

Evaluación de impacto del proyecto Exp. 193

**“MEJORA DEL EMPLEO Y LOS INGRESOS,
PROMOVIENDO EL DESARROLLO CAPACIDADES
PRODUCTIVAS, COMERCIALES Y EMPRESARIALES
EN EL SECTOR TEXTIL PARA MERCADOS
TURÍSTICOS Y DE EXPORTACIÓN EN 05 DISTRITOS
DE LA PROVINCIA DE HUANCAYO” – PROTEGIDOS
JUNÍN**

**Ejecutado por ACONSUR
Asesoría, Consultoría y Negocios**

Presentado a Fondo Empleo por SASE Consultores SAC.

**VÍCTOR REVILLA CALVO
JOEL FRANCISCO GUTIÉRREZ GALLEGOS**

**LIMA – HUANCAYO
Julio – Agosto 2,011**

INDICE

I. Introducción

II. Antecedentes

- 2.1. Breve descripción del Proyecto
- 2.2. Indicadores del Proyecto
- 2.3. Objetivos del Estudio de Evaluación de impacto

III. Metodología

- 3.1. Enfoque del Estudio de Evaluación de impacto
- 3.2. Técnicas de recopilación de información utilizadas
- 3.3. Fuentes de información
- 3.4. Desarrollo de las actividades realizadas

IV. Resultados

- 4.1. Los empresarios
- 4.2. Los ejecutores
- 4.3. Los municipios y gobierno regional
- 4.4. Las beneficiarias, la encuesta

V. Conclusiones

I. Introducción.

La evaluación de impacto del proyecto Pro Tejidos – Junín se realizó entre los meses de julio y agosto del 2011, y la visita de campo entre los días 12 y 16 de Julio. Ésta se desarrolló en la Provincia de Junín, en los cinco distritos considerados en el documento de proyecto (Chilca, Huancán, Sapallanga, Viques, Huayucachi) y en los de Chupaca, Huancayo, Pilcomayo y El Tambo. No se contó con el acompañamiento del equipo del proyecto pues, como se explica líneas abajo, éste se encontraba paralizado más de dos meses, ni se contó con información mínima sobre las beneficiarias. Sin embargo, se pudo entrevistar a las socias de la Asociación de Artesanos Textiles Llamkasum Perú en su tienda del Centro Comercial Huancayo Real y a personal de dos empresas de tejido a máquina. Con las beneficiarias y beneficiarios se organizaron entrevistas grupales, en que se aplicó la encuesta y se generó una discusión que permitió tener una apreciación bastante precisa de su percepción sobre el efecto del proyecto. También se entrevistó a representantes de las instituciones asociadas al proyecto y a las autoridades locales relacionadas con el tema de la confección textil.

Unos meses atrás, en enero del presente año, el Área de Monitoreo Financiero de FONDOEMPLEO realizó una visita a las oficinas de ACONSUR y revisó la documentación enviada posteriormente, desaprobando la gestión administrativa y financiera de la Institución. El proyecto, que había recibido la calificación de aprobado en el último informe de monitoreo externo, fue suspendido el 22 de febrero junto con otros dos proyectos de ACONSUR. El 24 de mayo FONDOEMPLEO levantó la suspensión del proyecto y fijó como nueva fecha de cierre el 11 de julio.

Sin embargo, luego de la suspensión en febrero, la ejecución del proyecto continuó por dos meses (hasta abril) y el levantamiento de la suspensión no significó que se reiniciaran las actividades, de modo que el 12 de julio (fecha de la visita del equipo de evaluación) el proyecto no llevaba un día sino más de dos meses de paralización.

En el mes de Junio ACONSUR había presentado un Plan de Cierre del Proyecto Pro Tejidos Junín en el que informaba que se había alcanzado la cantidad programada de beneficiarias en tejido a mano (550 artesanas) y 29 empresas de máquina con un grupo mayor o igual a 150 entre operarios y propietarios. Informó además que *“Se cuenta con un software de registro individual que a la fecha se viene alimentando con las artesanas que se mantienen firmes y en constante vinculación con el Proyecto, debido al incremento de nuevas artesanas para prever las posibles deserciones, que todavía no han sido digitadas, del mismo modo, **las encuestas sobre ingresos por ventas**, que se aplicaron a las líderes tejedoras, se encuentran en proceso de digitación para su tabulación. Esta será de mucha relevancia para observar el proceso de crecimiento en relación a los resultados o metas de propósito del Proyecto. Par este efecto se cuenta con las consultorías de Base de Datos y Sistematización”* Sin embargo, para la evaluación de impacto no se contó con esta información ni la gerencia de ACONSUR proporcionó ninguna otra que hubiera podido facilitar la ubicación de las personas involucradas o de las beneficiarias del proyecto.

II. Antecedentes.

2.1. Breve descripción del Proyecto.

El fin del proyecto es mejorar las condiciones de vida de las artesanas tejedoras de siete distritos de la provincia de Huancayo en el departamento de Junín.

Es el propósito del proyecto **contribuir a que las artesanas de Huancayo dedicadas al tejido a palitos y a máquina incrementen sus ingresos** a partir de **mejorar su competitividad y acceso al mercado.**

Componentes:

1. Mejoramiento de calidad e incremento de la productividad
 - Convocatoria y selección de artesanas de tejidos.
 - Capacitación y asistencia técnica a tejedoras
 - Capacitación y asistencia técnica a líderes
 - Desarrollo del Taller Eficiente
 - Desarrollo de productos
 - Mejora continua en el taller
2. Vinculación comercial a mercados turísticos y de exportación
 - Desarrollo de mercados
 - Capacitación en fuerza de ventas
 - Desarrollo de marcas
 - Acciones de Promoción comercial
 - Elaboración de página web del proyecto
 - Participación en ferias nacionales
3. Promoción de asociatividad y concertación público privada
 - Promoción de la asociatividad
 - Competitividad del sector textil

Nombre del proyecto	Mejora del empleo y los ingresos, promoviendo el desarrollo capacidades productivas, comerciales y empresariales en el sector textil para mercados turísticos y de exportación, en 05 distritos de la provincia de Huancayo – PROTEJIDOS JUNIN
Institución proponente	INCATOPS, ADEX, SUMAC WARMI, Gobierno Regional de Junín y ACONSUR (Responsable de la ejecución) Dirección: Calle Horacio Urteaga # 1727, Jesús María, Lima 11
Ámbito	Departamento de Junín, Provincia de Huancayo, distritos de Chilca, Huancán, Sapallanga, Viques y Huayucachi, incluyendo luego los de Chupaca, Chupuro, Hualhuas, Huancayo Pilcomayo y El Tambo así como la cárcel de mujeres en la Provincia de Concepción.
Participantes	580 tejedoras tejido a mano 38 líderes tejidos a mano 52 tejedoras a máquina 30 líderes tejidos a máquina Total: 700 mujeres
Plazo	2 años y 6 meses
Monto solicitado y contrapartidas	Costo Total S/.1'456,792.00; Fondoempleo S/. 1'000,000.00 (68.64%) y contrapartida S/. 456,792.00 (31.36%)

2.2. Indicadores del Proyecto.

De Finalidad.

Al final del proyecto se ha contribuido a mejorar el Índice de Desarrollo Humano de la población involucrada a estadísticas superiores a 0,6069 (Chilca), 0,6065 (Huancán), 0,5831 (Sapallanga), 0,5809 (Viques) y 0,6016 (Huayucachi).

Es poco probable que la variación del *Índice de Desarrollo Humano de la población involucrada* se pueda atribuir a la actividad de un proyecto de menos de un millón y medio de soles. Si todos los recursos del proyecto se hubieran concentrado en un sólo distrito, El Tambo. Por otra parte, la expresión “*se ha contribuido a mejorar*” no define un indicador cuantificable y, por último, tampoco es oportuno pues el PNUD publica su IDH con rezago de un año. En todo caso, las cifras del cuadro 5.1 no muestran que haya habido crecimiento del IDH, y menos un crecimiento importante.

De Propósito.

1. *Al final del proyecto se ha incrementado el ingreso promedio de 700 tejedoras/res en 116% de una base promedio de S/50, S/. 100.- S/ 150.- a S/.108.-S/.216.- y S/.324.- respectivamente según el grupo socioeconómico.*

La forma en que se debe haber alcanzado este objetivo se describe en el *Cuadro N° 6* del documento de proyecto, que se transcribe a continuación:

Variación de Ingresos con la Intervención del Proyecto

Característica de los beneficiarios		Total	Promedio ingreso <u>sin el proyecto</u> (S. /mes)	Promedio ingresos <u>con el proyecto</u> (S/, mes)	Total ingreso actual (S/. año)	Total ingreso final asignado al proyecto (S/. año)
Tejido a mano	Grupos Nuevos (Líderes)	18	0	300	0	64,800
	Integrantes por grupo (10)	180	0	200	0	432,000
	Grupos Existentes (Líderes)	20	280	500	67,200	120,000
	Integrantes por grupo (20)	400	150	300	720,000	1,440,000
Tejido a Máquina	Talleres existentes (MYPES)	30	1,100	1,550	396,000	558,000
	Tejedoras/es (2)	52	300	550	187,200	343,200
Total beneficiarias/os		700	163	352	1,370,400	2,958,000
			116%			

2. *Al final del proyecto se han generado 198 nuevos puestos de trabajo.*

Además de estos 198 nuevos puestos, 502 de las 700 tejedoras textiles mejoran sus puestos de trabajo.

3. *Al final del proyecto se han mejorado las capacidades productivas y de gestión de 700 mujeres.*

No es éste un indicador verificable objetivamente porque no se describe con precisión cómo se mide la mejora de las *capacidades productivas y de gestión* de las 700 beneficiarias ni se define a partir de qué nivel se puede decir que una beneficiaria ha *mejorado* sus capacidades, ni se distingue entre los diferentes grupos de beneficiarias. Sin embargo, en el documento de proyecto sí se especifica que se trata de *mejorar la cantidad y calidad de sus productos e incrementar la productividad de los talleres de tejido*, de modo que se debería medir las capacidades por sus resultados.

En el archivo Excel “Cuadro de capacitadas” se distingue entre beneficiarias capacitadas y en proceso. No se especifica qué condiciones se deben cumplir para adquirir la categoría de capacitada, pero la valla debe ser alta porque un año después de iniciado el proyecto ninguna había alcanzado dicha categoría, a pesar de que algunas habían recibido cursos avanzados como Diseño y alta costura, Desarrollo de una colección y Enmalle.

Ahora bien, en el rubro de confecciones (donde la moda es una variable determinante) puede ser poco relevante la medida de la cantidad (Kilogramos de confecciones, por ejemplo) y la calidad que interesa tomar en cuenta (que depende de las preferencias de los consumidores) se debe reflejar en los precios obtenidos y, como los ingresos son el producto de cantidades por precios, la mejora de las capacidades ya habría sido medida por el indicador N° 1 de la presente lista.

Por ello, y a falta de una medida precisa del indicador, algunas preguntas de la encuesta aplicada están relacionadas con las capacidades productivas y de gestión, de modo que las respuestas son indicadores cualitativos y cuantitativos. Esto se podrá notar más adelante al momento de comparar los resultados obtenidos con los de la encuesta de línea de base.

