

**EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL PROYECTO**  
**“CAPACITACIÓN TÉCNICA EMPRESARIAL PARA**  
**INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN Y RENTABILIDAD DE**  
**TEJIDOS TEXTILES EN COMUNIDADES ANDINAS”**

**PROYECTO EJECUTADO POR SERVICIO NACIONAL DE**  
**ADIASTRAMIENTO EN TRABAJO INDUSTRIAL – SENATI**  
**CO-FINANCIADO POR FONDO NACIONAL DE CAPACITACIÓN**  
**LABORAL Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO- FONDOEMPLEO**

**Informe presentado a FONDOEMPLEO**  
**Por: Sara Pait Volstein**

**Lima, agosto de 2003**

**“En esta provincia de Caxamalca...hacen por sus manos tan buena tapicería como en Flandes, de la lana de sus ganados, y tan de ver, que parece la trama della toda de seda, siendo tan solo lana.”**

**Pedro Cieza de León: *La Crónica del Perú*. Cap. LXXVII.  
En: Horacio Villanueva Arteaga: *Cajamarca. Apuntes para su Historia*.  
Ed. Garcilazo, Cuzco, 1975**

## **SIGLAS**

ACONSUR	Asesoría, Consultoría y Negocios
FONDOEMPLEO	Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo
IFC-MY	Proyectos del Banco Mundial, ejecutado por Internacional Finance Corporation y Swisscontact
N	Número de casos contemplados
SASE	Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo
SENATI	Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial
UPF	Unidades Productivas Familiares

# CONTENIDOS

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>6</b>
<b>2. ASPECTOS PREVIOS</b>	<b>9</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
A. ANTECEDENTES	9
B. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN	9
<b>II. EL PROYECTO Y SUS LOGROS</b>	<b>10</b>
A. BREVE HISTORIA DEL PROYECTO	10
B. PRINCIPALES RESULTADOS DEL PROCESO	12
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>14</b>
A. PROGRAMACIÓN Y PROCESO	14
B. INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	15
C. DISEÑO DEL ESTUDIO	16
1) Enfoque antes-después de tipo estimativo	17
2) Enfoque transversal comparativo	17
D. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES Y COMUNIDADES DEL ESTUDIO	17
1) La muestra	17
2) Las comunidades y poblados seleccionados	18
3) Selección de participantes	19
<b>3. RESULTADOS</b>	<b>20</b>
<b>I. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y COMPOSICIÓN FAMILIAR DEL-A ARTESANO-A Y SU FAMILIA</b>	<b>20</b>
A. SEXO, EDAD Y NIVEL EDUCACIONAL	20
B. COMPOSICIÓN FAMILIAR	21
C. ROL DEL-A ARTESANO-A EN LA FAMILIA	22
<b>II. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD TEXTIL DEL ARTESANO Y SU FAMILIA</b>	<b>24</b>
A. COMPOSICIÓN DE LA UNIDAD FAMILIAR ARTESANAL	24
1) Composición de la unidad familiar textil actual	24
2) Variaciones en la unidad textil familiar	25
B. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD TEXTIL FAMILIAR	25
1) Antigüedad	25
2) Nivel de actividad	26
3) Ubicación del negocio textil	26
C. EXPERIENCIA DEL ARTESANO EN LA ACTIVIDAD	27
1) Antigüedad en la actividad textil	27
2) Experiencia según lugar de residencia	27
D. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL	27
1) Otras actividades económicas	27
2) Importancia de la actividad textil	28
<b>III. RESULTADOS EN EL EMPLEO</b>	<b>30</b>
A. VARIACIONES EN EL EMPLEO ARTESANAL TEXTIL	30
1) Cuándo se inicia la actividad artesanal comercial	30
2) Tiempo de dedicación antes y ahora	30
3) La participación de eventuales	31
B. LA RETRIBUCIÓN AL EMPLEO	32
C. IMPLICANCIAS DEL PROYECTO EN LAS MIGRACIONES	33

<b>IV. EQUIPAMIENTO DEL NEGOCIO TEXTIL FAMILIAR</b>	<b>34</b>
<b>V. RESULTADOS EN EL NEGOCIO</b>	<b>37</b>
A. PRODUCCIÓN	37
1) Variaciones en la cantidad de productos	37
2) Tipo de productos	39
3) Incremento de productividad	39
B. VENTAS	42
1) Situación actual y variaciones	42
2) Variaciones según pertenencia a una organización	43
3) Variaciones según distrito de residencia	44
C. GANANCIAS	44
<b>VI. CAPITALIZACIÓN FAMILIAR</b>	<b>47</b>
1) Montos de inversión por rubros	47
2) Orientación de la inversión	48
<b>VII. VARIACIONES EN CALIDAD DE PRODUCTOS</b>	<b>49</b>
1) Variaciones en la materia prima	49
2) Variaciones en la técnica de teñido	50
3) Razones que explican las mejoras en la calidad de los productos	50
<b>VIII. VARIACIONES EN EL CIRCUITO COMERCIAL</b>	<b>55</b>
1) Variación de clientes	55
2) Segmentación del mercado y variaciones	56
<b>IX. EFECTOS DE LA CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA</b>	<b>56</b>
<b>X. EFECTOS ORGANIZACIONALES</b>	<b>58</b>
A. Participación y satisfacción con la organización	58
1) Tipos de participación	58
2) Beneficios de la participación	58
3) Razones de la no participación	59
B. Servicios vigentes	59
C. Perspectivas de sostenibilidad	60
1) Factores favorables	60
2) Factores desfavorables	61
<b>XI. EFECTOS EN LA PERSONA</b>	<b>62</b>
<b>4. IMPLICANCIAS DEL ESTUDIO DE IMPACTO</b>	<b>64</b>
<b>I. CONCLUSIONES GENERALES</b>	<b>64</b>
<b>II. IMPLICANCIAS INSTITUCIONALES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>68</b>
<b>5. ANEXOS</b>	<b>72</b>
A. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA: file: TdR	72
B. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LA ENCUESTA: file: Encuesta Proyecto SENATI	72
C. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LA LISTA DE VARIABLES: file: Lista de variables	72

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

La evaluación de impacto post proyecto de la experiencia de SENATI, básicamente ha considerado la aplicación de una encuesta a 214 artesanos del telar en cuatro de las zonas en las que se realizó el Proyecto: Chota, San Miguel y Cajamarca, en el Departamento de Cajamarca, y, Curahuasi, en el Departamento de Apurímac. El objetivo de la evaluación post proyecto ha sido brindar datos referenciales sobre la situación actual y previa de los artesanos-as participantes en el proyecto, analizando el impacto y la sostenibilidad de la acción.

La evaluación es básicamente de tipo estimativa; donde la opinión de los entrevistados tiene categoría de verdad para determinar los cambios. Las respuestas fueron contrastadas con la observación, las entrevistas a profundidad a beneficiarios y personal del Proyecto, la documentación del Proyecto y la visión de conjunto de la investigadora. En algunos puntos, como las ventas y producción, los datos de los entrevistados se cotejaron con los registros de cada productor, lo cual hace más objetiva la información.

Los ámbitos de análisis para el estudio han sido: el individuo, el negocio textil, la familia y la organización. Como no se contaba con una línea de base, los criterios de cambio implicaron el recuerdo de una situación previa al Proyecto en contraste con la situación actual. También se recurrió a hacer comparaciones entre artesanos-as activos y los que se habían alejado del Proyecto. Asimismo, se comparó los resultados entre los entrevistados según su localidad de residencia.

Los resultados encontrados permiten afirmar que se han cumplido las hipótesis previstas sobre los cambios en las unidades de análisis. En los negocios textiles familiares de los ámbitos visitados, los cambios más importantes se refieren a continuación.

- a) Se encontró 124 nuevas personas trabajando en la actividad textil- potencialmente nuevos empleos. También, 33 familias se incorporaron a la actividad textil o la orientaron comercialmente por primera vez. Además, se encontró variación en tiempo de dedicación a la actividad textil familiar, entre los que trabajaban antes y también ahora, 1,956.54 (antes) vs. 2,551.23 (ahora), siendo la diferencia significativa. En cuanto a la retribución al empleo, en promedio las-os artesanos y sus familiares están recibiendo una ganancia de S/. 0.42 por hora y de S/.3.79 por día por su actividad textil. Estos resultados revelan la aún baja relevancia de las remuneraciones para la labor artesanal, por un lado, y/o por otro, la eventualidad de los ingresos, que se concentran en determinados meses del año, perdiendo peso cuando se dispersan en un lapso anual. No se cuenta, por otro lado, con datos de línea de base que permitan hacer comparaciones numéricas para verificar los cambios. La opinión de gran parte de los entrevistados es que sus ganancias por la actividad textil sí han mejorado bastante o por lo menos un poco. Se debe también considerar, que para 41.4 por ciento de las familias, la actividad textil es la actividad económica más importante, y para 37.4 por ciento la segunda en importancia.

- b) Los telares a pedal en los hogares se han incrementado durante la vida del Proyecto, ya sea por que en algunos casos los artesanos han comprado los telares del taller comunal, o por que han hecho sus propias réplicas de los telares que el Proyecto proporcionó; en la fecha de entrevista, 62 de los-as entrevistado-as tenían telares a pedal, 179, telares a cintura y, 83, máquinas de coser.
- c) Se ha constatado un aumento de productividad de 19.8 por ciento para el producto de mayor salida y, de 16.9 y 15.7 por ciento para el segundo y tercer producto de mayor salida, respectivamente, considerando el ahorro de tiempo empleado.
- d) Según la información recopilada de fuente directa, en los últimos meses se han efectuado ventas totales por S/. 299,542.10 en los negocios textiles familiares, incluyendo ingresos por venta de productos, mano de obra y otros servicios (teñido, venta de insumos, comercialización para terceros, etc.). Por lo menos en 72.9 por ciento de los entrevistados ha conseguido mejoras en las ventas de sus negocios textiles después de la ejecución del Proyecto
- e) Las principales razones percibidas por los-as propios-as artesanos-as para explicar la mejora en la calidad de sus productos son: mejoras en acabados, en tejido y en diseño, seguido por mejora en los materiales empleados y en los colores y técnicas de teñido empleadas. La interacción de las nuevas técnicas y diseños y la creatividad propia de los artesanos, viene permitiendo la producción de artesanía textil de belleza y calidad.
- f) El mercado para los artesano-as ha variado marcadamente, de vecinos locales, comercios minoristas y ambulantes, principalmente a: diversos mercados –en el ámbito nacional e internacional- a través de la asociación comunal, ferias locales y regionales, además de los comercios minoristas. El segmento principal al que están dirigiendo sus productos–según capacidad adquisitiva- ha variado significativamente de principalmente “bajo”, antes del Proyecto, a principalmente “medio” actualmente.

