



ESTUDIO DE EVALUACION FINAL
Presentado a
FONDOEMPLEO
Del Proyecto

**“Fortalecimiento de la Competitividad Productiva
y Comercial de los Artesanos Ceramistas de
Pucará - Puno”**

C-13-45



Ejecutado por: *Municipalidad Distrital de Pucará*

Consultor: Jorge Quiroz Ubillus
Coordinadora: Judith Kuan

Lima, Febrero del 2016

INDICE

SIGLAS Y ACRÓNIMOS	3
1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. EL PROYECTO	5
2.1 Periodo de vida	6
2.2 Focalización	6
2.3 Transferencia de tecnología	6
2.4 Plan de capacitación	7
2.5 Plan de Asistencia técnica	8
2.6 Costo del Proyecto	9
2.7 Vinculación del Proyecto con otras instituciones, organizaciones y en otras intervenciones de la zona	9
3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO	9
3.1 Objetivo General	9
3.2 Metodología del estudio	10
3.2.1 Encuesta a beneficiarios	10
3.2.2 Focus group y entrevistas a profundidad	12
3.2.3 Revisión documentaria	14
3.3 Periodo de referencia del estudio	15
4. RESULTADOS	16
4.1 Caracterización de la población beneficiaria	16
4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del Proyecto	25
4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del Proyecto	29
Pertinencia	29
Eficacia	30
Eficiencia	33
Sostenibilidad	35
5. LECCIONES APRENDIDAS	35
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	36
7. REFERENCIAS	37
8. ANEXOS	38

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ADEX	Asociación de Exportadores
CERPU	Cerámica Pucará
CITE	Centro de Innovación Tecnológica
DIRCETUR-PUNO	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Puno
ELB	Estudio de Línea de Base
EEF	Estudio de Evaluación Final
FONDOEMPLEO	Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo
FSEPA	Ficha Socioeconómica Productiva Artesanal
IEv	Institución Evaluadora
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y Protección de la Propiedad Intelectual
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
ML	Marco Lógico
ONG	Organismo No Gubernamental
OOEE	Oficina de Estadística
OIT	Organismo Internacional del Trabajo
POA	Plan Operativo Anual
PROMPERU	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
REMYPE	Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
TDR	Términos de Referencia
SUNARP	Superintendencia Nacional de Registro Públicos

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo general realizar la Evaluación Final del Proyecto “Fortalecimiento de la competitividad productiva y comercial de los artesanos ceramistas de Pucará - Puno” que identifique el nivel del logro de los objetivos del Proyecto, mediante el análisis de los resultados obtenidos en relación a los esperados, señalando la pertinencia e innovación de la estrategia del Proyecto.

El propósito del Proyecto es “Generación de empleo y mejora de ingresos de los artesanos ceramistas mediante el adecuado desarrollo de la oferta artesanal en Pucará – Puno”, por lo cual se desarrollaron estratégicamente los siguientes componentes: 1) desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado, teniendo como meta capacitar a 214 artesanos en técnicas de producción de cerámicas (moldeado, torneado y colado) con alto valor agregado y cultural con la diversificación e innovación de nuevos productos cerámicos, 2) fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas, teniendo como meta que los artesanos manejen tres instrumentos de gestión empresarial (registro de costos, registros de ventas y gestión de calidad) y el fortalecimiento de tres asociaciones de artesanos, 3) fortalecimiento de la articulación comercial, teniendo como meta la ejecución de 24 contratos de compra – venta con operadores comerciales de distintos mercados y el incremento del 20% de ventas en el primer año y 27% en el segundo año del Proyecto.

La metodología del estudio está basada en el análisis de información tanto de carácter cuantitativo y cualitativo, de diferentes fuentes de información, y en aplicación de Ficha Socio Económica Productiva Artesanal - evaluación final, a una muestra de los artesanos beneficiarios del Proyecto.

Los resultados de la evaluación final, a nivel de componentes muestran logros de las metas físicas del 100% y del presupuesto en S/. 944,493.03 nuevos soles, que representa el 95% de ejecución.

Como conclusiones importantes del Estudio de Evaluación Final tenemos:

- ✓ El Proyecto ha logrado los resultados esperados a nivel de los objetivos planteados en el Marco Lógico, donde 214 artesanos han sido capacitados con nuevas técnicas para la producción de cerámica de acuerdo a exigencias del mercado, de esa manera también se ha generado empleo familiar e ingresos, a través de nuevos jornales debido a una mayor demanda surgida a partir de los nuevos productos de cerámica mejorados en diseños, acabado y pintado.
- ✓ La débil organización de los artesanos, es otro problema que aún persiste en la zona de intervención y atenta contra la sostenibilidad del Proyecto; a pesar que con el Proyecto se han conformado 7 grupos de artesanos, estos aún no se han constituido legalmente, corriendo el riesgo que estos grupos terminen desintegrándose con el cierre del Proyecto.
- ✓ Hay una opinión favorable de los artesanos, que demuestran su total acuerdo con la capacitaciones y asesorías técnicas impartidas por los técnicos del Proyecto, aspectos donde ha sido el mayor esfuerzo del Proyecto, motivando a los artesanos a cambiar de aptitud, y aceptar nuevos retos con la adopción de nuevas técnicas para mejorar la cerámica de Pucará.

2. EL PROYECTO

Cuadro N° 2.1: Ficha Resumen del Proyecto

Nombre del Proyecto	Fortalecimiento de la competitividad productiva y comercial de los artesanos ceramistas de Pucará - Puno
Código del Proyecto	C – 13 – 45 – L4
Nombre de la Institución Ejecutora	Municipalidad Distrital de Pucará
Localización y Ámbito de Intervención	<u>Región</u> .: Puno - Provincia : Lampa - Distrito: Pucará
Número de beneficiarios	214 artesanos ceramistas de Pucará
Objetivo General (propósito)	Generación de empleo y mejora de ingresos de los artesanos ceramistas mediante el adecuado desarrollo de la oferta artesanal en Pucará - Puno
Objetivos Específicos (componentes)	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado • Fortalecer la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas • Fortalecer la articulación comercial de los artesanos ceramistas.
Estrategia de Intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia para incorporación de beneficiarios: difusión, selección e inscripción • Propuesta técnica en el desarrollo de nuevos productos cerámicos de acuerdo a la demanda del mercado, basado en dos puntos fundamentales: producto cerámico de calidad y con valor agregado a través de marca, empaque y etiqueta. • En fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial, se desarrollaron módulos de capacitación: <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestión empresarial en artesanía ○ Constitución y gestión de asociaciones y cooperativas artesanales (estrategias asociativas, marca colectiva, plan estratégico y formalización). • Estrategia de penetración en el mercado para fortalecer la articulación comercial se planteó en tres etapas: <ul style="list-style-type: none"> ○ A corto plazo: venta directa, ○ A mediano plazo: venta a intermediarios ○ A largo plazo : ingreso al mercado de Lima y exterior

2.1 Periodo de vida

Programado	Ejecutado
Inicio: 03 de enero 2014	Inicio: 03 de enero 2014
Fin: 02 enero 2016	Fin: 02 enero 2016
Periodo : 2 años	

2.2 Focalización

El Proyecto estuvo focalizado en el distrito de Pucará (lugar donde se ubican los artesanos de cerámica), provincia de Lampa, región Puno.

Como estrategia para la focalización, se dividió en 5 barrios: Simón Bolívar, Julio C. Tello, Progreso, Cerro Colorado y 24 de Diciembre; lugares donde se ubican los productores de cerámica.

La convocatoria se hizo a través de medios de difusión de la municipalidad de Pucará, de manera general, tanto para productores ceramista e interesados en la producción de cerámica.

La mayor dificultad que se presentó en el transcurso de la convocatoria, fue las elecciones municipales del 2014, donde el actual alcalde Luis Alberto Sánchez Carrión, se presentaba a la reelección (segundo mandato), generando un desconcierto entre los beneficiarios, que no apoyaron la reelección.

2.3 Transferencia de tecnología

En cuanto a la transferencia de tecnología del Proyecto estuvo orientada en desarrollar nuevos productos de acuerdo a la demanda del mercado, por lo cual el Proyecto capacitó a 219 artesanos en técnicas productivas de cerámica como: modelado, colado, torneado, enrollado y en diferentes técnicas de decoración: floreado, aplicación de iconografía Pukara, engobado, satinado, laqueado, esmaltado, bruñido, ahumado, plantillado, jaspeado, esponjeado, punteado, calado. Además 126 artesanos fueron beneficiarios, de acuerdo a sus necesidades, de cuatro modalidades de apoyo: mejoramiento de talleres más kit básico de artesano, compresoras más kit básico de artesano, horno mejorado más kit básico del artesano, horno eléctrico y módulos de venta más kit básico del artesano.

El proyecto tuvo participación en toda la cadena productiva de cerámica, teniendo como estrategia mejorar la oferta de la cerámica a través de nuevas técnica y diseños, fortalecer la gestión organizacional y empresarial de los artesanos y fortalecer la articulación comercial, que estuvieron relacionadas al objetivo general del Proyecto.

2.4 Plan de capacitación

Tema	Meta	N° Beneficiarios	Metodología ¹ / Contenidos
Componente I: Desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado			
Actividad 1.1 : Diversificación e innovación de los productos cerámicos			
1.1.1. Capacitación en diseño y creatividad basada en conocimientos ancestrales.	Programaron 75 y ejecutaron 84 ² talleres de capacitación.	273 artesanos ceramistas capacitados.	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación del proceso de fabricación de la cerámica - Iconografía de la zona (Cultura Pukara) - Diseño, pintado, decoración y acabados (Nivel avanzado) - Acabado y textura de la cerámica - Réplicas arqueológicas, cerámica de la cultura Pukara - Tendencias y gestión del diseño.
Actividad 1.2: Productos cerámicos con alto valor agregado y cultural			
1.2.1. Capacitación en conceptos básicos de turismo solidario, comercio justo, protección de patrones culturales y ambientales.	- Programaron 12 y ejecutaron 21 talleres de capacitación.	214 artesanos ceramistas capacitados	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos básicos y ventajas del turismo solidario y comercio justo. - Revalorización y protección de patrones culturales y ambientales.
Actividad 1.3: Conocimiento de tecnologías productivas apropiadas para elevar la calidad de la cerámica			
1.3.1. Capacitación en el proceso productivo de la cerámica: Materia prima, materiales, producción inicial y producción.	- Programaron 80 y ejecutaron 84 talleres de capacitación.	216 artesanos ceramistas	<ul style="list-style-type: none"> - Obtención de materia prima - Preparación de materiales - Producción de engobes, pintura y otros materiales para el tratamientos de superficie - Preparación de la arcilla - Formación de objetos (Modelado, torneado y moldeado). - Tratamiento de superficie (Bruñido) y secado - Cocción/ quemado/ horneado - Acabado
Componente II: Fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas			
Actividad 2.1: Fortalecimiento del nivel organizativo y asociativo de los artesanos ceramistas			
2.1.2. Capacitación en constitución y gestión de asociaciones y cooperativas artesanales.	- Programaron y ejecutaron 12 talleres de capacitación.	10 presidentes de asociaciones 95 artesanos jefes de familia	La metodología de capacitación CEFE ³ . <ul style="list-style-type: none"> - La asociatividad - Estrategia asociativa - La marca colectiva - Plan estratégico y formalización
Actividad 2.2: Conocimiento de instrumentos de gestión para el desarrollo productivo y empresarial			
2.2.1. Capacitación en la elaboración de planes de negocios	- Programaron y ejecutaron 14 talleres de capacitación.	10 presidentes de asociaciones 95 artesanos jefes de familia	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - Idea de negocio - Análisis de mercado - Plan de producción y gestión

¹ Metodología: Programa conjunto industrias creativas inclusivas – (OIT), el cual usa el método aprendizaje propuesto por David Kolb.

² Se dictaron 12 talleres de capacitación para cada uno de los 7 grupos conformados para la capacitación, en total 84 talleres

³ CEFE: Competencia con base de la Economía a través de la Formación de Emprendedores.

Tema	Meta	N° Beneficiarios	Metodología ¹ / Contenidos
			- Plan de costos y financiero - Plan de organización e implementación o mejora del negocio
2.2.3. Capacitación en manejo de fichas técnicas, control de calidad y libro de contabilidad básico	- Programaron y ejecutaron 12 talleres de capacitación.	10 presidentes de asociaciones 95 artesanos jefes de familia	- Fichas técnicas de productos cerámicos - Ficha de control de calidad - Libro de contabilidad básico
Actividad 2.3: Fortalecimiento de la cultura empresarial y exportadora			
2.3.1. Capacitación en gestión empresarial en artesanía.	- Programaron y ejecutaron 48 talleres de capacitación.	10 presidentes de asociaciones 204 artesanos	- Los emprendedores exitosos en el mercado de artesanía - El proceso productivo y la organización en la empresa artesanal - Conociendo los costos y las finanzas de mi empresa - Las tecnologías de la información y la forma organizativa del negocio
2.3.2. Capacitación en las industrias creativas inclusivas en artesanía	- Programaron 6 y ejecutaron 7 talleres de capacitación.	10 presidentes de asociaciones 95 artesanos jefes de familia	- Las industrias creativas inclusivas - Beneficios que ofrecen la industria creativa inclusiva de artesanía: Beneficios económicos, beneficios sociales y culturales; y beneficios ambientales
2.3.3. Capacitación en ruta exportadora básico ⁴	- Programaron y ejecutaron 12 talleres de capacitación.	6 presidentes de asociaciones 14 jóvenes artesanos interesados en exportar	- Proceso de exportación. - Gestión aduanera y del comercio internacional - Mercados Internacionales - Comercio electrónico y Marketing Digital - Aplicación del Test del exportador.

2.5 Plan de Asistencia técnica

Tema	Meta	N° Beneficiarios	Metodología /Contenidos
Componente I: Desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado			
Actividad 1.3.- Conocimiento de tecnologías productivas apropiadas para elevar la calidad de la cerámica			
1.3.2. Asistencia técnica en el proceso productivo de la cerámica	4,222 programada y ejecutaron 3,989 visitas de asistencia técnica	214 artesanos asistidos.	Se visitaron a los artesanos en sus talleres de producción de cerámica para la correcta aplicación de proceso productivo de la cerámica
1.3.4. Asistencia técnica en el equipamiento de talleres	818 programadas y ejecutaron 948 visitas de asistencia técnica	126 talleres de producción cerámica asistidos	Se visitaron s los talleres artesanales de cerámica para equipar adecuadamente las mismas.
Componente II: Fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas			
Actividad 2.2: Conocimiento de instrumentos para el desarrollo productivo y empresarial			
2.2.2. Asistencia técnica en la elaboración de planes de negocios	315 visitas de asistencias técnicas en total.	105 artesanos asistidos	Se efectuaron 2 asistencias en sus talleres y/o sitios de venta y 1 en el centro de capacitaciones.

