



GOBIERNO REGIONAL DE
HUANCAVELICA
CONSEJO REGIONAL

ORDENANZA REGIONAL Nº 536-GOB.REG-HVCA/CR

Huancavelica, 19 de setiembre de 2024.

POR CUANTO:

EL CONSEJO REGIONAL DE HUANCAVELICA:

Ha dado la Ordenanza Regional siguiente:

ORDENANZA REGIONAL QUE APRUEBA EL PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE DESARROLLO ARTESANAL DE HUANCAVELICA (PERDAR) 2022 - 2030.

Que, el artículo 191º de la Constitución Política del Estado, indica que los Gobiernos Regionales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia, y el Consejo Regional tiene las atribuciones de normar la organización del Gobierno Regional a través de las Ordenanzas Regionales, en concordancia con el inciso a) del Artículo 15º de la Ley Nº 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales.

Que, la autonomía política de los Gobiernos Regionales se define como la facultad de adoptar y concordar las políticas, planes y normas en los asuntos de su competencia, aprobar y expedir sus normas, decidir a través de sus órganos de gobierno y desarrollar las funciones que les son inherentes, conforme a lo establecido en la ley Nº 27783, Ley de Bases de la Descentralización;

Que, el Artículo 3º de la Ley Nº 27867 – Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, precisa: El Consejo Regional es el órgano normativo y fiscalizador del Gobierno Regional. Le corresponde las atribuciones y funciones que se establecen en la presente Ley y aquellas que la sean delegadas;

Que, el Consejo Regional de Huancavelica, tiene las atribuciones de normar la Organización Interna del Gobierno Regional a través de Ordenanzas Regionales, conforme lo señala el inciso a) del artículo 15º de la Ley 27867 – Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, que faculta aprobar, modificar o derogar normas que regulen o reglamente los asuntos y materias de competencia y funciones del Gobierno Regional, en concordancia con el artículo 38º de la misma norma legal, que establece que las Ordenanzas Regionales norman asuntos de carácter general en la organización y administración del Gobierno Regional;

Que, el Artículo 5 de la Ley Nº 27867 - Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas en el marco de las políticas nacionales y sectoriales, para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región;

Qué, el Artículo 64º de la norma anteriormente mencionada, señala cómo funciones del Gobierno Regional en materia de artesanía, entre otras, el formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y





GOBIERNO REGIONAL DE
HUANCAVELICA
CONSEJO REGIONAL

ORDENANZA REGIONAL N° 536-GOB.REG-HVCA/CR

Huancavelica, 19 de setiembre de 2024.

administrar las políticas en materia de desarrollo de la artesanía, en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales; así como fomentar y promover la organización y formalización de los productores artesanales y fortalecimiento gremial en la región;

Que, el PERDAR, constituye un gran esfuerzo de concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía de la Región de Huancavelica. El documento de trabajo del PERDAR, Contempla el análisis del macro y micro entorno del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos, ofreciendo las herramientas que permitan el ordenamiento y estructuración del sector impulsando la comercialización de productos artesanales, a la vez asegurando el desarrollo sostenible socialmente inclusivo y ambientalmente responsable de esta actividad.

Que, mediante Ley N° 29073 - Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, se establece el régimen jurídico que regula el desarrollo sostenible, la protección y promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades, preservando para ello la tradición artesanal en todas sus expresiones, propias de cada lugar;

Que, la Ley N° 29072 - Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal señala: Artículo 2.- Finalidad: Son fines de la presente Ley promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, Integrando los 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; y recuperar y promover las manifestaciones y valores culturales, históricos y de la identidad nacional, con el fin de hacer de la actividad artesanal un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible. 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, y de la promoción de la pequeña y microempresa, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, Los gobiernos regionales y locales y otros sectores o instituciones competentes, facilita en las el acceso a los mercados, interno y externo, a los artesanos y empresas de la actividad artesanal, a través de diversos instrumentos de promoción 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 (...).





GOBIERNO REGIONAL DE
HUANCAVELICA
CONSEJO REGIONAL

ORDENANZA REGIONAL Nº 536-GOB.REG-HVCA/CR

Huancavelica, 19 de setiembre de 2024.

Que, mediante Dictamen Nº 004-2024/GOB.REG.HVCA/CODE, de fecha 10 de setiembre de 2024, la Comisión Ordinaria de Desarrollo Económico, emite dictamen recomendando se apruebe la ordenanza regional que aprueba el Plan Estratégico Regional de Desarrollo Artesanal de Huancavelica, como un instrumento de gestión y concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía de la Región de Huancavelica.

Que, el artículo 38º de la Ley Nº 27867 - Ley Orgánica de Gobierno Regionales, establece que las Ordenanzas Regionales norman asuntos de carácter general, la organización y administración del Gobierno Regional y reglamentan materias de su correspondencia;

Por lo que, en uso de las atribuciones conferidas en la Constitución Política del Estado, la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias, el Reglamento Interno del Consejo Regional; y, con el voto unánime de sus miembros;

ORDENA:

ARTICULO PRIMERO. - APROBAR el PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE DESARROLLO ARTESANAL (PERDAR) HUANCAVELICA 2022 - 2023, como un instrumento elaborado en un proceso participativo y consensuado por los diversos actores públicos y privados de la región Huancavelica, el mismo que cuenta con el análisis del macro y micro entorno del sector, el diagnóstico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos; así como programas de implementación.

ARTÍCULO SEGUNDO. - ENCARGAR a la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, para que por medio de la Dirección Regional de Comercio, Turismo y Artesanía de Huancavelica, para que en coordinación con los sectores públicos, privados y las organizaciones artesanales promuevan la implementación y difusión del Plan Estratégico Regional de Desarrollo Artesanal (PERDAR) de Huancavelica 2022 - 2030.

ARTICULO TERCERO. - DÉJESE sin efecto legal toda norma o disposición legal que se oponga a la presente ordenanza regional.

Comuníquese al señor Gobernador Regional de Huancavelica para su promulgación.

En Huancavelica a los diecinueve días del mes de setiembre de 2024.

JOSÉ TORRES HUAMANÍ
Presidente del Consejo Regional





GOBIERNO REGIONAL DE
HUANCAVELICA
CONSEJO REGIONAL

ORDENANZA REGIONAL Nº 536-GOB.REG-HVCA/CR

Huancavelica, 19 de setiembre de 2024.

POR TANTO:

Mando se Publique y cumpla.

Dado en la Sede del Gobierno Regional de Huancavelica, a los dos días del mes de octubre de dos mil veinticuatro.



GOBIERNO REGIONAL
HUANCAVELICA

Dr. Leoncio Huayllani Taype
GOBERNADOR REGIONAL



D-1



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Viceministerio
de Gobernanza Territorial

Secretaría
de Descentralización

Plan estratégico regional de **DESARROLLO ARTESANAL HUANCAVELICA**



**2022 - 2030
(PERDAR)**



PERÚ

Presidencia



CONTENIDO

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

1.	Visión del sector Artesanía y Misión del PERDAR Huancavelica	Pag. 9
1.1	Visión del sector artesanía de la Región Huancavelica.	Pag. 9
1.2	Misión del PERDAR Huancavelica	Pag. 11
2.	Objetivos Estratégicos y Mapa Estratégico	Pag. 12
2.1	Objetivos estratégicos e indicadores globales	Pag. 12
2.2	Mapa Estratégico del PERDAR Huancavelica	Pag. 15
3.	Resumen de la problemática y diagnóstico FODA del sector artesanía de la región Huancavelica	Pag. 16
3.1	Resumen de la problemática	Pag. 16
3.2	Diagnóstico DAFO	Pag. 19
3.3	Análisis PESTEL	Pag. 20
3.4	Análisis de Posición DAFO	Pag. 21
3.4.1	Factores internos identificados: Fortalezas y Debilidades	Pag. 21
3.4.2	Factores externos identificados: Oportunidades y Amenazas	Pag. 22
3.5	Análisis de Estrategias DAFO	Pag. 24
3.5.1	Análisis de Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI	Pag. 25
3.5.1	Análisis de Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE	Pag. 26
4.	Estrategias y planes de acción	Pag. 28
5.	Programa Presupuestal 0087(PP0087).....	Pag. 39
6.	Anexos	Pag. 45
	Siglas y Abreviaturas	Pag. 46
	Bibliografía Digital	Pag. 48

PRESENTACIÓN

La artesanía es reconocida como una actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de productos artesanales; los cuales se realizan manualmente o con ayuda de herramientas o instrumentos rudimentarios e incluso rara vez emplean maquinarias con medios mecánicos o procesos automatizados. Sin embargo, es considerado artesanía siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y se demuestre que dicha actividad es continúa. También se reconoce que los productos artesanales tienen un valor único, pues son la expresión de los valores simbólicos o ideológicos de una cultura y son realizados con particular calidad y maestría a partir de técnicas muy antiguas

En el Perú, la actividad artesanal desempeña un importante rol dentro del contexto de la economía nacional constituyéndose como una actividad económica y cultural que involucra a los diversos pueblos de nuestro país. De acuerdo al Registro Nacional de Artesanos RNA en el 2021 existen alrededor de 76,328.00 artesanos registrados a nivel nacional. Y de este grupo cabe resaltar que el 74% de la población registrada son mujeres, por lo que la actividad artesanal se presenta como una actividad económica altamente inclusiva para ellas con un enfoque a género.

La actividad artesanal peruana es muy variada, según el clasificador nacional de artesanía (CLANAR) existen 17 líneas artesanales, de las cuales destacan por ser las más representativas y tener la mayor cantidad de registros en el RNA las siguientes líneas: textiles con el 63%, fibra vegetal 9%, materiales preciosos y no preciosos con el 7% y cerámica con el 6%.

El proceso de elaboración del PERDAR HUANCVELICA, comprendió un trabajo de 3 meses de coordinación que incluyó trabajo de campo a través de talleres participativos realizados con artesanos, proveedores, autoridades locales, autoridades regionales y líderes de opinión de tres provincias de la región de Huancavelica (Yauli, Huancavelica y Pilpichaca).

En una primera fase se elaboró un plan de trabajo detallando todas las actividades del plan estratégico, cronograma, propuesta técnica y metodológica a ejecutarse durante la ejecución del servicio.

En una segunda fase se recopiló y analizó la información primaria y secundaria disponible para conocer a fondo el sector, llevándose a cabo entrevistas con expertos y referentes de artesanía. También se revisaron el marco legal y los principales documentos existentes y en base a la información recogida se construyó la primera propuesta de diagnóstico estratégico FODA y la identificación de la problemática del sector.

En una tercera fase, se realizaron talleres en 3 provincias de la región de Huancavelica que permitieron que los artesanos y otros actores expresen la problemática del sector, para así sentir que su voz era escuchada e incorporada en un esfuerzo conjunto con los actores involucrados. El documento de trabajo del PERDAR, contempla el análisis del macro y micro entorno del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos; así como los programas de implementación que permitirán desarrollar acciones concretas para el logro de los objetivos estratégicos y alcanzar eficientes niveles de articulación entre las instituciones públicas y privadas involucradas en las actividades del sector, para contribuir al fortalecimiento de la descentralización, la generación de empleo y la lucha contra la pobreza.

En una cuarta fase, validación de la propuesta PERDAR. El informe debe contener el desarrollo de la validación de la propuesta PERDAR realizado en talleres participativos con los actores involucrados tanto del sector público y privado.