En los hogares, se ha constatado la realización de inversiones en capital familiar de S/. 2,501.87 en promedio en los últimos doce meses. Las mayores inversiones han sido en vivienda e infraestructura y en “otros rubros”, en los que prevalecen las inversiones en vestimenta, educación, y vivienda. Sin pretender afirmar que todas las inversiones provienen de las ganancias por la actividad textil, los ingresos por dicha actividad, han contribuido a orientar los recursos familiares en inversiones, sobre todo en construcción de vivienda y compra de artefactos.

El Programa ha dejado efectos positivos, gracias a la capacitación. La mayor parte de los entrevistados considera que la capacitación y asistencia técnica les ha servido sobre todo para mejorar la calidad de sus productos y diversificar su producción. Consideran que los aspectos productivos que han mejorado son en mayor medida, los diseños y acabados. Los temas de mayor utilidad para la gestión y administración de sus negocios, en mayor medida han sido: control de calidad, registros de producción y ventas, determinación de costos y planes de producción.

Como impacto del Proyecto en sus vidas, la mayor parte de los entrevistados-as precia por sobre todo la perspectiva de tener un futuro laboral y en segundo lugar, contar ahora con mayor seguridad personal. El Proyecto ha permitido valorar más a las mujeres en sus comunidades, integrándolas en algunos casos a la labor productiva, e integrando a sus familiares varones en el trabajo con ellas, en otros.

Las asociaciones se han convertido en espacios de organización del trabajo, capacitación y canalización de pedidos. Se encontró 167 entrevistados-as, que se describieron cómo líderes o participantes activos, (52.7%) ó poco activos (47.3%); 47 entrevistados dijeron no participar en una empresa u asociación formada por el proyecto. Casi la totalidad de los que consideran ser parte de una asociación o empresa de artesanía están satisfechos de participar en ellas. Se han encontrado varias razones por la no participación, que deberán ser consideradas a futuro para propiciar mayor cobertura de las intervenciones.

Se han encontrado factores favorables y desfavorables en relación a la sostenibilidad de la propuesta. Entre los favorables destaca la existencia de infraestructura y capacidades productivas y canales autónomos para comercializar, experiencia de concertación y, presencia de líderes para organizar la producción y dinamizar la comercialización. Entre los desfavorables, se observa la disminución del volumen de los pedidos una vez culminado el Proyecto, la sub-utilización de la infraestructura de los talleres, la disminución de los fondos de materiales y sobre todo, la inestabilidad de los locales.

Finalmente, se brindan recomendaciones generales a FONDOEMPLEO para considerar las lecciones aprendidas en esta propuesta y difundir los hallazgos. Esto le permitirá mejorar sus actividades de monitoreo y supervisión de otras propuestas similares y servirá para que otras intervenciones puedan recoger los aportes técnicos e institucionales aquí desarrollados. También se recomienda seguir con acciones concretas de apoyo directo o a través de terceros para los artesanos textiles de Cajamarca y Curahuasi.



## **2. ASPECTOS PREVIOS**

### ***I. INTRODUCCIÓN***

#### **A. ANTECEDENTES**

En el caso del Proyecto “Capacitación técnica empresarial para incrementar la producción y rentabilidad de tejidos textiles en comunidades andinas”, (01 octubre de 1999 a 12 diciembre del 2002), y ejecutado por SENATI, a diferencia de otros proyectos auspiciados por FONDOEMPLEO, no se llegó a realizar un estudio de línea de base. Eso ocurrió debido a demoras y ajustes en el inicio de la intervención. Aún cuando en un principio se temió que podrían haber deficiencias que interrumpieran la marcha del Proyecto, en la segunda mitad de su ciclo se enrumbo la acción, lográndose metas de ejecución más allá de lo previsto. Debido a esto, FONDOEMPLEO se interesó en realizar una evaluación de impacto post-proyecto, que analizara de manera retroactiva las mejoras en la calidad de la producción y en los niveles de vida de los-as artesanos-as textiles involucrados-as en el Proyecto. Además, FONDOEMPLEO tiene en perspectiva preparar un libro que presente la experiencia de los dos proyectos de promoción de la artesanía textil que ha auspiciado en su trayecto institucional: el Proyecto “Promoción Empresarial y Generación de Empleo de las Pymes artesanales de Tejido y Telares, cultivando la tradición textil peruana”, ejecutado por ACONSUR y, el Proyecto de SENATI del cual se ha hecho mención. Para establecer un análisis comparativo de las dos experiencias, el estudio de impacto será una importante fuente de información, siendo esta otra razón para realizar el estudio de impacto del Proyecto de SENATI, aún pendiente.

#### **B. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EVALUACIÓN**

La presente evaluación de impacto post proyecto de la experiencia de SENATI, básicamente consideró la aplicación de una encuesta a 214 artesanos del telar en cuatro de las zonas en las que se realizó el Proyecto: Chota, San Miguel y Cajamarca, en el Departamento de Cajamarca, y, Curahuasi, en el Departamento de Apurímac. No se aplicó el estudio en Ayacucho, debido a que se habían culminado las actividades en dicha sede bastante antes que en las previamente mencionadas (a finales del año 2001), y el número de beneficiarios involucrados era reducido.

El objetivo de la evaluación post proyecto es brindar datos referenciales sobre la situación actual y previa de los artesanos-as participantes en el proyecto, analizando el impacto y la sostenibilidad de la acción.

Se realizó la encuesta sobre la base de un listado inicial de aproximadamente 350 artesanos-as que participaron en alguna de las fases del proyecto en las cuatro zonas mencionadas. Finalmente fueron encuestados 214 participantes. La encuesta indaga sobre aspectos personales y familiares de los encuestados y la situación actual y previa al proyecto en cuanto a tópicos tales como:

- empleo (número de personas y tiempo de dedicación a la actividad)
- local de trabajo y cambios en la infraestructura, máquinas, herramientas y materiales empleados
- productos (cantidad-calidad)
- ventas
- importancia de la actividad textil en la economía familiar
- mercados
- servicios de capacitación recibidos y resultados
- Evidencias de capitalización familiar
- Evidencias de mejoras en calidad de vida

Adicionalmente, se realizaron entrevistas a profundidad a algunos artesanos-os por zona, para contar con testimonios que permitan un análisis cualitativo sobre el impacto del proyecto. También se observó la situación actual de los talleres, ubicados en locales comunales o casas de algunas líderes, así como algunas unidades de trabajo familiares. El trabajo estuvo a cargo de una consultora, apoyada por un equipo de 05 encuestadores y coordinadores locales, que eran bien, líderes en sus comunidades o instructores que todavía se encontraban operando en las zonas. El trabajo se programó en coordinación con FONDOEMPLEO, y se realizó entre junio y agosto de 2003.

## **II. EL PROYECTO Y SUS LOGROS**

### **A. BREVE HISTORIA DEL PROYECTO**

El Proyecto “Capacitación Técnica Empresarial para Incrementar la Producción y Rentabilidad de Tejidos Textiles en Comunidades Andinas”, ejecutado por SENATI, con la cooperación financiera de FONDOEMPLEO, tuvo una duración de tres años, entre agosto de 1999 y setiembre de 2002.

A partir de experiencias exitosas en materia de capacitación a pequeños productores, así como por las múltiples solicitudes de apoyo presentadas por municipios y comunidades, el SENATI, decidió atender a comunidades andinas del país, brindando apoyo técnico y de gestión, para la conversión de una actividad de nivel de subsistencia en una actividad económicamente rentable, facilitando su inserción económica en el mercado.

El Proyecto estuvo dirigido inicialmente a 14 comunidades de la Provincia de Huanta, en Ayacucho; 10 Comunidades en Porcón y Chota, en Cajamarca; y, 10 comunidades de Abancay y Andahuaylas en Apurímac<sup>1</sup>. En el proceso de ejecución, hacia octubre el año 2,000, se redefinieron las actividades y los ámbitos de acción del Proyecto, circunscribiéndose en su última fase a 03 localidades en Abancay, Apurímac, 03 comunidades en Cajamarca, 04 en Chota, y 04 en San Miguel de Pallaques, en Cajamarca.

---

<sup>1</sup> En el trayecto, se redefinieron las comunidades, culminando el Proyecto con 03 localidades en Abancay, Apurímac, 03 comunidades en Cajamarca, 04 en Chota, y 04 en San Miguel de Pallaques, en Cajamarca.

Para la ejecución del Proyecto, luego de un estudio de casos, se decidió promover la creación de pequeñas empresas de producción textil, aprovechando la rica tradición local de tejidos, así como los valores iconográficos de los artesanos.

El objetivo central del Proyecto fue: “Contribuir a potenciar la actividad artesanal textil de comunidades alto andinas del país para convertirla en actividad económica rentable, promoviendo la organización de Microempresas, revalorizando la tradición textil y proporcionando capacitación y asistencia técnica a grupos de tejedores artesanales”.

La estrategia de intervención del proyecto se definió sobre la base de las limitaciones detectadas en la actividad textil artesanal, que forma parte de la economía de subsistencia que permite a los comuneros sobrevivir. Las principales limitaciones identificadas fueron:

- Dificultades para obtención y abastecimiento de materia prima, se observó un deficiente esquilado y almacenamiento de la lana en las comunidades, que generaba pérdidas de gran cantidad materia prima;
- En el hilado, el excesivo tiempo que tomaba producir un kilo de lana, - tradicionalmente, entre diez a quince días; además de la contextura poco homogénea de la fibra.
- En el teñido, los colores heterogéneos en los tonos de la lana que no permitían la producción estandarizada; no se contaba con las medidas de los tintes, ni existía un patrón de colores, tampoco se observaba mayor variedad de colores ni una secuencia ordenada de trabajo.
- En el tejido, que representa la operación más importante de todo el proceso, se usaba mayormente el telar de callhua o cintura. Estos telares tienen limitaciones para hacer tejidos de calidad en menor tiempo, (además de implicar dolores de espalda para algunos artesanos).
- No tenían adecuados acabados para las prendas, ni control de calidad.

El Proyecto trató de superar estas deficiencias ofreciendo a las artesanas y artesanos, capacitación técnica para acelerar sus procesos, mejorar sus productos y disminuir sus tiempos de producción para llegar a niveles más altos de competitividad.

Los principales componentes del proyecto se ordenaron sobre la base de pequeños aportes en capital de trabajo, y aportes significativos en capacitación y asistencia técnica, apoyo a la comercialización y asistencia para la organización y gestión de pequeñas empresas.

El proyecto promovió la creación de talleres comunales y unidades productivas para organizar el trabajo productivo sobre la base de planes de negocios. Se consideraron acciones para la formalización de las empresas, así como aspectos de contabilidad, logística, almacenamiento y organización de la producción. En cada comunidad, se logró la participación de líderes que apoyaron la organización de la producción y las acciones de capacitación.