2.3. Objetivos del Estudio de Evaluación de Impacto.

El principal objetivo del Estudio es generar datos que permitan realizar comparaciones con los datos obtenidos en la evaluación de línea de base con la finalidad de establecer los efectos e impactos del Proyecto. Para estos se requiere:

- Aportar información de la situación actual: precisar las condiciones de vida y producción en las que operan las diferentes organizaciones y empresas/talleres que se dedican a la actividad de la confección textil, las condiciones de su entorno físico, así como la caracterización de su dinámica social, para la comparación con la situación sin proyecto.
- Recoger información socioeconómica de los beneficiarios y determinar los indicadores que reflejen los cambios en el desarrollo de capacidades (asociatividad y gestión) y habilidades (destrezas técnicas) para elevar la productividad y la oferta.

En resumen, los objetivos específicos de este Estudio son:

- Ofrecer información precisa y oportuna sobre la situación al fin del Proyecto.
- Generar datos cualitativos y cuantitativos confiables y suficientes para cumplir el objetivo principal.

III. METODOLOGIA

3.1. Enfoque del Estudio de Evaluación de Impacto.

El Estudio debe permitir evaluar la situación al final del proyecto para contrastarla con la situación al inicio, recogida por la evaluación de la Línea Base, es decir, haciendo una comparación longitudinal de la población beneficiaria del Proyecto. Este tipo de análisis resulta fundamental para medir el impacto generado por el Proyecto durante el periodo de su intervención con la población beneficiaria.

Para el presente estudio, la metodología seguida ha incluido:

- Lectura de documentos relacionados al proyecto y a la situación de la manufactura en Huancayo
- Entrevistas a algunos funcionarios ejecutores del proyecto, artesanos y socios.
- Aplicación de encuestas a artesanos y artesanas beneficiarias.
- Entrevistas a funcionarios gubernamentales

3.2. Técnicas de recopilación de información utilizadas.

Para la realización del Estudio se utilizaron técnicas cualitativas y cuantitativas a fin de obtener información confiable y oportuna.

3.2.1. Con las técnicas **cualitativas** se ha buscado describir actitudes, creencias, comportamientos y percepciones de los entrevistados. En el estudio se efectuaron reuniones con tejedoras de diferentes distritos, para lo cual se asistió a reuniones de las beneficiarias líderes con sus grupos de tejedoras. Además de estas visitas, se han sostenido entrevistas con algunos funcionarios, líderes y otras personas relacionadas con el proyecto y con funcionarios de municipalidades y del Gobierno Regional.

3.2.2. Para el recojo de la información **cuantitativa** se aplicó la encuesta utilizada en el estudio de línea de base, que incluye preguntas claves para construir los indicadores relevantes del Estudio, y se añadieron algunas en función de las condiciones particulares en que se realizó la presente evaluación. Esta encuesta se aplicó a las tejedoras líderes y a las tejedoras beneficiarias para recoger su situación socioeconómica así como aspectos relacionados a la asociatividad, habilidades productivas y capacidades de gestión.

3.3. Fuentes de Información.

Se ha considerado tanto fuentes primarias como secundarias.

En el caso de las fuentes primarias tenemos las encuestas y reuniones grupales con las artesanas en las diferentes comunidades, así como con las instituciones públicas y privadas que brindan asesoramiento técnico al sector confecciones artesanales: municipalidades, programas de desarrollo social, etc.

En el caso de las fuentes secundarias se ha recurrido a información complementaria: estudios sobre el sector, informes de las instituciones públicas y privadas: estudios y planes de desarrollo de las municipalidades, de la Dirección Nacional de Artesanías del MINCETUR, ADEX y ONGs del sector.

1. El formulario de la encuesta se puede ver en el anexo 1.
2. Para la aplicación de encuestas el ingeniero Joel Gutiérrez permaneció en la zona durante más de dos semanas.
3. Las encuestas se aplicaron aprovechando la realización de reuniones de trabajo. La aplicación de encuestas a las líderes permitió validar y hacer algunos ajustes a la encuesta aplicada a las tejedoras.
4. Las reuniones con el personal de ACONSUR, los empresarios y los funcionarios de las municipalidades se han realizado durante la permanencia en Huancayo.
5. El recojo de la información secundaria se dio desde el inicio de este estudio para proceder luego a la revisión de los documentos respectivos: informes y documentos de estudio de los ministerios y otras instituciones como ADEX.
6. Procesamiento y vaciado de la información, revisión de la calidad de la misma y elaboración de los cuadros estadísticos.
7. Redacción del documento final.

3.4. Desarrollo de las actividades realizadas.

3.4.1. Entrevistas.

3.4.1.1. Funcionarios y líderes de ACONSUR entrevistados:

- María Helena Heredia: Responsable de Comercialización
- Madeleine Yangali Cordero: Secretaria Administrativa
- Adela Mónica Cotarma Martínez: Encargada de tejido a máquina, Pro Tejidos Junín
- Nereo Zenobio Huamán Córdor: Presidente Comité Tejido a Máquina, Pro Tejidos Junín
- Samuel Boza Huamán: Secretario Comité Tejido a Máquina, Pro Tejidos Junín
- Celia Bravo de Hidalgo: Fiscal Comité de Tejido a Mano, Pro Tejidos Junín (Llamkasum)
- Dalila Cotrina Castiglione: 2 Vocal Comité Tejido a Mano, Pro Tejidos Junín (Llamkasum) y Secretaria de la Mesa de Artesanía Textil
- Yolanda Olga Solís de Pinedo: Secretaria Comité Tejido a Mano, Pro Tejidos Junín (Llamkasum)
- Nélide Llanos Anco: Presidenta Comité Tejido a Mano, Pro Tejidos Junín (Llamkasum) y Tesorera de la Mesa de Artesanía Textil
- Marco Ramírez Rojas: Manager Compañía Peruana Nacional Textil, empresa asociada al proyecto.

3.4.1.2. Entrevistas a funcionarios del gobierno:

- María Palacios: Directora(e) del área de Artesanía, DIRCETUR
- Aldrin Zárate Bernuy: Gerente de Desarrollo Económico, Gobierno Regional
- Yoni Palacios Lazo: Alcalde de Chilca, Ex Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad y Presidente de la Mesa de Artesanía Textil

3.4.2. Documentos revisados:

- Proyecto Pro Tejidos (versión final)
- Informes mensuales institucionales
- Padrón de beneficiarias
- Plan Estratégico Regional de Exportación
- Plan de Promoción de Inversiones de la Región Junín. Gobierno Regional de Junín ProInversión. Huancayo, 2008
- Informe de Estudio de Línea de Base
- Informes de monitoreo externo
- Informe Técnico Trimestral X. ACONSUR. Febrero-Abril 2011.
- Plan de Cierre del Proyecto. ACONSUR. 2011

3.4.3. Aplicación de encuestas.

El siguiente cuadro recoge el número de beneficiarias (líderes y no líderes) encuestadas por distrito, tanto en la presente evaluación como en la de línea de base y, como referencia, se incluyen tres columnas con los datos del padrón de ACONSUR al inicio del proyecto, el número de capacitadas a un año de iniciado éste y el número de las destinatarias a los dos años de ejecución. Por último, la relación en porcentaje entre el número de elementos de la muestra y el número de destinatarias consignado en el sexto y último informe de monitoreo externo.

Se puede apreciar que hay beneficiarias en siete distritos que no están considerados entre los cinco identificados en el proyecto y que en dos de éstos (Huancayo y Tambo) se encontraba el 40% de las beneficiarias. Sin embargo, como la incorporación de estos distritos al ámbito de aplicación del proyecto se realizó en una etapa temprana, la encuesta de línea de base los incluyó (como se puede apreciar en el cuadro adjunto) de modo que el universo estadístico de ambas muestras es similar y, por lo tanto, sería comparable.

Sin embargo, por las circunstancias señaladas líneas arriba, sólo se entrevistó a las beneficiarias que luego de dos meses de paralización del proyecto se mantenían en una organización, lo cual sesga inevitablemente la muestra. Por ejemplo, existían dos tiendas de beneficiarias de tejido a mano que trabajaban dos grupos, “nuevas” y “antiguas”, pero al momento de la visita sólo seguía operando el grupo de las más experimentadas, lo que sesgaría la muestra y llevaría a obtener valores mayores a las metas realmente alcanzadas por haber encuestado a las más capacitadas. Aunque en este caso es preciso señalar que se entrevistó a dos grupos en que todas se habían incorporado medio año antes del fin del proyecto y que la antigüedad promedio de todas las encuestadas es de sólo un año y cuatro meses, apenas por encima de la mitad del periodo de ejecución.

Por último, si además se toma en cuenta que las beneficiarias que se retiraron del proyecto no forman parte del universo a entrevistar y, por lo tanto, que el impacto del proyecto en ellas no se refleja en la muestra seleccionada, se concluye que por este concepto se estaría subestimando la magnitud de las metas alcanzadas.

Cuadro 3.1. Beneficiarias encuestadas y beneficiarias por distrito

DISTRITO	Muestra Evaluación	Muestra L, Base	Padrón 2008	Capacitadas Oct. 2009	Destinatarias Oct. 2010	% Muestra/ Destinatarias
Chilca	16	82	554	85	245	6.5
Chupaca	13	4		11	18	72.2
Chupuro					28	0.0
Concepción					56	0.0
Hualhuas	1				28	3.6
Huancán	24	22	72	26	30	80.0
Huancayo	10	38		47	62	16.1
Huayucachi	11	6	27	21	33	33.3
Pilcomayo	11				28	39.3
Tambo	70	37		148	282	24.8
Sapallanga	11	9	121	24	42	26.2
Viques	4	7	8	18	8	50.0
TOTAL	171	207	782	380	860	19.9

En resumen, dado que unos factores hacen suponer una sobreestimación y otros una subestimación de los resultados, es posible que el sesgo sea pequeño y que las estimaciones de los indicadores (obtenidas con una muestra del 20% del universo estadístico) sean cercanas a los valores realmente alcanzados como impacto del proyecto.

IV. RESULTADOS

4.1. Los empresarios.

El proyecto agrupó a 40 personas para que conformaran una Asociación de Tejedores a Máquina de Huancayo, pero ésta no llegó constituirse y sólo quedan 15 empresarios activos. La deserción se habría debido a que los pequeños empresarios tenían una concepción asistencialista del proyecto y esperaban recibir gratuitamente hilos y máquinas.

El señor Samuel Boza, secretario del grupo, recibió una platilladora en sesión de uso para que trabajase e hiciese trabajar a los demás de la asociación. Él afirma que “la asociación está de nombre” porque no se cumplen los acuerdos y tampoco hay una organización que pueda dirigir a la asociación. Solicita más capacitaciones pues considera que fueron muy pocas las visitas recibidas y pide mayor seriedad y transparencia en los cursos de capacitación. Está muy contento por las pasantías realizadas, en particular la de Arequipa, y desea conocer más empresarios del rubro textil.

Fue heterogéneo el avance en el dictado de cursos y capacitaciones: en Azapampa y Chilca no hubo casi avance, puesto que empezaron recién en noviembre del 2010, mientras que el grupo de 12 operarios de Rubén Chuquillanqui (Textil Lauros) cumplió con todos los componentes del proyecto.

No fue posible obtener la base de datos de los beneficiarios de tejido a máquina.