⁴ De acuerdo a la Metodología de Ruta Exportadora de PROM PERÚ, en la región de Puno se cuenta con 22 formadores.

El plan de asistencia técnica se cumplió en la mayoría de las actividades al 100%, con la excepción de la asistencia técnica 1.3.1, donde sólo se llegó a 95%, de ejecución, debido a que las “asistencias personalizadas en taller” demandan un mayor tiempo, en donde el técnico y especialista no simplemente indican en cómo elaborar la cerámica, sino participan en el proceso productivo.

2.6 Costo del Proyecto

Fuentes Financiamiento:	Programado	Ejecutado	Ratio (%) 1/
FONDOEMPLEO	S/. 949,267.85	S/. 886,997.03	93
Municipalidad distrital de Pucará	S/. 15, 736.00	S/. 15,736.00	100
Beneficiarios	S/. 25, 740.00	S/. 41,760.00	162
Costo total	S/. 990,743.85	S/. 944,493.03	95

1/. Monto ejecutado entre monto programado

El presupuesto financiado por FONDOEMPLEO corresponde a S/. 1, 00,579.63, en los cuales incluye los estudios de línea base y evaluación final (S/. 51,311.78)⁵, en conclusión el monto desembolsado a la Unidad Ejecutora es de S/. 949, 267.85. La Municipalidad distrital de Pucará cumplió con el monto programado.

2.7 Vinculación del Proyecto con otras instituciones, organizaciones y en otras intervenciones de la zona

El Proyecto ha tenido solo vinculación activa con Dirección Regional de Comercio y Turismo de Puno – DIRCETUR-Puno; quienes han apoyado a los artesanos beneficiarios del Proyecto, en la coordinación para la participación en las diferentes ferias que esta institución realiza a nivel regional y nacional.

3. ESTUDIO DE EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO.

3.1 Objetivo General

- ✓ Elaborar el Estudio de Evaluación Final (EEF) para identificar el nivel del logro de los objetivos del Proyecto, mediante el análisis de los resultados obtenidos en relación a los esperados, señalando la relevancia o pertinencia e innovación de la estrategia del Proyecto para el logro de sus metas y objetivos, el efecto del Proyecto en los diferentes actores, la sostenibilidad de la intervención realizada, las lecciones aprendidas, los factores facilitadores y limitantes que enfrentó el Proyecto en su ejecución.
- ✓ Determinar el nivel del logro de los objetivos del Proyecto, mediante el análisis de los indicadores de Propósito y Componentes.

⁵ Corresponde a 6% de los costos y gastos directos de FONDOEMPLEO.

3.2 Metodología del estudio

La metodología del estudio consistió en la revisión y sistematización de la información del Proyecto, proporcionada por FONDOEMPLEO y la Municipalidad Distrital de Pucará.

Complementariamente para el recojo de la información primaria se aplicaron los siguientes instrumentos:

- a) Entrevistas a la IE del Proyecto y las principales personas involucradas en la ejecución del mismo.
- b) Entrevistas a los principales actores relacionados al Proyecto tales como, Ministerio de Comercio exterior y Turismo en la región de Puno, DIRCETUR Puno, representantes locales del Ministerio de la Producción, representantes del área de desarrollo económico de municipalidades del área del Proyecto.
- c) Entrevistas con productores para obtener información cualitativa del Proyecto para cubrir los aspectos relacionados al análisis de la relevancia, pertinencia, efectividad, sostenibilidad y cambios producidos en las familias participantes.
- d) Fichas socioeconómica a ser aplicadas a la misma muestra de productores beneficiarios a los cuales se aplicó en el ELB.

3.2.1 Encuesta a beneficiarios

3.1.1.1 Diseño muestral aplicado

El marco poblacional corresponde a los beneficiarios del Proyecto del grupo asignado a la IEv. El número de beneficiarios que conforman el marco muestral está determinado en el convenio firmado entre FONDOEMPLEO y la IE, el cual figura en las Fichas Técnicas de cada Proyecto (Ver Anexo 2 de los TDR).

El listado de beneficiarios contiene la siguiente información: nombre completo, DNI, dirección, edad, sexo, actividad principal ingreso neto, producción, técnicas de elaboración, lugar de comercialización, tipo de producto o servicio que desarrolla con el Proyecto. Esta información fue proporcionada por FONDOEMPLEO a la IEv.

El tamaño de la muestra fue determinado por FONDOEMPLEO de acuerdo a los TdR⁶, el diseño muestral es probabilístico y simple, sobre el universo de 214 beneficiarios, indican 137 beneficiarios del Proyecto a encuestar.

A continuación presentamos los resultados comparativos en los niveles de significancia y margen de error, al aplicar la fórmula de muestreo⁷ con diferentes tamaños de muestra

⁶ TDR- Elaboración de estudios de línea de base y evaluación final de Proyectos productivos sostenibles del 13° concurso de FONDOEMPLEO

⁷ La fórmula de muestreo utilizada es la siguiente: $n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1)e^2 + Z^2 P Q}$; donde: n= tamaño de la muestra, Z= 1.96 para el 95% de confianza, p= frecuencia esperada del factor a estudiar; Q=1-P, e= margen de error 5%, N= Número de beneficiarios.

Tamaño de muestra	Nivel de significancia	Margen de error
137 encuestados	95%	5%
119 encuestados	95%	6%

Cabe indicar que en el trabajo de campo de la EEF, se hizo después que el proyecto había culminado, donde no se logró entrevistar a los mismos beneficiarios de ELB, siendo 18 beneficiarios quienes fueron reemplazados, por otros de las misma características, en Anexo 2, se detalla los motivos de su reemplazo. Ante este caso suscitado FONDOEMPLEO sugirió que la evaluación sólo se considere a los beneficiarios que fueron entrevistados en ELB y EEF, siendo en total 119 beneficiarios. Por lo tanto, en el presente EEF, con 119 encuestados hemos logrado un nivel de significancia de 95% con un margen de error de 6%.

En el EEF el siguiente cuadro resume los instrumentos que se utilizaron y la cantidad de encuestas a quienes se logró aplicar la FSEP.

Tipo de instrumento	Institución ejecutora	Productores Beneficiarios	DIRCETUR-PUNO	TOTAL
Entrevista/Grupo Focal	2	8	1	11
Ficha Socio Económico Productivo (FSEP)	-	119	-	119

La unidad de muestreo es el beneficiario que recibió la capacitación y los beneficios del Proyecto financiado por FONDOEMPLEO, considerando a los mismos beneficiarios que se utilizaron para el ELB. Los temas sobre los que se levantó la información en la FSEP para Artesanía son los siguientes: datos generales del artesano, experiencia en la actividad artesanal, ingresos provenientes de la artesanía, costos de producción y gestión del taller artesanal. Además de la FSEP, FONDOEMPLEO proporcionó el manual del encuestador y la lista de beneficiarios actualizada.

3.1.1.2 Sobre el trabajo de campo.

a) Actividades preparatorias: capacitación y encuestadores

Para la aplicación de la encuesta, primero se seleccionaron a los profesionales de acuerdo al perfil requerido: experiencia en aplicación de encuestas, conocimiento de la zona y en rubro de artesanía (cerámica).

El equipo encuestador estuvo conformado por un supervisor y dos encuestadores, los cuales fueron capacitados en desarrollo de FSEP – Artesanía, siguiendo las instrucciones del Manual de Encuestador.

b) Trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó en 2 momentos:

Primero la entrevistas a los representantes de la Institución Ejecutora en este caso al alcalde de la Municipalidad de Pucará, al representante de DIRCETUR – Puno, jefe del Proyecto y grupos focales; realizados del 21 al 23 de enero que estuvo a cargo del evaluador.

Segundo la aplicación de las 137⁸ encuestas llevado a cabo del 25 enero al 08 febrero de 2016, por parte de los encuestadores (ver anexo: programa de trabajo de campo). En esta parte se tuvieron dificultades para entrevistar a los beneficiarios, notándose desconfianza por parte de ellos, indicando que el Proyecto había terminado, no existiendo la misma predisposición cuando se realizó la encuesta por ELB, esto demandó mayor esfuerzo a los encuestadores para convencer a los beneficiarios a proporcionar la información.

3.2.2 Grupo focal y entrevistas a profundidad

Información primaria de Grupos Focales y entrevistas a Líderes de Organizaciones de Base

Grupo focal

- En Pucará el 95% de la población se dedica a la artesanía y, los ceramistas están agradecidos con FONDOEMPLEO por la ejecución de este Proyecto. Mejorar su calidad de vida los motivó a participar en este Proyecto.
- Reconocen que la adecuada y constante capacitación que han recibido en macro grupo y no a nivel familiar en los diferentes talleres dictados por técnicos expertos traídos desde diversos puntos del país, les ha permitido mejorar la elaboración de su artesanía, ya que han aprendido y perfeccionado diferentes técnicas. Producto de esto es que ahora fabrican cerámica utilitaria; por ejemplo el torito de Pucará ya no lo dejan en bruto, sino que lo decoran, y lo hacen en porta lapiceros, tarjeteros, servilleteros, floreros, veleros, etc.; antes vendían el torito en 3 soles y ahora mejorado lo venden en 7 soles.
- Con las mejoras que ha tenido su cerámica, han incrementado sus ingresos económicos. Lo han logrado por las diferentes estrategias de ventas aprendidas en las capacitaciones. Por ejemplo, ahora acuden a muchas expo-ferias organizadas en los diversos lugares, aquí han destacado y les han hecho muchos pedidos. Entonces, afirman que hay mucha demanda, han aumentado sus ventas, los clientes reconocen y valoran el cambio que ha tenido su cerámica.
- El Proyecto los ha ayudado a mejorar, pero todavía tienen deficiencias como por ejemplo, no cuentan con las herramientas adecuadas, con talleres bien implementados, les hace falta modernizarse, usar ya la tecnología.
- Sugieren que las próximas capacitaciones los capaciten por línea, y en talleres vivenciales, de acuerdo a la especialidad de cada uno y, ya no de manera global.

⁸ Fueron 119 beneficiarios evaluados, ver Anexo 2

- Los delegados de los 7 grupos que se formó con el proyecto, muestran su preocupación por continuar desarrollando actividades conjuntas, puesto que aún no se han constituido legalmente, y por la duda que tienen sobre qué modelo de asociativo adoptar, solo cuentan con una resolución dada por el señor alcalde de la municipalidad de Pucará que los reconoce como delegados de los grupos.

Jefe del Proyecto.

- El jefe del proyecto afirma que se han logrado los resultados a pesar de los aspectos críticos. Por ejemplo, los contrincantes políticos del actual alcalde reelecto han tratado de desmerecer el Proyecto; incluso un dirigente de Pucará visitó FONDOEMPLEO para denunciar malos manejos y que había exclusión de artesanos que no eran de la misma línea política del alcalde, sin embargo esto se aclaró en su momento.
- Proyectos anteriores convocaban a beneficiarios a nivel de organizaciones, sin embargo este Proyecto hizo una convocatoria libre, se inscribía todo artesano que deseó formar parte de este Proyecto y se hizo en tres niveles de beneficiarios: Principiantes, intermedio y regular; se les organizó en siete grupos y por afinidad.
- Falta fortalecimiento de gestión en planes de negocio. Se contrató a un consultor en este tema, pero elaboró un plan que era para personas que ya estaban en un nivel avanzado y no se pudo aplicar. El monitor externo del Proyecto, Ángel Paullo Nina sugirió aplicar la matriz CANVAS, la que les ayudó de manera rápida y eficiente. Del 100%, un 75% aplica planes de negocio.
- Otro factor crítico es el aspecto comercial. Los ceramistas no cuentan todavía con capacidad de producción, es decir no producen la cantidad que el mercado demanda; les falta planificación productiva porque no producen constantemente, lo hacen según pedido, no tienen cerámica en stock. Carecen de asociatividad para producir, solo lo hacen dos grupos.
- La burocracia municipal también es un factor crítico porque existe demora en la adquisición de insumos, deben agilizar los requerimientos. Para facilitar este proceso se ha contratado un asistente contable. A pesar de que existieron algunos retrasos en las actividades, éstas se han realizado en un 100%.
- En cuanto a las capacitaciones, en un 95% se han hecho de manera práctica y en un 5% teóricas. Se han traído técnicos expertos en la materia, de Cuzco, Chulucanas, Ayacucho, etc. y se les ha capacitado en técnicas como modelado, torneado, colado, prensado, decoración, engomado, esmaltado ahumado, pintado, técnicas con pintura satinada, etc. En cuanto a los técnicos, éstos se han ido cambiando durante la duración del Proyecto porque no hay uno que conozca y domine todas las técnicas.
- Las municipalidades sí están capacitadas para estos Proyectos y es importante trabajar con ellas porque es una institución que está más cerca al ámbito de intervención. A diferencia de una ONG

que acaba el Proyecto y se van, los dejan; en cambio con la municipalidad pueden seguir trabajando.

- Durante la duración del Proyecto sí se han hecho modificaciones, sobretodo en el tema de equipamiento de manera general. Se entregó un kit de equipos para mejorar sus talleres. Sin embargo, de acuerdo a la técnica de cada artesano, era necesario diversificar el apoyo; por ejemplo mejorar la infraestructura de los talleres, se entregaron dos hornos con contrapartida al señor Juan Ramos y Matilde Jara. En conclusión se han hecho modificaciones para mejorar la infraestructura de los talleres, se mejoró techos, entregó hornos, compresoras, pero sin afectar el techo presupuestal.
- En cuanto al componente seis, gastos administrativos, se tuvo una baja ejecución presupuestal porque no se contrató al personal previsto (administrador, gerente, contador) ya que la municipalidad contaba con este personal y con ellos se ha trabajado. Esto ha generado un saldo de 60 mil soles que ya han sido devueltos.
- Se han logrado metas fuera de lo esperado, por ejemplo a nivel de diseño se esperaba obtener 65 prototipos, pero con el Proyecto se han obtenido 115; se pensó generar 4 líneas de producto, pero se han hecho cinco, además una colección de souvenirs, de hotelería, oficina, y turismo, con lo cual se ha incrementado la exportación.
- En capacitaciones de diseño y procesos productivos se ha superado más del 50% de lo previsto, por ejemplo de 114 que se había planificado, se han hecho más de 270 talleres. Con el Proyecto se implementaron los jueves culturales que sirvieron para sensibilizar a los artesanos, planificar ferias, aprender cómo tratar a clientes. La municipalidad ha reconocido a los siete grupos formados para que puedan conjuntamente con ellos realizar y fortalecer las diferentes actividades que se han venido haciendo con el Proyecto.
- El Proyecto les ha permitido conocer otros mercados y los artesanos Augusto Apaza Mamani y Dina Macedo ya envían a Lima sus productos y por medio de un intermediario están exportando. Los artesanos en general, con el Proyecto han encontrado otros mercados como cadenas de hoteles, cajas municipales, e incluso PROMPERÚ.

