondiente, se podrán crear Centros de Innovación Tecnológica como proyectos presupuestales, los mismos que gozarán de autonomía técnica, financiera, económica y administrativa.

CONCORDANCIAS: R.S. N° 149-2000-ITINCI

R.S. N° 150-2000-ITINCI

R.M. N° 039-2001-ITINCI-DM

R.S. N° 023-2005-MINCETUR

Artículo 4.- Estructura Orgánica

4.1 Los CITEs contarán con un Consejo Directivo, un Director Ejecutivo y un Consejo Consultivo.

4.2 El Consejo Directivo estará conformado por un representante del titular del sector, un representante de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX) y dos representantes de los empresarios del sector correspondiente, quienes serán propuestos por el titular del sector.

4.3 El Director Ejecutivo tiene a su cargo la gestión administrativa, técnica y económica, y será designado por el titular del sector a propuesta del Consejo Directivo.

4.4 El Consejo Consultivo estará integrado por representantes de instituciones públicas y privadas vinculadas con el sector correspondiente.



Artículo 5.- Recursos de los CITEs del Estado

Son recursos de los CITEs del Estado los siguientes:

- a. Los que les transfiera el Estado.
- b. Los provenientes de la cooperación técnica internacional.
- c. Los generados como consecuencia de sus actividades.
- d. Las donaciones que reciba.
- e. Otros recursos que se les asigna para sus fines.

**CAPÍTULO III
CITEs PRIVADOS**

Artículo 6.- Constitución

6.1 Las personas jurídicas de derecho privado debidamente calificadas por el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales y por el titular del sector correspondiente podrán operar como Centro de Innovación Tecnológica - CITE.

6.2 Los CITEs privados podrán organizarse jurídicamente bajo cualquiera de las formas previstas en el derecho común y en el régimen societario.

Artículo 7.- Requisitos y condiciones de la calificación

Para efectos de la calificación, las personas jurídicas de derecho privado deberán contar con la infraestructura y personal adecuados para los fines del CITE y cumplir con las demás disposiciones vigentes.

**CAPÍTULO IV
GESTIÓN DEL ESTADO**

Artículo 8.- Autoridad competente

El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, a través del Viceministro de Industria, tendrá a su cargo la coordinación y concertación de las acciones de las diferentes entidades públicas y privadas en innovación y transferencia de tecnología para:

a. Diseñar la política de apoyo tecnológico para promover la innovación en el sector productivo.

CONCORDANCIA: R.M. N° 156-2001-ITINCI-DM

- b. Proponer y opinar respecto de la creación de CITEs de derecho público.
- c. Registrar y supervisar el funcionamiento de CITEs.
- d. Promover la consolidación de una Red de Centros de Innovación Tecnológica.



e. Las demás que se establezcan. (*)

(*) De conformidad con el Artículo 3 de la Ley N° 27890, publicada el 19-12-2002, la referencia a Viceministro de Industria en este artículo es al Viceministro de Industria del Ministerio de la Producción.

CAPÍTULO V DE LOS CITE ARTESANALES Y TURÍSTICOS

Artículo 9.- CITE artesanales y turísticos

Se podrán constituir CITE artesanales y turísticos públicos o privados con la finalidad de promover la innovación tecnológica y el desarrollo de las actividades artesanales y turísticas, bajo el ámbito de competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 10.- Gestión

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Viceministro de Turismo, tiene a su cargo la promoción, supervisión y gestión de los CITE artesanales y turísticos, con las mismas facultades a que se refiere el artículo 8 de la presente Ley.

Para dicho efecto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo cuenta, entre otros, con los recursos establecidos en el inciso d) del artículo 42 de la Ley N° 27153 sustituido por el artículo 20 de la Ley N° 27796, en la forma prevista en el mismo.

Mediante Resolución Suprema refrendada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, se podrán crear Centros de Innovación Tecnológica del Estado, en la modalidad de Proyectos Presupuestales, los mismos que gozarán de autonomía técnica, financiera, económica y administrativa.

CONCORDANCIAS: R.S. N° 012-2003-MINCETUR

R.M. N° 284-2004-MINCETUR-DM

D.S. N° 012-2005-MINCETUR (Reglamento de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo)

Artículo 11.- CITE industriales manufactureros

Los CITE constituidos o que se constituyan para desarrollar actividades artesanales, que deriven o se reconviertan en actividades industriales manufactureras bajo el ámbito de competencia del Ministerio de la Producción, pasarán a depender de dicho Ministerio.”

(*) Capítulo V incluido por el Artículo 2 de la Ley N° 27890, publicado el 19-12-2002.



DISPOSICIONES FINALES

Primera.- Normas complementarias

Los CITEs deberán cumplir con las disposiciones de certificación de calidad de productos y de normas técnicas vigentes.

Segunda.- Reglamentación

El Poder Ejecutivo, mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, expedirá el Reglamento de la presente ley en un plazo no mayor de 45 (cuarenta y cinco) días, contados a partir de su vigencia.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los ocho días del mes de mayo del dos mil.

MARTHA HILDEBRANDT PÉREZ TREVIÑO

Presidenta del Congreso de la República

RICARDO MARCENARO FRERS

Primer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veinticinco días del mes de mayo del año dos mil.

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI

Presidente Constitucional de la República

JUAN CARLOS HURTADO MILLER

Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales



ANEXO N° 09

DECRETO SUPREMO N° 012-2005-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, mediante la **Ley N° 27267**, modificada por la **Ley N° 27890**, se establecieron los lineamientos para la creación, desarrollo y gestión de los Centros de Innovación Tecnológica - CITE, con la finalidad de promover el desarrollo industrial, la artesanía, el turismo y la innovación tecnológica;

Que, conforme al **Artículo 10** de la citada **Ley N° 27267** y su modificatoria, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene a su cargo la promoción, supervisión y gestión de los CITE Artesanales y Turísticos;

Que es necesario dictar las normas reglamentarias de los CITE antes referidos, de acuerdo con el **Artículo 5** de la **Ley N° 27890**;

De conformidad con el inciso 8) del **Artículo 18** de la Constitución Política del Perú;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobar el Reglamento de los Centros de Innovación Tecnológica - CITE de Artesanía y Turismo, bajo la competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el mismo que consta de 38 artículos y 3 disposiciones transitorias y finales y forma parte del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 3.- El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los seis días del mes de abril del año dos mil cinco.

ALEJANDRO TOLEDO

Presidente Constitucional de la República

ALFREDO FERRERO

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

REGLAMENTO DE LOS CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE



ARTESANÍA Y TURISMO

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

El objeto del presente Reglamento, es establecer los lineamientos para la promoción, creación, sostenibilidad, desarrollo y gestión de los Centros de Innovación Tecnológica Artesanales y Turísticos, que se encuentran bajo el ámbito de competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo -MINCETUR- CITE de Artesanía y Turismo, de acuerdo con lo establecido por la Ley N° 27267, Ley de Centros de Innovación Tecnológica modificada por la Ley N° 27890.

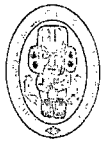
Artículo 2.- Finalidad

Los CITE de Artesanía y Turismo bajo el ámbito de competencia del MINCETUR, tanto del Estado como privados, tienen por finalidad promover el desarrollo de las actividades artesanales y turísticas a través de la innovación tecnológica, brindando servicios tecnológicos que ayuden a fomentar la creatividad y la competitividad de los servicios turísticos y de la producción artesanal, así como fomentar la modernización de sus diseños de acuerdo a la demanda de los mercados y promover la ampliación y diversificación de la oferta artesanal exportable.

