

MUJERES ARTESANAS DE PUNO: ATUNCOLLA, PLATERÍA Y CHUCUITO

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS



MUJERES ARTESANAS
DE PUNO:
ATUNCOLLA, PLATERÍA Y
CHUCUITO
DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS



Diagnóstico y perspectivas “Mujeres Artesanas de Puno: Atuncolla, Platería y Chucuito”

© Movimiento Manuela Ramos
Av. Juan Pablo Fernandini 1550, Pueblo Libre
Lima 21 – Perú
Teléfono: (01) 423-8840
E-mail: postmast@manuela.org.pe
www.manuela.org.pe
www.casadelamujerartesana.com

Equipo técnico a cargo del estudio:
Coordinador: Econ. Jaime Villena Soria
Corresponsable: Dra. Ruth Boza Condorena
Equipo técnico complementario: Maribel Sotomayor (asistente), Mirian Edith Choque y
Fernanda Paredes (encuestadoras).

Elaboración del documento:
Jaime Villena Soria
Ruth Fresia Boza Condorena

Coordinadora nacional del proyecto: Alicia Villanueva Chávez
Coordinadora del proyecto - Puno: Verónica Gálvez Condori
Revisión: Alicia Villanueva Chávez, Verónica Gálvez Condori y Juana Pro Santana
Corrección de estilo: Mariella Sala.
Cuidado de la edición: Vanessa Laura Atanacio
Diseño y diagramación: Aldo Ocaña, Spondylus de Doris Efrany Ramírez García

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-09374

Impreso por:

Lima, mayo 2013

Esta publicación o cualquiera de sus partes podrá ser reproducida, citando el documento y comunicando la misma al siguiente email: www.manuela.org.pe

Impreso en el Perú

El Movimiento Manuela Ramos, y Economistas Sin Fronteras con el financiamiento de la Junta Castilla la Mancha de España, han ejecutado y financiado el proyecto “*Ampliando oportunidades para la participación económica sostenible de mujeres rurales en Puno*”, por tanto, apoyan la difusión del presente documento. Sin embargo, el contenido y las recomendaciones realizadas en el presente documento son responsabilidad del equipo técnico y no representan necesariamente el punto de vista de las instituciones ejecutoras y financiadoras del proyecto.

ÍNDICE

Presentación	13
Introducción	15
I. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTUDIO	17
1.1 Objetivo general de la consultoría	17
1.2 Ámbito de estudio.....	17
1.3 Metodología general del estudio.....	18
1.3.1 Tipo y método de estudio	18
1.3.2 Instrumentos estadísticos	19
1.3.3 Muestra de la encuesta	20
1.4 Ingreso y procesamiento de los datos	22
II. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DEL ÁMBITO REFERENCIAL	
DISTRITAL	27
2.1 Ubicación de la población referencial	27
2.2 Características demográficas	27
2.2.1 Población por grupos de edad y sexo	27
2.2.2 Indicadores demográficos.....	32
2.2.3 Pirámides poblacionales	34
2.2.4 Composición del hogar	35
2.3 Características económicas	37
2.3.1 Población económicamente activa (PEA)	37
2.3.2 PEA Artesanal	41
2.4 Condiciones de vida.....	42
2.4.1 Servicios básicos.....	42
2.4.2 Indicadores de pobreza	44
2.5 Índice de Desarrollo Humano	48
2.6 Equipamiento del hogar.....	50
2.7 Situación social de la población.....	52
2.7.1 Aspectos educativos.....	52
2.7.2 Religión que profesa	54

III. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS ARTESANAS DEL ÁMBITO DE ESTUDIO	57
3.1 Características demográficas	57
3.1.1 Información demográfica de las artesanas	57
3.1.2 Información demográfica de las parejas	61
3.1.3 Número de hijos.....	63
3.2 Actividades productivas de las familias de las artesanas	64
3.2.1 Actividades desarrolladas por la familia.....	64
3.2.2 Valoración de las actividades productivas.....	66
3.3 La producción e ingresos por la actividad artesanal.....	69
3.3.1 Consideraciones generales.....	69
3.3.2 Empleo generado	72
3.3.3 Ingresos de las artesanas	77
3.4 Limitantes para el desarrollo de la actividad artesanal	88
3.5 Efectos de la actividad artesanal realizada con Manuela Ramos.....	91
3.5.1 Tiempo destinado a la artesanía	91
3.5.2 Incremento de ventas de artesanías.....	92
3.5.3 Mejora de la situación económica de las artesanas	93
3.6 Los principales beneficios.....	95
3.7 La valoración personal y de la pareja.....	98
3.7.1 La valoración personal.....	98
3.7.2 La valoración de parte de la pareja	101
3.8 Perspectivas a futuro.....	106
3.8.1 Interés de las artesanas en la capacitación productiva.....	106
3.8.2 Interés de las artesanas en gestión artesanal.....	108
3.8.3 Interés de las artesanas en formación personal.....	110
3.8.4 Interés en constituir su microempresa.....	111
3.8.5 Visión de futuro de las artesanas	114
IV. EL TURISMO Y LA ARTESANÍA.....	117
4.1 Evolución del turismo en la Región Puno.....	117
4.1.1 Demanda turística	117
4.2 Evolución del arribo de turistas a la provincia de Puno 1996-2011.....	124
4.3 Los atractivos turísticos de Puno	126
4.3.1 Atractivos, potencialidad de mercado.....	127
4.3.2 Planta turística.....	128
4.3.3 Ciclo de vida del destino turístico	130
4.4 Corredores turísticos en el ámbito de intervención.....	132
4.4.1 Corredor Turístico Sillustani - Atuncolla	132
4.4.2 Corredor Turístico Chuchito - Platería.....	134

4.5 Turismo en el Área Referencial	135
4.5.1 Arribo de turistas a Sillustani.....	135
4.5.2 Balance de relación de los corredores turísticos y la actividad artesanal del proyecto.....	137
4.6 La artesanía en la Región Puno.....	138
4.6.1 La producción de artesanías	138
4.6.2 La exportación de artesanías.....	141
4.7 El futuro de la comercialización artesanal a nivel local.....	144
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	147

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS, FOTOS Y MAPAS

Cuadro N° 1:	Asociaciones, distritos y número de participantes en el proyecto - 2012.....	17
Fotos 1 y 2:	Aplicación de encuestas a artesanas participantes en el proyecto	21
Mapa N° 1:	Departamento de Puno y ámbito de estudio	28
Mapa N° 2:	Distritos de la provincia de Puno	29
Cuadro N° 2:	Población del entorno distrital por grandes grupos de edad y sexo - 2007	29
Cuadro N° 3:	Población del entorno distrital por grandes grupos de edad, área urbana y rural y sexo - 2007.....	30
Cuadro N° 4:	Población del entorno distrital por sexo y grandes grupos de edad - 2007	31
Cuadro N° 5:	Indicadores demográficos del ámbito de referencia distrital y del departamento de Puno - 1993 y 2007	32
Gráfico N° 1 y 2:	Pirámides poblacionales del ámbito referencial distrital - 1993 y 2007	35
Cuadro N° 6:	Grado de parentesco con el jefe del hogar - 2007	36
Cuadro N° 7:	Población económicamente activa mayor de 6 años en el ámbito de referencia distrital por ocupación y sexo - 2007	38
Cuadro N° 8:	Población económicamente activa mayor de 6 años en el ámbito referencial distrital por actividades y sexo - 2007	39
Cuadro N° 9:	PEA artesanal del área de referencial distrital por sexo - 2007	41
Gráfico N° 3:	Principales actividades artesanales - 2007	42
Cuadro N° 10:	Abastecimiento de agua en la vivienda en el entorno distrital - 2007	43

Cuadro N° 11:	Servicios higiénicos en la vivienda - 2007	43
Cuadro N° 12:	Energía que utilizan al cocinar los pobladores del entorno referencial distrital - 2007	44
Cuadro N° 13:	Indicadores de pobreza en el entorno distrital referencial - 2007 ...	46
Cuadro N° 14:	Índice de Desarrollo Humano del ámbito distrital referencial.....	50
Cuadro N° 15:	Equipamiento del hogar en el ámbito distrital referencial por áreas urbano - rural - 2007.....	51
Cuadro N° 16:	Población que sabe leer y escribir, según área y sexo en el ámbito referencial distrital - 2007	53
Cuadro N° 17:	Último nivel de estudios alcanzado, según área y sexo en el ámbito referencial distrital - 2007	53
Cuadro N° 18:	Religión que profesa según área y sexo en el ámbito referencial distrital - 2007	55
Cuadro N° 19:	Edad de la artesana por distrito	57
Gráfico N° 4:	Edad de la artesana por distrito	58
Cuadro N° 20:	Grupos de edades de la artesana	58
Gráfico N° 5:	Grupos de edades de la artesana	59
Cuadro N° 21:	Grado de instrucción de la artesana.....	59
Gráfico N° 6:	Grado de instrucción de la artesana.....	60
Gráfico N° 7:	Estado civil de la artesana.....	60
Cuadro N° 22:	Estado civil de la artesana.....	61
Cuadro N° 23:	Edad de la pareja de la artesana	61
Gráfico N° 8:	Edad de la pareja de la artesana	62
Cuadro N° 24:	Diferencia edad de la pareja	62
Cuadro N° 25:	Número de hijos de la familia	63
Cuadro N° 26:	Número de hijos que viven con la familia.....	63
Cuadro N° 27:	Desarrollo de actividad agrícola de la familia de la artesana	65
Cuadro N° 28:	Desarrollo de actividad pecuaria de la familia de la artesana	65
Cuadro N° 29:	Desarrollo de actividad pesquera de la familia de la artesana.....	65
Cuadro N° 30:	Desarrollo de actividad comercial de la familia de la artesana	65
Cuadro N° 31:	Desarrollo de actividad turística de la familia de la artesana.....	65
Cuadro N° 32:	Importancia de la actividad agrícola en la familia de la artesana....	67
Cuadro N° 33:	Importancia de la actividad pecuaria en la familia de la artesana....	67
Cuadro N° 34:	Importancia de la actividad comercial en la familia de la artesana..	67
Cuadro N° 35:	Importancia de la actividad artesanal en la familia de la artesana ...	68
Cuadro N° 36:	Importancia de la actividad turística en la familia de la artesana	68
Gráfico N° 9:	Años de experiencia en la actividad textil para la venta	68
Cuadro N° 37:	Años en la actividad textil	69
Fotos N° 3, 4 y 5:	Capacitación a artesanas participantes en el proyecto	70
Fotos N° 6 y 7:	Capacitación a artesanas participantes en el proyecto	71
Cuadro N° 38:	Participación en el proyecto	72
Cuadro N° 39:	Semanas trabajadas por distritos. Enero - mayo 2012.....	73

Cuadro N° 40:	Prueba de medias para las semanas trabajadas. Enero - mayo 2012	73
Cuadro N° 41:	Horas de trabajo de la artesana. Enero - mayo 2012.....	73
Cuadro N° 42:	Horas de trabajo promedio por día de la artesana. Enero - mayo 2012	74
Gráfico N° 10:	Distribución de las horas de trabajo promedio día de las artesanas	74
Fotos N° 8, 9 y 10:	Producción de artesanías en forma grupal	75
Fotos N° 11, 12 y 13:	Producción de artesanías por participantes en el proyecto	76
Cuadro N° 43:	Total ingresos por las ventas a la Casa de la Mujer Artesana. Enero - mayo 2012	77
Gráfico N° 11:	Histograma de los ingresos por ventas a la Casa de la Mujer Artesana. Enero - mayo 2012.....	78
Gráfico N° 12:	Histograma de las ventas a la Casa de la Mujer Artesana por distrito. Enero - mayo 2012	78
Fotos N° 14, 15 y 16:	Tienda de la Mujer Artesana y variedad de artículos artesanales.....	79
Cuadro N° 44:	Regresión para el total de ventas a la Casa de la Mujer Artesana	80
Cuadro N° 45:	Artesanas que producen para exportación.....	81
Cuadro N° 46:	Producción total de artesanía para la Casa de la Mujer Artesana y otros clientes.....	82
Cuadro N° 47:	Total ventas de la artesana a otros clientes. Enero - mayo 2012	82
Gráfico N° 13:	Histograma de los ingresos por ventas a otros clientes. Enero - mayo 2012	82
Gráfico N° 14:	Histograma de los ingresos por ventas a otros clientes. Enero - mayo 2012	83
Fotos N° 17 y 18:	Ventas locales de las artesanas participantes en el proyecto	83
Cuadro N° 48:	Total ingresos por artesana	84
Cuadro N° 49:	Ventas de artesanía por cliente. Enero - mayo 2012.....	85
Gráfico N° 15:	Histograma del total de ingresos por artesanías. Enero - mayo 2012	85
Gráfico N° 16:	Histograma del total de ingresos por artesanías según distrito. Enero - mayo 2012	86
Cuadro N° 50:	Regresión para el total de ingresos por artesanía	87
Cuadro N° 51:	Ingreso por artesanías según grado de instrucción de la empresaria	88
Cuadro N° 52:	Limitantes para incrementar la producción de la artesana.....	88
Gráfico N° 17:	Limitantes para incrementar la producción de la artesana.....	89
Cuadro N° 53:	Limitantes para la comercialización de artesanías	90
Gráfico N° 18:	Limitantes para la comercialización de artesanías	91
Gráfico N° 19:	Incremento del tiempo que destina a las artesanías.....	92
Cuadro N° 54:	Incremento del tiempo que destina a las artesanías.....	92
Cuadro N° 55:	Incremento de venta de artesanías	93

Gráfico N° 20:	Incremento de venta de artesanías	93
Cuadro N° 56:	Mejora de la situación económica de las artesanas	94
Gráfico N° 21:	Mejora de la situación económica de las artesanas	94
Cuadro N° 57:	Primer beneficio mencionado de trabajar con Manuela Ramos	95
Gráfico N° 22:	Primer beneficio mencionado por las artesanas del trabajo con Manuela Ramos	96
Cuadro N° 58:	Resumen de beneficios mencionados por participar en el proyecto	97
Gráfico N° 23:	Resumen de beneficios mencionado por las artesanas por trabajar con Manuela Ramos	97
Foto N° 19 y 20:	Participación de las artesanas en sus organizaciones	99
Gráfico N° 24:	Cambio en la autovaloración por participación en el proyecto	100
Cuadro N° 59:	Cambio en la autovaloración por participar en el proyecto	100
Gráfico N° 25:	Cambio en la autovaloración por participar en el proyecto	100
Cuadro N° 60:	Cambios en la valoración de parte de la pareja a la artesana	102
Gráfico N° 26:	Cambio en la valoración de la pareja por participar en el proyecto de Manuela Ramos	103
Cuadro N° 61:	Desagregado de la valoración de los varones a las artesanas	103
Gráfico N° 27:	Desagregado de la valoración de las artesanas por sus parejas	104
Cuadro N° 62:	Regresión para determinar las variables que explican la valoración de las artesanas por los varones	105
Cuadro N° 63:	Cambios en la valoración por los varones según grado de instrucción	106
Cuadro N° 64:	Temas de interés para capacitación en aspectos productivos	107
Gráfico N° 28:	Temas de interés para capacitación en aspectos productivos	108
Cuadro N° 65:	Temas de interés para capacitación en aspectos de gestión	109
Gráfico N° 29:	Temas de interés para capacitación en aspectos de gestión	109
Cuadro N° 66:	Temas de interés en formación personal	110
Gráfico N° 30:	Temas de interés para capacitación en aspectos de formación personal	111
Cuadro N° 67:	Interés por constituir su microempresa	112
Gráfico N° 31:	Interés en constituir una microempresa artesanal	112
Cuadro N° 68:	En cuánto tiempo constituiría una empresa artesanal	113
Gráfico N° 32:	Tiempo que demoraría en constituir una microempresa	113
Cuadro N° 69:	En qué quisiera trabajar dentro de tres años	115
Gráfico N° 33:	En qué quisiera trabajar dentro de tres años	115
Cuadro N° 70:	Arribo, permanencia y pernoctación del turismo nacional y extranjero. 1995 - 2011	117
Gráfico N° 34:	Arribo de turistas nacionales, extranjeros y total a la Región Puno. 1995 - 2011	119
Gráfico N° 35:	Proyecciones de arribo de turistas a la Región Puno. 2012 - 2018	120

Gráfico N° 36:	Pernoctación de turistas nacionales, extranjeros y total 1995 - 2011	121
Gráfico N° 37:	Proyecciones de pernoctación turistas en la Región Puno 2012-2018.....	122
Gráfico N° 38:	Promedio de permanencia de turistas extranjeros, nacionales y total a la Región Puno. 1995 - 2011	123
Gráfico N° 39:	Proyección de permanencia de turistas extranjeros, nacionales y total. 2012 - 2018	123
Cuadro N° 71:	Proyecciones de turismo nacional y extranjero a la región Puno. 2012 - 2018.....	124
Cuadro N° 72:	Provincia de Puno: Arribo de turistas nacionales a establecimientos de hospedaje 1996 - 2011	125
Gráfico N° 40:	Arribo de turistas extranjeros, nacionales y total a la provincia de Puno. 1996 - 2011	126
Cuadro N° 73:	Situación actual de los recursos y atractivos turísticos	127
Gráfico N° 41:	Actividades turistas realizadas por turistas extranjeros en porcentaje	129
Gráfico N° 42:	Lugares más visitados por turistas extranjeros en porcentaje	129
Gráfico N° 43:	Ciclo de vida del destino turístico	130
Foto N° 21:	Complejo Arqueológico de Sillustani	133
Foto N° 22:	Laguna de Umayo.....	133
Foto N° 23:	Templo de Nuestra Señora de la Asunción	134
Foto N° 24:	Playa de Charcas	134
Foto N° 25:	Catedral de Chucuito.....	135
Cuadro N° 74:	Arribo de turistas a Sillustani y su relación con el arribo a la provincia de Puno	136
Gráfico N° 44:	Arribo de turistas a Sillustani y relación con el arribo a la ciudad de Puno	136
Cuadro 75:	Número de establecimientos de artesanías en Puno. 1995 - 2012.....	138
Gráfico N° 45:	Número de establecimientos de artesanías en la ciudad de Puno. 1996 - 2011	139
Cuadro N° 76:	Resultados del análisis de correlaciones entre establecimientos artesanales en la ciudad de Puno y arribo de turistas a la región y provincia de Puno	140
Cuadro N° 77:	Principales MYPES Exportadoras en la partida 9503009900	141
Cuadro N° 78:	Principales empresas exportadoras de la Región Puno FOB US\$. 142	
Cuadro N° 79:	MYPES Exportadoras del departamento de Puno en artesanías de juguetes y regalos y confecciones de tejido de punto	144

PRESENTACIÓN

La Casa de la Mujer Artesana que desarrolla sus tareas de contribuir a mejorar la calidad de vida de las artesanas desde 1993, a través del Programa Derechos Económicos del Movimiento Manuela Ramos, se ha convertido hoy en un espacio dedicado a la comercialización con un enfoque de comercio justo y en modelo de empresa alternativa, donde tienen amplia participación las artesanas quechuas y aymaras de Puno.

Sin embargo, la artesanía enfrenta el funcionamiento inestable y precario de los mercados locales por lo que se hace necesario estudiar nuevas posibilidades como la que ofrece el turismo que, junto con la artesanía, aseguren una mayor estabilidad económica de las mujeres de la región. Se hace necesario entonces trabajar en el mejoramiento de capacidades, el desarrollo organizacional y el relacionamiento con los mercados y las políticas públicas, orientadas a alcanzar mejores oportunidades para su participación económica.

Por esta razón, desde el proyecto *Ampliando oportunidades para la participación económica de las mujeres rurales en Puno*, se decidió elaborar un diagnóstico socioeconómico que identificara oportunidades y limitaciones con corredores turísticos en 13 grupos de artesanas de los distritos de Platería, Chucuito y Paucarcolla, con los que trabaja la CMA y que se ubican en el circuito turístico alrededor del Lago Titicaca.

De este diagnóstico surge información valiosa para nuevos emprendimientos económicos de las artesanas de la zona, así como también los planes que ellas tienen para el corto y mediano plazo. Esperamos que esta resulte de utilidad para todas aquellas organizaciones de mujeres que tienen como meta mejorar su condición económica y lograr la autonomía.

Lima, junio de 2013

INTRODUCCIÓN

Debido a sus excepcionales condiciones agroecológicas para la producción de fibra de alpaca y lana de ovino, y por tratarse de una actividad ancestral en la vida de las mujeres quechuas y aymaras, Puno tiene una importante producción textil.

Las potencialidades de las actividades artesanales y turísticas de la región, pueden resultar factores estratégicos para enfrentar la pobreza existente; especialmente, si se logra viabilizar la participación económica de las artesanas y la sostenibilidad de sus actividades productivas.

El diagnóstico que presentamos responde a la necesidad de conocer la realidad social y económica de las mujeres artesanas así como de identificar oportunidades y limitaciones del sector artesanal de la región y los corredores turísticos donde el proyecto opera.

Este documento está dividido en cuatro partes. En la primera, se presenta la estrategia metodológica seguida para la recolección de información y se da a conocer a los grupos productivos seleccionados para la muestra.

En la segunda, se presenta la caracterización socioeconómica de los distritos de Paucarcolla, Chucuito y Platería donde se hizo el levantamiento de la información.

A continuación, se consignan los resultados de la encuesta y entrevistas, que permiten dar a conocer la situación socioeconómica de la población objetivo y los efectos que el proyecto ha generado en ellas y en sus familias tras su incorporación a la actividad artesanal.

En la cuarta y última parte, se analiza la situación y oportunidades que ofrecen el sector turístico y la artesanía en la región, para luego presentar las conclusiones con los hallazgos más resaltantes del estudio.

I. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ESTUDIO

1.1 Objetivo general de la consultoría

Formular el diagnóstico socioeconómico e identificación de oportunidades y limitaciones con corredores turísticos del proyecto “Ampliando Oportunidades para la Participación Económica Sostenible de Mujeres Rurales en Puno”, de 13 grupos de artesanas de los distritos de Platería, Chucuito y Paucarcolla.

1.2 Ámbito de estudio

Departamento: Puno

Provincia: Puno

Distritos: Platería, Chucuito y Paucarcolla

El ámbito de estudio específico comprende a 13 asociaciones de artesanas, ubicadas en los distritos de Paucarcolla (6 asociaciones y 112 socias), Platería (5 asociaciones y 99 socias) y Chucuito (2 asociaciones y 34 socias), con un promedio de 18.8 integrantes por asociación.

Cuadro N° 1: Asociaciones, distritos y número de participantes en el proyecto - 2012

Asociaciones	Distritos	Número de socias
Asoc. La Unión Paucarcolla	Paucarcolla	20
Asoc. Las Luces	Paucarcolla	16
Asoc. Ricchari Warmi	Paucarcolla	25
Asoc. Las Estrellas	Paucarcolla	16

Asoc. Las Cantutitas	Paucarcolla	19
Asoc. Santa Teresa	Paucarcolla	16
Asoc. Santa Rosa de Pallalla	Platería	21
Asoc. Jabas Pankarita Titilaca	Platería	19
Asoc. Brisas del Lago	Platería	19
Asoc. 24 de Junio – Carucaya	Platería	23
Asoc. Trenza de Oro – Acora	Platería	17
Asoc. Rosas Panccara – Karina	Chucuito	15
Asoc. Sancayuni – Potojani Grande	Chucuito	19
Total		245

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información del Movimiento Manuela Ramos

1.3 Metodología general del estudio

1.3.1 Tipo y método de estudio

A. Tipo

- Es una investigación factual, dado que se trata de un proyecto real.
- El tipo de investigación basándose en lo establecido por Sierra Bravo es:
Según su finalidad: Corresponde a un estudio aplicado, ya que su fin es contar con un diagnóstico situacional de las productoras artesanas involucradas en el proyecto “Ampliando Oportunidades para la Participación Económica Sostenible de Mujeres Rurales en Puno”
- Por el alcance temporal: Es una investigación seccional, porque se aplica en un momento dado.
- Por la profundidad: Es principalmente explicativa, dado que no solo pretende medir las variables sino estudiar las relaciones de influencia entre ellas para conocer la estructura y los factores que intervienen.
- Por su amplitud: Es microsociológica, ya que se está trabajando con grupos relativamente pequeños.
- Por su carácter: Es tanto cualitativa como cuantitativa.

Por su naturaleza: Es empírica, porque trabaja con hechos de experiencia directa no manipulados y con encuestas y entrevistas semiestructuradas. Los datos utilizados proceden de manifestaciones de las artesanas involucradas en la población objetivo.

B. Método

El diseño del estudio es básicamente descriptivo y analítico, de corte transversal, conjugando aspectos cuantitativos y cualitativos, de forma que permita alcanzar el objetivo propuesto.

1.3.2 Instrumentos estadísticos

A. Revisión documental

Se analizó y sistematizó la información disponible con relación al estudio para lo cual se contó con las facilidades del Movimiento Manuela Ramos lo que permitió tomar información de los grupos participantes en el proyecto como fecha de incorporación al proyecto, período de capacitación y, finalmente de la base de datos de ventas a la Casa de la Mujer Artesana.

B. Toma de información secundaria

Se analizó y sistematizó la información disponible con relación al estudio, para lo que se tomó información de arribo, pernотaciones de turistas nacionales y extranjeros a la región, ciudad de Puno y las islas, así como al Complejo Arqueológico de Sillustani.

Igualmente se tomó información del registro de empresas artesanales y exportaciones de artesanías por aduanas y las licencias a tiendas artesanales de la ciudad de Puno.

C. Encuestas:

De tipo estructurada que permitió tomar la información sobre la situación productiva de las artesanas del proyecto, así como los conocimientos, actitudes, opiniones y percepciones para probar los objetivos planteados en el estudio.

D. Entrevistas:

Se aplicaron entrevistas a líderes artesanas y alcaldes distritales para profundizar el conocimiento, percepciones y actitudes de las artesanas y explicar en mejor medida los resultados obtenidos en las encuestas, así como la opinión de los alcaldes y sus perspectivas de apoyo a la actividad artesanal y turística.

1.3.3 Muestra de la encuesta

Para determinar el tamaño de muestra para las encuestas se aplicó muestreo aleatorio, sobre la base de la siguiente fórmula utilizada para calcular el tamaño de muestra requerido para una encuesta por muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{p(1-p)}{\left[\frac{E}{Z_{\alpha/2}} \right]^2 + \frac{p(1-p)}{N}}$$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{\left[\frac{0.079}{1.645} \right]^2 + \frac{0.5(1-0.5)}{245}} = 75$$

$$n = 75$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = certeza estadística deseada (90% de confianza: $z = 1.645$)

p = proporción de cobertura ($p = 0.50$)

d = precisión deseada ($d = 0.079$, el margen de error permitido)

N = Población (245 artesanas)

Dado los valores anteriores, el tamaño de muestra fue el siguiente:

A partir de la muestra antes señalada, se aplicó un 5% de encuestas adicionales para garantizar el número de encuestas requeridas y poder cumplir con los objetivos propuestos, con lo cual se aplicaron en total 79 encuestas. Para mantener la proporcionalidad de las zonas en estudio se consideró que la muestra por cada distrito era la siguiente: Platería (27 encuestas), Chucuito (18 encuestas) y Paucarcolla (34 encuestas). Las encuestas se aplicaron del 11 al 15 de junio.

Fotos 1 y 2: Aplicación de encuestas a artesanas participantes en el proyecto



Fotos: Ruth Boza

E. Entrevistas:

Posibilitó profundizar el conocimiento, percepciones y actitudes de las artesanas para explicar en mejor medida los resultados del estudio. En el caso de las entrevistas a profundidad, se aplicaron a 13 mujeres líderes de las diferentes organizaciones de artesanas entre el 11 y 15 de junio.

Finalmente, se aplicó una entrevista a cada uno de los alcaldes de los tres distritos con la finalidad de sondear las posibilidades de apoyo de las instancias de desarrollo local distrital a la actividad artesanal y/o al turismo. Las entrevistas a los alcaldes se aplicaron entre el 2 y 6 de julio.

1.4 Ingreso y procesamiento de los datos

A. Ingreso de datos

El ingreso de datos de la encuesta se realizó con el programa Excel, sobre la base de una codificación de las variables y de las respuestas que brindaron las artesanas encuestadas. Las entrevistas se registraron y sistematizaron de acuerdo a los datos tomados.

B. Procesamiento de los datos

El procesamiento de las encuestas se realizó con el software estadístico: SPSS v 13 y comprendió las siguientes pruebas estadísticas:

A. Estadísticas descriptivas, se utilizaron las siguientes:

- Promedio
- Máximo
- Mínimo
- Rango
- Mediana
- Moda
- Desviación estándar
- Coeficiente de variabilidad

Igualmente se graficaron los histogramas correspondientes.

B. Estadísticas inferenciales

B.1 Se utilizaron **tablas de contingencia** para los distintos indicadores. En estas tablas se efectuaron pruebas de inferencia estadística para medir en qué medida se relacionan dos variables nominales y ordinales.

- Para variables nominales:

Chi Cuadrado de Pearson: Para evaluar la relación de asociación que existe entre dos variables de carácter cualitativo, se procede a elaborar tablas de contingencia en las que describen conjuntamente el comportamiento de dos variables, para este caso dos características cualitativas. Para determinar esta relación se realizó las pruebas de chi-cuadrado de Pearson y determinar su valor significativo de probabilidad aproximada.

- Para variables ordinales:

Tau – b de Kendall: Es una medida no paramétrica que se utiliza para estudiar la relación o asociación entre dos variables ordinales o de rangos, cuyos resultados se interpretan desde -1 a $+1$.

B.2 Se utilizó las técnicas de **asociación y dependencia de variables**, en la cual se consideraron pruebas de inferencia estadística para medir en qué medida se relacionan dos variables principalmente cuantitativas.

Análisis de correlaciones: Es una técnica estadística usada para determinar el grado de variación conjunta de dos o más variables cuantitativas. El coeficiente de correlación es un índice cuantitativo que mide la relación existente entre una variable X_1 y otras variables, X_2, X_3, \dots . El coeficiente de correlación puede variar de -1.0 a $+1.0$

Una correlación nos proporciona tres datos principales:

- 1) La existencia o no de una relación lineal entre las variables (si da diferente de cero).
- 2) La dirección de esta relación, si es que existe (por su signo positivo o negativo).
- 3) El grado de esta relación (por el valor absoluto del coeficiente).

Análisis de regresiones: Con la finalidad de explicar las principales variables de causa efecto considerando a la variable dependiente una variable cuantitativa, mientras las variables independientes pueden ser cuantitativas o cualitativas. Se efectuó el análisis de regresiones en dos alternativas:

Para el cálculo de la relación causa efecto tanto en el caso de dos variables (*regresión simple*), como en el de más de dos variables (*regresión múltiple*), el análisis regresión lineal se utiliza para explorar y cuantificar la relación entre una variable llamada dependiente o criterio (Y) y una o más variables llamadas independientes o predictoras (X_1, X_2, \dots, X_p), así como para desarrollar una ecuación lineal con fines predictivos.

La regresión múltiple se aproxima más a situaciones de análisis reales puesto que los fenómenos, hechos y procesos sociales, por definición, son complejos y, en consecuencia, deben ser explicados en la medida de lo posible por la serie de variables que, directa e indirectamente, participan en su concreción.

En este caso se aplicó el método *stepwise* o paso a paso, en el cual el software estadístico va incorporando aquella variable más significativa una por una y probando que no es redundante. La finalidad es la elección del modelo que con el menor número de variables explica más la variable dependiente.

En el cálculo de las tendencias históricas se aplicó la curva de mejor ajuste probando las siguientes alternativas: ecuación de la recta, ecuación polinómica, ecuación logarítmica, ecuación potencial y ecuación exponencial, seleccionándose aquella que tiene un mayor

coeficiente de determinación (R^2) y, por consiguiente, es la más explicativa. Cuando este coeficiente no es representativo, no se presentaron los resultados obtenidos.

Para ambos casos se considera el coeficiente de determinación o coeficiente de correlación múltiple al cuadrado, el que mide la proporción (porcentaje si lo multiplicamos por 100) de la variable dependiente explicada por las variables independientes que han sido admitidas en el modelo.

C. Diferencia de medias:

Es una técnica estadística paramétrica por la cual se compara la respuesta cuantitativa, considerada como variable dependiente, que responde de manera diferente ante el comportamiento de variables categóricas independientes, las pruebas utilizadas fueron las siguientes:

Análisis de varianza (Anova): Esta prueba se aplica en el caso de que las variables categóricas e independientes incluyan tres o más niveles de comparación. En este caso, se comparan tres o más promedios de una variable dependiente como efecto de los efectos de tres o más categorías de una variable independiente.