En una quinta fase, entrega del producto final. Presentación del informe final del PERDAR concluido y validado por las organizaciones y entidades pertinentes.

El desarrollo del PERDAR, se realizó con el apoyo de la dirección de Comercio Exterior y Turismo de Huancavelica.

Como toda actividad económica, la artesanía enfrenta los desafíos propios de un mercado que se encuentra en permanente cambio. Así, aunque existen grandes amenazas debido al proceso de globalización e industrialización de la economía, también existen grandes oportunidades, siendo la primera:

el poder contar con una artesanía muy diferenciada, que destaca por su identidad cultural y calidad, donde la innovación aplicada al producto juega un rol gravitante. También la creciente valoración de los productos hechos a mano y el reconocimiento del comercio justo que premia los procesos productivos socialmente responsables, así como el manejo sostenible de las materias primas, estos constituyen también un nuevo escenario que debe ser aprovechado. Por último, la tecnología es otro componente que abre una ventana de oportunidades para ser incorporados en los procesos de abastecimiento, producción y comercialización, permitiendo alcanzar mejores estándares de productividad y calidad. Estas oportunidades generan nuevas modalidades de acceso a los potenciales compradores.

La gran mayoría de talleres artesanales son micro y pequeñas empresas que enfrentan los mismos problemas de formalización, acceso a la información y acceso a mercados. Por estas razones, es necesario contar con un plan estratégico que permita generar una oferta competitiva de acuerdo a las exigencias del mercado e impulsar el empleo digno y decente de los artesanos. En ese sentido, este Plan Estratégico Regional de Artesanía PERDAR, establece objetivos y estrategias, brindando herramientas que permiten el ordenamiento y estructuración del sector impulsando el desarrollo de la artesanía con un enfoque sostenible, inclusivo y ambientalmente responsable. Finalmente, el PERDAR busca alcanzar sus objetivos a través de la articulación con los actores involucrados en el sector de artesanía que incluye el gobierno regional, gobiernos locales y la sociedad civil, estableciendo los roles y responsabilidades de cada uno. Lograr la competitividad del sector es tarea de todos y será posible en la medida en que sean los propios artesanos los gestores de su propio desarrollo con el soporte del ente rector y las instituciones de apoyo.

INTRODUCCIÓN

La SD - PCM proporciona asistencia técnica a los gobiernos regionales y gobiernos locales para el mejor desempeño de sus ocupaciones, por primera vez apoya en la instalación y funcionamiento de la ARD y el diseño y despliegue de estudios necesarios que le permitan atender las prioridades del territorio fortaleciendo de esa forma a la ARD regional.

ARD de Huancavelica, viene trabajando el proceso del fortalecimiento del territorio a través de la activación e instalación de las principales cadenas productivas de la región, así como de los espacios de concertación de soporte para identificar pequeños cuellos de botella, potenciar la actividad productiva y obtener beneficios para la región; especialmente a los agricultores, microempresarios y exportadores. En este caso en particular se identificó la cadena productiva de la artesanía, priorizada en los siguientes documentos: Cadena priorizada con la Ley N° 29073 "Ley del Artesano y del desarrollo de la Actividad Artesanal" y su Reglamento Decreto Supremo N°008-20210-MINCETUR, Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Artesanal (PENDAR), aprobado por R.M. N°309-2019-MINCETUR y el Plan de Desarrollo Concertado de Huancavelica 2015 - 2021.

El PERDAR, constituye un gran esfuerzo de concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía de la Región de Huancavelica. El documento de trabajo del PENDAR, contempla el análisis del macro y micro entorno del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos, ofreciendo las herramientas que permitan el ordenamiento y estructuración del sector impulsando la comercialización de productos artesanales, a la vez asegurando el desarrollo sostenible, socialmente inclusivo y ambientalmente responsables de esta actividad.



1

VISIÓN DEL SECTOR ARTESANÍA Y MISIÓN DEL PERDAR HUANCVELICA

1.1. Visión del sector artesanía de la Región Huancavelica.

Enunciado de Visión del sector artesanía de la Región Huancavelica

El sector artesanía de la Región Huancavelica la integran: asociaciones, consorcios, cooperativas, empresas naturales y jurídicas formales que atienden la demanda del mercado de Lima, Cusco, Huancayo y extranjeros. Está integra a objetivos del PENTUR y PERTUR para: Turismo Rural Comunitario, De mi Tierra un Producto. La artesanía huancavelicana destaca por ser innovadora con Marca Colectiva Artesanal que tiene puntos de venta céntricos, presente en Ciudad Aeropuerto (Lima Airport Parthner) del Jorge Chávez y en mercados virtuales.

1.2. Misión del PERDAR Huancavelica

Enunciado de Misión del PERDAR Huancavelica

Ser el elemento planificador de los artesanos de Huancavelica con aceptación por las Instituciones Públicas y Privadas, buscando producir artesanías con innovación y propuestas de valor para nichos de mercados nacionales e internacionales asegurando preservar la riqueza cultural y la manifestación artística.

Se trabaja y planifica para vender con criterios de sostenibilidad, inclusivo y con respeto al medio ambiente.

Valores

Valores que se practican por los miembros del PERDAR Huancavelica

- Asociatividad y respeto por trabajo en equipo.
- Unidad frente a adversidades.
- Orientación hacia el cliente.
- Honestidad con el cliente externo e interno



2

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y MAPA ESTRATÉGICO

Perspectivas	Objetivos Estratégicos	Nombre del Objetivo	Indicadores
Grupos de Interés	Objetivo de Impacto I	Crear valor económico e incrementar la competitividad del sector artesanía en la Región Huancavelica.	<p>I.1 Exportaciones FOB /año de partidas arancelarias en artesanía.</p> <p>I.2 Acceso a reporte de ventas anual en Sunat de pymes formales que venden artesanías en el mercado turístico y en otras ciudades: Lima, Cusco u Huancayo</p> <p>I.3 Índice de competitividad del sector artesanía informe de impacto del PPR</p>
	Objetivo de Impacto II	Incrementar el valor social de la artesanía.	<p>II.1 Variación % del ROI (Retorno de la Inversión) anual vinculando el registro de ventas y de exportaciones versus el valor de ejecución presupuestal en servicios brindado por instituciones públicas al artesano.</p> <p>II.2 Reporte de INEI indicadores de crecimiento económico en provincias productoras de artesanía.</p>
	Objetivo de Impacto III	Preservar la riqueza cultural y la manifestación artística de la artesanía Huancavelicana	<p>III.1 Crear y medir el posicionamiento de la Marca Colectiva Artesanal de Huancavelica.</p> <p>III.2 Lograr un reconocimiento nacional en gestión con el Ministerio de Cultura.</p>
Procesos Competitivos y Sostenibles	Objetivo Estratégico 1	Posicionar la artesanía Huancavelicana en el mercado turístico, nacional y de exportación.	<p>1. Mercado turístico: gasto per cápita del turista en artesanía.</p> <p>2. Mercado nacional: reporte de ventas anual en Sunat de pymes formales que venden artesanías en otras ciudades: Lima, Cusco y Huancayo.</p> <p>1.3 Mercado de exportación: Exportaciones FOB /año de partidas arancelarias en artesanía.</p>
	Objetivo Estratégico 2	Fortalecer la competitividad e innovación de la oferta de artesanía de la región Huancavelica	<p>2.1 N° de empresas artesanales con ruc habido y en funcionamiento inscritas en el RNA.</p> <p>2.2 Reportes de Mapas de Competitividad antes y después de ejecutar Training de Gestión Empresarial y Exportadora.</p> <p>2.3 N° de empresas beneficiarias de Fondos no Reembolsables como PAI, Pro Compite y otros.</p>

Perspectivas	Objetivos Estratégicos	Nombre del Objetivo	Indicadores
Procesos Competitivos y Sostenibles	Objetivo Estratégico 3	Promover y articular la oferta de Mypes formales en artesanía de Huancavelica a mercados meta: Lima, Cusco, Huancayo, Aeropuerto Jorge Chávez y la exportación.	3.1 N° de artesanos que asisten a ferias y/o ruedas de negocio a nivel nacional, internacional sean presenciales o virtuales. 3.2 N° de artesanos presentes en exposiciones de oferta en mercados meta. 3.3 Expectativa de exportaciones en rueda de negocio y a mediano plazo post Misiones Comerciales Inversas.
	Objetivo Estratégico 4	Bancarizar la actividad productiva y comercial de la artesanía Huancavelicana	4.1 N° de artesanos/empresas con cuentas bancarias abiertas para el comercio exterior. 4.2 N° de establecimientos comerciales (puntos de venta) de artesanos con sistema financiero integrado al: comercio, producción y finanzas.
	Objetivo Estratégico 5	Promover la riqueza cultural y la manifestación artística de la Región Huancavelica.	5.1 N° de eventos/activaciones en medios de comunicación para posicionar los atributos de la artesanía utilitaria Huancavelica. 5.2 Realización de eventos culturales en mercados meta de tipo: artesanía + gastronomía. + folclore 5.3 Encuestas al turismo nacional y receptivo de su experiencia al visitar Huancavelica. 5.4 Un evento anual en el periodo del PERDAR en Lima con soporte de toda la institucionalidad nacional y regional.
Fortalecimiento o Institucional	Objetivo Estratégico 6	Crear, actualizar, innovar las capacidades de los principales actores del sector artesanía y la articulación entre ellos.	6.1 N° de funcionarios y artesanos / empresarios capacitados en gestión que lideran las estrategias del PERDAR al 2030. 6.2 Un Cuadro de Mando Integral (Balance Score Care) para evaluación y control de las estrategias del PERDAR. 6.3 Un reporte de resultados aplicados por funcionarios que asisten a pasantías internacionales para la promoción de las exportaciones de artesanía y de cómo se gestiona en otros países el turismo rural y

Perspectivas	Objetivos Estratégicos	Nombre del Objetivo	Indicadores
Fortalecimiento Institucional	Objetivo Estratégico 7	Articular la promoción mundial de la artesanía con Instituciones y Organismos Públicos y Privados a nivel nacional e internacional	<p>7.1 Alianza con OCEXs de Promperú para Difusión - Promoción de la artesanía Huancavelicana en mercados y nichos seleccionados conjuntamente.</p> <p>7.2 Reportes estadísticos del tránsito de visitantes a las redes sociales de asociaciones, consorcios, cooperativas, empresas naturales y jurídicas formales caracterizando información de sus visitas.</p> <p>7.3 Un reporte estadístico trimestral a plataformas y redes sociales exclusiva en temas de la Marca Colectiva Artesanal Huancavelica.</p> <p>7.4 Un reporte estadístico de plan de promoción en medios de comunicación orientado a mercados nacional e internacional.</p> <p>7.5 Un reporte del plan de Promoción Artesanía-Turismo: MRE + MINCETUR + PROMPERU + PERDAR en nichos de mercados globales</p>
			<p>Atracción de inversión nacional y extranjera directa para infraestructura en comunicaciones, producción y comercialización de la artesanía Huancavelicana a mercados meta.</p> <p>8.1 Un programa de atracción a IED (Inversión Extranjera Directa) y/o IND (Inversión Nacional Directa) para la puesta en marcha de infraestructura para facilitar el comercio a mercados meta y comercio exterior.</p> <p>8.2 N° de Proyectos de inversión privados, promovidos y ejecutados en la región para facilitar el comercio exterior.</p>
Inversión y Financiamiento	Objetivo Estratégico 9	Incrementar las inversiones públicas y promover la inversión nacional y extranjera directa en Infraestructura Turística que vincule el mercado de la artesanía de la Región Huancavelica	<p>9.1 Un programa de atracción a IED y/o IND para la puesta en marcha de infraestructura turística.</p> <p>9.2 N° de Proyectos de inversión privados-públicos en infraestructura turística en las zonas de conglomerados artesanales en la Región Huancavelica.</p>