Artículo 3.- Funciones

Las funciones de los Centros de Innovación Tecnológica Artesanales y Turísticos son las siguientes:

- a. Fomentar la calidad, la competitividad y la incorporación de valor agregado a los servicios turísticos y a la producción artesanal.
- b. Promover la diversificación y ampliación de la oferta exportable nacional, a través de la innovación de los productos artesanales y turísticos.
- c. Promover un ambiente de desarrollo tecnológico que propicie la ejecución de procesos de investigación aplicada, las inversiones y el ánimo empresarial con carácter descentralizado.
- d. Canalizar transferencias de tecnología nacional y extranjera hacia las unidades productivas y de servicios.
- e. Promover la mejora y modernización de los diseños, la diferenciación de productos y el incremento de la productividad.
- f. Promover la capacitación, formación y actualización de prestadores de servicios turísticos, artesanos, empresas y trabajadores y contribuir a la realización, continuidad y difusión de eventos técnicos nacionales e internacionales.
- g. Ejecutar acciones de monitoreo de mercados nacionales e internacionales, así como acciones de difusión de información sobre dichos mercados.



- h. Promover una cultura de sostenibilidad socio ambiental y el desarrollo de instrumentos necesarios para tales fines
- i. Participar en acciones de concertación que faciliten la relación entre empresarios, técnicos y productores de las actividades artesanal y turística.
- j. Promover la integración vertical y horizontal entre de los agentes económicos que forman las cadenas productivas artesanales y turísticas.
- k. Promover la elaboración, difusión y aplicación de normas técnicas relacionadas con las respectivas cadenas productivas.
- l. Promover la articulación de la oferta con la demanda de productos artesanales.
- m. Las demás derivadas del Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX y/o del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR.

Artículo 4.- Denominación

Los CITE de Artesanía y Turismo bajo el ámbito de competencia del MINCETUR, también podrán ser identificados por las siglas CITE, seguidas de otro nombre o elemento de identificación que los individualice y los asocie con su especialidad. Asimismo, podrán usar la denominación "Red de CITE Artesanales y Turísticos del MINCETUR", la misma que es administrada por la Oficina Técnica de Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - OTCITES.

Artículo 5.- Requisitos

Los requisitos que deben cumplir las instituciones, tanto públicas como privadas, para calificar, ser consideradas y mantenerse como CITE de Artesanía y Turismo son:

- a. Acreditar su capacidad técnica para brindar servicios de innovación tecnológica a los artesanos individualmente considerados u organizados en gremios y a prestadores de servicios turísticos, debiendo ser ésta su función principal.
- b. Asumir el compromiso de cooperar y coordinar con otros CITE de Artesanía y Turismo de la Red de CITE Artesanales y Turísticos del MINCETUR.
- c. Contar con al menos un (1) profesional capacitado y con especialización en la correspondiente cadena productiva artesanal o de servicio turístico.
- d. Contar con infraestructura adecuada y el equipamiento necesario que asegure la calidad de los servicios que oferte.
- e. Asegurar la confidencialidad en los resultados de los servicios de innovación tecnológica.
- f. Contar con una estructura económicamente sostenible y con metodologías de seguimiento de su gestión que considere criterios de sostenibilidad económica e institucional.

Artículo 6.- Servicios



Los CITE Artesanales y Turísticos cumplirán sus funciones mediante la prestación de los siguientes servicios a los prestadores de servicios turísticos, artesanos, empresas y trabajadores de la respectiva especialidad o cadena productiva:

- a. Asistencia técnica y atención a las necesidades de innovación tecnológica.
- b. Ensayos, análisis, certificación y conformidad con normas técnicas, estándares y especificaciones de insumos, productos, procesos de elaboración, presentación, distribución, promoción y otros.
- c. Diseño y modernización, instalación y manejo de plantas experimentales demostrativas de nuevas tecnologías aplicables a la realidad del país.
- d. Procesamiento y difusión de documentación e información técnica y otras de interés para los agentes económicos.
- e. Estudios, análisis, interpretaciones y desarrollo de las principales tendencias mundiales que afectan a la cadena productiva (moda, nuevos productos, insumos, y procesos).
- f. Difusión de información a través de la publicación de documentación y bibliografía de carácter técnico.
- g. Sistemas de información especializados, accesibles y actualizados.
- h. Formación continua a los agentes de la cadena productiva y técnicos que trabajen en los CITE Artesanales y Turísticos mediante la organización de talleres, cursos, seminarios, instrucción presencial o a distancia, con fines de incorporación de tecnologías e innovación tecnológica.
- i. Desarrollo de proyectos para alcanzar mayor productividad, incorporar nuevas materias primas, mecanismos de control y manejo del medio ambiente, que contribuyan a un mejor conocimiento de las exigencias tecnológicas de los mercados.
- j. Implementación de programas y servicios de normalización y estandarización en la elaboración de productos artesanales y prestación de servicios turísticos.
- k. Comunicación con centros análogos del país o del exterior, para facilitar la prospección de nuevas tecnologías y el intercambio de experiencias y conocimientos, la difusión de la normalización vigente en otros países, la transferencia tecnológica y de resultados de investigaciones.
- l. Otros que les asigne el presente reglamento, vinculados a su finalidad y funciones. En forma complementaria y con el fin de difundir en el país el conocimiento tecnológico, estos servicios también podrán ser utilizados por otros agentes económicos que no conforman las cadenas productivas artesanales y turísticas.

Los CITE Artesanales y Turísticos del Estado o privados, que gocen de subsidios, no podrán realizar actividades que representen una competencia para los prestadores de servicios turísticos, artesanos, empresas y trabajadores a los que debe brindar asesoría y apoyo. La



OTCITEs, deberá realizar las labores de supervisión y monitoreo que resulten necesarias a fin de que los CITE cumplan sus fines sin constituirse en competencia para los prestadores de servicios turísticos, artesanos, empresas y trabajadores.

Artículo 7.- Convenios de Colaboración

Los CITE Artesanales y Turísticos, podrán celebrar convenios para el cumplimiento de sus fines, con otros CITE miembros de la Red de CITE Artesanales y Turísticos y con entidades u organismos, públicos y privados, nacionales y extranjeros, cuya actividad pudiera tener una repercusión favorable en el logro de los fines de los CITE.

Artículo 8.- Proyectos

Los CITE Artesanales y Turísticos bajo el ámbito de competencia del MINCETUR podrán, dentro del marco de su especialidad, prestar servicios o desarrollar proyectos de carácter confidencial por encargo de entidades públicas o privadas, con sujeción a lo establecido en el Artículo 17 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N° 043-2003-PCM, y a las siguientes condiciones:

- a. Que se suscriba el correspondiente convenio de confidencialidad.
- b. Que los trabajos o estudios a realizar estén comprendidos dentro de los fines del CITE.
- c. Que su realización no entorpezca o retrase el cumplimiento y desarrollo de sus obligaciones principales.

Artículo 9.- Certificaciones Técnicas, Sellos de Calidad y Marcas

Los CITE Artesanales y Turísticos podrán otorgar certificaciones técnicas, sellos de calidad, licencia de marcas, entre otros, de acuerdo con la legislación de la materia.

CAPÍTULO II

DE LOS CITE ARTESANALES Y TURÍSTICOS DEL ESTADO

Artículo 10.- Creación

Los CITE Artesanales y Turísticos del Estado se crean, mediante Resolución Suprema refrendada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, como proyectos presupuestales y forman parte del Proyecto Red de CITE de Artesanía y Turismo del MINCETUR.

Dicha Resolución Suprema deberá establecer el objeto principal del CITE del Estado y sus funciones específicas, así como la relación de las instituciones públicas y privadas que conforman su Consejo Directivo y la ubicación de su sede e instalaciones iniciales.

CONCORDANCIA: R.S. N° 023-2005-MINCETUR.

Artículo 11.- Propuesta de Creación



La propuesta de creación de un CITE Artesanal y Turístico del Estado deberá estar sustentada en documentos que permitan verificar el cumplimiento de los requisitos señalados en el Artículo 5 del presente Reglamento, así como el compromiso de las instituciones de participar en la creación del CITE, para lo cual se deberá adjuntar lo siguiente:

- a.- El diseño del CITE, incluyendo los servicios específicos, el mercado actual y potencial de dichos servicios, el perfil del personal requerido, el equipamiento básico, la ubicación y la infraestructura necesaria.
- b.- Diagnóstico actualizado del subsector o cadena productiva que incluya información de las empresas, sus características y necesidades tecnológicas y de formación, así como de la oferta tecnológica existente.
- c.- La programación del financiamiento, incluyendo fuentes y/o planes de sostenibilidad económica.