4.2 Los ejecutores.

La estrategia de capacitación prevista en el proyecto es trabajar con las líderes para que ellas hagan réplicas en sus grupos bajo la supervisión de una coordinadora.

En el Comité de Tejido a Mano había 32 grupos operando con un total de 860 artesanas, a marzo del 2010, cifra variable porque depende de la temporada agrícola. La Junta Directiva sigue operando y quienes la conforman reciben las prendas de los grupos todos los martes y se turnan para atender a los clientes en la tienda que abrió el proyecto en el Centro Comercial Huancayo Real. En la tienda se venden las confecciones de lana de alpaca y en las ferias semanales las elaboradas con materia prima sintética. Se han registrado siete empresas de tejido a mano que incluyen a todas las beneficiarias.

En el penal de Concepción hay 38 internas capacitadas que siguen produciendo y venden por medio de sus familiares.

El periodo normal de capacitación es de un año, al cabo del cual se entrega un certificado. La formación empezaba con las prendas de confección más simple y se les adelantaba un pago por concepto de mano de obra contra entrega de las prendas para su venta en la tienda del proyecto. Se afirma que el proyecto debió orientarse con mayor decisión a la producción de exportación, y en baby alpaca, porque no vale la pena trabajar a mano prendas de material sintético que se van a vender a bajo precio en el mercado local.

El Comité de Máquinas incluye pequeñas empresas que fueron desarrolladas por el proyecto a partir de talleres informales y que forman parte de una asociación. Tanto dueños como operarios recibieron cursos de gestión y técnicas productivas, mantenimiento de máquinas, diseño y patronaje. Se había previsto impartir cursos de especialización que se cancelaron con la paralización del proyecto. En cada taller trabajan por lo menos dos operarios fijos y otros rotan entre las empresas del Comité, según lo requiera la actividad de cada una. Están abasteciendo al programa “Cómprale al Perú” de FONCODES.

El puesto más difícil de cubrir en el proyecto fue el de responsable de la comercialización, por el bajo nivel de la remuneración ofrecida, lo que llevó a una alta rotación de personas (cuatro cambios) en dicho puesto.

El prestigio adquirido por las líderes del proyecto lleva a que las inviten a participar como ponentes en actividades de capacitación de municipalidades, del Gobierno Regional y de proyectos de otras ONG. También requieren su trabajo las empresas exportadoras, aunque por lo general no pueden trabajar solas sino bajo la guía de las empresas y siguiendo una ficha técnica.

Entre las dificultades que ha debido afrontar el proyecto se encuentran la falta de recursos financieros disponibles de inmediato para responder con rapidez a oportunidades comerciales, lo que hizo que se perdieran algunas de éstas, así como las críticas y exigencias de algunas beneficiarias por la calidad de las capacitaciones a cargo de expositores contratados, inferior según ellas a las impartidas en proyectos anteriores. Con respecto a esta última afirmación, informan que ya el 2004 existía una Mesa de Concertación Textil, en el marco del Plan Regional de Exportaciones, que dio lugar al Proyecto de Fortalecimiento de las Exportaciones de la Región Junín, ejecutado por la Gerencia de Desarrollo Económico del Gobierno Regional, que contrató a capacitadores de muy alto nivel. Así, las líderes del proyecto que habían recibido estas capacitaciones pudieron comparar niveles y señalar que si bien se estaba cumpliendo formalmente con las capacitaciones establecidas en las metas del proyecto, no se estaban alcanzando los objetivos porque los cursos eran inapropiados, dictados por consultores de ONG o la universidad sin experiencia empresarial en el sector textil.

En el segundo año del proyecto se corrigió esta situación mediante el diseño ad hoc del contenido de los cursos de capacitación y la contratación de consultores de alto nivel. Incluso uno de ellos llevó confecciones del proyecto a una feria internacional en Corea, con éxito, pero luego de dirigir su confección desde la adquisición de la materia prima hasta los acabados. Es de lamentar que se interrumpiera este proceso, porque faltaba poco para que un buen número de beneficiarias alcanzara a ser capaz de cumplir con los exigentes requisitos de calidad de los mercados más sofisticados del mundo. Hay sensación de frustración entre las beneficiarias, y también entre los consultores que vieron interrumpidas sus actividades y no recibieron sus honorarios por las actividades ya realizadas.

4.3 Los municipios y el gobierno regional.

Consideran que el proyecto ha tenido el mérito de haber creado y capacitado grupos de tejedoras, de los cuales han surgido líderes que a su vez crean grupos y capacitan en otras zonas. La DIRCETUR las avala para que sigan dictando sus cursos en el área de exportación.

La Gerencia de Desarrollo Económico del Gobierno Regional ha apoyado a la Mesa Textil con stands en ferias, como Perú Moda y Gift Shop. Opinan que la lana de alpaca utilizada como materia prima es inadecuada, porque lo mejor de la producción que proviene de

Arequipa es exportado directamente y lo que se vende en el mercado nacional es de segunda categoría. La provincia de Junín es alpaquera, pero no se procesa localmente sino en Lima y Arequipa. Se ha creado microempresas orientadas al mercado local, que es duro porque sus precios no reflejan el valor agregado por el trabajo manual. Se llevan polos y camisas al mercado limeño de Gamarra.

4.4 Las beneficiarias, la encuesta.

En lo que sigue se da información agregada de las beneficiarias de tejido a mano y a máquina, ya que por las condiciones en que se realizó la visita de evaluación sólo se pudo entrevistar a quince operarios no líderes de tejido a máquina y porque en la mayoría de las preguntas de la encuesta no tiene mayor relevancia la diferencia.

Sin embargo, a pesar del pequeño número de encuestados, la diferencia es relevante en el caso de las variables económicas, lo que ha llevado a presentar estos resultados por separado. En consecuencia, lo que sigue se refiere al total de la muestra, salvo los resultados económicos en que se distingue entre beneficiarias de tejido a mano y a máquina.

4.4.1 Procedencia.

En el cuadro 4.1 adjunto se observa que se ha encuestado líderes de nueve distritos y beneficiarias de diez, mientras que en la encuesta de línea de base había líderes de cinco distritos y beneficiarias de ocho, reflejando la expansión geográfica del proyecto en busca de cubrir la meta del número de beneficiarias.

La mayoría de las líderes se encuentra en los distritos urbanos de Chilca, Huancayo y El Tambo, mientras que el mayor número de las beneficiarias no líderes encuestadas corresponde al distrito de El Tambo y luego siguen los distritos de Huancán y Chilca.

Cuadro 4.1. Número de beneficiarias encuestadas por distrito

	TEJIDO A MANO		TEJIDO A MÁQUINA		TOTAL		TOTAL
	líderes	no líderes	líderes	no líderes	líderes	no líderes	
Chilca	2	14			2	14	16
Chongos	1	12			1	12	13
Hualhuas	1				1	0	1
Huancán	1	9		14	1	23	24
Huancayo	2	8			2	8	10
Huayucachi	1	10			1	10	11
Pilcomayo	1	10			1	10	11
Tambo	4	66			4	66	70
Sapallanga	1	9		1	1	10	11
Viques		4			0	4	4
TOTAL	14	142		15	14	157	171

Al inicio del proyecto Chilca era el distrito con más beneficiarias identificadas y entrevistadas, situación que cambia cuando se incluye los distritos urbanos de El Tambo y Huancayo, y se corrige los registros según el verdadero distrito de habitación.

Hualhuas y Viques son los distritos con menor número de beneficiarias y donde se aplicó el menor número de encuestas.

La relación entre el número de líderes y no líderes es la que podía esperarse dado que los grupos que orientan las líderes tienen entre diez y veinte beneficiarias en general.

4.4.2 Sexo.

Igual que en la evaluación de línea de base, bajo este numeral no es necesario presentar gráficos ni cuadros porque entre las líderes de tejido a mano el 100% son mujeres y entre las beneficiarias no líderes sólo hay un hombre, es decir menos del 1%.

En cambio, son hombres los 15 beneficiarios encuestados que trabajan en las empresas de tejido a máquina, mientras que en la evaluación anterior no se pudo entrevistar a ninguno porque se estaban capacitando en diferentes talleres y se manejaban como un grupo diferenciado.

4.4.3 Lugar de nacimiento (migrantes y no migrantes).

El 30% de las beneficiarias encuestadas nacieron en el mismo distrito en que habitan, de modo que con este criterio el porcentaje de migrantes sería del 70%, algo inferior al 75% registrado como línea de base.

Pero en la ciudad de Huancayo actual, que incluye varios distritos, conviene considerar como migrantes sólo a los que no provienen de la provincia y, con este criterio, se encuentra que el porcentaje de migrantes es de 53%.

En cuanto al lugar de origen de la migración, el 17% provienen de otras provincias de la Región Junín, sólo 2 (1.3%) de Ayacucho, 18% de Huancavelica y 16% de otros lugares.

Entre los distritos, El Tambo es el que registra el mayor número de migrantes (37, el 46% del total de migrantes de la muestra) seguido de Huancán, con 15, donde las nueve beneficiarias de tejidos a mano son migrantes.

En el estudio de línea de base se encontraron porcentajes de migración mayores a los aquí indicados, y no sólo porque allí se usó el criterio de cambio de distrito sino, además, porque al lanzar la convocatoria de inscripción de beneficiarias sólo se incluyó a los cinco distritos considerados en el documento de proyecto. El resultado fue que muchas personas interesadas de otros distritos de la ciudad de Huancayo se inscribieron en el de Chilca, lo que llevó a constatar que la mayor parte de las migrantes se concentraban en este distrito.

4.4.4 Edad.

Como se aprecia en el cuadro adjunto, la edad promedio de las encuestadas es de casi 39 años, encontrándose las más jóvenes en los distritos más alejados de la ciudad de Huancayo, es decir, en los distritos rurales; mientras que en todos los distritos urbanos la edad promedio es de cuarenta o más años.

Como era de esperar, las líderes son mayores a las demás beneficiarias, con un promedio de 45 años, superior a los 39 y 34 años de las no líderes de tejidos a mano y de las no líderes que trabajan en las empresas de tejido a máquina, respectivamente.

Los resultados son similares a los observados en la evaluación de línea de base, pues en ambos casos se constata que entre las líderes no hay mujeres de 15 a 20 años ni de más de 60, mientras que entre las no líderes hay porcentajes del orden del 5% en los grupos de 15-20 y de 61 a más.

Pero en ambos casos el grupo mayoritario era de mujeres de 41-50, mientras que en la muestra actual el grupo mayoritario es el de 31 a 40 años, reflejo de la captación de beneficiarias más jóvenes durante la ejecución del proyecto.

Cuadro 4.2 Beneficiarias por grupos de edad, por distrito

	15 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	61 a más	Total	Edad Promedio
Chilca	0	2	3	6	5	0	16	43.8
Chongos	1	2	4	3	2	1	13	40.2
Hualhuas	0	0	0	0	1	0	1	55.0
Huancán	2	8	7	5	2	0	24	34.0
Huancayo	0	2	4	1	3	0	10	40.0
Huayucachi	0	4	3	3	0	1	11	37.3
Pilcomayo	1	0	7	1	1	1	11	39.3
Tambo	1	14	20	21	12	2	70	40.2
Sapallanga	0	4	4	3	0	0	11	34.1
Viques	0	2	2	0	0	0	4	30.0
TOTAL	5	38	54	43	26	5	171	38.8

4.4.5 Estado Civil.

Comparando los datos obtenidos con los de la línea de base se observa que:

- En ambos casos el grupo mayoritario es el de las casadas/convivientes
- En el caso de las líderes el porcentaje se elevó de 60% en el estudio de línea de base a 79% y en el de las no líderes de 64% a 68%.
- Se redujo el porcentaje de líderes solteras de 27% a 7% y el de no líderes solteras de 23% a 17%
- El porcentaje de separadas/divorciadas se elevó en total de 8% a 12%.
- El número de viudas sigue siendo reducido, menor al 5%.