2.1 Mapa Estratégico del PERDAR Huancavelica

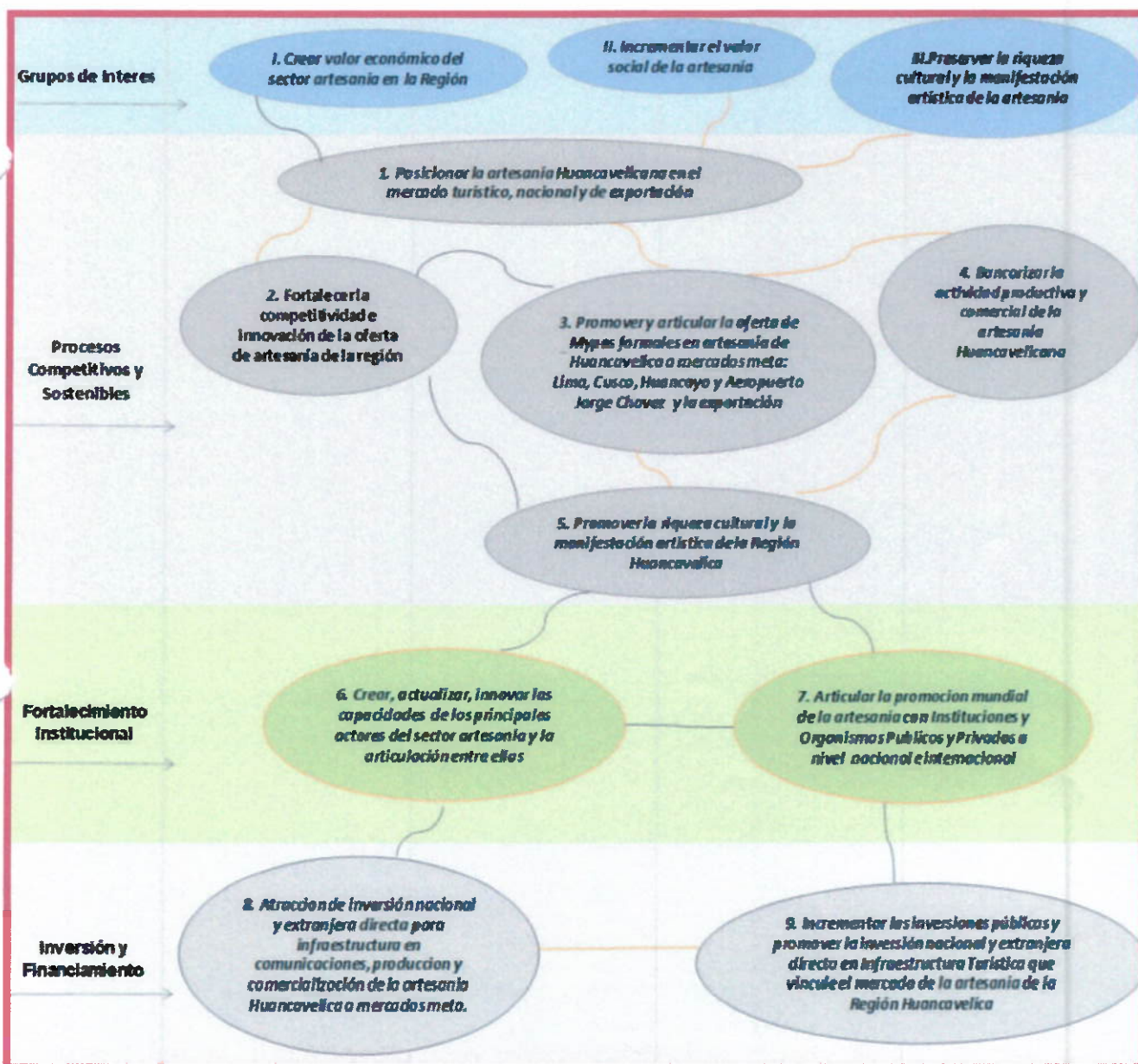
PERDAR HUANCVELICA

MAPA ESTRATÉGICO

Plan Estratégico 2022-2030

Misión: Ser el elemento planificador de los artesanos de Huancavelica de aceptación por las instituciones Públicas y Privadas para ofertar artesanías utilitarias con innovación y propuestas de valor hacia nichos de mercados nacionales e internacionales asegurando preservar la riqueza cultural y la manifestación artísticas. Con trabajo planificado que logra ventas con criterios de sostenibilidad, respeto al medio y disciplina

Visión: El sector artesanía de la Región Huancavelica la integran: asociaciones, consorcios, cooperativas, empresas naturales y jurídicas formales que atienden la demanda del mercado de Lima, Cusco, Huancayo y extranjeros. Esta integrada a objetos del PENTUR y PERTUR para: Turismo Rural Comunicatorio, de mi Tierra un Producto. La artesanía huancavelicana a destaca por ser innovadora con Marca Colectiva Artesanal que tiene puntos de venta céntricos, presente en Ciudad Aeropuerto (Lima Airport Partner) del Jorge Chávez y en mercados virtuales.





3

RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA Y DIAGNÓSTICO FODA DEL SECTOR ARTESANÍA DE LA REGIÓN HUANCVELICA.

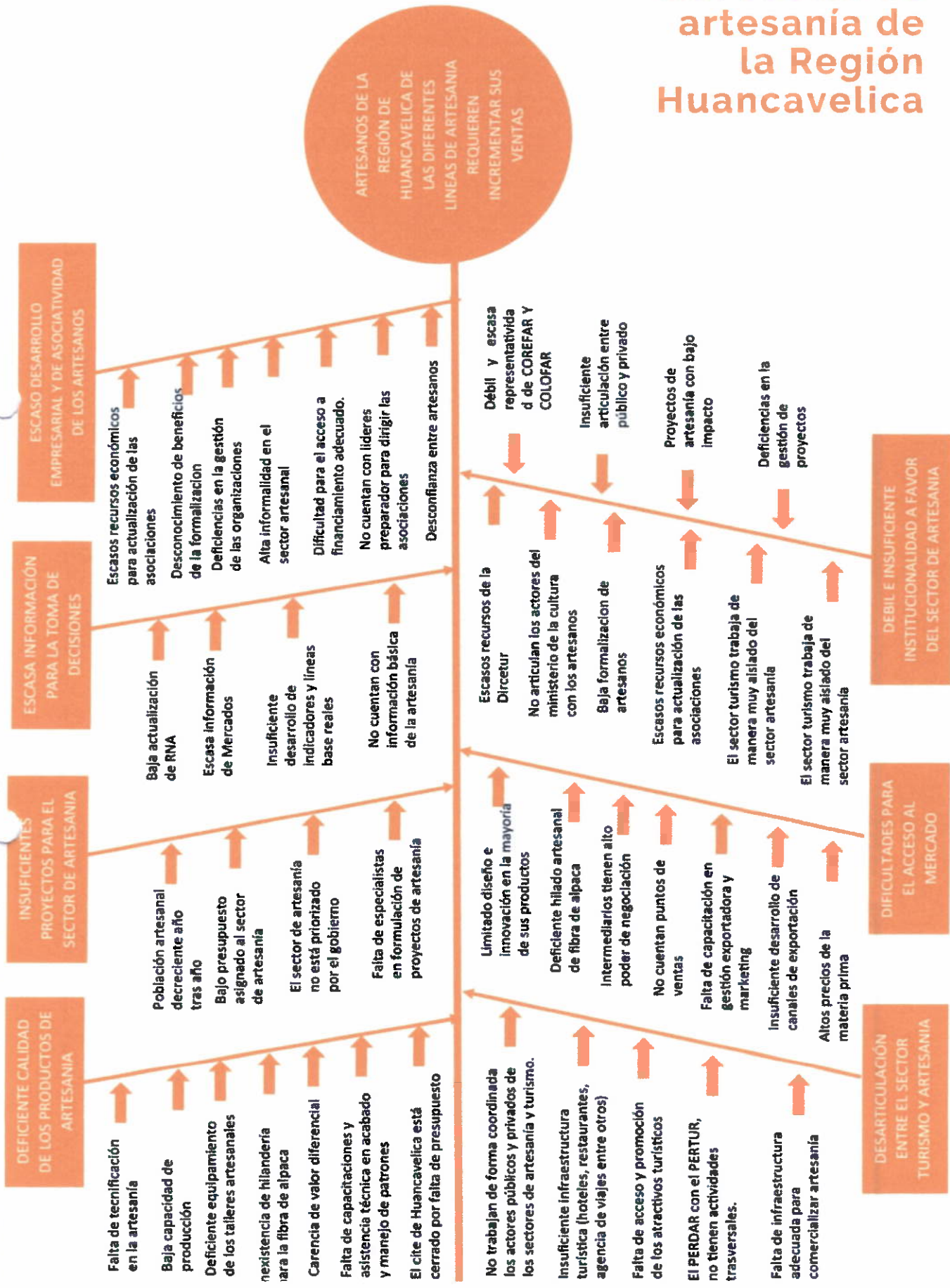
3.1. Resumen de la problemática.

El artesano de la región de Huancavelica por décadas ha enfrentado graves problemas: la falta de organización, la baja calidad de sus productos, dificultades para la comercialización, falta de acceso a mercados competitivos, deficiencia en gestión empresarial y exportador, consecución de materias primas, entre otros. Referente a mercados, se identificó que no hay suficientes ferias regionales o locales establecidas de manera periódica o calendarizadas que contemplen a la región Huancavelica y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) no coordina con los gobiernos regionales y locales la gestión y promoción de actividades comerciales nacionales, sumado a ello la capacidad de producción artística y cultural es limitada de los artesanos de Huancavelica.

La migración de artesanos a otras actividades económicas, es un panorama preocupante ya que el 31% de la población de Huancavelica ha migrado a otras ciudades según INEI. Esto se debe a que no hay suficientes oportunidades de acceso al mercado para los artesanos huancavelicanos y la falta de proyectos y programas más adecuados a las necesidades del sector artesanía, que sean sostenibles en el tiempo con proyección a mediano y largo plazo. Con los pocos artesanos que quedan se corre el riesgo que estas artes mueran, pues cuando un maestro artesano fallece se lleva consigo un gran legado cultural ancestral sobre las técnicas y saberes milenarios

También se debe tener en consideración que el sector artesanal en un 76% está conformada por mujeres, siendo la mayoría adulta y adulta mayor, razón por la cual hay una necesidad de carga familiar y de sobrevivencia. El no tener conocimiento de tecnología en una era digital dificulta el acceso al manejo de herramientas digitales y poder gestionar sus talleres artesanales.

Problemática del sector de artesanía de la Región Huancavelica



3.2. Diagnóstico DAFO

PERDAR HUANCAVELICA

Análisis D.A.F.O.