La OTCITEs evaluará la propuesta de creación y emitirá opinión técnica.

Artículo 12.- Autonomía

Para el cumplimiento de los objetivos y fines, los CITE Artesanales y Turísticos del Estado gozan de autonomía técnica, financiera, económica y administrativa.

En atención a ello, los CITE Artesanales y Turísticos del Estado están facultados para abrir cuentas bancarias en el Banco de la Nación, en las que se depositen los ingresos que obtengan por el desarrollo de sus actividades. Para ello, deberán cursar una solicitud a la OTCITEs, quien a su vez gestionará la apertura de la cuenta ante el MEF, de conformidad con la legislación vigente.

Sin perjuicio de ello, los CITE Artesanales y Turísticos del Estado deberán reportar mensualmente a la OTCITEs y de la Oficina General de Administración del MINCETUR, los ingresos obtenidos por concepto de sus actividades, con el fin de que éstos sean incorporados al marco presupuestal del MINCETUR mediante Resolución Ministerial.

Artículo 13.- Recursos

Son recursos de los CITE Artesanales y Turísticos del Estado bajo el ámbito del MINCETUR, los siguientes:

- a. Los que le asigne el Estado.
- b. Los recursos establecidos en el inciso d) del artículo 42 de la Ley N° 27153 sustituido por el artículo 20 de la Ley 27796, en la forma prevista en el mismo.
- c. Los aportes provenientes de la cooperación técnica internacional,
- d. Los ingresos que perciba por sus actividades.
- e. Las donaciones o legados aceptados por su Consejo Directivo.
- f. Los aportes en bienes o en dinero, de los afiliados.
- g. Otros recursos que se les asigne para sus fines.



Artículo 14.- Estructura Orgánica

La estructura orgánica de los CITE Artesanales y Turísticos del Estado está constituida por:

- El Consejo Directivo, que es el órgano supremo de gobierno;
- El Director Ejecutivo, que es el órgano ejecutivo;
- El Consejo Consultivo, que es el órgano técnico de asesoramiento; y,
- Los miembros afiliados y honorarios.

Artículo 15.- Consejo Directivo

El Consejo Directivo de los CITE Artesanales y Turísticos del Estado es el órgano supremo de gobierno y está conformado por:

- a. Un representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien lo presidirá;
- b. Un representante de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones - PROMPEX;
- c. Un representante del Gobierno Regional o local correspondiente a la sede del CITE, elegido en atención al aporte, en dinero o especies, efectivamente otorgado al proyecto, de acuerdo con el informe que emitirá la OTCITEs; y,
- d. Dos representantes de las correspondientes actividades artesanales y/o de servicios turísticos.

En el caso de los CITE cuya participación en la cadena productiva comprenda, además de las actividades de Artesanía y Turismo a otras actividades económicas, se integrará adicionalmente al Consejo Directivo a un representante de cada una de las mismas y al menos a un representante del correspondiente sector privado.

Los representantes del Sector Público y de las actividades económicas del sector privado serán propuestos al Titular del MINCETUR por los titulares de las entidades e instituciones a las que representarán. Su incorporación al Consejo Directivo será formalizada por Resolución del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Los miembros del Consejo Directivo desempeñan su cargo ad-honorem.

Artículo 16.- Atribuciones del Consejo Directivo

El Consejo Directivo está investido de los poderes generales y especiales que se requieran para la administración, dirección y representación del CITE Artesanal y Turístico del Estado, teniendo facultad para celebrar, los actos y contratos necesarios para la marcha de la entidad, así como para adoptar acuerdos de toda especie, dentro del marco de la Ley.

Son atribuciones específicas del Consejo Directivo:

- a. Dirigir, orientar y evaluar las actividades del CITE.
- b. Proponer al Titular del MINCETUR al candidato al cargo de Director Ejecutivo.
- c. Contratar al Director Ejecutivo del CITE.
- d. Normar su funcionamiento en concordancia con el presente Reglamento y su Resolución Suprema de creación.



- e. Designar o remover a los integrantes del Consejo Consultivo y proponer sus funciones específicas y calendario de reuniones.
- f. Aprobar el Plan de Desarrollo (Estratégico, Operativo, y de Sostenibilidad Económica) y el Presupuesto Institucional.
- g. Solicitar y obtener del organismo competente, patentes y privilegios, marcas de fábrica y comercio y cualquier otro derecho de propiedad intelectual o industrial.
- h. Encargar, adquirir y contratar estudios económicos financieros, jurídicos, contables, técnicos de explotación empresarial, de obras, trabajos determinados y contratar a profesionales, consultores y asesores, dentro del marco legal que corresponde.
- i. Delegar en uno o más de los miembros del Consejo Directivo, las facultades que estime conveniente.
- j. Aprobar la incorporación o revocatoria de miembros afiliados.
- k. Aprobar las Actas de las sesiones, el Balance, el Informe de resultados del ejercicio y la Memoria Anual.
- l. Aprobar los Informes Semestrales referidos a los avances del desarrollo y gestión del CITE, los que deberán ser remitidos a la OTCITEs para su posterior remisión a las Comisiones de Producción y PYMES y de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República, de acuerdo con lo dispuesto por el Artículo 4 de la Ley N° 27890, modificatoria de la Ley N° 27267.
- m. Recomendar a la OTCITEs la finalización de las actividades de la CITE.
- n. Remitir a la OTCITEs, todo tipo de información que revele el accionar del CITE, que sea producida por el mismo CITE o publicada por los medios de información, para su inclusión en la página web de los CITE ubicada en la página web institucional del MINCETUR.
- o. Otras que se le encargue o que la Ley determine.

Artículo 17.- Convocatoria del Consejo Directivo

El Presidente del Consejo Directivo o el Director Ejecutivo, deben convocar al Consejo Directivo a sesiones por lo menos seis veces al año en reuniones ordinarias, y en reuniones extraordinarias cada vez que lo juzguen necesario para los intereses del CITE.

La convocatoria se realizará por escrito, mediante fax o correo electrónico, al menos con tres días de anticipación a la fecha señalada para la reunión, indicando, en cada caso, la agenda que se tratará.

Para que exista quórum se requerirá la presencia de cuando menos la mitad más uno de sus miembros.

Para efectos del cómputo del plazo establecido en el párrafo precedente se considerará como fecha de recepción de la convocatoria, la fecha consignada en el cargo de recepción



correspondiente, la fecha contenida en la confirmación de envío de fax o la fecha contenida en el reporte de envío del correo electrónico.

Artículo 18.- Del Director Ejecutivo

El Director Ejecutivo del CITE Artesanal y Turístico del Estado es la autoridad ejecutiva de máximo nivel en la entidad, será propuesto por el Consejo Directivo y designado mediante Resolución Ministerial del MINCETUR.

El Director Ejecutivo tendrá a su cargo la gestión administrativa, técnica y económica del CITE.

Asiste obligatoriamente a las sesiones del Consejo Directivo con voz pero sin voto. Artículo

19.- ATRIBUCIONES DEL DIRECTOR EJECUTIVO

Son funciones y facultades del Director Ejecutivo:

- a. Dirigir las actividades técnicas y gerenciales del CITE, necesarias para el ejercicio y desarrollo de sus fines.
- b. Asumir la representación legal del CITE, y actuar en su nombre, ejecutando los acuerdos adoptados por el Consejo Directivo, y realizando cuantos actos le correspondan para la buena marcha de la entidad.
- c. Ejercer la representación del CITE ante las autoridades, tribunales y juzgados, en toda clase de actos, juicios, causas, procedimientos, recursos y expedientes de cualquier índole con las facultades generales y especiales previstas en los Artículos 74 y 75 del Código Procesal Civil.
- d. Elaborar el Plan de Desarrollo (Estratégico, Operativo, y de Sostenibilidad Económica) y el Presupuesto Institucional, y presentarlos al Consejo Directivo para su aprobación.
- e. Solicitar a la OTCITES la apertura de cuentas en el Banco de la Nación.
- f. Endosar cheques para que sean abonados en la cuenta del CITE.
- g. Depositar fondos en la cuenta que mantenga en el Banco de la Nación.
- h. Endosar conocimientos de embarque, certificados de depósito, warrants y demás documentos análogos.
- i. Remitir, retirar y recibir toda clase de correspondencia, giros, paquetes, mercaderías o cualquier otro envío en general de todas las oficinas de correos, retirar de aduanas y empresas de transporte mercaderías, paquetes, sobres u otros envíos, presentado cuando proceda los reclamos correspondientes.
- j. Coordinar con las entidades competentes las acciones de cobranza de los adeudos a favor del CITE.
- k. Presentar al Consejo Directivo los proyectos de Actas para su aprobación.
- l. Elaborar informes mensuales, trimestrales, semestrales y anuales para ser presentados al Consejo Directivo del CITE y a la Oficina Técnica de CITE del MINCETUR.