4.4.6 Idiomas.

Las beneficiarias dominan el idioma castellano, salvo cuatro que respondieron a la encuesta con la ayuda de la líder del grupo. Entre las líderes 43% son bilingües quechua/castellano, casi igual que en la línea de base, y entre las no líderes el 40%, algo menos que el 48% registrado al inicio del proyecto.

4.4.7 Vivienda.

Se encontró que 12 de las 14 líderes (86% en el cuadro) eran propietarias de su vivienda al término del proyecto, por encima del 53% de la línea de base, y también se elevó substancialmente el porcentaje de las beneficiarias no líderes propietarias. En conjunto, al

inicio del proyecto la mitad de las beneficiarias tenía casa propia y dos tercios al final del proyecto.

En cambio, el porcentaje de las líderes que gozan de los servicios de desagüe y teléfono en su vivienda disminuye en el periodo del proyecto, como reflejo de los retiros e ingresos de líderes. En cuanto a la disponibilidad de servicio telefónico en la vivienda, el porcentaje se reduce substancialmente entre las no líderes y el total de beneficiarias, lo cual se podría explicar por el hecho de que las muestras se toman de universos no comparables (igual que en el caso de las líderes) y, además, por la reducción a nivel nacional de la demanda de este servicio frente al crecimiento de la disponibilidad de teléfonos celulares.

Entre las no líderes se reduce el porcentaje de las beneficiarias que viven en casas grandes (de tres o más habitaciones, sin contar pasadizos, baños ni cocina) durante la ejecución del proyecto, mientras que el porcentaje aumenta entre las líderes, quienes en mayoría de 86% pasan a ocupar casas grandes, lo que guarda relación con la evolución de sus ingresos que, como se muestra más adelante, tuvo un incremento importante.

Cuadro 4.3 Condiciones de la vivienda

Vivienda	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Propia	53	86	49	66	50	64
02. Alquilada	29	0	30	26	30	22
03. Prestada/comparte	11	14	19	14	17	14
04. Otros	7	0	2	0	3	0
Servicios en la vivienda						
01. Agua	100	100	94	95	96	95
0.2. Desagüe	93	86	81	83	84	83
0.3. Luz	100	100	94	100	95	100
0.4. Teléfono	62	43	40	10	45	13
Número de habitaciones						
01. Una	16	7	23	31	21	29
02. Dos	16	7	22	47	21	44
03. Tres	27	43	21	14	23	16
04. Cuatro o más	42	43	34	8	36	11

4.4.8 Grado de Instrucción.

En el cuadro 4.4 se observa que:

- Tanto entre líderes como no líderes, y tanto al inicio como al final del proyecto, alrededor de un tercio de las beneficiarias tiene secundaria completa.
- Entre las líderes, casi la mitad tenía estudios superiores tanto al principio como al final del proyecto, pero al final la proporción con educación técnica superior es mucho mayor.
- En general se puede decir que el grado de instrucción de las no líderes es mayor al inicio que al fin del proyecto, pues la suma de porcentajes de las que tienen secundaria completa y educación superior se reduce de 62% a 53%.

Cuadro 4.4 Grado de Instrucción

Grado de Instrucción	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
Primaria incompleta	4	0	7	11	6	10
Primaria completa	4	0	15	14	12	13
Secundaria incompleta	9	21	14	21	13	21
Secundaria completa	36	29	38	35	37	34
Técnica superior	18	43	12	9	13	12
Universitaria completa	18	7	5	5	8	5
Universitaria incompleta	11	0	7	5	8	5
Ninguna	0	0	2	1	2	1

4.4.9 Pertenencia a una organización.

Cuadro 4.5 Pertenencia a una organización

Pertenece a una organización social de base	Líderes		No líderes		TOTAL	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	29%	79%	21%	49%	22%	52%
02. No	71%	21%	79%	51%	78%	48%
Qué tipo de organización social de base	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Vaso de leche	31%	18%	100%	28%	83%	26%
02. Club de madres	0%	0%	0%	9%	0%	8%
03. Comedor popular	8%	9%	0%	5%	2%	6%
04. Federacion	0%	0%	0%	3%	0%	2%
05. Org. grupo productoras	69%	82%	15%	82%	30%	82%
06. Otras	38%	9%	9%	8%	17%	8%

En el cuadro 4.5 adjunto se observa que:

- Al inicio del proyecto, el porcentaje de las líderes que no pertenecían a una organización era elevado y similar al de las no líderes (71% y 80%, respectivamente) y, por lo tanto, sólo el 29% y 20% estaban asociadas con algún grupo.
- Al final 79% de las líderes pertenecen a una organización social y entre las no líderes el porcentaje también se eleva, pero no tanto, ascendiendo a 49%.
- La organización a que pertenecían todas las no líderes encuestadas al principio del proyecto era el Vaso de Leche, mientras que al final la mayoría (82%) pertenece a una organización o grupo de productoras.

4.4.10 Líneas de Producción.

Cuadro 4.6 Líneas de Producción

Linea de producción que domina más	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Tejido a palitos	100%	47%	95%	44%	97%	44%
02. Tejido a crochet	95%	47%	88%	49%	91%	49%
03. Tejido a maquina	23%	0%	23%	10%	23%	9%
04. Otros (bordado, arpillera.)	57%	7%	60%	0%	60%	1%
Sabía tejer antes de este proyecto	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	86%	86%	97%	75%	95%	76%
02. No	14%	14%	3%	25%	5%	24%
Para quién produce	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Para su familia	30%	0%	44%	6%	40%	6%
02. Para vender	70%	40%	16%	32%	30%	33%
03. Para la familia y vender	0%	60%	41%	61%	30%	61%
Qué productos sabe hacer	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Chompas/sweaters	98%	93%	91%	90%	93%	90%
02. Chalecos	87%	86%	71%	82%	75%	82%
03. Faldas/vestidos	56%	79%	38%	60%	42%	62%
04. Gorros/chullos	87%	93%	78%	84%	80%	85%
05. Chales/chalinas	89%	86%	86%	77%	87%	78%
06. Guantes/mitones	69%	93%	59%	71%	61%	73%
07. Otros (ropones, tapetes.)	67%	71%	76%	15%	74%	20%

En el cuadro anterior se observa que:

- La mayoría de las líderes y no líderes domina en primer lugar el tejido a palitos o a crochet. No es posible comparar los datos antes y después del proyecto en esta primera

pregunta porque en la encuesta de línea de base las beneficiarias indicaron todas las líneas de producción que dominaban, no sólo la que más dominaban.

- La mayoría de las beneficiarias sabía tejer antes del inicio del proyecto, pero el porcentaje de las no líderes es menor al final, sugiriendo que las beneficiarias que ingresaron después venían con menos preparación.
- 30% de las líderes y 44% de las no líderes trabajaban sólo para sus familias antes del inicio del proyecto, mientras que al final ninguna de las líderes lo hace y sólo el 6% de las no líderes se mantiene en esa situación de no vender.
- El porcentaje de las no líderes que trabajan sólo para vender se duplica con el proyecto (pasa de 16% a 32%) y el de las que venden y producen para sus familias simultáneamente aumenta de 41% a 61%.
- Casi todas las beneficiarias saben producir chompas y la gran mayoría pueden hacer chalecos, chullos y mitones. La diferencia entre los porcentajes de las que sabían hacer faldas o vestidos, antes y después del proyecto, indica que fue importante el aprendizaje en este producto. Hay un incremento menor aunque también importante en guantes/mitones e incrementos marginales en chalecos y gorros/chullos. Las reducciones en los porcentajes de las que saben hacer chompas/sweaters y chales/chalinas son menores y se pueden explicar por los márgenes de error estadísticos. En cambio, no se explica la reducción substancial en el conocimiento para elaborar Otros (ropones, tapetes).

4.4.11 Tejido a mano, información económica.¹

Se observa en el cuadro 4.7.A que entre las líderes el número de horas diarias dedicadas al tejido aumenta entre la línea de base y la evaluación final, pues el promedio de horas trabajadas por persona pasa de 4.6 a 6.2 horas por día. El incremento es similar entre las no líderes, pasando el promedio de la jornada de trabajo de 3.7 a 4.5 horas. En total, el aumento de horas de trabajo por persona al día ha sido de 0.8 aproximadamente y, considerando 618 beneficiarias, al final del proyecto se habrían generado 62 nuevos puestos de trabajo por este concepto. El segundo objetivo de propósito fija como meta total del proyecto la creación de 198 puestos de trabajo.

En cuanto a la forma de producir, se deduce del cuadro que la formación de grupos por el proyecto ha llevado a que la gran mayoría de las beneficiarias que sólo trabajaban en forma individual, pasen a tejer de las dos formas, es decir, en grupo pero sin abandonar la producción individual.

Luego del proyecto, no hay trabajadoras eventuales ni personal de apoyo entre las líderes y, entre las no líderes el porcentaje se reduce al mínimo. Más bien, la mayoría pasa a ser socia

¹ En los tres casos en que se ha calculado promedios ponderados de la muestra encuestada (horas trabajadas, ingresos, de otros miembros de la familia e ingresos textiles) la estimación de los grupos de líderes y no líderes es insesgada y es válido comparar los resultados de ambas encuestas, pero la del total de la muestra es sesgada porque el número de líderes en la encuesta de línea de base triplica el de la evaluación final mientras que el número de las no líderes es similar. Así, al agregar los datos de líderes y no líderes, la ponderación de las líderes en la encuesta de línea de base triplicaría la de la evaluación final, y los resultados no serían comparables. Por ejemplo, los ingresos textiles de las líderes duplican el de las no líderes y, si no se igualan las ponderaciones, el incremento entre ambos promedios sería de 106%, valor inferior al de cada uno de los dos grupos, líderes 227% y no líderes 120%. Por ello, para hacer viable la comparación se adoptó como factores de ponderación únicos los números de beneficiarias del universo del proyecto: 38 líderes y 580 no líderes.

de un grupo, en concordancia con lo señalado en el párrafo anterior. El número de trabajadores permanentes se mantiene constante, aunque en proporción el total disminuye.