Así mismo, se introdujeron componentes tecnológicos para mejorar la infraestructura productiva. Los talleres comunales fueron dotados de telares a pedal, urdidoras semi-industriales, hiladoras mecánicas, entre otros componentes y herramientas.

Las expectativas iniciales de capacitación fueron revisadas, dejándose los cursos de inmersión para participantes de poca experiencia en zonas de relativamente poca tradición productiva. Se reubicó el proyecto en zonas con mayor dedicación al trabajo textil, y la capacitación se centró en el aprendizaje de teñido con tintes naturales y tintes químicos, así como en el tejido a telar a pedal, mejoramiento del tejido a cintura y la confección y el acabado. Toda esta capacitación tuvo un reforzamiento con la asistencia técnica directa.

La capacitación estuvo a cargo de maestros artesanos, de Ayacucho, con amplia experiencia en teñido y tejido a pedal, a los cuales se entrenó para actuar como instructores. Además, se brindó capacitación en confecciones y acabados y capacitación en gestión a cargo de especialistas técnicos y empresariales. En la última fase del Proyecto, intervinieron diseñadoras y especialistas en mercadeo, que dieron un mejor enfoque de mercado a la propuesta. Se promovió la introducción de nuevos diseños, colores y productos, de acuerdo al análisis e investigación sobre los mercados, y respetando las escalas cromáticas y lineales en el desarrollo de su propia simbología.

La asistencia técnica fue administrada en forma grupal en los talleres y de manera individual en las viviendas familiares, dándose asistencia técnica puntual en los casos que se requería en aspectos de teñido, urdido, armado de telares, acabados, confección, presentación de los productos, inventarios, ventas, organización para la presentación en ferias, tejido a palito y tejido a telar de cintura. Hacia el final del Proyecto, se organizaron unidades de producción –Unidades Productivas Familiares, UPF- con varios artesanos familiares y no familiares, asociados en torno a determinados líderes, para efectos de atender planes de producción de pedidos de mayor volumen. Sin embargo, como se pudo apreciar en las visitas de evaluación, esta no es una forma de organización regular para el trabajo entre los artesanos, quienes trabajan mayormente en sus hogares o en el local del taller implantado en cada comunidad.

El apoyo comercial, implicó la realización de eventos –ferias, pasantías-, y asesoría en la relación con compradores y puntos de venta. La intervención de las intermediarias de ventas, que lograron pedidos de grandes cadenas y exportación de productos, fue un hito importante en la experiencia.

## **B. PRINCIPALES RESULTADOS DEL PROCESO**

La entidad encargada del monitoreo durante el proceso - SASE-, informó al final del Proyecto que se cumplieron -en gran medida- los objetivos propuestos, pues los beneficiarios se capacitaron en forma integral, permitiendo una producción organizada y rentable. Se resaltaron los ajustes realizados a partir del segundo año del Proyecto, cuando se orientó la intervención hacia el mercado- tanto por el lado de la provisión de

insumos como por el de la demanda-. Esto permitió echar a andar una cadena productiva capaz de responder a las exigencias de los consumidores, y dotar los talleres de infraestructura y elementos tecnológicos, para hacer más eficiente su producción y desarrollar productos en serie.

SENATI entregó a los talleres – desde donde se organizaba los planes para la producción y se capacitaba a los artesanos-as en el manejo de las nuevas tecnologías- telares a pedal (144), diversas herramientas y, en la última etapa, 6 urdidoras semi-industriales con las que la rapidez para responder los pedidos alcanzó una nueva dimensión. En última etapa del Proyecto también se apoyó en la formación de un grupo de pequeñas hilanderías en Lima, las cuales pudieron responder a las demandas de diferentes títulos en hilado y teñido de los colores que los clientes requieran, de acuerdo a las especificaciones técnicas que se les solicitara.

Se brindó capacitación técnica a cerca de 383 artesanos, 289 en Cajamarca, 64 en Apurímac y 30 en Ayacucho. Se formaron 6 instructores, 4 promotores y alrededor de 90 líderes para las diferentes actividades, que operan a nivel de las comunidades. Se llegaron a constituir legalmente 7 asociaciones de artesanos, un taller microempresarial y un taller comunal, lo cual permitió a los artesanos comercializar formalmente pedidos de grandes cadenas empresariales y otras entidades, tanto nacionales como del exterior.

El Proyecto culminó con una oferta potencial de producción mensual organizada de entre 1,200 a 1,500 cojines de .40x .40 m., así como de entre 120 a 140 alfombras de 1.70 x 1.20 m. de lana de ovino, entre las comunidades de Cajamarca y Apurímac que trabajan este tipo de productos. En San Miguel de Pallaques, donde se elaboran productos de algodón mercerizado, las comunidades culminaron la intervención con una capacidad de producción mensual organizada de 300 chales o 45 manteles de 1.50x 0.80 m., con acabados a crochet.

Para la operación de las actividades el Proyecto reforzó el uso de fondos rotatorios, que dotaran de materia prima a los artesano-as y aseguraran la reposición de los insumos para la producción. Estos fondos no siempre se utilizaron en forma adecuada, pues no siempre se hicieron las reposiciones previstas.

El Proyecto alcanzó un logro cualitativo importante en lo que respecta al diseño de nuevos productos y mejora de la calidad de los mismos, sobre todo en San Miguel de Pallaques, donde se continua probando diferentes materiales y diseños, aún después de culminado el Proyecto.

Las metas en comercialización del Proyecto se superaron, y en la última etapa, algunos líderes tomaron la posta de los promotores, saliendo a diferentes ferias y contactando diferentes clientes potenciales en Chiclayo, Cajamarca y Trujillo, para el caso de las comunidades de Cajamarca, y, en Cuzco, para el caso de las comunidades de Apurímac. En el mercado interno se lograron importantes pedidos de Ripley y Casas y Cosas, y algunos potenciales pedidos para la exportación.

Los ingresos conseguidos por ventas por el Proyecto, fueron incrementándose año a año, lográndose cifras acumuladas de ventas del orden de S/. 242,767 para Cajamarca, S/. 67,622 para Apurímac y S/. 26,426 para Ayacucho.

Finalmente, las entidades involucradas, fomentaron desde un inicio la articulación del Proyecto con entidades públicas y privadas, y posteriormente de las asociaciones formadas, sobre todo para efectos de lograr un soporte en su orientación al mercado. SENATI en el último año, consiguió crear una red institucional empresarial, a fin de adoptar estrategias de conjunto, que comprende a entidades regionales y nacionales, del mercado nacional e internacional.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **A. PROGRAMACIÓN Y PROCESO**

El proceso de evaluación se realizó entre junio y agosto de 2003, considerando las siguientes actividades:

- Lectura de documentos relacionados al proyecto y entrevistas con responsables del mismo. Se revisó: el documento de formulación del Proyecto y los informes trimestrales, tanto de la entidad ejecutora como de la entidad encargada del monitoreo. Se entrevistó al Coordinador del Proyecto Ricardo Dawson y, a las Responsables de Asistencia Técnica y Trabajo de Campo, Lita Ruiz y, de Logística y Administración, Elder Camarena. También se tuvo reuniones iniciales con líderes de las comunidades de Chota y San Miguel de Pallaques que llegaron a diferentes eventos en Lima.
- Preparación de la encuesta preliminar y lista de variables con sus respectivos códigos de calificación. La versión inicial fue revisada y comentada con Ricardo Müller, de FONDOEMPLEO. También se procedió a la preparación inicial de la base de datos con el programa SPSS.
- Contratación y programación de visitas con coordinadores locales. Se contrató a un coordinador en Cajamarca, dos coordinadores en Chota, una coordinadora en San Miguel de Pallaques y dos coordinadores en Curahuasi. Tres de los coordinadores eran instructores o líderes que participaron en las actividades de capacitación del Proyecto como personal de planta, -William Laura, Lorena Medina y Efraín Sulca y, tres eran líderes, con gran capacidad de convocatoria y organización en sus respectivas comunidades- Oscar Oblitas y Mariano Herrera en Chota, y Rina Cruz en Curahuasi.
- Viaje a Cajamarca y prueba piloto. El viaje fue por tres días. Se visitaron las comunidades de Granja Porcón, La Collpa y La Ramada, aplicándose la encuesta en su versión preliminar. También se logró una entrevista con los coordinadores del trabajo en Chota que viajaron a Cajamarca para el caso.
- Ajuste de la encuesta y de la estrategia de aplicación, en función de los hallazgos de la prueba piloto.
- Contratación y capacitación de encuestadores en Lima. La aplicación de la encuesta implicó la contratación, capacitación y traslado de 5 encuestadores a las cuatro zonas -de manera consecutiva-, bajo la supervisión de la consultora. Se

contrató a cinco profesionales con experiencia en proyectos de inversión y desarrollo, y se les capacitó en el manejo de la encuesta, inicialmente en Lima, y durante todo el proceso de aplicación del instrumento.

- Viaje a comunidades –consultora y cinco encuestadores- y aplicación de encuestas en Cajamarca, Chota y San Miguel (14 días) y Curahuasi (5 días). Las encuestas se realizaron en los locales de los talleres comunales o en las casas de las personas que por alguna razón no se habían acercado al centro de reuniones. La investigadora revisó con el grupo, las encuestas después de cada día de aplicación. En las visitas a las comunidades, adicionalmente, se realizaron entrevistas a profundidad a algunos artesanas-os, para contar con testimonios que permitieran un análisis cualitativo sobre el impacto del proyecto.
- Calificación, digitación en base de datos, procesamiento y análisis encuestas. Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó el programa SPSS.
- Redacción de informe.

## B. INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

La encuesta –ver Anexo N° 1- consta de 50 preguntas y 354 campos de análisis. En todos los puntos relevantes, se hace la pregunta de manera comparativa entre la situación actual y la situación antes del Proyecto. Está dividida en las siguientes secciones, con sus consiguientes variables de análisis:

- Datos generales: sobre la localidad, nombre del entrevistado, y nombre de la empresa comunal o asociación de referencia.
- Características de la artesana-o entrevistada-o: edad, sexo, instrucción, composición familiar, rol dentro de la familia.
- Características de la actividad textil del artesano y de su familia: antigüedad, tipo de especialización, etc.
- Empleo: número de personas involucradas en el negocio textil familiar y horas de dedicación.
- Equipamiento del negocio e inversiones en el negocio en últimos doce meses
- Resultados del negocio: producción y ventas anuales, importancia dentro de la actividad en la economía familiar, productividad.
- Capitalización familiar en últimos doce meses.
- Calidad de los productos: materiales y técnicas empleadas y mejoras percibidas.
- Circuito Comercial: principales clientes y segmentos atendidos.
- Capacitación y competencias: percepción de la utilidad de la capacitación para el desarrollo de la actividad textil, la administración del negocio y el mejoramiento de los procesos productivos.
- Organización: participación y satisfacción en relación a los servicios
- Mejoras en la calidad de vida: mejoras en aspectos personales y opiniones sobre el Proyecto.