- m. Elaborar el Balance y la Memoria anual.
- n. Otros que le encomiende el Consejo Directivo.

Artículo 20.- Consejo Consultivo

El Consejo Consultivo de los CITE Artesanales y Turísticos del Estado es el órgano técnico de asesoramiento, que está integrado por especialistas independientes y por representantes de instituciones públicas y privadas con una reconocida trayectoria vinculada con la actividad que constituye el objeto principal del CITE.

Los miembros del Consejo Consultivo son designados por el Consejo Directivo.

El Consejo Consultivo podrá ser convocado por acuerdo del Consejo Directivo cada vez que éste lo considere necesario, y al menos dos veces al año.

Son funciones del Consejo Consultivo:

- a. Asesorar al Consejo Directivo en la aprobación del Plan de Desarrollo del CITE presentado por el Director Ejecutivo.
- b. Proponer actividades conjuntas con las entidades a las que pertenecen sus miembros que sean complementarias a las acciones del CITE.
- c. Otras que le encomiende el Consejo Directivo.

Artículo 21.- Miembros Afiliados del Cite Artesanal y Turístico

Los miembros afiliados del CITE de Artesanía y Turismo del Estado son personas naturales o jurídicas que solicitan su incorporación como tales y que desarrollen una actividad productiva o de servicios, directa o indirectamente vinculada con la especialidad del CITE.

Los miembros afiliados al CITE de Artesanía y Turismo podrán acceder a los servicios del mismo en condiciones favorables.

Artículo 22.- Deberes y Derechos de los Miembros Afiliados

22.1 Son deberes de los miembros afiliados:

- a) Colaborar con el CITE para el mejor cumplimiento de sus fines.
- b) Difundir los servicios, ventajas y facilidades del CITE entre los afiliados potenciales.
- c) Facilitar la información que les sea solicitada por el CITE para el cumplimiento de sus fines, siempre que no tenga naturaleza reservada.
- d) Comprometerse a cumplir con las normas internas y Acuerdos del Consejo Directivo del CITE.
- e) Abonar la cuota periódica fijada por el Consejo Directivo.

22.2 Son derechos de los miembros afiliados:

- a) Participar en los servicios de capacitación organizados por el CITE.
- b) Utilizar los servicios de información de los CITE así como también recibir las publicaciones realizadas por los CITE.



c) Acceder a los servicios de diseño y desarrollo de productos, análisis y ensayos sobre materiales que realice el CITE.

d) Acceder a otros servicios que brinde el CITE.

Artículo 23.- Pérdida de la Condición de Miembro Afiliado

El cese de la condición de miembro afiliado se producirá:

a. Por decisión propia, comunicada en forma escrita al Consejo Directivo con 30 días naturales de anticipación.

b. Por realizar acciones contrarias al interés institucional del CITE o acciones que dañen su buena imagen.

c. Incumplimiento de sus aportes en los plazos y condiciones que se establezcan en cada CITE.

d. Cuando ocurra alguna causa de exclusión forzosa, tales como cese en la actividad que hubiese dado lugar a su incorporación al CITE, pérdida de otras condiciones detalladas en los Estatutos u otras que considere el Consejo Directivo.

El cese como miembro afiliado implicará la pérdida de sus derechos como tal y no significa la devolución de los aportes que hubiere realizado.

Artículo 24.- Miembros Honorarios

Miembro honorario es una categoría reservada para investigadores de reconocido prestigio o personas naturales o jurídicas que hayan prestado servicios relevantes al CITE de Artesanía y Turismo del Estado. Son designados por el Consejo Directivo por unanimidad.

Artículo 25.- Ámbito de Influencia

El ámbito de influencia de los CITE de Artesanía y Turismo del Estado comprende la totalidad del territorio nacional aun cuando su sede se ubique en una región, ciudad o localidad específica.

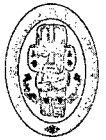
Artículo 26.- Duración

La duración de los CITE de Artesanía y Turismo del Estado puede ser determinada o indeterminada.

Artículo 27.- Saldos de Balance

En el caso que al cierre de la ejecución presupuestaria de los recursos de los CITE Artesanales y Turísticos del Estado, éstos tengan saldos de balance, derivados de los recursos establecidos en el Artículo 13 del presente Reglamento, con excepción de aquellos establecidos en el inciso a.-, dichos recursos serán incorporados al presupuesto del CITE que los generó, como saldo de balance, para el ejercicio económico siguiente y se destinarán, íntegramente, al cumplimiento de los fines de los CITE establecidos en el presente Reglamento.

Artículo 28.- Reglamento Interno



Cada CITE Artesanal y Turístico del Estado dispondrá de un Reglamento Interno que detalle su organización y las funciones de sus órganos.

Este reglamento será aprobado por su Consejo Directivo, en un plazo de 90 días naturales computados desde la fecha de su creación, previa opinión favorable de la Oficina de Racionalización, de la Dirección General de Planificación, Presupuesto y Desarrollo del MINCETUR.

Artículo 29.- Extinción

El CITE Artesanal y Turístico del Estado se extinguirá por haber cumplido el objetivo para el que fue creado o haber vencido el plazo establecido para el mismo, así como, cuando su Consejo Directivo considere que el CITE que dirige no debe continuar desarrollando actividades.

En este último caso, el Consejo Directivo formulará su pedido fundamentado ante la OTCITEs, la que deberá emitir un informe.

La extinción del CITE será declarada mediante Resolución Suprema refrendada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Los bienes que formaban parte del patrimonio del CITE podrán ser afectados en uso por el MINCETUR a otro CITE Artesanal y Turístico del Estado o afectados en uso gratuito, a tiempo determinado, a un CITE Artesanal y Turístico privado, miembro de la Red de CITE Artesanales y Turísticos del MINCETUR.

CAPÍTULO III

DE LOS CITE ARTESANALES Y TURÍSTICOS PRIVADOS

Artículo 30.- CITE Artesanales y Turísticos Privados

Las personas jurídicas de derecho privado que realizan actividades artesanales y turísticas, para operar como Centro de Innovación Tecnológica - CITE de Artesanía y Turismo, deberán ser previamente calificadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Dicha calificación se otorgará mediante Resolución del Viceministro de Turismo, previo informe de evaluación favorable de la OTCITEs.

Artículo 31.- De la Organización de los CITE

Los CITE Artesanales y Turísticos privados podrán organizarse jurídicamente bajo cualquiera de las formas previstas en el derecho común y en el régimen societario. Se excluye el Comité, regulado en el Título IV de la Sección Segunda del Libro Primero del Código Civil.