3.2.3 Revisión documentaria

Los documentos que se revisaron en EEF, son los siguientes:

- Convenio firmado entre FONDOEMPLEO y la institución ejecutora
- Propuesta técnica y económica (formato Nro. 2D)
- Sistema presupuestal (anexo 2)
- Información sobre avances de actividades y beneficiarios en los meses de ejecución del Proyecto (2014 y 2015)
- Plan Operativo Anual (POA) del Proyecto aprobado por FONDOEMPLEO (con las últimas modificaciones de los indicadores y metas por hitos o productos entregables).

- Lista de beneficiarios.
- Informes de supervisión externa.
- Documentación secundaria de fuentes oficiales

3.3 Periodo de referencia del estudio

El periodo de referencia del estudio corresponde a los dos años de ejecución del Proyecto desde 2 enero de 2014 al 02 enero 2016. En tanto que las respuestas al cuestionario de la FSEPA se refiere al último año de operación.

4. RESULTADOS

4.1 Caracterización de la población beneficiaria

A continuación se presenta los resultados de las encuestas a través de los siguientes cuadros de salida:

a) Perfil del artesano ceramista

El perfil del artesano de Pucará, son pequeños artesanos que se dedican a la producción de cerámica, desde hace muchos años, que ha ido traspasando de generación en generación, llevado como una tradición familiar. Esta actividad es compartida tanto hombres como mujeres, donde los hombres representa el 30.3% y las mujeres 69.7%.

Cuadro N° 4.1. Región Puno: Perfil del Artesano Ceramista, ELB al 30 noviembre del 2014 y EEF al 29 Febrero del 2016. (Porcentaje)

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF
% de artesanos que son hombres	%	30.3	30.3
Edad promedio del artesano	años	42.25	43.21
Desviación estándar		(11.34)	(11.42)
Rangos de edades (años)			
Menos de 30	%	16.0	15.1
De 30 a 39	%	32.8	29.4
De 40 a 49	%	22.7	26.9
De 50 a 59	%	20.2	17.6
De 60 a 69	%	8.4	10.9
Más de 70	%	0.0	0.0
Número de casos		119	119
Artisanos cuya lengua materna es el castellano	%	99.2	99.2
Nivel de educación del artesano			
Ninguno	%	2.5	2.5
Primaria	%	31.1	28.6
Secundaria	%	52.1	54.6
Superior	%	14.3	14.3
Número de casos		119	119
Artisanos que además de dedicarse a la artesanía realizan otra actividad económica	%	51.9	42.9

Fuente: FSEP, ELB noviembre de 2014 y EEF febrero 2016
Elaboración: SASE Consultores

En cuanto a la edad de los artesanos, el mayor porcentaje (29.4%) se ubica en el rango de edad de 30 a 39 años, seguido por el 26.9% entre el rango de 40 a 49 años, el 17.6% mayor de 50 años, 15.1% menos de 30 años y el 10.9% mayor de 60 años. Podemos concluir que hay un 71.5% de

artesanos ceramistas que son menores de 50 años de edad, lo cual constituye una ventaja importante para la continuidad y sostenibilidad de esta actividad.

En el nivel educativo, el 53.3% de los artesanos y artesanas cuentan con educación secundaria, el 29.9% con primaria, 13.9% con estudios superiores y solo el 2.9% no tienen ningún grado de instrucción.

Los artesanos además de dedicarse a la actividad de cerámica, también se dedican a otras actividades en un 57.7 % como por ejemplo: agricultura, ganadería y comercio.

b) Activos de organización y gestión de los artesanos ceramistas

Los años de experiencia de los artesanos corresponde en mayor porcentaje 82.2% a más de 6 años de experiencia, 4% corresponde de 4 a 5 años de experiencia, y 13.9% entre 1 a 3 años de experiencia.

El número de beneficiarios que tenían experiencia y producían cerámica en ELB eran 108 y en la EEF este número se incrementó a 111 productores beneficiarios.

Con respecto a los motivos para elaborar artesanía, el 89.1% respondió que es una actividad por costumbre / tradición familiar, el 7.6% requiere poco capital.

Con relación al porcentaje de los artesanos que pertenecen a una organización, de los beneficiarios entrevistados hay una disminución de 30.6% a 24.6%, incrementándose el porcentaje de artesanos que no pertenecen a ninguna organización.

Dentro de las ventajas obtenidas por participar en una organización, destaca la “comercialización en la plaza de armas en Pucará”, incrementándose de 21,2 % a 48.2%, generando por lo tanto una disminución importante en la alternativa Ninguna, que descendió de 51.5% a 3%; lo cual demuestra la ventaja de participar en una organización.

Cuadro N° 4.2. Región Puno: Activos de organización y de gestión de los artesanos ceramistas, ELB al 30 noviembre del 2014 y EEF al 29 febrero del 2016 (Porcentaje).

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Años de experiencia en la elaboración de artesanías (Promedio)	años	17.51	19.42	1.9
Desviación estándar		(12.12)	(11.78)	
Rango de años de experiencia				
Menos de un año	%	0	0.0	0.0
De 1 hasta 3 años	%	11.1	13.9	2.8
De 4 hasta 5 años	%	9.3	4.0	-5.3
De 6 a más años	%	79.6	82.2	2.5
Total (%)	%	100	100.0	
Número de casos		108	115	
Motivos para elaborar artesanías				

Por costumbre / tradición familiar	%	73.1	89.1	16.0
Es una actividad rentable	%	72.2	13.0	-59.2
Es una actividad con alta demanda	%	0.9	0.0	-0.9
Requiere poco capital	%	4.6	7.6	3.0
Otro	%	25.0	5.4	-19.6
% de productores que pertenecen a una organización de artesanos	%	30.6	24.4	-6.2
Ventajas obtenidas por participar en una organización de artesanos				
Acceder a información / capacitación de mercado	%	6.1	0.0	-6.1
Acceder a información sobre nuevos proveedores	%	0.0	0.0	0.0
Venta conjunta de artesanías	%	9.1	0.0	-9.1
Compra conjunta de insumos	%	0.0	0.0	0.0
Capacitación sobre técnicas de producción	%	12.1	8.7	-3.4
Mejora la producción	%	3.0	4.3	1.3
Mejora la calidad de la artesanía	%	3.0	4.3	1.3
Comercialización en plaza de armas	%	21.2	48.2	27.0
Ninguna	%	51.2	3.0	-48.5
Número de casos	n	33	29	-4.0

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y Evaluación Final febrero 20016

Elaboración: SASE Consultores

c) Indicadores de gestión y organización del taller de artesanía.

En los indicadores de gestión, no se muestra avance en el uso de documentos de gestión formales, por lo contrario se ha incrementado el porcentajes del uso de registros de venta informal de 50.9% a 86.1%.

La vivienda acondicionada sigue siendo el lugar de mayor porcentaje, para el funcionamiento del taller.

Cuadro N° 4.3. Región Puno: Indicadores de gestión y organización del taller de artesanía, ELB al 30 de noviembre 2014 y EEF al 29 febrero del 2016 (Porcentaje).

Indicador	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Gestión del negocio				
RUC	%	0.9	1.7	0.8
Minuta de constitución	%	0.0	0.0	0.0
Inscripción en SUNARP	%	0.9	0.0	-0.9
Libros contables	%	0.9	0.0	-0.9
Planilla de personal	%	0.0	0.0	0.0
Licencia de funcionamiento	%	1.9	0.0	-1.9
Declaración Anual ante SUNAT	%	0.9	0.0	-0.9
Inscripción en REMYPE	%	0.0	0.0	0.0
Cuenta bancaria	%	0.0	0.0	0.0
Página web	%	0.0	0.0	0.0
Cuenta de correo electrónico	%	0.0	0.0	0.0
Registro de ventas informal	%	50.9	86.1	35.2
Registro de compra informal	%	26.9	28.7	1.8
Registro nacional de artesano	%	0.0	0.0	0.0

Indicador	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Ninguno	%	45.4	9.6	-35.8
Total (%)	%	100	100	
Número de casos		108	115	
Lugar de funcionamiento del taller				
Dentro de la vivienda	%	96.3	95.5	-0.8
Local fuera de la vivienda	%	3.7	2.7	-1.0
Otro	%	0.0	1.8	1.8
Total (%)	%	100	100	
Número de casos		108	115	

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y EEF febrero 2016

Elaboración: SASE Consultores

d) Indicadores económicos del taller.

Las ventas en los 2 últimos con el Proyecto se incrementaron en 35% de S/. 1, 495,522 a S/. 2, 031,412; el promedio de ventas anuales también se incrementa de S/. 13, 977 a S/. 17,664 y el promedio mensual de S/. 1,624 a S/. 1,725.

El rango de ventas mensuales, se incrementaron en los siguientes rangos: Desde 1,001 a 1,500 se incrementó de 19.4% a 26.1%, seguido por 1,501 a 2,000 soles de 7.4% a 22.6%.

El ingreso unitario por ventas, promedio por producto ascendió a S/. 2.12 nuevos soles.

Cuadro N° 4.4 Región Puno: Indicadores económicos del taller de artesanía, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF al 29 de febrero del 2016

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Ventas anuales (S./año, últimos 12 meses)	S/.	1,495,522.00	2,031,412.00	535,890.00
Promedio de ventas anuales (S./año)	S/.	13,977	17,664	3,688
Promedio de ventas mensuales (S./mes)	S/.	1,624	1,725	101
Rango de ventas mensuales				
Sin ventas	%	0.9	4.3	3.4
Hasta 100 soles	%	0.9	0.0	-0.9
Desde 101 hasta 300 soles	%	2.8	0.9	-1.9
Desde 301 hasta 749 soles	%	31.5	9.6	-21.9
Desde 750 hasta 1 000 soles	%	12.0	11.3	-0.7
Desde 1 001 hasta 1 500 soles	%	19.4	26.1	6.6
Desde 1 501 hasta 2 000 soles	%	7.4	22.6	15.2
Desde 2 001 soles y más	%	25.0	25.2	0.2
Total (%)	%	100	100	
Número de casos		108	115	
Ingreso unitario por ventas, en promedio (S./producto)	S/.	2.03	2.12	0.08

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y EEF febrero 2016.

Elaboración: SASE Consultores

e) Vinculación del taller con el mercado de factores.

En cuanto al número de trabajadores que laboran en el taller tenemos los siguientes resultados: El número de trabajadores (promedio) el incremento es poco significativo con respecto al ELB de 1.22 a 1.37 trabajadores, no se reporta incremento de trabajadores reenumerados en permanentes y eventuales, siendo los trabajadores no remunerado, el que más prevalece en producción de cerámica, que es asumido en su mayoría por los miembros de su familia.

El promedio de ingresos anual por trabajador ha aumentado de S/. 3,988.06 a S/. 4,514.25, esto debido a la mayor participación de trabajadores con relación al ELB, además de que la mayor cantidad de trabajadores aumenta en el caso de los trabajadores no remunerados.

Las fuentes de financiamiento para la operación del taller, provienen de recursos propios (97.4.0%) en su mayoría, recursos de familiares (9.6%), préstamos a caja municipales y rurales (10.3%).

Cuadro N° 4.5 Región Puno: Vinculación del taller con el mercado de factores, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF al 29 de febrero del 2016 (Porcentaje).

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Número de trabajadores (promedio)	Nro.	1.22	1.37	0.15
Número de trabajadores permanentes (promedio)	Nro.	0.00	0.00	0.00
Número de trabajadores eventuales (promedio)	Nro.	0.06	0.08	0.02
Número de trabajadores no remunerados (promedio)	Nro.	1.16	1.28	0.12
Promedio de ingresos anuales por trabajador (S/./año/trabajador)	S/.	3,988.06	4,514.25	526.19
Fuentes de financiamiento para la operación del taller				
Recursos propios	%	90.7	97.4	6.7
Recursos de familiares / amigos	%	3.7	9.6	5.9
Préstamo de proveedores	%	0.0	0.0	0.0
Préstamo de clientes	%	0.0	0.0	0.0
Préstamo de bancos	%	2.8	0.9	-1.9
Préstamo de Cajas Municipales / rurales	%	2.8	10.3	10.3
Préstamo de ONG	%	0.0	0.0	0.0
Otro	%	6.5	0.0	-6.5
Total (%)	%	100	100	
Número de casos		108	115	

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y EEF febrero 2016.

Elaboración: SASE Consultores

f) Vinculación del taller con el mercado de bienes

Porcentualmente, se evidencia una disminución, entre estudios de evaluación, sobre los principales compradores, de tal manera, la principal disminución se encuentra en los pobladores de la región (22 puntos porcentuales). Sin embargo se mantienen la preferencia pobladores de la región (53.9%), turistas nacionales (19.1%), turistas extranjeros (11.3%), hoteles o empresas en general (0.9%) y

otros (40.0%); este último se refiere a la venta a intermediarios de Abancay, Arequipa, Bolivia, Cusco y Lima.

Los criterios tomados para determinar el precio de las artesanías, ha aumentado en el caso de considerar el costo de producción en 80.9% y los precios de los competidores en 64.3%.

En cuanto a los medios para la difusión de la artesanía, el 74.8% de los artesanos no hace nada, 21.7% lo hacen participando en las ferias y en "otros" 3.5% está referido a catálogos, lo ofrecen personalmente, con recomendaciones y tarjetas de presentación

Cuadro N° 4.6 Región Puno: Vinculación del taller con el mercado de factores, ELB al 30 de noviembre 2014 y EEF al 29 de febrero del 2016 (Porcentaje).

Concepto	ELB	EEF	EEF-ELB
Principales compradores			
Pobladores de la región	76.9	53.9	-22.9
Turistas nacionales	24.1	19.1	-4.9
Turistas extranjeros	13.0	11.3	-1.7
Hoteles (empresas en general)	1.9	0.9	-1.0
El Estado	0.0	0.0	0.0
Empresas comercializadoras de artesanías	0.0	1.7	1.7
ONG	0.0	0.9	0.9
Otra 1/	40.7	40.0	0.7
Total (%)	100.0	100	
Número de casos	108	115	
Criterios tomados para determinar el precio de las artesanías2/			
Costos de producción	52.8	80.9	28.1
Precios de los competidores	44.4	64.3	19.9
Lo que el cliente esté dispuesto a pagar	0.9	0.0	-0.9
Total (%)	100	100	
Número de casos	108	115	
Medios para la promoción de las artesanías 1/			
A través de publicidad	0.0	0.0	0.0
Participando en ferias	34.3	21.7	-12.5
No hacía nada	60.2	74.8	14.6
Otro	7.4	3.5	-3.9
Total (%)	100	100	
Número de casos	108	115	

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y EEF febrero 2016

Elaboración: SASE Consultores

1/ Otro: Intermediarios de: Abancay, Arequipa, Bolivia, Cusco y Lima

2/ Respuesta múltiple

g) Perspectiva del taller.