Cuadro 4.7.A Información Económica, en valores absolutos

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
Horas dedicadas al tejido						
01. 3 o menos horas	17	0	64	22	81	22
02. 3 a 5 horas diarias	13	6	70	91	83	97
03. 5 a 8 horas diarias	7	6	18	26	25	32
04. Más de 8 horas diarias	8	2	6	0	14	2
Total	45	14	158	139	203	153
Promedio horas/día	4.6	6.2	3.7	4.5	3.8	4.6
Incremento en horas/día		1.7		0.8		0.8
Incremento porcentual		36%		20%		21%
Cómo produce	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual (sola)	19	0	136	26	155	26
02. En grupo	13	0	10	22	23	22
03. De las dos formas	22	13	8	95	30	108
Total	54	13	154	143	208	156
Situación legal de organización/empresa o grupo de producción	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Dueño/líder	15	7	11	0	26	7
02. Socio(a)	10	6	10	116	20	122
03. Trabajador permanente	2	2	9	8	11	10
04. Trabajador eventual	5	0	14	3	19	3
05. Apoyo	10	0	5	2	15	2
Total	42	15	49	129	91	144
Otras actividades	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Agricultura	2	2	32	9	34	11
02. Ganadería	2	0	12	5	14	5
03. Pequeño negocio	17	8	32	19	49	27
04. Otros	18	6	19	55	37	61
Total	39	16	95	88	134	104
Otros ingresos familiares	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Sí	31	12	114	117	145	129
02. No	9	1	45	22	54	23
Total	40	13	159	139	199	152

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
Monto de estos ingresos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Menos de 200	4	1	26	10	30	11
02. De 201 a 400	11	3	41	33	52	36
03. De 401 a 600	9	3	41	35	50	38
04. De 601 a 1000	7	4	8	22	15	26
05. De 1001 a mas	5	2	1	17	6	19
Total	36	13	117	117	153	130
Ingreso promedio	550	623	368	568	379	571
Incremento		73		200		192
Incremento porcentual		13%		54%		51%
Cómo compra la materia prima/hilos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual	31	10	132	52	163	62
02. En grupo	7	1	9	30	16	31
03. Se la entrega el cliente	23	8	24	102	47	110
Total	61	19	165	184	226	203
Dónde adquiere la materia prima	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Propia	2	0	5	0	7	0
02. En Huancayo	31	12	135	83	166	95
03. En Lima, Arequipa o Huancavelica	3	2	7	3	10	5
04. No la compra, se la entregan	15	2	17	81	32	83
Total	51	16	164	167	215	183
Sabe a quién le vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	33	14	73	110	106	124
02. No	8	0	65	31	73	31
Total	41	14	138	141	179	155
Cómo vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual (sola)	32	6	107	57	139	63
02. En grupo	8	6	11	32	19	38
03. Entrega a una empresa	1	6	10	20	11	26
04. Le pagan por sus servicios	16	10	10	100	26	110
Total	57	28	138	209	195	237
Para quién produce	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Mercado local (distrito)	32	7	103	41	135	48
02. Regional (ferias o tiendas)	11	7	19	58	30	65

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
03. Mercado nacional a través de la asociación/ empresa	4	3	13	75	17	78
04. Exportación a través de la asociación/empresa	23	5	23	25	46	30
Total respuestas válidas	43	14	144	199	228	221
Contacto con empresas comercializadoras	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	20	7	23	15	43	22
02. No	24	6	124	138	148	144
Total	44	13	147	153	191	166
Cómo vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Con factura	10	0	5	0	15	0
02. Con recibo por honorarios	5	5	8	7	13	12
03. Otros dan recibo	1	0	2	3	3	3
04. Entrega sin recibo	24	7	38	126	62	133
05. Usa recibo de terceros	0	2	0	9	0	11
06. No sabe	0	1	16	9	16	10
Total	40	15	69	154	109	169
Cuánto recibió el 2011 (Enero-Junio)	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Menos de 500	20	4	98	95	118	99
02. De 501 a 1000	7	3	22	35	29	38
03. De 1001 a 2000	13	2	8	9	21	11
04. De 2001 a 3000	2	2	1	0	3	2
05. Más de 3000	2	3	1	2	3	5
Total	44	14	130	141	174	155
Promedio en Soles	949	3107	454	1000	484	1130
Incremento		2158		546		645
Incremento porcentual		227%		120%		133%
En qué utiliza el dinero que obtiene por tejidos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En la educación de sus hijos	33	7	83	94	116	101
02. En salud	25	6	43	56	68	62
03. En su casa	13	10	97	108	110	118
04. En mejorar sus herramientas	15	9	45	47	60	56
05. Otros	23	4	8	22	31	26
06. No sabe	0	0	0	1	0	1
Total de respuestas válidas	109	36	276	328	385	364

Como se puede constatar en los cuadros 4.7.A y 4.7.B, disminuye el número y la proporción de quienes tienen como segunda actividad la agricultura o la ganadería, lo cual podría ser interpretado como un resultado de la orientación urbana que fue adquiriendo el proyecto, pero también se reduce el número y el porcentaje de las que tienen un pequeño negocio, lo que indicaría más bien una mayor dedicación de las beneficiarias a la actividad textil, implicando creación de empleo por impacto del proyecto.

Sin embargo, la proporción de las que tienen otros ingresos familiares aumenta luego de la ejecución del proyecto. También el monto promedio de estos “otros ingresos familiares” aumenta luego de la ejecución del proyecto: en sólo 13% las líderes, 54% las no líderes y 51% en total.

Conviene notar aquí que al tratar este tema en el Informe de Línea de Base algunas cifras difieren de las consignadas en la Base de Datos de Excel y que en estos y otros casos hemos adoptado sistemáticamente las cifras de la Base de Datos.

Algo más de la mitad de las líderes compraba y compra la materia prima en forma individual, por lo que en este concepto no ha habido cambios luego del proyecto. En cambio, la gran mayoría de las no líderes que la adquiría en forma individual se reduce luego del proyecto a menos de la mitad, mientras que aumenta de menos de un sexto a más de la mitad la proporción de las no líderes que reciben la materia prima del cliente que les hace el pedido.

Durante el periodo de ejecución del proyecto se reduce el porcentaje de los que compran la materia prima, en Huancayo o en otro lugar, y aumenta substancialmente el porcentaje de las que no la compran, sino que se la entregan para que presten el servicio de tejido. Sin embargo, más de la mitad realizan sus compras en Huancayo que sigue siendo el lugar más importante de adquisición de la materia prima y son muy pocas las que compran fuera de la ciudad. Por otra parte, se observa que se reduce a cero el porcentaje de las beneficiarias, líderes o no, que declara usar materia prima propia.

El porcentaje de las que declaran conocer al comprador se eleva a 100% en el caso de las líderes, y el de las no líderes pasa de 53% a 80%. El que algunas no sepan a quién le venden no debe extrañar, dada la forma de venta usual.

La venta individual se reduce de 71% a 27% con el proyecto, mientras que aumentan las ventas en grupo, como entrega a una empresa y, sobre todo, el pago por servicios que pasa de representar 13% a 46%.

La producción para el mercado local se reduce drásticamente, de representar 72% a sólo 31%, mientras que han aumentado las ventas a los mercados regional y nacional. En cambio, la participación del mercado exterior se reduce ligeramente.²

Aumenta el porcentaje de las líderes que tienen contacto con empresas comercializadoras y disminuye el de las no líderes, lo que se explica por la forma de comercialización en grupo que ha promovido el proyecto, en que las líderes concentran la producción para la venta conjunta.

Por la razón indicada es que se explica también el hecho de que ninguna de las beneficiarias encuestadas al final del proyecto use factura para la entrega de la mercadería, mientras que en la línea de base 10% de las líderes y 5% de las no líderes la usaban. Hay

² La suma de porcentajes no es el 100% porque hay beneficiarias que venden a diferentes mercados.

una cierta formalización porque se reduce la proporción de las líderes que entregan sin recibo, pero ésta es la forma usual en que comercian las no líderes (82%) quienes, como se ha indicado, entregan sin documentos su mercadería a las líderes para que éstas realicen la venta.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el incremento del ingreso promedio de las beneficiarias de tejido a mano ha sido de 133% con respecto al de la línea de base, algo inferior al señalado como primer indicador de propósito en el documento de proyecto, que era de 161%.³

Cuadro 4.7.B Información Económica, en porcentajes

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
Horas dedicadas al tejido						
01. 3 o menos horas	75.0%	0.0%	76.7%	14.6%	76.3%	13.3%
02. 3 a 5 horas diarias	12.5%	42.9%	20.0%	64.2%	18.4%	62.4%
03. 5 a 8 horas diarias	12.5%	42.9%	3.3%	20.5%	5.3%	22.4%
04. Más de 8 horas diarias	0.0%	14.3%	0.0%	0.7%	0.0%	1.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Cómo produce	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual (sola)	35.2%	0.0%	88.3%	18.2%	74.5%	16.7%
02. En grupo	24.1%	0.0%	6.5%	15.4%	11.1%	14.1%
03. De las dos formas	40.7%	100.0%	5.2%	66.4%	14.4%	69.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Situación legal de organización/empresa o grupo de producción	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Dueño/líder	35.7%	40.0%	22.4%	15.4%	28.6%	22.2%
02. Socio(a)	23.8%	20.0%	20.4%	23.1%	22.0%	22.2%
03. Trabajador permanente	4.8%	0.0%	18.4%	7.7%	12.1%	5.6%
04. Trabajador eventual	11.9%	40.0%	28.6%	46.2%	20.9%	44.4%
05. Apoyo	23.8%	0.0%	10.2%	7.7%	16.5%	5.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Otras actividades	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Agricultura	5.1%	12.5%	33.7%	10.7%	25.4%	10.9%
02. Ganadería	5.1%	0.0%	12.6%	4.9%	10.4%	4.2%
03. Pequeño negocio	43.6%	50.0%	33.7%	26.2%	36.6%	29.4%
04. Otros	46.2%	37.5%	20.0%	58.3%	27.6%	55.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

³ Porcentaje calculado comparando los ingresos totales en Soles por año en tejido a mano, tal como aparecen en el Cuadro N° 6 del documento de proyecto, citado al inicio del presente informe.