## C. DISEÑO DEL ESTUDIO

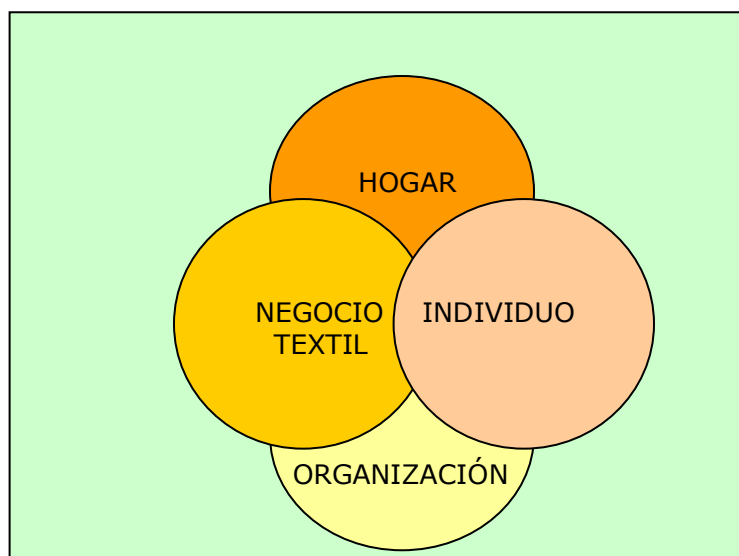
Las unidades de análisis del estudio son: i) el artesano ó la artesana entrevistado-a; las unidades familiares<sup>2</sup>- tanto ii) los negocios familiares como iii) los hogares en sí, y iv) las asociaciones de los artesanos. Se parte de las siguientes hipótesis sobre impactos obtenidos gracias a la intervención:

- I. Han habido cambios significativos en las capacidades, y autoestima personal de los-s artesanas;
- II. Han habido cambios significativos en los negocios textiles familiares, en los diferentes aspectos evaluados según la encuesta;
- III. Han habido cambios en los hogares; y,
- IV. Hay satisfacción de los-las artesanos-as con los servicios de las asociaciones.

La evaluación es básicamente de tipo estimativa; donde la opinión de los entrevistados tiene categoría de verdad para determinar los cambios. Obviamente, las respuestas son contrastadas con la observación, las entrevistas a profundidad a beneficiarios y personal del Proyecto, la documentación del Proyecto y la visión de conjunto de la investigadora. En algunos puntos, como las ventas y producción, los datos de los entrevistados se cotejaron con los registros por productor, lo cual hace más objetiva la información.

Los ámbitos de análisis son pues, el individuo, el negocio textil, la familia y la organización. Estos ámbitos en determinadas áreas se superponen<sup>3</sup>, como se puede observar en el siguiente gráfico:

**Gráfico 2.1- INTERSECCIÓN DE ÁMBITOS DE IMPACTO HIPOTÉTICO**



<sup>2</sup> Considerando a la familia directa del-la artesano-a entrevistado-a, que habita en su hogar. No se debe confundir la unidad familiar estudiada en esta evaluación con las Unidad de Producción Familiar UPF promovida por el Proyecto para atender pedidos especiales.

<sup>3</sup> Por ejemplo, el individuo basa su autoestima en la mejora de su negocio, el reconocimiento familiar y organizacional.



La indagación de la satisfacción de las-os artesanas-os respecto al Proyecto y las Asociaciones se realizó con la intención de: a) recoger la percepción de los beneficiarios sobre los productos y servicios recibidos; b) considerar si éstos satisfacen sus necesidades; y, c) indagar cómo las organizaciones u otros proyectos podrían evolucionar para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los usuarios.

No se incorporó un grupo de control en el estudio, por no existir las condiciones para el caso<sup>4</sup>. El contraste es de tipo estimativo en base a las referencias hechas por los propios entrevistados. El análisis de diferencias se basará básicamente en las diferencias encontradas entre el “antes y después” de los encuestados, en las diversas localidades en que se realizó la intervención. Los enfoques para la determinación de cambios como efecto del Proyecto, son dos: enfoque antes-después de tipo estimativo y, enfoque transversal comparativo, que son explicados a continuación.

### **1) Enfoque antes-después de tipo estimativo**

Las preguntas se dirigen a explorar como es la situación actual y pedirle al entrevistado que haga un recuento sobre la situación antes de la realización del Proyecto.

### **2) Enfoque transversal comparativo**

Para este enfoque, se decidió considerar como variable de diferenciación, a las personas que tienen una participación activa en las asociaciones y talleres que se establecieron durante la vigencia del Proyecto. Era de esperar, que aquellas personas que por diferentes razones se alejaron de la organización desde donde se ofrecieron los servicios del Proyecto o nunca llegaron a involucrarse con ella, tuvieran menos réditos o impactos positivos que aquéllas que si participan activamente.

## **D. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES Y COMUNIDADES DEL ESTUDIO**

### **1) La muestra**

Como se ha mencionado previamente, la encuesta fue aplicada a 214 artesanos-as. Se trató de entrevistar, en principio, a todos los participantes activos; además se consideró también a las personas que en alguna oportunidad participaron en las capacitaciones pero que por alguna razón se habían alejado del Proyecto. De un universo de aproximadamente 350 personas consideradas en las listas del Proyecto, para las localidades en Cajamarca y Apurímac, se llegó a abordar a los 214 finalmente entrevistados. Las razones que explican la diferencia entre el listado inicial y la muestra de los finalmente entrevistados son las siguientes:

---

<sup>4</sup> Además de consideraciones materiales y presupuestales, no es fácil la llegada a comunidades vecinas, donde si no se va a entregar algún aporte significativo, la disposición de las personas para responder a una entrevista, es negativa.

- Muchos participantes activos eran miembros de una misma familia. **Cuando más de una persona era miembro de una sola unidad familiar, se procedió a entrevistar sólo a un-a artesana-o con mayor relación al Proyecto de esa familia.** El criterio fue no duplicar la información sobre las familias beneficiadas, considerándose además que el empleo de los diferentes participantes en la unidad familiar se sumaría en conjunto.
- Muchas personas habían migrado, y ya no residían en las comunidades.
- Algunas personas no estuvieron en la comunidad el día de entrevista, y
- Algunas personas que figuraban en la lista, no eran conocidas en la comunidad y en pocos casos se habían duplicado los nombres para una sola persona.
- Pocas personas no quisieron ser entrevistadas, y entre las que no querían, se logró hacer entrevistas para que expresaran sus motivos de alejamiento o rechazo.

## 2) Las comunidades y poblados seleccionados

Tabla 2.1

MUNIDAD A LA QUE PERTENECEN LOS ENTREVISTADOS SEGÚN DEPARTAMENTO Y DISTRITO DONDE RESIDEN

Count			DEPARTAMENTO		Total
DISTRITO DONDE RESIDE			CAJAMARCA	APURIMAC	
CHOTA	COMUNIDAD	Cuyumalca	13		13
		Cañafisto	13		13
		Yuracyacu	15		15
		Atoctambo	18		18
	Total		59		59
SAN MIGUEL DE PALLAQUES	COMUNIDAD	Santa Rosa	11		11
		Cedro	14		14
		Sayamud	26		26
		San Miguel-Pueblo	19		19
	Total		70		70
CAJAMARCA	COMUNIDAD	La Collpa	16		16
		Granja Porcón	22		22
		La Ramada	10		10
	Total		48		48
CURAHUASI	COMUNIDAD	Cocc-hua		11	11
		Chalhuahuacho		13	13
		Curahuasi Pueblo		13	13
	Total			37	37
TOTAL				177	37

En la Tabla 1.1 se puede apreciar la composición de la muestra según las comunidades, distritos y departamentos de origen. La mayor parte de los entrevistados, 177 corresponde a comunidades de Cajamarca, donde el Proyecto tuvo mayor cobertura.

### 3) Selección de participantes

#### *(1) Participantes de empresas o asociaciones artesanales textiles*

Como se observa en la Tabla 1.2, la mayor parte de las/os entrevistadas/os (78.5%) estaba asociada a una de las asociaciones o empresas que se crearon durante la operación del Proyecto. La Asociación con mayor número de participantes es Sabine Vess, involucrando a 66 asociadas de cuatro talleres. Le sigue la Asociación de Artesanos Tejedores de Curahuasi, que congrega a 31 participantes de tres talleres en sus respectivas localidades.

**Tabla 2.2**  
**ASOCIACIÓN A LA QUE PERTENECEN**

	Frecuencia	Porcentaje
ASOCIACIÓN MANOS AMIGAS-ATOCTAMBO	14	6.5
ASOCIACIÓN ARTESANOS DE CUYUMALCA	10	4.7
MUJERES ARTESANAS A TRABAJAR-CAÑAFISTO	13	6.1
ASOCIACIÓN MUJERES ANDINAS -YURACYACU	10	4.7
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS LA COLLPA	11	5.1
ATAHUALPA JERUSALÉN- GRANJA PORCÓN	4	1.9
ASOCIACIÓN MUSHU KALLPA- LA RAMADA	9	4.2
TALLER SAN MIGUEL PUEBLO	17	7.9
SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS-SAYAMUD	25	11.7
TALLER ARTESANAL SANTA ROSA DE LIMA	11	5.1
TALLER ARTESANAL SEÑOR DE LOS MILAGROS -EL CEDRO	13	6.1
ASOCIACIÓN ARTESANOS TEJEDORES-TALLER CHALHUAHUACHO	9	4.2
ASOCIACIÓN ARTESANOS TEJEDORES- TALLER CCOC-HUA	10	4.7
ASOCIACIÓN ARTESANOS TEJEDORES- TALLER CURAHUASI PUEBLO	12	5.6
NINGUNA	46	21.5
Total	214	100.0

a. Forman parte de la Asociación Sabine Vess

b. Forman parte de la Asociación de Artesanos Tejedores de Curahuasi

#### *(2) No participantes*

También se puede observar en la tabla anterior, que el grupo de no participantes en alguna asociación o empresa comunal representa 21.5% del total.