2022 - 2030

D	F
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> Gestión de Asociaciones, Mypes, Cooperativas con pocos procesos Serios problemas de conectividad: línea internet y telefonía Dehciente trabajo articuladamente entre Dircetur y artesanos Técnicas artesanales (telar y callahua) se van perdiendo Tecnología y Know How (conocimientos) atrasados. Talleres artesanales mal equipados - acondicionados Depende del monopolio de la fibra de Mitchell Competencia basada en precios y no en calidad y costos Escasa I + D+ I en productos y servicios No monitorean cambios: del entorno, la competencia y demanda. 	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> Habilidad, Manual y creativa del artesano. Hay demanda artesanal por el rescate de técnicas ancestrales. Vocación artística - cultura del artesano. Artesanía multicolor reconocida a nivel nacional y extranjero. Potenciales exportadores en proceso de adiestramiento Identificación de líneas, ubicación, servicios ofertados vía RNA
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> Escasa afluencia e inadecuada infraestructura. Turística Escasa articulación pública-privada entorno al artesano Futuras pandemias acrecientan quiebra de empresas. Sin políticas de atracción a IED o IND No hay proyectos de Inversión para artesanía en Dircetur Disminución de nuevas generaciones de artesanos. Crisis Política daña el prestigio país en Turismo 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> Zonas de exposición y venta en LAP (aeropuerto Jorge Chávez) Demanda global: utilitario, moda rápida, conciencia ecológica, sostenibilidad Ahanzas - Consorcios entre diseñadores y artesanos para nueva oferta el mercado Tendencia global por artesanía contemporánea: originalidad y estilo Demanda segmento global de artesanía suntuaria (exclusividad, alto valor de materia prima, piezas únicas). Oferta de Fondos No Rembolsables para Mypes que gestionan I+D+I Crecimiento de mercados virtuales: centros comerciales, webs, market places Economía basada en la innovación: Imaginación humana Prosumidor (productor + consumidor). Se involucra en procesos productivos
A	O

3.3. Análisis PESTEL

Análisis del entorno - P.E.S.T.E.L.

PERDAR HUANCVELICA

2022 - 2030

<p>Político</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niveles % de inversión por debajo del 1% del PBI en Latam 2. Referéndum y/o cambios en la Constitución 3. Gobiernos de Izquierda con Visión Estado-Empresa en la región 4. Políticas / estrategias en Turismo y Artesanía Aisladas 5. PENTUR y PERTUR Huancavelica desvinculado de estrategias con artesanía 6. El PERX Huancavelica desvinculado del PERTUR Huancavelica 	P	E	<p>Económico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Precio combustible y Tasa de interés influyen en las Pymes 2. Integración del Turismo Vivencial con la Artesanía 3. Nivel de informalidad en la artesanía 4. Distorsión del Riesgo de País por crisis Política 5. TLC con arancel 0% en comercio de Artesanías 6. Monopolio de la fibra de alpaca y vicuña afecta confecciones 7. Industria (Medios, comunicaciones y computación) Convergen provee infraestructura a demás sectores. 8. Recesión en USA y China contrae exportaciones
<p>Social</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda creciente por Biodiversidad 2. Era de la regulación sensorial y vida curada y centrada en lo importante 3. Los consumidores valoran el tiempo: en familia, de ocio y de salud física mental 4. Contante migración de zona rural urbana 5. Generación X y Baby Boomer crece visitas al Perú 6. Estilo de vida campo y artesanía la gestión de empresas. 	S	T	<p>Tecnológico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento de artesanía 4.0 2. El consumidor busca simpleza y balance en sus espacios de trabajo y hogar 3. uso plataformas Ecommerce: Turismo y Artesanía en Latam 4. Exporta fácil e importa fácil en Latam 5. Banda 3g y fibra óptica ausente en huancavelica 6. Pocas patentes en producción de artesanía 7. Avances en ciencia de los materiales
<p>Ecológico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda prioriza certificación de comercio justo y cuidado medio ambiente 2. Cultura de reciclaje ausente artesana de la zona 3. Modelos de gestión predomina el machismo 	E	L	<p>Legal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Franquicias con respaldo financiero se expanden en artesanía 2. Ley N° 30930 incorpora la artesanía como recurso en el turismo 3. Ley N° 27790 faculta Mincetur en promoción, orientación regulación artesanía 4. Ley N° 27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales: inversión privada, producción, acceso a mercados y rescate-difusión de la cultura 5. Ley N° 27972 Ley orgánica de municipalidades inversión privada, producción, acceso a mercados y rescate-difusión de la cultura.

3.4. Análisis de Posición DAFO

3.4.1 Factores internos identificados: Fortalezas y Debilidades.

PERDAR HUANCVELICA

Análisis de la SITUACIÓN INTERNA

2022 - 2030

	FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	POSICIÓN	% Importancia para ÉXITO	VALORACIÓN
F FORTALEZAS por los factores críticos	1 Contar con un mínimo de Mypes Formales al año	MF	15%	0.6
	2 Garantizar el crecimiento de Potenciales Exportadores	MF	10%	0.4
	3 B Gobierno Local y Regional asistente oportunamente al artesano	F	12%	0.4
	4 Mincetur, Prompuru deben vincular artesanía y turismo	MF	10%	0.4
	5			
D DEBILIDADES por los factores críticos	1 Que funcione la bancarización de mypes	MD	10%	0.1
	2 Optener eficiente banda 4G de internet zona rural	D	13%	0.3
	3 Disminuir la informalidad de artesanos	D	10%	0.2
	4 Que se implemente la planta de hilandería	MD	10%	0.1
	5 Vinculo con universidades frecuente	MD	9%	0.1

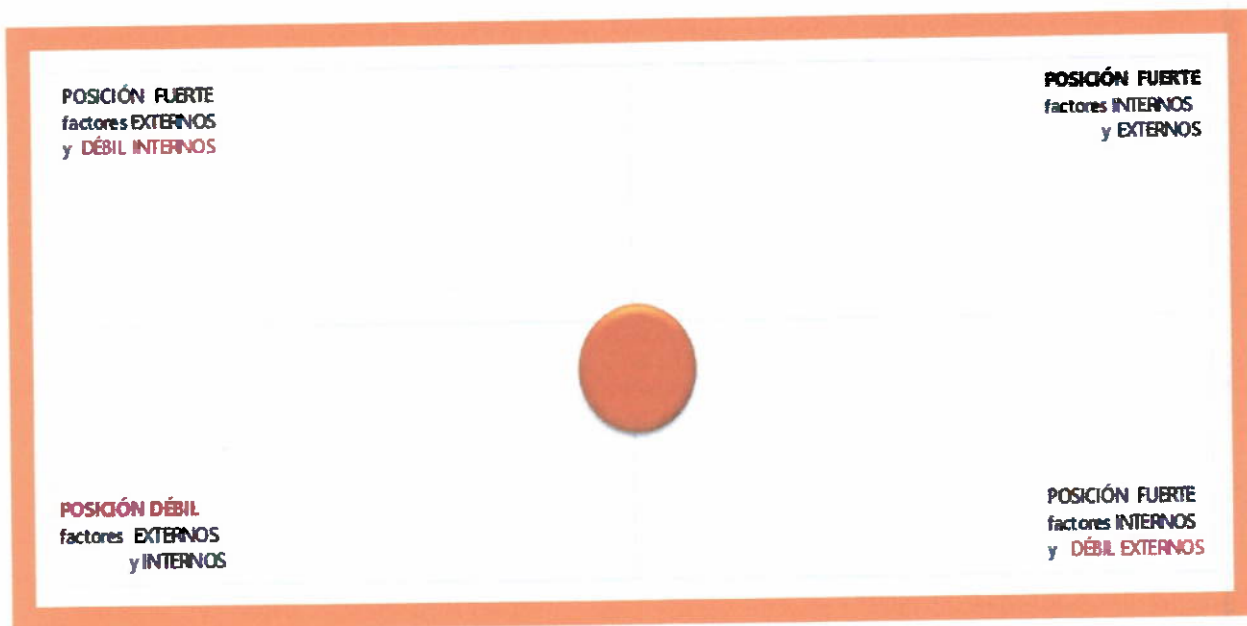
Un factor crítico de éxito al interior de las empresas de artesanía de Huancavelica son acontecimiento sobre los que debe las estrategias jugar un rol protagónico y estar monitoreando aquellas debilidades que de acrecentarse limitan el accionar de las estrategias que se trazan.

3.4.2. Factores externos identificados: Oportunidades y Amenazas.

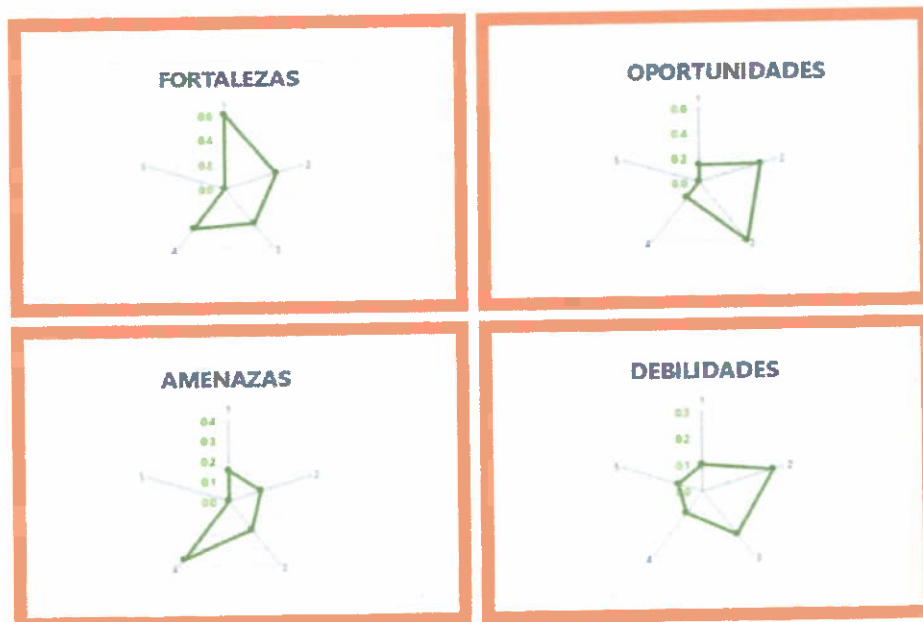
Análisis de la SITUACIÓN EXTERNA

	FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	VALOR	% Importancia para ÉXITO	VALORACIÓN
O OPORTUNIDADES por los factores críticos	1 Recortes de Fondos Concursables por el Estado	M	7%	0.1
	2 Cambios en la Economía de Libre Mercado	MF	12%	0.5
	3 Oferta que no satisface al consumidor nacional	MF	15%	0.6
	4 Intermediación gana en I+D+i al artesano	M	8%	0.2
	5			
A AMENAZAS por los factores críticos	1 Que Infraestructura Turística no se vincule al artesano	MF	15%	0.2
	2 Se incrementa el cierre/quiebra de mYPES artesanales	MF	16%	0.2
	3 Decece el turismo nacional y receptivo en la Región	F	9%	0.2
	4 Escasos fondos en proyectos de artesanía	F	18%	0.4
	5			

Un factor crítico de éxito en el entorno de la artesanía de Huancavelica es un acontecimiento que cambia el rumbo de sus estrategias situaciones sobre la cual no puede mucho que hacer el artesano y sus estrategias este análisis permite afinar y limitas estrategias más realistas