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
Otros ingresos familiares	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	77.5%	92.3%	71.7%	84.7%	72.9%	85.3%
02. No	22.5%	7.7%	28.3%	15.3%	27.1%	14.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Monto mensual de estos ingresos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Menos de 200	11.1%	7.7%	22.2%	8.5%	19.6%	8.5%
02. De 201 a 400	30.6%	23.1%	35.0%	28.2%	34.0%	27.7%
03. De 401 a 600	25.0%	23.1%	35.0%	29.9%	32.7%	29.2%
04. De 601 a 1000	19.4%	30.8%	6.8%	18.8%	9.8%	20.0%
05. De 1001 a mas	13.9%	15.4%	0.9%	14.5%	3.9%	14.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Cómo compra la materia prima/hilos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual	50.8%	52.6%	80.0%	30.5%	72.1%	32.4%
02. En grupo	11.5%	5.3%	5.5%	15.0%	7.1%	14.2%
03. Se la entrega el cliente	37.7%	42.1%	14.5%	54.5%	20.8%	53.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Dónde adquiere la materia prima	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Propia	3.9%	0.0%	3.0%	0.0%	3.3%	0.0%
02. En Huancayo	60.8%	75.0%	82.3%	51.7%	77.2%	53.6%
03. En Lima, Arequipa o Huancavelica	5.9%	12.5%	4.3%	2.2%	4.7%	3.1%
04. No la compra, se la entregan	29.4%	12.5%	10.4%	46.1%	14.9%	43.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Sabe a quién le vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	80.5%	100.0%	52.9%	79.7%	59.2%	81.4%
02. No	19.5%	0.0%	47.1%	20.3%	40.8%	18.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Cómo vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En forma individual (sola)	56.1%	21.4%	77.5%	27.3%	71.3%	26.6%
02. En grupo	14.0%	21.4%	8.0%	15.6%	9.7%	16.2%
03. Entrega a una empresa	1.8%	21.4%	7.2%	10.4%	5.6%	11.6%
04. Le pagan por sus servicios	28.1%	35.7%	7.2%	46.8%	13.3%	45.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Para quién produce	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Mercado local (distrito)	74.4%	50.0%	71.5%	29.7%	72.2%	31.4%

Tejido a mano	Líderes		No líderes		Total	
02. Regional (ferias o tiendas)	25.6%	50.0%	13.2%	40.5%	16.0%	41.3%
03. Mercado nacional a través de la asociación/ empresa	9.3%	21.4%	9.0%	48.7%	9.1%	46.5%
04. Exportación a través de la asociación/empresa	53.5%	35.7%	16.0%	18.4%	24.6%	19.8%
Total respuestas válidas	162.8%	157.1%	109.7%	137.3%	121.9%	139.0%
Contacto con empresas comercializadoras	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	45.5%	53.8%	15.6%	9.8%	22.5%	13.3%
02. No	54.5%	46.2%	84.4%	90.2%	77.5%	86.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Cómo vende	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Con factura	25.0%	0.0%	7.2%	0.0%	13.8%	0.0%
02. Con recibo por honorarios	12.5%	33.3%	11.6%	4.5%	11.9%	7.1%
03. Otros dan recibo	2.5%	0.0%	2.9%	1.9%	2.8%	1.8%
04. Entrega sin recibo	60.0%	46.7%	55.1%	81.8%	56.9%	78.7%
05. Usa recibo de terceros	0.0%	13.3%	0.0%	5.8%	0.0%	6.5%
06. No sabe	0.0%	6.7%	23.2%	5.8%	14.7%	5.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Cuánto recibió el 2011 (Enero-Junio)	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Menos de 500	45.5%	28.6%	75.4%	67.4%	67.8%	63.9%
02. De 501 a 1000	15.9%	21.4%	16.9%	24.8%	16.7%	24.5%
03. De 1001 a 2000	29.5%	14.3%	6.2%	6.4%	12.1%	7.1%
04. De 2001 a 3000	4.5%	14.3%	0.8%	0.0%	1.7%	1.3%
05. Más de 3000	4.5%	21.4%	0.8%	1.4%	1.7%	3.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
En qué utiliza el dinero que obtiene por tejidos	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. En la educación de sus hijos	75.0%	50.0%	63.8%	65.8%	66.7%	64.5%
02. En salud	56.8%	42.9%	33.1%	39.5%	39.1%	39.8%
03. En su casa	29.5%	71.4%	74.6%	76.3%	63.2%	75.9%
04. En mejorar sus herramientas	34.1%	64.3%	34.6%	35.5%	34.5%	38.0%
05. Otros	52.3%	28.6%	6.2%	15.8%	17.8%	16.9%
06. No sabe	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.6%
Total de respuestas válidas	247.7%	257.1%	212.3%	233.6%	221.3%	235.5%

El monto de los ingresos anuales previstos por líder en el cuadro citado del documento de proyecto, era de S/. 3600 o 6000, según se tratase de grupos nuevos o existentes, montos superiores al ingreso promedio estimado de S/. 3107. Del mismo modo, los ingresos previstos para las no líderes eran de S/. 2400 y 3600, y el aquí estimado es de S/. 1000. Es posible que los valores que aparecen en el documento de proyecto sean cercanos a los reales y que las beneficiarias hayan declarado ingresos menores en ambas encuestas (la de línea de base y la presente) pero con un sesgo similar en las dos, de modo que los incrementos porcentuales que se muestra serían cercanos a los realmente alcanzados, pero no así los valores absolutos.

En cuanto al uso que hacen del dinero obtenido por su actividad textil, son similares las respuestas que dieron las no líderes al principio y al final del proyecto: Se inclinan en primer lugar por invertir en su casa y en la educación de sus hijos, luego en salud y en sus herramientas de trabajo. Las líderes, en cambio, aumentaron sus preferencias al doble por invertir en su casa y mejorar sus herramientas, reduciendo su gasto en educación de sus hijos y en salud.

4.4.12 Participación en talleres de capacitación.

- Como se observa en el cuadro 4.8, en la encuesta de línea de base 64% de las líderes y 16% de las no líderes declararon haber asistido a talleres de capacitación en técnicas productivas antes del inicio del proyecto, mientras que al final prácticamente todas habían participado en esos talleres.
- En cuanto al tema tratado en los talleres, la gran mayoría había aprendido medidas, tensión, puntos y acabados. Los porcentajes de participación en control de calidad e intarsia son del orden del 70%, la mitad aprendió vaporización y sólo 14% recibieron talleres sobre otros temas.
- Antes del proyecto 63% de las líderes y 94% de las no líderes no habían asistido nunca a un taller de capacitación en gestión empresarial, mientras que al final el 100% de las líderes habían participado en dichos talleres y el 20% de las no líderes, 27% en promedio del total de beneficiarias.

Cuadro 4.8 Capacitación

	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
¿Participó en talleres de capacitación en tejido?						
01. Si	64%	100%	16%	94%	27%	95%
02. No	36%	0%	84%	6%	73%	5%
¿Qué aprendió en esos talleres?	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Medidas	62%	100%	60%	95%	61%	95%
02. Tensión	69%	93%	56%	87%	63%	88%
03. Puntos	69%	93%	84%	92%	76%	92%
04. Acabados	76%	93%	72%	83%	74%	84%
05. Control de calidad	52%	86%	48%	68%	50%	69%
06. Intarsia	48%	86%	36%	71%	43%	72%
07. Vaporización	34%	64%	28%	49%	31%	51%
08. Otros	38%	43%	16%	12%	28%	14%

	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
¿Ha recibido capacitación en gestión empresarial?						
01. Si	37%	100%	6%	20%	12%	27%
02. No	63%	0%	94%	80%	88%	73%
¿Qué ha aprendido?	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Costos	93%	86%	100%	84%	96%	84%
02. Negociación	33%	79%	60%	45%	44%	56%
03. Formación de MYPES	27%	64%	30%	39%	28%	47%
04. Gestión de MYPES	33%	57%	10%	16%	24%	29%
05. Tributación (SUNAT)	33%	86%	40%	16%	36%	38%
06. Mercado	20%	64%	60%	26%	36%	38%
07. Otro	33%	36%	40%	0%	36%	11%
¿Ha recibido capacitación en desarrollo personal y liderazgo?	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Si	52%	100%	13%	16%	22%	23%
02. No	48%	0%	87%	84%	78%	77%
¿Qué temas ha tratado?	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
01. Género	64%	79%	16%	28%	41%	46%
02. Autoestima	82%	93%	58%	84%	71%	87%
03. Liderazgo	59%	86%	58%	52%	59%	64%
04. Asociatividad	23%	100%	32%	40%	27%	62%
05. Otro	77%	43%	26%	8%	54%	21%

- De las 15 líderes que habían recibido esta capacitación, 14 (el 93%) habían aprendido costos y 4 o 5 de ellas los demás temas indicados en el cuadro adjunto. Al final, más de la mitad de las líderes habían participado en talleres sobre todos los temas de gestión previstos en el proyecto.
- Las 10 no líderes que habían recibido esta capacitación antes del proyecto habían aprendido costos, 6 negociación y mercado, 4 tributación, 3 formación de MYPES y sólo una gestión de MYPES. Al final, los porcentajes de participación eran similares en talleres en todos los temas de gestión previstos en el proyecto, salvo en el de formación de MYPES, en que aumenta substancialmente de 28% a 47%.
- 52% de las líderes y 13% de las no líderes habían asistido a talleres de capacitación de liderazgo y desarrollo personal, y al final del proyecto estos porcentajes habían aumentado al 100% y 16%.
- La mayoría de las 22 líderes que habían asistido a talleres de capacitación en liderazgo y desarrollo personal manifestaron haber tratado los temas de género, autoestima y liderazgo, mientras que al final la gran mayoría de las líderes encuestadas habían seguido todos los cursos en esta materia. En cuanto a las no líderes, los porcentajes antes y después del proyecto son similares, y muy bajos, si se considera que sólo 25 de 155 habían recibido uno de estos cursos.

4.4.13 Conoce el nombre del proyecto, de la institución que lo ejecuta y de la institución que lo financia.

- En la evaluación de línea de base 63% de las líderes y 54% de las no líderes afirmaron que conocían el nombre del proyecto, y al final los porcentajes fueron de 86% y 56%. Sin embargo, cuando se les preguntó por el nombre, la casi totalidad no dio la respuesta correcta, lo que se entiende fácilmente por la longitud de la denominación; pero algunas tampoco fueron capaces de recordar el nombre abreviado Pro Tejidos, sino que contestaron "ACONSUR".
- La misma respuesta dieron (correctamente esta vez) como nombre de la institución que ejecutó el proyecto, el 100% de las líderes y 83% de las no líderes.
- Casi todas las líderes conocían el nombre de la institución que financió el proyecto y alrededor de un tercio de las no líderes.

Cuadro 4.9 Conocimiento de las instituciones del proyecto

	Líderes		No líderes		Total	
	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final	L de Base	Eval. Final
¿Conoce el nombre de proyecto que trabaja con uds?						
01. Si	63%	86%	54%	69%	56%	70%
02. No	37%	14%	46%	31%	44%	30%
¿Conoce el nombre de la institución que ejecuta el proyecto?						
01. Si	85%	100%	39%	83%	49%	84%
02. No	15%	0%	61%	17%	51%	16%
¿Sabe quien financia este proyecto?						
01. Si	51%	93%	26%	34%	31%	39%
02. No	49%	7%	74%	66%	69%	61%

4.4.14 Tejido a máquina, información económica, no líderes.

Se observa en el cuadro 4.8 que los trabajadores de tejido a máquina dedican más tiempo esta actividad que las de tejido a mano, lo que se explica porque en general trabajan en pequeñas empresas y sujetos a horario. En el tiempo de ejecución del proyecto, el promedio de horas trabajadas se eleva en casi dos horas, lo que por sí sólo equivale a la creación de 19 empleos entre los 82 beneficiarios.

La mayoría trabaja sólo en grupo, lo que es esperar en una empresa, 3 de los 15 trabajan en forma individual y sólo 1 practica las dos formas.

Como se ha indicado, los 15 encuestados del comité de máquina no tenían condición de líderes dentro del proyecto, por lo que conviene aclarar en relación a la pregunta sobre situación legal, que los seis que aparecen en el cuadro 4.8 como Dueño/líder no son líderes del proyecto sino dueños de su negocio, es decir, que no recibieron capacitaciones especiales. Estos seis, junto con el único trabajador permanente, representan la mitad de los beneficiarios que respondieron a la pregunta. La otra mitad pertenecía a un grupo de trabajadores a máquina, donde se aprecia que hubo un incremento de dos a siete asociados durante la ejecución del proyecto.

Sólo dos de los quince encuestados que trabajan a máquina se dedicaban a otras actividades además de la textil, uno a la ganadería y otro tenía un pequeño negocio, lo que refleja el hecho de que quienes trabajan en una empresa o cuentan con una máquina textil, no tienen mucho tiempo disponible para otras actividades. Esto en contraste con la situación de quienes trabajan a mano.