Artículo 32.- De la Calificación



Pueden calificar como CITE Artesanales y Turísticos de carácter privado las instituciones existentes en el ámbito de la artesanía y el turismo, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

Artículo 33.- De los Requisitos para la Calificación

La solicitud de calificación de un CITE Artesanal y Turístico privado deberá presentarse a la OTCITEs del Viceministerio de Turismo, sustentando el cumplimiento de los requisitos precisados en el artículo 5 del presente Reglamento con la presentación de los siguientes documentos:

- a. El estudio de factibilidad conteniendo como mínimo el diagnóstico actualizado de la línea artesanal o actividad turística que corresponda, con información de los agentes que intervienen, sus características y necesidades tecnológicas y de capacitación y formación; así como de la oferta de innovación tecnológica existente.
- b. El diseño del CITE incluyendo los servicios específicos, el organigrama, el perfil del personal con que cuenta, el equipamiento básico, la ubicación y la infraestructura que dispone.
- c. La programación del financiamiento, incluyendo fuentes.
- d. Copia de la escritura de constitución como persona jurídica y de los poderes actualizados e inscritos en los registros públicos. e. Currículum de los directivos y personal técnico. Según el tipo de actividades que realizará el CITE, la OTCITEs, podrá excepcionalmente solicitar la información complementaria, que considere necesaria para su calificación.

Artículo 34.- De la Presentación de Información

Los CITE Artesanales y Turísticos privados presentarán periódicamente a la OTCITEs del Viceministerio de Turismo, la siguiente información:

- a. Plan de Desarrollo (Estratégico, Operativo, y de Sostenibilidad Económica) aprobado por su órgano supremo de gobierno societario.
- b. Reportes mensuales de las actividades ejecutadas y logros alcanzados.
- c. Toda aquella que esté dispuesta en la normatividad legal vigente.

Artículo 35.- Ámbito, Alcances y Duración

El ámbito, alcances y duración de los CITE Artesanales y Turísticos privados son los que se definen en sus correspondientes Estatutos.

Artículo 36.- Convenios de Subvención.



El MINCETUR con el objetivo de cumplir con su función de promover el desarrollo de los CITE Artesanales y Turísticos privados podrá firmar con estos últimos, Convenios de Subvención, que les permitan financiar sus gastos hasta que alcancen su auto sostenibilidad. Para tal efecto, se deberá seguir lo normado por la Ley N° 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto debiendo expedirse previamente el Decreto Supremo que autoriza expresamente el otorgamiento de la subvención.

Artículo 37.- Disolución y Liquidación

La disolución y liquidación de los CITE Artesanales y Turísticos privados se rige por sus estatutos, el Código Civil y demás normas vigentes en la materia.

CAPÍTULO IV GESTIÓN DEL ESTADO

Artículo 38.- Autoridad Competente

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través del Viceministro de Turismo es la autoridad competente para coordinar y concertar las acciones de las diferentes entidades públicas y privadas dedicadas a labores de innovación y transferencia de tecnología para:

- a. Diseñar la política de fomento de la innovación tecnológica en las actividades de artesanía y turismo.
- b. Proponer y opinar respecto de la creación de CITE Artesanales y Turísticos del Estado.
- c. Promover, supervisar y gestionar la innovación tecnológica en los CITE Artesanales y Turísticos del Estado y privados que autorice, hasta la consolidación de los mismos. La gestión incluye la provisión de recursos económicos, mediante la suscripción de Convenios de Subvención, de acuerdo con los procedimientos establecidos y la disponibilidad presupuestaria.
- d. Registrar y supervisar el funcionamiento de los CITE Artesanales y Turísticos.
- e. Consolidar la Red de CITE Artesanales y Turísticos.
- f. Las demás que se establezcan.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

Primera.- Plazo de Adecuación

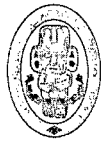
Los CITE Artesanales y Turísticos del Estado, que se hayan constituido y están en funcionamiento, antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, deberán adecuarse al mismo dentro de los 180 días calendario siguientes a la fecha de su expedición.



Segunda.- Durante el plazo establecido en la Primera Disposición Transitoria y Final del presente Reglamento, los CITE del Estado deberán cumplir con lo establecido en el Artículo 37 de la Ley N° 27444.

Tercera.- Red de CITE Bajo el Ámbito del Mincetur

Los CITE Artesanales y Turísticos que se encuentran bajo el ámbito de competencia del MINCETUR integran la “Red de CITE Artesanales y Turísticos del Perú”.



ANEXO N° 10

LEY N° 29073

LA PRESIDENCIA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

LA COMISIÓN PERMANENTE DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

**LEY DEL ARTESANO Y DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD
ARTESANAL**

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I

OBJETO, FINALIDAD Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1°.- Objeto de la Ley

La presente Ley establece el régimen jurídico que reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, que regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades, preservando para ello la tradición artesanal en todas sus expresiones, propias de cada lugar, difundiendo y promoviendo sus técnicas y procedimientos de elaboración, teniendo en cuenta la calidad, representatividad, tradición, valor cultural y utilidad, creando conciencia en la población sobre su importancia económica, social y cultural.

Artículo 2°.- Finalidad

Son fines de la presente Ley promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, integrándolo al desarrollo económico del país; facilitar el acceso del artesano al financiamiento privado; mejorar sus condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado; fomentar la formación de artesanos y la divulgación de sus técnicas, desarrollando sus aptitudes o habilidades; recuperar y promover las manifestaciones y valores culturales, históricos y la identidad nacional, con el fin de hacer de la actividad artesanal un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible.



Artículo 3°.- Ámbito de Aplicación

La presente Ley es de aplicación para los artesanos, empresas de la actividad artesanal y organismos e instituciones vinculados al desarrollo y promoción artesanal. Estos pueden gozar de los beneficios establecidos en la presente Ley al obtener la Certificación Artesanal y/o encontrándose registrados en el Registro Nacional del Artesano, de acuerdo a lo establecido en los artículos 29 ° y 30°, respectivamente.

CAPÍTULO II

DEFINICIONES Y CLASIFICACIÓN DE ARTESANÍA

Artículo 4°.- Artesano

Entiéndase por artesano a la persona que se dedica a la elaboración de objetos que reúnan las características establecidas en el artículo 5°, y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

Artículo 5°.- Artesanía

Entiéndase por artesanía a la 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 compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción.

Artículo 6°.- Clasificación de artesanía

Para los efectos de la presente Ley, la artesanía se clasifica en:

- a) Artesanía tradicional: Son los bienes que tienen un uso utilitario, ritual o estético y que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituyen por lo tanto, expresión material de la cultura de comunidades o etnias, y pueden ser: Utilitaria; Artística.



- b) Artesanía Innovada: Son bienes que tienen una funcionalidad generalmente de carácter decorativo o utilitario, que está muy influenciada por la tendencia del mercado, y pueden ser: Utilitaria, Artística.

Artículo 7º.- Líneas Artesanales y Clasificador Nacional de Líneas Artesanales

7.1 Líneas Artesanales son los diferentes procesos de producción artesanal, vinculados a las materias primas que se utilicen en las diferentes regiones del país, existentes y futuras, que expresan la creatividad y habilidad manual del artesano.

7.2 El Clasificador Nacional de Líneas Artesanales es el inventario de las líneas artesanales existentes y de las que se desarrollen en el futuro. Tiene la finalidad de identificar adecuadamente los productos artesanales.

7.3 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprueba el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

CAPÍTULO III

ENTIDADES INVOLUCRADAS EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL

Artículo 8º.- Empresas de la actividad artesanal

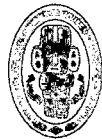
Son empresas de la actividad artesanal todas las personas naturales y las personas jurídicas compuestas por artesanos dedicadas a la producción y comercialización de objetos que reúnan las características establecidas en el artículo 5º y que se encuentran consideradas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

Artículo 9º.- Rol Promotor del Estado

El Estado promueve y facilita el desarrollo de la actividad artesanal a través de los diversos sectores y niveles de gobierno, estableciendo mecanismos para incentivar la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados interno y externo, así como otros mecanismos que permitan la organización empresarial y asociativa que coadyuven al crecimiento sostenible de la artesanía.

Artículo 10º.- Ente rector

10.1 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR es la entidad competente para ejecutar la promoción, orientación y regulación de la artesanía de acuerdo a Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



10.2 En el ámbito regional, son competentes los gobiernos regionales, ejerciendo las funciones establecidas en la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y su modificatoria la Ley N° 27902.