### 3. RESULTADOS

#### I. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y COMPOSICIÓN FAMILIAR DEL-A ARTESANO-A Y SU FAMILIA

##### A. SEXO, EDAD Y NIVEL EDUCACIONAL

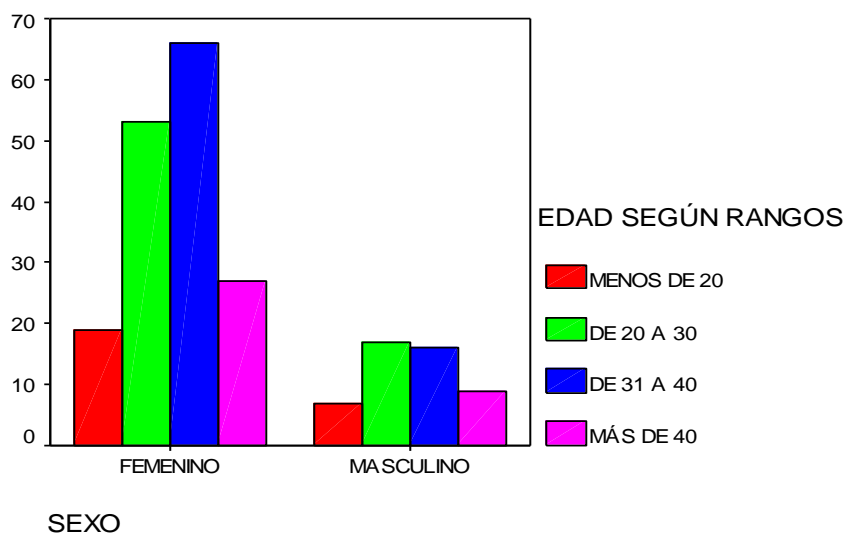
La mayor parte de las-os entrevistadas-os está concentrada en rangos de edad de 20 a 30 años y 31 a 40, como se puede observar en la siguiente tabla. Además más de tres partes de las participantes son mujeres.

**Tabla 3.1**  
**EDAD SEGÚN RANGOS POR SEXO**

			SEXO		Total
			FEMENINO	MASCULINO	
EDAD SEGÚN RANGOS	MENOS DE 20	Número segúnSEXO	19 11.5%	7 14.3%	26 12.1%
	DE 20 A 30	Número segúnSEXO	53 32.1%	17 34.7%	70 32.7%
	DE 31 A 40	Número segúnSEXO	66 40.0%	16 32.7%	82 38.3%
	MÁS DE 40	Número segúnSEXO	27 16.4%	9 18.4%	36 16.8%
Total		Número segúnSEXO	165 100.0%	49 100.0%	214 100.0%

**GRÁFICO N° 3.1**

**EDAD SEGÚN RANGOS POR SEXO**



En el gráfico 3.1 se observa que el grupo predominante es de mujeres de 31 a 40 años y entre los hombres, el rango predominante es de 20 a 30 años

Tabla 3.2

**NIVEL DE EDUCACION SEGÚN SEXO**

% within SEXO

		SEXO		Total
		FEMENINO	MASCULINO	
NIVEL DE EDUCACION	SIN INSTRUCCIÓN	13.9%	6.1%	12.1%
	PRIMARIA INCOMPLETA	29.1%	28.6%	29.0%
	PRIMARIA COMPLETA	29.7%	14.3%	26.2%
	SECUNDARIA INCOMPLETA	11.5%	30.6%	15.9%
	SECUNDARIA COMPLETA	10.3%	16.3%	11.7%
	SUPERIOR	5.5%	4.1%	5.1%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

En la tabla 3.2 se puede ver que la mayor parte de los-as participantes ha llegado sólo a nivel de primaria. Un porcentaje de 12.1 no tiene educación. Los varones tienen mayor

proporción en los niveles de secundaria completa e incompleta y las proporción de mujeres es mayor en el grupo sin instrucción.

Tabla 3.3

**SEXO SEGÚN DISTRITO DONDE RESIDE**

% within DISTRITO DONDE RESIDE

		DISTRITO DONDE RESIDE				Total
		CHOTA	SAN MIGUEL DE PALLAQUES	CAJAMARCA	CURAHUASI	
SEXO	FEMENINO	93.2%	97.1%	56.3%	40.5%	77.1%
	MASCULINO	6.8%	2.9%	43.8%	59.5%	22.9%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Según la tabla 3.3, en Chota y San Miguel de Pallaques, la proporción de mujeres es mayor. En los distritos de Cajamarca y Curahuasi hay mayor balance entre los dos sexos, siendo que en Curahuasi, la proporción de varones supera a la de mujeres.

**B. COMPOSICIÓN FAMILIAR**

Como se puede observar en la tabla 3.4, la familia promedio de los artesanos, consta de 5.8 personas, 2.58 varones y 2.8 mujeres. En cuanto a grupos de edad, 1.75 niños menores de 14 años, .69 adolescentes entre 14 y 18 años y, 2.94 adultos mayores de 18 años. Llama la atención la reducida presencia de niños y adolescentes, lo cual puede ser parcialmente explicado en la juventud de los entrevistados, que todavía no han culminado su ciclo reproductivo.

Tabla 3.4

**ESTADÍSTICA DESCRIPTIVAS - COMPOSICIÓN DE LAS FAMILIAS**  
N: 214

	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
NÚMERO VARONES EN FAMILIA	0	7	552	2.58	1.40
NÚMERO DE MUJERES EN FAMILIA	0	8	600	2.80	1.44
NÚMERO NIÑOS Y NIÑAS EN FAMILIA	0	6	374	1.75	1.41
NÚMERO ADOLESCENTES EN FAMILIA	0	4	148	.69	.90
NÚMERO DE ADULTOS EN FAMILIA	1	12	630	2.94	1.47
TOTAL MIEMBROS EN FAMILIA	1	13	1152	5.38	2.20

### C. ROL DEL-A ARTESANO-A EN LA FAMILIA

En las siguientes tablas- 3.5 y 3.6 -se puede apreciar el rol que cumplen las mujeres y varones entrevistados en sus familias. La proporción de personas emparejadas y/o con hijos es superior en ambos casos a la de los que viven solos en casa de padres o parientes. Sin embargo, esta proporción es importante, alrededor de la tercera parte de la muestra para ambos casos, lo cual permite predecir que el número de familias de artesanos se ampliará en los próximos años en los ámbitos estudiados, o por lo menos que cambiará la composición familiar.

Tabla 3.5

**ROL QUE CUMPLEN EN LA FAMILIA -SOLAMENTE LAS MUJERES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
JEFE DE FAMILIA	12	7.3	7.3
ESPOSA DE JEFE FAMILIA	60	36.4	43.6
COMPARTE LA JEFATURA DE FAMILIA CON SU PAREJA	29	17.6	61.2
SU-S PADRE-S U OTRO-S FAMILIAR-ES SON JEFE-S DE FAMILIA	64	38.8	100.0
Total	165	100.0	

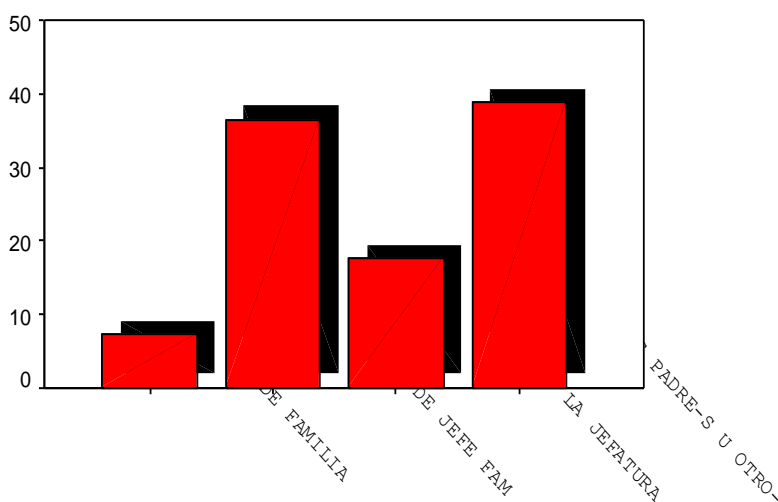
Tabla 3.6

**ROL QUE CUMPLE EN LA FAMILIA - SOLAMENTE VARONES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulativo
JEFE DE FAMILIA	24	49.0	49.0
ESPOSO DE JEFA DE FAMILIA	1	2.0	51.0
COMPARTE LA JEFATURA DE FAMILIA CON SU PAREJA	8	16.3	67.3
SU-S PADRE-S U OTRO-S FAMILIAR-ES SON JEFE-S DE FAMILIA	16	32.7	100.0
Total	49	100.0	

GRÁFICO N° 3.2

**ROL QUE CUMPLEN LAS MUJERES EN LA FAMILIA**

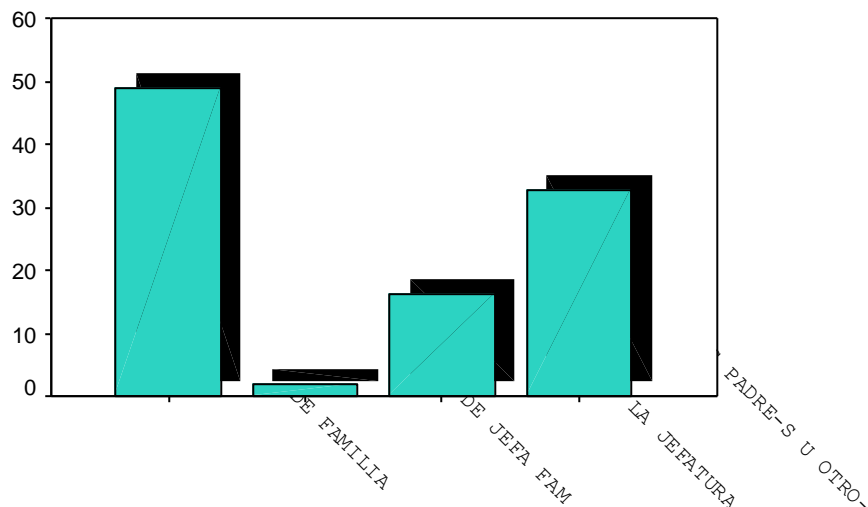


Como se puede ver en el Gráfico 3.2, la manera en que las mujeres se auto perciben, cuando están emparejadas es en mayor medida como esposa del jefe de familia, y en menor medida como cónyuge que comparte la jefatura familiar. Un poco menos del 10 por ciento es jefa del hogar, presumiblemente madre sola.

En cambio los varones (Gráfico 3.3), se auto-perciben en mayor medida como jefes de familia, siendo mínima la proporción de los que se perciben como esposos de una jefa de familia. La proporción de los que se auto-perciben como miembros de parejas que comparten responsabilidades con sus cónyuges es similar entre varones y mujeres (un poco menos de la quinta parte).