En cuanto a los resultados de las ventajas/fortaleza del taller de artesanía, tenemos que el 65.3% respondió que es por la aplicación de técnicas de producción ancestrales, en diseños únicos (18.3%), la calidad de las artesanía (4.3%), su ubicación en zona turística (47.8%), la capacidad de producción (2.6%), el conocimiento del cliente, ninguna (0.8%) y otros (13.0%).

Cuadro N° 4.7 Región Puno: Perspectivas del taller, ELB al 30 de noviembre del 2014, y EEF al 29 de febrero del 2016

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Principales ventajas/fortalezas del taller de artesanías				
La calidad de las artesanías	%	11.1	4.3	-6.8
La aplicación de técnicas de producción ancestrales	%	27.8	65.3	37.4
La capacidad de producción	%	6.5	2.6	-3.9
Los diseños únicos	%	25.9	18.3	-7.7
El conocimiento del cliente	%	1.9	0.0	-1.9
Su ubicación en una zona turística	%	8.3	47.8	39.5
Ninguna	%	17.6	0.9	-16.7
Otra 1/	%	23.1	13.0	-10.1
Número de casos		108	115	
Principales desventajas/limitaciones del taller 2/				
La calidad de las artesanías	%	32.4	20.0	-12.4
La aplicación de técnicas de producción ancestrales	%	5.6	5.2	-0.3
La capacidad de producción	%	41.7	93.0	51.4
Los diseños únicos	%	25.9	18.3	-7.7
El conocimiento del cliente	%	5.6	6.1	0.5
Su ubicación en una zona turística	%	0.9	1.7	0.8
Ninguna	%	3.7	0.9	-2.8
Otra 3/	%	41.7	5.2	-36.4
Número de casos		108	115	
Beneficiarios que declara le gustaría acceder a otros clientes	%	93.5	100	6.5
Tipo de clientes a los que le gustaría acceder 2/				
Pobladores de la región	%	3.0	0.9	-2.1
Turistas nacionales	%	5.9	4.3	-1.6
Turistas extranjeros	%	34.7	15.7	-19.0
Hoteles	%	16.8	36.5	19.7
El Estado	%	0.0	0.9	0.9
Empresas comercializadoras de artesanías	%	50.5	58.3	7.8
ONG	%	0.0	0.0	0.0
Exportación	%	24.8	4.3	-20.4
Número de casos		108	115	
Razones de limitado acceso a estos tipos de clientes 2/				
Desconozco las preferencias/gustos de esos clientes	%	15.8	7.0	-8.9
Me falta definir una estrategia comercial	%	38.6	65.2	26.2
Mi escala de producción es limitada para ese mercado	%	30.7	47.8	17.1
La calidad de mi artesanía todavía es baja	%	36.6	43.5	6.8
Hay mucha competencia en el mercado de esos clientes	%	11.9	7.0	-4.9
Los costos de transporte son altos para llegar a esos clientes	%	1.0	0.0	-1.0
Otro 4/	%	15.8	11.3	-4.5
Número de casos		108	115	

Fuente: FSEP, Línea de base, noviembre 2014

Elaboración: SASE Consultores

1/ Otro: acabados, experiencia, materia prima, mano de obra, tienda propia.

2/ Respuesta múltiple

3/ Otro: equipamiento, experiencia, innovación, poca promoción.

4/ Otro: no tiene capital, falta de promoción, falta estandarizar el producto, no tienen contacto,

En principales desventajas/limitaciones del taller, las respuestas fueron, la capacidad de producción se incrementó de 41.7% a 93.0%, la calidad de artesanía disminuyó de 32.4% a 20.0%, los diseños únicos 25.9%, a 18.3%; aplicación de técnicas de producción ancestrales 5.6% a 5.2%, el conocimiento del cliente aumento de 5.6% a 6.1%; su ubicación en zona turística 0.9% a 1.7%.

En cuanto a los tipos de clientes que le gustaría acceder, hay un mayor interés por las empresas comercializadoras de artesanía donde aumento de 50.5% a 58.3%, seguidos de hoteles de 16.8% a 36.5%, en cambio hay menor preferencia por turistas extranjeros que bajo de 34.7% a 15.7%, turistas nacionales de 5.9% a 4.3%, pobladores de la región de 3.0% a 0.9%.

h) Producción del Taller

En cuanto a la producción de cerámica en el taller, se ha incrementado la producción de toritos de 11.1% a 15.9%; animales de 17.6% a 23.4%; replica de litoescultura 0.8% a 10.5%, castillos de 1.8% a 4.0%, en cambio en cerámica utilitaria descendió de 66.1% a 38.1%, esto debido a que con el proyecto se impulsó la diversificación de los diferentes tipos de cerámicas que demanda el mercado y no solo concentrarse en producir mayormente cerámica utilitaria. En el grupo de toritos se está considerando los toritos tipo utilitarios (tarjeteros, porta lapiceros) que es producto emblemático de la cerámica de Pucara.

En unidades elaboradas al término del Proyecto se incrementaron en unidades producidas: toritos de 81,630 a 152,405, replica de litoescultura de 5,730 a 100,433; animales de 129,620 a 224,950 y castillos de 13,050 a 38,318, en total el incremento fue de 735,730 a 959,499 unidades.

Cuadro N° 4.8 Región Puno: Indicadores de producción de cerámica, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF al 29 de febrero del 2015 (Porcentaje).

concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Principales productos elaborados en el año (%)				
Toritos (incluye todos los tamaños)	%	11.1	15.9	4.8
Caballitos (incluye todos los tamaños)	%	0.2	0.1	-0.1
Réplica de lito esculturas	%	0.8	10.5	9.7
Castillos	%	1.8	4.0	2.2
Nacimientos	%	2.4	1.4	-1.0
Representación de vivencias	%	0.1	6.5	6.5
Animales	%	17.6	23.4	5.8
Cerámica Utilitaria	%	66.1	38.1	-28.0
Total	%	108	115	
Número de productos elaborados en el año (en unidades)				
Toritos (incluye todos los tamaños)	Unidad	81,630	152,405	70,775
Caballitos (incluye todos los tamaños)	Unidad	1,585	1,360	-225
Réplica de litoesculturas	Unidad	5,730	100,433	94,703
Castillos	Unidad	13,050	38,318	25,268
Nacimientos	Unidad	17,630	13,730	-3,900
Representación de vivencias	Unidad	400	62,693	62,293
Animales	Unidad	129,620	224,950	95,330
Cerámica utilitaria	Unidad	486,085	365,610	-120,475

concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Total	Unidad	735,730	959,499	223,769

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014 y EEF febrero 2016
Elaboración: SASE Consultores

i) Costos de Producción del Taller de Artesanos

El costo total de producción promedio en el año por taller ha disminuido de S/. 17,302.04 a S/. 15,808.43 nuevo soles.

La mano de obra representa el mayor gasto dentro de la estructura de costo, el cual disminuyó de 89.6% a 87.2%, el combustible incrementó de 2.5% a 3.9%; tintes/pinturas de aumento de 1.7% a 2.2%, y transporte de artesanía pasó de 1.6% a 2.9%. Estos últimos incrementos se debieron a que los productores ya no venden la cerámica cruda (biscocho), si no que le dan el acabado respectivo para la venta final. El costo de mano de obra utilizado es de S/ 30.00

El costo unitario promedio por producto producido se incrementó de S/.2.52 a S/. 1.96 nuevo soles.

Cuadro N° 4.9 Región Puno: Costo de producción del taller de artesanos, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF al 29 de febrero del 2016.

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Costo total de producción promedio en el año	S/.	17,302.04	15,808.43	-1,493.61
Desviación estándar		(21594.79)	(9614.73)	
Costo total de producción promedio en el mes	S/.	1,878.78	1,570.59	-308.18
Desviación estándar		(1,793.61)	(880.93)	
Participación de los costos según tipo de gasto				
Mano de Obra	%	89.6	87.2	-2.4
Alquiler de Local	%	0.2	0.0	-0.2
Arcilla	%	1.7	1.3	-0.4
Combustible	%	2.5	3.9	1.4
Compresora	%	0.0	0.0	0.0
Empaques	%	0.1	0.1	0.0
Moldeadores	%	2.2	1.8	-0.5
Pinceles	%	0.3	0.3	0.0
Placas de batería	%	0.0	0.0	0.0
Plomo	%	0.0	0.0	0.0
Tintes/pinturas	%	1.6	2.9	1.3
Transporte de artesanías	%	1.7	2.2	0.5
Transporte de Insumos	%	0.0	0.2	0.2
Total	%	100.0	100.0	
Costo unitario promedio (S/. / producto producido)	S/.	2.52	1.96	-0.56

Fuente: FSEP, Línea de base, noviembre 2014
Elaboración: SASE Consultores

j) Estimación del Ingreso Neto

La venta anual (último 12 meses) del total de los artesanos se incrementó con la participación del Proyecto de S/. 1, 495,522 a S/. 2, 031,412 nuevos soles, incrementando desde luego el promedio de venta anual por artesanos de S/. 13,977 a S/. 17,664.

El ingreso neto por año de todos los artesanos entrevistados en el ELB era negativo (-S/. 355,796) y al final del Proyecto el ingreso es positivo (S/. 213,443); de igual manera el ingreso neto promedio por artesano que era negativo (- S/. 3,294), pasó a positivo al final del proyecto en S/. 1,856.

Cuadro N° 4.10 Región Puno: Estimación de Ingresos Neto del taller de artesanos, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF al 29 de febrero del 2016.

Concepto	Unidad de medida	ELB	EEF	EEF-ELB
Ventas anuales (S/./año, últimos 12 meses)	S/.	1,495,522	2,031,412	535,890
n° de artesanos encuestados	Nro.	108	115	
Promedio de ventas anuales (S/./año/por artesano)	S/.	13,977	17,664	3,688
Promedio de ventas mensuales (S/./mes)	S/.	1,624	1,725	101
Costos				
Costos total de producción (S/./año)	S/.		15,808.43	-
Costo total de producción promedio en el mes (S/.)	S/.	17,302.04	1,570.59	1,493.61
Ingresos				
Estimado Ingreso Neto año (Ventas año - Costos año)	S/.	-355,796	213,443	569,239
n° de artesanos encuestados	Nro.	108	115	
Estimado Ingreso Neto año promedio por artesano	S/.	-3,294	1,856	5,150

Fuente: FSEP, ELB noviembre 2014, EEF febrero 2016

Elaboración: SASE Consultores

k) Rentabilidad del taller de artesanos

La rentabilidad neta total promedio del taller de artesanos al inicio del Proyecto era negativo -19.2% y con el desarrollo del Proyecto se incrementó la rentabilidad a 11.7%, esto debido a la mejora en la calidad de los productos de cerámica.

Cuadro N° 4.11 Región Puno: Rentabilidad del taller de artesanos, ELB al 30 de noviembre del 2014 y EEF, al 29 de febrero del 2016. (Porcentaje).

Concepto	ELB	EEF
Rentabilidad neta total promedio	-19.2%	11.7%

Fuente: FSEP, Línea de base, noviembre 2014

Elaboración: SASE Consultores

4.2 Evolución de los indicadores del marco lógico, antes y después del Proyecto

Fin: Mejora de la productividad y del nivel económico de las familias ceramistas en el Distrito de Pucará

Indicador Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicador de EEF
214 artesanos capacitados aplican efectivamente los conocimientos adquiridos con el Proyecto	CERO pero complementariamente ELB encuentra que de los 108 artesanos encuestados del Proyecto, solo el 12.8% han recibido capacitación sobre técnicas de producción en el año 2013, antes que se inicien las actividades del Proyecto.	219 artesanos capacitados
11,833 nuevos jornales generados a partir del término del Proyecto	El número de trabajadores promedio por taller es 1.22, considerando que cada trabajador realiza un jornal tenemos que genera 1.22 jornales, por 119 artesanos se obtiene un total de 145.18 jornales.	11,832 nuevos jornales generados
44 puestos de trabajo de carácter permanente generados a partir del término del Proyecto	El número de trabajadores permanente por taller el estudio arroja el valor de 0.00 trabajadores, lo que determina que los artesanos no cuentan con trabajadores permanentes contratados.	El número de trabajadores permanentes es CERO.

Propósito: Generación de empleo y mejora de ingresos de los artesanos ceramistas mediante el adecuado desarrollo de la oferta artesanal en Pucará – Puno

Indicador Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicadores EEF
214 artesanos ceramistas capacitados por el Proyecto.	CERO pero complementariamente, El ELB encuentra que de los 108 artesanos encuestados del Proyecto, solo el 12.8% han recibido capacitación sobre técnicas de producción en el año anterior al inicio de las actividades del Proyecto, esto significa 17 artesanos	El 100% de los artesanos entrevistados han sido capacitados por el Proyecto los cuales han mejorados sus técnicas en producción de cerámica.
17,265 nuevos jornales generados durante la ejecución del Proyecto.	El número de trabajadores promedio por taller es 1.85, considerando que cada trabajador realiza un jornal tenemos que genera 1.85 jornales, por 119 artesanos se	38,973 nuevos jornales generados ^{2/} .

	obtiene un total de 213.25 jornales	
64% de ingreso incremental obtenido durante la ejecución del Proyecto, que en términos monetarios representa S/. 420,272.00 nuevos soles.	El ingreso neto año de todos los artesanos 119 ^{3/} , arroja el valor monetario negativo.	76% de Ingreso incremental obtenido (S/. 497,730.60) ^{4/}
El ingreso neto promedio anual de los artesanos ceramistas se incrementa de S/.1,534.42 a S/. 1,925.71 en el 1er año del Proyecto y al finalizar el Proyecto a S/. 3,107.02.	El estudio arroja que el ingreso neto promedio anual por artesano ceramista es negativo.	Ingreso neto promedio anual al finalizar el proyecto S/. 1,856.00

2/. Reportado en el informe final del Proyecto

3/. 119 artesanos que produjeron y vendieron cerámica en el año 2013

4/ Reportado en el informe final del proyecto de EE

Componente 1: Desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado.