Para las pruebas estadísticas inferenciales, se utilizaron dos niveles de significancia $\alpha = 0.01$ y $\alpha = 0.05$ del cual se desprenden las siguientes interpretaciones:

- ($P < 0.01$): Altamente significativa
- ($P < 0.05$): Significativa
- ($P \geq 0.05$): No significativa

II. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DEL ÁMBITO REFERENCIAL DISTRITAL¹

2.1 Ubicación de la población referencial

El ámbito específico de intervención comprende a las 13 asociaciones de artesanas que involucra el proyecto y que se encuentran en la zona central este de la Región Puno, provincia de Puno, incorporando los distritos de Paucarcolla, Chucuito y Platería (Mapas N° 1 y 2). El análisis del ámbito referencial distrital nos permite determinar los procesos socioeconómicos en el íntegro del espacio distrital; por consiguiente, a las asociaciones y su entorno distrital, ámbito para el cual se cuenta con mayor información y es el contexto de los procesos de las zonas de intervención directa.

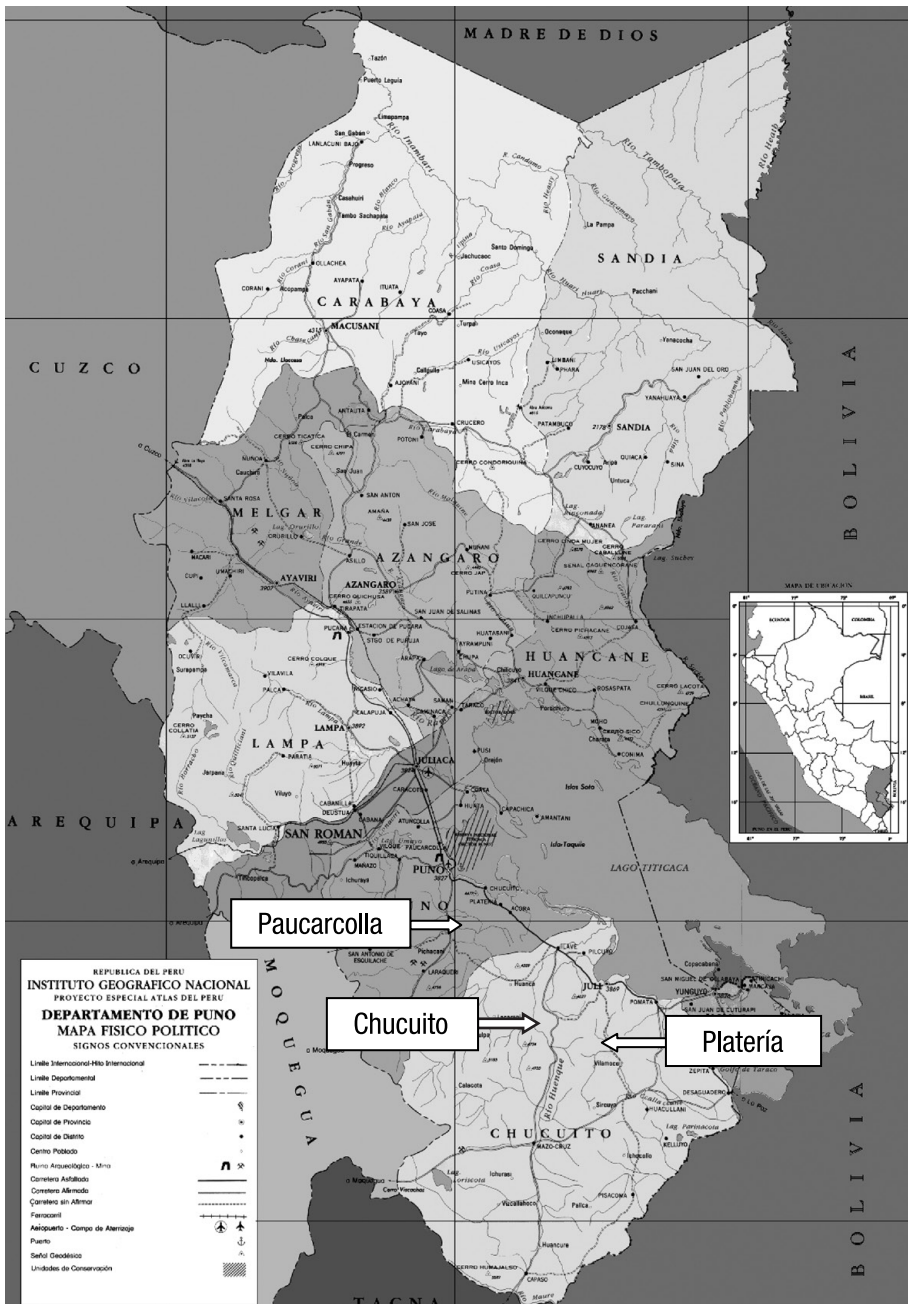
2.2 Características demográficas

2.2.1 Población por grupos de edad y sexo

El ámbito referencial distrital según el censo del 2007, tuvo una población de 21,045 habitantes, su población urbana está conformada por solo 2,316 habitantes que se asientan en sus capitales distritales, lo que representa el 11% de la población total. Por otro lado, la población rural es de 18,729 habitantes conformando el 89% de la población total, lo que caracteriza una población predominantemente rural, que se traduce en el total de la población y en cada grupo de edad.

¹ Este capítulo presenta los resultados del diagnóstico del ámbito referencial distrital o entorno distrital, que es aquel espacio que corresponde al ámbito donde se ejecuta el proyecto: Paucarcolla, Chucuito y Platería, en base a la información del Censo Nacional de Población del año 2007

Mapa N° 1: Departamento de Puno y ámbito de estudio



Mapa N° 2: Distritos de la provincia de Puno



Cuadro N° 2: Población del entorno distrital por grandes grupos de edad y sexo - 2007

Sexo y Grupos edad	De 0 a 14	% fila	De 15 a 29	% fila	De 30 a 44	% fila	De 45 a 59	% fila	De 60 a mas	% fila	Total	% col
Hombres Urbano	304	5.0	317	6.8	220	6.5	158	5.4	166	4.2	1,165	5.5
Mujeres Urbano	268	4.4	306	6.5	217	6.5	187	6.3	173	4.3	1,151	5.5
Urbano Total	572	9.5	623	13.3	437	13.0	345	11.7	339	8.5	2,316	11.0
Hombres Rural	2,811	46.5	2,038	43.5	1,391	41.4	1,216	41.2	1,741	43.5	9,197	43.7
Mujeres Rural	2,663	44.0	2,028	43.3	1,534	45.6	1,387	47.0	1,920	48.0	9,532	45.3
Rural Total	5,474	90.5	4,066	86.7	2,925	87.0	2,603	88.3	3,661	91.5	18,729	89.0
Hombres Total	3,115	51.5	2,355	50.2	1,611	47.9	1,374	46.6	1,907	47.7	10,362	49.2
Mujeres Total	2,931	48.5	2,334	49.8	1,751	52.1	1,574	53.4	2,093	52.3	10,683	50.8
Total General	6,046	100.0	4,689	100.0	3,362	100.0	2,948	100.0	4,000	100.0	21,045	100.0

Nota: Color fucsia, valores bajos, color verde: valores altos predominantes

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI 2007

Cuadro N° 3: Población del entorno distrital por grandes grupos de edad, área urbana y rural y sexo - 2007

Grupos de edad	Urbana			Rural			General		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
De 0 a 4 años	94	89	183	789	792	1,581	883	881	1,764
De 5 a 9 años	93	85	178	952	893	1,845	1,045	978	2,023
De 10 a 14 años	117	94	211	1,070	978	2,048	1,187	1,072	2,259
De 15 a 19 años	99	110	209	787	772	1,559	886	882	1,768
De 20 a 24 años	110	96	206	680	671	1,351	790	767	1,557
De 25 a 29 años	108	100	208	571	585	1,156	679	685	1,364
De 30 a 34 años	82	79	161	482	537	1,019	564	616	1,180
De 35 a 39 años	78	73	151	442	517	959	520	590	1,110
De 40 a 44 años	60	65	125	467	480	947	527	545	1,072
De 45 a 49 años	64	79	143	405	500	905	469	579	1,048
De 50 a 54 años	50	51	101	404	445	849	454	496	950
De 55 a 59 años	44	57	101	407	442	849	451	499	950
De 60 a 64 años	57	49	106	352	417	769	409	466	875
De 65 a 69 años	36	36	72	331	357	688	367	393	760
De 70 a 74 años	20	26	46	330	387	717	350	413	763
De 75 a 79 años	24	23	47	335	349	684	359	372	731
De 80 a 84 años	17	22	39	170	215	385	187	237	424
De 85 a 89 años	7	12	19	141	110	251	148	122	270
De 90 a 94 años	4	2	6	40	39	79	44	41	85
De 95 a 99 años	1	3	4	42	46	88	43	49	92
Total	1,165	1,151	2,316	9,197	9,532	18,729	10,362	10,683	21,045

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI – 2007

Las principales características demográficas en la población del ámbito referencial distrital son las siguientes:

- La proporción urbana rural nos muestra que la población asentada en las capitales distritales es poco significativa en su conjunto (en promedio 11%).
- Existe una relativa mayor proporción urbana en el caso de la población de 15 a 29 y de 15 a 44 años alcanzando proporciones mayores a las del promedio del ámbito referencial (13.3% y 13.0% frente a 11% antes señalada), como consecuencia de la emigración con fines de estudio y de

trabajo, que generalmente se presenta en estas edades. Como consecuencia, en esos grupos de edad la población rural es relativamente menor frente al promedio del ámbito referencial (86.7% y 87% frente a 89%).

- En la población de 60 años a más, existe una mayor proporción situada en el ámbito rural (91.5% frente a 89% que es el promedio del ámbito referencial).
- En lo que corresponde al área rural es de destacar que existe relativamente mayor proporción de mujeres frente a los hombres en la población de 30 a 44 años (45.6% frente a 41.4%), de 45 a 60 años (47.0% frente a 41.2%), de 60 años a más (48% frente a 43.5%), porque la emigración es mayor en el caso de varones que mujeres de 30 a 59 años y, por otro lado, porque la mortalidad es mayor en varones que en mujeres para el caso de la población mayor de 60 años.

Cuadro N° 4: Población del entorno distrital por sexo
y grandes grupos de edad - 2007

Grupos de edad	Hombres	Mujeres	Total	IM	%
[0 – 19]	4,001	3,813	7,814	104.9	37.1
[20 – 39]	2,553	2,658	5,211	96.0	24.8
[40 – 59]	1,901	2,119	4,020	89.7	19.1
[60 – más]	1,907	2,093	4,000	91.1	19.0
Total	10,362	10,683	21,045	97.0	100.0

Fuente: Elaborado por el equipo consultor basándose en el
Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI- 2007

La población joven menor de 19 años del ámbito referencia representa el 37.1%, y va decreciendo progresivamente hasta representar el 19.0% de la población total para los grupos de edad de 40 a 59 años y de 60 a más años.

Por otro lado, los índices de masculinidad son mayores solo en la población menor de 20 años, el cual va decreciendo en la población conforme se consideran grupos de edad mayores, alcanzando para la población mayor de 40 años aproximadamente 10 mujeres más por cada 100 varones. Ello, como consecuencia de la emigración a ciudades fuera del ámbito de estudio y la mayor sobrevivencia de mujeres que de hombres.

2.2.2 Indicadores demográficos

Cuadro N° 5: Indicadores demográficos del ámbito de referencia distrital y del departamento de Puno - 1993 y 2007

Indicadores	Unidad de Medida	1993		2,007	
		Ámbito referencial	Departamento de Puno	Ámbito referencial	Departamento de Puno
Índice de dependencia bruta	Porcentaje	92.0	83.8	77.2	64.2
Índice de vejez	Porcentaje	31.1	15.3	51.7	22.8
Índice juvenil	Porcentaje	36.6	39.5	28.7	31.9
Índice de edad media	Años	30.2	25.9	33.8	28.3
Índice de masculinidad	Hombres por mujer	0.97	0.99	0.97	0.99

Índice de dependencia: Población(menores de 15 + 65 a más)/ población de 15-64)*100

Índice de vejez: Población(65 y más)/ Población de (0-14)*100

Índice juvenil: Población(0-14)/ población total *100

Índice de edad media. Promedio de edad de la población

Índice de masculinidad: Población de varones / población de mujeres

Nota: Marcado con color verde, ámbitos con valores mayores

Fuente: Elaborado equipo consultor en base a la información de los Censos Nacionales de Población y Vivienda 1993 y 2007. INEI

Si analizamos los resultados de los principales indicadores demográficos del ámbito referencial de estudio, frente al nivel departamental y los cambios ocurridos en los 14 años de diferencia en el período censal, se pueden resaltar los siguientes resultados:

El índice de dependencia bruta (*Menores de 15 años y mayores de 65 años*) / (*Población de 15 a 64 años*)*100) para el año 2007 indica la proporción de población que depende económicamente de la población en edad de trabajar. En el área de estudio referencial la proporción de población dependiente (77.2%), es mayor que en el ámbito del departamento de Puno (64.2%). Igualmente los datos para 1993, nos muestran que el índice de dependencia era significativamente mayor en el ámbito referencial (92.0%), siendo ligeramente menor a nivel departamental (83.8%). Por tanto, los cambios en el índice de dependencia han disminuido en 14.8% (ámbito referencial) y 19.6% (nivel departamental).

El índice de vejez ($(Población\ de\ 65\ y\ más) / (Población\ de\ 0-14\ años) * 100$)), para el año 2007, este indicador en el ámbito referencial es mucho mayor (51.7%) y corresponden a niveles de una población en proceso de envejecimiento (por ser superior al 50%), mientras que a nivel departamental el indicador es mucho menor (22.8%) y lejos aún de considerarse en envejecimiento. Los distritos referenciales cuentan con poblaciones vulnerables por la gran población en edad mayor a 65 años. Los datos censales de 1993 muestran que el ámbito referencial era solo de 31.1% y en el departamental 15.3%. Los cambios han conducido a que la población asentada en el ámbito referencial cuente con población envejecida por la emigración de la población joven y adulta a otros ámbitos urbanos como la ciudad de Puno y a otros departamentos.

El índice juvenil ($(Población\ de\ 0-14) / (Población\ total) * 100$), nos muestra valores relativamente similares para el ámbito referencial (28.7%) frente al nivel departamental (31.9%), lo cual nos indica que un poco menos de una tercera parte es población juvenil. Los datos para 1993 nos muestran niveles ligeramente mayores a la tercera parte (36.6% y 39.5% respectivamente). Lo anterior es consecuencia de la disminución de las tasas de natalidad similares en ambos casos.

El índice de edad media (*promedio de edad de la población*) nos muestra igualmente valores relativamente mayores para la población distrital referencial (33.8 años) frente al departamental (28.3). La situación era menor en ambos casos en el año 1993 (30.2 y 25.9 años respectivamente). Las tendencias nos muestran que este índice se ha incrementado en promedio en 3.6 (ámbito referencial) y 2.4 años (departamental) respectivamente.

El índice de masculinidad ($Población\ de\ varones / población\ de\ mujeres$) nos muestra que existe una mayor proporción de mujeres frente a los varones tanto en el ámbito referencial distrital (0.97) como en el ámbito departamental (0.99), manteniéndose las mismas cifras que en el año 1993.

Los datos antes indicados nos muestran que la población distrital de referencia se caracteriza por contar con mayor población vulnerable, con

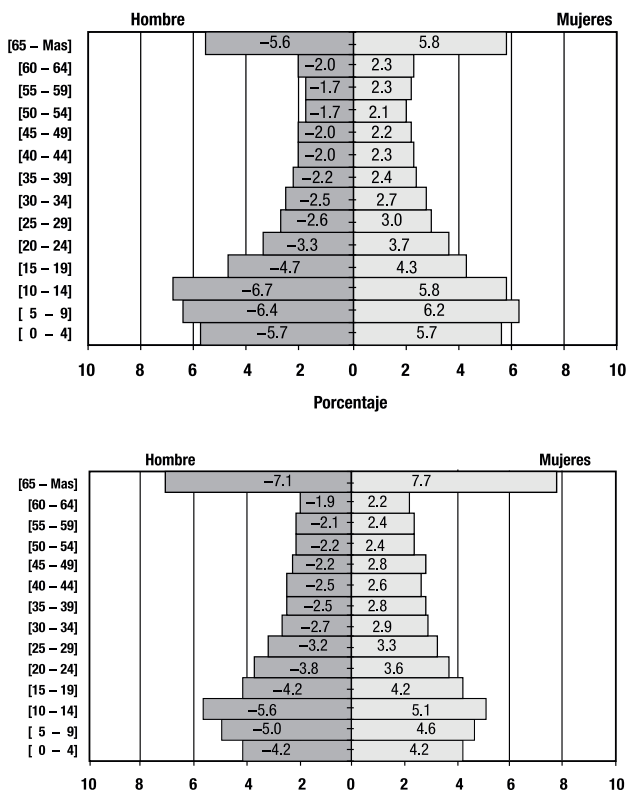
tendencias al envejecimiento, con poca población juvenil y con menor proporción de varones porque ellos migran más, esta situación es un típico comportamiento de poblaciones rurales cercanas a centros urbanos importantes, como es el caso de los centros poblados y comunidades incorporadas en el proyecto, ante su cercanía a Puno ciudad.

2.2.3 Pirámides poblacionales

Las pirámides poblacionales del ámbito referencial distrital, según los censos del año 1993 y 2007, muestran fundamentalmente lo siguiente:

- La base de la población de los tres grupos de edad de 0 a 15 años muestra una reducción significativa de su participación en la población total, pasando de 36.6% en 1993 a solo 28.7% en 2007. Esto conlleva a una disminución de la población joven, debida posiblemente a la disminución de la tasa de natalidad y a la emigración de la población en edad de trabajar a la ciudad de Puno. En esta se incluye la población de padres y sus hijos, que constituyen el principal foco migratorio del ámbito referencial de estudio.
- Por otro lado, la proporción de la población mayor a 65 años se ha incrementado significativamente en el período de análisis; de 11.4% en el año 1993 a 14.8% en 2007, lo que ratifica la tendencia al envejecimiento del área referencial de estudio.
- La población total del ámbito referencial de estudio ha disminuido en 2,457 habitantes (que significa un 10% de la población existente en el año 1993) por ser una zona expulsora de población, lo que se refleja en la emigración a la ciudad de Puno y otros ámbitos del país.
- La población en edad de trabajar (de 15 a 64 años) ha disminuido en un 15% comparando los datos de 2007 frente a los del año 1993. Así, mientras en el censo del año 1993 era de 12,238 habitantes, este ha pasado a ser de 11,874 habitantes, como consecuencia de la emigración antes señalada, la que corresponde en mayor cantidad a mujeres.

Gráfico N° 1 y 2: Pirámides poblacionales del ámbito referencial distrital - 1993 y 2007



Gráficos elaborados por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de información censal 1993 y 2007

2.2.4 Composición del hogar

Las principales características del hogar del ámbito referencial distrital, son las siguientes:

- Existen 6,567 hogares compuestos por 3.16 miembros por hogar en promedio, aunque existen diferencias entre la población urbana que cuenta con 3.56 miembros, mientras que en el área rural es de solo 3.12 miembros.

- Cerca de una tercera parte de los hogares tiene como jefe de hogar a una mujer (29.6%), tanto en el ámbito global como en el área rural, mientras que en el área urbana es un poco mayor (32.7%).
- El número de hijos promedio que viven en el hogar es de 1.27 en el ámbito rural, mientras que en el ámbito urbano es de 1.40 miembros.
- El menor número de miembros del hogar en el caso del área rural se explica porque se trata de hogares con menores cargas familiares que los del área urbana. Así, en el área rural solo el 3.6% de hogares cuenta con yernos o nueras, mientras que en el área urbana alcanza al 6.2% de hogares. Ello sucede con otros parientes (3.6% frente a 6.2% de hogares respectivamente), y no parientes (2.9% y 5.8% respectivamente), nietos (1.2% y 2.2% de hogares respectivamente).
- En contraposición, más padres y suegros viven en el área rural con las familias de sus hijos que en el área urbana (177 personas en el área rural frente a 16 en el área urbana).

Cuadro N° 6: Grado de parentesco con el jefe del hogar - 2007

Urbana	Hombre	Mujer	Total	%	N° miembros promedio
Jefe o Jefa	384	187	571	28.1	1.00
Esposa(o) / compañera(a)	30	303	333	16.4	0.58
Hijo(a) / hijastro(a)	416	381	797	39.2	1.40
Nieto(a)	24	20	44	2.2	0.08
Yerno / nuera	61	66	127	6.2	0.22
Padre / suegros	5	11	16	0.8	0.03
Otro(a) pariente	60	57	117	5.8	0.20
Trabajador(a) del hogar	0	4	4	0.2	0.01
Otro(a) no pariente	11	14	25	1.2	0.04
Total	991	1,043	2,034	100.0	3.56
Rural	Hombre	Mujer	Total	%	N° miembros
Jefe o Jefa	4,240	1,756	5,996	32.0	1.00
Esposa(o) / compañera(a)	157	3,299	3,456	18.5	0.58
Hijo(a) / hijastro(a)	4,026	3,579	7,605	40.6	1.27

Nieto(a)	91	133	224	1.2	0.04
Yerno / nuera	321	344	665	3.6	0.11
Padre / suegros	46	131	177	0.9	0.03
Otro(a) pariente	280	267	547	2.9	0.09
Trabajador(a) del hogar	3	0	3	0.0	0.00
Pensionista	1	0	1	0.0	0.00
Otro(a) no pariente	28	23	51	0.3	0.01
Total	9,193	9,532	18,725	100.0	3.12
Urbana y Rural	Hombre	Mujer	Total	%	Nº miembros
Jefe o Jefa	4,624	1,943	6,567	31.6	1.00
Esposa(o) / compañera(a)	187	3,602	3,789	18.3	0.58
Hijo(a) / hijastro(a)	4,442	3,960	8,402	40.5	1.28
Nieto(a)	115	153	268	1.3	0.04
Yerno / nuera	382	410	792	3.8	0.12
Padre / suegros	51	142	193	0.9	0.03
Otro(a) pariente	340	324	664	3.2	0.10
Trabajador(a) del hogar	3	4	7	0.0	0.00
Pensionista	1	0	1	0.0	0.00
Otro(a) no pariente	39	37	76	0.4	0.01
Total	10,184	10,575	20,759	100.0	3.16

Nota: 286 casos no reportados

Fuente: Elaborado por equipo consultor basándose en el procesamiento de la base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI - 2007

2.3 Características económicas

2.3.1 Población económicamente activa (PEA)

De acuerdo a la información censal de 2007, un poco más de la tercera parte de la PEA está ocupada (35.3%), una pequeña proporción es desocupada (3.5%), mientras que la No PEA alcanza al 61.2%, con ligeras diferencias en el ámbito urbano y rural.

Las mayores diferencias se consideran en la población de varones frente a las mujeres, así se tiene que alrededor de las 4 décimas partes de los varones se consideran ocupados, mientras que en las mujeres solo alcanza a las 3 décimas partes.

Por otro lado, la población considerada como No PEA alcanza, para el caso de varones al 55.1% y 52.8% en el área urbana y rural, mientras que para las mujeres alcanza el 66.6% para el área urbana y 69.2% para el área rural. Estos resultados obedecen a que las labores del hogar no son consideradas como una actividad económica; lo mismo ocurre con las actividades de apoyo a las labores agrícola y pecuaria, entre otras.

En este contexto, las nuevas actividades que realizan las artesanas del proyecto contribuyen a pasar de una actividad no económica a una actividad económica.

Cuadro N° 7: Población económicamente activa mayor de 6 años en el ámbito de referencia distrital por ocupación y sexo - 2007

Urbana	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Urbana	530	100	536	100	1,066	100
PEA Ocupada	215	40.6	164	30.6	379	35.6
PEA Desocupada	23	4.3	15	2.8	38	3.6
No PEA	292	55.1	357	66.6	649	60.9
Rural	2,969	100	3,151	100	6,120	100
PEA Ocupada	1,224	41.2	934	29.6	2,158	35.3
PEA Desocupada	177	6	36	1.1	213	3.5
No PEA	1,568	52.8	2,181	69.2	3,749	61.3
Total	3,499	100	3,687	100	7,186	100
PEA Ocupada	1,439	41.1	1,098	29.8	2,537	35.3
PEA Desocupada	200	5.7	51	1.4	251	3.5
No PEA	1,860	53.2	2,538	68.8	4,398	61.2

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI- 2007.

Las principales actividades económicas en el ámbito distrital referencial son las siguientes:

- La agricultura, ganadería, caza y silvicultura que comprende al 63.9% de la PEA. De este total, un 68.9% está integrado por pobladores del área rural y un 24.4% por pobladores del área urbana.
- En segundo lugar están las actividades manufactureras con el 11.7%; con 12% en el área rural y 9.3% en el área urbana.

Precisamente dentro de esta actividad que incluye las actividades promovidas por el proyecto la participación de la mujer es altamente significativa después de la actividad agropecuaria. Así, en la población total alcanza al 23.8% de las mujeres y solo al 2.2% de los varones. Comparando los datos a nivel del área rural, que es la principal atención del proyecto, el 24.6% de las mujeres participan en la actividad y solo 1.9% de los varones.

Cuadro N° 8: Población económicamente activa mayor de 6 años
en el ámbito referencial distrital por actividades y sexo - 2007

Área	Actividades económicas	Hombre	% col	Mujer	% col	Total	% col
Urbana	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	121	25.0	75	23.4	196	24.4
	Pesca	10	2.1	0	0	10	1.2
	Explotación de minas y canteras	3	0.6	0	0	3	0.4
	Industrias manufactureras	26	5.4	49	15.3	75	9.3
	Construcción	61	12.6	1	0.3	62	7.7
	Venta, mantenimiento y reparación vehic. automov. y motoc.	7	1.4	0	0	7	0.9
	Comercio por mayor	2	0.4	5	1.6	7	0.9
	Comercio por menor	24	5.0	58	18.1	82	10.2
	Hoteles y restaurantes	12	2.5	31	9.7	43	5.3
	Transporte almacenamiento y comunicaciones	44	9.1	11	3.4	55	6.8
	Intermediación financiera	1	0.2	0	0	1	0.1
	Actividad inmobiliaria, empresas y alquileres	16	3.3	5	1.6	21	2.6
	Administración pública y defensa; p. segur. soc. afil	65	13.4	17	5.3	82	10.2
	Enseñanza	49	10.1	30	9.4	79	9.8
	Servicios sociales y de salud	10	2.1	7	2.2	17	2.1
	Otras actividades, servicios comunales, sociales y personales	16	3.3	7	2.2	23	2.9
	Hogares privados y servicios domésticos	2	0.4	8	2.5	10	1.2
	Organización y órganos extraterritoriales	5	1.0	2	0.6	7	0.9
	Actividad económica no especificada	10	2.1	14	4.4	24	3
	Total	484	100	320	100	804	100

Rural	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3,046	70.4	2,251	65.0	5,297	68
	Pesca	116	2.7	25	0.7	141	1.8
	Explotación de minas y canteras	26	0.6	1	0	27	0.3
	Industrias manufactureras	82	1.9	851	24.6	933	12
	Construcción	307	7.1	5	0.1	312	4
	Venta, mantenimiento y reparación vehículos. automóviles. y motocicletas.	73	1.7	4	0.1	77	1.0
	Comercio por mayor	6	0.1	3	0.1	9	0.1
	Comercio por menor	55	1.3	111	3.2	166	2.1
	Hoteles y restaurantes	23	0.5	36	1.0	59	0.8
	Transporte almacenamiento y comunicaciones	137	3.2	13	0.4	150	1.9
	Intermediación financiera	35	0.8	0	0.0	35	0.4
	Actividades inmobiliarias, empres. y alquileres	37	0.9	4	0.1	41	0.5
	Administración pública y defensa; p. segur. soc. afil	132	3.1	30	0.9	162	2.1
	Enseñanza	118	2.7	37	1.1	155	2
	Servicios sociales y de salud	20	0.5	12	0.3	32	0.4
	Otras actividades, servicios comunales, sociales y personales	70	1.6	7	0.2	77	1
	Hogares privados y servicios domésticos	6	0.1	18	0.5	24	0.3
	Actividad económica no especificada	38	0.9	53	1.5	91	1.2
	Total	4,327	100	3,461	100	7,788	100
Total	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3,167	65.8	2,326	61.5	5,493	63.9
	Pesca	126	2.6	25	0.7	151	1.8
	Explotación de minas y canteras	29	0.6	1	0	30	0.3
	Industrias manufactureras	108	2.2	900	23.8	1,008	11.7
	Construcción	355	7.4	6	0.2	361	4.2
	Venta, mantenimiento y reparación vehículos. Automóviles y motocicletas.	92	1.9	4	0.1	96	1.1
	Comercio por mayor	9	0.2	7	0.2	16	0.2
	Comercio por menor	73	1.5	153	4.0	226	2.6
	Hoteles y restaurantes	40	0.8	79	2.1	119	1.4
	Transporte almacenamiento y comunicaciones	175	3.6	26	0.7	201	2.3
	Intermediación financiera	43	0.9	3	0.1	46	0.5
	Actividades inmobiliarias, empres. y alquileres	53	1.1	9	0.2	62	0.7
	Administración pública y defensa; p. segur. soc. afil	197	4.1	47	1.2	244	2.8
	Enseñanza	167	3.5	67	1.8	234	2.7
	Servicios sociales y de salud	30	0.6	19	0.5	49	0.6
	Otras actividades, servicios comunales, sociales y personales	86	1.8	14	0.4	100	1.2
	Hogares privados y servicios domésticos	8	0.2	26	0.7	34	0.4
	Organización y órganos extraterritoriales	5	0.1	2	0.1	7	0.1
	Actividad económica no especificada	48	1.0	67	1.8	115	1.3
	Total	4,811	100.0	3,781	100.0	8,592	100.0

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

2.3.2 PEA Artesanal

De acuerdo a la información censal de 2007, la PEA involucrada en las actividades manufactureras involucra a 1,008 personas (Cuadro N° 7), de las cuales 920 personas tienen que ver con las actividades artesanales propiamente dichas, las mismas que se presentan en el cuadro siguiente.

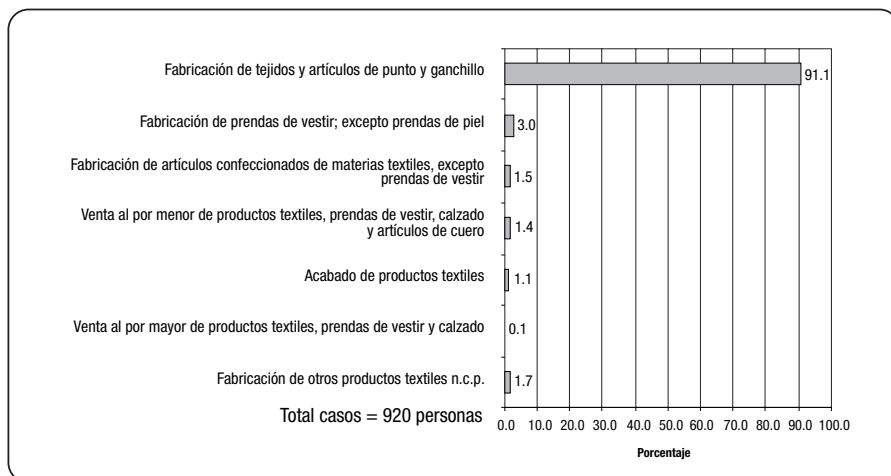
Cuadro N° 9: PEA artesanal del área de referencial distrital por sexo - 2007

Actividades económicas artesanales	Según sexo					
	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Acabado de productos textiles	3	8.3	7	0.8	10	1.1
Fabricación de artículos confeccionados de materias textiles, excepto prendas de vestir	3	8.3	11	1.2	14	1.5
Fabricación de otros productos textiles n.c.p.	0	0	16	1.8	16	1.7
Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	11	30.6	827	93.6	838	91.1
Fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel	16	44.4	12	1.4	28	3
Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado	0	0	1	0.1	1	0.1
Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero	3	8.3	10	1.1	13	1.4
Total	36	100	884	100	920	100

Fuente: Elaborado por equipo de consultoría en base al procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. 2007

De dichas actividades artesanales el 91.1% corresponde a la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo (Ver gráfico N° 3) que resulta la principal actividad económica artesanal, de las cuales la mayor parte corresponde a mujeres que desarrollan esta actividad artesanal.

Gráfico N° 3: Principales actividades artesanales - 2007



Fuente: Elaborado por equipo de consultoría basándose en el procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. 2007

2.4 Condiciones de vida

2.4.1 Servicios básicos

En cuanto a la fuente de abastecimiento de agua, en el sector urbano el abastecimiento de agua representa un 52.2% por red pública, mientras que en el sector rural solo alcanza al 7.5%, predominando el abastecimiento en un 82.9% por pozo, río y acequia.