10.3 En el ámbito local, los entes competentes son las municipalidades provinciales y distritales de acuerdo a la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

Artículo 11°.- Entidades involucradas

Se encuentran involucrados en el establecimiento de medidas conducentes al cumplimiento de los distintos lineamientos y mecanismos de promoción y desarrollo artesanal, de acuerdo a sus correspondientes ámbitos de competencia nacional, regional y local, las entidades del sector público y privado que tengan vinculación directa o indirecta con la actividad artesanal.

Artículo 12°.- Consejo Nacional de Fomento Artesanal

12.1 Créase el Consejo Nacional de Fomento Artesanal en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo el cual reemplazará al Comité Consultivo de Artesanía.

12.2 Está integrada por once (11) representantes:

12.2.1 Un representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

12.2.2 Un representante del Ministerio de la Producción.

12.2.3 Un representante del Ministerio de Educación.

12.2.4 Un representante del Instituto Nacional de Cultura.

12.2.5 Un representante de las instituciones privadas de desarrollo vinculadas con el sector artesanal.

12.2.6 Seis representantes de los artesanos peruanos, elegidos entre las asociaciones de artesanos formalmente constituidas y registradas en el Registro Nacional del Artesano.

12.3 Los gobiernos regionales, a través de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo, contarán con un Consejo Regional de Fomento Artesanal como órgano de coordinación entre el sector público y privado. La composición y funciones son establecidas por resolución regional.

12.4 Las municipalidades provinciales y distritales contarán con un Consejo Local de Fomento Artesanal como órgano de coordinación entre el sector público y privado. La composición y funciones son establecidas por norma local.



Artículo 13°.- Funciones del Consejo Nacional de Fomento Artesanal

Son funciones del Consejo Nacional de Fomento Artesanal:

- a) Proponer la política artesanal del país y las normas y acciones de apoyo a dicha actividad;
- b) Evaluar permanentemente el cumplimiento de los objetivos propuestos y sustentar las medidas necesarias para su eficaz aplicación;
- c) Promover la organización de certámenes nacionales, regionales y locales, para la superación de los artesanos;
- d) proponer el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales;
- e) promover que las personas con discapacidad tengan acceso a los Centros de Formación y Capacitación Artesanal, así como a los centros o talleres de producción artesanal, de conformidad con la Ley N° 27050, Ley de la Persona con Discapacidad; y,
- f) las demás que señale el reglamento.

TÍTULO II

**LINEAMIENTOS Y MECANISMOS DE PROMOCIÓN,
COMERCIALIZACIÓN, ACCESO AL MERCADO Y SISTEMA DE
INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL**

CAPÍTULO I

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Artículo 14°.- Lineamientos estratégicos de promoción

La acción del Estado, en materia de promoción de la actividad artesanal, se orienta por los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Promover el crecimiento, desarrollo integral y reconocimiento del artesano y de la actividad artesanal impulsando la inversión privada y el acceso al mercado interno y externo de este sector.
- b) Promover y preservar los valores culturales, históricos y de identidad nacional.
- c) Fomentar la innovación tecnológica y el uso de normas técnicas para el mejoramiento de la calidad y competitividad de los productos artesanales.
- d) Propiciar la articulación, cooperación y asociatividad de los diferentes agentes que intervienen en el sector artesanal.



- e) Promover la permanente capacitación del artesano, estimulando el desarrollo de las aptitudes y habilidades que incrementen su potencial creativo, técnico y económico.
- f) Fomentar y difundir, en el sector artesanal, el uso y aplicación de la regulación relativa a la propiedad intelectual.
- g) Promover una cultura de conservación y sostenibilidad del medio ambiente en los procesos productivos de la actividad artesanal.
- h) Fomentar la conciencia ciudadana, promoviendo las condiciones adecuadas para el logro del bienestar socioeconómico del sector artesanal.
- i) Reconocer y apoyar a los artesanos productores de las comunidades campesinas y nativas.

CAPÍTULO II

MECANISMOS DE PROMOCIÓN, ASOCIATIVIDAD Y COMERCIALIZACIÓN

Artículo 15°.- Rol Formalizador de las Entidades Descentralizadas

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, en coordinación con los gobiernos regionales y los gobiernos locales, a través de sus órganos competentes, orienta a los artesanos en los actos de formalización, constitución, organización y acceso al mercado nacional e internacional. Estas labores serán realizadas conjuntamente con las demás entidades públicas vinculadas a la promoción del artesano y de la actividad artesanal, así como con las entidades del sector privado.

Artículo 16°.- Cooperación y asociatividad

El Estado, a través de las entidades a las que se refiere el artículo 11° y dentro del ámbito de sus competencias, promueve y fomenta la complementación, cooperación, asociatividad y el desarrollo de sinergias entre los distintos agentes incluidos en la cadena de valor de la artesanía.

Artículo 17°.- Comercialización

El Estado, a través de las entidades a las que se refiere el artículo 11° y dentro del ámbito de sus competencias, incentiva la comercialización directa de los productos artesanales. Para tal efecto, se incentiva la comercialización directa de los artesanos



productores de las comunidades campesinas y nativas, o mediante las propias organizaciones de artesanos.

Artículo 18°.- Ferias

18.1 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR propone, coordina, supervisa y evalúa las políticas y normas orientadas a promover la organización de las ferias de artesanía, emitiendo la normatividad de alcance nacional.

18.2 Los gobiernos regionales, las municipalidades provinciales y distritales, en coordinación con las entidades públicas y privadas, organizan y promueven ferias y exposiciones artesanales en sus jurisdicciones.

18.3 En toda feria internacional, donde esté representado el Estado peruano mediante alguna de sus instituciones, debe existir presencia de los artesanos productores y sus obras, en especial los de las comunidades campesinas y nativas.

Artículo 19°.- Promoción de la actividad artesanal

La promoción de la actividad artesanal, previsto en la presente Ley, involucra los procesos culturales, así como todas las fases del proceso económico, es decir, producción, comercialización y distribución. La política de apoyo no excluye atender emprendimientos individuales pero privilegia las diversas formas asociativas, constituidas o por constituirse como personas jurídicas domiciliadas en el país.

CAPÍTULO III

ACCESO A MERCADOS Y COMPETITIVIDAD

Artículo 20°.- Acceso a mercados

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, conjuntamente con las instituciones públicas encargadas de la promoción de las exportaciones, de la promoción turística, de la promoción de la pequeña y micro empresa, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, los gobiernos regionales y locales y otros sectores o instituciones competentes, facilita el acceso a los mercados, interno y externo, a los artesanos y empresas de la actividad artesanal, a través de diversos instrumentos de promoción, cooperación, asociatividad, capacitación empresarial y facilitación comercial.



Para tal efecto, promueve la diversificación y expansión del mercado interno y de la exportación de las artesanías artísticas y utilitarias.

Artículo 21°.- Competitividad para la exportación

21.1 El Estado, a través del órgano competente, complementa programas anuales para la participación, en el exterior, de los artesanos y de las empresas productoras artesanales, con la finalidad de fomentar la exportación de sus productos.

21.2 Asimismo, desarrolla programas permanentes de capacitación para los artesanos y sus asociaciones, con el fin de adecuar su producción a los estándares de calidad y competitividad que exige el mercado internacional.

CAPÍTULO IV

SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL ARTESANO

Artículo 22°.- Sistema de Información para la Promoción y Desarrollo del Artesano

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR es el encargado de implementar en su página Web el Sistema de Información para la Promoción y Desarrollo del Artesano, el cual deberá mantenerse debidamente actualizado y accesible al artesano las veinticuatro (24) horas del día, incluyendo feriados. Para tal efecto, las entidades públicas vinculadas a la promoción y desarrollo artesanal, deben suministrar a dicho Ministerio toda la información requerida para su implementación y actualización permanente.

Artículo 23°.- Acciones del Sistema

El Sistema de Información para la Promoción y Desarrollo del Artesano debe cumplir con las siguientes acciones:

1. Informar sobre las oportunidades de negocios comerciales vinculados a la actividad artesanal, así como acerca de las demandas del mercado nacional e internacional y, en particular, sobre cómo adecuar sus artesanías a los requerimientos, exigencias, necesidades y condiciones de la demanda internacional.
2. Absolver consultas en materias legales, comerciales y tributarias.