Indicadores Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicadores EEF
Al finalizar el Proyecto, 214 artesanos utilizan adecuadamente las tecnologías productivas de la cerámica: Modelado, colado y torneado (1 técnica por artesano).	CERO. El estudio no reporta información sobre el uso de tecnologías productivas en cerámica por los artesanos, puesto que estas recién van ser incorporadas con el Proyecto.	212 artesanos manejan técnicas en la elaboración de cerámica: 68 manejan 1 técnica. 44 manejan 2 técnicas 92 manejan 3 técnicas y 8 manejan 4 técnicas.
Al finalizar el Proyecto, 214 artesanos manejan adecuadamente los dos elementos fundamentales de la competitividad de productos: Diversificación e innovación.	El estudio no reporta información sobre elementos que los artesanos desarrollan en términos de competitividad (diversificación e innovación),	186 artesanos han diversificado e innovado sus productos y han creado 115 nuevo diseños y 5 líneas de productos
Al finalizar el Proyecto, 214 artesanos manejan adecuadamente las variables de adición de características a los productos cerámicos: Alto valor agregado y cultural.	No reporta característica de los productos cerámicos en cuanto a valor agregado y cultural.	160 artesanos con el Proyecto, han logrado rescatar la iconografía de la cultura Pukara y los engobes naturales, y la certificación de la marca Cerámica Pucará ante INDECOPI.

Componente 2: Fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas

Indicadores Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicadores EEF
Al finalizar el Proyecto, los 214 artesanos aplican al menos tres instrumentos de gestión empresarial que oferta el Proyecto: registro de costos, registro de ventas, gestión de calidad.	En la situación base, los artesanos no manejan ningún documento formal en la gestión de sus negocios.	En la encuesta final de los 137 artesanos entrevistados, arroja que los instrumentos de gestión empresarial de los artesanos es nulo (0%) y solo 2.3% tiene RUC, a cambio usan mayormente (83%) registros informales.
Al finalizar el Proyecto, 3 asociaciones de artesanos existentes fortalecidos.	Se reporta la presencia de cuatro organizaciones de artesanos en las cuales algunos de los entrevistados están asociados: Asociación San Cayetano – Pucará, Asociación Kalasaya Tours, Asociación ceramista Pucará – CERPU y Asociación Virgen del Carmen.	Solo se apoyó en el 1er. año en fortalecer 2 asociaciones: Asco. San Cayetano – Pucará y Asoc. Kalasaya Tours – Pucará ⁹ .
Al finalizar el Proyecto, 3 nuevas asociaciones de artesanos ceramistas constituidas y con la formalización legal.	Se reporta la presencia de cuatro organizaciones de artesanos en las cuales algunos de los entrevistados están asociados: Asociación San Cayetano – Pucará, Asociación Kalasaya Tours, Asociación ceramista Pucará – CERPU y Asociación Virgen del Carmen. Estas cuatro organizaciones están constituidas legalmente.	Se han creado 7 grupos de artesanos con el Proyecto, al que denominado redes de artesanos, pero sin embargo no han sido constituidas legalmente como grupo asociativo ¹⁰

Componente 3: Fortalecimiento de la articulación comercial de los artesanos ceramistas

Indicadores Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicadores EEF
Al finalizar el Proyecto, se tiene en ejecución por lo menos 24 contratos de compra – venta de productos cerámicos con operadores comerciales de distintos mercados (Turístico, local y nacional)	No se reporta información sobre contratos de compra de venta, las ventas la realizan individualmente a través de intermediarios y sin contratos	En el informe final se reporta que se ha ejecutado 24 contratos venta ^{5/} . Sin embargo este no evidencia con documentos su ejecución.
Se fortalece el mercado actual (Venta a los turistas que llegan a Pucará, venta en ferias y en otros puntos de interés turístico), en consecuencia se incrementa	No se reporta información sobre incremento de ventas, en el mercado actual	Las ventas se incrementaron con la intervención del Proyecto de 47% a 83% (1er y 2do año).

⁹ Informe del primer entregable del Proyecto C- 13 - 45

¹⁰ Información corroborada en la entrevista con el Jefe del Proyecto y Focus Group

Indicadores Marco Lógico	Indicadores ELB	Indicadores EEF
el 20% de ventas en el 1er año y 27% en el 2do año del Proyecto.		

5/. La venta de productos según informe de Jefe de Proyecto han sido atendido de manera individual y no organizada, y ha sido a través de la página web del Proyecto que llegaban los pedidos.

4.3 Análisis de la pertinencia, eficacia, eficiencia y sostenibilidad del Proyecto

Pertinencia

Los problemas y necesidades de los artesanos ceramista, identificados como: Deficiente producción en cerámica, débil organización y articulación comercial, son consideradas con los problemas fundamentales que afrontan los artesanos ceramistas de Pucará.

La producción de la cerámica es una y de las principales actividades en la del distrito de Pucará, por tradición desde muchos años los pobladores se dedican a la cerámica, además es una zona turística. El diseño de la propuesta tiene concordancia con los problemas, necesidades y potenciales con los beneficiarios.

El Proyecto ha tenido como socio aliado a DIRCETUR – Puno, con quien ha coordinado en el desarrollo de actividades del Proyecto (ferias).

Los objetivos y resultados del Proyecto han sido claramente definidos, partiendo del análisis de problemas y objetivos, de igual manera los indicadores para la medición de los resultados.

Los beneficiarios son pequeños artesanos y artesanas ceramistas, ubicadas en la zona urbana y peri urbana del distrito de Pucará, en situación de pobreza y vulnerabilidad, que cumplan con los requisitos mínimos señalados en las bases del concurso.

La estrategia de intervención ha sido de forma integral, donde han participado todos los actores de la cadena productiva de cerámica (proveedores, productores /artesanos, comerciantes/intermediarios y consumidor final), para el logro de los objetivos, contando con los recursos disponibles: materia prima (arcilla, pigmentos) y factor humano (artesanos). A través del Proyecto se logrado revalorar la cerámica Pucará a través de nuevos diseños y uso de iconografía Pukara,

La capacitación y asesoría técnica ha sido la estrategia fundamental para lograr los cambios en producción de cerámica de calidad que demanda actualmente el mercado. La metodología de capacitación empleada ha sido de fácil asimilación por parte de los participantes

En la comercialización, el proyecto planificó como estrategia las ventas a corto, mediano y largo plazo, para lograr progresivamente posesionarse en mercado (feria local, regional y nacional) con los nuevos productos.

La capacitación empresarial tenía como objetivo fortalecer la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas, desarrollando talleres de capacitación en constitución y gestión de asociaciones y cooperativas asociativas, capacitación en elaboración de planes de negocios, capacitación en manejo de fichas técnicas, control de calidad y libro de contabilidad

básico, capacitación en gestión empresarial de artesanía y capacitación en las industrias creativas inclusivas en artesanía y capacitación en ruta de exportadora básico. Pero si embargo este no surgido efecto en el fortalecimiento organizacional a nivel de todos los artesanos, se considera que se plantearon muchas capacitaciones en gestión empresarial, a un grupo de beneficiario disperso, que no se ha consolidado o unificado su nivel organizativo.

Los riesgos y supuesto han sido considerados dentro de las posibilidades que se sucedan en la zona de intervención del Proyecto, y de las políticas macroeconómicas que se susciten a nivel del país que afectaría al turismo.

Eficacia

Respecto a las actividades críticas que se han presentado en el Proyecto mencionamos las siguientes:

- Asistencia técnica en el proceso productivo de la cerámica (actividad 1.3.2). en esta actividad no se logró alcanzar el 100%, debido a que las asistencias personalizadas en el taller demoraron más del tiempo que había considerado (1 hora), además el asesor técnico no solo daba instrucciones, sino que también participaba en el proceso productivo enseñando las técnicas de cómo elaborar la cerámica.
- Fortalecimiento de las asociaciones existentes y creación de otras (actividad 2.1.1). Esta actividad tenía como meta el fortalecimiento de 3 asociaciones existente y la creación de 3 asociaciones, sin embargo esta actividad no dio este resultado, porque se tuvo problemas en conformar las tres nuevas asociaciones, por lo tanto el proyecto tuvo que organizar a los beneficiarios en 7 grupos de artesanos de acuerdo a nivel de confianza y afinidad técnica en la elaboración de la cerámica.
- Asistencia técnica en elaboración de planes de negocios (actividad 2.2.2). La actividad tenía como meta la implementación de 65 planes de negocios, sin embargo solo se desarrollaron 15, debido al bajo nivel educativo de los otros artesanos, en sus remplazo se utilizó el método CANVAS, a recomendación del monitoreo externo por su fácil aplicación.
- Un aspecto crítico que afectó a las actividades al inicio del Proyecto, fue la coyuntura en las elecciones municipales del 2014, donde el actual alcalde se presentaba a la reelección, generándose controversia sobre la continuidad del Proyecto, si el alcalde no era relegido, esto fue usado como parte del juego político, donde se vivieron momentos de tensión, donde un dirigente de Pucará visito FONDOEMPLEO para denunciar malos manejos y que había exclusión de artesanos que no eran de la misma línea política del alcalde.
- Otro factor crítico es el aspecto comercial. Los ceramistas no cuentan todavía con capacidad de producción, es decir no producen lo que el mercado demanda; les falta planificación productiva porque no producen constantemente, lo hacen según pedido, no tienen cerámica en stock. Carecen de asociatividad para producir, solo lo hacen dos grupos.
- Todas las actividades se llegaron ejecutarse al 100%, con excepción de actividades como: Planes de Negocios, que tuvo que replantearse usando otra metodología para cumplir con la meta. De igual manera en el equipamiento de los talleres de cerámica, donde se hizo la distribución de los equipos, de acuerdo a la necesidad requerida en cada taller y de acuerdo al

nivel de cada artesano, porque el presupuesto de esta actividad no alcanzaban para equipar a todos los talleres.

Cuadro N° 4.12 Nivel de ejecución de actividades del Proyecto, por componentes.

Componente/ Actividades/Sub-actividades	Unidad de Medida	Meta	Ejecutado 2015	%
Componente 1: Desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado				124.8
Actividad 1.1: Diversificación e innovación de los productos cerámicos				146.75
1.1.1. Capacitación en diseño y creatividad basada en conocimientos ancestrales	Taller	75	84	112
1.1.2. Diseño de nuevos productos	Consultoría	5	5	100
1.1.3. Diversificación de las líneas de productos	Línea Producto	4	5	125
1.1.4. Pasantía a experiencias exitosas	Pasantía	2	5	250
Actividad 1.2: Productos cerámicos con alto valor agregado y cultural				128
1.2.1. Capacitación en conceptos básicos de turismo solidario, comercio justo, protección de patrones culturales y ambientales.	Taller	12	21	175
1.2.2. Desarrollar marca, etiqueta y empaque para distinguir los productos cerámicos de Pucará.	Elemento Valor	4	4	100
1.2.3. Reproducción de los elementos que compone el valor agregado: marca, etiqueta y empaque.	Millar	30	33	110
Actividad 1.3: Conocimiento de tecnologías productivas apropiadas para elevar la calidad de la cerámica				99.75
1.3.1 Capacitación en el proceso productivo de la cerámica: Materia prima, materiales, producción inicial y producción.	Taller	80	84	105
1.3.2 Asistencia técnica en el proceso productivo de la cerámica	Visita	4,222	3,989	94
1.3.3 Mejoramiento del equipamiento de los talleres artesanales cerámicos.	Taller Cerámica	126	126	100
1.3.4 Asistencia técnica en el equipamiento de talleres	Visita	818	948	
1.3.5 Elaboración del manual de buenas prácticas productivas de cerámica.	Manual	1	1	100
Componente 2: Fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas				134
Actividad 2.1: Fortalecimiento del nivel organizativo y asociativo de los artesanos ceramistas				198
2.1.1 Fortalecimiento de las asociaciones existentes y creación de otras.	Red	7	10	143
2.1.2 Capacitación en constitución y gestión de asociaciones y cooperativas artesanales	Taller	12	12	100
2.1.3. Capacitación en desarrollo personal y relaciones interpersonales	Taller	2	9	450
2.1.4 Difusión radial de spots reflexivos sobre equidad de género	spot	60	60	100

Componente/ Actividades/Sub-actividades	Unidad de Medida	Meta	Ejecutado 2015	%
Actividad 2.2 Conocimiento de instrumentos de gestión para el desarrollo productivo y empresarial				100%
2.2.1 Capacitación en la elaboración de planes de negocios	Taller	14	14	100
2.2.2 Asistencia técnica en la elaboración de planes de negocios	Asistencia	315	315	100
2.2.3 Capacitación en manejo de fichas técnicas, control de calidad y libro de contabilidad básico.	Taller	14	14	100
Actividad 2.3: Fortalecimiento de la cultura empresarial y exportadora				105
2.3.1 Capacitación en gestión empresarial en artesanía	Taller	48	48	100
2.3.2 Capacitación en las industrias creativas inclusivas en artesanía	Taller	6	7	117
2.3.3 Capacitación en ruta exportadora básico	Taller	12	12	100
Componente 3: Fortalecimiento de la articulación comercial de los artesanos ceramistas				115
Actividad 3.1: Adecuados mecanismos de promoción de los productos cerámicos				131
3.1.1 Campaña de promoción de la artesanía articulada a la Marca País para atraer el mercado turístico	Evento	4	8	200
3.1.2 Campaña de promoción de artesanía dirigido al mercado local	Evento	8	10	125
3.1.3 Implementación y posicionamiento de Sitio web y publicidad on line	Sitio web	1	1	100
3.1.4 Elaboración de catálogo artesanal cerámico	Millar	2	2	100
Actividad 3.2: Se amplían los canales de distribución y comercialización				100
3.2.1 Desarrollar un estudio de mercado para los productos cerámicos	Estudio	1	1	100
3.2.2 Mejora de la presentación de los módulos de venta de artesanía en el ámbito de los atractivos turísticos de Pucará	Módulos de venta	25	25	100
3.2.3 Acondicionamiento de talleres y/o tiendas artesanales para la visita turística (Centros de interpretación).	Taller Cerámica	7	7	100
3.2.4 Participación en ferias comerciales nacionales y regionales	Feria	14	14	100
3.2.5 Colocación de productos cerámicos en las galerías y/o tiendas exclusivas de artesanía y seguimiento de las mismas: Puno, Cusco, Arequipa y Lima.	Visitas	90	90	100

Fuente: Informe Final del Proyecto C-13- 45

Para la municipalidad Distrital de Pucará, ha sido una experiencia muy importante, haber llevado a cabo con relativo éxito el manejo y gestión del Proyecto, a pesar que en su inicio sufrió los efectos de los opositores políticos del actual alcalde, han salido adelante.

La selección de los beneficiarios no se desarrolló como estratégicamente se hacía en la propuesta, es decir primero se debería organizar a las asociaciones existentes y luego a los artesanos independientes, para conformar el grupo de beneficiarios de acuerdo a su nivel de conocimiento, en nivel básico, intermedio y avanzado. La convocatoria fue abierta dando lugar a que participaran beneficiarios que no eran artesanos (recién se iniciaban con el Proyecto), esto debido también a la cierta resistencia de los artesanos al inicio del Proyecto.