Para el análisis producto de recabar información de los talleres participativos, encuestas y toda información secundaria de valor. Arroja en el grafico una situación donde la artesanía de Huancavelica es frágil está expuesta a acontecimientos del entorno que tomas control sobre su futuro y situación similar se da en cuento a su capacidad de respuesta a las fortalezas y debilidades con una débil posición competitiva



3.5. Análisis de estrategias DAFO

<h1>DAFO</h1>	<h4>Amenazas</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa afluencia e inadecuada infraestructura Turística 2. Escasa articulación pública-privada entorno al artesano 3. Futuras pandemias precisan quebra de empresas 4. Sin políticas de atracción a IED o IND 5. No hay proyectos de inversión para artesanía en Dircetur 6. Demarcación de nuevas generaciones de artesanos. 7. Crisis Política deña al prestigio país en Turismo 	<h4>Oportunidades</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zonas de exposición y venta en LAP (aeropuerto Jorge Chávez) 2. Demanda global: utilitaria, moda rápida, conciencia ecológica, sostenibilidad 3. Alianzas - Consorcios entre diseñadores y artesanos para nueva oferta al mercado 4. Tendencia global por artesanía contemporánea: originalidad y estilo 5. Demanda segmento global de artesanía sustanciosa (exclusividad, alto valor de materia prima, piezas únicas) 6. Oferta de Fondos No Rembolosables para Mypes que gestioan I+D+i 7. Crecimiento de mercados virtuales: centros comerciales, webs, market places 8. Economía basada en la innovación: imaginación humana 9. Prosumidor (productor + consumidor) 10. Se avvalanza en procesos productivos
	<h4>Debilidades</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión de Asociaciones, Mypes, Cooperativas con pocas procesos 2. Serios problemas de conectividad: línea internet y telefonía 3. Deficiente trabajo articulado entre Dircetur y artesanos 4. Técnicas artesanales (telar y callahu) se van perdiendo 5. Tecnología y Know How (conocimientos) atrasados 6. Talleres artesanales mal equipados - acondicionados 7. Depende del monopolio de la Mira de Mitchell 8. Competencia basada en precios y no en calidad y costos 9. Escasa I + D + i en productos y servicios 10. No monitorean cambios: del entorno, la competencia y demanda 	<h4>Estrategias OFENSIVAS</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto tiendas artesanales: Lima, Cusco, Huancayo 2. Adquirir un estand en nuevo aeropuerto Jorge Chavez 3. Suscripción de Markey Places Nacional e Internacional 4. Promoción en Redes Sociales Dircetur, Promperú, etc. 5. bancarizar la gestión comercial del artesano 6. Asistir a ferias internacionales como Consorcios
<h4>Fortalezas</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Habilidad Manual y creativa del artesano 2. Hay demanda artesanal por el rescate de técnicas ancestrales. 3. Vincación artística - cultura del artesano. 4. Artesanos multicolor reconocida a nivel nacional y extranjero 5. Artesanales exportadores en proceso de adiestramiento 6. Identificación de líneas, ubicación, servicios ofertados vía RNA 	<h4>Estrategias OFENSIVAS</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear consorcios de promoción para exportar 2. Crear programas de diseño, moda con universidades 3. acceso programas de recambio de Maq. y Equipamiento 4. Atraer inversión para fábrica de hilandería - tintorería 5. Crear trainig de gestión exportadora con la academia 6. Alianza programa PUM para nuevos procesos 7. Creación de webs con medios de pago virtuales 8. Gore Hvlca promociona en Lima, Cusco y Huancayo al artesano 	<h4>Estrategias SUPERVIVENCIA</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acceder a bonos de subsidio Estado 2. crear proyectos de fábrica de hilandería - tintorería 3. Cite Textil Huancavelica trabaja desde los tambos 4. Programa masivo de gestión contable y financiera anual 5. Cjax de telefonía y MTC implementa banda ancha de internet

Se ha propuesto 4 tipos de estrategias en análisis matricial de cruces FODA y son: Ofensivas, Defensivas, de Reorientación y Supervivencia

3.5.1. Análisis de Matriz de Evaluación de Factores Internos MEFI

Matriz de Evaluación de Factores Internos

PERDAR HUANCVELICA 2022 - 2030

Fortalezas		Evaluación		
Factores críticos	% ponderación	Evaluación 1/5	Valor	
1 Implementación de programas de diseño/moda orientados al mercado internacional	9.00%	3.0		0.27
2 Uso técnicas de producción, promoción y comercialización para Generación X y Baby Boomers	5.00%	1.0		0.05
3 Instituciones públicas cuentan con capacitación y asistencia técnica para mejora de oferta	4.00%	3.0		0.12
4 En su mayoría están registrados en la RNA y tienen gestión formal	7.00%	2.0		0.14
5 Dominan técnicas de tejido, teñido y telar amigables con el medio ambiente	6.00%	4.0		0.24
6 Sus estructuras productivas y de costos permiten competir con artesanía de otras regiones	5.00%	3.0		0.15
7				
8				
9				
10				
Fortalezas		36.00%		0.97

Debilidades		Evaluación		
Factores críticos	% ponderación	Evaluación 1/5	Valor	
1 No cuentan con historial crediticio o bancario	9.00%	4.0		0.36
2 Les cuesta migrar a artesanía utilitaria acorde a la demanda del mercado	7.00%	3.0		0.21
3 Se trabaja con fibras mezcladas como alpaca/llo que le resta calidad a la oferta	7.00%	3.0		0.21
4 Con ingresos esporádicos en artesanía se dedican a la agricultura, vivería y comercio	8.00%	4.0		0.32
5 Son receptores de servicios de capacitación que no satisfacen sus necesidades de vender	6.00%	4.0		0.24
6 Pocos artesanos acceden a Ferias Internacionales o Nacionales Formales y competitivas	10.00%	3.0		0.30
7 Líderes del CONAFAR, COREFAR y COLOFAR carecen de comunicación hacia el productor	9.00%	2.0		0.18
8 Liderazgo empresarial limitado al núcleo familiar pocos superan los 05 empleados	4.00%	4.0		0.16
9 Desconocimiento de gestión de Proyectos Públicos para sus necesidades	4.00%	3.0		0.12
10				
Total		100.00%		2.10

Fortalezas		Debilidades	
1	0.27	1	0.36
2	0.05	2	0.21
3	0.12	3	0.21
4	0.14	4	0.32
5	0.24	5	0.24
6	0.15	6	0.30
7		7	0.18
8		8	0.16
9		9	0.12
10		10	

La Matriz de Evaluación de Factores Internos: Fortalezas - Debilidades, explican por qué aún no hay un despegue competitivo de la artesanía huancavelicana. El análisis sirve para diferenciar que hay más debilidades que fortalezas vigentes comparado al PERDAR anterior



3.5.2. Análisis de Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE

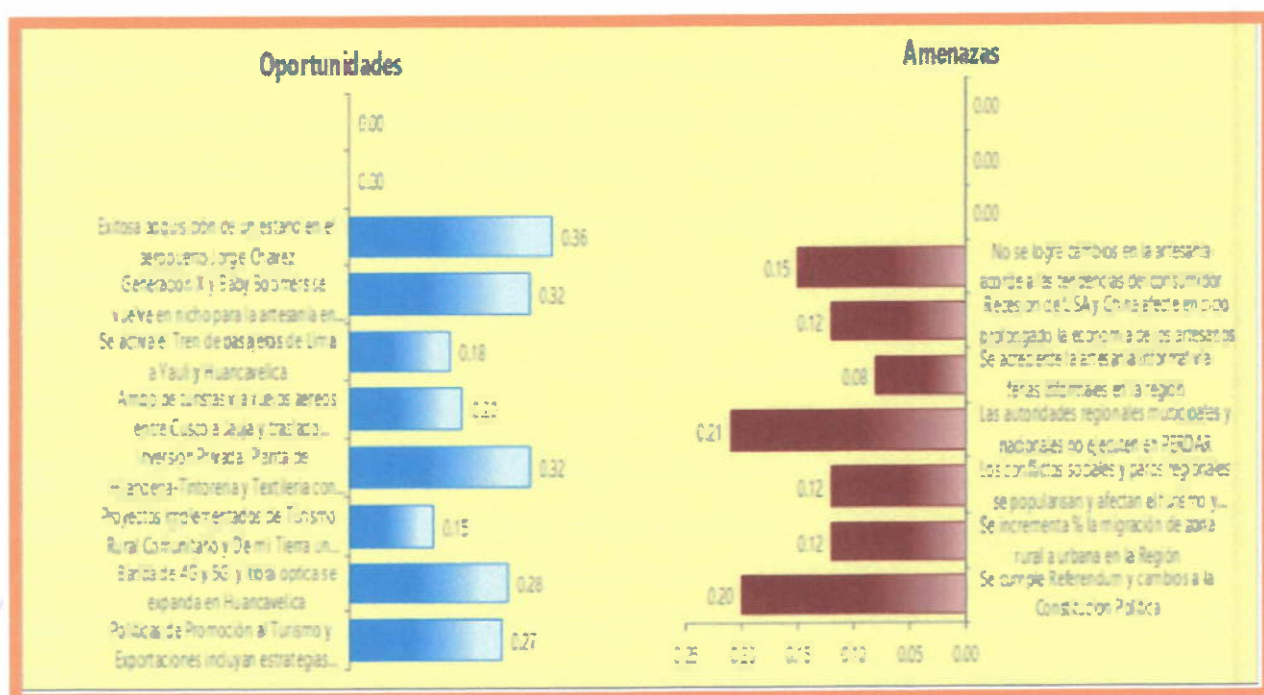
PERDAR HUANCABELICA 2023 - 2030

Matriz de Evaluación de Factores Externos		Evaluación	
Oportunidades		% ponderación	Valor
Factores críticos			
1. Políticas de Promoción al Turismo y Exportaciones incluyan estrategias en artesanía	9.00%	3.0	0.27
2. Banda de 4G y 5G y fibra óptica se expanda en Huancavelica	7.00%	4.0	0.28
3. Proyectos implementados de Turismo Rural Comunitario y De mi Tierra un Producto	5.00%	3.0	0.15
4. Inversión Privada: Planta de Hilandería, Tintorería y Textilería con fibra alpaca, vicuña y ovina	8.00%	4.0	0.32
5. Arribo de turistas via vuelos aéreos entre Cusco a Jauja y traslado carretera a Huancavelica	10.00%	2.0	0.20
6. Se activa el Tren de pasajeros de Lima a Yauli y Huancavelica	6.00%	3.0	0.18
7. Generación X y Baby Boomers se vuelve en nicho para la artesanía en Huancavelica	8.00%	4.0	0.32
8. Exitosa adquisición de un stand en el aeropuerto Jorge Chavez	9.00%	4.0	0.36
9.			
10.			
Fortalezas		62.00%	2.08
Amenazas		Evaluación	
Factores críticos			
1. Se cumple Referendum y cambios a la Constitución Política	10.00%	2.0	0.20
2. Se incrementa % la migración de zona rural a urbana en la Región	4.00%	3.0	0.12
3. Los conflictos sociales y paros regionales se popularizan y afectan el turismo y artesanía	4.00%	3.0	0.12
4. Las autoridades regionales, municipales y nacionales no ejecuten en PERDAR	7.00%	3.0	0.21
5. Se acrecienta la artesanía informal via ferias informales en la región	4.00%	2.0	0.08
6. Recesión de USA y China afecta en ciclo prolongado la economía de los artesanos	4.00%	3.0	0.12
7. No se logre cambios en la artesanía acorde a las tendencias del consumidor	5.00%	3.0	0.15
8.			
9.			
10.			
Total		100.00%	1.00

EFE

The bar chart displays the percentage of Opportunity (E) and Threat (F) factors. Opportunity factors (E) are represented by green bars and total 62.00%. Threat factors (F) are represented by blue bars and total 38.00%.