**Cuadro N° 10: Abastecimiento de agua en la vivienda
en el entorno distrital - 2007**

Abastecimiento de agua en la vivienda	Tipo de área					
	Urbana	%	Rural	%	Total	%
Red pública dentro (Agua potable) de la vivienda	287	52.2	451	7.5	738	11.3
Red pública fuera de la vivienda	70	12.7	83	1.4	153	2.3
Pilón de uso público	27	4.9	212	3.5	239	3.7
Camión, cisterna	0	0	5	0.1	5	0.1
Pozo	23	4.2	2834	47.4	2857	43.7
Río, acequia	116	21.1	2126	35.5	2242	34.3
Vecino	20	3.6	253	4.2	273	4.2
Otro	7	1.3	18	0.3	25	0.4
Total	550	100	5982	100	6532	100

Cuadro elaborado por el equipo consultor basándose en el procesamiento de la base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

En cuanto a la dotación de servicios higiénicos en el área urbana, se aprecia que el 23.6% cuenta con red pública dentro de la vivienda. En el área rural solo el 0.2% tiene red pública dentro de su vivienda y el 51.9% no tienen servicios higiénicos o que cuentan en vez de este sistema con letrinas (44.8%).

Cuadro N° 11: Servicios higiénicos en la vivienda - 2007

Servicio higiénico que tiene la vivienda	Tipo de área					
	Urbana	%	Rural	%	Total	%
Red pública dentro de la vivienda	130	23.6	11	0.2	141	2.2
Red pública fuera de la vivienda	31	100	1	100	32	100
Pozo séptico	31	5.6	102	1.7	133	2
Pozo ciego	116	21.1	2677	44.8	2793	42.8
Río, acequia	9	1.6	84	1.4	93	1.4
No tiene	233	42.4	3107	51.9	3340	51.1
Total	550	100	5982	100	6532	100

Cuadro elaborado equipo consultor sobre la base del procesamiento de la base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

En cuanto a la energía utilizada por los pobladores a la hora de cocinar se observa, en primer lugar, la energía bosta, estiércol con el 37.1% para el

área urbana y el 72.1% para el rural; en segundo lugar de preferencia, figura la leña con el 32.0% para el área urbana y el 25.1% para el rural.

Cuadro N° 12: Energía que utilizan al cocinar los pobladores del entorno referencial distrital - 2007

Tipo de electricidad que utiliza	Tipo de área					
	Urbana	%	Rural	%	Total	%
Electricidad	5	0.9	2	0	7	0.1
Gas	146	25.6	79	1.3	225	3.4
Kerosén	15	2.6	25	0.4	40	0.6
Carbón	1	0.2	5	0.1	6	0.1
Leña	183	32	1507	25.1	1690	25.7
Bosta, estiércol	212	37.1	4324	72.1	4536	69.1
Otro	0	0	1	0	1	0
No cocinan	9	1.6	53	0.9	62	0.9
Total	571	100	5996	100	6567	100

Fuente: Elaborado por el equipo consultor sobre la base del procesamiento de la base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

Como conclusión se puede señalar la carencia de servicios básicos que es significativa en el ámbito referencial distrital, aunque se muestran indicadores más críticos en el caso del área rural.

2.4.2 Indicadores de pobreza

Para establecer las condiciones de vida es importante analizar los indicadores de pobreza tanto monetaria como no monetaria; es decir, los indicadores de *Necesidades básicas insatisfechas* y los de *Pobreza monetaria* que se muestran en el cuadro N° 13. En este, se resaltan con color fucsia aquellos indicadores que son menores que el promedio regional mostrando aquellos casos en que existen menores condiciones que el dato de comparación. Los principales resultados que se observan son los siguientes:

- En cuanto a la **pobreza monetaria** es de resaltar que la incidencia de pobreza total en los tres distritos es mayor al promedio regional. En cuanto al gasto per cápita mensual es menor que el regional, denotando ambos indicadores las menores condiciones de estos tres distritos

respecto al promedio regional. De los otros indicadores de pobreza monetaria se observa que el distrito de Paucarcolla es el que menos condiciones presenta en lo referido a incidencia de pobreza extrema, brecha de pobreza total y severidad de pobreza total.

- En cuanto a los **indicadores de pobreza no monetaria** relacionados con las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), es de resaltar que los distritos de Paucarcolla y Platería presentan mayores porcentajes de población -con una o por lo menos dos necesidades básicas insatisfechas- que los del nivel regional, siendo los porcentajes de afectación mayores en Platería y ligeramente menores en Paucarcolla. El distrito de Chucuito se encuentra en mejores condiciones relativas a los dos distritos anteriores, pero ello no indica que sean mejores que el promedio regional.
- En el caso de los **indicadores del hogar**, de los diez indicadores seleccionados, Paucarcolla y Platería tienen indicadores más deficientes que el nivel promedio regional en 9 casos, siendo mayores las deficiencias en Paucarcolla, mientras que en el caso del distrito de Chucuito se tiene 5 indicadores más críticos que el nivel regional, pero relativamente mejores que en el caso de Paucarcolla y Platería. Las deficiencias que destacan son por ejemplo: sin agua, ni desagüe, ni alumbrado eléctrico: (30.4% en Paucarcolla, 25% en Platería), sin agua, ni desagüe de red (59.6% en Paucarcolla y 57.5% en Platería), sin agua de red (96.5% en Paucarcolla, 90.1% en Platería y 64.5% en Chucuito), sin servicios de comunicación e información (86.5% en Platería, 81.9% en Paucarcolla y 81.0% en Chucuito), sin artefactos eléctricos (37.5% en Paucarcolla, 34.1% en Chucuito y 29.7% en Platería), que cocinan con kerosene, carbón, leña, bosta / estiércol y otros (97.6% en Paucarcolla, 95.9% en Platería, y 93.8% en Chucuito). Los niveles de estos indicadores no requieren mayor comentario sobre las deficiencias que presentan.
- Las **condiciones de empleo** también muestran deficiencias frente al nivel regional; así por ejemplo en los siguientes indicadores a destacar: PEA ocupada sin seguro de salud (91.9% en Paucarcolla, 89.2%

en Platería, 85.8% en Chucuito), tasa de autoempleo y empleo en microempresa (90.3% en Platería, 87.0% en Chucuito y 86.3% en Paucarcolla) denotando la falta de fuentes de empleo en estas zonas y la inseguridad laboral.

- En cuanto a los **indicadores de educación** destacan dos aspectos a resaltar: tasa de analfabetismo total (18.5% en Paucarcolla, 15.4% en Chucuito y 12.5% en Platería), tasa de analfabetismo femenino alcanza al 29.3% en Paucarcolla, 23.8% en Chucuito y 20.4% en Platería.
- Finalmente, **en salud** se destaca que la población que no tiene ningún seguro de salud alcanza al 79.2% en Platería, 76.3% en Paucarcolla y 76.2% en Chucuito.

Los anteriores indicadores muestran las limitadas condiciones socioeconómicas de la población del entorno distrital del ámbito de estudio, en comparación con los datos promedio de la Región de Puno.

Cuadro N° 13: Indicadores de pobreza en el entorno distrital referencial - 2007

Variable / Indicador	Distrito Chucuito		Distrito Paucarcolla		Distrito Platería		Región Puno	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
POBREZA MONETARIA								
Incidencia de pobreza total	6312	76.8	4286	84.9	6566	76.5	872007	67.2
Incidencia de pobreza extrema	2206	23.7	2086	36.4	2061	21.1	395219	29.9
Indicadores de intensidad de la pobreza								
Brecha de pobreza total		25.3		32.3		23.5		26.6
Severidad de pobreza total		10.7		15.1		9.4		13.3
Gasto per cápita en nuevos soles	150		131.9		151		208.6	
POBREZA NO MONETARIA								
Hogares por número de NBI								
Con al menos una NBI	1210	50.8	983	68.7	2049	74.4	184693	50.8
Con dos o más NBI	298	12.5	245	17.1	525	19.1	53426	14.7
Con una NBI	912	38.3	738	51.6	1524	55.3	131267	36.1
Con dos NBI	266	11.2	213	14.9	475	17.2	44266	12.2
Con tres NBI	30	1.3	29	2	46	1.7	7955	2.2
Con cuatro NBI	2	0.1	3	0.2	4	0.1	1138	0.3

Con cinco NBI	0	0	0	0	0	0	67	0
Hogares por tipo de NBI								
Hogares en viviendas con características físicas inadecuadas	414	17.4	49	3.4	475	17.2	39238	10.8
Hogares en viviendas con hacinamiento	202	8.5	240	16.8	284	10.3	43850	12.1
Hogares en viviendas sin desagüe de ningún tipo	756	31.8	874	61.1	1823	66.2	142350	39.2
Hogares con niños que no asisten a la escuela	55	7.6	30	6.1	38	5.2	8922	6.8
Hogares con alta dependencia económica	115	4.8	70	4.9	8	0.3	14191	3.9
HOGAR								
Hogares en viviendas particulares con ocupantes presentes	2381		1431		2755		363432	
Sin agua, ni desagüe, ni alumbrado eléctrico	224	9.4	435	30.4	689	25	78497	21.6
Sin agua, ni desagüe de red	514	21.6	853	59.6	1585	57.5	114338	31.5
Sin agua de red o pozo	1240	52.1	380	26.6	1175	42.6	112068	30.8
Sin agua de red	1558	65.4	1381	96.5	2483	90.1	216872	59.7
Sin alumbrado eléctrico	584	24.5	602	42.1	934	33.9	151602	41.7
Con piso de tierra	1953	82	1331	93	2439	88.5	263521	72.5
Con una habitación	479	20.1	528	36.9	831	30.2	99872	27.5
Sin artefactos electrodomésticos	812	34.1	537	37.5	817	29.7	92835	25.5
Sin servicio de información ni comunicación	1928	81	1172	81.9	2382	86.5	271836	74.8
Cocinan con kerosene, carbón, leña, bosta / estiércol	2234	93.8	1397	97.6	2642	95.9	262388	72.2
EMPLEO								
PEA ocupada sin seguro de salud	2153	85.8	1377	91.9	3997	89.2	372996	82.5
PEA ocupada con trabajo independiente y que tienen a lo más educación secundaria	978	39	681	45.4	2135	47.6	207352	45.9
Tasa de autoempleo y empleo en microempresa (TAEMI)		87		86.3		90.3		80.2
% de fuerza laboral con bajo nivel educativo (PTBNE)		43.6		46.3		46.8		40.3
Porcentaje de fuerza laboral analfabeta (PTA)		9.4		8.9		10.8		9.3
EDUCACIÓN								
Población en edad escolar (6 a 16 años) que no asiste a la escuela y es analfabeta	10	0.6	22	1.9	18	1	3976	1.3
Edad promedio de los que asisten a sexto grado de educación primaria		11.9		13.1		11.9		12.4

Edad promedio de los que asisten a quinto año de secundaria		16.5		16.6		16.5		16.7
Población analfabeta de 6 a 11 años que tiene 2° a 6° grado de educación primaria	0	0.0	2	0.3	1	0.1	460	0.3
Tasa analfabetismo total	879	15.4	611	18.5	749	12.5	105833	12.2
Tasa analfabetismo femenino	707	23.8	497	29.3	629	20.4	83252	19.0
SALUD								
Población que no tiene ningún seguro de salud	6084	76.9	3713	76.3	6545	79.2	927470	73.1
Población con Seguro Integral de Salud (SIS)	1093	13.8	907	18.6	1002	12.1	208008	16.4

Nota: Resaltado con color fucsia con menores condiciones que el nivel regional.

Elaborado equipo de consultoría basándose en el Sistema de Consulta de Indicadores de Pobreza en el ámbito de distrito.

2.5 Índice de Desarrollo Humano

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) es un indicador compuesto que mide la situación de un espacio en función de tres dimensiones básicas del desarrollo humano: *salud*, medida según la esperanza de vida al nacer; *educación*, medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en enseñanza primaria, secundaria y terciaria que se complementa con el *nivel de ingresos* medido por el PBI per cápita. El índice se construye con indicadores disponibles actualmente en todo el mundo y utiliza una metodología a la vez simple y transparente. Hipotéticamente sus valores comprenden de 0.00, que indicaría un nulo bienestar humano y 1.00, con un valor que indicaría un completo bienestar humano

Al interior del ámbito referencial distrital se tiene niveles relativamente similares entre distritos, los cuales son **en gran parte inferior a los datos promedios nacionales y regionales**. Así se tiene la siguiente situación:

- En lo que corresponde al IDH, el promedio no ponderado del ámbito es 0.5397, que es inferior al promedio nacional (0.5976). Si ubicáramos los distritos del ámbito de estudio de acuerdo al ranking nacional, los distritos de Platería y Chucuito se encontrarían en el grupo 8 de 10, y el distrito de Paucarcolla, en el grupo 9 de 10.

- En lo que corresponde a la esperanza de vida al nacer, los tres distritos tienen una esperanza promedio no ponderada de 67.7 años, muy similar para los tres distritos, el cual es inferior al promedio nacional de 71.5. De acuerdo al ranking se encontrarían en el último grupo de distritos de menor nivel.
- En lo que corresponde al nivel de alfabetismo, el promedio no ponderado del ámbito es de 84.5%, muy inferior al promedio nacional de 91.9%, el cual se ubicaría en los grupos 6 (Platería), 7 (Chucuito) y 8 (Paucarcolla) según el ranking nacional, aunque es evidente que los niveles de alfabetismo son menores en el caso de las mujeres.
- En lo correspondiente a escolaridad, el promedio no ponderado del ámbito es de 87.3%. Único caso en que es superior al promedio nacional (85.4%). De acuerdo al ranking nacional Paucarcolla y Platería se encontrarían en el grupo 4, y Chucuito en el grupo 6.
- En lo correspondiente al logro educativo, el promedio es de 85.5%, ligeramente inferior al promedio nacional. - De acuerdo al ranking nacional se encontrarían Platería en el grupo 5, Chucuito, en el 6 y Paucarcolla, en el 7.
- Finalmente, el ingreso familiar per cápita cuenta con un promedio ponderado de 144.3 nuevos soles al mes, largamente inferior al promedio nacional de 285.7 nuevos soles (siendo solo la mitad del ingreso promedio nacional) y en el cual, de acuerdo al ranking nacional, se encontrarían Platería y Chucuito en el grupo 8 y Paucarcolla en el grupo 9.

Cuadro N° 14: Índice de Desarrollo Humano del ámbito distrital referencial

Ubigeo	Distrito	Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Alfabetismo		Escolaridad		Logro educativo		Ingreso familiar per cápita	
		Hab	Rank	IDH	Rank	Años	Rank	%	Rank	%	Rank	%	Rank	NS mes	Rank
	Promedio	21,045		0.5397		67.69		84.54		87.30		85.46		144.3	
210106	Chucuito	7,913	589	0.5388	1 443	67.63	1 716	84.63	1 133	85.81	925	85.02	1 036	149.9	1 350
210110	Paucarcolla	4,864	854	0.5325	1 530	67.75	1 704	81.52	1 309	88.38	605	83.81	1 151	131.9	1 579
210112	Platería	8 268	565	0.5478	1 296	67.70	1 709	87.46	958	87.70	698	87.54	802	151.0	1 335
	Perú	26207970		0.5976		71.5		91.9		85.40		89.70		285.7	

Nota: Ranking Nacional, IDH: Índice de Desarrollo Humano
Las celdas marcadas con fucsia indican que presentan menores condiciones que el promedio regional
Elaborado por el equipo de consultoría en base a la información del PNUD- Informe Desarrollo Humano en el Perú.2007

En resumen, de acuerdo a los indicadores de IDH, se puede señalar que el ámbito distrital referencial también se encuentra en condiciones desfavorables frente a los promedios nacionales, estando en menores condiciones en los indicadores de IDH, esperanza de vida e ingreso per cápita. Adicionalmente, desde el punto de vista de los distritos involucrados, en la mayor parte de indicadores Paucarcolla se encuentra en condiciones más desfavorables que los otros distritos Platería y Chucuito.

2.6 Equipamiento del hogar

Cuadro N° 15: Equipamiento del hogar en el ámbito distrital referencial por áreas urbano-rural - 2007

Áreas	Total	%
Urbana	2,034	100
Hogares sin ningún equipo	299	14.7
Sólo tienen – Radio	794	39.0
Sólo tienen – Televisor a color	81	4.0
Sólo tienen – Equipo de sonido	7	0.3
Sólo tienen – Computadora	4	0.2
Tienen – Radio y TV a color	463	22.8
Tienen – Radio y equipo de Sonido	35	1.7
Tienen – Radio y refrigeradora / congeladora	7	0.3

Tienen – Radio y computadora	6	0.3
Tienen – TV a color y equipo de sonido	17	0.8
Tienen – Radio, TV a color y Equipo de sonido	106	5.2
Tienen – Radio, TV a color y refrigeradora / congeladora	8	0.4
Tienen – Radio, TV a color y computadora	43	2.1
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido y refrigeradora / congeladora	25	1.2
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido y computadora	33	1.6
Tienen – Radio, TV a color, Equipo de sonido, lavadora de ropa y computadora	4	0.2
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido, refrigeradora/ congeladora y computadora	66	3.2
Tienen – Radio, TV a color, refrigeradora /congeladora y computadora	18	0.9
Tienen – TV a color, equipo de sonido, refrigeradora./ congeladora y computadora	9	0.4
Tienen – Radio, TV color, Equipo de sonido, lavadora de ropa, refrigeradora/congeladora y computadora	9	0.4
Rural	18,725	100
Hogares sin ningún equipo	5,213	27.8
Sólo tienen – Radio	10,825	57.8
Sólo tienen – Televisor a color	342	1.8
Sólo tienen – Equipo de sonido	17	0.1
Tienen – Radio y TV a color	1,674	8.9
Tienen – Radio y equipo de sonido	153	0.8
Tienen – Radio y computadora	6	0
Tienen – Refrigeradora o congeladora y computadora	6	0
Tienen – Tv a color y equipo de sonido	13	0.1
Tienen – Radio, TV a color y equipo de sonido	373	2
Tienen – Radio, TV a color y refrigeradora /congeladora	8	0
Tienen – Radio, TV a color y computadora	19	0.1
Tienen – Radio, equipo de sonido y computadora	5	0
Tienen – Radio, refrigeradora /congeladora y computadora	1	0
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido y refrigeradora / congeladora	6	0
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido y computadora	37	0.2
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido, lavadora de ropa y refrigeradora /congeladora	3	0
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido, refrigeradora/ congeladora y computadora	6	0

Tienen – Radio, TV a color, Refrigeradora /congeladora y computadora	2	0
Tienen – Radio, TV a color, equipo de sonido, lavadora de ropa y computadora	16	0.1

Nota: Valores marcados con amarillo, más destacables del área urbana, y marcados con rojo, las del área rural.

Fuente: Elaborado por equipo consultor sobre la base del procesamiento de la base de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

Referente al equipamiento del hogar en las áreas urbana y rural del ámbito distrital referencial, hay que destacar los siguientes aspectos:

- Son muchos los hogares que no cuentan con ningún equipo en el área rural registrándose un 27.8%, mientras que en el área urbana, es significativamente menor alcanzando al 14.7%.
- Los hogares que solo cuentan con radio alcanzan el 57.8% de los hogares del área rural y el 39.0% del área urbana, cifras aún altas, pero con grandes diferencias desfavorables para el área rural.
- Los que tienen radio y TV a color, solo alcanza al 8.9% de hogares del área rural y el 22.8% en el área urbana.

Los valores antes señalados nos muestran las deficiencias de equipos en los hogares del área rural, como consecuencia de las condiciones de pobreza de la población y los limitados ingresos económicos en el área referencial de estudio.

2.7 Situación social de la población

2.7.1 Aspectos educativos

La población del ámbito referencial distrital que sabe leer y escribir representa un total de 82.8%, con 90.7% en el área urbana y 81.8% en el área rural. Las mayores diferencias se observan en la comparación de datos por sexo en el área rural, los cuales expresan que mientras el 10.9% de los varones no sabe leer ni escribir, en el caso de las mujeres este porcentaje es significativamente mayor, alcanzando un 25.2%; vale decir, una cuarta parte de las mujeres del ámbito referencial distrital no saben leer ni escribir, lo cual constituye una limitante para su desarrollo, inclusive de las actividades productivas.

Cuadro N° 16: Población que sabe leer y escribir, según área y sexo en el ámbito referencial distrital - 2007

Área	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Urbano	1,112	100	1,094	100	2,206	100
Si	1,033	92.9	967	88.4	2,000	90.7
No	79	7.1	127	11.6	206	9.3
Rural	8,770	100	9,088	100	17,858	100
Si	7,818	89.1	6,794	74.8	14,612	81.8
No	952	10.9	2,294	25.2	3,246	18.2
Total	9,882	100	10,182	100	20,064	100
Si	8,851	89.6	7,761	76.2	16,612	82.8
No	1,031	10.4	2,421	23.8	3,452	17.2

Nota: Los valores resaltados con verde representan mejores condiciones, los resaltados con rojo, menores condiciones.

Elaborado por el equipo consultor basándose en el procesamiento de la información del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007.

En cuanto al último nivel de estudios alcanzados, la mayor proporción de la población ha alcanzado nivel secundario (36.2%) en el área urbana mientras que a nivel del área rural la mayor parte de la población ha estudiado hasta nivel primario (40.9%), no existiendo mayores diferencias entre hombres y mujeres.

Cuadro N° 17: Último nivel de estudios alcanzado, según área y sexo en el ámbito referencial distrital - 2007

Último nivel de estudios aprobado	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Urbano	1,112	100	1,094	100	2,206	100
Sin nivel	77	6.9	114	10.4	191	8.7
Educación Inicial	17	1.5	19	1.7	36	1.6
Primaria	235	21.1	336	30.7	571	25.9
Secundaria	414	37.2	384	35.1	798	36.2
Superior no universitaria incompleta	68	6.1	36	3.3	104	4.7
Superior no univ. completa	83	7.5	48	4.4	131	5.9
Superior univ. incompleta	57	5.1	43	3.9	100	4.5
Superior univ. completa	161	14.5	114	10.4	275	12.5
Rural	8,770	100	9,088	100	17,858	100

Sin nivel	863	9.8	2,091	23	2,954	16.5
Educación Inicial	214	2.4	221	2.4	435	2.4
Primaria	3,558	40.6	3,744	41.2	7,302	40.9
Secundaria	3,344	38.1	2,666	29.3	6,010	33.7
Superior no universitaria incompleta	214	2.4	116	1.3	330	1.8
Superior no univ. completa	234	2.7	110	1.2	344	1.9
Superior univ. incompleta	166	1.9	79	0.9	245	1.4
Superior univ. completa	177	2.0	61	0.7	238	1.3
Total	9,882	100	10,182	100	20,064	100
Sin nivel	940	9.5	2,205	21.7	3,145	15.7
Educación Inicial	231	2.3	240	2.4	471	2.3
Primaria	3,793	38.4	4,080	40.1	7,873	39.2
Secundaria	3,758	38	3,050	30	6,808	33.9
Superior no universitaria incompleta	282	2.9	152	1.5	434	2.2
Superior no univ. completa	317	3.2	158	1.6	475	2.4
Superior univ. incompleta	223	2.3	122	1.2	345	1.7
Superior univ. completa	338	3.4	175	1.7	513	2.6

Nota: Los valores marcados con verde son destacables de mejores condiciones; con amarillo, los más comunes; los rojos, con menores condiciones. Elaborado por el equipo consultor basándose en el procesamiento del Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI- 2007

El análisis para el área rural por género, nos muestra las condiciones limitantes en que se encuentran las mujeres en los aspectos educativos. Así, hay un 9.8% de varones sin ningún nivel de instrucción mientras que en el caso de las mujeres este porcentaje se eleva a 23.0%. En el caso de la educación secundaria, ésta alcanza a 38.1% de varones y solo a 29.3% de mujeres. Finalmente, en el caso de acceso a la educación superior los varones llegan a 3.9% y las mujeres solo al 1.6%. Todos estos indicadores muestran la situación desfavorable de la mujer.

2.7.2 Religión que profesa

Un tema que más que mostrar las condiciones socioeconómicas del ámbito, está relacionado con la religión que profesa, muestra que la religión evangélica es la segunda religión del ámbito referencial distrital. Esta adquiere cierta magnitud en el caso del área rural que alcanza al 7.6%

de la población, mientras que otras religiones alcanzan al 6.1% del área rural. La consideración de estos datos es importante cuando se realizan acciones de capacitación o se promueven los aspectos de trabajo los sábados o domingos, ya que las religiones evangélicas y otras similares, generalmente no realizan dichas tareas en estos días.

Cuadro N° 18: Religión que profesa según área y sexo
en el ámbito referencial distrital - 2007

Religión	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Urbana	933	100.0	940	100.0	1,873	100.0
Católica	826	88.5	840	89.4	1,666	88.9
Evangélica	29	3.1	42	4.5	71	3.8
Otra	26	2.8	31	3.3	57	3.0
Ninguna	52	5.6	27	2.9	79	4.2
Rural	7,036	100.0	7,503	100.0	14,539	100.0
Católica	5,863	83.3	6,213	82.8	12,076	83.1
Evangélica	519	7.4	593	7.9	1,112	7.6
Otra	425	6.0	468	6.2	893	6.1
Ninguna	229	3.3	229	3.1	458	3.2
Total	7,969	100.0	8,443	100.0	16,412	100.0
Católica	6,689	83.9	7,053	83.5	13,742	83.7
Evangélica	548	6.9	635	7.5	1,183	7.2
Otra	451	5.7	499	5.9	950	5.8
Ninguna	281	3.5	256	3.0	537	3.3

Elaborado por el equipo consultor en base al procesamiento de la información del
Censo Nacional de Población y Vivienda. INEI-2007

III. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS ARTESANAS DEL ÁMBITO DE ESTUDIO

3.1 Características demográficas

3.1.1 Información demográfica de las artesanas

La edad promedio de las artesanas es de 37.1 años. En el caso del distrito de Platería el rango de edad es ligeramente inferior. Por otro lado, no existen diferencias estadísticas entre la población por distritos, la edad varía de 18 a 65 años, lo cual muestra un amplio rango de 47 años. Estos datos denotan que se tiene una distribución normal (ver gráfico 04).

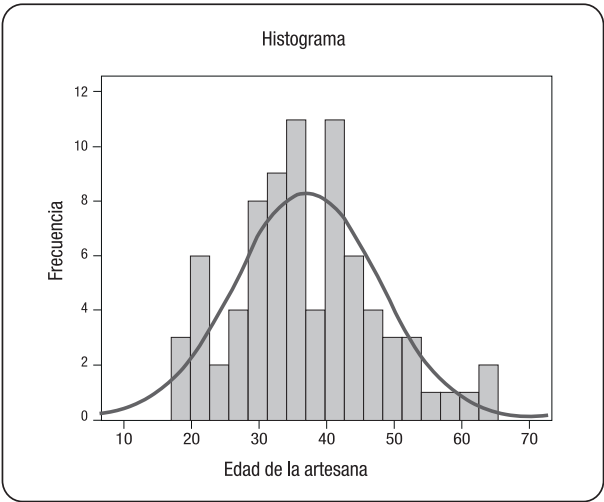
Cuadro N° 19: Edad de la artesana por distrito

Distrito	Promedio	Máximo	Mínimo	Moda	Mediana	Desviación estándar	Coefficiente variabilidad
Chucuito	39.9	65	20	37	37.5	10.7	26.8
Paucarcolla	38.7	65	20	34	38.0	10.4	26.9
Platería	33.3	58	18	20	34.0	10.7	32.0
Total	37.1	65	18	20	37.0	10.8	29.1

Prueba estadística: Anova, sig = 0.069 – No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 4: Edad de la artesana por distrito



Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a las artesanas del proyecto

Las artesanas, en su mayor parte, se encuentran entre los 30 y 49 años de edad, lo que involucra al 65.8% de ellas. Debe señalarse que esta es la edad más propicia para el trabajo productivo; aunque existe un 10.1% de la población mayor de 50 años.

Cuadro N° 20: Grupos de edades de la artesana

Distrito	< 30 años		De 30 a < 40 años		De 40 a < 50 años		> de 50 años		Total	%
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%		
Chucuito	3	16.7	7	38.9	6	33.3	2	11.1	18	100
Paucarcolla	5	14.7	14	41.2	11	32.4	4	11.8	34	100
Platería	11	40.7	7	25.9	7	25.9	2	7.4	27	100
Total	19.0	24.1	28.0	35.4	24.0	30.4	8	10.1	79	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.123 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 5: Grupos de edades de la artesana

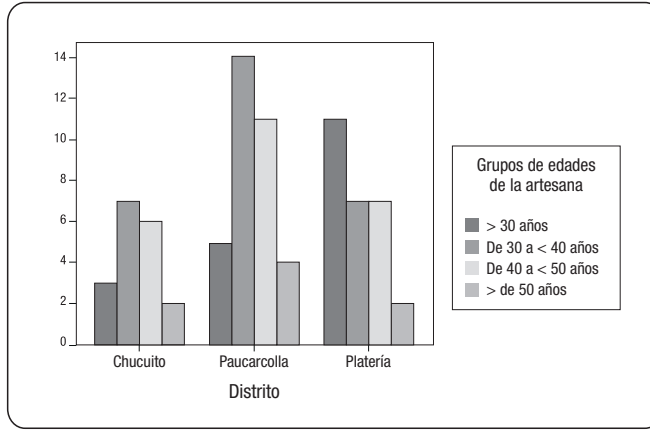


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a las artesanas del proyecto.

En cuanto al grado de instrucción de las artesanas, un 53.2% de estas tiene educación secundaria, un 39.2% primaria y un 3.8% educación superior no universitaria, mientras que solo el 3.8% no cuenta con ningún grado de instrucción.

Cuadro N° 21: Grado de instrucción de la artesana

Distrito	Sin instrucción		Primaria		Secundaria		Superior no universitaria		Total	%
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%		
Chucuito	0	0.0	7	38.9	11	61.1	0	0.0	18	100
Paucarcolla	2	5.9	15	44.1	15	44.1	2	5.9	34	100
Platería	1	3.7	9	33.3	16	59.3	1	3.7	27	100
Total	3	3.8	31	39.2	42	53.2	3	3.8	79	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.747 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 6: Grado de instrucción de la artesana

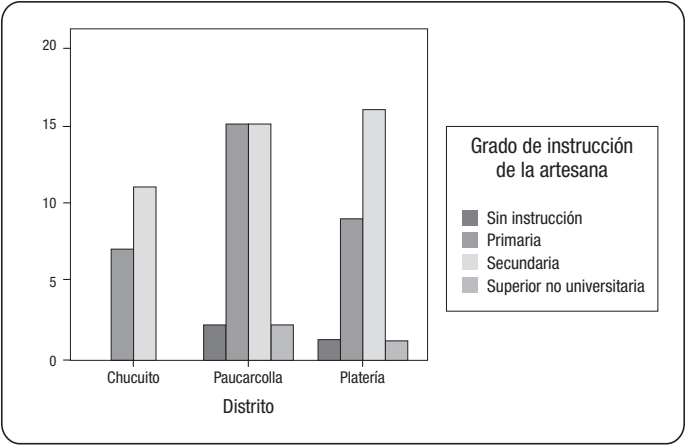


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

El estado civil de las artesanas en un 54.4% declaran que son casadas y un 27.8% son convivientes, haciendo un total de 82.2% de familias con parejas, mientras que familias sin parejas solo es el 17.8% (12.7% solteras, 2.5% separadas y 2.5% viudas).

Gráfico N° 7: Estado civil de la artesana

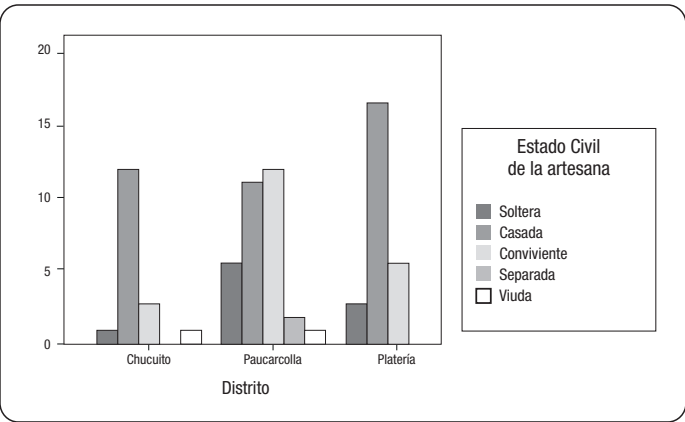


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 22: Estado civil de la artesana

Distrito	Soltera		Casada		Conviviente		Separada		Viuda		Total	%
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%		
Chucuito	1	5.6	13	72.2	3	16.7	0	0.0	1	5.6	18	100
Paucarcolla	6	17.6	12	35.3	13	38.2	2	5.9	1	2.9	34	100
Platería	3	11.1	18	66.7	6	22.2	0	0.0	0	0.0	27	100
Total	10	12.7	43	54.4	22	27.8	2	2.5	2	2.5	79	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.461 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

3.1.2 Información demográfica de las parejas

La edad de la pareja de la artesana es en promedio de 43 años, con un rango de datos de 19 a 68 años, contando una distribución normal y sin diferencias estadísticas entre los tres distritos.