La focalización en líneas generales fue buena, pero en la selección de los beneficiarios se tuvo problemas en sus inicios para lograr incorporar los 214 artesanos que se tenía como meta.

La capacitación y asistencia técnica han sido bien recibidas por parte de los beneficiarios del Proyecto, por la importancia de los temas desarrollados, contando con técnicos expertos en dominio de diferentes técnicas (modelado, torneado, colado, prensado, decoración, engomado, esmaltado ahumado, pintado, técnicas con pintura satinada, etc), proveniente de otras zona de productoras de cerámica como Cusco, Ayacucho y Chulucanas, que garantizaba la calidad de estos servicios.

La IE ha realizado el monitoreo permanente en desarrollo de las actividades, lo cual ha permitido corregir en sus momento actividades donde se presentaron problemas, además se han apoyado en la sugerencia y recomendaciones del monitoreo externo, para subsanar los problemas y lograr la meta propuesta.

Como resultado importante no planificado resalta el desarrollo de eventos semanales denominado "Jueves Culturales", espacio de análisis y discusión sobre los temas relacionados a la cerámica y otros de interés, donde participan importantes instituciones como: DIRCETUR-Puno, MINCETUR, CITE CHULUCANAS, CITE Camélidos y otras personalidades y el equipo del Proyecto como promotor)

Los servicios planificados fueron entregados y recibidos adecuadamente, aunque se presentaron retraso en algunas actividades por parte de la Institución Ejecutora. En la ejecución del Proyecto las instituciones que intervinieron respetaron su compromiso de apoyo.

Los resultados no planificados no afectaron en nada al Proyecto, por lo contrario sirvieron para fortalecer a los artesanos ceramistas y lograr los objetivos del Proyecto propuesto.

Eficiencia

En el siguiente cuadro se evalúa el nivel de eficiencia en el gasto presupuestal, entre lo programado y ejecutado en cada componente y actividad del Proyecto durante su ejecución.

Cuadro N° 4.13 Nivel de ejecución financiera del Proyecto, por componentes.

Componente/Actividades	03/01/ 2014 al 31/12/2015			% de Ejecución.
	Programado	Ejecutado	Diferencial	
Componente 1:	323,037.45	320,795.14	2,242.31	99

Componente/Actividades	03/01/ 2014 al 31/12/2015			% de Ejecución.
	Programado	Ejecutado	Diferencial	
Desarrollo de productos cerámicos de acuerdo a las exigencias del mercado.				
Componente 2: Fortalecimiento de la gestión organizacional y empresarial de los artesanos ceramistas.	30,096.30	22,870.50	7,225.80	76
Componente 3: Fortalecimiento de la articulación de los artesanos ceramistas.	155,804.78	146,886.19	8,918.59	90
Componente 6: Manejo del Proyecto	440,329.32	396,445.20	43,884.12	93
TOTAL	949,267.85	886,997.03	62,270.82	93

Fuente: Informe Final - Reporte de ejecución presupuestal de Proyecto dic-2015.

Componente 1, se programó S/.323,037.45 y se ejecutó S/. 320,795.14 que representa el 99%, con un saldo de S/. 2,242.31, hay actividades que han excedido el 100% de ejecución y dos en las que el nivel de ejecución ha sido menor del 90%.

Componente 2, se programó S/.30,096.30 y se ejecutó S/.22,870.50, que representa el 76% con un saldo de S/. 7,225.80, la actividad que ha generado este déficit es "Asistencia Técnica en la elaboración de planes de negocios" con 86.33%.

Componente 3, se programó S/. 155,804.78 y se ejecutó S/. 146,886.19, que representa el 90%, con un saldo de S/. 8,918.59.

En el manejo del Proyecto que corresponde a la parte administrativa, de los S/. 440,329.32 programado, se ha ejecutado S/.396,445.20.

Concluyendo que la ejecución presupuestal del Proyecto con los fondos de FONDOEMPLEO ha sido del **93%**.

Con respecto a la ejecución de las otras fuentes cooperantes del Proyecto tenemos: Municipalidad Distrital de Pucará programado S/. 15,736.00 y ha ejecutado a misma cantidad y los beneficiarios programaron S/.25,740.00 y ejecutaron S/. 41,760.00.

En resumen del presupuesto total programado en S/. 990,743.85 se ejecutaron S/. 944,493.03, que representa el **95%** de ejecución.

Cuadro N° 4.14: Nivel de ejecución financiera del Proyecto, según fuentes.

Fuentes Cooperantes	03/01/ 2014 al 31/12/2015			
	Programado	Ejecutado	Diferencial	%
FONDOEMPLEO	949,267.85	886,997.03	62,270.82	93
Municipalidad de Pucará	15,736.00	15,736.00	0.00	100
Beneficiarios	25,740.00	41,760.00	-16,020.00	162
Total del Proyecto	990,743.85	944,493.03	46,250.82	95

Fuente: Reporte de ejecución presupuestal de Proyecto dic-2015/ Informe final

Sostenibilidad

La municipalidad de Pucará ejecutora del Proyecto, considera que han avanzado con el Proyecto y es un paso importante para ir posesionado poco a poco en el mercado (regional y nacional) la cerámica de Pucará. Valora el cambio de aptitud de los artesanos en producir cerámica de calidad de acuerdo a las exigencias del mercado, además de despertar el interés de otras familias en incursionar en esta actividad, que es considerada de mayor importancia económica, y aprovechar la ventaja de que Pucará es zona turística de la región de Puno, donde se recibe turistas todos los días.

El Proyecto no ha logrado consolidar el aspecto organizacional de los artesanos, si bien se ha creado 7 grupos de artesanos, estos no están constituido legalmente, y corren el riesgo que estos grupos se desintegren cuando termine el Proyecto. Es importante remarcar que los artesanos requieren contar con apoyo de otras instituciones financieras para mejorar la infraestructura productiva (talleres cerámica) para ser más competitivo y para esto se requiere que los artesanos estén legalmente constituidos.

5. LECCIONES APRENDIDAS

- Las capacitaciones técnicas ha sido la actividad que más ha impactado en los artesanos, donde han tenido la oportunidad de aprender y aplicar nuevas técnicas en producción de cerámica, así como en la creación de nuevos diseños y prototipos, traspasando la meta planificada (65 a 115). Pero los propios artesanos sugieren que estas capacitaciones, deben ser mejor planificadas en una nueva intervención, diseñando las capacitaciones por nivel de especialización que desee cada artesano y no una sola capacitación para todos artesanos.
- El nivel organizacional de los artesanos de Pucará es muy bajo, nos deja como lección que la estrategia en fortalecer a las organizaciones existente (3) y crear otras (3), no surgió mayor efecto. Este es un problema que ha afrontado el Proyecto en su inicio, por lo que tuvo que replantear la estrategia de conformar nuevos grupos de artesanos (7), por el egoísmo que aún persiste en las asociaciones por incorporar nuevos socios que lo ven como sus competidores.
- La participación en las diferentes ferias locales y regionales han permitido dar a conocer los nuevos productos de cerámica de Pucará, pero a la vez atender la demanda de nuevos mercados que requieren de cerámica utilitaria como los hoteles restaurantes y empresas
- La creación de la marca para la cerámica de Pucará, que en principio era una marca colectiva, y que después tuvo que cambiarse por una marca registrada, que fue patentada por la municipalidad

de Pucará, porque no aun las organizaciones creadas, no están constituidas formalmente para ser la representante de la marca ante INDECOPI.

- La ejecución de Proyectos productivos a cargo de una entidad pública, en este caso la municipalidad de Pucará, por más que esta sea con fondos privados es vista como un dinero del Estado, por lo que la ejecución de las actividades del Proyectos, son más susceptibles a críticas de tipo político, producto del revanchismo de políticos que no llegaron al poder o que no pudieron hacer nada, pero que pretender opacar las buenas acciones emprendidas por la gestión del momento. Esta fue subsanada informando mejor las acciones del Proyecto y detallando la modalidad de ejecución.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- ✓ El Proyecto ha logrado los resultados esperados a nivel de los objetivos planteado en el Marco Lógico, donde 214 artesanos han sido capacitados en nuevas técnicas para la producción de cerámica de acuerdo a exigencias del mercado, de esa manera también se ha generado empleo familiar a través de nuevos jornales debido a una mayor demanda surgida a partir de los nuevos productos de cerámica mejorados en diseños, acabado y pintado. Asimismo han mejorado sus ingresos, por mayor demanda surgida y mejor precio, que se paga por un producto terminado, porque antes los artesanos de Pucará mayormente vendía la cerámica a los intermediarios en forma de “biscocho” cuyo precio era menor.
- ✓ Hay una opinión favorable de los artesanos, que demuestran su total acuerdo con la capacitaciones y asesorías técnicas impartidas por los técnicos del Proyecto, donde ha sido el mayor esfuerzo del Proyecto, para motivar a los artesanos a cambiar de aptitud, y aceptar nuevos retos en la adopción de nuevas técnicas para mejorar la cerámica de Pucará. Pero sin embargo es importante resaltar que para continuar fortaleciendo las capacidades de los artesanos, se haga realidad el funcionamiento del CITE Pucara.
- ✓ La débil organización de la artesanos, es otro problema que aún persiste en la zona de intervención y atenta contra la sostenibilidad del Proyecto, a pesar que con el Proyecto se han conformado 7 grupos de artesanos estos aún no se constituido legalmente, corriendo el riesgo que estos grupos terminen desintegrarse con el cierre del Proyecto.

Recomendaciones.

Recomendaciones para FONDOEMPLO

- ✓ En los Proyectos, con fines de mejorar la competitividad, se recomienda la participación de otros actores de la cadena de valor. Generalmente los casos de éxitos para alcanzar la competitividad, se han vinculado a empresas privadas y organismos especializados del Estado (MINCETUR, DIRCETUR, PROMPERU, ADEX), donde las empresas privadas han articulado a los pequeños productores dentro de la cadena valor.

- ✓ Otro aspecto importante de destacar, tiene que ver con las elecciones municipales y regionales, ya que siendo una municipalidad el ejecutor del Proyecto, se genera incertidumbre entre los beneficiarios, sobre la continuidad del mismo, cuando las autoridades municipales actuales no son reelegidas. Por lo tanto se sugiere que el Proyecto se desarrolle y culmine en el periodo de una gestión municipal, para evitar incertidumbre ante el cambio de nuevas autoridades municipales.

Recomendaciones para la Entidad Ejecutora

- ✓ Desarrollar algún nivel de incidencia en el gobierno regional, MINCETUR y PRODUCE, para buscar financiamiento para seguir apoyando a los artesanos, en mejorar y equipar los talleres de cerámica con nuevos equipos, este es un pedido de los artesanos.
- ✓ Se recomienda incluir en la estrategia de desarrollo tecnológico, de articulación comercial y de reforzamiento en gestión y organización a cargo del Proyecto, la participación de instituciones especializadas en promoción de comercio y turismo como: DIRCETUR-Puno, PROMPERU, ADEX, y cámaras de comercio, teniendo en cuenta los lineamientos del Plan estratégico Nacional de Artesanía.
- ✓ Se recomienda también que a través de la municipalidad de Pucará ejecutora del Proyecto y las asociaciones de artesanos, se gestione el financiamiento que requiere el CITE – Pucará para su culminación, por ser una obra de gran trascendencia, que contribuirá a mejorar la competitividad de la cerámica de Pucará y de la región de Puno.

7. REFERENCIAS

- CAPLAB, 2006. *Capacitación Laboral en Áreas Rurales, Estudio de Sistematización*, Lima.
- GORE Puno. Planes del DIRCETUR – Puno respecto a Artesanía.
- MINCETUR (2011). PENdAR Hacia el 2021 - Plan estratégico Nacional de Artesanía –Lineamientos
- MINCETUR-UNION EUROPEA (2009), Proyecto UE-Perú/PENX: Estudio de Mercado e Identificación de Oportunidades para artículos de Cerámica, Vidrio Pintado, Peletería, Textiles Artesanales y Joyería de Oro y Plata en las principales ciudades de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, España-Informe final
- MINCETUR (2008): Guía Artesanal Turística del Perú
- MTPE, 1997. La Medición del Empleo e Ingresos Rural: Debates conceptuales y Operativos. Boletín de Economía Laboral N° 5, Lima.

8. ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta - Ficha Socio Económica Productiva Artesanía

ANEXO 2: Relación de encuestados (beneficiarios de la muestra)

ANEXO 3: Relación de entrevistados y Grupo Focal

ANEXO 4: Cuestionarios para las entrevistas

ANEXO 5: Virtual

Padrón de productores utilizado para la selección de la muestra

Bases de Datos en versiones SPSS y Excel

Cuadros de Salida

ANEXO 6: Panel fotográfico.

ANEXO 1: Encuesta – Ficha Socio Económica Productiva – Artesanía

**ENCUESTA SOCIO ECONÓMICA Y PRODUCTIVA PARA ARTESANÍA - L4
LÍNEA DE BASE**



Código de proyecto _____ Fecha de encuesta _____

FORMATO A. DATOS GENERALES DEL ARTESANO

A.1 Nombre y apellido _____

A.2 # de DNI _____ A.3 Edad _____ A.4 Fecha de nacimiento

1. Día	2. Mes	3. Año
_____	_____	_____

A.5 Sexo: 1. H 2. M A.6 Lengua materna: 1. Español 2. Taíno 3. Inglesa 4. Otra

A.7 Nivel de educación

1. Primaria 2. Primaria 3. Secundaria 4. Superior 5. Superior 6. Superior

8. Otro

8.1 ¿Posee la capacidad del artesano? _____

A.8 Es persona: _____

A.9 Pertenencia para llegar a la vivienda _____

A.10 Cuentas propias _____

A.11 Crédito _____ Cor. _____ A.12 Productos _____

A.13 Registro _____

A.14 Teléfono fijo _____

A.15 ¿Quién es el contacto (no está en su caso) Nombre de la persona de contacto _____

A.16 Teléfono celular _____

A.17 ¿Dónde se encuentra el negocio? Dirección de la vivienda del artesano _____

A.18 Cuánto tiempo lleva _____

FORMATO B. EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD (O ACTIVIDADES)

B.1 ¿Cuántos años lleva usted involucrado en la producción de artesanías? _____

B.2 ¿Por qué se dedicó a esta actividad?