En cuanto a la Matriz de Factores Externo el análisis y las gráficas explican que las artesanías de Huancavelica dependen más de tomar las oportunidades que en el sector artesanal se vienen dando y se proyectan continuar dando. Así también queda claro que debe el gerente de una mype en artesanía tener presente en su planeamiento financiero





4

ESTRATEGIAS, PLANES DE ACCIÓN GENERAL, PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICOS

Objetivo 1 Posicionar la artesanía Huancavelicana en el mercado turístico, nacional y de exportación.

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto o estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
<p>PAG 1.1 Crear proyecto integral de desarrollo de comunicación oferta de la artesanía Huancavelica</p>	<p>PAE 1.1.1 Diseñar estrategias para campañas de marketing en redes sociales y medios de comunicación de la oferta artesanal con valor agregado.</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663- Actividad 5005041</p>	<p>Campañas publicitarias vinculadas a festividades, días festivos nacionales en corredores artesanales-turísticos</p>	>=2	>= 4	>= 4	>= 8	S/ 280,000.00	<p>GDE Gore Hvlca Dirctetur Hvlca IPeru Mincetur - DNA Promperu Turismo. CMT Hvlca CERX Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pílpichaca. Prensa Reg Hvlca COREFAR COLOFAR Ags Pub de Lima</p>
<p>PAG 1.2 Cite Textil Huancavelica trabaja desde los Tambos[1]</p> <p>El MIDIS informa sobre la cobertura de Tambos en la Región Huancavelica https://twitter.com/midispais/status/1410675728421732361</p>	<p>PAE 1.2.1 Programas descentralizados que el Cite Textil Huancavelica ejecute desde Tambos cuya infraestructura es apropiada.</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663- Actividad 5005039</p>	<p>Un programa de Asistencias Técnicas en Diseño de moda, patrones, tendencias con talleres prácticos</p>	>=4	>= 6	>= 6	>=10	S/ 230,000.00	<p>GDE Gore Hvlca Dirctetur Hvlca Mincetur - DNA CITE Textil Hvlca</p>

<https://twitter.com/midispais/status/1410675728421732361>

[1] El MIDIS informa sobre la cobertura de Tambos en la Región Huancavelica <https://twitter.com/midispais/status/1410675728421732361>

Objetivo 2 Fortalecer la competitividad e innovación de la oferta de artesanía de la región Huancavelica.

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
PAG 2.1 Crear Centros de Promoción para Exportar	<p>PAE 2.1.1 Programa de Ruta Exportadora Empresarial (REE)</p> <p><i>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000662-Actividad 5002720; 5005034, 5005035-5005037</i></p>	Un proyecto de alianza en convenio y financia asistencia técnica y capacitación para N° REE	>= 1	>= 3	>= 4	>= 6	S/ 90,000.00	GDE Gore Hvica Dircetur Hvica Mincetur - DNA Promperu Exportaciones MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca
PAG 2.2 Crear Programas de Diseño, moda con Universidades y Escuelas de Moda	<p>PAE 2.2.1 Programa de Moda para perfil de turista: Generación X y Baby Boomers.</p> <p><i>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005041</i></p>	Proyecto Asociación Público Privado (APP) Nacional o Internacional pudiendo intervenir el sector minero	N° APP=1 # Artsn:30	N° APP=2 # Artsn:60	N° APP=3 # Artsn:90	N° APP=4 # Artsn:120	S/ 380,000.00	GDE Gore Hvica Dircetur Hvica Mincetur - DNA MEF- Conecta MEF
PAG 2.3 Acceso Programas de Cambio de Maquinaria y Equipamiento	PAE 2.3.1 Programa de Mejoramiento de activos productivos y patrimonio del artesano.	Programa APP vinculado a la actividad Minera	N° APP gestionados = 2	N° APP= 1 # Artsn:400	N° APP=1 # Artsn:300	N° APP=4 # Artsn:600	S/ 560,000.00	GDE Gore Hvica Dircetur Hvica Mincetur - DNA MEF- Conecta MEF

Objetivo 2 Fortalecer la competitividad e innovación de la oferta de artesanía de la región Huancavelica.

Planes de ejecución General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
PAG 2.4 Crear Training de Gestión Exportadora (TGX) con la academia	<p>PAE 2.4.1 Programa TGX con universidad de Huancavelica y/o Institutos</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000662-Actividad 5005035</p>	Un convenio Triple Hélice Academia-Estado-Empresa para atender a Mypes con RNA y ser Potencial Exportador	>= 10	>= 20	>=25	>=30	S/ 45,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca Promperu OMRCE MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca UNH UC
PAG 2.5 Alianza Programa PUM para nuevos procesos	<p>PAE 2.5.1 Programa de H+D+i para procesos productivos artesanales nuevos con PUM de Holanda</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005038</p>	Programa Convenio de pasantía de profesionales extranjero que atienden asociaciones artesanales	Asocns >= 1	Asocns >= 3	Asocns >= 4	Asocns >= 4	S/ 80,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca Mincetur – DNA MEF- Conecta MEF
PAG 2.6 Programa masivo de gestión contable financiera anual	<p>PAE 2.6.1 Programa de contabilidad para empresarios-no contadores que mejore la gerencia.</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000662-Actividad 5005035</p>	Diplomados o Cursos Talleres para artesanos con RND, N° de capacitados	30	60	60	100	S/ 180,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca Mincetur – DNA MEF- Conecta MEF

Objetivo 3 Promover y articular la oferta de Mypes formales en artesanía de Huancavelica a mercados meta: Lima, Cusco, Huancayo, Aeropuerto Jorge Chávez y la exportación.

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta Intermedia Año 4	Año 8		
<p>3.1 Proyecto Tiendas Artesanales: Lima, Cusco, Huancayo</p>	<p>PAE 3.1.1 Plan de Inversión público y privado para implementar, acondicionar, ambientes estratégicos de venta de la oferta artesanal de Huancavelica</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000662-Actividad 5005035</p>	<p>N° de Tiendas implementada y gerenciadas por artesanos</p>	<p>1 Hyo</p>	<p>1 Hyo 1 Cusco</p>	<p>2 Hyo 1 Cusco 2 Lima</p>	<p>2 Hyo 2 Cusco 3 Lima</p>	<p>S/ 700,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvica Dircetur Hvica MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca Mineras MIDIS SSE CCL CCC MINCETUR</p>
<p>PAG 3.2 Adquirir un stand en el nuevo aeropuerto Jorge Chávez</p>	<p>PAE 3.2.1 Plan de Inversión público y privado para implementar, acondicionar, ambientes estratégicos de venta de la oferta artesanal de Huancavelica</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005037</p>	<p>Un contrato de alquiler que beneficie a asociaciones de artesanos de manera rotativa</p>	<p>Asocns >= 1</p>	<p>Asocns >= 3</p>	<p>Asocns >= 4</p>	<p>Asocns >= 4</p>	<p>S/ 250,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvica Dircetur Hvica Mincetur – DNA MEF- Conecta MEF LAP S.N.I. Lima Banca Privada Operador Retail</p>

Objetivo 4 Bancarizar la actividad productiva y comercial de la artesanía Huancavelicana

Líneas de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
<p>Línea 4.1 Creación de webs como medios de promoción virtuales</p>	<p>PAE 4.1.1 Programa de Comercio Electrónico y de Comercio Electrónico Transfronterizo para la artesanía de Huancavelica</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005034 - 5005035</p>	<p>N° de Webs con carros de compras y POS</p> <p>N° de Comunitate Manager en Mypes</p>	20		30	35	S/ 75,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca PRODUCE MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca Mineras MINCETUR DNA PROMPERU ALIBABA UC – WiChay FUNDACIONES
			20		30	35		
<p>Línea 4.2 Bancarizar la gestión comercial del artesano</p>	<p>PAE 4.2.1 Programa de adiestramiento y gestión masiva de bancarización de mypes en Banca con servicios financieros de comercio exterior y electrónico</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005037</p>	<p>N° artesanos capacitados y bancarizados</p>	500	350	250	100	S/ 100,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca Mincetur – DNA PROMPERU ASBANC SBS

Objetivo 5 Promover la riqueza cultural y la manifestación artística de la Región Huancavelica.

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
<p>FO 5.1 Gobierno Regional de Huancavelica promueve la producción en Lima, Cusco y Huancavelica y el apoyo al artesano huancavelicano</p>	<p>PAE 5.1.1 Programa de Eventos Culturales, Show Artísticos en salones y espacios por donde transitan los consumidores del segmento: Generación X y Baby Boomers y vinculado al calendario turístico de la Región Huancavelica</p> <p>En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005036</p>	<p>N° Eventos culturales según región.</p>	<p>Junín:1 Cusco:1 Lima: 2</p>	<p>Junín: 2 Cusco:2 Lima: 3</p>	<p>Junín: 3 Cusco:3 Lima: 4</p>	<p>Junín: 4 Cusco:4 Lima: 6</p>	<p>S/ 280,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvlca Dirctetur Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca MINCETUR DNA PROMPERU MINCUL MPLima SPONSOR Prensa de la zona</p>

Objetivo 6 Crear, actualizar, innovar las capacidades de los principales actores del sector artesanía y la articulación entre ellos.

Manes de ción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
PAG 6.1 Gobierno Regional de Huancavelica promociona en Lima, Cusco y Huancayo al artesanero huancavelicano	PAE 6.1.1 Programa de Capacitación Certificados para funcionarios públicos que lideran la gestión del PERDAR	N° Programas de Capacitación ejecutados	1	2	3	3	S/ 90,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca MINCETUR DNA PROMPERU UNIVERSIDADES PCM
	PAE 6.1.2 Implementar y utilizar un Cuadro de Mando Integral (Balance Score Care) para evaluación y control de las estrategias del PERDAR. En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000662-Actividad 5002720	Un Software implementado y monitoreado al año	1	1	1	1	S/ 80,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca COREFAR COLOFAR MINCETUR - DNA
	PAE 6.1.3 Programa de becas y pasantías internacionales para funcionarios/técnicos para su aprendizaje en mecanismos de promoción de las exportaciones de artesanía y de cómo se gestiona en otros países el turismo rural y vivencial.	Un programa de adiestramiento internacional todo incluido (pasajes, bolsa de viaje, alojamiento, movilidad).	N° de benefici arios: 5 N° Viajes: 1	N° de benefic iarios: 8 N° Viajes: 2	N° de beneficiari os: 12 N° Viajes: 2	N° de benefi ciarios: 15 N° Viajes: 3	S/ 290,000.00	GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca COREFAR COLOFAR

Objetivo 7 Articular la promoción mundial de la artesanía con Instituciones y Organismos Públicos y Privados a nivel nacional e internacional.