Cuadro N° 23: Edad de la pareja de la artesana

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Moda	Desviación estándar	Coeficiente variabilidad
Chucuito	16	44.3	42.5	66	23	37	12.6	28.4
Paucarcolla	25	44.8	45.0	65	23	40	10.7	23.9
Platería	23	40.1	39.0	68	19	32	12.8	31.9
Total	64	43.0	42.5	68	19	40	12.0	27.8

Prueba estadística: Anova, sig = 0.359 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 8: Edad de la pareja de la artesana

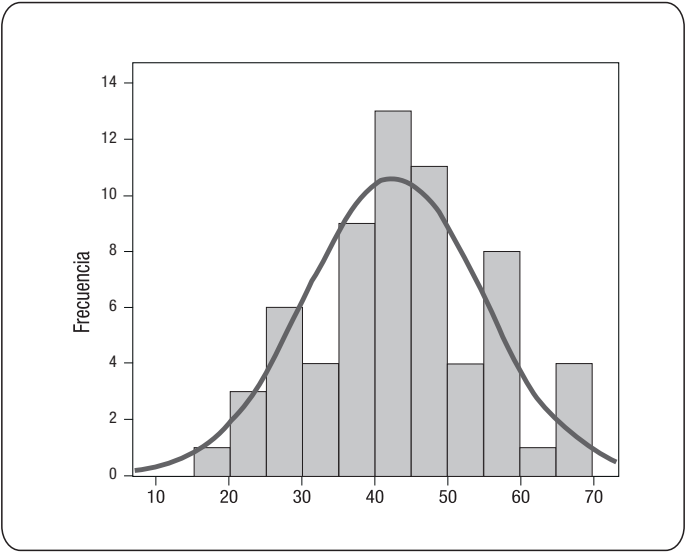


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

La diferencia de edades entre la artesana y su pareja en promedio es de 4.9 años; sin embargo el rango es de 22 años, en el menor caso es -1 , mientras que en el mayor caso es de 22 años, los datos de diferencia de edad muestran una alta heterogeneidad (Coeficiente de variabilidad de 80.4%). No existen diferencias estadísticas entre los distritos.

Cuadro N° 24: Diferencia edad de la pareja

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación Estándar	Coeficiente variabilidad
Chucuito	18	4.1	3.0	3	-1	11	12	3.6	88.3
Paucarcolla	34	5.3	5.0	5	0	12	12	3.5	65.5
Platería	27	5.0	3.0	2	-1	21	22	4.7	92.7
Total	79	4.9	3.5	3	-1	21	22	3.9	80.4

Prueba estadística: Anova, sig = 0.604 - No significativa
Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

3.1.3 Número de hijos

El número de hijos por familia, si bien es de 2.8 personas en promedio en el ámbito, el máximo alcanza a 10 hijos, lo que se traduce en una alta variabilidad (73.1% de coeficiente de variabilidad). A pesar de ello, no existen diferencias estadísticas entre los distritos.

Cuadro N° 25: Número de hijos de la familia

Distrito	Casos.	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Moda	Desviación estándar	Coeficiente variabilidad
Chucuito	18	3.1	2	9	0	2	2.2	72.2
Paucarcolla	34	2.9	2	10	0	1	2.2	77.2
Platería	27	2.4	2	7	0	2	1.6	65.6
Total	79	2.8	2	10	0	2	2.0	73.1

Prueba estadística: Anova, sig = 0.57 – No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

El número de hijos que viven con la familia, es de 2.1 personas, siendo el rango entre 0 y 5 miembros como máximo. Dado que el promedio, la moda y mediana es de alrededor de dos hijos, podemos señalar que es el valor más común de las familias en estudio, no existiendo diferencias estadísticas entre distritos.

Cuadro N° 26: Número de hijos que viven con la familia

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Máximo	Mínimo	Moda	Desviación estándar	Coeficiente variabilidad
Chucuito	18	2.4	2	5	0	2	1.6	66.8
Paucarcolla	34	2.1	2	5	0	1	1.3	60.9
Platería	27	2.0	2	4	1	2	0.9	44.9
Total	79	2.1	2	5	0	2	1.2	58.5

Prueba estadística: Anova, sig = 0.57 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

El análisis para el área rural por género, nos muestra las condiciones limitantes en que se encuentran las mujeres en los aspectos educativos. Así, de las personas sin ningún nivel de instrucción, el 9.8% corresponde a los varones mientras que en el caso de las mujeres alcanza a 23.0%. En lo concerniente a la educación secundaria, alcanza a 38.1% de los varones y solo el 29.3% en mujeres. Finalmente, en lo que a acceso a la educación superior se refiere, el 3.9% pertenece a los varones y solo al 1.6% de las mujeres. Todos estos indicadores muestran la situación desfavorable de la mujer.

3.2 Actividades productivas de las familias de las artesanas

3.2.1 Actividades desarrolladas por la familia

Las actividades productivas que desarrollan las familias de las artesanas son variadas, siendo estas las siguientes:

- El 98.7% de las familias desarrolla la actividad agrícola
- El 97.5% de las familias desarrolla la actividad pecuaria
- Solo el 7.7% desarrolla la actividad pesquera, que corresponde a los distritos de Paucarcolla y Chucuito.
- El 10.3% desarrolla la actividad comercial, y se ubica en los distritos de Platería y Chucuito.
- Solo un 3.8% de las familias desarrolla la actividad turística y se ubica en Platería y Chucuito.
- El 100% de las encuestadas desarrollan la actividad artesanal.

Cuadro N° 27: Desarrollo de actividad agrícola de la familia de la artesana

Distrito	Desarrolla actividad agrícola				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	0	0.0	18	100.0	18	100.0
Paucarcolla	1	2.9	33	97.1	34	100.0
Platería	0	0.0	27	100.0	27	100.0
Total	1	1.3	78	98.7	79	100.0

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 28: Desarrollo de actividad pecuaria de la familia de la artesana

Distrito	Desarrolla actividad pecuaria				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	0	0.0	18	100.0	18	100.0
Paucarcolla	0	0.0	34	100.0	34	100.0
Platería	2	7.4	25	92.6	27	100.0
Total	2	2.5	77	97.5	79	100.0

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 29: Desarrollo de actividad pesquera de la familia de la artesana

Distrito	Desarrolla actividad pesca				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	15	83.3	3	16.7	18	100.0
Paucarcolla	30	90.9	3	9.1	33	100.0
Platería	27	100.0	0	0.0	27	100.0
Total	72	92.3	6	7.7	78	100.0

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 30: Desarrollo de actividad comercial de la familia de la artesana

Distrito	Desarrolla actividad comercial				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	17	94.4	1	5.6	18	100.0
Paucarcolla	33	100.0	0	0.0	33	100.0
Platería	20	74.1	7	25.9	27	100.0
Total	70	89.7	8	10.3	78	100.0

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 31: Desarrollo de actividad turística de la familia de la artesana

Distrito	Desarrolla actividad de turismo				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	16	88.9	2	11.1	18	100.0
Paucarcolla	33	100.0	0	0.0	33	100.0
Platería	26	96.3	1	3.7	27	100.0
Total	75	96.2	3	3.8	78	100.0

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.2.2 Valoración de las actividades productivas

Con la finalidad de establecer la importancia de las actividades productivas, se efectuaron preguntas a ser respondidas escogiendo una de las alternativas que establece la escala Lickert, que considera los siguientes niveles ordinales: Muy importante, importante, regularmente importante, poco importante y nada importante. Se aplicó esta pregunta en aquellos casos en los que se indicó que desarrollaban esta actividad, por lo que el total de respuestas registradas es diferente en cada caso.

Las respuestas de las artesanas se procesaron y se evaluaron los indicadores estadísticos mediante la prueba Tau b de Kendall (Estadístico que mide la relación entre variables ordinales y la otra categórica cuyo valor alcanza de -1 a $+1$), obteniéndose los resultados siguientes:

- Ninguna actividad alcanza la calificación de muy importante.
- La calificación de importante se obtuvo para las siguientes actividades en orden de importancia: ganadería (63.6%), agrícola (53.8%), comercio (50%), artesanía (48.7%). Es de señalar que la actividad turística recibió una alta calificación (66.7% de las entrevistadas), pero dado que el número de artesanas que participan solo fue el 3.8% de las entrevistas, su valor no es aplicable a todo el ámbito.
- Resalta el nivel alcanzado en el caso de la artesanía textil, a pesar de ser una actividad reciente para una parte importante de artesanas, sobre todo en el caso de las provenientes de Paucarcolla.
- El tiempo de experiencia en la actividad textil comercial es bastante diferenciada, a pesar de que el promedio es de solo 6.6 años, el rango es bastante alto (34 años) conduciendo a diferencias estadísticas por distritos, y en la cual las artesanas de Chucuito tienen mayor tiempo de experiencia (12.2 años promedio) frente a los otros (Paucarcolla y Platería). Si graficamos el tiempo de experiencia en la actividad textil, se denota que no es una distribución normal y que más de la mitad de las artesanas tienen solo el tiempo de trabajo con Manuela Ramos (51.9%)

Cuadro N° 32: Importancia de la actividad agrícola en la familia de la artesana

Distrito	Importancia actividad agrícola						Total	%
	Poco importante	%	Regularmente importante	%	Importante	%		
Chucuito	1	5.6	1	5.6	16	88.9	18	100.0
Paucarcolla	1	3.0	23	69.7	9	27.3	33	100.0
Platería	0	0.0	10	37.0	17	63.0	27	100.0
Total	2	2.6	34	43.6	42	53.8	78	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.505 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 33: Importancia de la actividad pecuaria en la familia de la artesana

Distrito	Importancia actividad pecuaria						Total	%
	Poco importante	%	Regularmente importante	%	Importante	%		
Chucuito	1	5.6	3	16.7	14	77.8	18	100.0
Paucarcolla	1	2.9	13	38.2	20	58.8	34	100.0
Platería	1	4.0	9	36.0	15	60.0	25	100.0
Total	3	3.9	25	32.5	49	63.6	77	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.318 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Cuadro N° 34: Importancia de la actividad comercial en la familia de la artesana

Distrito	Importancia actividad comercial				Total	%
	Regularmente importante	%	Importante	%		
Chucuito	0	0.0	1	100.0	1	100.0
Platería	4	57.1	3	42.9	7	100.0
Total	4	50.0	4	50.0	8	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall = 0.248, No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Cuadro N° 35: Importancia de la actividad artesanal en la familia de la artesana

Distrito	Importancia actividad artesanía textil				Total	%
	Regularmente importante	%	Importante	%		
Chucuito	11	61.1	7	38.9	18	100.0
Paucarcolla	15	45.5	18	54.5	33	100.0
Platería	14	51.9	13	48.1	27	100.0
Total	40	51.3	38	48.7	78	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig.=0.662 - No significativa
Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Cuadro N° 36: Importancia de la actividad turística en la familia de la artesana

Distrito	Importancia actividad turismo				Total	%
	Poco importante	%	Regularmente importante	%		
Chucuito	0	0.0	2	100.0	2	100.0
Platería	1	100.0	0	0.0	1	100.0
Total	1	33.3	2	66.7	3	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig.= 0.014 - Significativa
Elaborado por el equipo de consultoría sobre la base del procesamiento de las encuestas a artesanas.

Gráfico N° 9: Años de experiencia en la actividad textil para la venta

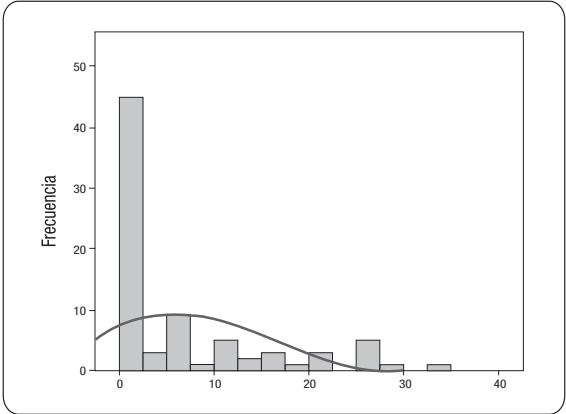


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Cuadro N° 37: Años en la actividad textil

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación estándar	Coefficiente variabilidad
Chucuito	18	12.5	8.5	1	1	34	33	10.7	85.9
Paucarcolla	34	3.5	1.0	1	0	26	26	6.8	196.2
Platería	27	6.6	5.0	1	0	27	27	7.0	106.9
Total	79	6.6	1.0	1	0	34	34	8.6	130.1

Prueba estadística: Anova, sig = 0.001, significativa – Grupo 1: Paucarcolla y Platería – Grupo 2: Chucuito
Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

3.3 La producción e ingresos por la actividad artesanal

3.3.1 Consideraciones generales

El proyecto *“Ampliando Oportunidades para la Participación Económica Sostenible de las Mujeres Rurales de Puno”*, ejecutado por el Movimiento Manuela Ramos y Economistas Sin Fronteras y con el financiamiento de la Junta Castilla la Mancha de España, se ejecuta desde el 1 de junio del año 2011. Este proyecto provee asesoramiento técnico y articulación comercial para el inicio y reforzamiento de las capacidades de producción de artesanías de 260 mujeres de los distritos de Paucarcolla, Chucuito, Platería y Cabanillas y desarrolla acciones de género, empoderamiento e interculturalidad. Estos distritos se ubican en el departamento de Puno y provincias, principalmente en Puno y complementariamente en San Román (5.7%).

En lo relacionado a los aspectos técnicos de ejecución del proyecto, primero se efectuó (entre julio y agosto del 2011) la selección de las asociaciones y luego en los meses de octubre, noviembre e inclusive diciembre, la capacitación en tejido y gestión. Con muchas de las artesanas se ha tenido que iniciar la capacitación íntegra en tejido, dado que recién se iniciaban en el tejido en forma comercial. Asimismo, por el tipo de producto que se prepara, se requiere una acción más intensiva de formación y de períodos más largo de resultados. Ello constituyó un importante reto a la institución que permitió incorporar a personas que se encontraban más desfavorecidas en sus condiciones productivas y de autovaloración.

Fotos N° 3, 4 y 5: Capacitación a artesanas participantes en el proyecto



Fotos: Movimiento Manuela Ramos

Fotos N° 6 y 7: Capacitación a artesanas participantes en el proyecto



Fotos: Movimiento Manuela Ramos

La evaluación de campo se realizó en junio de 2012. Se tomó información hasta el mes de mayo de 2012 cuando algunas de las artesanas recién empezaban su proceso de producción después de la capacitación; por tanto, los efectos y resultados presentados se miden en el período de producción de enero a mayo de 2012.

Por otro lado, el proyecto solo se ejecutará hasta junio de 2013, lo que se traduce en un corto tiempo de intervención que puede limitar los resultados obtenidos.

Las artesanas señalan que participan en forma continua en el proyecto en un 92.4% de las participantes, siendo mayor la participación en el caso del distrito de Paucarcolla. La participación de los otros distritos es un poco menor, Platería (88.9%) y Chucuito (83.3%), no existiendo diferencias significativas entre distritos.

Cuadro N° 38: Participación en el proyecto

Distrito	Participa en forma continua				Total	%
	No	%	Si	%		
Chucuito	3	16.7	15	83.3	18	100
Paucarcolla	0	0.0	34	100.0	34	100
Platería	3	11.1	24	88.9	27	100
Total	6	7.6	73	92.4	79	100

Prueba estadística: Chi cuadrado, sig = 0.06 – No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría sobre la base del procesamiento de las encuestas a artesanas

3.3.2 Empleo generado

Las entrevistas de enero a mayo de 2012 comprenden 22 semanas las cuales, en la mayor parte de los casos, coinciden con el tiempo que han trabajado las artesanas de las asociaciones del distrito de Paucarcolla en tanto que el empleo generado para el caso de los distritos de Chucuito y Platería comprende 17 semanas, o sea aproximadamente un mes menos, con diferencias altamente significativas entre los dos grupos.

Dado que el horario de trabajo es relativamente de manejo de las artesanas, se ha reportado en promedio 3.3 horas de trabajo diario, con diferencias altamente significativas entre distritos, aunque existe un amplio rango de 6.8 horas entre el dato mínimo y máximo.

Cuadro N° 39: Semanas trabajadas por distritos. Enero - mayo 2012

Distrito	Casos	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Desv. tip.	Coef variabilidad
Chucuito	18	17.7	20	5	22	5.72	32.3
Paucarcolla	34	21.6	22	13	22	1.67	7.7
Platería	27	17.3	22	5	22	6.12	35.3
Total	79	19.3	22	5	22	5.00	26.0

Prueba estadística: Anova, sig = 0.001 - Altamente significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 40: Prueba de medias para las semanas trabajadas. Enero - mayo 2012

Distrito	Casos	Subconjunto para alfa =.05	
		1	2
Platería	27	17.3	
Chucuito	18	17.7	
Paucarcolla	34		21.6

Prueba estadística: Anovay Duncan, sig = 0.001 - Altamente significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 41: Horas de trabajo de la artesana. Enero - mayo 2012

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación estándar	Coficiente variabilidad
Chucuito	18	281.5	255	550	25	550	525	191.6	68.1
Paucarcolla	34	361.7	341	352	66	770	704	158.1	43.7
Platería	27	305.5	270	396	10	770	760	189.7	62.1
Total	79	324.2	330	330	10	770	760	178.1	54.9

Prueba estadística: Anova, sig = 0.244 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 42: Horas de trabajo promedio por día de la artesana. Enero - mayo 2012

Distrito	Casos	Promedio	Moda	Mediana	Mínimo	Máximo	Desviación estándar	Coefficiente variabilidad
Chucuito	18	3.1	5	3.2	0.8	7.0	1.87	60.4
Paucarcolla	34	3.3	3	3.1	0.6	7.0	1.40	42.0
Platería	27	3.5	3	3.6	0.4	7.2	1.79	51.7
Total	79	3.3	3	3.2	0.4	7.2	1.64	49.3

Prueba estadística: Anova, sig = 0.767 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 10: Distribución de las horas de trabajo promedio día de las artesanas

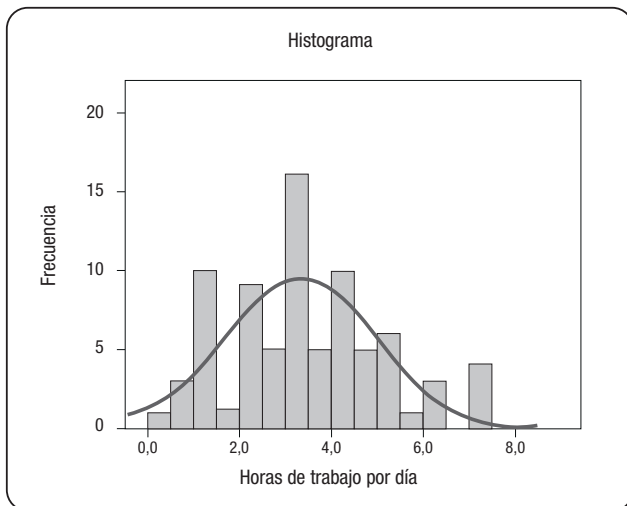


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Fotos N° 8, 9 y 10: Producción de artesanías en forma grupal



Fotos N° 08 y 09 Ruth Boza; Foto 10: Movimiento Manuela Ramos

Fotos N° 11, 12 y 13: Producción de artesanías por participantes en el proyecto



Fotos N° 11 y N° 13: Movimiento Manuela Ramos; Foto N° 12: Ruh Boza

3.3.3 Ingresos de las artesanas

A. Total de ventas a la Casa de la Mujer Artesana

Los ingresos obtenidos por las artesanas del proyecto, a través de las ventas realizadas a la Casa de la Mujer Artesana, alcanzan en promedio a 82.60 nuevos soles, sin diferencias estadísticas por distrito. A pesar de ello, es conveniente resaltar que los mayores ingresos (tanto en promedio, mediana, máximo y rango) corresponden a las artesanas del distrito de Paucarcolla. Por tanto, pareciera que las artesanas de este ámbito están tendiendo a generar mayores ingresos por la actividad que están desarrollando, priorizando el trabajo artesanal con la institución.

Como se puede observar en el histograma, la mayor parte de las artesanas, tienen ingresos de 0 a 40 soles, dado que en muchos casos recién están iniciando sus entregas, aunque hay casos que superan los 300 soles (en Paucarcolla), existiendo una alta dispersión de ingresos tanto en el total de casos, como en el de cada distrito.

Cuadro N° 43: Total ingresos por las ventas a la Casa de la Mujer Artesana. Enero - mayo 2012

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación estándar	Coefficiente variabilidad
Chucuito	18	70.0	42.0	0.0	0.0	170.8	170.8	55.9	79.8
Paucarcolla	34	94.9	81.5	9.9	9.9	328.5	318.6	79.2	83.4
Platería	27	75.5	70.0	1.6	1.6	229.0	227.4	52.0	68.8
Total	79	82.6	70.1	40.5	0.0	328.5	328.5	66.0	79.9

Prueba estadística: Anova, sig = 0.348 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 11: Histograma de los ingresos por ventas a la Casa de la Mujer Artesana. Enero - mayo 2012

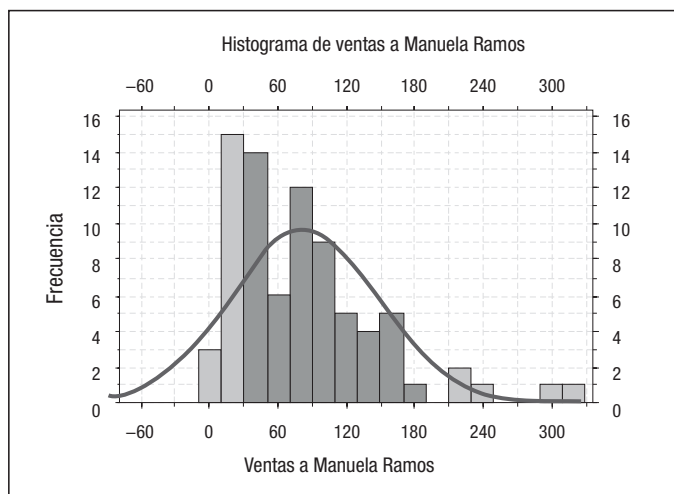


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Gráfico N° 12: Histograma de las ventas a la Casa de la Mujer Artesana por distrito. Enero a mayo 2012

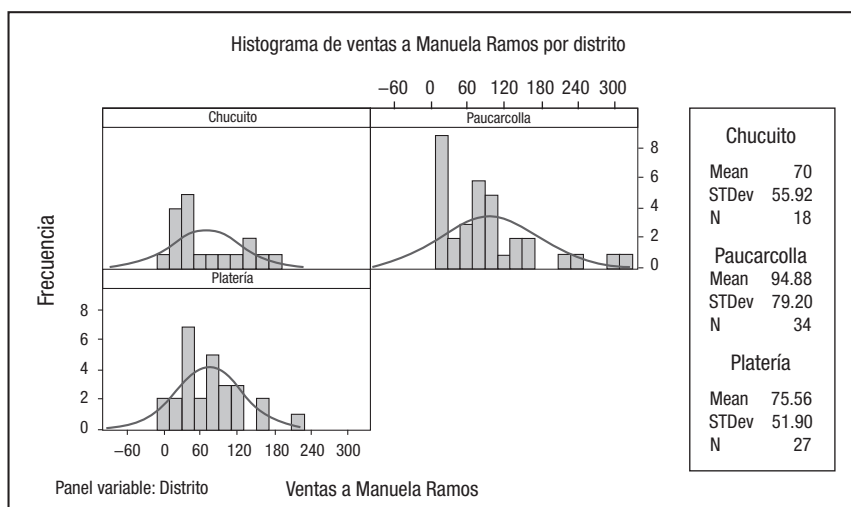


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Fotos N° 14, 15 y 16: Tienda de la Casa de la Mujer Artesana y
variedad de artículos artesanales



Fotos: Jaime Villena

Con la finalidad de explicar los principales factores que determinan el nivel de ingresos obtenidos por las artesanas (variable dependiente), se realizó el análisis de regresiones con el método stepwise, en el que se obtiene un modelo en el cual se incluye solo aquellas variables que tienen representatividad estadística. Para el modelo se incluyeron 12 variables independientes, que muestran las diferentes características socioeconómicas de las artesanas (grado de instrucción de la artesana, edad de la artesana, grado de instrucción de la pareja, edad de la pareja, diferencia de edad con la pareja, número de hijos, número de hijos que viven con la familia, si ocupa algún cargo en la asociación, si desarrolla la actividad de turismo, años en la actividad textil, meses de trabajo en el 2012, y horas de trabajo total).

Los resultados del análisis de regresión determinaron que solo dos variables explican los ingresos por ventas: meses de trabajo en 2012 y años en la actividad textil. La primera variable tiene que ver con el tiempo destinado a la actividad y el otro con la experiencia anterior en la actividad artesanal, lo cual evidentemente ha favorecido su adecuación al nuevo tipo de actividad artesanal que desarrolla. Las variables incluidas y el resultado del análisis de regresión se presentan en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 44: Regresión para el total de ventas a la Casa de la Mujer Artesana

Modelo -----> $R^2 = 0.19$, gl = 61, sig = 0.002 (Altamente significativa)				
Variable dependiente: Total de ventas a la Casa de la Mujer Artesana				
Variables independientes seleccionadas	Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig.
Constante	-20,153	—	-0.768	0.445
Meses de trabajo en el 2012	19.820	0.456	3.660	0.001
Años en la actividad textil	1.193	0.203	1.626	0.109
Variable excluidas				
Grado de instrucción de la artesana		0.08	0.69	0.49
Diferencia edad de la pareja		-0.13	-1.06	0.30
Grado de Instrucción Pareja		0.00	0.02	0.98
N° de hijos		-0.17	-1.42	0.16
N° de hijos que viven con familia		-0.04	-0.31	0.76
Ocupa algún cargo en la Asociación		-0.04	-0.36	0.72
Desarrolla actividad Turismo		-0.11	-0.90	0.37
Horas de trabajo total		0.07	0.53	0.60
Edad de la artesana		-0.02	-0.16	0.87
Edad de la Pareja		-0.06	-0.50	0.62

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Un aspecto a destacar, al margen de los ingresos obtenidos, es que en el poco tiempo que lleva el grupo de artesanas incorporadas en el proyecto ya el 73.4% de ellas están siendo articuladas a la exportación, lo que implica que gran parte de las artesanas han logrado las habilidades y competencias suficientes para que fortalezcan sus capacidades laborales y sean capaces de producir no solo para el mercado local y nacional, sino también para un mercado exigente como es el de exportación.

En el cuadro 45 también se observa que si bien en Paucarcolla se ha alcanzado un mayor número de artesanas que producen para exportación, su porcentaje (79.4%), no es muy distante de los casos de Platería (73.3%) y Chucuito (61.1%). Dado que no existen diferencias estadísticas entre distritos, nos muestra que el avance en este sentido es similar.

Cuadro N° 45: Artesanas que producen para exportación

Distrito	No, solo mercado nacional	%	Para exportación	%	Total	%
Chucuito	7	38.9	11	61.1	18	100.0
Paucarcolla	7	20.6	27	79.4	34	100.0
Platería	7	25.9	20	74.1	27	100.0
Total	21	26.6	58	73.4	79	100.0

Prueba estadística: Chi cuadrado, sig.= 0.363 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Es importante señalar que el local de la Casa de la Mujer Artesana se encuentra ubicado en el centro mismo de la ciudad de Puno, lo que da algunas ventajas de ubicación para articular la comercialización de las artesanas que trabajan con el proyecto. Esta podría ser una alternativa posterior cuando el proyecto concluya en su ejecución.

B. Ventas a otros clientes

De acuerdo a la información obtenida, un 17.9% de las artesanas, además de producir para vender a la Casa de la Mujer Artesana, producen para otros clientes con diferencias estadísticas por distritos. En el caso del distrito de Paucarcolla, solo un 6.1% de las artesanas producen para otros clientes, mientras que en los otros distritos la proporción de otros clientes es mayor (16.7% en Chucuito y 33.3% en Platería).

Los ingresos obtenidos por las ventas realizadas a otros clientes alcanzan en promedio de solo 15.50 nuevos soles, sin diferencias estadísticas por distrito. A pesar de ello existe una alta heterogeneidad, lo que se traduce en su altísimo coeficiente de variabilidad de 410.2% que se observa gráficamente en los histogramas totales y por distrito que se presentan. La venta a otros clientes solo supera en 5.6% a las que realizan a la Casa de la Mujer Artesana. Consiguientemente, el principal mercado para estas asociaciones sigue siendo la articulación comercial que realiza la institución que inclusive le ha permitido llegar a la exportación en poco tiempo.

**Cuadro N° 46: Producción total de artesanía
para la Casa de la Mujer Artesana y otros clientes**

Distrito	Casa de la Mujer Artesana	%	Otros clientes	%	Total	%
Chucuito	15	83.3	3	16.7	18	100.0
Paucarcolla	31	93.9	2	6.1	33	100.0
Platería	18	66.7	9	33.3	27	100.0
Total	64	82.1	14	17.9	78	100.0

Nota: Hay un caso, el de una artesana del distrito de Paucarcolla que vendió pero no cobró aún

Prueba estadística: Chi cuadrado, sig = 0.023 - Significativa

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Cuadro N° 47: Total ventas de la artesana a otros clientes. Enero a mayo 2012

Distrito	Casos	Promedio	Moda	Mediana	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación estándar	Coficiente variabilidad
Chucuito	18	25.6	0	0	0	460	460	108.4	424.3
Paucarcolla	34	5.6	0	0	0	140	140	25.2	451.8
Platería	27	21.3	0	0	0	250	250	58.2	273.9
Total	79	15.5	0	0	0	460	460	63.6	410.2

Prueba estadística: Anova sig = 0.478 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

**Gráfico N° 13: Histograma de los ingresos por ventas a otros clientes.
Enero a mayo 2012**

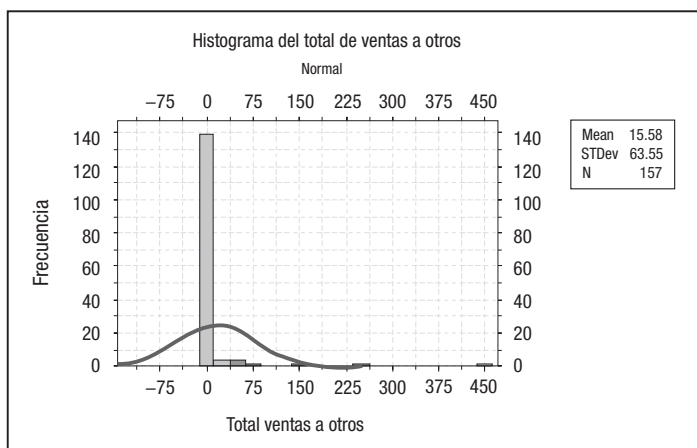


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Gráfico N° 14: Histograma de los ingresos por ventas a otros clientes. Enero a mayo 2012

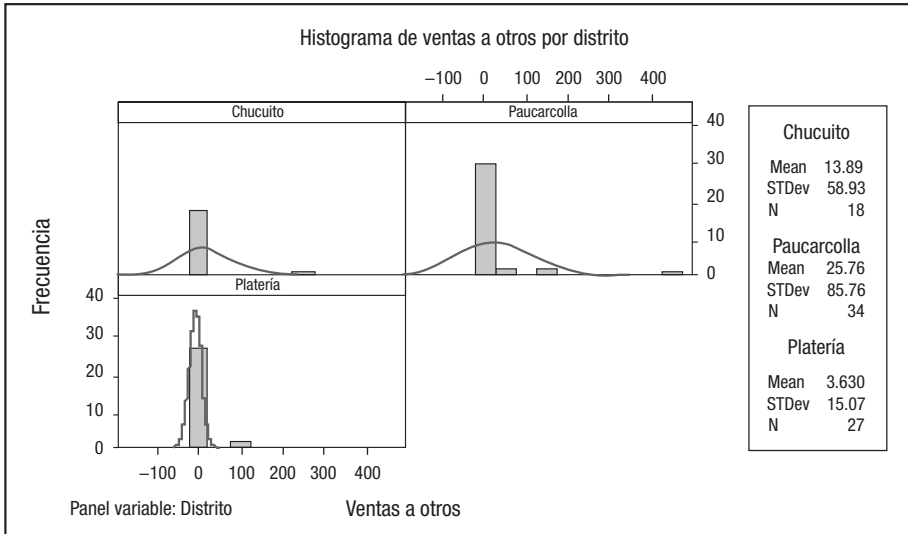


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Fotos N° 17 y 18: Ventas locales de las artesanas participantes en el proyecto





Fotos: Movimiento Manuela Ramos

C. Total de ingresos de las artesanas

Los ingresos que obtuvieron las artesanas del proyecto por las ventas realizadas a la Casa de la Mujer Artesana y otros clientes alcanzan en promedio 98.10 nuevos soles, sin mayores diferencias entre los distritos (Paucarcolla 100.4, Platería 96.8 y Chucuito 95.6 soles respectivamente). No se presentan diferencias estadísticas significativas entre distritos.