1. Por costumbre/hábito de familia 4. Porque me gusta

2. Por una costumbre comunal 5. Otra (especificar en el espacio de comentarios) _____

3. Por una actividad remunerada

B.3 ¿A qué nivel de dedicación se dedica a esta actividad? 1. No 2. Sí

FORMATO C. PRODUCTOS PROMOCIONADOS DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL (Período de referencia: últimos 12 meses calendario, ¿cuántos meses de trabajo hizo, bajo o normal? (Marque con X dentro del correspondiente))

Temporada	1. Año	2. Año	3. Año	4. Año	5. Año	6. Año	7. Año	8. Año	9. Año	10. Año	11. Año	12. Año
1. Año												
2. Año												
3. Normal												

¿Cuáles de sus ingresos al proyecto... ¿Cuáles eran sus ingresos por un mes de temporada bajo, alto y normal?

Tipo de producto	Mes de temporada alta		Mes de temporada baja		Mes de temporada normal	
	Cantidad producida C.44	Precio unitario C.45	Cantidad producida C.46	Precio unitario C.47	Cantidad producida C.48	Precio unitario C.49
1. No lo promocio nunca						
2. No lo promocio						
3. Tanto promocio						
4. No promocio						
5. No lo promocio						
6. No lo promocio						
7. No lo promocio						
8. No lo promocio						
9. No lo promocio						
10. No lo promocio						
11. No lo promocio						
12. No lo promocio						
13. No lo promocio						
14. No lo promocio						

FORMATO E. GESTIÓN DEL TALLER ARTESANAL

E.1 Antes del proyecto, ¿usted pertenecía a una organización de artesanos? 1. Si 2. No (Pasar a E.4)

E.2 Nombre de la organización _____

E.3 ¿Qué ventajas has conseguido de participar en esa organización? (respuesta múltiple)

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| 1. Acceder a información/capacitación de mercado | <input type="checkbox"/> | 5. Capacitación sobre técnicas de producción | <input type="checkbox"/> |
| 2. Acceder a información sobre nuevos proveedores | <input type="checkbox"/> | 6. Mejorar la producción | <input type="checkbox"/> |
| 3. Venta conjunta de artesanías | <input type="checkbox"/> | 7. Mejorar la calidad de mi artesanía | <input type="checkbox"/> |
| 4. Compra conjunta de insumos | <input type="checkbox"/> | 8. Otro (especificar)..... | <input type="checkbox"/> |

E.4 ¿El local donde funciona tu taller artesanal está ubicado en...?

1. Dentro de la vivienda 2. Local fuera de la vivienda 3. Otro

E.5 ¿Antes de ingresar al proyecto, su taller se encontraba registrado como ... (leer alternativas)?

1. Persona natural con negocio propio con RUC
2. Persona Natural con negocio propio y Registro Único Simplificado (R.U.S)
3. Persona Natural con negocio propio y Régimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)
4. Persona Jurídica como empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L.)
5. Ninguno

E.6 Antes de ingresar al proyecto, ¿tu taller contaba con..... (leer alternativas)?

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| 1 RUC | <input type="checkbox"/> | 6 Licencia de funcionamiento | <input type="checkbox"/> | 11 Cuenta de correo electrónico | <input type="checkbox"/> |
| 2 Minuta de Constitución | <input type="checkbox"/> | 7 Declaración Anual ante SUNAT | <input type="checkbox"/> | 12 Registro de ventas informal | <input type="checkbox"/> |
| 3 Inscripción en SUNARP | <input type="checkbox"/> | 8 Inscripción en REMYPE | <input type="checkbox"/> | 13 Registro de compras informal | <input type="checkbox"/> |
| 4 Libros contables | <input type="checkbox"/> | 9 Cuenta bancaria | <input type="checkbox"/> | 14 Registro Nacional del Artesano | <input type="checkbox"/> |
| 5 Planilla de personal | <input type="checkbox"/> | 10 Página web | <input type="checkbox"/> | | |

E.7 Antes de ingresar al proyecto, ¿Cómo promocionabas tus artesanías?

1. A través de publicidad 3. No hacía nada
2. Participando en ferias/exposiciones 4. Otra

E.8 Antes del proyecto, ¿quiénes fueron los principales compradores de tus artesanías? (Marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Pobladores de la región 3. Turistas extranjeros 5. El Estado 7. ONG
2. Turistas nacionales 4. Hoteles (empresas en general) 6. Empresas comercializadoras de artesanías 8. Otra.....

E.9 Antes del proyecto, ¿cómo determinabas el precio de venta de tus artesanías? 1 Si 2 No

1. Costos de producción 2. Precios de los competidores 3. Lo que el cliente está dispuesto a pagar

E.10 ¿Antes de ingresar al proyecto, te hubiese gustado acceder a otro tipo de clientes? 1. Si 2. No (Pasar a E.13)

E.11 ¿Quiénes son esos clientes a los que te hubiese gustado llegar? (Marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Pobladores de la región 3. Turistas extranjeros 5. El Estado 7. ONG
2. Turistas nacionales 4. Hoteles (empresas en general) 6. Empresas comercializadoras de artesanías 8. Otra.....

E.12 ¿Por qué no llegabas a esos clientes? (respuesta múltiple)

1. Desconozco las preferencias/gustos de esos clientes 5. Hay mucha competencia en el mercado de esos clientes
2. Me falta definir una estrategia comercial 6. Los costos de transporte son altos para llegar a esos clientes
3. Mi escala de producción es limitada para ese mercado 7. Otro (especificar).....
4. La calidad de mi artesanía todavía es baja

E.13 Antes de ingresar al proyecto, ¿cómo financiabas tu taller de artesanías? (Marcar todas las alternativas que correspondan)

1. Recursos propios 4. Préstamo de clientes 7. Préstamo de ONG
2. Recursos de familiares/amigos 5. Préstamo de Bancos 8. Otro (especificar).....
3. Préstamo de proveedores 6. Préstamo de Cajas Munic./Rurales

E.14 Antes de ingresar al proyecto, ¿Cuáles crees que eran las principales ventajas/fortalezas de tu taller de artesanías?

1. La calidad de las artesanías 4. Los diseños únicos 7. Ninguna
2. La aplicación de técnicas de producción ancestrales 5. El conocimiento del cliente 8. Otra.....
3. La capacidad de producción 6. Su ubicación en una zona turística

E.15 Antes de ingresar al proyecto, ¿Cuáles crees que eran las principales desventajas/limitaciones de tu taller de artesanías?

1. La calidad de las artesanías 4. Los diseños de las artesanías 7. Ninguna
2. La aplicación de técnicas de producción ancestrales 5. El conocimiento del cliente 8. Otra.....
3. La capacidad de producción 6. Su ubicación en una zona turística

F. SOBRE LA APLICACIÓN DE LA FICHA

F.1 Nombre del encuestador _____

F.2 Nombre del supervisor _____

F.3 Fecha de aplicación de la entrevista _____

F.4 Fecha de ingreso del beneficiario al proyecto _____

F.5 Comentarios/observaciones

Anexo 2: Relación de Encuestados (Beneficiarios de la Muestra Nombre y DNI)

Comentario sobre la entrevista a beneficiarios y encuestas consideradas en el EEF:

En el trabajo de campo, el equipo completó el número de encuestas (137 del ELB) de aquellos beneficiarios que por diversos motivos, como se explica en las observaciones del siguiente cuadro, no pudieron ser entrevistados. Sin embargo, de acuerdo a las sugerencias de FONDOEMPLEO, el presente EEF sólo ha tomado los datos de los 119 beneficiarios comunes en ambos momentos de evaluación.

Nro	NOMBRE DE BENEFICIARIOS ENCUESTADO	DNI	OBSERVACION
1	CARMEN COPA QUISPE	47015089	
2	ASUNCION CARMELA CCAPAC DE HUAMAN	02160831	
3	RUPERTO MAMANI ORTIZ	02170050	
4	ANDREA LEONOR ORCOAPAZA PACHARI	42061018	
5	NELY COLQUEHUANCA VILCA	01324822	
6	BALBINA SANGA DE VILCA	02159876	
7	CONCEPCION TTACA CHOQUE	02161330	
8	MARTHA LOURDES TTACCA APAZA	47979902	
9	YOLA TAMIT HUARACALLO LOPE	41704730	
10	EUSEBIA GERTRUDIS CHOQUE PAMPA	01509324	
11	YENNY LUZ VILCA ARAPA	40077627	
12	FRANCISCA ARAPA CHINO	02160741	
13	PERCY CASA APAZA	80494866	
14	MARCELINA CONDORI IDME	02161649	
15	CESAR LOPE ARAPA	40170809	
16	GILMA ROSA TICONA CHOQUE	42240616	
17	MAURA CHINO ARAPA	40924537	
18	RUFINA VALERIANA LAURA TTACCA	02160906	
19	CARNEB DIONICIO APAZA IDME	02297298	Reemplazo a AGUSTINA TTACA VDA DE RAMOS, por que no se le encontró en casa, se visito 2 veces, probablemente está viviendo en campo porque en el mes de febrero no se realiza artesanía, y se ha seleccionado a su reemplazo a CARMEN DIONICIO APAZA IDEME por que se dedican a la producción de similares productos.
20	JUAN DE LA CRUZ RAMOS CHOQUE	029678179	Reemplazo a EPIFANIA ARAPA CONDORI, por que se retiró del proyecto. No quiso abundar en explicaciones y se ha seleccionado a su reemplazo a JUAN DE LA CRUZ CHOQUE por que se dedican a la producción de similares productos.
21	SERGINIO ARELA RAMOS	45264140	
22	FRANCISCA PAULA IDME DE YUCRA	02159393	
23	TEODORA IDME HUANCA DE HUARANCA	02160627	
24	LUCIA ANDREA IDME IDME	02157283	Reemplazo a GERONIMO VILCA HUARACALLO, por que no encontró en casa, se visitó 2 veces, probablemente está viviendo en campo porque en el mes de febrero no se realiza artesanía, y se ha seleccionado a LUCIA ANDREA IDME IDME, que se dedican a la producción de similares productos.
25	AGUSTINA APAZA LOPE	02160584	
26	MERY AMPARO HUARANCA IDME	44988531	
27	PAULINA IDME CCASA	02170027	
28	AMBROCIO TICONA JARA	23959673	

Nro	NOMBRE DE BENEFICIARIOS ENCUESTADO	DNI	OBSERVACION
29	GERTRUDIS DIOVANA VILCAHUAMAN TICONA	02170088	
30	JUAN DE DIOS IDME HUAMAN	02170093	
31	YOVANA MONICA BARRA ARAPA	44243189	
32	ROSALIA APAZA MAMANI	02160834	
33	YUDITH CCASA CONDORI	80022930	
34	ELOY ARAPA PACHARI	80670633	
35	JUAN EVANGELISTA RAMOS APAZA	02297676	
36	DORA CASA APAZA	02170172	Remplazo a MARGOT VERONICA HUARCAYA QUISPE, no se encontró en casa, mencionan que se fue a Juliaca a trabajar porque en los meses de febrero no se realiza trabajos de artesanía.
37	DELFIN GILASIO BARRA ARAPA	02170044	
38	LUZ MARINA HUARACALLO LOPE	40611980	
39	GLISERIA TICONA LUQUE	40295893	
40	IRENE TICONA CHOQUE	02161526	
41	GEORGINA JARA FIGUEROA	02160881	
42	SEFERINA CHOQUE PUMA DE TICONA	02160537	Remplazo a PERCY RAUL TOCOMA, no quiso realizar la encuesta, menciona que se retiró del proyecto por insatisfacción de las actividades que realiza el proyecto. Fue remplazado por SEFERINA CHOQUE PUMO DE TITICACA.
43	PATRICIA QUISPE CHAMBI	40115721	
44	MATILDE IDME JARA	80028064	
45	LILY SALIMOBIA APAZA MARIN	25477226	
46	FLORENCIA APANCHO ORCOAPAZA DE VARGAS	02161260	
47	FELIX MAXIMO MERMA COLQUEHUANCA	02161754	
48	GLADYS BARRA ARAPA	41932256	
49	LAZARO CCARINA CHOQUE	02000216	
50	BENITA MERMA MACEDO	02161778	
51	CAROLINA GUISELA GOMEZ CHOQUE	43558548	
53	ROBERTA CHINO ARAPA	02161661	
53	EUGENIO IDME QUISPE	02159230	Remplazo a GASPAR GUARGAYA APANCHO, que se retiró del proyecto porque se ha dedicado a otro trabajo; se ha seleccionado a EUGENIO IDME QUISPE en su reemplazo por que tiene características similar.
54	ANA MARIA HUARANCA IDME	41868636	
55	UBALDINA ARACA CCARILA	02170100	
56	REMIGIO HUARACALLO CUPE	02159469	
57	CARLOS CAMA QUISPE	02159225	
58	ARCADIA MAMANI VILCA	42153954	
59	VERONICA MAGALI TICONA ALVAREZ	43448678	
60	ERNESTO MARTIN MOLINA	41810865	Remplazo a ZENOBIA PARICELA HUNACOLLO, por que no se encontró en su casa, probablemente este en campo porque en estos meses no hace artesanía y se ha seleccionado a su remplazo a ERNESTO MARTIN MOLINA que es de la misma zona.
61	YOLANDA APANCHO ORCOAPAZA	42389356	
62	SILVIA SANDRA FRISNACHO HUARACALLO	44572091	
63	FIDEL MACEDO HUANCA	02170208	
64	MARIA JESUS HUARACALLO ARAPA	02161112	