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
PAE 7.1 Suscripción a Market Places Nacional e Internacional	PAE 7.1.1 Programa de adiestramiento y suscripciones de artesanos a selectos Market Places En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005034 - 5005039	N° artesanos con suscripciones a market place	>= 10	>= 20	>=25	>=30	S/ 50,000.00	GDE Gore Hvica Dirctetur Hvica Promperu OMRCE MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca MINCETUR DNA
PAE 7.2 Promoción en Redes Sociales: Director, Promperu, etc de la oferta artesana de Huancavelica	PAE 7.2.1 Programa de difusión de atributos en redes sociales para el segmento de consumidor meta y priorizado para Lima, Cusco y Huancayo y vinculado al calendario de Turismo En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005038	N° Spots Pub. N° Tik Toks N° Avisos en IG N° Flyers FB	>= 1 >= 5 >= 10 >= 10	>= 2 >= 10 >= 20 >= 15	>= 4 >= 25 >= 50 >= 20	>= 4 >= 20 >= 50 >= 20	S/ 50,000.00	GDE Gore Hvica Dirctetur Hvica Mincetur – DNA PROMPERU
PAE 7.3 Asistir a Ferias Internacionales como Consorcios	PAE 7.3.1 Programa de formación y gestión de consorcios de promoción para la exportación dirigido a artesanos exportadores o potencial exportadores según Test del Exportador. En concordancia con el PPR0087 Incremento de la Competitividad del sector artesanía Producto 3000663-Actividad 5005040	Contar con una partida presupuestal que financie los viáticos, pasajes y % del valor del stand en ferias, ruedas y misiones comerciales en el extranjero	N° Events :2 N° Orgns: 2	N° Events :2 N° Orms: 4	N° Events :3 N° Orgns: 6	N° Events :5 N° Orgns: 10	S/ 100,000.00	GDE Gore Hvica Dirctetur Hvica MINCETUR DNA PROMPERU CERX Hvica MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca. COREFAR COLOFAR

Objetivo 8 Atracción de inversión nacional y extranjera directa para infraestructura en comunicaciones, producción y comercialización de la artesanía Huancavelicana a mercados meta.

Líneas de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
8.1 Atraer inversión para la producción de artesanía, turismo y comercio	<p>PAE 8.1.1 Generar un proyecto de promoción a IED / IND para diversificar la vital fibra de alpaca, vicuña y ovino para garantizar calidad de las prendas.</p>	<p>a. Diseño del Proyecto. b. Proyecto aprobado. c. Proyecto en ejecución</p>	<p>a = 1 b = 0 c = 0</p>	<p>a = 1 b = 1 c = 0</p>	<p>a = 1 b = 0 c = 1</p>	<p>a = 0 b = 0 c = 1</p>	<p>S/ 300,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca MINCETUR DNA PROMPERU MINCUL MPLima SPONSOR Prensa de la zona</p>
PAG 8.2 Gobierno regional de Huancavelica ejecuta el Plan de Acción IED ó IL	<p>PAE 8.2.1 Proyecto dirigido a puesta en funcionamiento de: FFCC Lima -Hvlca, Exporta Fácil, Aeropuerto vuelos nacionales,</p>	<p>N° Reportes de Elaboración y Ejecución (REE) por separado de cada proyecto</p>	<p>N° RE =1 N° REE=0</p>	<p>N° RE =1 N° REE=2</p>	<p>N° RE =1 N° REE=0</p>	<p>N° RE =0 N° REE=2</p>	<p>S/ 180,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca MINCETUR DNA PRO INVERSIÓN</p>
Compañías de telefonía y MTC implementa una amplia cobertura de telefonía en la región Huancavelica	<p>PAE 8.1.1 Generar un proyecto de promoción a IED / IND para diversificar la vital fibra de alpaca, vicuña y ovino para garantizar calidad de las prendas.</p>	<p>N° Reportes de Elaboración y Ejecución (REE) por separado de cada proyecto</p>	<p>N° RE =1 N° REE=0</p>	<p>N° RE =1 N° REE=2</p>	<p>N° RE =32 N° REE=0</p>	<p>N° RE =2 N° REE=0</p>	<p>S/ 100,000.00</p>	<p>GDE Gore Hvlca Dircetur Hvlca MD Yauli MP Hvlca MD Pilpichaca Emps. de Telecnsc</p>

Objetivo 9 Incrementar las inversiones públicas y promover la inversión nacional y extranjera directa en Infraestructura Turística que vincule el mercado de la artesanía de la Región Huancavelica

Planes de Acción General	Planes de Acción Específicos	Hito o Indicador	Años de ejecución y metas				Presupuesto estimado por objetivo (S/)	Responsable del PAG
			Año 1	Año 2	Meta intermedia Año 4	Año 8		
9.1 Beneficiar a artesanos en el Programa De microempresas	PAE 9.1.1 Generar un programa de asistencia y asesoramiento oportuno a artesanos que buscan complementar sus ingresos con el turismo (hospedajes, restaurantes, guías de turismo, transporte)	N° de beneficiarios del Programa	5	5	10	10		GDE Gore Hvica Dircetur Hvica MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca MINCETUR DNA
9.2 Acceso a servicios turísticos comunitarios para artesanos	PAE 9.2.1 Generar un programa de asistencia y asesoramiento oportuno a artesanos que buscan complementar sus ingresos con el turismo (centros de recreación)	N° de beneficiarios del Programa	4	10	15	25	S/ 200,000.00	GDE Gore Hvica Dircetur Hvica MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca MINCETUR DNA PRO INVERSIÓN
9.3 Atracción a IED para infraestructura turística	PAE 9.1.1 Atracción a IED para infraestructura: HORECA, Carreteras, Señalización Turística, Preservar Inventario Turísticos	N° Proyectos implementados	HORECA: 2 Carreteras: 3 Señalética: 1 Inv. Turis: 2	HORECA: 4 Carretera: 5 Señalética: 10 Inv. Turis: 4	HORECA: 6 Carretera: 3 Señalética: 15 Inv. Turis:8	HORECA: 12 Carretera:6 Señalética: 30 Inv. Turis: 15	S/ 400,000.00	GDE Gore Hvica Dircetur Hvica MD Yauli MP Hvica MD Pilpichaca PLAN COPESCO



5

PLAN DE ACCIÓN DEL PROGRAMA PRESUPUESTAL 087: INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANÍA.

Es creado por el MINCETUR con el objetivo de incrementar la limitada competitividad del sector artesanía en el Perú. Está orientada al sector comercio exterior y participa en su ejecución el gobierno nacional, regional y local. La responsabilidad técnica de este presupuesto está en la Dirección Nacional de Artesanía del MINCETUR.

Tiene una matriz lógica con Objetivos, Indicadores y Medios de Verificación además de supuestos. Detallados en este cuadro:

Matriz lógica

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Resultado específico			
Incremento de la competitividad del sector artesanía	▶ Valor anual real de las exportaciones de artesanía.	▶ Reportes estadísticos de la SUNAT.	▶ Se mantiene la demanda a nivel internacional. ▶ Se mantiene la estabilidad económica en el país.
	▶ Índice de Competitividad del Sector Artesanía.	▶ Informe de evaluación de impacto del PPR encargado por la DNA cada 3 años.	
	▶ Cobertura de artesanos.	▶ Registro Nacional de Artesanos de la Dirección Nacional de Artesanía.	

Así la PP0087 concentra fondos económicos en 2 productos:

a.El 3000662 para ejecutar mecanismos que desarrollen la Oferta Artesanal competitiva cuyo indicador de medición es el % de artesanos que utilizan al menos una Herramienta de Gestión Empresarial.

b.El 3000663 para que el artesano cuente con mecanismos de articulación comercial cuyo indicador de medición es el % de artesanos intervenidos que usan al menos una Herramienta de Promoción Comercial.

Este cuadro los detalla con puntualidad.

Productos			
3000662 Artesanos cuentan con Mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de artesanos intervenidos que utilizan al menos una herramienta de gestión empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Encuestas realizadas por especialistas externos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ El mercado valora y demanda productos artesanales de calidad.
3000663 Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de artesanos intervenidos que utilizan al menos una herramienta de promoción comercial. 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Disposición de entidades públicas y privadas para promover el desarrollo del sector artesanal en los diferentes ámbitos del territorio del Perú. ▶ Se mantiene la estabilidad económica en el Perú.

La interacción y/o integración entre el PERDAR Huancavelica 2022-2030 con el PPR0087 se centra en que hay Planes de Acción Específicos que se han propuesto para los Planes de Acción General según sea el caso en 7 de los 9 Objetivos Estratégicos del PERDAR estos son vinculantes con cualesquiera de los 2 productos: 3000662 y 3000663 que tiene el PPR0087. De tal manera que hay 10 actividades planteadas en el PPR0087 que inician con la serie 500 es decir por ejemplo desde el 5002720 hasta el 5005042 (ver anexo) que son presupuestos que en la Dirección Nacional de Artesanía de Mincetur pueden ejecutar anualmente. En tal sentido los talleres participativos con artesanos y sus autoridades sirven para diseñar y organizar los planes de acción específicos que están en concordancia con el PPR0087 así pueden ser solicitados y canalizados entre niveles de gobierno central, regional y local para artesanos y sus necesidades estratégicas en la Región Huancavelica.

Los cuadros siguientes sintetizan y esquematizan esta vinculación de actividades para ejecutar las metas propuestas del PERDAR 2022-2030

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 1 Posicionar la artesanía Huancavelica en el mercado turístico, nacional y de exportación.	PAG 1.1 Crear proyecto integral de desarrollo de comunicación oferta de la artesanía Huancavelica.	PAE 1.1.1 Diseñar estrategias para campañas de marketing en redes sociales y medios de comunicación de la oferta artesanal con valor agregado.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005041 Diseño e implementación de campañas de difusión para el posicionamiento de la artesanía
	PAG 1.2 Cite Textil Huancavelica trabaja desde los Tambos	PAE 1.2.1 Programas descentralizados que el Cite Textil Huancavelica ejecute desde Tambos cuya infraestructura es apropiada.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005039 servicios de innovación tecnológica a través de centros de innovación tecnológica privada

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 2 Fortalecer la competitividad de innovación de la oferta de artesanía de la región Huancavelica.	PAG 2.1 Crear Consorcios de Promoción para Exportar	PAE 2.1.1 Programa de Ruta Exportadora Empresarial (REE)	3000662: Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	5002720 Desarrollo de normas técnicas complementarias e instrumentos metodológicos 5005034 Asistencia técnica y aplicación de herramientas de competitividad para el sector artesanal 5005035 Capacitación orientada a mejorar la competitividad de los artesanos 5005037 Elaboración y difusión de estudios para el sector artesanal
	PAG 2.2 Crear Programas de diseño, moda con Universidades y/o Escuelas de Moda	PAE 2.2.1 Programa de Moda para perfil de turista: Generación X y Baby Boomers.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005041 Diseño e implementación de campañas de difusión para el posicionamiento de la artesanía
	PAG 2.4 Crear Training de Gestión Exportadora (TGX) con la academia	PAE 2.4.1 Programa TGX con universidad de Huancavelica y/o Institutos	3000662: Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	5005035 Capacitación orientada a mejorar la competitividad de los artesanos
	PAG 2.5 Alianza Programa PUM para nuevos procesos	PAE 2.5.1 Programa de I+D+i para procesos productivos artesanales nuevos con PUM de Holanda	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005038 Fortalecimiento de centros de innovación tecnológica públicas
	PAG 2.6 Programa masivo de gestión contable y financiera anual	PAE 2.6.1 Programa de contabilidad para empresarios-no contadores que mejore la gerencia.	3000662: Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	5005035 Capacitación orientada a mejorar la competitividad de los artesanos