GRAFICO No 3.3

**ROL QUE CUMPLEN LOS VARONES EN LA FAMILIA**



**II. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD TEXTIL DEL ARTESANO Y SU FAMILIA**

**A. COMPOSICIÓN DE LA UNIDAD FAMILIAR ARTESANAL**

**1) Composición de la unidad familiar textil actual**

Tabla 3.7

**NÚMERO, PROMEDIO Y PARENTESCO DE PERSONAS QUE TRABAJAN ACTUALMENTE EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL FAMILIAR**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
ARTESANO-AS JEFE	214	0	1	211	.99	.12
ESPOSOS-AS DE ARTESANOS	214	0	1	51	.25	.44
HIJOS VARONES	214	0	3	27	.13	.47
HIJAS MUJERES	214	0	2	46	.21	.54
OTROS FAMILIARES	214	0	5	129	.60	1.11
OTROS NO FAMILIARES	214	0	5	10	.10	.40
TOTAL DE PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL NEGOCIO TEXTIL FAMILIAR	214	0	8	474	2.22	1.34
N Válida	214					



Según la tabla precedente, son 474 personas involucradas en los negocios textiles. 211 artesanos activos, 51 cónyuges y alrededor de dos centenas entre hijos y otros familiares. La presencia regular es de 2.22 personas en promedio por negocio textil familiar.

## 2) Variaciones en la unidad textil familiar

Tabla 3.8

### NÚMERO, PROMEDIO Y PARENTEZCO DE PERSONAS QUE TRABAJABAN ANTES EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL FAMILIAR

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
ARTESANOS	214	0	1	180	.84	.37
ESPOSOS-AS	214	0	1	28	.13	.34
HIJOS QUE TRABAJABAN	214	0	2	6		.21
HIJAS QUE TRABAJABAN	214	0	2	22	.10	.39
FAMILIARES QUE TRABAJABAN	214	0	6	108	.50	1.04
NO FAMILIARES	214	0	5	6		.35
TOTAL TRABAJADORES EN NEGOCIO TEXTIL ANTES DEL PROYECTO	214	0	8	350	1.64	1.31
N Válida	214					

En la tabla 3.8 se observa que antes del Proyecto, eran 350 las personas involucradas en la actividad textil, 1.64 personas en promedio por familia. La diferencia entre promedios antes y ahora -2.22 vs. 1.64-, es muy significativa<sup>5</sup>. Estos resultados nos indican que ha habido un aumento de 124 personas realizando la actividad textil: potencialmente nuevos empleos.

## B. CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD TEXTIL FAMILIAR

### 1) Antigüedad

Tabla 3.9

#### AÑOS DE ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO TEXTIL FAMILIAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulativo
CUATRO AÑOS Ó MENOS	20	9.3	9.3
DE CINCO A DIEZ AÑOS	16	7.5	16.8
DE ONCE A QUINCE AÑOS	14	6.5	23.4
MÁS DE QUINCE AÑOS	45	21.0	44.4
SIEMPRE	119	55.6	100.0
Total	214	100.0	

<sup>5</sup> Nivel de significancia .00 en test para muestras pares, para un intervalo de confianza de 95% de la diferencia

Más de la mitad de las familias tuvieron tradición textil desde hace muchas generaciones, (ver tabla 3.9). Menos de la cuarta parte de las unidades textiles familiares tiene menos de quince años de experiencia textil. Las familias que se iniciaron en la actividad con el Proyecto son 9.3 por ciento.

## 2) Nivel de actividad

**Tabla 3.10**

### ACTIVIDAD FAMILIAR EN NEGOCIO TEXTIL

La mayor parte de las familias realiza la mayor parte del proceso textil, o bien todo el proceso. Son pocas las que sólo realizan una parte mínima del proceso, probablemente como acabados o hilado, trabajando

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulativo
LA MAYOR PARTE DEL PROCESO TEXTIL	105	49.1	49.1
TODO EL PROCESO TEXTIL (INCLUYE DISEÑOS Y/O TEÑIDO)	96	44.9	93.9
SÓLO PARTE MÍNIMA DEL PROCESO TEXTIL	9	4.2	98.1
POR AHORA NO TIENE ACTIVIDAD TEXTIL	4	1.9	100.0
Total	214	100.0	

solamente por servicios para terceros. Cuatro de los entrevistados no realizaba actividad textil en el periodo de encuesta.

## 3) Ubicación del negocio textil

**Tabla 3.11**

### UBICACIÓN DEL NEGOCIO TEXTIL FAMILIAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulativo
UN TALLER PROPIO INDEPENDIENTE DE LA CASA	1	.5	.5
EN SU CASA	123	57.5	57.9
EN EL LOCAL DEL TALLER COMUNAL	22	10.3	68.2
A VECES EN CASA A VECES EN EL TALLER COMUNAL	66	30.8	99.1
EN OTRO LUGAR	2	.9	100.0
Total	214	100.0	

La mayor parte de los entrevistados afirma que la actividad textil familiar se realiza únicamente en su hogar, seguido por quienes trabajan tanto en casa como en el taller familiar.

## C. EXPERIENCIA DEL ARTESANO EN LA ACTIVIDAD

### 1) Antigüedad en la actividad textil

**Tabla 3.12**

AÑOS DE EXPERIENCIA EN TRABAJO ARTESAN		
N	Válido	214
Promedio		17.08
Mínimo		1
Máximo		59

Vemos que en promedio, los-as artesanas tienen aproximadamente 17 años de experiencia en la actividad.

### 2) Experiencia según lugar de residencia

Las artesanas-os más experimentados son de Chota y San Miguel de Pallaques, con más de 40% con 21 ó más años de experiencia. Los artesanos que se iniciaron en el Proyecto se concentran en los distritos de Curahuasi y Cajamarca.

**Tabla 3.13**

AÑOS DE EXPERIENCIA DEL ARTESANO EN RANGOS SEGÚN DISTRITO DONDE RESIDE						
% within DISTRITO DONDE RESIDE						
		DISTRITO DONDE RESIDE				Total
		CHOTA	SAN MIGUEL DE PALLAQUES	CAJAMARCA	CURAHUASI	
ANOS DE EXPERIENCIA	4 Ó MENOS	13.6%	8.6%	25.0%	32.4%	17.8%
DEL ARTESANO EN	5 A 10	20.3%	18.6%	10.4%	13.5%	16.4%
RANGOS	11 A 15	13.6%	11.4%	14.6%	21.6%	14.5%
	16 A 20	8.5%	20.0%	16.7%	16.2%	15.4%
	21 O MÁS	44.1%	41.4%	33.3%	16.2%	36.0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## D. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL

### 1) Otras actividades económicas

A partir de la próxima tabla se puede afirmar que entre las otras actividades que generan ingresos para las familias, las agrícolas y ganaderas son las más relevantes.

**Tabla 3.14**

DEDICACIÓN A OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS-PRODUCTIVAS RESPUESTA MÚLTIPLE			
	Cant.	Porc. de Respuestas	Porc. Casos
REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES AGRÍCOLAS	174	43.8	82.5
REALIZACIÓN ACTIVIDADES GANADERÍA	112	28.2	53.1
ACTIVIDADES DE COMERCIO	31	7.8	14.7
ACTIVIDADES POR SERVICIOS PERSONALES Y PROF.	69	17.4	32.7
ACTIVIDADES DE TRANSPORTE	3	.8	1.4
ACTIVIDADES DE MINERÍA	8	2.0	3.8
	-----	-----	-----
Total respuestas	397	100.0	188.2

3 casos omisos; 211 casos válidos

## 2) Importancia de la actividad textil

**Tabla 3.15**

### IMPORTANCIA DE LOS INGRESOS TEXTILES EN EL PRESUPUESTO FAMILIAR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
SON LOS INGRESOS MÁS IMPORTANTES	89	41.6	41.6
SON LOS SEGUNDOS INGRESOS EN IMPORTANCIA	80	37.4	79.0
SON SÓLO UN COMPLEMENTO MÍNIMO	38	17.8	96.7
POR AHORA NO RECIBE INGRESOS	7	3.3	100.0
Total	214	100.0	

Los ingresos por la actividad textil son los más importantes para la economía familiar para un mayor porcentaje de entrevistados

(41.6%), y considerando a aquéllos para los que son los segundos ingresos en importancia, se congrega a 79 por ciento de los entrevistados.

Según la próxima tabla, 3.16 se puede precisar la significancia de los cambios que han ocurrido entre la situación previa al Proyecto y la actual. Antes del Proyecto, sólo para 13.6 por ciento de los entrevistados los ingresos por la actividad textil eran los principales. En cambio, para 36% eran ingresos mínimos dentro del presupuesto, y 14.5 por ciento no percibía ingresos por la actividad. Es notorio como para 9.3 por ciento han pasado de tenerlos como ingresos mínimos a ser los más importantes, y 6.1 de no tener ingresos por ese concepto, a ser los más importantes para la economía de sus familias.

**Tabla 3.16**

**PORTANCIA DE LOS INGRESOS TEXTILES EN EL PRESUPUESTO FAMILIAR EN RELACIÓN A LA IMPORTANCIA DE LOS INGRESOS TEXTILES ANTES DEL PROYECTO**

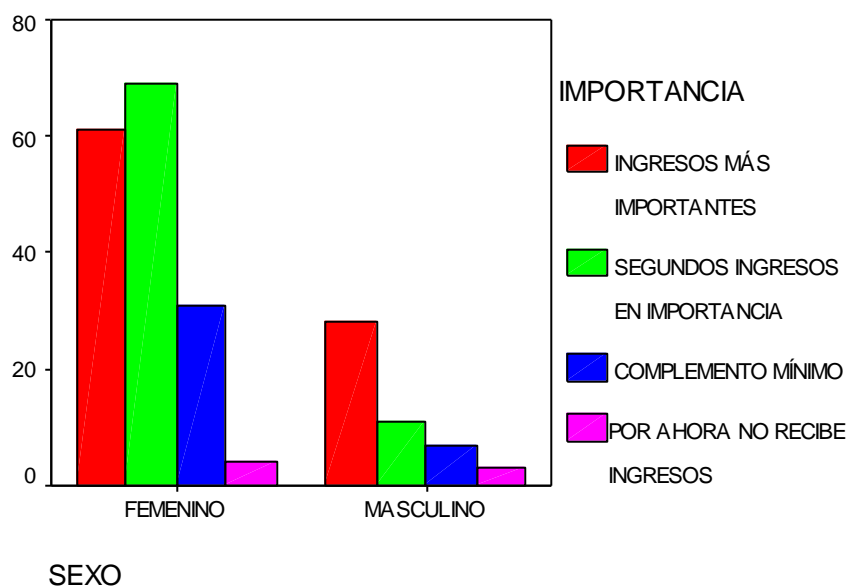
% of Total

		ANTES DEL PROYECTO				Total
		ERAN LOS INGRESOS MÁS IMPORTANTES	ERAN LOS SEGUNDOS INGRESOS EN IMPORTANCIA	ERAN SÓLO UN COMPLEMENTO MÍNIMO	NO HABÍAN INGRESOS POR ESE CONCEPTO	
ACTUALMENTE SON LOS INGRESOS MÁS IMPORTANTES		11.7%	14.5%	9.3%	6.1%	41.6%
SON LOS SEGUNDOS INGRESOS EN IMPORTANCIA		1.4%	17.8%	14.0%	4.2%	37.4%
SON SÓLO UN COMPLEMENTO MÍNIMO		.5%	2.8%	12.1%	2.3%	17.8%
POR AHORA NO RECIBE INGRESOS			.9%	.5%	1.9%	3.3%
Total		13.6%	36.0%	36.0%	14.5%	100.0%

Significación estadística: Chi cuadrado Pearson: 57.254 Asimp.Sign. .000

**Gráfico 3.4**

**IMPORTANCIA DE LOS INGRESOS POR ACTIVIDAD TEXTIL SEGÚN SEXO**



Como se ve en el gráfico 3.4, la importancia de los ingresos por actividad textil varía según el sexo de los entrevistados<sup>6</sup>. Hay una mayor proporción de varones que ha respondido que los ingresos por actividad textil son los más importantes. Es presumible que un varón sólo de importancia a la actividad textil cuando es

la primera fuente de ingresos para el hogar.