Existe una alta variabilidad de los ingresos, porque existe una alta diferencia (un rango de 490 soles entre el ingreso más alto y más bajo), que es mayor en el caso del distrito de Chucuito (coeficiente de variabilidad 118%), siendo menor en el caso de los otros dos distritos.

Cuadro N° 48: Total ingresos por artesana

Distrito	Casos	Promedio	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo	Rango	Desviación estándar	Coefficiente variabilidad
Chucuito	18	95.6	53.0	0.0	0.0	490.0	490.0	112.7	118.0
Paucarcolla	34	100.4	85.2	9.9	9.9	328.5	318.6	81.1	80.8
Platería	27	96.8	83.0	1.6	1.6	346.0	344.4	74.6	77.1
Total	79	98.1	83.0	40.5	0.0	490.0	490.0	86.1	87.8

Prueba estadística: Anova – sig = 0.977 – No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 49: Ventas de artesanía por cliente. Enero - mayo 2012

Variables	U. medida	A Casa de la Mujer Artesana	A otros clientes	Total ventas
Encuestas	Casos	79	79	79
Artesanas que venden (*)	Artesanas	78	9	78
% de artesanas que venden	Porcentaje	98.7	11.4	98.7
Promedio	Nuevos soles	82.6	15.5	98.1
Máximo	Nuevos soles	329.0	460.0	490.0
Mínimo	Nuevos soles	0.0	0.0	0.0
Rango	Nuevos soles	329.0	460.0	490.0
Desviación estándar		66.0	63.6	86.1
Coefficiente de variabilidad		79.9	410.2	87.8

Nota (*): El porcentaje que aparece para el caso de la Casa de la Mujer Artesana figura como 98.7%, el restante es por una artesana que aun no recibió el pago por el trabajo realizado
Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a las artesanas.

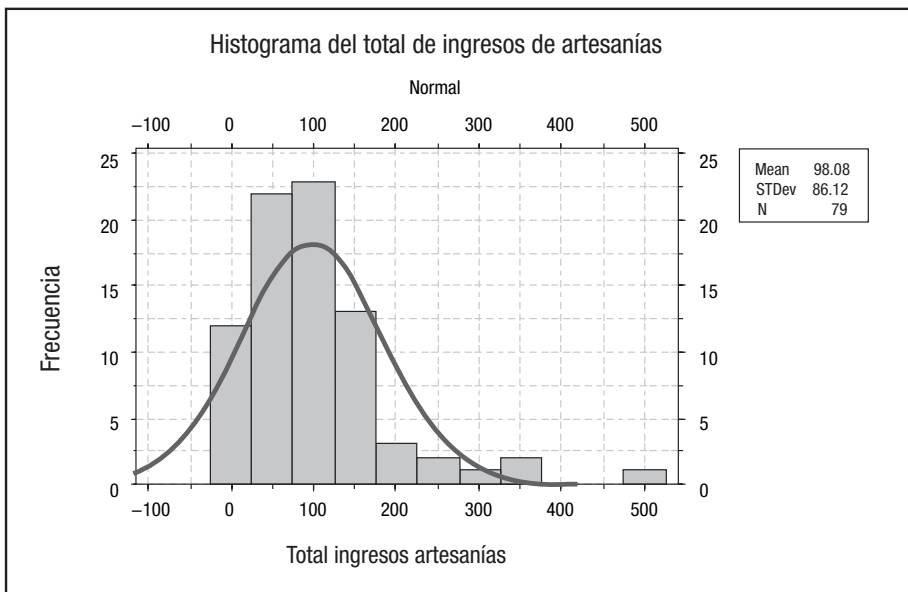
Gráfico N° 15: Histograma del total de ingresos por artesanías.
Enero a mayo 2012

Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

Gráfico N° 16: Histograma del total de ingresos por artesanías según distrito.
Enero a mayo 2012

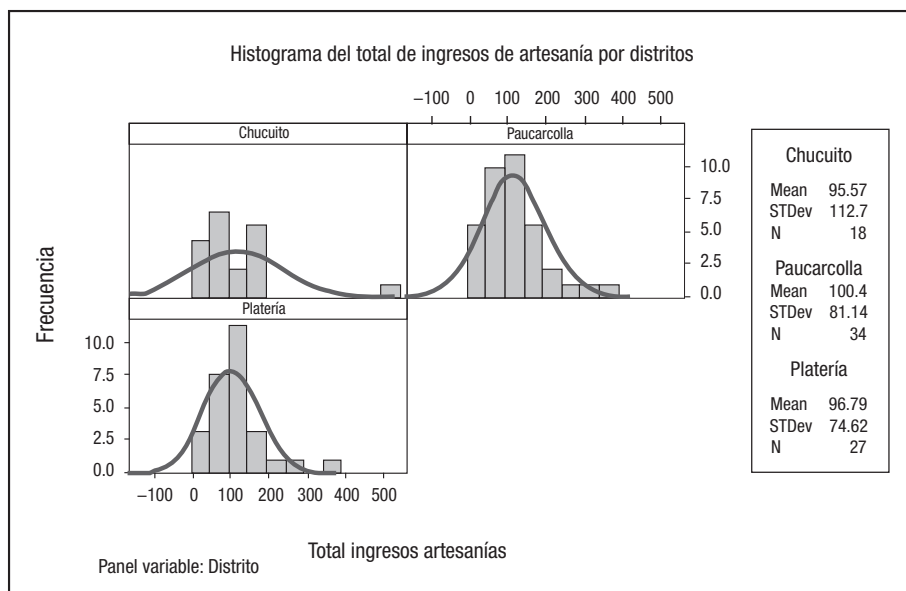


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas del proyecto

D. Explicación de los determinantes del ingreso de las artesanas

Para explicar los principales factores que determinan el nivel de ingresos totales de las artesanas (variable dependiente), se realizó el análisis de regresiones con el método *stepwise* o método de regresión paso a paso. Este es un método automático que aplica el software estadístico mediante el cual la selección de las variables explicativas se realiza añadiendo las variables según su significancia estadística. Cuando deja de haber significancia, no incluye nuevas variables. En la evaluación se incluyeron 12 variables independientes que muestran diferentes características socioeconómicas de las artesanas: grado de instrucción de la artesana; edad de la artesana; grado de instrucción de la pareja; edad de la pareja; diferencia de edad con la pareja; número de hijos; número de hijos que viven con la familia; ocupa algún cargo en la asociación; desarrolla la actividad de turismo; años en la actividad textil; meses de trabajo en el 2012; horas de trabajo total).

Los resultados del análisis de regresión determinaron que son tres las variables que explican los ingresos por ventas: grado de instrucción de la artesana; años en la actividad textil; y tiempo de trabajo en 2012. La primera variable tiene que ver con un conjunto de fortalezas que pueden facilitar su aprendizaje y las posibilidades de comercializar su producción; la segunda, por las facilidades para la adecuación a las técnicas de tejido; y la tercera, con el tiempo destinado a la actividad. Estas variables tienen orientación fundamental para los aspectos técnicos y de mercadeo.

Cuadro N° 50: Regresión para el total de ingresos por artesanía

Modelo -----> $R^2 = 0.140$, gl = 61, sig = 0.0314 (significativa)				
Variable dependiente: Total de ingresos por artesanía				
Variables independientes seleccionadas	Coficiente	Coficiente beta	t	Significancia
Constante	-37.963	—	-0.736	0.465
Grado de instrucción de la artesana	34.151	19.507	1.751	0.085
Años en la actividad textil	2.171	1.142	1.901	0.062
Horas de trabajo total	0.094	0.063	1.497	0.140
Variable excluidas				
Diferencia edad de la pareja		-0.030	-0.242	0.809
Grado de instrucción pareja		-0.052	-0.376	0.708
N° de hijos		-0.081	-0.624	0.535
N° de hijos que viven con familia		-0.016	-0.130	0.897
Ocupa algún cargo en la asociación		-0.006	-0.047	0.962
Desarrolla actividad turismo		-0.077	-0.599	0.552
Meses de trabajo en el 2012		0.021	0.138	0.891
Edad de la artesana		0.158	1.081	0.284
Edad de la pareja		0.119	0.824	0.413

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 51: Ingreso por artesanías según grado de instrucción de la empresaria

Grado de instrucción de la artesana	Cantidad	S/.
Sin instrucción	3	38.90
Primaria	31	69.75
Superior no universitaria	3	88.80
Secundaria	42	123.89
Total	79	

Prueba estadística: Anova, sig = 0.032 - No significativa

Cuadro laborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

3.4 Limitantes para el desarrollo de la actividad artesanal

En cuanto a las limitantes para el desarrollo de la actividad artesanal, resaltan dos aspectos fundamentales:

- La principal limitante para desarrollar la actividad artesanal es la disponibilidad de tiempo para casi las tres cuartas partes de las artesanas (72.2%), siendo mayor en el caso de Platería y Chucuito.
- La segunda limitante es la falta de pedidos para el 15.2% de las artesanas, siendo mayor en el caso de Paucarcolla (23.5%). Los otros factores son poco significativos en conjunto y en cada distrito; no se presentan diferencias estadísticas entre distritos.

Cuadro N° 52: Limitantes para incrementar la producción de la artesana

Distrito	Disponibilidad de insumos	Disponibilidad de tiempo	Pocos pedidos	Falta práctica	Otros	Total
Artesanas						
Chucuito	0	16	1	1	0	18
Paucarcolla	3	18	8	3	2	34
Platería	0	23	3	1	0	27
Total	3	57	12	5	2	79

Porcentaje						
Chucuito	0.0	88.9	5.6	5.6	0.0	100.0
Paucarcolla	8.8	52.9	23.5	8.8	5.9	100.0
Platería	0.0	85.2	11.1	3.7	0.0	100.0
Total	3.8	72.2	15.2	6.3	2.5	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.864 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 17: Limitantes para incrementar la producción de la artesana

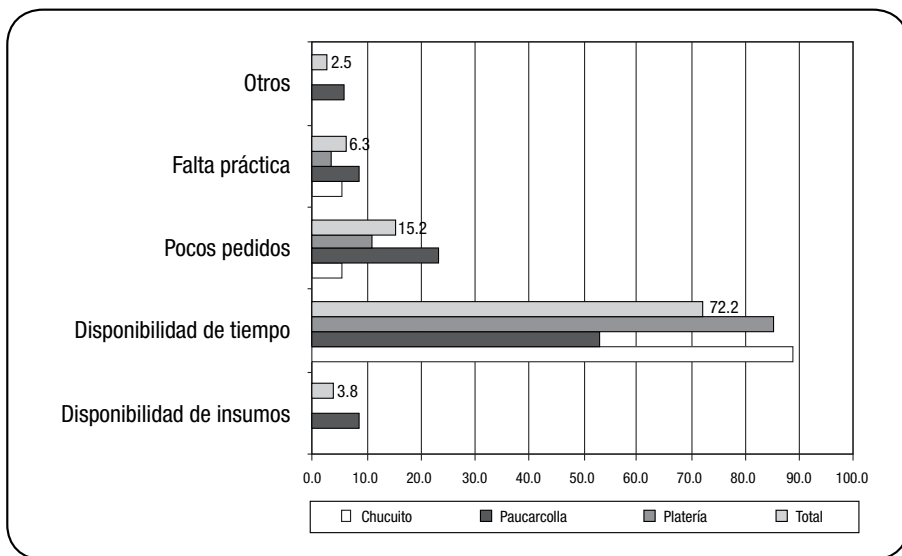


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

La principal limitante para incrementar la producción de artesanías, según manifiestan las artesanas, es que no tienen dónde vender la producción adicional que puedan realizar al margen de la que producen para la Casa de la Mujer Artesana (44.3%), siendo mayor en el caso de Paucarcolla (52.9%). En segundo lugar, mencionan que no saben a quién vender (12.7%). Ambas causas aluden a la poca experiencia anterior en ventas de otros productos artesanales que es mayor en el caso de Paucarcolla (64.7%) que en los otros distritos. Un segundo grupo de limitantes para

la comercialización está relacionado con la poca producción (– 10.1%), limitada disponibilidad de tiempo (– 7.6%), y poca calidad de acabado (3.8%), que son mayores en Platería. Finalmente, se debe señalar que hay un 10.1% de las artesanas que están disconformes con el pago por pieza, principalmente en Chucuito (16.7%) y Platería (11.1%), lo anterior es consecuencia de la mayor experiencia de las artesanas en estos dos distritos y otras alternativas de mercado con que cuentan, mientras que la fidelidad es mayor en el caso de las artesanas del distrito de Paucarcolla. No se presentan diferencias estadísticas, entre distritos.

Cuadro N° 53: Limitantes para la comercialización de artesanías

Distrito	No tiene donde vender	Disponibilidad de tiempo	Pocos pedidos	No saben a quien vender	Poca calidad de acabado	Pagan poco	Se dedica a otra actividad	Tiene poca producción	No opina	Total
Artesanas										
Chucuito	7	1	2	3	2	3	0	0	0	18
Paucarcolla	18	0	1	4	1	2	0	5	3	34
Platería	10	5	2	3	0	3	1	3	0	27
Total	35	6	5	10	3	8	1	8	3	79
Chucuito	38.9	5.6	11.1	16.7	11.1	16.7	0.0	0.0	0.0	100.0
Paucarcolla	52.9	0.0	2.9	11.8	2.9	5.9	0.0	14.7	8.8	100.0
Platería	37.0	18.5	7.4	11.1	0.0	11.1	3.7	11.1	0.0	100.0
Porcentaje	44.3	7.6	6.3	12.7	3.8	10.1	1.3	10.1	3.8	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.874 – No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 18: Limitantes para la comercialización de artesanías

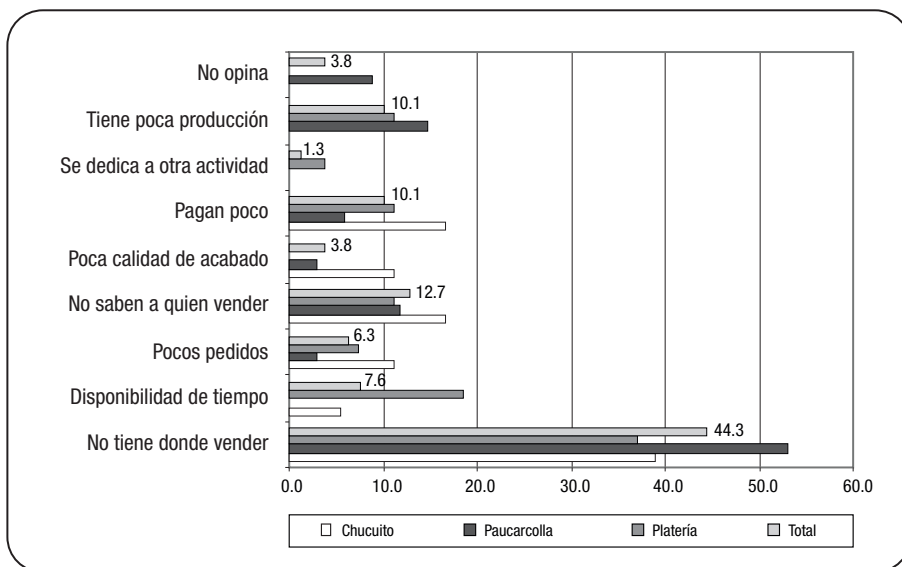


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.5 Efectos de la actividad artesanal realizada con Manuela Ramos

3.5.1 Tiempo destinado a la artesanía

En cuanto al efecto del incremento del tiempo que destina a las artesanías, las opiniones se encuentran divididas: Un 58.8% de Paucarcolla señala que sí se ha incrementado, en Chucuito y Platería el porcentaje es similar, 44.4%. El otro bloque de artesanas señala que se mantiene similar en el caso de Chucuito y Platería (55%), mientras que en Paucarcolla es menor (32.4%), lo cual es compatible con las opiniones y tiempo que destinan al proyecto. En una proporción muy pequeña figura que el tiempo ha disminuido en el caso de Paucarcolla.

Gráfico N° 19: Incremento del tiempo que destina a las artesanías

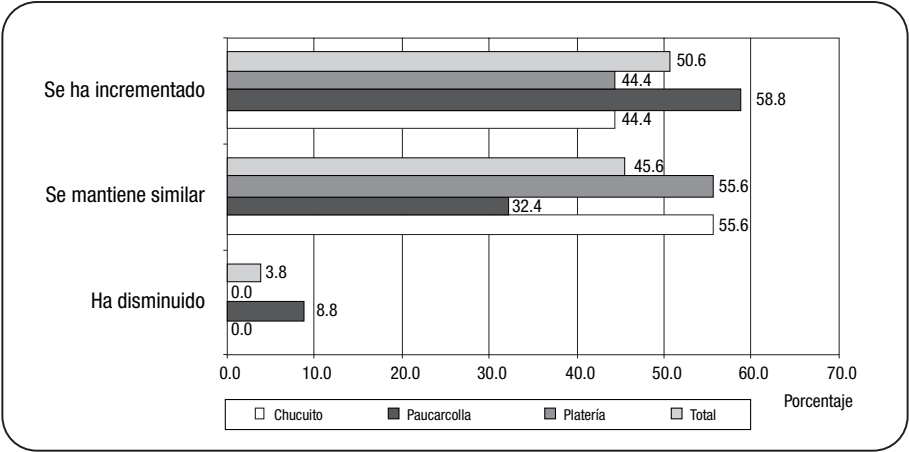


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 54: Incremento del tiempo que destina a las artesanías

Distrito	Ha disminuido	%	Se mantiene similar	%	Se ha incrementado	%	Total	%
Chucuito	0	0.0	10	55.6	8	44.4	18	100.0
Paucarcolla	3	8.8	11	32.4	20	58.8	34	100.0
Platería	0	0.0	15	55.6	12	44.4	27	100.0
Total	3	3.8	36	45.6	40	50.6	79	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.872 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.5.2 Incremento de ventas de artesanías

Respecto al efecto del incremento de ventas de artesanías, las opiniones se diferencian por distrito; un 67.6% de Paucarcolla señala que se mantienen similares desde el inicio del proyecto, mientras que las artesanas de los distritos de Chucuito y Platería, en un 55.6%, señalan que se han incrementado. A pesar que había la opción de responder “se redujo la cantidad de ventas”, en ningún caso se dio una respuesta de este tipo.

Cuadro N° 55: Incremento de venta de artesanías

Distrito	Se mantiene similar	%	Se ha incrementado	%	Total	%
Chucuito	8	44.4	10	55.6	18	100
Paucarcolla	23	67.6	11	32.4	34	100
Platería	12	44.4	15	55.6	27	100
Total	43	54.4	36	45.6	79	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.715 - Significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Gráfico N° 20: Incremento de venta de artesanías

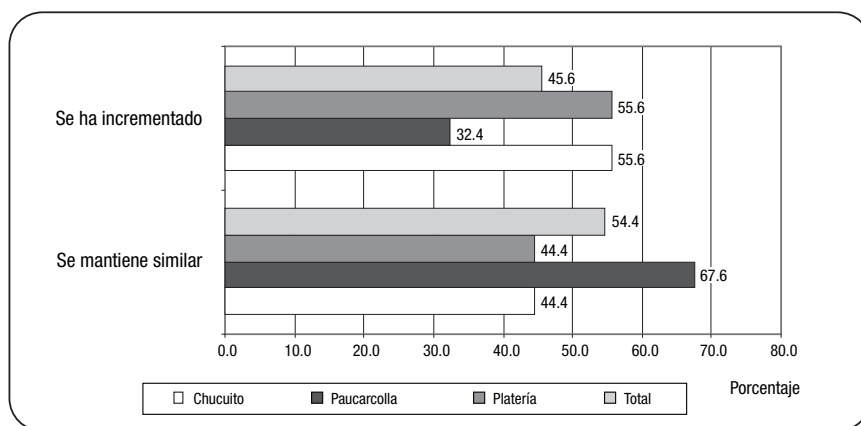


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.5.3. Mejora de la situación económica de las artesanas

Respecto a la mejora de la situación económica de las artesanas, existen igualmente opiniones diferenciadas por distrito. Así, la alternativa en que se señala que ha mejorado bastante, es la más alta (40.5% de las artesanas), un 27.8% señala que ha mejorado un poco y solo alrededor de la tercera parte (en promedio 31.6%) señaló que sus condiciones socioeconómicas se mantienen similares. Lo anterior es una calificación explícita de que dos terceras partes de las artesanas señalan que su situación económica ha mejorado. Este resultado, de por sí, ya es importante, dado el poco tiempo de la intervención por el proyecto.

48.1% de las artesanas del distrito de Platería y 44.4% del distrito de Chucuito señalan que la situación ha mejorado bastante. Es probable que este resultado se deba a que ellas tienen acceso a otros lugares de venta a diferencia de Paucarcolla, distrito en el cual la mayor parte de las artesanas recién se inicia en la artesanía, por lo que el porcentaje es menor (32.4%).

Cuadro N° 56: Mejora de la situación económica de las artesanas

Distrito	Se mantiene similar	%	Ha mejorado poco	%	Ha mejorado bastante	%	Total	%
Chucuito	4	22.2	6	33.3	8	44.4	18	100.0
Paucarcolla	11	32.4	12	35.3	11	32.4	34	100.0
Platería	10	37.0	4	14.8	13	48.1	27	100.0
Total	25	31.6	22	27.8	32	40.5	79	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig = 0.818 – No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 21: Mejora de la situación económica de las artesanas

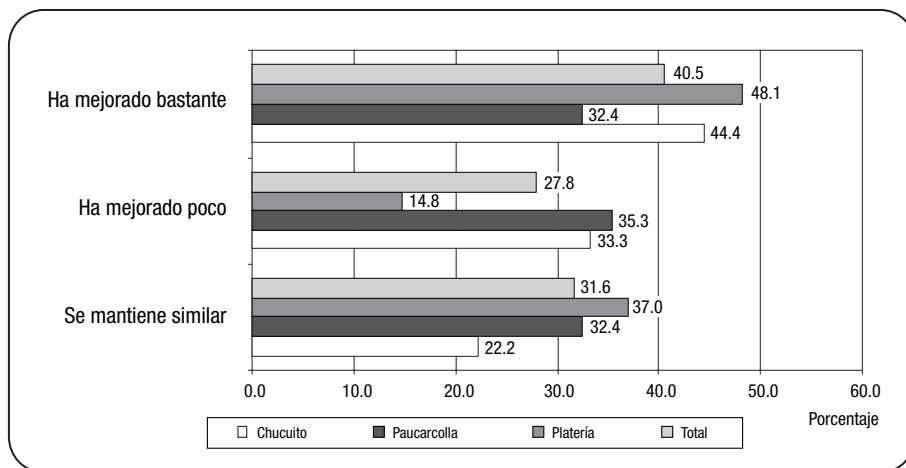


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.6 Los principales beneficios

Se les preguntó a las artesanas cuáles habían sido los tres principales beneficios que habían logrado por participar en el proyecto del Movimiento Manuela Ramos. Las respuestas (no estructuradas) nos permiten establecer las principales apreciaciones de las artesanas sobre el primer beneficio señalado por las artesanas:

- Para el caso de las artesanas del distrito de Paucarcolla, el principal beneficio mencionado es el hecho de que aprendieron a tejer (58.8%), lo que traduce la apreciación del inicio de su actividad textil comercial.
- Las artesanas del distrito de Chucuito señalan, un 61.1% de ellas, la capacitación recibida.
- En el caso de las artesanas de Platería, se mencionó el hecho de aprender a tejer (33.3%) y la capacitación recibida (26.5%).
- También se mencionó la mejora en el tejido y acabados (12.7% del total de artesanas), tener trabajo e ingreso (7.6% del total) y la formación en autovaloración y liderazgo (6.3% del total).

Cuadro N° 57: Primer beneficio mencionado de trabajar con Manuela Ramos

Distrito	Aprender a tejer	Capacitación recibida	Mejora en el tejido y acabados	Tener trabajo e ingreso	Autovaloración	Total
Artesanas						
Chucuito	2	11	3	1	1	18
Paucarcolla	20	9	3	0	2	34
Platería	9	7	4	5	2	27
Total	31	27	10	6	5	79
Porcentajes						
Chucuito	11.1	61.1	16.7	5.6	5.6	100.0
Paucarcolla	58.8	26.5	8.8	0.0	5.9	100.0
Platería	33.3	25.9	14.8	18.5	7.4	100.0
Total	39.2	34.2	12.7	7.6	6.3	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.966 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 22: Primer beneficio mencionado por las artesanas del trabajo con Manuela Ramos

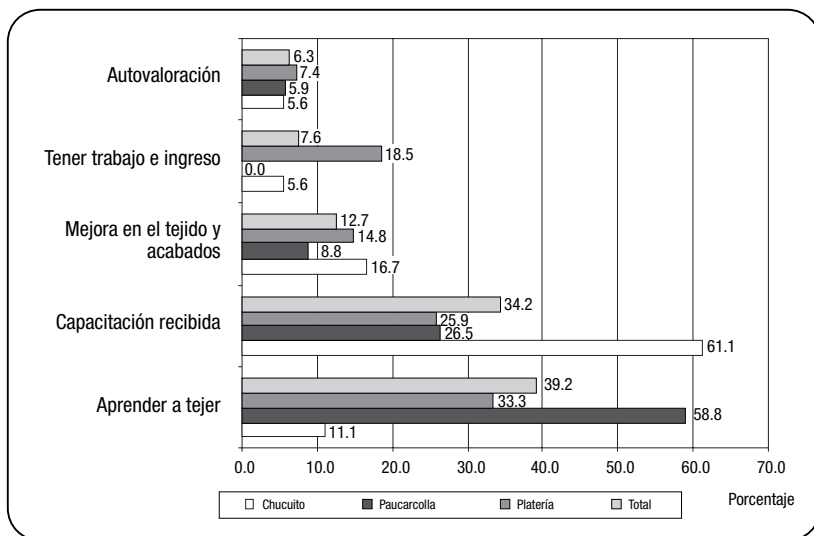


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Evaluando las respuestas de los tres principales beneficios que habían logrado por participar en el proyecto que ejecuta el Movimiento Manuela Ramos, el reconocimiento se diversifica, mostrándonos lo siguiente:

- Para el caso de las artesanas del distrito de Paucarcolla, el principal beneficio mencionado sigue siendo el hecho de que aprendieron a tejer (33.7%), pero también es importante el peso que le otorgan a la capacitación recibida (24.1%) y el hecho de tener trabajo e ingreso (19.3%). Los resultados conjuntos siguen dando vital importancia al inicio de su actividad textil comercial con la institución.
- Para las artesanas del distrito de Chucuito, el principal beneficio mencionado sigue siendo la capacitación recibida (32.0%), pero también es importante el tener trabajo e ingreso (24.0%).
- Para el caso de las artesanas de Platería, se diversifican más las razones de su reconocimiento, mencionándose la capacitación recibida (30.8%), la mejora en sus tejidos y acabados (18.5%), aprender a tejer (16.9%), tener trabajo e ingreso (15.4%)

- También se mencionaron la formación en autovaloración y liderazgo (10.1% del total) y la mejora en la organización (5.1% del total) en ambos casos, sobre todo para Chucuito y Platería.

Cuadro N° 58: Resumen de beneficios mencionados por participar en el proyecto

Distrito	Aprender a tejer	Capacitación recibida	Mejora en el tejido y acabados	Mejora en la organización	Tener trabajo e ingreso	Autovaloración	Total
Chucuito	5	16	7	5	12	5	50
Paucarcolla	28	20	11	1	16	7	83
Platería	11	20	12	4	10	8	65
Total	44	56	30	10	38	20	198
Chucuito	10.0	32.0	14.0	10.0	24.0	10.0	100.0
Paucarcolla	33.7	24.1	13.3	1.2	19.3	8.4	100.0
Platería	16.9	30.8	18.5	6.2	15.4	12.3	100.0
Porcentaje	22.2	28.3	15.2	5.1	19.2	10.1	100.0

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 23: Resumen de beneficios mencionado por las artesanas por trabajar con Manuela Ramos

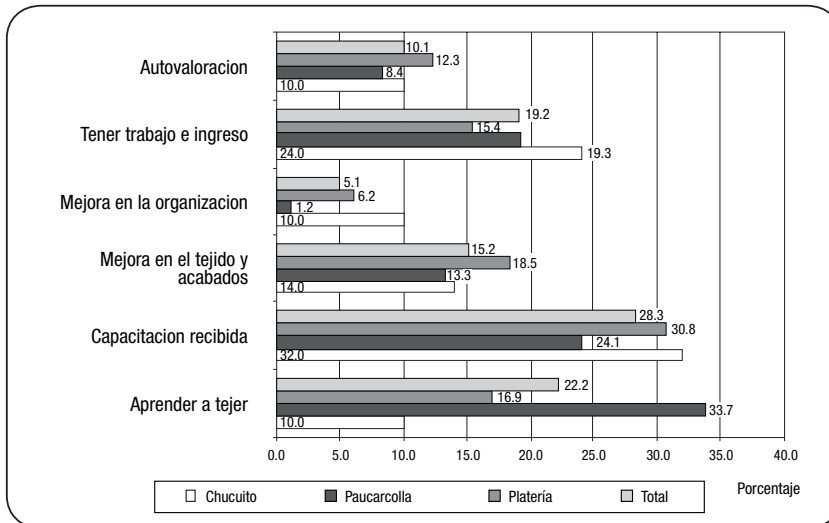


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.7 La valoración personal y de la pareja

3.7.1 La valoración personal

Se les preguntó a las artesanas cuáles habían sido los cambios en la autovaloración por participar en el proyecto del Movimiento Manuela Ramos. Asimismo, se les pidió que explicaran las razones de su respuesta. Estos fueron los resultados:

- La gran mayoría de las artesanas (91.1%) considera que ha mejorado su autovaloración personal. Este resultado es crucial e importante porque demuestra que se está produciendo una transformación social en este grupo de artesanas que empieza a percibir una mayor equidad en la relación de pareja. En el caso del distrito de Paucarcolla esta calificación alcanza prácticamente al íntegro de las artesanas (97.1%). Solo en el distrito de Chucuito, la manifestación de que la autovaloración se mantiene similar, es algo significativa (18.7%).
- Cuando evaluamos las razones de su respuesta, surgen algunas diferencias. En algunos casos se observa que la autovaloración está todavía en proceso de formación, que se ha catalogado como que ha mejorado poco (87.3% en promedio, siendo menor en el caso del distrito de Chucuito con 77.8%). En otros casos, se considera que la autovaloración está consolidada solo para el 3.8% de las artesanas, lo que implica que si bien este logro ha sido significativo todavía se tiene que reforzar.