Son relativamente poco numerosos, 4 de 14, los que declaran contar con otros ingresos familiares, y el monto promedio de S/. 775 al mes es superior al que declaran las beneficiarias que trabajan a mano.

Cuadro 4.10 Información Económica, no líderes

Tejido a máquina	Valores absolutos		Porcentajes	
	2008	2011	2008	2011
Horas dedicadas al tejido				
01. 3 o menos horas	0	0	0%	0%
02. 4 a 5 horas diarias	6	1	55%	7%
03. 8 horas diarias	3	8	27%	53%
04. Más de 8 horas diarias	2	6	18%	40%
Total	11	15	100%	100%
Promedio horas/día	6.27	8.17		
Incremento		1.89		
Incremento porcentual		30%		
Cómo produce	2008	2011	2008	2011
01. En forma individual		3		20%
02. En grupo		11		73%
03. De las dos formas		1		7%
Total		15		100%
Situación legal en la organización /empresa o grupo de producción	2008	2011	2008	2011
01. Dueño/líder	5	6	56%	43%
02. Socio(a)	2	7	22%	50%
03. Trabajador permanente	1	1	11%	7%
04. Trabajador eventual	1	0	11%	0%
05. Apoyo	0	0	0%	0%
Total de respuestas	9	14	100%	100%
Otras actividades	2008	2011	2008	2011
01. Agricultura		0		0%
02. Ganadería		1		50%
03. Pequeño negocio		1		50%
04. Otros		0		0%
Total de respuestas		2		100%
Otros ingresos familiares	2008	2011	2008	2011
01. Si		4		29%

Tejido a máquina	Valores absolutos		Porcentajes	
02. No		10		71%
Total		14		100%
Monto de estos ingresos	2008	2011	2008	2011
01. Menos de 200		0		0%
02. De 201 a 400		1		25%
03. De 401 a 600		0		0%
04. De 601 a 1000		2		50%
05. De 1001 a mas		1		25%
Total		4		100%
Ingreso promedio		775		
Cómo compra la materia prima	2008	2011	2008	2011
01. En forma individual		11		69%
02. En grupo		4		25%
03. Se la entrega el cliente		1		6%
		16		
Dónde adquiere la materia prima	2008	2011	2008	2011
01. Propia		0		0%
02. En Huancayo		14		82%
03. En Lima, Arequipa o Huancavelica		2		12%
04. No la compra, se la entregan		1		6%
		17		
Sabe a quién le vende	2008	2011	2008	2011
01. Si		12		80%
02. No		3		20%
		15		100%
Cómo vende	2008	2011	2008	2011
01. En forma individual (sola)		4		25%
02. En grupo		0		0%
03. Entrega a una empresa		1		6%
04. Le pagan por sus servicios		11		69%
		16		
Para quién produce	2008	2011	2008	2011
01. Mercado local (distrito)		2		11%
02. Regional (ferias o tiendas)		4		22%
03. Mercado nacional a través de la asociación/ empresa		12		67%
04. Exportación a través de la asociación/empresa		0		0%
Total respuestas válidas		18		

Tejido a máquina	Valores absolutos		Porcentajes	
	2008	2011	2008	2011
Contacto con empresas comercializadoras				
01. Si		1		7%
02. No		14		93%
Total		15		100%
Cómo vende	2008	2011	2008	2011
01. Con factura		5		33%
02. Con recibo por honorarios		1		7%
03. Otros dan recibo		0		0%
04. Entrega sin recibo		7		47%
05. Usa recibo de terceros		1		7%
06. No sabe		1		7%
Total		15		100%
Cuánto recibió el 2011	2008	2011	2008	2011
01. Menos de 500		1		7%
02. De 501 a 1000		2		13%
03. De 1001 a 2000		5		33%
04. De 2001 a 3000		1		7%
05. Más de 3000		6		40%
Total		15		100%
Promedio anual en Soles		4367		
En qué utiliza el dinero que obtiene por tejidos	2008	2011	2008	2011
01. En la educación de sus hijos		9		31%
02. En salud		3		10%
03. En su casa		9		31%
04. En mejorar sus herramientas		8		28%
05. Otros		0		0%
06. No sabe		0		0%
Total de respuestas		29		100%

La mayoría compra la materia prima en forma individual, 4 en grupo (uno de ellos de las dos formas) y a sólo uno se la entrega el cliente. Salvo este beneficiario que recibe la materia prima del cliente, todos compran en Huancayo y dos de ellos también en otras ciudades.

La mayoría sabe a quién le vende y los tres beneficiarios que manifiestan no saberlo, están entre los 11 que reciben un pago por sus servicios, de la pregunta siguiente. No venden en grupo sino reciben un pago por sus servicios o venden en forma individual.

Dos tercios venden fuera de la región a través de la empresa o grupo, pero ninguna se orienta al mercado exterior, en contraste con las beneficiarias de tejido a mano. Todos, salvo uno, no tiene contactos con empresas comercializadoras. Un tercio de ellos (5) vende con factura y casi la mitad (7) entrega la mercadería sin recibo.

El ingreso promedio anual está por encima del que reciben las trabajadoras a mano, lo que se explica en parte por el hecho de que quienes trabajan a máquina le dedican más horas por día a la actividad textil. Los S/. 4367 que reciben están 21% por encima de la línea de base del *Cuadro N° 6* del documento de proyecto (que se reproduce en el numeral 2.2. Indicadores del Proyecto) pero está por debajo de los S/. 6600 anuales (550 mensuales) previstos en el cuadro citado, que equivalen a un 83% de aumento.

V. Conclusiones.

- 5.1 La inclusión de varios distritos en el ámbito del proyecto durante su ejecución hace que sean diferentes el universo estadístico inicial y el final. Sin embargo, como la línea de base incluyó los dos distritos más importantes que se incluyeron, la diferencia no es relevante.
- 5.2 La falta de facilidades mínimas para el levantamiento de la información afectó la calidad de la evaluación. En particular, el hecho de no disponer de la base de datos de los beneficiarios de tejido a máquina impidió obtener los datos necesarios del comité de trabajadores a máquina.
- 5.3 Los indicadores de finalidad y de propósito presentan algunas imprecisiones que no fueron tenidas en cuenta al momento de aprobar el proyecto. Se han incluido comentarios en el numeral II 2.2 del presente informe.
- 5.4 Algunos factores analizados líneas arriba hacen suponer una sobreestimación y otros una subestimación de los resultados, por lo que es posible que el sesgo sea pequeño y que las estimaciones de los indicadores (obtenidas con una muestra del 20% del universo estadístico) sean cercanas a los valores realmente alcanzados como impacto del proyecto.
- 5.5 En resumen, las diversas opiniones (positivas y negativas) recogidas sobre el proyecto dan una visión coherente que complementa y contribuye a explicar los resultados cuantitativos.
- 5.6 Delante de la tienda y en medio de las integrantes del Comité de Tejido a Mano, una de sus dirigentes sintetizó la opinión del grupo diciendo "*Éste es el impacto del proyecto*". En general, las beneficiarias coincidieron en señalar que la asociación para la producción y comercialización había sido el principal logro alcanzado. Su mayor crítica se refiere a la baja calidad de los cursos dictados por los consultores contratados durante el primer año de ejecución, defecto que fue superado luego, lo que explica que junto con el cuestionamiento de las capacitaciones recibidas se lamentase la paralización del proyecto y se pidiese más cursos.
- 5.7 Los miembros de la proyectada Asociación de Tejedores a Máquina de Huancayo señalan que ésta no llegó a constituirse y que el avance en el dictado de cursos y capacitaciones fue insuficiente. Pero también se recogió la opinión de que dichos miembros (pequeños empresarios) no apoyaron y se retiraron del proyecto de asociación porque tenían una concepción asistencialista y esperaban recibir gratuitamente insumos y equipos.
- 5.8 Es delgada la línea que separa el asistencialismo del impulso al desarrollo autónomo, que se da de una vez por todas, y algo en este sentido expresó la Presidenta del Comité de Tejido a Mano al considerar que el cierre adelantado del proyecto "*Prácticamente fue como echarnos al agua*".

- 5.9 La proporción de líderes encuestadas con respecto al número total de beneficiarias fue de 8%, valor cercano al de 6% previsto; 38 líderes y 618 beneficiarias.
- 5.10 El tejido a mano es actividad femenina, con una sola excepción, y en el tejido a máquina predominan los varones.
- 5.11 Más de la mitad de las beneficiarias encuestadas son migrantes, que provienen por partes casi iguales de Huancavelica, de de otras provincias de la Región Junín y de otros lugares.
- 5.12 La edad promedio es de 39 años y de 45 la de las líderes.
- 5.13 La información obtenida sobre los servicios recibidos y las características de la vivienda muestran que el nivel de vida de las beneficiarias, y el de las líderes en particular, se elevó durante el período de ejecución del proyecto.
- 5.14 Más de la mitad de las beneficiarias de la muestra tienen el nivel de instrucción de secundaria completa o superior.
- 5.15 El porcentaje de beneficiarias que pertenecen a organizaciones se elevó durante el periodo del proyecto, sobre todo en lo que se refiere a organizaciones para la producción.
- 5.16 El proyecto logró orientar a las beneficiarias a la producción comercial, pues al final sólo el 6% seguían produciendo exclusivamente para su familia.
- 5.17 Sólo por el aumento del número de horas diarias dedicadas a la producción textil, se estima que el empleo generado fue de 62 nuevos puestos de trabajo en tejido a mano y 19 en tejido a máquina. Es poco comparado con la meta fijada, pues incluso considerando que por los retiros de beneficiarias durante la ejecución del proyecto la creación real de puestos de trabajo fuese el doble, no se alcanza el indicador de 198 nuevos puestos.
- 5.18 Se ha constatado un cambio en la forma de producir, pues la gran mayoría de las beneficiarias que sólo trabajaban en forma individual, pasaron a tejer en grupo sin abandonar la producción individual.
- 5.19 Se redujo a menos de la mitad el porcentaje de las no líderes que compra la materia prima en forma individual y aumentó a más de la mitad la proporción de las que reciben la materia prima del cliente que les hace el pedido. También se redujo con fuerza la venta individual y aumentaron las ventas en grupo, sobre todo bajo la forma de comercialización en que las líderes concentran la producción para la venta conjunta.
- 5.20 El incremento del ingreso promedio de las beneficiarias de tejido a mano ha sido de 133% con respecto al de la línea de base, algo inferior al señalado como primer indicador de propósito en el documento de proyecto, que era de 161%.
- 5.21 Todas las líderes de tejido a mano recibieron capacitación en tejido, gestión empresarial y en desarrollo personal y liderazgo. Casi todas las no líderes recibieron capacitación en tejido, el 20% en gestión empresarial y el 16% en desarrollo personal y liderazgo.

5.22 Los trabajadores de tejido a máquina dedican más tiempo esta actividad que las de tejido a mano, y con el proyecto el promedio de horas trabajadas se elevó en casi dos horas, lo que por sí sólo equivale a la creación de 19 empleos, como se ha indicado.