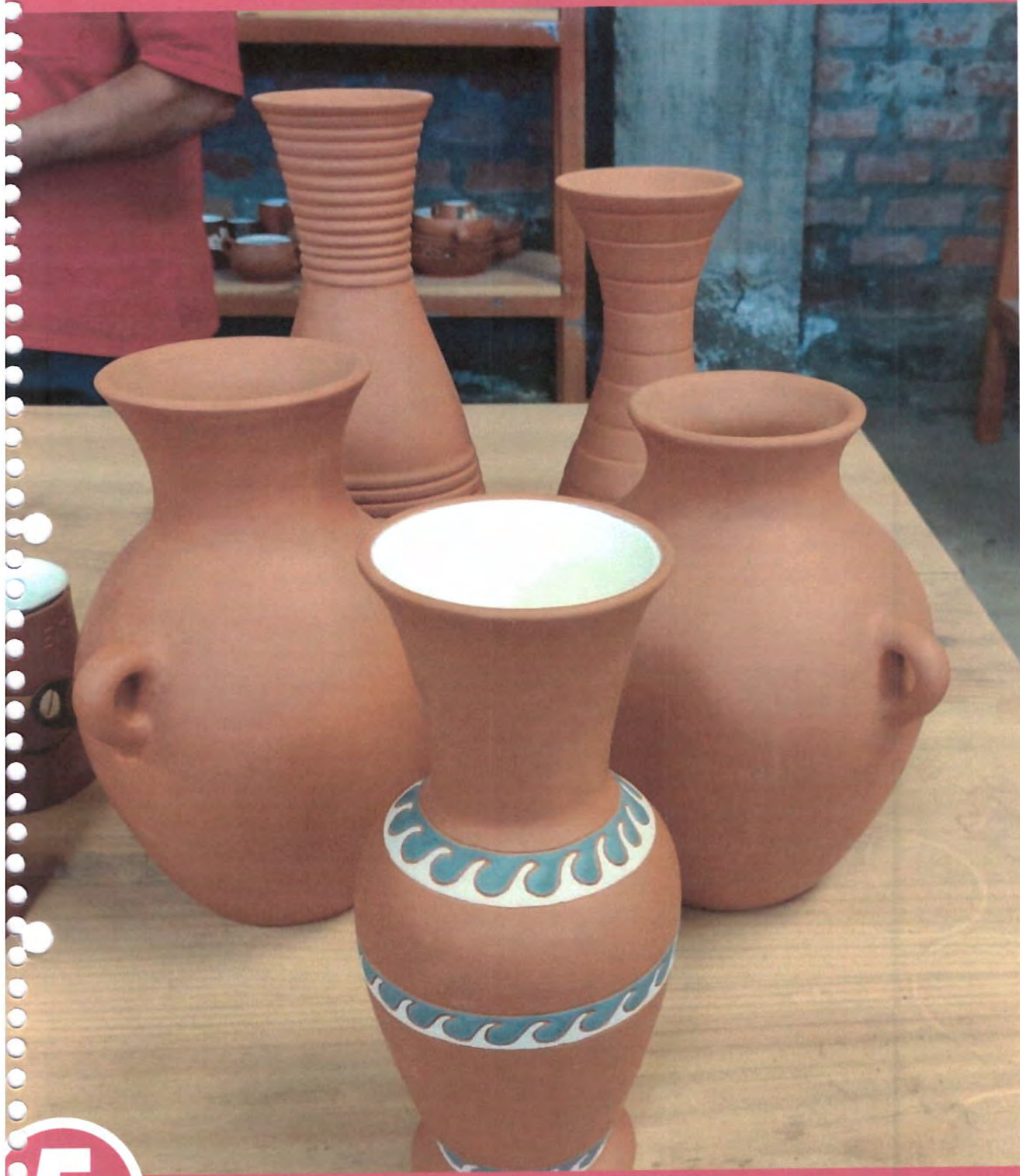
PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 3 Promover y articular la oferta de Mypes formales en artesanía de Huancavelica a mercados meta: Lima, Cusco, Huancayo, Aeropuerto Jorge Chávez y la exportación.	PAG 3.1 Proyecto Tiendas Artesanales: Lima, Cusco, Huancayo	PAE 3.1.1 Plan de Inversión público y privado para implementar, acondicionar, ambientes estratégicos de venta de la oferta artesanal de Huancavelica	3000662: Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	5005035 Capacitación orientada a mejorar la competitividad de los artesanos
	PAG 3.2 Adquirir un estand en nuevo aeropuerto Jorge Chávez	PAE 3.2.1 Plan de Inversión público y privado para implementar, acondicionar, ambientes estratégicos de venta de la oferta artesanal de Huancavelica	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005037 Elaboración y difusión de estudios para el sector artesanal

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 4 Bancarizar la actividad productiva y comercial de la artesanía Huancavelicana	PAG 4.1 Creación de webs con medios de pago virtuales	PAE 4.1.1 Programa de Comercio Electrónico y de Comercio Electrónico Transfronterizo para la artesanía de Huancavelica	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005034 Asistencia técnica y aplicación de herramientas de competitividad para el sector artesanal 5005035 Capacitación orientada a mejorar la competitividad de los artesanos
	PAG 4.2 Bancarizar la gestión comercial del artesano	PAE 4.2.1 Programa de adiestramiento y gestión masiva de bancarización de mypes en Banca con servicios financieros de comercio exterior y electrónico.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005037 Elaboración y difusión de estudios para el sector artesanal

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 5 Promover la riqueza cultural y la manifestación artística de la Región Huancavelica.	PAG 5.1 Gobierno Regional de Huancavelica promueve en Lima, Cusco y Huancayo al artesano Huancavelicano.	PAE 5.1.1 Programa de Eventos Culturales, Show Artísticos en salones y espacios por donde transitan los consumidores del segmento: Generación X y Baby Boomers y vinculado al calendario turístico de la Región Huancavelica.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial.	5005036 organización de eventos de reconocimiento para incentivar la actividad artesanal.

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 6 Crear, actualizar, innovar las capacidades de los principales actores del sector artesanía y la articulación entre ellos.	PAG 6.1 Gobierno Regional de Huancavelica promoció en Lima, Cusco y Huancayo al artesano huancavelicano	PAE 6.1.2 Implementar y utilizar un Un Cuadro de Mando Integral (Balance Score Care) para evaluación y control de las estrategias del PERDAR.	3000662: Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	5002720 Desarrollo de normas técnicas complementarias e instrumentos metodológicos.

PERDAR Huancavelica 2022 - 2030			Concordancia con PPR0087	
Objetivo Estratégico (OE)	Plan de Acción General (PAG)	Plan de Acción Específico	Producto	Actividad
Objetivo 7 Articular la promoción mundial de la artesanía con Instituciones y Organismos Públicos y Privados a nivel nacional e internacional.	PAG 7.1 Suscripción a Market Places Nacional e Internacional	PAE 7.1.1 Programa de adiestramiento y suscripciones de de artesanos a selectos Market Places	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005034 Asistencia técnica y aplicación de herramientas de competitividad para el sector artesanal 5005039 Servicios de innovación tecnológica a través de centros de innovación tecnológica privadas
	PAG 7.2 Promoción en Redes Sociales: Dircetur, Promperu, etc de la oferta artesana de Huancavelica	PAE 7.2.1 Programa de difusión de atributos en redes sociales para el segmento de consumidor meta y priorizado para Lima, Cusco y Huancayo y vinculado al calendario de Turismo	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005037 Elaboración y difusión de estudios para el sector artesanal
	PAG 7.3 Asistir a Ferias Internacionales como Consorcios	PAE 7.3.1 Programa de formación y gestión de consorcios de promoción para la exportación dirigido a artesanos exportadores o potencial exportadores según Test del Exportador.	3000663: Artesanos cuentan con mecanismos de articulación comercial	5005040 Organización y participación en ferias, exposiciones, ruedas de negocio y otros eventos



5

Anexos

Siglas y Abreviaturas

Siglas - Abreviatura	Palabra
GDE Gore Hvca	Gerencia de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Huancavelica
Directur Hvca	Dirección de Comercio Exterior y turismo de Huancavelica
IPeru	Información y Asistencia al turista - PROMPERU
Mincetur - DNA	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Dirección Nacional de Artesanía
Promperu Turismo.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
CMT Hvca	Comisión Multisectorial de Turismo Huancavelica
CERX Hvca	Comité Ejecutivo Regional Exportador de Huancavelica
MD Yauli	Municipalidad Distrital de Yauli
MP Hvca	Municipalidad
MD Pilpichaca.	Municipalidad Distrital de Pilpichaca
Prensa Reg Hvca	Prensa regional de Huancavelica
COREFAR	Consejo Regional de Fomento Artesanal
COLOFAR	Consejo Local de Fomento Artesanal
Ags Pub de Lima	Agencias Publicitarias de Lima
CITE Textil Hvca	Centro de Innovación Textil Huancavelica
MEF- Conecta MEF	Ministerio de Economía y Finanzas – Centro de Servicios de Atención al usuario
Promperu OMRCE	Oficina Macro Región Centro Este - Promperu
UNH	Universidad Nacional de Huancavelica
UC	Universidad Continental

Mineras	Compañías Mineras de la Región Huancavelica
MIDIS	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
SBS	Superintendencia de Banca y Seguros
CCL	Cámara de Comercio de Lima
CCC	Cámara de Comercio de Cusco
LAP	Lima Airport Partner
S.N.I. Lima	Sociedad Nacional de Industrias Lima
UIC WiChay	Programa de Star Up de la Universidad Continental
Fundaciones	Como de: Telefónica, Grupo Romero, Grupo AG, etc
ASBANC	Asociación de Bancos del Perú
MINCUL	Ministerio de Cultura
MP Lima	Municipalidad Provincial de Lima
SPONSOR	Empresa o marca que publicita una campaña de marketing
PCM	Presidencia del Consejo de Ministros
PRO INVERSION	Agencia de Promoción de la Inversión Privada
Emps. de Telecoms	Empresas de telecomunicaciones: Movistar, Claro, Entel, otras
PLAN COPESCO	Ejecutar proyectos de inversión pública para el acondicionamiento turístico y puesta en valor del patrimonio cultural y natural para el uso turístico, a través de alianzas estratégicas con Sectores de Gobierno Nacional, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales e instituciones públicas
APP	Asociación Público Privada
Asocns	Asociaciones
HORECA	Hoteles Restaurantes Cafés

Bibliografía digital

1. ¿Cómo será el arte del futuro?:

<https://www.youtube.com/watch?v=3i3Rr00y9F8>

2. El Valor de ser Artesano 4.0

<https://www.youtube.com/watch?v=qtquuLq0o5E>

3. Industria 4.0

<https://www.youtube.com/watch?v=bKG3aLwoABM>

4. Bordadoras de telar de cintura Zinacantan Chiapas – México

<https://www.youtube.com/watch?v=IPhTun2fKHO>

5. Tendencia Textil - SOY

<https://www.youtube.com/watch?v=z927ZH6lYaw>