Nro	NOMBRE DE BENEFICIARIOS ENCUESTADO	DNI	OBSERVACION
65	HILDA PUMA PACORI	43113867	Reemplazo a MARIA IDNE CHINO ARAPA, por que no se encontró en domicilio, se visitó en 2 oportunidades a su casa, posiblemente viene realizando trabajos agropecuarios en el campo y se ha seleccionado a HILDA PUMA OCCORI que tiene casi las mismas características de producción.
66	BENEDICTO HUAMAN CONDORI	01808848	
67	VICTOR CCAMA TTACCA	01332075	
68	LUCILA HUARACALLO COLQUEHUANCA	02159214	
69	ISIDRO MORALES CHOQUE	02159526	
70	CLARA RAMOS IDME	30670217	
70	ROBERTO PARI SALAZAR	40670699	Reemplazo a ROXANA LOPE TTACCA, que estaba de viaje y por ello no se le hizo la encuesta, y se selecciona ROBERTO PARI SALAZAR de características similares de producción.
71	DELIA ELEODORA RAMOS IDME	02170261	
72	GLADIS CORINA CHINO ARAPA	01550329	
73	FLORENTINA ADELAIDA APAZA MAMANI	02159680	
74	ALICIA FRISANCHO HUARACALLO	02161650	
75	RUTH DIANA CONDORI FRISANCHO	45841881	
76	EVA PUNA PACORI	42539481	
77	MONICA COPA QUISPE	42539481	
78	AGUSTINA HUARACALLO ROQUE	02170148	Reemplazo a MARIA ASUNCIÓN QUISPE AGUILAR, por que se retiró del proyecto, menciona que actualmente no viene realizando artesanía, se ha seleccionado a AGUSTINA HUARACALLO ROQUE por que tiene las mismas características de producción.
79	AGUSTINA HUARACALLO IDME	80609996	
80	ALEJANDRINA HUARANCA IDME	43454778	
81	CARLOS RAMOS CHOQUE	09007473	
82	EDGAR ERNESTO APAZA ARAPA	01309758	
83	NEMECIO PAULINO MORALES CHOQUE		
84	HONORATA VENTURA COLQUEHUANCA	02160580	Reemplazo a HONORATA CONDORI COLQUEHUANCA, que se retiró del proyecto por diversas razones, no tenía tiempo para ir a las capacitaciones.
85	ELVA TITO CCAPAC	43005594	
86	JUSTINA VIZA MAUHUA	24714918	Reemplazo a AURELIO MAMANI HUAMAN, por que no se encontró en casa, se ha seleccionado a su reemplazo por que tiene las características similares en producción.
87	MARIA MARTA IDME APAZA	43107063	
88	JOSE FLORENTINO VELEZ TACA	02159274	Reemplazo a BENIGNA CHOQUE CHOQUE, por que no se encontró en casa, se ha seleccionado a su reemplazo por que tiene las características similares en producción.
89	RICARDINA TEOFILA IDME CHOQUE	02160923	
90	YOVANA JESUSA CHOQUE QUISPE	46676362	
91	ZENOBIA APANCHO ORCOAPAZA	02160246	
92	LEONIDAS LLANO BARRA	02170252	
93	BERTHA YENNY LOPE HANCO	29555139	
94	ROSMERY CHOQUE CRUZ	01550985	
95	MATILDE JARA LARICO	01510358	Reemplazo a IGNACIA CACERES ALARCON, por que se retiró del proyecto y no quiso dar más explicaciones, se reemplazó con un productor de casi las mismas características de producción.
96	BRUNO HUAMAN CCAPAC	02161879	

Nro	NOMBRE DE BENEFICIARIOS ENCUESTADO	DNI	OBSERVACION
97	JOSE LEON TAPIA	43939349	
98	MARIA QUISPE VILCA	02160826	
99	ELMER HUAMAN FRISANCHO	47000158	
100	JESUS HUMBERTO TACCA APAZA	40695037	
101	NICOLASA JARAMILLO HUAMAN	40695037	Remplazo a ELENA JARA PAMPA, por que se retiró del proyecto; y se ha seleccionado a un productor con casi las mismas características de producción
102	DANIEL LUQUE PARI	41316938	
103	LUCAS SUPHO SAMIRE	40719355	
104	JULIA DIAZ JARA	40668089	
105	MELECIA BERNANDINA CCAPAC ZEA DE TITO	02161242	
106	ISAIAS ROGER QUISPE HUAYTA	46010076	Remplazo a LISBET HUAMAN FRISANCHO por que se retiró del proyecto, se ha considerado a otro productor con casi las mismas características de producción
107	LIZBETH HUARACALLO APAZA	48538240	Remplazo a AGRIPINA GUARGAYA APANCHO, por que se retiró del proyecto, menciona que por incumplimiento de las promesas del alcalde y equipo de proyecto.
108	FELICIANA MAMANI HUARACALLO	43708114	
109	MAGDA REYNA TITO CCAPAC	40776991	
110	CONCEPCION MAGDALENA TICONA JUSTO	02160114	
111	ROLANDO CIRO IDME BUSTINZA	41953224	
112	DINA MACEDO HUANCA	02161561	
113	HONORATO TTACCA SANCA	02161179	
114	MARIA ROCSANA FRISANDIO HUARACALLO	02170117	
115	LIDIA CHARO LEON CCAPAC	44529697	
116	LIZARDO PEDRO AGUILAR LOPE	80568866	
117	CRISTINA CONDORI ARAPA	01510338	
118	BEATRIZ GREGORIA HUARACALLO MAMANI	02161375	
119	FELICITAS APAZA ARHUIRE	01549936	
120	SONIA HUARACALLO LOPE	02170275	
121	JUANA DAMASIA MAMANI FIGUEROA	29644862	
122	ISABELA INES CCAPAC CEA	02160621	
123	HUGO BELTRAN ARIZACA	02171839	
124	REYNA EPIFANIA ALVAREZ PAMPA	02447537	
125	HUGO VICTOR YUCRA IDME	02161690	
126	MARCELA TICONA AGUILAR DE ARALA	02160380	
127	MARCELINA MORALES VILCA	02170201	
128	AUGUSTO APAZA MAMANI	02159485	
129	SAMUEL MAMANI CHOQUE	01507969	
130	HUGO FRANCISCO LOPE ARAPA	02160491	
131	RUT DALIA HUARGAYA TICONA	02448007	
132	MARIA IRENE CHINO ARAPA	02161441	
133	CARMELO HUARACALLO CONDORI	02159262	
134	PABLO IDME JARA	80028074	
135	JUSTINA QUISPE IDME	02161760	
136	NANCY NINFA HUARACALLO VENTURA	43255307	

Nro	NOMBRE DE BENEFICIARIOS ENCUESTADO	DNI	OBSERVACION
137	JUANA IDME AMANQUI	02159476	

ANEXO 3: Relación de Entrevistados y Grupo Focal (Nombre, Cargo Institución, fecha entrevista)

Nombre	Cargo	Institución	Fecha de entrevista
Ronal Callacondo Mollo	Jefe Proyecto de Cerámica	Municipalidad de Pucara	22/01/2016
Niner Delian Mamani Laura	Asistente del Proyecto	Municipalidad de Pucara	22/10/2016
Juan Luis Valeriano Valdez	Administrador/Registro de Artesanos	MINCETUR-Puno	22/01/2016
Remigio Huaracallo Cupe	Delegado	Grupo 04	23/01/2016
Benedicto Huaman Condori	Delegado	Grupo 01	23/01/2016
Víctor Ccama Tacca	Delegado	Grupo 07	23/01/2016
Bertha Irene Lope Hanco	Delegado	Grupo 02	23/01/2016
Carlos Choque Ramos	Delegado	Grupo 06	23/01/2016
Sergio Arela Ramos	Delegado	Grupo 03	23/01/2016
Nelly Choquehuanca Vilca	Delegado	Grupo 05	23/01/2016
Ruben Vilca Quispe	Artesano	Grupo 03	23/01/2016
Luis Alberto Sánchez Carrión	Alcalde	Municipalidad de Pucara	24/01/2016

ANEXO 4: Cuestionarios de la Entrevistas

I. GUIA DE ENTREVISTAS A REPRESENTANTES DE LA INSTITUCIÓN EJECUTORA

Eficacia

- ¿Cuáles son las actividades críticas del proyecto, es decir, aquéllas imprescindibles para el logro de resultados?
- ¿Se logró llevar a cabo todas estas actividades de acuerdo a lo previsto?
- En caso que no se haya logrado, cuáles son los motivos que explican esta situación; y en caso que sí, identificar los factores críticos de éxito atribuibles a la intervención del proyecto.
- ¿Las metodologías de capacitación empleadas han sido las adecuadas a las características de la población objetivo?
- ¿Las metas según género han sido alcanzadas?
- ¿Se han desarrollado acciones en cuanto a la promoción, por ejemplo, en la difusión del proyecto y los talleres de capacitación?
- ¿La UE tenía experiencia previa en la ejecución de proyectos y/o actividades con impacto positivo en las mujeres? ¿Contaba la IE con algún especialista en asuntos sociales y de género o alguna instancia especializada dentro de la organización? ¿Cuántas personas conformaban la IE y de ellas cuántas eran mujeres?
- ¿La gestión del proyecto (organización, sistema de seguimiento y monitoreo, bases de datos) ha sido adecuada para ejecutar los componentes y actividades previstas?
- ¿De qué manera participaron la población local, autoridades y/o otras instituciones en el diseño y durante la ejecución del proyecto?
- ¿De qué manera se dio la coordinación y retroalimentación entre la IE y FONDOEMPLEO? ¿Qué aspectos relativos a la manera de operar de FONDOEMPLEO (mecanismos de convocatorias, criterios para la ejecución de los proyectos, transferencia de recursos, supervisión, otros) contribuyeron favorablemente o limitaron a la consecución de metas del proyecto?
- ¿Se cumplieron los supuestos y riesgos de intervención del proyecto? En caso alguno no se haya cumplido, ¿qué implicancias tuvo?
- ¿Hubo alguna modificación importante en el proyecto durante su ejecución? ¿Por qué?

Eficiencia

- ¿En algunas de las actividades críticas se gastó más de lo previsto? ¿menos de lo previsto? ¿Por qué?
- ¿Los costos unitarios por actividades críticas guardan relación con los insumos utilizados y con los costos promedios en las zonas de intervención?
- ¿Hubo retrasos en el inicio de la ejecución financiera del proyecto? ¿Por qué?
- ¿Los aportes de las contrapartidas han sido oportunos y en las cantidades previstas?
- En función del nivel de ejecución financiera identificada, establecer los factores críticos que explican que el avance haya sido satisfactorio (o no); tanto aquéllos atribuibles a la gestión de la unidad ejecutora como a los supuestos de intervención.

Efectos

- ¿Se han logrado las metas de los resultados esperados del proyecto, para cada uno de sus componentes?
- Establecer los factores críticos de éxito (o no éxito) que explican que el nivel de logro haya sido satisfactorio (o no); tanto aquéllos atribuibles a la gestión de la institución ejecutora como a los supuestos de intervención.
- ¿Estima que el proyecto puede generar alguna externalidad (es decir, no prevista en el diseño original) positiva o negativa para la población beneficiaria o no beneficiaria en términos sociales, económicos, ecológicos?

Aproximación al impacto

- ¿Estima que el proyecto está en condiciones de cumplir con su propósito?
- ¿Estima que el proyecto está en capacidad de contribuir a su fin último?

Aproximación a la sostenibilidad**SOCIAL**

- ¿Estima que el proyecto está en condiciones de lograr la perdurabilidad de los beneficios de su intervención?
- ¿El proyecto está generando las capacidades necesarias para que los beneficiarios/as puedan continuar obteniendo los beneficios propuestos en el proyecto?
- ¿El proyecto ha previsto arreglos institucionales para la continuación de las actividades del proyecto?
¿Se ha previsto (Estado, sector privado) para la obtención de nuevo financiamiento que permitan la sostenibilidad de los logros del proyecto? ¿con quiénes?
- ¿Existen políticas públicas locales o regionales que favorezcan la perdurabilidad de los beneficios del proyecto?

ECONOMICA

- ¿Estima que el proyecto está en condiciones de generar, entre sus beneficiarios, una apropiación del conocimiento, tecnología, prácticas productivas, asociativas, u otras capacidades en la población o instituciones locales, de tal manera que puedan perdurar los beneficios del proyecto aún sin que éste continúe?
- ¿La población objetivo ha establecido las relaciones y capacidades de negociación necesarias para establecer adecuados vínculos con el mercado, con proveedores, con proveedores de servicios que permitan la sostenibilidad?

ECOLOGICA

- ¿Cuál es impacto de la tecnología propuesta por el proyecto sobre el medio ambiente y biodiversidad?

Replicabilidad

- ¿El proyecto posee las características como para ser considerado una iniciativa con potencial de ser ampliado y replicado en otros territorios?
- ¿Cuáles son las condiciones necesarias en otros lugares para que el proyecto sea replicado con éxito?

Entrevista al representante del MINCETUR de la región donde interviene el proyecto

- ¿Cuál es la problemática del (mencionar producto donde interviene el proyecto) en su región? Identifique las características económicas, tecnológicas y de mercado que enfrentan estos productores.
- ¿Cuáles son los componentes indispensables que deben contemplarse en un proyecto que promueve el desarrollo del (mencionar producto donde interviene el proyecto) en su región?
- ¿Cuáles son las potencialidades y los riesgos que afronta este tipo de proyectos para lograr el desarrollo sostenible del (mencionar producto donde interviene el proyecto)?
- ¿Cuán viable es la organización entre los productores de (mencionar producto donde interviene el proyecto) en su región?, ¿conoce de experiencias de organización exitosas en su región para el producto analizado? Explique.

- ¿La promoción del (mencionar producto donde interviene el proyecto) es una prioridad de su institución? Justifique.
- ¿Conoce del proyecto que viene ejecutando la IE? Explique.
- Si respondió que sí en la pregunta anterior ¿El equipo del proyecto ha coordinado con su institución para la ejecución conjunta de actividades en apoyo del (mencionar producto donde interviene el proyecto)? Explique en qué consistió esa coordinación. Si respondió que sí coordinó, indique si considera que se ha diseñado un proyecto integral para el logro de los objetivos planteados. Justifique.
- En una intervención como la planteada por el proyecto, ¿Cuáles son las instituciones o actores que deberían involucrarse con el proyecto? ¿De qué manera debieran participar o involucrarse?

II. **GUIA DE PREGUNTAS EN GRUPOS FOCALES DE BENEFICIARIOS**

- Motivaciones al iniciar el proyecto y motivaciones actuales
- Expectativas al iniciar el proyecto y satisfacción con los servicios recibidos
- Percepción sobre la calidad y relevancia de los servicios recibidos
- Principales efectos que ha tenido el proyecto en sus vidas (personal, profesional)
- Sugerencias o mejoras para un proyecto futuro similar
- Situación laboral al iniciar el proyecto y actual
- Actuales necesidades o limitaciones como buscador de empleo, como trabajador dependiente, o en su propio negocio
- Perspectivas futuras: ¿trabajo dependiente?, ¿autoempleo?, ¿estudios?
- Posibilidades que ofrece la región, provincia o distrito para poder concretar estas perspectivas
- Apoyo de la familia y de las autoridades.

ANEXO 5: Virtual

Padrón de Productores utilizados para la selección de la muestra

Base de datos versiones SPSS y EXCEL.

ANEXO 6: Panel Fotográfico

	
<p>Artesanos del proyecto en la feria de plaza de armas de Pucara</p>	<p>Artesanos mostrando sus productos de artesanía aprendidos con el proyecto</p>
	
<p>Artesana exponiendo sus productos en la plaza de armas de Pucara</p>	<p>Artesano laborando en su taller de cerámica.</p>
	
<p>Artesana mostrando su tienda donde expone la cerámica</p>	<p>Artesanos laborando en su taller de cerámica</p>



Artisanos del proyecto mostrando sus productos de cerámica



Artisanos mostrados el horno a gas beneficiado con el proyecto



Tiendas de artesanía apoyada con el proyecto



Tiendas de artesanía apoyada con el proyecto



Delegados de los 7 grupos formados por el proyecto en focus group



Delegados de los grupos de artesanos que participaron en el focus group