5.23 Del mismo modo, el ingreso promedio anual de los trabajadores de tejido a máquina está por encima del que reciben las trabajadoras a mano. Los S/. 4367 al año que reciben están 21% por encima del ingreso inicial pero están por debajo de los S/. 6600 anuales (550 mensuales) previstos en el documento de proyecto, que equivalen a un 83% de aumento.

Cuadro 5.1 Cumplimiento de las metas

Jerarquía de objetivos		Metas	Logros	Relación logros/metras
<u>FIN</u> Contribuir a mejorar la calidad de vida de la población intervenida por el proyecto mediante el mejoramiento de sus capacidades competitivas.	Mejorar el Índice de Desarrollo Humano de la población involucrada:			
	CHILCA	0.6069	0.6146	101.3%
	HUANCAN	0.6065	0.6002	99.0%
	SAPALLANGA	0.5831	0.5900	101.2%
	VIQUES	0.5809	0.5927	102.0%
	HUAYUCACHI	0.6016	0.5998	99.7%
	TAMBO		0.6393	
	PILCOMAYO		0.6180	
<u>PROPÓSITO</u> Incrementar los ingresos de artesanas/os textiles, residentes en comunidades pobres y de extrema pobreza de Junín y el mejoramiento de las condiciones de empleo temporal.	1) Incremento del ingreso promedio de 700 tejedoras	116%		
	a) Tejido a mano			
	Líderes	175%	227%	129.7%
	No líderes	160%	120%	75.0%
	b) Tejido a Máquina			
	Talleres existentes (MYPES)	41%		
	Tejedoras/es (2)	83%	66.2%	79.8%
	2) Generación de nuevos puestos de trabajo.	198	81	40.9%
	3) Mejora de las capacidades productivas y de gestión.	700		

Agosto, 2011

Víctor Jesús Revilla Calvo
Consultor

Teodoro Sanz Gutiérrez
Gerente General

ANEXO 1

PROTEJIDOS JUNIN

Encuesta a Beneficiarios, líderes () y no líderes ()

COMUNIDAD / BARRIO _____

DISTRITO / PROVINCIA _____

I. DATOS GENERALES

1. APELLIDOS Y NOMBRES _____

2. NUMERO de DNI _____

3. SEXO

1.MUJER	
2.HOMBRE	

4. EDAD

1. 15 a 20	
2. 21 a 30	
3. 31 a 40	
4. 41 a 50	
5. 51 a 60	
6. 61 a más	

Escribir la edad exacta en el cuadro correspondiente; por ejemplo 27 en el recuadro adjunto a ítem 2.

5. LUGAR DE NACIMIENTO

1. EN EL MISMO DISTRITO		3. REGIÓN JUNÍN		5. HUANCVELICA	
2. PROVINCIA HUANCAYO		4. AYACUCHO		6. OTRO	

6. ESTADO CIVIL

01.CASADO(A)/CONVIVIENTE	
02. SOLTERO (A)	
03. VIUDO(A)	
04.SEPARADO/DIVORCIADO	

7. NUMERO DE HIJOS

01. UNO	
02. DOS	
03. MÁS DE DOS (ESPECIFICAR N°)	

8.- VIVIENDA

01. PROPIA	
02. ALQUILADA	
03. PRESTADA/COMPORTE	
04.OTROS	

9. SERVICIOS EN LA VIVIENDA

01. AGUA	
02. DESAGUE	
03. LUZ ELECTRICA	
04.TELEFONO	

10. HABITACIONES SIN CONTAR PASADIZOS, BAÑOS NI COCINA

01. UNA	
02. DOS	
03. TRES	
04. CUATRO O MAS	

11. GRADO DE INSTRUCCIÓN

01. PRIMARIA INCOMPLETA	
02. PRIMARIA COMPLETA	
03. SECUNDARIA INCOMPLETA	
04. SECUNDARIA COMPLETA	
05.TECNICA SUPERIOR	
06.UNIVERSITARIA COMPLETA	
07. UNIVERSITARIA INCOMPLETA	
08. NINGUNA	

12. IDIOMAS

01. QUECHUA	
02. CASTELLANO	
03. BILINGÜE QUECHUA / CASTELLANO	

13. ¿PERTENECE A ALGUNA ORGANIZACIÓN SOCIAL DE BASE?

01. SI	
02. NO	

14. ¿QUE TIPO DE ORGANIZACIÓN SOCIAL DE BASE?

01.VASO DE LECHE	
02.CLUB DE MADRES	
03.COMEDOR POPULAR	
04. FEDERACION	
05.ORGANIZACION/GRUPO DE PRODUCTORAS	

06. OTROS	
-----------	--

II. INFORMACION TECNICA

15. LINEA DE PRODUCCION QUE DOMINA MÁS

01. TEJIDO A PALITOS	
02. TEJIDO A CROCHET	
03. TEJIDO A MAQUINA	
04. OTROS (bordado, arpillera, macramé)	

16. ¿SABIA TEJER DESDE ANTES DE ESTE PROYECTO? (Considerar el que domina más)

01. SI	
02. NO	

17. ¿PARA QUIEN PRODUCE?

01. PARA SU FAMILIA	
02. PARA VENDER	
03. PARA LA FAMILIA Y PARA VENDER	

18. ¿QUE PRODUCTOS SABE HACER?

01. CHOMPAS/SWEATERS	
02. CHALECOS	
03. FALDAS/VESTIDOS	
04. GORROS/CHULLOS	
05. CHALES/CHALINAS	
06. GUANTES/MITONES	
07. OTROS (ropones, tapetes, ponchos)	

III. INFORMACIÓN ECONOMICA

19. ¿CUANTAS HORAS DIARIAS TRABAJA(BA) EN PRODUCCION DE TEJIDOS?

	Hoy	En el 2008
01. 3 ó MENOS HORAS		
02. 4 a 5 HORAS DIARIAS		
03. 8 HORAS DIARIAS		
04. MAS DE 8 HORAS DIARIAS		

20. ¿CÓMO PRODUCE?

01. EN FORMA INDIVIDUAL (SOLA)	
02. EN GRUPO	
03. DE LAS DOS FORMAS	

21. SITUACION LEGAL FRENTE A LA ORGANIZACIÓN,/EMPRESA O GRUPO DE PRODUCCION?

	Hoy	En el 2008
01. DUEÑO/LIDER		
02. SOCIO (A)		
03. TRABAJADOR PERMANENTE		
04. TRABAJADOR EVENTUAL		
05. APOYO		

22. OTRAS ACTIVIDADES

01. AGRICULTURA	
02. GANADERIA	
03. PEQUEÑO NEGOCIO	
04. OTROS	

23. OTROS INGRESOS FAMILIARES (del esposo, hermano, mamá....de quien viva en la casa)

01. SI	
02. NO	

24. SI LA RESPUESTA ES SI ¿CUANTO MENSUAL EN TOTAL?

01. MENOS DE 200	
02. DE 201 a 400	
03. DE 401 a 600	
04. De 601 a 1000	
05. de 1001 a más	

25. ¿COMO COMPRA LA MATERIA PRIMA / HILOS?

01. EN FORMA INDIVIDUAL	
02. EN GRUPO	
03. SE LA ENTREGA EL CLIENTE	

26. ¿DONDE COMPRA LA MATERIA PRIMA?

01. PROPIA	
02. EN HUANCAYO	
03. EN LIMA, AREQUIPA ó HUANCVELICA	
04. NO LA COMPRA, SE LA ENTREGAN	

27. ¿SABE A QUIEN LE VENDE?

01. SI	
02. NO	

28. ¿COMO VENDE?

01. EN FORMA INDIVIDUAL (sola)	
02. EN GRUPO	
03. ENTREGA A UNA EMPRESA	
04. LE PAGAN POR SUS SERVICIOS	

29. ¿PARA QUIEN PRODUCE? (quien usa sus productos)

01. MERCADO LOCAL (EN EL DISTRITO)	
02. REGIONAL (EN FERIAS) O TIENDAS	
03. MERCADO NACIONAL A TRAVES DE LA ASOC/EMPRESA	
04. EXPORTACION A TRAVES DE LA ASOC/EMPRESA	

30. ¿TIENE CONTACTO CON EMPRESAS COMERCIALIZADORAS?

01. SI	
02. NO	

31. ¿COMO VENDE?

01. CON FACTURA	
02. CON RECIBO POR HONORARIOS	
03. OTROS DAN RECIBO	
04. ENTREGA SIN RECIBO	
05. USA RECIBO DE TERCEROS	
06. NO SABE	

Si responde 01 ó 02, agregar el nombre de la empresa y el RUC, RER, RUS ó RH

32. ¿CUANTO RECIBIO EN EL 2011 POR PRODUCCION//PRESTACION DE SERV. EN TEJIDOS?

01. MENOS DE 500	
02. 501 a 1000	
03. De 1001 a 2000	
04. DE2001 a 3000	
05. MAS DE 3000	

33. ¿EN QUE UTILIZA EL DINERO QUE OBTIENE POR PRODUCIR TEJIDOS?

01. EN LA EDUCACION DE SUS HIJOS	
02. EN SALUD	
03. EN SU CASA	
04. EN MEJORAR SUS HERRAMIENTAS	
05. OTROS	
06. NO SABE	

IV. FORMACION/CAPACITACION

34. ¿PARTICIPO EN TALLERES DE CAPACITACION EN TEJIDO DURANTE EL PROYECTO?

01. SI	
02. NO	

¿QUIEN(ES) LO IMPARTIERON? _____

35. ¿QUE APRENDIO EN ESOS TALLERES?

01. Medidas	
02. Tensión	
03. Puntos	
04. Acabados	
05. Control de calidad	
06. Intarsia	
07. Vaporización	
08. Otros	

36. ¿HA RECIBIDO CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL DE ESTE PROYECTO?

01. SI	
02. NO	

37. ¿QUE HA APRENDIDO?

01, Costos	
02, Negociación	
03. Formación de MYPES	
04. Gestión de MYPES	
05, Tributación (SUNAT)	
06. Mercado	
07. Otros	

38. ¿HA RECIBIDO CAPACITACION EN DESARROLLO PERSONAL Y LIDERAZGO?

01. SI	
02. NO	

39. ¿QUE TEMAS HA TRATADO?

01. GENERO	
02. AUTOESTIMA	
03. LIDERAZGO	
04. ASOCIATIVIDAD	
05. OTROS	

40. ¿CONOCE EL NOMBRE DE PROYECTO QUE TRABAJA CON UDS?

01. SI	
02. NO	

¿COMO SE LLAMA? _____

41. ¿CONOCE EL NOMBRE DE LA INSTITUCION QUE EJECUTA EL PROYECTO?

01. SI	
02. NO	

¿CUAL ES? _____

42. ¿SABE QUIEN FINANCIA A ESTE PROYECTO?

01. SI	
02. NO	

¿Quién? _____

COMENTARIOS/OBSERVACIONES

HUANCAYO _____

Nombre de la persona que levantó la encuesta _____

ANEXO 2

FOTOGRAFÍAS



COMITÉ DE TEJIDO A MANO ANTE SU TIENDA



GRUPO COMEDOR INFANTIL, EL TAMBO



HUAYUCAHI, GRUPO DE LA PRESIDENTA DE TEJIDO A MANO



TALLER DEL PRESIDENTE DE TEJIDO A MAQUINA SR. NERIO HUAMAN ROJAS EN SAPALLANGA