3. Brindar información que permita el acceso del artesano a los principales mercados externos.
4. Orientar al artesano sobre todas las distintas modalidades de pago y financiamiento que ofrece el sistema financiero nacional.
5. Crear un registro electrónico que permita al artesano suscribirse y contactarse con otros artesanos, con fines asociativos.
6. Ofrecer el acceso al directorio de las siguientes entidades:
 - Organizaciones gubernamentales,
 - Organismos no gubernamentales,
 - Organismos privados relacionados con la actividad artesanal,
 - Padrón de artesanos de las distintas regiones por líneas de actividad,
 - Asociaciones de Artesanos ordenados por Regiones,
 - Exportadores de Artesanía,
 - Importaciones de Artesanía,
 - Calendario anual de ferias internacionales,
 - Calendario anual de ferias regionales.
7. Incentivar y difundir la realización de concursos anuales de artesanos.
8. Publicar el programa de los foros, conferencias, seminarios, talleres y demás eventos vinculados a la actividad artesanal.
9. Publicar la relación de insumos, materias primas y bienes intermedios prohibidos y/o restringidos por afectar la salud pública, seguridad y el medio ambiente.
10. Publicar la demanda de los mercados internacionales reportada por los funcionarios públicos que viajan para tratar asuntos vinculados a la actividad artesanal.
11. Difundir la oferta de los artesanos para la demanda internacional.
12. Proporcionar las normas técnicas internacionales y de calidad exigidas por los mercados internacionales.
13. Publicar las convocatorias a becas, programas de capacitación, concursos, así como los requisitos para los mismos, y las entidades que los convocan; a capacitaciones y talleres organizados por entidades públicas y privadas destinados a promover la creatividad del artesano.
14. Comunicar el Plan Estratégico Nacional de Artesanía y sus avances.



CAPÍTULO V

ARTICULACIÓN ENTRE TURISMO Y ARTESANÍA

Artículo 24°.- Integración entre turismo y artesanía

El Estado reconoce a la artesanía como un recurso turístico incorporable en todos los productos turísticos del Perú. Para tal efecto, las distintas entidades públicas en los ámbitos nacional, regional y local incorporan el componente artesanía en la normativa del sector turismo, en los programas, proyectos de desarrollo y de promoción de productos turísticos.

Artículo 25°.- Incorporación de los pueblos o conglomerados artesanales al producto turístico

Las entidades públicas vinculadas a la actividad turística y actividad artesanal, en coordinación con organismos privados del sector turismo y los gremios artesanales, diseñan, ejecutan y supervisan programas y proyectos para incorporar a las poblaciones o conglomerados artesanales a los circuitos y/o productos turísticos.

CAPÍTULO VI

DEL RECONOCIMIENTO Y ESTÍMULO

Artículo 26°.- Del reconocimiento a los Artesanos

El Estado, a través del ente rector, promueve concursos y certámenes con el objeto de valorar el talento, la competitividad y la creatividad del artesano peruano; asimismo reconoce y distingue a los artesanos, empresas de la actividad artesanal y otras personas e instituciones involucradas en el sector artesanal que fomentan y difunden la identidad nacional.

Artículo 27°.- Del Día del Artesano

Desde la entrada en vigencia de la presente Ley, institucionalizase el día 19 de marzo de cada año como el “Día del Artesano Peruano”.

Artículo 28°.- De los concursos anuales

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo organiza los concursos anuales “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana” y “Premio Nacional de Diseño de la Artesanía Peruana”.



Los concursos de artesanía de iniciativa privada podrán contar con el reconocimiento del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, previa calificación.

Asimismo, el Congreso de la República, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, impondrá la Medalla “Joaquín López Antay”, en reconocimiento a la trayectoria artístico- artesanal.

TÍTULO III

MEDIDAS PARA LA CERTIFICACIÓN Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL

CAPÍTULO I

CERTIFICACIÓN ARTESANAL Y REGISTRO NACIONAL DEL ARTESANO

Artículo 29°.- De la Certificación Artesanal

29.1 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo otorga Certificación Artesanal a los artesanos, a las personas jurídicas que realicen actividad artesanal y a los organismos e instituciones de desarrollo y promoción artesanal. Puede crear también otras certificaciones o registros.

29.2 Esta Certificación permite gozar de los beneficios de acreditación dados a la actividad artesanal ante las entidades internacionales y nacionales.

29.3 Los gobiernos regionales otorgan Certificación Artesanal en su jurisdicción a través de las Direcciones Regionales de Turismo y Artesanía o las que hagan sus veces.

29.4 Las municipalidades provinciales y distritales otorgan Certificación Artesanal en su jurisdicción, a través del órgano competente.

Artículo 30°.- Registro

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con los gobiernos regionales y los gobiernos locales y los sectores o instituciones a que se refiere el artículo 11°, establece el Registro Nacional del Artesano. Este Registro debe tener características unificadas y descentralizadas.

El Registro Nacional del Artesano constituye un insumo base para el cumplimiento de los objetivos y la finalidad de la presente Ley, así como para el logro de las



acciones y lineamientos estratégicos establecidos para la actividad artesanal. En tal sentido, apoya la labor que corresponde al ente rector y a las entidades involucradas en la actividad artesanal; en consecuencia, su implementación y actualización tiene carácter obligatorio.

CAPÍTULO II

PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DEL ARTESANO Y DE LA TRADICIÓN ARTESANAL

Artículo 31°.- Protección de los derechos intelectuales del artesano

El Estado promueve la protección de la creatividad del artesano a través de las diferentes formas de protección de la propiedad intelectual.

Artículo 32°.- Constancia de Autoría Artesanal

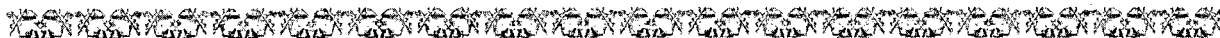
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de acuerdo a lo que establezca el reglamento, emitirá una Constancia de Autoría Artesanal como medio probatorio que acredite la autoría, características de originalidad y fecha de creación de una pieza artesanal que reúna las características establecidas por la legislación vigente para ser protegida. Asimismo, puede otorgar sellos de conformidad. Estas facultades podrán ser delegadas a los gobiernos regionales o locales.

Artículo 33°.- Derechos intelectuales

El INDECOPI es la autoridad encargada de reconocer y cautelar los derechos intelectuales de los artesanos en el marco de lo establecido en el Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor, y demás normativa. Asimismo, le corresponde la protección de las marcas colectivas.

Artículo 34°.- Denominaciones de origen

El INDECOPI otorga denominación de origen de las obras artesanales, siempre que cumplan con los requisitos previstos en la normatividad vigente sobre la materia.



TÍTULO IV

CAPACITACIÓN, ASISTENCIA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DEL ARTESANO

CAPÍTULO I

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL ARTESANO

Artículo 35°.- Acciones para la capacitación del artesano

- 35.1** El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo podrá autorizar a los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo del Perú y a otras entidades educativas, así como a empresas acreditadoras, realizar la certificación de competencias para el desarrollo de oficios artesanales, de conformidad con los lineamientos, requisitos y condiciones que establezca dicho sector, previo reconocimiento de entidades tales como el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, del Ministerio de Educación u otro organismo del Gobierno Nacional, regional o local, vinculado a la educación, cultura o actividad artesanal para que los artesanos puedan ejercer la docencia para la enseñanza de aprendizajes de artesanía en los Centros de Educación Técnico-Productiva o en los Centros de Educación Ocupacional.
- 35.2** Además, mediante los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo del Perú y otras entidades educativas, como los Centros de Educación Ocupacional (CEO), o los Centros de Educación Técnico-Productiva (CEPROS), el Estado promueve el desarrollo productivo y de gestión de artesanos y empresas de la actividad artesanal.
- 35.3** Los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDAR) del sector público serán rehabilitados para su funcionamiento como Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo, pudiendo establecer convenios con entidades del sector público y privado.