Foto N° 19 y 20: Participación de las artesanas en sus organizaciones



Fotos: Movimiento Manuela Ramos

Gráfico N° 24: Cambio en la autovaloración por participación en el proyecto

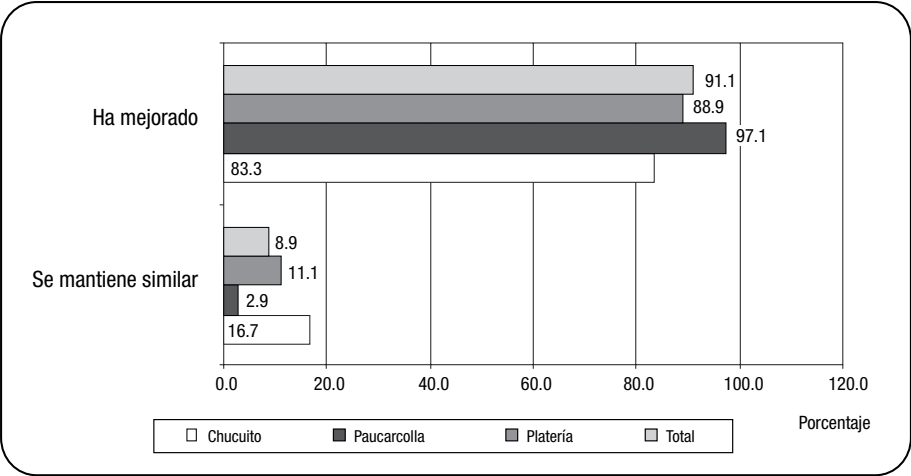


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 59: Cambio en la autovaloración por participar en el proyecto

Distrito	Se mantiene similar	%	Ha mejorado poco	%	Ha mejorado mucho	%	Total	%
Chucuito	3	16.7	14	77.8	1	5.6	18	100.0
Paucarcolla	1	2.9	31	91.2	2	5.9	34	100.0
Platería	3	11.1	24	88.9	0	0.0	27	100.0
Total	7	8.9	69	87.3	3	3.8	79	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.785 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 25: Cambio en la autovaloración por participar en el proyecto

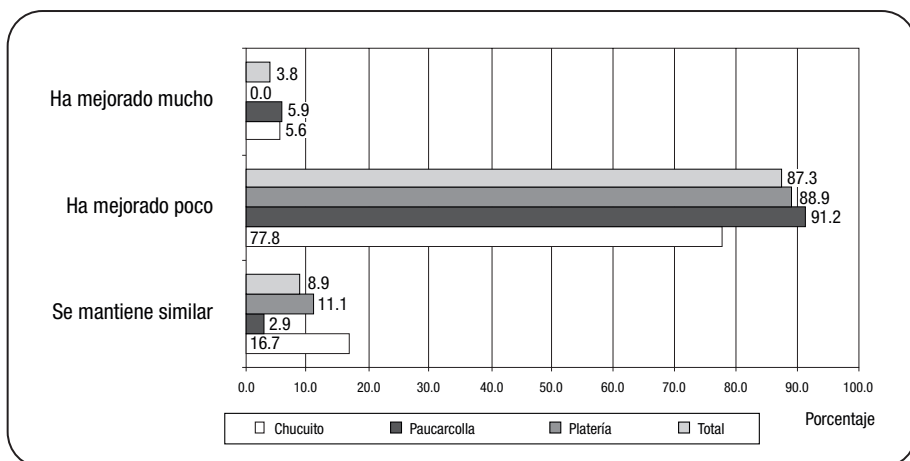


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.7.2 La valoración de parte de la pareja

Se les preguntó a las artesanas cuáles habían sido los cambios en la valoración de sus parejas (esposo o conviviente) hacia ellas, como resultado de su actividad artesanal y participar en el proyecto del Movimiento Manuela Ramos. Asimismo, se les pidió una explicación de las razones por las que daban esta respuesta. Estos fueron los resultados:

- La mayoría de artesanas considera que ha mejorado la valoración de parte de las parejas, que alcanza a un 62.5% de los esposos o conviviente (considerando solo aquellas artesanas con pareja), siendo más alta en el caso de Platería (78.3%), seguido de Chuchito (62.5%), y la más baja en el caso de Paucarcolla (48.0%). Estos resultados son importantes, porque denotan que en el poco tiempo de ejecución del proyecto, se estarían consiguiendo resultados en la afirmación de una equidad de género y, más aún, que los varones no han sido incluidos en la intervención del proyecto, por tanto es un efecto favorable de las acciones realizadas.

Cuadro N° 60: Cambios en la valoración de parte de la pareja a la artesana

Distrito	Ha disminuido	%	Se mantiene similar	%	Ha mejorado	%	Total	%
Chucuito	0	0.0	6	37.5	10	62.5	16	100
Paucarcolla	1	4.0	12	48.0	12	48.0	25	100
Platería	0	0.0	5	21.7	18	78.3	23	100
Total	1	1.6	23	35.9	40	62.5	64	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.171 - No significativa

Elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuando analizamos las respuestas desagregadas, surgen algunas diferencias que consideramos necesarias resaltar:

- En el caso del distrito de Paucarcolla, las artesanas han manifestado que un 29.2% de sus parejas no están de acuerdo con el trabajo en el proyecto, y un 20.8% de sus parejas que son indiferentes al mismo. Estas dos respuestas son preocupantes, porque en conjunto alcanza a un 50% de las artesanas del distrito.
- En Chucuito y Platería, considerando los tres niveles de valoración favorables de la pareja (ha mejorado poco, ha mejorado mucho, y ha mejorado por los ingresos económicos) se alcanzan niveles importantes de 84.6% y 78.3%, que expresan una mejora sustancial en la valoración de los varones por la actividad artesanal de las mujeres.
- Un 21.7% de las artesanas ha manifestado que la valoración de los varones se traduce en manifestaciones altamente favorables relacionadas con el mayor conocimiento y competencias personales, en contraposición un 35.0% consideran que sus parejas valoran más los ingresos económicos que generan sus parejas. En sí esto no es malo, pero resultaría mejor una valoración por competencias, por lo que debe continuarse con el reforzamiento de los temas de autovaloración de las mujeres artesanas.

Gráfico N° 26: Cambio en la valoración de la pareja por participar en el proyecto de Manuela Ramos

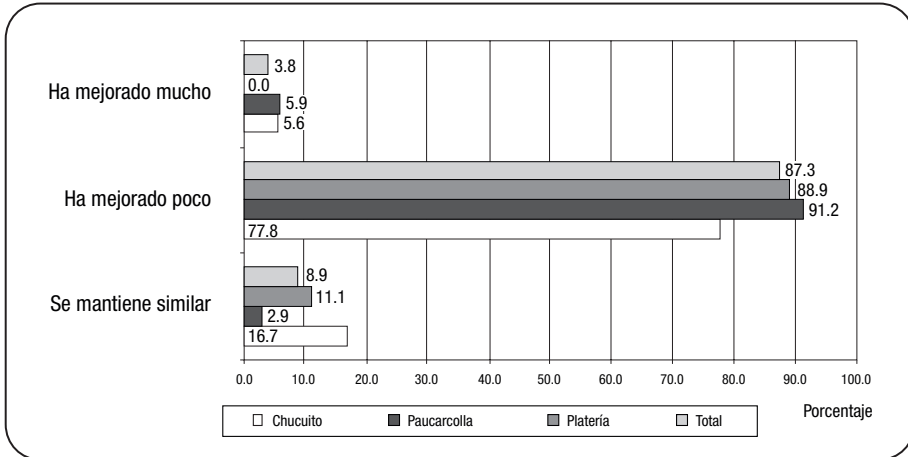


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 61: Desagregado de la valoración de los varones a las artesanas

Districto	No está de acuerdo	%	Indiferente	%	Ha mejorado Poco	%	Ha mejorado por ingresos económicos	%	Ha mejorado mucho	%	Total	%
Chucuito	0	0.0	2	15.4	1	7.7	8	61.5	2	15.4	13	100
Paucarcolla	7	29.2	5	20.8	3	12.5	3	12.5	6	25	24	100
Plateria	1	4.3	4	17.4	3	13	10	43.5	5	21.7	23	100
Total	8	13.3	11	18.3	7	11.7	21	35	13	21.7	60	100

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.758 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base al procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 27: Desagregado de la valoración de las artesanas por sus parejas

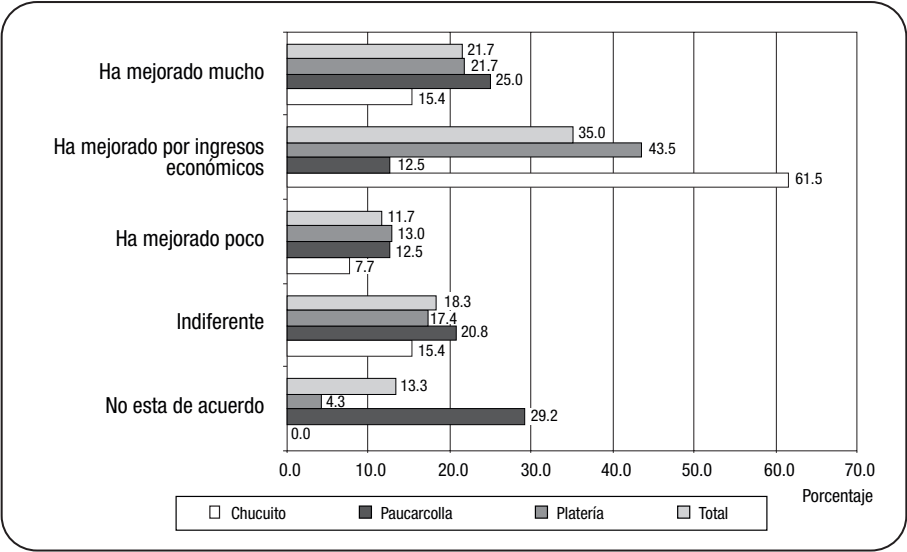


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

A. Explicación de los determinantes del nivel de valoración por la pareja

Para explicar los principales factores que determinan el nivel de valoración de las artesanas por sus parejas: esposo o conviviente (variable dependiente) se realizó el análisis de regresiones con el método stepwise, en el cual se incluyeron 15 variables independientes. Estas muestran las diferentes *características socioeconómicas de las artesanas* (edad de la artesana, grupos de edades de la artesana, grado de instrucción de la artesana, estado civil de la artesana, ocupa algún cargo en la asociación); las *características de la pareja* (edad de la pareja, grupos de edad de la pareja, grado de instrucción de la pareja, diferencia edad de la pareja); y *otras variables*: Composición familiar, número de hijos y número de hijos que viven con familia; experiencia productiva (años en la actividad textil, años de trabajo con Manuela Ramos, total ventas a la Casa de la Mujer Artesana y total de ingresos por artesanía). Los resultados del análisis de regresión determinaron que son cuatro las variables que explican la valoración de las artesanas por sus parejas:

- El primer factor es el *grado de instrucción de la pareja*, en sentido positivo, así se tiene que los esposos o convivientes que por lo menos tienen educación secundaria o superior tienen una mayor valoración de las artesanas, en tanto que las parejas con solo primaria o sin instrucción, tienden a tener una menor valoración.
- Un segundo factor que explica la valoración de la pareja es *la diferencia de edades entre el varón y la mujer* encontrándose que esta relación es inversa: a mayor diferencia de edad tiende a existir una menor valoración de la pareja.
- Un tercer factor, tiene que ver con *los ingresos económicos que genera la artesana* por su trabajo. En sentido directo, a mayor ingreso, existe una mayor valoración de la pareja.
- Finalmente, el cuarto factor tiene que ver con que la artesana *ocupe algún cargo en la asociación* en sentido inverso, las artesanas consideran que las valoran menos a las que tienen cargo directivo, ello puede deberse a que al ocupar un cargo directivo es posible que tengan que destinar más tiempo a labores de gestión organizacional y organización que les conduce a un menor valoración de los varones. Lo que es conveniente incorporar en el tratamiento de los temas.

Cuadro N° 62: Regresión para determinar las variables que explican la valoración de las artesanas por los varones

Modelo -----> $R^2 = 0.238$, gl = 58, sig = 0.005 (Altamente significativa)				
Variable dependiente: Niveles de valoración de los varones				
Variables independientes seleccionadas	Coefficiente	Coefficiente beta	T	Sig
Constante	1.766		2.96	0.005
Grado de instrucción pareja	0.594	0.368	3.033	0.004
Diferencia edad de la pareja	-0.063	-0.185	-1.499	0.140
Total de ingresos por artesanía	0.003	0.184	1.533	0.131
Ocupa algún cargo en la Asociación	-0.153	-0.173	-1.425	0.160
Variable excluidas				
Edad de la artesana		0.132	1.022	0.312

Grupos de edades de la artesana		0.105	0.801	0.427
Grado de instrucción de la artesana		-0.037	-0.257	0.798
Estado civil de la artesana		-0.129	-1.035	0.305
Edad de la pareja		0.150	1.022	0.312
Grupos de edad de la pareja		0.054	0.364	0.717
N° de hijos		0.036	0.284	0.778
N° de hijos que viven con familia		-0.034	-0.285	0.777
Años en la actividad textil		0.084	0.671	0.505
Años de trabajo con Manuela Ramos		-0.090	-0.741	0.462
Total ventas a la Casa de la Mujer Artesana		0.086	0.596	0.554

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Cuadro N° 63: Cambios en la valoración por los varones según grado de instrucción

Cuanto ha cambiado la valoración de la pareja	Sin instrucción	Primaria	Secundaria	Superior no universitaria	Universitaria	Total
Artesanas						
Ha disminuido	0	0	1	0	0	1
Se mantiene similar	0	11	10	1	1	23
Se ha incrementado	2	6	24	6	2	40
Total	2	17	35	7	3	64
Porcentajes						
Ha disminuido	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	1.6
Se mantiene similar	0.0	64.7	28.6	14.3	33.3	35.9
Se ha incrementado	100.0	35.3	68.6	85.7	66.7	62.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

3.8 Perspectivas a futuro

3.8.1 Interés de las artesanas en la capacitación productiva

En el campo de las perspectivas a futuro, una primera pregunta a las artesanas fue si estaban interesadas en que se continúe con la capacitación productiva, para lo cual se les solicitó que mencionaran libremente los aspectos en los cuales desearían capacitarse, obteniéndose los siguientes resultados:

- Más de la tercera parte de ellas de las artesanas (33.8%) mencionaron que estarían interesadas principalmente en la capacitación para la *producción de chompas y prendas grandes*, con similares resultados en los tres distritos (entre 31.3% y 38.2%), lo que muestra un interés similar en los ámbitos del estudio, por producir productos con una demanda ampliada.
- En un segundo nivel de importancia, mencionaron tres campos de capacitación: *Acabados y diseños* (19.7%), con un mayor porcentaje en Platería (25%); *variedad de muñecos* (17.6%) con bastante diferencia entre distritos (de 12.5% a 29.4%), con mayor porcentaje en el caso de Chucuito; y, finalmente, la *variedad de puntos* (14.8%) con similares porcentajes en los tres ámbitos analizados (entre 11.8% y 16.7%).
- En un tercer nivel de importancia, se mencionaron: *Bordado* (5.6%), *Tejidos a Máquina* (2.8%) y *Manejo de colores* (2.8%), siendo solo significativamente mayor el pedido de capacitación en bordados en el caso de las artesanas de Platería.

Cuadro N° 64: Temas de interés para capacitación en aspectos productivos

Distrito	Variedad de muñecos	Variedad de puntos	Tejido chompas y prendas grandes	Bordado	Tejidos a maquina	Manejo de colores	Acabados y diseños	Otros	Total
Chucuito	10	4	13	0	0	1	5	1	34
Paucarcolla	9	10	20	3	4	2	11	1	60
Platería	6	7	15	5	0	1	12	2	48
Total	25	21	48	8	4	4	28	4	142
Porcentaje	17.6	14.8	33.8	5.6	2.8	2.8	19.7	2.8	100.0

Los resultados de dos alternativas solicitadas a responder sin especificar temas

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 28: Temas de interés para capacitación en aspectos productivos

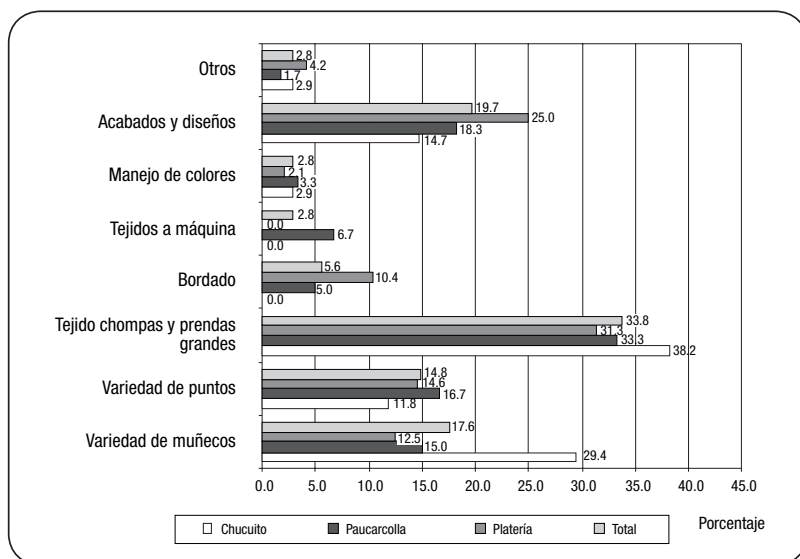


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.8.2 Interés de las artesanas en gestión artesanal

Con respecto al interés de las artesanas en gestión empresarial, este es un tema de poco y limitado conocimiento sobre los temas en los cuales podrían capacitarse. Igual que en el anterior caso se les preguntó si estaban interesadas en continuar con la capacitación en gestión empresarial. Estos fueron los aspectos, que mencionaran libremente, en los cuales desearían capacitarse:

- Solo un 43% de las entrevistadas estaban interesadas en continuar su capacitación en gestión empresarial, aunque con bastantes diferencias entre distritos, siendo mayor en los distritos con mayor experiencia en la producción de artesanía comercial: Chucuito (55.6%), seguido de Platería (44.4%) y en menor proporción a Paucarcolla (35.3%).
- El tema de mayor interés estaba relacionado con la *organización empresarial* (26.5% de las que tienen interés en ser capacitadas en gestión empresarial), principalmente en Platería (33.3% del distrito) y Chucuito (30.0%), mientras es que en Paucarcolla solo fue de menor interés (16.7%), compatible con una menor experiencia en la artesanía comercial.

- En un segundo nivel de importancia mencionaron tres campos de capacitación: *Contable empresarial* (17.6%), siendo mayor en Platería (33.3%); *comercialización y mercado* (14.7%) siendo mayor en Paucarcolla (25%) y Chucuito (20.0%); y finalmente el *cálculo de precios* (11.8%), que es solicitado principalmente en Paucarcolla (25%).
- En un tercer nivel de importancia, se mencionó la capacitación para la *Exportación* (8.8%), siendo solo significativamente mayor el pedido de capacitación en bordados en el caso de las artesanas de Chucuito (20.0%).

Cuadro N° 65: Temas de interés para capacitación en aspectos de gestión

Distrito	Cálculo de precios	Organización empresarial	Contable empresarial	Comercialización y mercado	Exportación	Otros	Total
Chuchito	1	3	0	2	2	2	10
Paucarcolla	3	2	2	3	1	1	12
Platería	0	4	4	0	0	4	12
Total	4	9	6	5	3	7	34
Porcentaje	11.8	26.5	17.6	14.7	8.8	20.6	100.0

Nota: Los resultados de dos alternativas solicitadas a responder sin especificar temas

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 29: Temas de interés para capacitación en aspectos de gestión

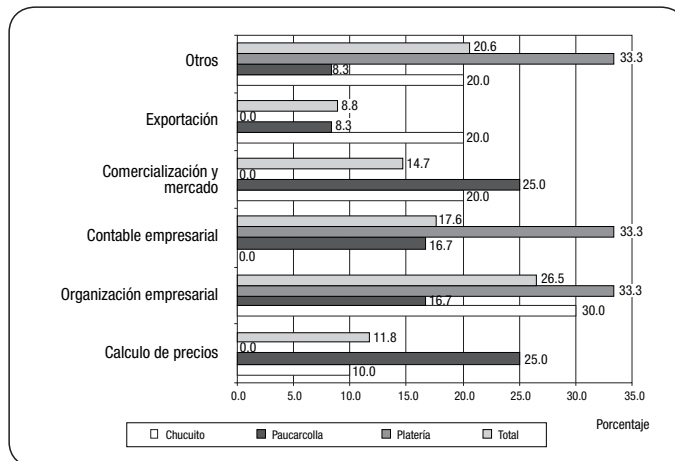


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.8.3 Interés de las artesanas en formación personal

En cuanto al interés de las artesanas en temas de formación personal, al igual que en aspectos de capacitación se solicitó que mencionaran libremente los temas en los cuales desearían capacitarse, obteniéndose los siguientes resultados:

- Las artesanas indicaron como primera prioridad el tema de *salud e higiene* (40.1%), con diferencias entre distritos: primeramente en Chucuito (46.9%), seguidos de Platería (38.8%) y Paucarcolla (37.5%), lo que es compatible con la prioridad de las madres por la salud de sus hijos.
- En segunda prioridad, se mencionó el tema de *autoestima y valoración* (27%), el cual es solicitado principalmente por el distrito de Paucarcolla (32.1%) y en segundo nivel por los distritos de Chucuito (25%), Platería (22.4%).
- En tercer nivel de importancia mencionaron cuatro campos de capacitación: *Liderazgo* (13.1%), siendo mayor en Platería (16.3%); *planificación familiar* (6.6%) siendo mayor en Platería (10.2%); *todos los temas* (4.4%), siendo mayor en el caso de Paucarcolla (8.9%); y finalmente en género (2.2%).

Cuadro N° 66: Temas de interés en formación personal

Distrito	Salud e higiene	Planificación familiar	Género	Liderazgo	Autoestima, valoración	Todos los temas	Otros	Total
Chucuito	15	1	0	4	8	0	4	32
Paucarcolla	21	3	1	6	18	5	2	56
Platería	19	5	2	8	11	1	3	49
Total	55	9	3	18	37	6	9	137
Porcentaje	40.1	6.6	2.2	13.1	27.0	4.4	6.6	100.0

Nota: Los resultados de dos alternativas solicitadas a responder sin especificar temas
Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas.

Gráfico N° 30: Temas de interés para capacitación en aspectos de formación personal

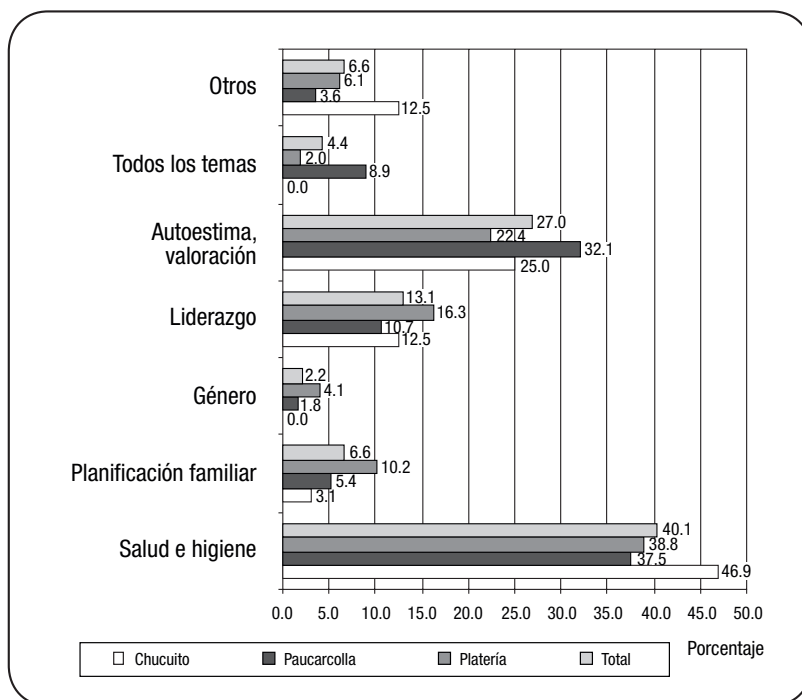


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.8.4 Interés en constituir su microempresa

Con la finalidad de contrastar la predisposición en asumir formas empresariales, se preguntó a las artesanas si estaban interesadas en constituir su microempresa, al respecto es de destacar lo siguiente:

- Las artesanas mayoritariamente están interesadas en constituir sus propias microempresas. Así, el 78.5% de las entrevistadas señalan que tienen interés en constituir una microempresa, por tanto solo el 21.5% no están interesadas.
- Existe un mayor interés en constituir microempresas en el distrito de Platería (92.6%), en segundo nivel en el distrito de Paucarcolla (76.5%), y en menor porcentaje en el caso del distrito de Chucuito (61.1%)

Cuadro N° 67: Interés por constituir su microempresa

Distrito	No	%	Si	%	Total	%
Chucuito	7	38.9	11	61.1	18	100.0
Paucarcolla	8	23.5	26	76.5	34	100.0
Platería	2	7.4	25	92.6	27	100.0
Total	17	21.5	62	78.5	79	100.0

Prueba estadística: Chi cuadrado, sig = 0.04 – Significativa

Cuadro laborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 31: Interés en constituir una microempresa artesanal

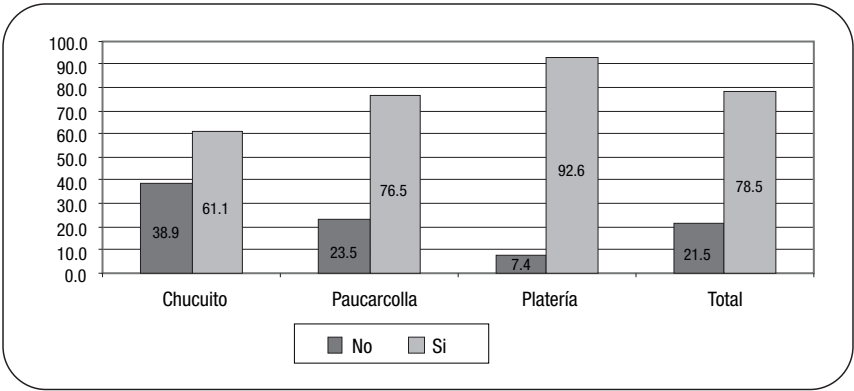


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Por otro lado, cuando se les preguntó en cuánto tiempo constituirían su microempresa, expresaron una tendencia que es conveniente resaltar:

- La gran mayoría de las entrevistadas señaló que pensaban hacerlo en un período de 1 a 2 años (44.3% del total), no existiendo mayores diferencias entre distritos: Platería (55.6%), y un poco menos en el caso de Chucuito (38.9%) y Paucarcolla (38.2%)
- En un segundo nivel se encuentran las respuestas de que lo harían en menos de seis meses (17.7% del total) y de seis meses a menos de 1 año (13.9%), sin mayores diferencias entre distritos.

Los anteriores resultados nos permiten señalar que las artesanas están entusiasmadas con iniciar su trabajo en forma empresarial; sin embargo, dado que se encuentran en un nivel inicial de implementación empresarial, no necesariamente se convertirán en empresarias independientes, sino que pueden ir trabajando el tema en una perspectiva de mediano plazo, con formas organizacionales aun no definidas.

Cuadro N° 68: En cuánto tiempo constituiría una empresa artesanal

Distrito	No contestó	En menos de seis meses	En menos de un año	De 1 a 2 años	3 ó más años	Total
Chucuito	38.9	11.1	11.1	38.9	0.0	100.0
Paucarcolla	23.5	20.6	14.7	38.2	2.9	100.0
Platería	7.4	18.5	14.8	55.6	3.7	100.0
Total	21.5	17.7	13.9	44.3	2.5	100.0

Prueba estadística: Tau b de Kendall, sig=0.709 - No significativa

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 32: Tiempo que demoraría en constituir una microempresa

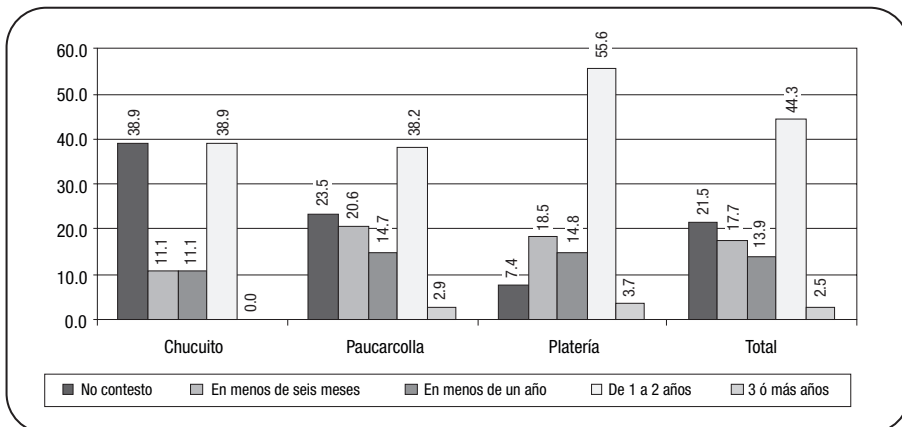


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

3.8.5 Visión de futuro de las artesanas

Finalmente, se les preguntó cuál era su visión a futuro, a través de la pregunta, con posibilidad de respuesta abierta: ¿En qué quisiera estar trabajando dentro de tres años?, ante lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

- La gran mayoría de las entrevistadas señaló que *seguirían trabajando en artesanías* (40.5%), con un porcentaje mayor en Chucuito (50.7%) y menores en Paucarcolla y Platería (38.2% y 37.0% respectivamente).
- En segundo lugar plantearon: *tener una empresa artesanal* (26.6% del total), con un porcentaje mayor en Platería (40.7%) y menor en los casos de Paucarcolla y Chucuito, (20.6% y 16.7% respectivamente).
- En tercer lugar señalaron: *tener una empresa artesanal y exportar* (17.7% del total), con un porcentaje mayor en los casos de Paucarcolla y Chucuito, (26.5% y 16.7% respectivamente) y significativamente menor en Platería (7.4%).
- En cuarto lugar indicaron: *ser promotoras de artesanías* (12.7% del total), sin mayores diferencias entre distritos.
- Solo en el caso de Chucuito (5.6% del distrito), respondieron que pensaban acondicionar su vivienda para el turismo, que no implicaría alejarse de la actividad artesanal.
- Igualmente, solo en un caso del distrito de Paucarcolla (2.9% del distrito) se manifestó la posibilidad de abandonar la actividad artesanal y viajar fuera de la zona.

Los anteriores resultados nos permiten ratificar la voluntad de las artesanas a continuar su trabajo en la actividad artesanal.

Cuadro N° 69: En qué quisiera trabajar dentro de tres años

Distrito	Seguirían trabajando en artesanía	Ser promotora de artesanía	Tener una empresa artesanal	Tener empresa y exportar	Viajar a otro sitio	Acondicionar su casa para turismo	Total
Chucuito	9	2	3	3	0	1	18
Paucarcolla	13	4	7	9	1	0	34
Platería	10	4	11	2	0	0	27
Total	32	10	21	14	1	1	79
Porcentaje	40.5	12.7	26.6	17.7	1.3	1.3	100.0

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Gráfico N° 33: En qué quisiera trabajar dentro de tres años

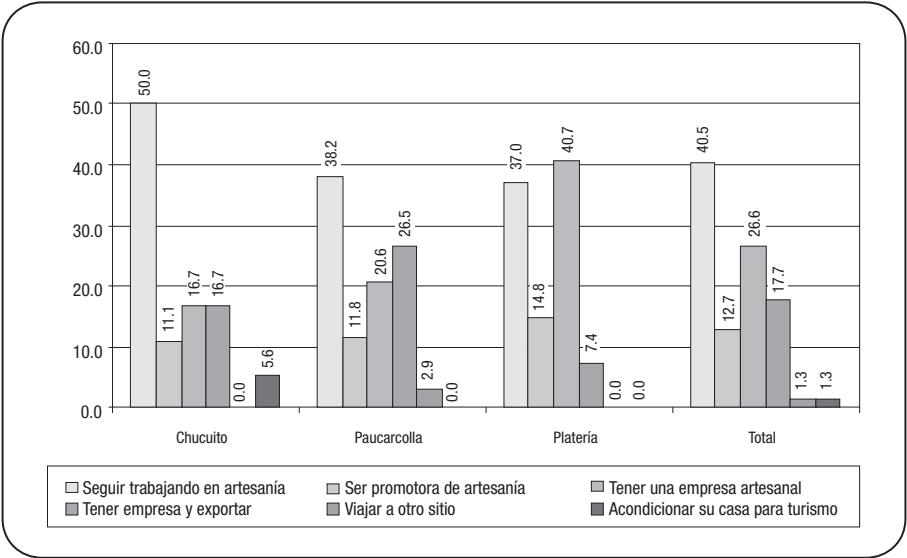


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de las encuestas a artesanas

Las perspectivas de las artesanas involucradas en las acciones del proyecto ratifican su posición y consideración de que el proyecto ha mejorado sus condiciones económicas y les ha empoderado en su familia y en sus organizaciones. De esta manera cumplen con el Tercer Objetivo del Milenio que busca eliminar las desigualdades de género, promoviendo la equidad

a partir del acceso a un empleo de calidad y vencer la pobreza; asimismo, mejorar sus ingresos económicos y fortalecer la participación ciudadana, promover el desarrollo humano y la valoración de las mujeres.

Para avanzar y consolidar lo iniciado por el proyecto, se necesitaría que el Movimiento Manuela Ramos pudiera conseguir una ampliación del proyecto o un nuevo financiamiento, dado que el tiempo de dos años resulta corto para afianzar los conocimientos, promover las competencias y consolidar la articulación comercial, aspecto que deberían ser los ejes de un nuevo proyecto.

IV. EL TURISMO Y LA ARTESANÍA

4.1 Evolución del turismo en la Región Puno

4.1.1 Demanda turística

A. Arribo de turistas a la Región Puno

La Región Puno cuenta con una tendencia creciente de arribos de turistas. En el año 1995 se registraron 186,289 turistas entre nacionales y extranjeros, con una permanencia promedio de 1.28 días. En el año 2011 se han registrado 688,710 turistas con una permanencia promedio de 1.33 días, registrándose en ese período un incremento de 502,421 turistas. Se ha casi cuadruplicado el número de turistas, aunque con marcadas diferencias entre el turismo nacional y el receptivo.