<sup>6</sup> La diferencia entre varones y mujeres y la importancia tiene un nivel de significancia de .023 en la Prueba de Chi-Cuadrado.

### III. RESULTADOS EN EL EMPLEO

#### A. VARIACIONES EN EL EMPLEO ARTESANAL TEXTIL

##### 1) Cuándo se inicia la actividad artesanal comercial

Alrededor de 15 por ciento de las-os artesanas-os y/o sus familias se iniciaron en la actividad, o la orientaron a fines comerciales con el Proyecto (ver tabla 3.17). 84.6 por ciento continuó su actividad textil familiar pero aumentando el número de empleados en la actividad (remitirse a tablas 3.7 y 3.8).

**Tabla 3.17**

##### SITUACIÓN DEL ARTESANO

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
NI EL-ELLA NI SU FAMILIA TENÍAN ACTIVIDAD TEXTIL ANTES	21	9.8	9.8
EL-ELLA O SU FAMILIA TENÍAN ACTIVIDAD TEXTIL NO COMERCIAL	12	5.6	15.4
EL- ELLA O SU FAMILIA SÍ TENÍAN ACTIVIDAD TEXTIL COMERCIAL	181	84.6	100.0
Total	214	100.0	

##### 2) Tiempo de dedicación antes y ahora

La siguiente tabla considera el tiempo de dedicación a la actividad textil en términos de horas por año –incluyendo a todos los miembros de las unidades familiares- antes del proyecto y ahora.

**Tabla 3.18**

##### TOTAL DE HORAS TRABAJADAS EN LA ACTIVIDAD TEXTIL FAMILIAR EN UN AÑO

	N	Mínimo	Máximo	Promedio	Desviación Estándar
ACTUALMENTE	210	156.00	15132.00	2549.8819	1871.3623
ANTES DEL PROYECTO	191	208.00	15548.00	1924.8168	1656.1771
N válida para ambos casos	187				

**Nota:** Las N incluyen a quienes realizan o realizaban actividad textil no comercial.

La siguiente tabla permite hacer una comparación en aquéllos que ya trabajaban antes y continúan haciéndolo. Para este grupo, la diferencia de promedios en el tiempo es estadísticamente significativa<sup>7</sup>.

**Tabla 3.19**

**EST: ESTADÍSTICAS PARA MUESTRA PARES: TOTAL DE HORAS TRABAJADAS EN ACTIVIDAD TEXTIL FAMILIAR EN UN AÑO -ACTUALMENTE Y ANTES DEL PROYECTO**

	Promedio	N	Desviación Estándar	Error Estándar Promedio
ACTUALMENTE	2551.2257	187	1888.9654	138.1348
ANTES DEL PROYECTO	1956.5348	187	1659.1783	121.3311

### 3) La participación de eventuales

En la próxima tabla se puede observar que el número de eventuales se ha más que duplicado para la muestra, aún cuando la presencia de eventuales considerando el conjunto de empresas es poco significativa (sólo se llega a .69 en promedio por empresa).

**Tabla 3.20**

**NÚMERO DE EVENTUALES EN UN AÑO - DESPUÉS Y ANTES DEL PROYECTO -**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
NÚMERO DE EVENTUALES EN ÚLTIMOS DOCE MESES	214	0	7	148	.69	1.25
NÚMERO DE EVENTUALES POR AÑO ANTES	214	0	10	56	.26	1.00
N Válida	214					

La siguiente tabla nos permite comparar la incidencia de eventuales en los negocios textiles que contrataban personal antes y ahora. Se observa allí la cantidad de eventuales en últimos doce meses y en un año previamente al proyecto. Para estos casos, el promedio de eventuales contratados más bien ha disminuido. Esto nos permite concluir que son otras las familias que están ahora contratando más gente para cumplir sus pedidos comerciales.

<sup>7</sup> Nivel de significancia de .00 para Test de Muestras Pares, con un intervalo de confianza de 95% en las diferencias.

**Tabla 3.21**  
**ESTADÍSTICAS T-TEST : COMPARACIÓN DE EVENTUALES POR AÑO**  
**ACTUALMENTE Y ANTES DEL PROYECTO (SÓLO CASOS QUE TENÍAN Y SIGUE**  
**TENIENDO)**

	Promedio	N	Desviación Estándar	Error Estándar Promedio
NÚMERO DE EVENTUALES EN ÚLTIMOS DOCE MESES	1.95	22	1.29	.28
NÚMERO DE EVENTUALES POR AÑO ANTES	2.41	22	2.09	.44

En la próxima tabla se observa el número total de horas trabajadas por los eventuales durante los últimos doce meses.

**Tabla 3.22**  
**TOTAL DE HORAS TRABAJADAS POR EVENTUALES EN ÚLTIMOS DOCE MESES PARA LOS**  
**NEGOCIOS ARTESANALES FAMILIARES**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
TOTAL DE HORAS AÑO EVENTUALES	214	0	10500	34399	160.74 <sup>a</sup>	789.13
N Válida	214				<sup>a</sup>	

a. 13.40 horas mensuales

## B. LA RETRIBUCIÓN AL EMPLEO

**Tabla 3.23**

<b>CÁLCULO DE GANANCIAS POR HORA Y POR DÍA DE TRABAJO TEXTIL - 204 FAMILIAS QUE TRABAJARON Y RECIBIERON GANANCIAS EN EL ÚLTIMO AÑO - EN SOLES</b>						
A	B	C	D	E	F	G
Suma Ganancias Anuales*	Suma Horas Trabajadas Anuales**	Ganancias por hora A/B	Suma horas mensuales B/12	Horas diarias D/24	Horas diarias promedio por familia E/204	Ganancia diaria promedio por familia C*F
222857.18	531731	0.42	44310.93	1846.29	9.05	3.79

\* Según cálculo de Ganancias que se estima en el acápite 3.V.C. de este documento- Ganancias incluye pagos por mano de obra y utilidades recibidas por los artesanos.

\*\* Considera sólo la suma de horas trabajadas por los 204 casos que tienen actividad comercial.

Según la tabla precedente, los cálculos indican que en promedio las-os artesanos y sus familiares están recibiendo una ganancia de S/. 0.42 por hora y de S/.3.79 por día. Estos



resultados revelan la aún baja relevancia de las remuneraciones para la labor artesanal, por un lado, y/o por otro, la eventualidad de los ingresos, que se concentran en determinados meses del año, perdiendo peso cuando se dispersan en un lapso anual.

No se cuenta, por otro lado, con datos de línea de base que permitan hacer comparaciones numéricas para verificar cambios. La opinión de gran parte de los entrevistados es que sus ganancias por la actividad textil sí han mejorado bastante o por lo menos un poco, (ver tabla siguiente).

**Tabla 3.24**

**COMPARACIÓN CON GANANCIAS PREVIAS AL PROYECTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
HAN EMPEORADO MUCHO	3	1.4	1.4
HAN EMPEORADO UN POCO	12	5.6	7.0
SE MANTIENEN IGUAL	13	6.1	13.1
HAN MEJORADO UN POCO	75	35.0	48.1
HAN MEJORADO BASTANTE	84	39.3	87.4
NO PRODUCÍA ANTES DEL PROYECTO PARA VENTA	23	10.7	98.1
NO PRODUCE ACTUALMENTE	4	1.9	100.0
Total	214	100.0	

### **C. IMPLICANCIAS DEL PROYECTO EN LAS MIGRACIONES**

No se encontraron diferencias relevantes en cuanto a las migraciones temporales antes y después del Proyecto. Antes, alrededor de 23 % tenía un familiar directo que migraba temporalmente y ahora alrededor de 21% está en la misma situación. Antes 2.3 % tenía dos familiares que migraban temporalmente, ahora 1.9 está en la misma situación.

Son pocas las familias entrevistadas donde un miembro artesano ha migrado (08), y en ningún caso, ese-a artesano está trabajando en la actividad artesanal en su lugar de llegada.

#### IV. EQUIPAMIENTO DEL NEGOCIO TEXTIL FAMILIAR

En la siguiente tabla se aprecia cómo es el equipamiento de los negocios. El telar a cintura ha sido y sigue siendo el instrumento más popular. Los telares a pedal en los hogares se han incrementado durante la vida del Proyecto, ya sea por que los artesanos han comprado los telares del taller comunal en algunos casos, o por que han hecho sus propias réplicas de los telares que el Proyecto proporcionó.

**Tabla 3.25**

**EQUIPAMIENTO DE LOS NEGOCIOS - Número de items que poseen**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
TELARES A PEDAL	62	1	10	109	1.76	1.49
TELARES A CINTURA	179	1	15	557	3.11	2.36
OTRAS HERRAMIENTAS	111	1	8	228	2.05	1.43
MÁQUINAS	83	1	3	98	1.18	.42
ARTEFACTOS	22	1.00	2.00	26.00	1.1818	.3948
MOBILIARIO	147	1	16	468	3.18	2.75
MEDIOS DE TRANSPORTE	7	1	2	8	1.14	.38



Rina Cruz, regresó a Curahuasi después de vivir varios años en Lima. Entró al Proyecto a aprender a tejer a crochet y palitos. Pronto quiso aprender con el telar a pedal, pero no alcanzaban los telares “se los peleaban porque no habían suficientes”, por eso se mandó a hacer uno para su casa. “20 a 25 personas han mandado a hacer sus telares rústicos”. “Aprendí a hacer mantas, me pagaban por mano de obra y me gustó”. Hoy en día Rina elabora diseños propios y procesa entre 3 a 5 mantas al mes. Utiliza acrílicos o lana de ovino que ella tiñe, y actualmente está experimentando con una nueva fibra para cubrecamas.