0



CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN, ASISTENCIA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Artículo 36°.- Programas de investigación

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, así como los gobiernos regionales y locales, coordinan con los organismos competentes de investigación, desarrollo tecnológico y competitividad del país, la formulación de programas y proyectos específicos destinados a mejorar la competitividad de la producción artesanal.

Artículo 37°.- Innovación tecnológica

Las universidades, institutos superiores tecnológicos, Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo estatales asisten tecnológicamente y en forma descentralizada a la actividad artesanal, en el desarrollo de programas de investigación que propicien la innovación, transferencia, desarrollo, intercambio, difusión y la utilización de tecnologías adecuadas, coadyuvando a elevar la competitividad del sector artesanal.

Artículo 38°.- Normas técnicas

38.1 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo difunde y promueve la creación y el uso de las certificaciones de calidad para la artesanía peruana, de acuerdo a lo establecido en el reglamento de la presente Ley.

38.2 En coordinación con el sector privado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y los demás organismos competentes, fomentarán el uso y aplicación de Normas Técnicas y Manuales de Buenas Prácticas de Manufactura y Mercadeo, elaboradas por dicho sector en coordinación con el sector privado.

CAPÍTULO III

DEL MEDIO AMBIENTE

Artículo 39°.- Materias primas en peligro de extinción

Los organismos competentes del Estado, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, velan por la adecuada conservación, protección y por la explotación sustentable de materias primas en peligro de extinción que sean utilizadas en la elaboración de productos artesanales.



Artículo 40°.- De las artesanías de origen indígena y nativo

El Estado, a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y en coordinación con los organismos competentes, velará por el desarrollo y preservación de las artesanías de origen indígena y nativo, respetando las diferencias de las etnias, buscando asegurar el equilibrio ecológico necesario, en especial en las zonas naturales protegidas.

Artículo 41°.- Medio ambiente

Los programas y proyectos para el sector artesanía, ejecutados por el sector público o por el sector privado, deben contener un componente que asegure la conservación y sostenibilidad del medio ambiente

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES

EDAD: 26SEXO: F MPROCEDENCIA: CajamarcaOCUPACIÓN: Psicóloga

1. ¿Cuál es su motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas?

Trabajo Estudios Visita a amigos o familia Turismo

Otros: _____

2. ¿Qué actividades realizó y/o realizará durante su visita a Chachapoyas?

Visitar lugares turísticos Consumo de gastronomía Salidas nocturnas Compra de artesanía

Otros: _____

3. ¿Qué opinión tiene acerca de los servicios en Chachapoyas?

Tipo de Servicio	Excelente	Bueno	Regular	Malto	Pésimo
Hospedaje					
Alimentación		<input checked="" type="checkbox"/>			
Guiado		<input checked="" type="checkbox"/>			
Distracción		<input checked="" type="checkbox"/>			
Artesanías		<input checked="" type="checkbox"/>			

4. ¿Qué opinión tiene sobre las artesanías existentes en la ciudad de Chachapoyas?

No vio artesanías Es muy simple y común Le pareció innovador y diferente

Otros: _____

5. ¿Qué opinión tiene sobre los lugares que ofertan artesanía?

Son lugares pequeños donde no se exhibe adecuadamente

Se ofertan productos comunes de encontrar en otras ciudades

Les falta ofertar productos regionales e innovadores

Otros: Son bonitos pero deben mejorar la atención

6. De las artesanías que pudo ver ¿Cuál le interesa más?

tejidas

¿Por qué? Son diferentes y baratas

7. ¿Le gustaría que exista un lugar donde se muestre como se elabora los diferentes productos artesanales de Chachapoyas?



8. ¿Qué características le gustaría que tuviera?

- Que se encuentre en el centro de la ciudad
- Que se encuentre fuera de la ciudad (casa de campo)
- Que solo se venda artesanía
- Que cuente con servicios complementarios (cafetín, restaurante, shows típicos, otros)
- Que permita a los visitantes participar y aprender la elaboración de productos artesanales

ENCUESTA A TURISTAS INTERNACIONALES

EDAD: 28

SEXO: F M

PROCEDENCIA: Chile

OCUPACIÓN: Administrador

1. ¿Cuál es su motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas?

- Trabajo
- Estudios
- Visita a amigos o familia
- Turismo
- Otros: _____

2. ¿Qué actividades realizó y/o realizará durante su visita a Chachapoyas?

- Visitar lugares turísticos
- Consumo de gastronomía
- Salidas nocturnas
- Compra de artesanía
- Otros: _____

3. ¿Qué opinión tiene acerca de los servicios en Chachapoyas?

Tipo de Servicio	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Hospedaje		X			
Alimentación			X		
Guiado		X			
Distracción		X			
Artesanías					

4. ¿Qué opinión tiene sobre las artesanías existentes en la ciudad de Chachapoyas?

- No vio artesanías
- Es muy simple y común
- Le pareció innovador y diferente
- Otros: _____

5. ¿Qué opinión tiene sobre los lugares que ofertan artesanía?

Son lugares pequeños donde no se exhibe adecuadamente

Se ofertan productos comunes de encontrar en otras ciudades

Les falta ofertar productos regionales e innovadores

Otros: No visito esos lugares.

6. De las artesanías que pudo ver ¿Cuál le interesa más?

¿Por qué? _____

7. ¿Le gustaría que exista un lugar donde se muestre como se elabora los diferentes productos artesanales de Chachapoyas?

NO

8. ¿Qué características le gustaría que tuviera?

• Que se encuentre en el centro de la ciudad

• Que se encuentre fuera de la ciudad (casa de campo)

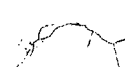
• Que solo se venda artesanía

• Que cuente con servicios complementarios (cafetín, restaurante, shows típicos, otros)

• Que permita a los visitantes participar y aprender la elaboración de productos artesanales

RAZÓN SOCIAL	Artesanía "La Illava"
PROPIETARIO	Yojani Vilcarromero Valle
DIRECCIÓN	Jr. Amazonas N° 814
LÍNEA ARTESANAL QUE OFERTA	Textil, maderas, instrumentos musicales, cerámica al frío.
PROVEEDOR	Penal Huancas - Madera.

INVENTARIO DE ARTESANOS - CHACHAPOYAS

NOMBRES Y APELLIDOS	Yojani Vilcarromero Valle	
DIRECCIÓN	Jr. Amazonas N° 814	
LÍNEA ARTESANAL	Textil, madera, instrumentos musicales, cerámica al frío.	
PRODUCCIÓN	Textil, cerámica al frío, tal armado en piedra. 	
TÉCNICAS	Creación propia, callva en cintura y tejido a mano.	
INSUMOS	lana oveja, lana industrial, lana de madeja	
COMERCIALIZACIÓN	local propio.	
PERTENECE AL CITE UTCUBAMBA AMAZONAS	SI	NO

ENCUESTA A COMERCIALIZADORES DE ARTESANÍA

RAZÓN SOCIAL: Artesanía "La Illakua"

DIRECCIÓN: Jr. Amazonas N° 814

NOMBRE DE ENTREVISTADO: Yojani Vilcarromero Valle

1. ¿Qué tipos de productos artesanales comercializa?

Textil, maderas, instrumentos musicales, cerámica al frío.

2. ¿Usted, fabrica alguno de ellos?

Sí, textil cerámica al frío, armado en piedra.

3. ¿Cuál es la aceptación por parte de los turistas a la artesanía que usted vende?

Si tiene aceptación, mayormente lo hecho a mano.

4. ¿Cuáles son los productos que más se vende?

Ponchos, chalinas, bolsos

5. ¿Qué cree usted que se debe hacer para incrementar la venta de artesanía en Chachapoyas?

Promoción y vender artesanía propia.

**ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE NOMBRE Y LOGOTIPO DEL MUSEO
ARTESANAL**

1. **¿Cuál de los siguientes nombres le agrada más para la creación del Museo Artesanal de Chachapoyas?**

A. KICHARI – ABIERTO O DISPONIBLE



B. AKU UTKA – VAMOS AVANZANDO



C. RURRAI MAKI – MANOS QUE CREAN



2. **¿Cuál de los siguientes logotipos le agrada más para la creación del Museo Artesanal de Chachapoyas?**