Cuadro N° 70: Arribo, permanencia y pernoctación del turismo nacional y extranjero. 1995 - 2011

Años	Arribos			Pernoctaciones			Permanencia		
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total
1995	133,619	52,670	186,289	167,796	71,358	239,154	1.26	1.35	1.28
1996	114,266	63,683	177,949	147,568	78,116	225,684	1.29	1.23	1.27
1997	130,300	64,801	195,101	171,899	85,395	257,294	1.32	1.32	1.32
1998	116,638	59,760	176,398	162,561	94,560	257,121	1.39	1.58	1.46
1999	135,388	87,267	222,655	179,175	129,029	308,204	1.32	1.48	1.38
2000	143,451	94,192	237,643	189,130	147,465	336,595	1.32	1.57	1.42
2001	151,102	88,590	239,692	196,942	137,580	334,522	1.30	1.55	1.40
2002	182,452	108,922	291,374	230,380	167,253	397,633	1.26	1.54	1.36
2003	203,262	122,992	326,254	254,295	189,645	443,940	1.25	1.54	1.36

2004	204,100	138,156	342,256	259,220	216,462	475,682	1.27	1.57	1.39
2005	216,822	162,504	379,326	275,949	252,554	528,503	1.29	1.55	1.41
2006	254,819	177,834	432,653	319,503	260,947	580,450	1.25	1.47	1.34
2007	306,841	207,877	514,718	395,351	308,411	703,762	1.29	1.48	1.37
2008	343,666	236,844	580,510	424,692	352,152	776,844	1.24	1.49	1.34
2009	370,778	207,948	578,726	451,327	316,522	767,849	1.22	1.52	1.33
2010	407,918	201,179	609,097	498,234	304,115	802,349	1.22	1.51	1.32
2011	414,943	273,767	688,710	502,753	411,731	914,484	1.21	1.50	1.33

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en el procesamiento de la información del MINCETUR

El turismo receptivo se ha incrementado significativamente en este período. Han pasado 52,670 turistas en el año 1995 a 273,767 turistas en el año 2011, lo que implica que el arribo de turistas casi se ha quintuplicado en este período. El turismo nacional, a su vez, se ha triplicado por estar más relacionado a la dinámica económica regional. Por otro lado, también el turismo receptivo se incrementó en el total de pernoctaciones de manera significativa debido al incremento del promedio de permanencia, mientras que en el turismo nacional el incremento ha sido menor.

Gráfico N° 34: Arribo de turistas nacionales, extranjeros y total a la Región Puno. 1995 - 2011

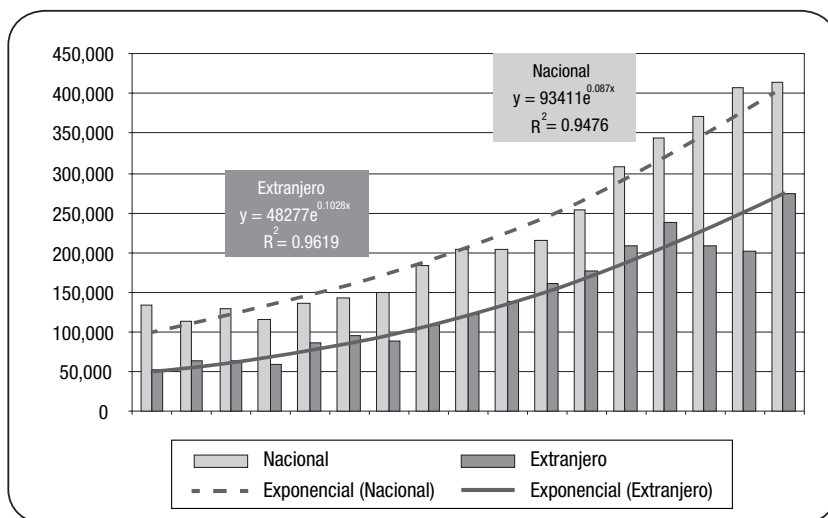


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

El flujo de turismo nacional en el año 1995 representó el 71.7% del arribo total de turistas, mientras que el arribo de turistas extranjeros solamente representó el 28.3%. Esta situación ha ido modificándose progresivamente; si bien para el año 2011 se incrementó el número de turistas nacionales, su participación porcentual en el total, ha disminuido al 60.2%, mientras que el turismo extranjero ha pasado a representar el 39.8% del total. Es conveniente resaltar esta situación para mostrar la importancia que va adquiriendo el turismo receptivo en la Región y sus consiguientes potencialidades para aportar al desarrollo de Puno, dado que es el que tiene un mayor gasto por día de acuerdo a los estudios desarrollados en el ámbito nacional.

Se han estimado las curvas de mejor ajuste para determinar las tendencias del arribo de turistas nacionales y extranjeros, determinándose que en ambos casos el mejor ajuste son ecuaciones exponenciales, mostrándonos las tendencias positivas del turismo en la Región.

De acuerdo a las proyecciones realizadas, se estima que se contará con un arribo de turistas para el año 2018 de 569,156 turistas extranjeros, que prácticamente duplicaría la afluencia turística a la Región Puno en 2011. En el caso del turismo nacional, el arribo de turistas también se proyecta en sentido positivo, aunque con menores niveles.

Gráfico N° 35: Proyecciones de arribo de turistas a la Región Puno 2012 - 2018

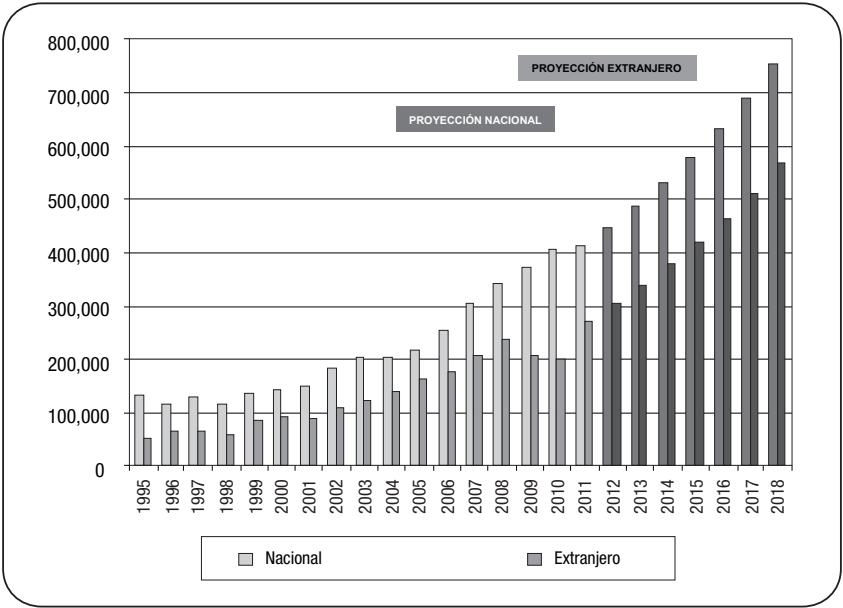


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

B. Pernoctaciones de turistas en la Región Puno

El crecimiento de las pernoctaciones de turistas extranjeros tiene igualmente una mayor tendencia de crecimiento, los que han pasado de 71,358 en 1995 a 411,731 en 2011 siendo mayor que las tendencias de crecimiento del arribo de turistas nacionales, que ha registrado 167,796 en el año 1995 y ha alcanzado a 502,753 en el año 2011. El incremento de arribos y pernoctaciones en el turismo extranjero se observa más nítidamente a partir

del año 1999, en que se pudo contar por parte de la demanda de una mayor sensación de la mejora de las condiciones de seguridad en Puno, que no son inmediatas en el tiempo por las características de la sensibilidad del turismo externo ante conflictos sociopolíticos, como se observa relativamente en los años 2009 y 2010.

Gráfico N° 36: Pernoctación de turistas nacionales, extranjeros y total. 1995 - 2011

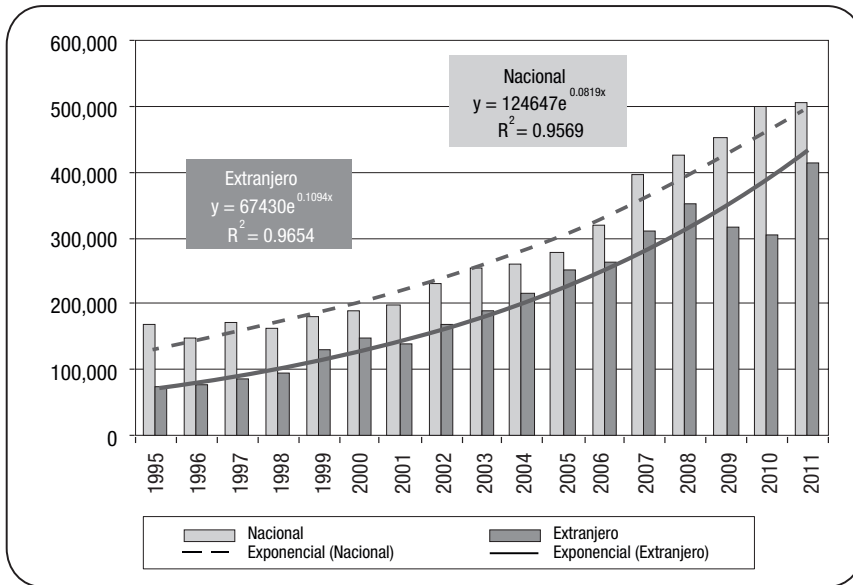


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

Gráfico N° 37: Proyecciones de pernoctación turistas en la Región Puno 2012-2018

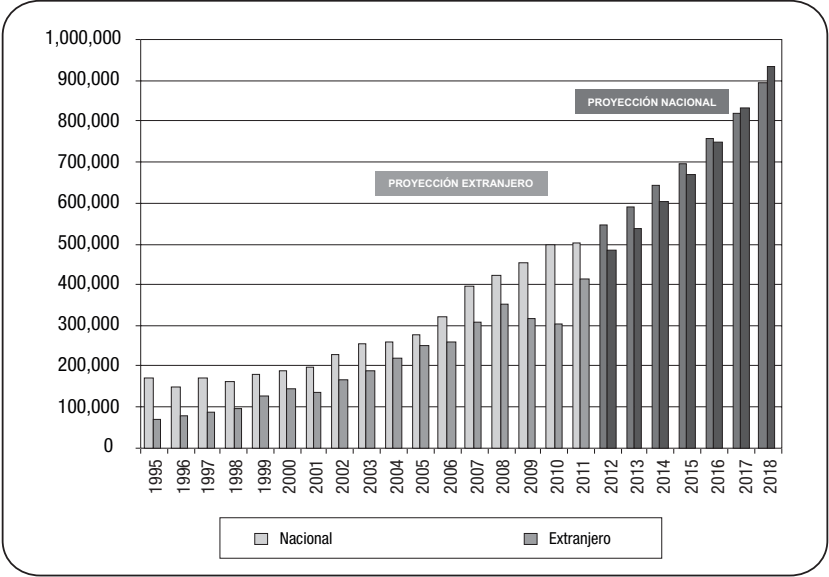


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

C. Permanencia promedio de turistas en la Región Puno

La dinámica de la permanencia promedio del turista nacional y extranjero tienen una tendencia al crecimiento lento en el caso del turismo receptivo y una tendencia a la disminución lenta en el caso del turismo nacional. Con estas tendencias, la permanencia promedio nacional disminuirá y la del turismo receptivo se incrementará, en ambos casos en niveles moderados.

Gráfico N° 38: Promedio de permanencia de turistas extranjeros, nacionales y total a la Región Puno. 1995 - 2011

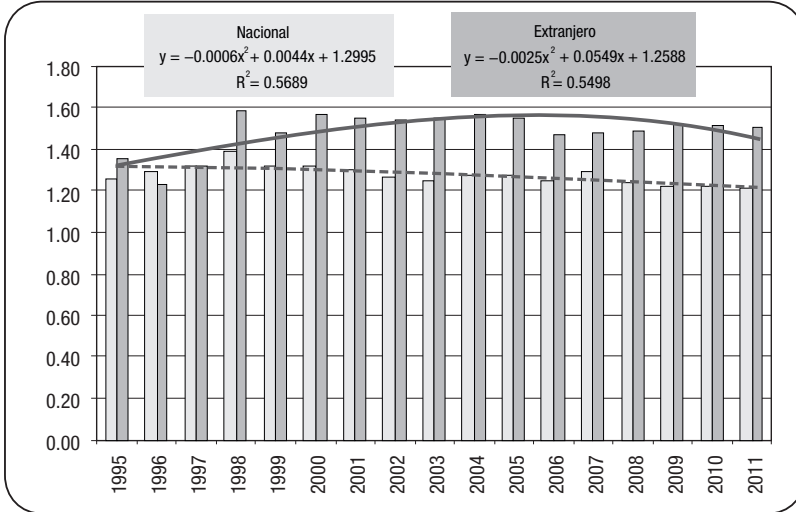


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

Gráfico N° 39: Proyección de permanencia de turistas extranjeros, nacionales y total 2012-2018

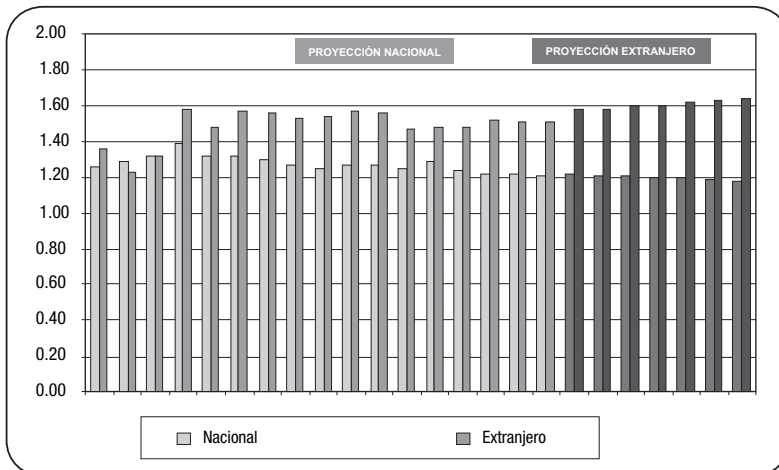


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

En el cuadro siguiente se presentan las proyecciones de arribo, permanencia y pernотación del turismo nacional y extranjero, del 2012 al 2018.

Cuadro N° 71: Proyecciones de turismo nacional y extranjero a la Región Puno. 2012 - 2018

Años	Arribo de turistas		Pernотación del turista		Promedio de permanencia	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
2012	447,201	307,156	544,401	483,132	1.22	1.57
2013	487,851	340,412	590,864	538,986	1.21	1.58
2014	532,195	377,268	641,293	601,298	1.20	1.59
2015	580,569	418,114	696,025	670,813	1.20	1.60
2016	633,341	463,384	755,429	748,364	1.19	1.61
2017	690,910	513,554	819,903	834,882	1.19	1.63
2018	753,711	569,156	889,879	931,401	1.18	1.64
2019	822,221	630,779	965,828	1,039,079	1.17	1.65

Cuadro elaborado equipo de consultoría basándose en la información del MINCETUR

4.2 Evolución del arribo de turistas a la provincia de Puno 1996-2011

La información para la provincia de Puno registra un comportamiento que marca diferencias con la tendencia regional; en este caso predominan los turistas extranjeros con relación a los turistas nacionales.

El turismo receptivo se ha incrementado significativamente en el período de 1996 a 2011, así pasó de 61,224 turistas en el año 1996 a 193,079 turistas en el año 2011, lo que implica que el arribo de turistas se ha triplicado en este período, mientras que el turismo nacional solo se duplicó pasando de 51,975 a 105,709 en los mismos años.

El flujo del turismo extranjero que arriba a la provincia de Puno, es prácticamente el mismo que llega a la ciudad de Puno, y que en promedio

constituye el 88.0% del turismo extranjero que arriba a toda la Región, con muy poca variabilidad en el comportamiento porcentual en el período de estudio, siendo sus aportes máximos en 1996 (96.1%) y los mínimos en 2011 (70.5%)

En contraposición, el turismo nacional que arriba a la provincia de Puno ha tenido una tendencia proporcionalmente decreciente, pasando de ser el 45.5% de los turistas que arriban a la región en el año de 1996, a representar solo el 25.5% en el año 2011. Este registro reporta la dinámica comercial y económica que es creciente en las provincias, en especial en la provincia de San Román.

Cuadro N° 72: Provincia de Puno: Arribo de turistas nacionales a establecimientos de hospedaje. 1996 - 2011

Año	Nacional	Extranjero	Total	% Nacionales	% Extranjeros
1996	51,975	61,224	113,199	45.5	96.1
1997	54,236	56,065	110,301	41.6	86.5
1998	51,716	57,660	109,376	44.3	96.5
1999	54,123	83,543	137,666	40.0	95.7
2000	56,418	87,153	143,571	39.3	92.5
2001	49,031	78,721	127,752	32.4	88.9
2002	58,597	94,760	153,357	32.1	87.0
2003	65,325	108,628	173,953	32.1	88.3
2004	62,825	122,529	185,354	30.8	88.7
2005	61,571	141,590	203,161	28.4	87.1
2006	68,060	154,666	222,726	26.7	87.0
2007	81,940	174,212	256,152	26.7	83.8
2008	91,378	198,773	290,151	26.6	83.9
2009	97,032	181,121	278,153	26.2	87.1
2010	102,547	177,218	279,765	25.1	88.1
2011	105,709	193,079	298,788	25.5	70.5

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información del MINCETUR

Se han estimado las curvas de mejor ajuste para determinar las tendencias del arribo de turistas nacionales y extranjeros, determinándose que en el caso del turismo nacional la curva de mejor ajuste es una curva polinómica, mientras que en el turismo extranjero la curva de mejor ajuste es una curva exponencial.

Gráfico N° 40: Arribo de turistas extranjeros, nacionales y total a la provincia de Puno. 1996 - 2011

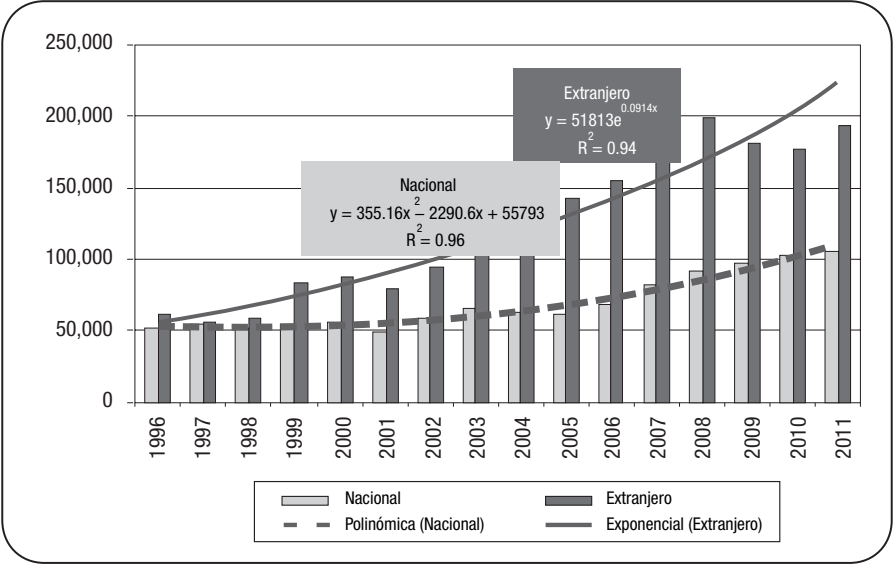


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

4.3 Los atractivos turísticos de Puno

El producto turístico viene a ser el conjunto de los elementos tangibles e intangibles puestos en el mercado para la satisfacción del turista, además de sus características intrínsecas incluye desde materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas hasta elementos de distribución y argumentos publicitarios.

El producto turístico es el conjunto de prestaciones de servicios que tiene como propósito satisfacer las expectativas del turista; comprende una serie de atractivos, facilidades y acceso que generan corrientes turísticas que implican los desplazamientos y otros servicios complementarios. Los atractivos son los recursos que han sido acondicionados para su aprovechamiento turístico.

En la provincia de Puno existen dificultades de acceso a los sitios y poblados rurales, insuficientes instalaciones turísticas, inadecuado manejo de desechos, escasa instalación de acceso para el transporte acuático, existiendo tradición en la oferta; por ello se corre el riesgo de que los productos turísticos comunes a todos podrían no satisfacer a nadie en el futuro.

4.3.1 Atractivos, potencialidad de mercado

La evaluación de los principales lugares de atracción turística en la provincia de Puno se detallan en el cuadro siguiente.

Cuadro N° 73: Situación actual de los recursos y atractivos turísticos

Atractivos y/o recursos	Nivel de atraktividad	Servicios básicos	Saneamiento ambiental	Estado de conservación	Potencialidad actual de mercado
City Tour	X	R	R	B	MB
Amantan	X	R	D	B	MB
Llachón	X	R	D	B	MB
Reserva Nacional del Titicaca	X	R	R	R	MB
Sillustani	X	D	R	R	MB
Taquile	X	D	D	R	MB
Uros	X	D	D	R	MB
Ciudad de Chuchito	X	R	B	B	B
Karina	X	R	R	B	B
Ticonata	X	R	D	B	B
Chifrón	X	R	R	R	B
Cutimbo	X	D	M	R	B
Ccotos	X	D	D	R	B
Escallani	X	D	D	R	R
Iscapataza	X	D	D	R	R

Luquina	X	D	D	R	R
Siale	X	D	D	R	R
Churo	X	M	D	R	R
Laguna de Umayo	X	D	D	D	R
San Luis de Alba	X	D	D	D	R
Atuncolla	X	M	M	R	R
Copamaya	X	M	M	M	R
Ichu	X	D	D	R	D
Laraqueri	X	D	D	R	D
Ojerani	X	D	D	R	D
Salcedo	X	D	D	R	D
Tunuhiri	X	D	D	R	D
Loripongo Ccollpa Apacheta	X	D	D	D	D
Mallku Amaya	X	D	M	M	D
Ccollacachi ex hacienda	X	M	D	D	D
Totorani	X	D	D	M	D

M = Malo, D = Deficiente, R = Regular, B: Bueno, MB= Muy bueno

Cuadro elaborado por el equipo consultor reajustado del Plan estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Puno al 2021

4.3.2 Planta turística

Siendo uno de los componentes más importantes para el desarrollo del destino, esta hará posible la dinámica de la actividad turística y en nuestra ciudad la oferta se incrementa en función de la demanda.

La planta turística está compuesta por el conjunto de elementos que permiten la permanencia y el disfrute de la estadía en el destino turístico. Incluye a los establecimientos que ofertan alojamiento, alimentación, amenidades y servicios complementarios. Por el acceso, está constituido por los elementos que el desplazamiento y observación del atractivo lo requieran, se le conoce como infraestructura turística, que incluye el sistema vial y los medios de transporte.

Los turistas que llegaron a Puno realizaron principalmente turismo cultural en 59.7%, ecoturismo 20.6%, turismo de aventura 12.7%, turismo místico 6.5%, turismo terapéutico 0.5%. Notamos que el turismo cultural tiene mayor demanda por la historia y las formas de vida de la población.

Gráfico N° 41: Actividades turísticas realizadas por turistas extranjeros en porcentaje

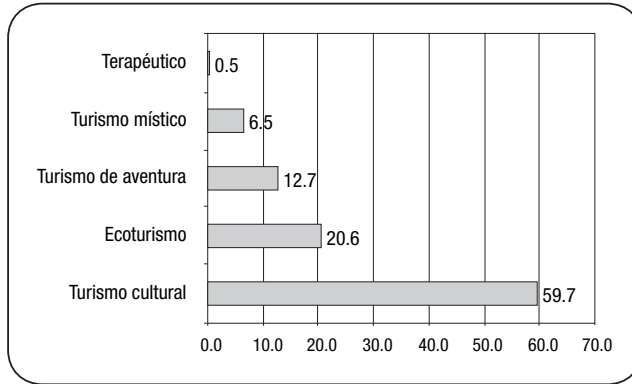


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

Como se puede apreciar en el Gráfico 41, los turistas que arribaron a Puno, visitaron en mayor proporción las Islas Uros, que es el más visitado por la cercanía a la ciudad en un tour de 3 horas incluyendo el paisaje del Lago Titicaca. Cuando los turistas llegan y realizan el paquete turístico (2 D 1 N) normalmente incluye Sillustani y Uros, por tener un fácil acceso.

Gráfico N° 42: Lugares más visitados por turistas extranjeros en porcentaje

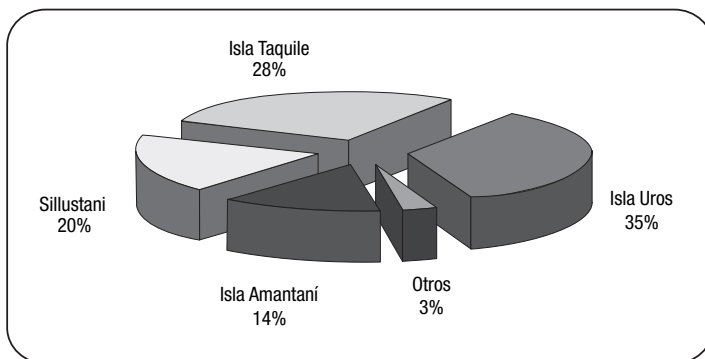


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

4.3.3 Ciclo de vida del destino turístico

Puno se encuentra en una etapa de desarrollo y crecimiento. La oferta se incrementa, hay nuevas opciones turísticas para diversificar el producto y se observa un incremento constante de la demanda de turismo receptivo, precisando que el turismo nacional está en una fase de lento crecimiento.

El fortalecimiento institucional toma importancia en función del desarrollo turístico regional existiendo mayor presencia en el nivel macro regional. Somos conocidos a nivel mundial por el Lago Titicaca y la cultura andina.

Gráfico N° 43: Ciclo de vida del destino turístico

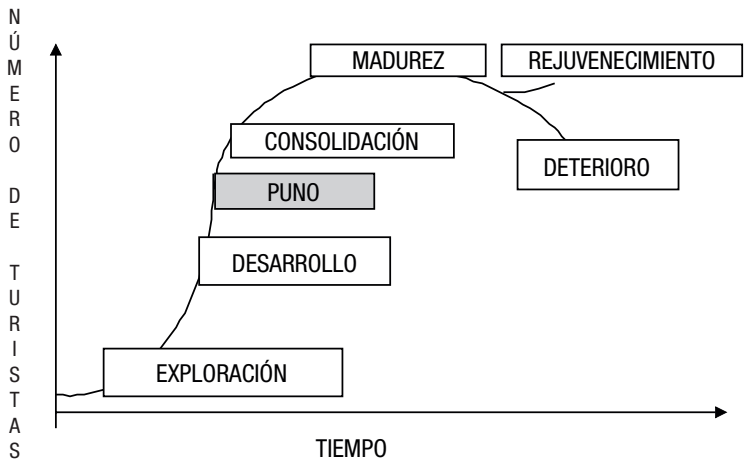


Gráfico tomado del Plan Estratégico de Turismo al 2021

Conocer la etapa de evolución del destino es importante para adaptar las estrategias a los cambios del mercado. Estas son diferentes en cada etapa, la de penetración al mercado requiere de mayor inversión en promoción y marketing, la etapa de crecimiento requiere afianzar los productos destino, la etapa de madurez, mejorar la posición competitiva, declinación y complementación de producto, etc.

Es preciso saber cuál es la situación del producto destino en función del ciclo de vida; aquí algunas precisiones de subproductos existentes:

Atractivos puestos en el mercado turístico.

- Isla de Taquile, fase de evolución espontánea con tendencia al estancamiento.
- Isla de Amantaní, etapa de crecimiento espontáneo.
- Islas Uros, etapa de evolución espontánea con tendencia al estancamiento.
- Llachón, etapa evolución de crecimiento.
- Ticonata, etapa de introducción.
- Sillustani, con evolución espontánea y tendencia al estancamiento
- Chucuito, etapa de introducción
- Karina, etapa inicial de introducción

Atractivos en etapa de inicio para su introducción al mercado

- Las comunidades de Iscapataza, Copamaya, Luquina, Churo a orillas del Lago Titicaca tienen un gran potencial para desarrollar turismo rural alternativo.
- Las comunidades de Ccotos, Siale, Capachica, entre otras, en la península de Capachica.
- La zona de Ichu- Ojerani - Salcedo es apta para diversas actividades turísticas relacionadas con misticismo, agroecología y biodiversidad, y turismo vivencial.

Se concluye que en el destino turístico la mayor parte de los subproductos están en una etapa de crecimiento, considerando que hay además nuevos productos en etapa de introducción. A la vez, no hay que perder de vista los posibles productos en etapa de declive, como los lugares en lo que se ha

desarrollado el turismo de forma espontánea, no planificada y por ello los efectos ambientales, sociales y antiestéticos contaminan el paisaje visual sin considerar la capacidad de carga del territorio.

Con un análisis del ciclo de vida del destino y de los subproductos, se genera la necesidad de mejorar la calidad y competitividad del producto integral de destino en función del mercado nacional e internacional, desarrollando capacidades que nos permitan tener ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Un producto turístico global es un conjunto de tangibles e intangibles que incluyen recursos, equipamientos, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos que son capaces de atraer a turistas y satisfacer sus motivaciones y expectativas.

4.4 Corredores turísticos en el ámbito de intervención

Podrían considerarse dos corredores turísticos en formación en el ámbito de intervención del proyecto: uno al norte, que lo podríamos denominar Sillustani - Atuncolla y otro al sur, comprendiendo a los distritos de Chucuito y Platería.

Ambos corredores en formación son parte de rutas turísticas mucho mas amplias, y en las cuales la mayor parte son aun recursos turísticos, sin haberse convertido aun en atractivos turísticos, ni formado un circuito o una ruta que cuente con infraestructura y servicios, que permitan su uso con fines turísticos.

4.4.1 Corredor Turístico Sillustani - Atuncolla

4.4.1.1 Recursos turísticos

Ubicado a 15 kilómetros al norte de la ciudad de Puno, cuenta con una diversidad de recursos naturales y culturales, como son el sitio arqueológico de Sillustani, Laguna Umayo, Chulpas de

Chingarani, Cueva de Chingarani, Catedral de San Martín, Cataratas de Totorani, Parque del Ccochamachu, Cañón del Barranca, Cerro Pucara, Cerro Jilanca, Cerro Sombreruni, Cerro de Chingarani, Huintitosmoccas.

De estos atractivos, el único puesto en el mercado es el sitio arqueológico de Sillustani.

Foto N° 21: Complejo Arqueológico de Sillustani



Foto: Internet

Foto N° 22: Laguna de Umayo



Foto: Internet

4.4.2 Corredor Turístico Chuchito - Platería

El distrito de Chucuito se encuentra ubicado al sur de la provincia y departamento de Puno, tiene como capital a la ciudad de las Cajas Reales de Chucuito, situada a orillas del lago Titicaca; se encuentra sobre la carretera Panamericana Sur a 18 km de distancia de la ciudad de Puno. En tanto que el distrito de Platería ubicado al sur de la ciudad de Puno, cuenta igualmente con una serie de recursos turísticos.

Los principales recursos turísticos son: Templo de Nuestra Señora de la Asunción, Templo de Santo Domingo, el Reloj Solar, la Cruz de la Inquisición, Cerro Atojja, Mirador de Chuchito. Turismo rural en Karina, Luquina y Churo, las playas de Charcas, entre otros.

Foto N° 23: Templo de Nuestra Señora de la Asunción



Foto: Internet

Foto N° 24: Playa de Charcas



Foto: Internet

Foto N° 25: Catedral de Chucuito



Foto: Internet

Los atractivos turísticos puestos en el mercado, son principalmente el turismo rural en Karina y Luquina.

4.5 Turismo en el Área Referencial

4.5.1 Arribo de turistas a Sillustani

El arribo de turistas a las chullpas de Sillustani en el período del 2005 al 2011 nos muestra un comportamiento bastante variable. Si bien es cierto que en todos los casos la afluencia de turistas extranjeros es mucho mayor que la del turismo nacional, en una proporción de 4 a 1, no existe una afluencia creciente ni sostenida debido a las dificultades de posicionamiento en el mercado. Actualmente llega a las chullpas la tercera parte (32.7%) de los turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Puno, y solo una sexta parte (14.9%) de los turistas nacionales.

Cuadro N° 74: Arribo de turistas a Sillustani y su relación con el arribo a la provincia de Puno

Años	Provincia Puno – Turistas			Sillustani – Turistas			Sillustani – Porcentaje		
	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total
2005	61,571	141,590	203,161	6,994	62,150	69,144	11.4	43.9	34.0
2006	68,060	154,666	222,726	10,197	52,364	62,561	15.0	33.9	28.1
2007	81,940	174,212	256,152	16,184	52,141	68,325	19.8	29.9	26.7
2008	91,378	198,773	290,151	12,188	79,931	92,119	13.3	40.2	31.7
2009	97,032	181,121	278,153	9,420	41,648	51,068	9.7	23.0	18.4
2010	102,547	177,218	279,765	16,155	48,091	64,246	15.8	27.1	23.0
2011	105,709	193,079	298,788	20,738	59,127	79,865	19.6	30.6	26.7
Promedio	86,891	174,380	261,271	13,125	56,493	69,618	14.9	32.7	26.9
Máximo	105,709	198,773	298,788	20,738	79,931	92,119	19.8	43.9	34.0
Mínimo	61,571	141,590	203,161	6,994	41,648	51,068	9.7	23.0	18.4
Desv. estándar	17,041	20,257	35,957	4,783	12,351	13,140	3.8	7.3	5.2
Coef. variabilidad	19.6	11.6	13.8	36.4	21.9	18.9	25.7	22.4	19.4

Fuente: Elaborado equipo de consultoría en base a la información del MINCETUR

Gráfico N° 44: Arribo de turistas a Sillustani y relación con el arribo a la ciudad de Puno

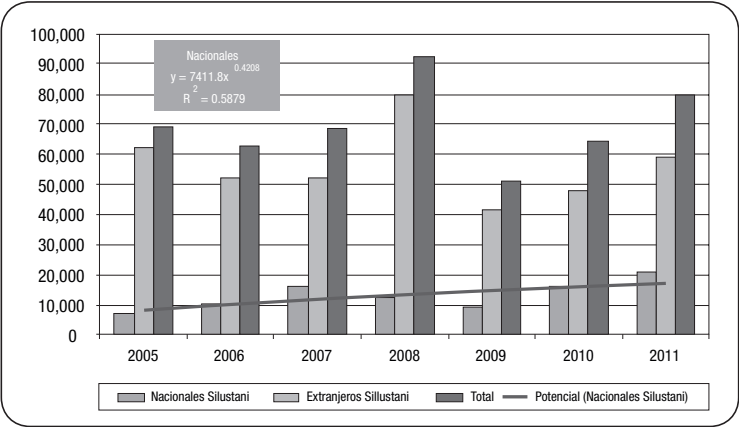


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

Se ha probado la definición de una línea de tendencia de arribo de turistas nacionales, extranjeros y el total mediante el análisis de regresiones, encontrándose que no se cuenta con una tendencia clara al respecto. Como se señaló en el párrafo anterior, solo existe una tendencia parcial en el caso del arribo de turistas nacionales. Lo anterior implicaría que se requiere realizar acciones de posicionamiento para garantizar una cierta sostenibilidad de la afluencia.

4.5.2 Balance de relación de los corredores turísticos y la actividad artesanal del proyecto

Si bien existe potencialidad para relacionar las actividades del proyecto con los corredores turísticos en formación, las principales dificultades al respecto son las siguientes:

- Son parte de corredores más amplios, el corredor turístico del norte de Puno y el corredor turístico del sur.
- Son parte de corredores en formación que requieren una fuerte promoción e inversión en recursos presupuestales.
- Los alcaldes han sido entrevistados por el equipo consultor, notándose que existe muy poco interés de parte de ellos por asumir la formulación de un proyecto de inversión pública; menos aún de financiar un proyecto turístico a nivel local. Ellos consideran que esta tarea debería ser asumida por instancias del nivel central o regional.
- El tipo de artesanía que se prepara actualmente con el proyecto, que es fundamentalmente muñequería, no cuenta con una demanda del turista que arriba a Puno.
- Actualmente el principal mercado de las artesanas, aparte del Movimiento Manuela Ramos, es la demanda ubicada en Juliaca, en el norte y Acora, en el sur.
- A futuro consideramos que deberían promoverse mecanismos de articulación comercial de las actuales artesanas del proyecto con tiendas artesanales ubicadas en la ciudad de Puno.

4.6 La artesanía en la Región Puno

4.6.1 La producción de artesanías

Puno es una región con gran potencial en la producción de tejidos en general, y de alpaca en particular debido a las condiciones agroecológicas para la producción de fibra de alpaca y lana de ovino, materias primas básicas para los tejidos. Complementa estas condiciones, la cultura ancestral que sigue viva y tiene entre sus principales manifestaciones la producción textil. Estos factores deben ser complementados con otras capacidades que se potencien o desarrollen para que la oferta exportable de tejidos de alpaca de Puno sea competitiva y sostenible. Son importantes las acciones de asistencia técnica para fortalecer las capacidades de las mujeres, como es el caso del presente proyecto de Manuela Ramos.

El rubro más significativo en la producción de tejidos son las chompas o suéteres. Otras prendas que se producen son: chalecos, gorros, chalinas, medias, guantes, escarpines, manoplas, estolas, chales, bufandas, juguetes, regalos etc., cuya calidad es heterogénea pero en un proceso de mejora tanto en acabados como en diseño. No existen estadísticas de producción actualizada; la última referencia es de 1999, año en el que la producción industrial del Perú fue de 2.6 millones de chompas, de las cuales se exportó 53%. La producción de chompas artesanales no fue registrada.

Cuadro 75: Número de establecimientos de artesanías en Puno. 1995 - 2012

Año	Nº de empresas	Acumulado
1995	13	25
1996	8	33
1997	9	42
1998	10	52
1999	8	60
2000	2	62
2001	3	65
2002	2	67
2003	2	69
2004	3	72

2005	2	74
2006	4	78
2007	9	87
2008	13	100
2009	6	106
2010	5	111
2011	6	117
2012	2	119

Fuente: Elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Municipalidad Provincial de Puno

No existen cifras de comercialización de artesanías en Puno. Para analizar la situación primero se consideró el crecimiento en el número de establecimientos de artesanías en la ciudad. Los resultados nos muestran que existe una tendencia creciente de establecimientos que han pasado de 25 en 1995 a 117 en el año 2011. A julio de 2012, se cuenta con 119.

Gráfico N° 45: Número de establecimientos de artesanías en la ciudad de Puno. 1996 - 2011

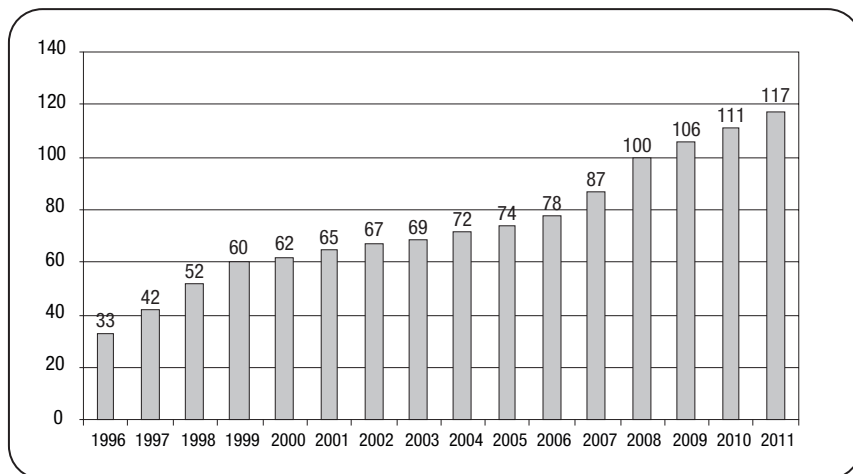


Gráfico elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la Dirección Regional de Turismo

Se ha efectuado el análisis de correlaciones entre la cantidad de establecimientos en la ciudad de Puno a partir de la información de licencias municipales de la Municipalidad Provincial de Puno, con diversas variables que tienen que ver con la información turística, considerándose las siguientes variables:

- Arribo de turistas nacionales a la región de Puno (Nac. Región)
- Arribo de turistas extranjeros a la región de Puno (Recep. Región)
- Total de arribo de turistas nacionales y extranjeros a la región de Puno (Total Región)
- Arribo de turistas nacionales a la provincia de Puno (Nac. Provincia)
- Arribo de turistas extranjeros a la provincia de Puno (Recep. Provincial)
- Total de arribo de turistas nacionales y extranjeros a la provincia de Puno (Total provincial)

Los resultados obtenidos nos muestran que existe correlación estadísticamente significativa entre la cantidad de establecimientos de artesanías en la ciudad y todos los indicadores antes señalados, dado que la presencia de establecimientos está en relación con la existencia de los clientes efectivos para este producto comercial.

Cuadro N° 76: Resultados del análisis de correlaciones entre establecimientos artesanales en la ciudad de Puno y arribo de turistas a la región y provincia de Puno

Correlaciones

		Estab acumul	Nac Región	Recep Región	Total Región	Nac Provincia	Recep Provincial	Total Provincial
Estab acumul	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 16	.967** .000 16	.939** .000 16	.966** .000 16	.938** .000 16	.937** .000 16	.954** .000 16
Nac Región	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.967** .000 16	1 16	.954** .000 16	.993** .000 16	.985** .000 16	.950** .000 16	.978** .000 16
Recep Región	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.939** .000 16	.954** .000 16	1 16	.983** .000 16	.921** .000 16	.985** .000 16	.985** .000 16
Total Región	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.966** .000 16	.993** .000 16	.983** .000 16	1 16	.971** .000 16	.974** .000 16	.991** .000 16

Nac Provincia	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.938** .000 16	.985** .000 16	.921** .000 16	.971** .000 16	1 16	.910** .000 16	.952** .000 16
Recep Provincial	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.937** .000 16	.950** .000 16	.985** .000 16	.974** .000 16	.910** .000 16	1 16	.993** .000 16
Total Provincial	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.954** .000 16	.978** .000 16	.985** .000 16	.991** .000 16	.952** .000 16	.993** .000 16	1 16

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

4.6.2 La exportación de artesanías

Las exportaciones que se realizan en la partida arancelaria 9503009900: Demás juguetes, modelos reducidos y similares para entretenimientos no eléctricos ni mecánicos muestra que el Movimiento Manuela Ramos figura entre las nueve principales empresas de 183 en total. lo cual le permite precisamente lograr la articulación comercial para la exportación que se ha alcanzado con las artesanas del proyecto.

Cuadro N° 77: Principales MYPES Exportadoras en la partida 9503009900

9503009900 – Demás juguetes; mod. reducidos y similares para entretenimiento no eléctricos ni mecánicos		
Empresa	% variación	% participación
	2011–2010	2011
Látex y plásticos SRL	50%	32%
AE1 S.A.	---	13%
Alego International SAC	1318%	6%
Naguska SRL	112%	4%
Dupree venta directa SA	---	3%
Pizarro Rivera Juana Luisa	562%	3%
Manos Amigas SA	1528%	2%
Exportaciones RYK SAC	---	2%
Movimiento Manuela Ramos	75%	2%
Otras Empresas (174)	---	26%

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de la SUNAT

De las 49 principales empresas exportadoras de la región de Puno, 19 exportan artesanías que son superadas solo por las empresas mineras. Dada esta situación, la formación que realiza el Movimiento Manuela Ramos resulta muy importante ya que prepara a las artesanas en un trabajo de calidad, más aún cuando se nota que gran parte de las artesanas del proyecto ya vienen produciendo para exportación.

Cuadro N° 78: Principales empresas exportadoras de la Región Puno FOB US\$

N°	RUC	Razón social	FOB USD 2010	Empresa artesanal
1	20363394541	MINERALES DEL SUR S.R.L.	264381403,72	NO
2	20406385397	SOCIEDAD MINERA RINCONADA SOCIEDAD ANONI	105249102,50	NO
3	20115122241	MINERO METALURGICO ANDINA S.A.C.	90760239,49	NO
4	20100140340	CONSORCIO MINERO S A CORMIN	11295428,89	NO
5	20118578415	CENT.DE COOP. AGR. CAF. VALLES SANDIA L	5806572,12	NO
6	20406339361	SOCIEDAD MINERA DE RESPONSABILIDAD LIMIT	4180602,86	NO
7	20391615323	CORPORACION MINERA ANANEA S.A.	3796275,04	NO
8	10024189592	CALLA BERNEDO JOVANA TORIBIA	3120129,58	NO
9	20491855020	INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	1399105,06	NO
10	10436466027	ZAPANA LIPA DAISY VERONICA	1157578,55	NO
11	20293860131	SUN PACKERS S.R.L.	560518,40	NO
12	20510344571	APLEX PERU E.I.R.L.	431268,46	NO
13	20415077565	LOUIS DREYFUS PERU S.A.	406675,19	NO
14	20498944907	TIANSI PERU S.A.C.	375368,00	NO
15	20465976561	ALISUR S.A.C.	145164,21	NO
16	20286516271	ARTESANIAS SUMAC PERU S.R.L	121092,63	SI
17	20322312688	ARAPA SAN PEDRO Y SAN PABLO S.A.C.	76431,64	NO
18	20447990149	CORPORACION PERUANA TITIKAKA SOCIEDAD CO	69097,78	SI
19	20406385478	ARTESANIA LANERA DEL PERU ANDINO S.R.L.	59863,20	SI
20	20517636968	QUECHUA FOODS S.A.C.	58170,00	NO
21	20448011080	ANDEANSOLROCKS S.A.C.	56700,00	NO
22	20448146252	GREAT MILLMA EXPORT E.I.R.L.	51705,60	NO
23	20447925321	ARTESANIAS Y TEJIDOS EL SOL E.I.R.L.	50863,76	SI
24	20406442021	ASOCIACION ARTESANAL ALPAQA APALLANI	43335,85	SI
25	20100136741	MINSUR S. A.	41918,86	NO
26	20230762091	ARTESANIAS PACHAMAMA S A	34282,50	SI

27	20517755975	AGRICOLA PERUANA DEL SOL SOCIEDAD COMERC	33441,60	NO
28	20406496032	MAQUINARIAS INNOVA SOCIEDAD COMERCIAL DE	32695,00	NO
29	20382056681	GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	31306,83	NO
30	20114942937	COOP. AGRARIA CAFETALERA SAN JUAN DEL ORO	20400,00	NO
31	20447999103	RUWAQMAKI PACHAMAMA E.I.R.L.	18593,70	SI
32	20364354887	ARTESANIAS ALPAZURY S.C.R.L.	18524,79	SI
33	20448192017	ARTESANIA SUMA ARTE PUNO E.I.R.L.	17474,30	SI
34	20406453066	Comunidad Alternativa de Servicios Integrales	9795,00	NO
35	20447604281	ASOCIACION ARTE AYMARA	9344,00	SI
36	20406470661	ARTESANIAS SUMACC PHACHA ANDINA EMPRESA	8498,50	SI
37	20449382359	ARTESANIAS NEVADOS DEL PERU EMPRESA INDI	6633,22	SI
38	10069959208	PUCUTUNI MACHACA HERMOGENES	6607,43	SI
39	20363588744	ARTESANIAS LOS NEVADITOS S.R.L.	6100,00	SI
40	10012845435	CUTIPA LIMACHE JUAN MANUEL	6079,70	SI
41	10463686152	CAIRA LUQUE RUDY WILSON	5916,00	SI
42	10064080968	VARGAS GUEVARA ALDO ALFONSO	5414,00	NO
43	20497883122	INKA TRENDS S.R.L.	4317,02	SI
44	10013271947	ZEI CHOQUECHAMBI OSCAR	3700,00	NO
45	20447935717	ARTESANIAS Y TEJIDOS AURELIA SOCIEDAD AN	2809,01	SI
46	20286219498	CENTRO CINDES	1737,00	NO
47	20520716310	C & S FINE ARTS PERU SOCIEDAD ANONIMA CE	980,00	NO
48	20447959063	ARTESANIAS TREBOL Y ARTE SOCIEDAD COMERC	949,94	SI
49	10239222639	LOPEZ FLOREZ TADEO CLAUDIO	299,50	NO
Total			493980510,43	

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría en base a información de PROMPERU

Por otro lado, de acuerdo a la información oficial existen 330 empresas exportadoras en Lima, Cusco y Puno. De estas, 161 exportan artesanías de juguetes y regalos, 303 exportan confecciones de tejidos de punto y 134 exportan los dos tipos de productos.

En el caso del departamento de Puno se cuenta con 6 Mypes empresas, de las cuales 5 exportan artesanías de juguetes y regalos, 6 exportan confecciones de tejidos de punto y 5 exportan los dos tipos de productos.

Cuadro N° 79: MYPES Exportadoras del departamento de Puno en artesanías de juguetes y regalos y confecciones de tejido de punto

Dpto.	MYPE	PRODUCTO	
		Artesanías de juguetes y regalos	Confecciones de tejidos de punto
Puno	Artesanía Lanera del Perú Andino S.R.L.	Si	Si
Puno	Artesanías Alpazury S.C.R.L.	No	Si
Puno	Artesanías Pachamama S.A.	Si	Si
Puno	Asociación Arte Aymara	Si	Si
Puno	Cutipa Limache Juan Manuel	Si	Si
Puno	Ruwaqmaki Pachamama E.I.R.L.	Si	Si

Cuadro elaborado por el equipo de consultoría basándose en la información de PROMPERU

4.7 El futuro de la comercialización artesanal a nivel local

En el futuro, la comercialización de las artesanías estará ligada al desarrollo de mercados para su mejor rentabilidad, con estrategias vinculadas al mercado turístico en la región. El incremento constante del turismo en los últimos años nos muestra que existe una mayor posibilidad de dinamizar la economía local e incrementar ventas. Para ello se requiere, a la vez, facilitar un mayor acceso a productos y servicios turísticos. El efecto multiplicador del gasto turístico posibilita un aumento en la calidad de vida de la población y, por su naturaleza, propende a la valoración del patrimonio y la artesanía.

El recurso humano dedicado a la artesanía requiere mayor capacitación en la creación y desarrollo de productos con calidad y a nivel empresarial, buscando su internacionalización y tratando en lo posible de optimizar sus condiciones competitivas y de mercado.

Es importante articular las comunidades o conglomerados de artesanos con los destinos turísticos. Según el perfil de turista elaborado por PROMPERÚ, los visitantes que consumen artesanías son principalmente aquellos que realizan actividades orientadas al turismo cultural y/o

vivencial. Por ello, esta acción propone focalizar las acciones de capacitación en desarrollo de productos, fortalecimiento institucional (Centro de Innovación Tecnológica - CITE) y promoción conjunta del producto en circuitos artesanales.

Es importante conocer la cuantificación, distribución y especialización de los artesanos textiles en la región, no solo para identificarlos sino también porque en el futuro se pretende generar empleo productivo inclusivo que permita un desarrollo humano sostenible.

Por ello se debe competir en el mercado con la mayor eficiencia posible y poner en marcha estrategias competitivas para lograr un mayor crecimiento de la empresa en el sector, integrando a proveedores, distribuidores o competidores en el ámbito de las artesanías

Se requiere diversificar el producto, adecuar este a las necesidades y tendencias de la demanda y protegerse frente a las amenazas del entorno, teniendo en mente un trabajo empresarial interactivo con visión prospectiva que considere el macro y micro entorno del sector económico.

Para un posicionamiento efectivo es preciso lograr estrategias competitivas de liderazgo en costos, diferenciación del producto y desarrollo de estrategias de enfoque, así como estrategias operativas, desarrollo del marketing, recursos humanos con calidad y manejo efectivo de costos y finanzas. Así también se requiere una estrategia de desarrollo de nuevos productos, de mercados, de integración, estrategias defensivas como los *joint venture* y otros, para hacer que el sector artesanal logre competitividad en el mercado regional, nacional e internacional.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. El área en estudio referencial se caracteriza por una población básicamente rural con poca población asentada en las capitales distritales, típica de áreas cercanas a centros urbanos importantes. Existe relativamente mayor proporción de mujeres frente a los hombres porque la emigración como la mortalidad es mayor en varones. La población distrital de referencia se caracteriza por contar con mayor población vulnerable por ser mayores de 65 años, con tendencias al envejecimiento y poca población juvenil.
2. Las principales actividades económicas que se realizan en el ámbito distrital referencial son la agricultura, ganadería, caza y silvicultura que representa el 63.9%, la segunda actividad realizada son las actividades manufactureras con el 11.7%, precisamente dentro de esta actividad, que incluye las actividades promovidas por el proyecto, la participación de la mujer es altamente significativa después de la actividad agropecuaria. En el área rural, el 24.6% de las mujeres participan en la actividad y solo 1.9% en el caso de los varones.
3. Las condiciones de vida se muestra en la pobreza monetaria aun cuando la incidencia de pobreza total en los tres distritos estudiados es mayor al promedio regional. En cuanto al gasto per cápita mensual es menor que el regional, denotando ambos indicadores las menores condiciones de estos tres distritos respecto al promedio regional. Según los otros indicadores de pobreza monetaria el distrito de Paucarcolla es el que menos condiciones presenta tanto en lo referido a incidencia de pobreza extrema, como en brecha de pobreza total y severidad de pobreza total.

4. En cuanto a los indicadores de pobreza no monetaria relacionado con las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), es de resaltar que los distritos de Paucarcolla y Platería presentan mayores porcentajes de población sin una y por lo menos dos necesidades básicas insatisfechas que el nivel regional, siendo los porcentajes de afectación mayores en Platería y ligeramente menores en Paucarcolla. Mientras que el distrito de Chucuito se encuentra en mejores condiciones relativas a los dos distritos anteriores, pero ello no indica que sean mejores que el promedio regional.
5. En el caso de los indicadores del hogar (Básicamente servicios de agua, luz, comunicación y otros), de los 10 indicadores seleccionados, Paucarcolla y Platería tienen indicadores más deficientes que el nivel promedio regional en 9 casos, siendo mayores las deficiencias en Paucarcolla, mientras que en el caso del distrito de Chucuito se tienen 5 indicadores más críticos que el nivel regional, pero relativamente mejores que en el caso de Paucarcolla y Platería.
6. La mayor parte de las artesanas no tiene mayor experiencia en la actividad artesanal y aproximadamente la mitad de ellas ha empezado la actividad artesanal con el proyecto de Manuela Ramos.
7. El empleo generado de enero a mayo comprende 21 semanas en Paucarcolla mientras alcanza a 17 semanas, para los distritos de Chucuito y Platería siendo el tiempo empleado de aproximadamente 3.3 horas promedio diarias.
8. El mayor problema para destinar más tiempo a la actividad artesanal son las múltiples ocupaciones de las artesanas y su triple rol, productivo, reproductivo y de gestión, los cuales tienen que cumplir con un conjunto de tareas y la sobrecarga del trabajo femenino.
9. Los ingresos obtenidos por las artesanas en las ventas realizadas a la Casa de la Mujer Artesana alcanzan en promedio 82.60 nuevos soles, sin diferencias estadísticas por distrito. A pesar de ello es conveniente resaltar que los mayores ingresos corresponden a las artesanas del distrito de Paucarcolla, por su priorización del trabajo

artesanal con Manuela Ramos. Estos ingresos aún son relativamente pequeños, considerando que la mayor parte de ellas no proviene de una experiencia en producción comercial de artesanías, y los productos elaborados son poco comunes en la artesanía en Puno al trabajarse básicamente juguetes y no chompas, guantes y chalinás para inclusive las artesanas con mayor experiencia.

10. Los ingresos obtenidos por las ventas realizadas a otros clientes llegan en promedio a tan solo 15.50 nuevos soles, sin diferencias estadísticas por distrito. Aunque existe una alta variabilidad, el principal mercado para estas asociaciones sigue siendo la articulación comercial que realiza la institución e inclusive para exportación. A futuro, la diversificación será importante para el crecimiento de los ingresos por artesanías
11. Las variables que explican los ingresos por ventas de la artesana se sitúan en dos aspectos: los meses de trabajo en el 2012 y los años en la actividad textil. Lo segundo tiene que ver con la experiencia anterior en la actividad artesanal, lo cual evidentemente la ha favorecido para adecuarse al nuevo tipo de actividad artesanal que desarrolla. Por tanto, esta experiencia previa facilita procesos pero no significa el único factor determinante, el cual está en función a la atención que le brinde la artesana y el apoyo de la familia al respecto.
12. Se han logrado capacidades técnicas importantes en las artesanas involucradas en el proyecto, dado que en el poco tiempo de desarrollo del proyecto se ha alcanzado articular la exportación a las 3 cuartas partes de las artesanas participantes en el proyecto, aspecto difícil de ser alcanzado en otros sectores y proyectos.
13. Las principales limitantes para el desarrollo artesanal son el tiempo y el acceso al mercado; el tiempo derivado de las múltiples ocupaciones de las mujeres como consecuencia del cumplimiento de sus roles familiares, ahora los roles productivos e inclusive los de gestión. En cuanto al acceso al mercado, este constituye un proceso que se irá mejorando con la experiencia de las artesanas.

14. La principal limitante que manifiestan las artesanas para incrementar la producción es que no tienen dónde vender la producción adicional que puedan realizar al margen de la que producen para la Casa de la Mujer Artesana (44.3%) y, en segundo lugar, mencionan que no saben a quién vender (12.7%). Ambas causas aluden a la poca experiencia anterior en ventas de otros productos artesanales. Un segundo grupo de limitantes para la comercialización está relacionado con la poca producción (10.1%), limitada disponibilidad de tiempo (7.6%) y poca calidad de acabado (3.8%). Finalmente, se debe señalar que hay un 10.1% de las artesanas que están disconformes con pago por pieza, principalmente en Chucuito y Platería, por sus mayores experiencias y otras alternativas de mercado con que cuentan, mientras que la fidelidad es mayor en el caso de las artesanas del distrito de Paucarcolla.
15. Respecto a la mejora de su situación económica, aproximadamente dos terceras partes de las artesanas señalan que la situación ha mejorado. Este resultado, de por sí, ya es importante dado el poco tiempo relativo que tiene el proyecto. Las que señalan que han mejorado bastante alcanza un 48.1% de las artesanas del distrito de Platería y 44.4% del distrito de Chucuito. Esto probablemente se base en que ellas tienen adicionalmente acceso a otros lugares de venta, mientras que en Paucarcolla, distrito en el cual la mayor parte de las artesanas recién se inicia en la artesanía el porcentaje es menor (32.4%).
16. Para el caso de Paucarcolla, el principal beneficio mencionado es el haber aprendido a tejer (58.8%), lo que traduce su apreciación al inicio de su actividad textil comercial. Para Chucuito, un 61.1% menciona la capacitación recibida. Para Platería, se mencionó el hecho de aprender a tejer (33.3%) y la capacitación recibida (26.5%). También se mencionó la mejora en el tejido y acabados (12.7% del total de artesanas), tener trabajo e ingreso (7.6% del total) y la formación en autovaloración y liderazgo (6.3% del total).
17. Respecto a la autovaloración, la gran mayoría de ellas considera que ha mejorado que alcanza al 91.1% de las artesanas. Este resultado

es crucial e importante, por cuanto se está produciendo una transformación social en este grupo de mujeres artesanas, que ubican la relación de pareja como una relación de mayor equidad. En el caso del distrito de Paucarcolla esta calificación alcanza prácticamente al íntegro de las artesanas (97.1%) y, por otro lado, la manifestación de que la autovaloración se mantiene similar solo es significativa en el caso del distrito de Chucuito, por tanto sería conveniente reforzar las acciones de valoración en este distrito.

18. Los cambios en la valoración de las artesanas por su pareja (Esposo o conviviente) nos muestran que la gran mayoría considera que ésta ha mejorado alcanzando un 62.5% de las artesanas (con pareja) siendo el porcentaje más alto el de Platería (78.3%) y más bajo el de Paucarcolla (48%). Estos resultados son importantes porque expresan que a pesar del corto tiempo de ejecución del proyecto ha sido posible que se consigan resultados en lo concerniente a la afirmación de una equidad de género no solo en las artesanas, sino además en sus esposos o convivientes que no son parte de las acciones de intervención del proyecto, constituyéndose un efecto importante del proyecto.
19. La explicación de los cambios en la valoración de la pareja, mediante el análisis de regresiones cuyo primer factor es el grado de instrucción de la pareja, en sentido positivo, (educación secundaria, o superior - primaria o sin instrucción); un segundo factor que es la diferencia de edades entre el varón y la mujer, encontrándose que esta relación es inversa, a mayor diferencia de edad tiende a existir una menor valoración; un tercer factor, tiene que ver con los ingresos económicos que genera la artesana por su trabajo, en sentido directo, a mayor ingreso una mayor valoración de la pareja. Finalmente, el cuarto factor tiene que ver con que si la artesana ocupa algún cargo en la asociación, en sentido inverso, las socias consideran que les valoran más que las que tienen cargo directivo.
20. En cuanto al interés de capacitarse a futuro en aspectos productivos, más de la tercera parte (33.8%) estarían interesadas principalmente en la capacitación para la *producción de chompas y prendas grandes*;

en un segundo nivel de importancia mencionaron tres campos de capacitación: *acabados y diseños* (19.7%), *variedad de muñecos* (17.6%), siendo mayor en el caso de Chucuito y, finalmente, la *variedad de puntos* (14.8%) y en un tercer nivel de importancia, se mencionaron: *Bordado* (5.6%), *Tejidos a Maquina* (2.8%) y *Manejo de colores* (2.8%).

21. En cuanto al interés de capacitarse a futuro en aspectos de gestión se tiene que solo un 43% de las entrevistadas respondió positivamente a la pregunta. El tema de mayor interés está relacionado con la *organización empresarial* (26.5%). En un segundo nivel de importancia mencionaron tres campos de capacitación: *contable empresarial* (17.6%); *comercialización y mercado* (14.7%); y finalmente *cálculo de precios*. En un tercer nivel de importancia, se mencionó: *Exportación* (8.8%).
22. En cuanto al interés de capacitarse a futuro en aspectos de gestión, surgió como la primera prioridad el tema de *salud e higiene* (40.1%). En segunda prioridad, se mencionó el tema de *autoestima y valoración* (27%). En tercer nivel de importancia se mencionaron cuatro campos de capacitación: *Liderazgo* (13.1%); *planificación familiar* (6.6%); *todos los temas* (4.4%); y, finalmente, en género (2.2%).
23. Las artesanas están interesadas en constituir sus propias microempresas en forma mayoritaria. Así el 78.5% de las entrevistadas señalan que tienen interés en constituir una microempresa y solo el 21.5% indicaron que no están aun interesadas. Por otro lado, cuando se les preguntó en cuánto tiempo constituirían su microempresa, la gran mayoría de las entrevistadas señaló que piensa hacerlo en un lapso de 1 a 2 años (44.3% del total).
24. En relación con su visión a futuro, con la pregunta ¿En qué quisieras estar trabajando dentro de tres años?, la gran mayoría señaló que *seguiría trabajando en artesanías* (40.5%). En segundo lugar, respondieron *tener una empresa artesanal* (26.6% del total). En tercer lugar, *tener una empresa artesanal y exportar* (17.7% del total). En cuarto lugar, *ser promotora de artesanías* (12.7% del total).

25. El proyecto ha mejorado las condiciones económicas y ha empoderado a las artesanas al interior de su familia y en sus organizaciones, cumpliendo con el Tercer Objetivo del Milenio. Es decir, buscar eliminar las desigualdades de género, promover la equidad a partir del acceso a un empleo de calidad y vencer la pobreza. Esto implica la mejora de sus ingresos económicos, fortalecer la participación ciudadana, promover el desarrollo y la valoración de las mujeres.
26. La Región Puno cuenta con una tendencia creciente de arribo de turistas. En el año 1995 se registraron 186,289 turistas entre nacionales y extranjeros, con una permanencia promedio de 1.28 días. En el año 2011 se han registrado 688,710 turistas con una permanencia promedio de 1.33 días, registrándose en ese período un incremento de 502,421 turistas. Así, se ha cuadruplicado el número de turistas, aunque con marcadas diferencias entre el turismo nacional y el receptivo. Las perspectivas de crecimiento a partir de la proyección realizada son importantes y favorables.
27. Se ha efectuado el análisis de correlaciones entre la cantidad de establecimientos en la ciudad de Puno a partir de la información de licencias registradas por la Municipalidad Provincial de Puno, con diversas variables que tienen que ver con el arribo de turistas nacionales, extranjeros y total a la región de Puno, e igualmente a la provincia de Puno. Los resultados obtenidos nos muestran que existe correlación estadísticamente significativa entre la cantidad de establecimientos de artesanías en la ciudad y todos los indicadores antes señalados, dado que la instalación de establecimientos de venta de artesanías está relación con la existencia de clientes potenciales y efectivos para este producto comercial.
28. Los principales atractivos turísticos puestos en el mercado en la Región de Puno son el Lago Titicaca y algunas islas y áreas en la ribera del Lago. Las zonas ubicadas del proyecto solo tienen una relativa significancia en el mercado turístico. . Los corredores turísticos en Puno son el corredor norte y el sur, los del ámbito de intervención son parte de estos y están todavía en formación (podríamos denominarlos

Sillustani – Atuncolla y Chuchito – Platería respectivamente, los que requieren fuerte apoyo presupuestal para su puesta en uso y valor. Los alcaldes distritales no consideran que podrían intervenir en estas acciones, siendo otras sus prioridades como la infraestructura o la producción agropecuaria. A futuro, para mantener una articulación de las actuales artesanas formadas con el proyecto consideramos que debería promoverse una articulación comercial con las tiendas artesanales de la ciudad de Puno y continuar con la exportación a través del Movimiento Manuela Ramos o la Casa de la Mujer Artesana.

29. Para avanzar y consolidar lo iniciado por el proyecto se requiere que el Movimiento Manuela Ramos consiga una ampliación del proyecto o un nuevo financiamiento, dado que el tiempo de dos años resulta corto para afianzar los conocimientos, promover las competencias y consolidar la articulación comercial, acciones que deberían ser los ejes de un nuevo proyecto.