El telar lo compró hace un año, le costó S/. 100.00 y tuvo que pagar S/.30.00 a la Asociación por el peine facilitado por SENATI. Además se ha mandado hacer una máquina a corriente para rebobinar el hilado. Con lo que gana en el tejido ha podido surtir de mercadería su tienda de abarrotes y puede

mantenerse con su hijita de cinco años de manera independiente. Además está incorporando a un sobrino en su empresa, a quien ya está capacitando.



Paulino Pacheco es presidente del Taller de Chalhuahuacho. El logró que se trasladara la sede del taller a su comunidad, pues antes estuvo ubicada en otra localidad, donde no había muchos participantes.

Ahora que sabe tejer en el telar a pedal, le piden de otras comunidades para que les enseñe. “Acá todos tejen en sus casas”. En su familia, participan él, su esposa y cuatro hijos, cuando no estudian. “Cuando yo trabajo en el campo, ellos avanzan”. “Me traen lana para tejer mantas, la mayor parte me pagan por mano de obra”, “Ahora tengo más ingresos y es más descansado que otros trabajos”.

La familia Pacheco tiene ahora dos telares a pedal en su vivienda. Adquirió uno de los telares del taller comunal en el último año a un precio de S/.250.00



El telar de cintura – la callhua- es tradicional en todos los ámbitos de influencia del Proyecto. En Chota y San Miguel de Pallaques es usado tradicionalmente por las mujeres. En Cajamarca y más aún en Curahuasi, los varones utilizan esta herramienta.

En la próxima tabla, vemos la tendencia de la inversión para el equipamiento de los negocios textiles en las viviendas.

**Tabla 3.26**

**ALOR COMPRA DE ITEMS PARA EQUIPAMIENTO DEL NEGOCIO TEXTIL -ÚLTIMOS DOCE MESES-EN SOLES-**

	N	Suma	Promedio
TELARES DE PEDAL	32	9125.00	285.16
TELARES DE CINTURA	22	453.00	20.59
OTRAS HERRAMIENTAS	14	279.00	19.93
MAQUINARIAS	15	5330.00	355.33
ARTEFACTOS DEL NEGOCIO	3	370.00	123.33
MUEBLES	9	880.00	97.78
MEDIOS DE TRANSPORTE	0	.00	.00
TOTAL INVERSIONES NEGOCIO ÚLTIMOS 12 MESES	66	16437.00	249.05

Las mayores inversiones en términos monetarios han sido en telares a pedal – 32 casos con una inversión promedio de S/. 285.16, y maquinarias, - 15 casos con una inversión promedio de S/. 355.33. Veintidós familias adquirieron telares a cintura, con una inversión promedio de S/. 20.59

El tipo más común de máquinas que poseen los artesanos, son máquinas de coser (38.3 por ciento de los encuestados). El tipo de mobiliario más común que tienen es mesa-bancos (66.4 por ciento). El artefacto más representativo es plancha eléctrica (7.5 por ciento). Sólo en tres casos (1.4 por ciento) los-as encuestados-as tenían un automóvil que utilizaban para su negocio.



## V. RESULTADOS EN EL NEGOCIO

### A. PRODUCCIÓN

Para efectos de estimar las variaciones en la producción, tenemos que partir del hecho de que por influencia del Proyecto, se han producido cambios importantes no solamente en la tecnología, que puede permitir mayor rapidez en la producción, sino también cambios en el tipo de productos. Muchos artesanos no hacen ahora lo mismo que antes, otros conservan parte de su producción tradicional y han incorporado nuevos productos, adaptados a los nuevos mercados que el Proyecto les ayudó a detectar.

#### 1) Variaciones en la cantidad de productos

Tabla 3.27

NÚMERO DE PRODUCTOS PRODUCIDOS ANUALMENTE DESPUÉS Y ANTES DEL PROYECTO

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
NÚMERO TOTAL DE PRODUCTOS PRODUCIDOS EN ÚLTIMOS DOCE MESES (JUNIO 2002-MAYO 2003)	214	0	764	18540	86.64	105.49
NÚMERO DE PRODUCTOS QUE PRODUCÍA EN UN AÑO ANTES DEL PROYECTO	214	0	2400	13464	62.92	194.70
N Válida	214					

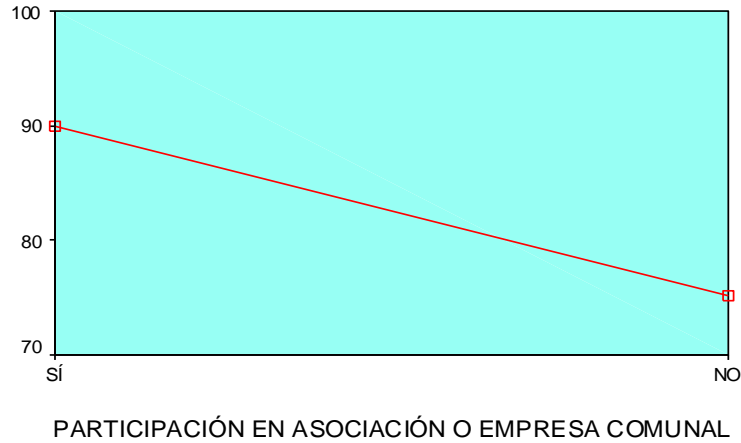
Según la tabla anterior, ahora los artesanos-as tienen un número mayor de ítems producidos por año en promedio. La variación no es tan significativa y como se ha mencionado antes, los ítems no son los mismos.

Un factor que puede explicar mejor la mejora en los volúmenes de producción es la participación en las asociaciones o empresas comunales que promovió el Proyecto, desde donde se ha favorecido las mejoras tecnológicas para una producción a mayor velocidad. En los próximos gráficos, vemos que efectivamente la tendencia es que gracias a la participación en las asociaciones la producción se eleva. Si se observa la producción en la etapa previa al proyecto, el promedio de producción era más bajo para los ahora participantes, porque muchos de ellos ni siquiera producían en ese periodo. Hoy en día la diferencia favorece en largo a los que están asociados entre sí.

**Gráfico N° 3.5**

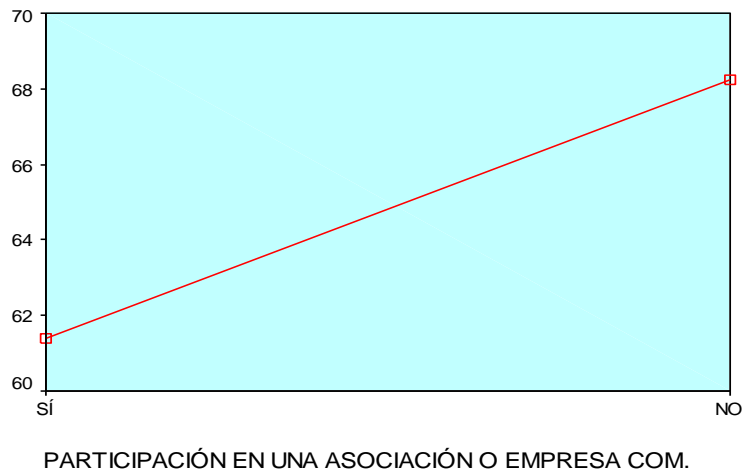
NÚMERO PROMEDIO DE PRODUCTOS  
SEGÚN PARTICIPACIÓN EN ASOC. COMUNAL

JUN.2002-MAY. 2003



**Gráfico 3.6**

NÚMERO PROMEDIO DE PRODUCTOS POR AÑO  
ANTES DEL PROYECTO



## 2) Tipo de productos

Los productos más populares son en primer lugar, las bolsas, en segundo, los chales, en tercer lugar los cojines, seguido por las mantas, entre la serie de productos que se aprecian en la tabla. Vemos que un grupo relevante de artesanos sigue produciendo alforjas, fajas y bayetas, productos tradicionales dirigidos al mercado local. En otros productos, sobresalen los ponchos que siguen teniendo relevancia local y en los mercados regionales.

**Tabla 3.28**

PRODUCTOS DE MAYOR FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN (Respuesta Múltiple)			
	Cuenta	Pct. de Respuestas	Pct. de Casos
COJINES	35	7.0	16.9
BOLSAS	73	14.5	35.3
TAPICES	23	4.6	11.1
ALFOMBRAS	41	8.2	19.8
MANTAS	33	6.6	15.9
CHALES	66	13.1	31.9
SERVILLETAS, CAMINOS DE MESA	31	6.2	15.0
MANTELES	19	3.8	9.2
FRAZADAS	27	5.4	13.0
ALFORJAS	32	6.4	15.5
FAJAS	10	2.0	4.8
BAYETAS	10	2.0	4.8
OTROS PRODUCTOS	102	20.3	49.3
	-----	-----	-----
Total respuestas	502	100.0	242.5
7 casos omisos; 207 casos válidos			

## 3) Incremento de productividad

Según la tabla 3.29, el tiempo promedio de elaboración para los tres productos más comunes bordea las 20 horas. Sin embargo, la dispersión para los tiempos de dedicación es muy grande, variando entre una hora – para bolsas simples o similares - y 480 horas para productos muy complejos (por ejemplo, alfombras con diseños muy elaborados).

**Tabla 3.29****MERO DE HORAS QUE LE TOMA ELABORAR LOS TRES PRODUCTOS DE  
MAYOR SALIDA**

		EL PRODUCTO DE MAYOR SALIDA	EL SEGUNDO PRODUCTO	EL TERCER PRODUCTO
N	Válidos	201	173	122
	Omisos	13	41	92
Promedio		20.95	20.42	21.86
Mínimo		1	1	1
Máximo		160	480	240

En las próximas tablas 3.30-3.31, se observa que el porcentaje de casos en los que ha habido un aumento de productividad es de 19.8 por ciento para el producto de mayor salida y, de 16.9 y 15.7 por ciento para el segundo y tercer producto de mayor salida, respectivamente.

**Tabla 3.30****PORCENTAJE DE TIEMPO AHORRADO: PRODUCTO DE MAYOR SALIDA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
HASTA 20 POR CIENTO	6	2.8	3.0	3.0
MÁS DE VEINTE Y HASTA 40 POR CIENTO	20	9.3	9.9	12.9
MÁS DE 40 POR CIENTO	14	6.5	6.9	19.8
SIN VARIACIÓN	38	17.8	18.8	38.6
NO HACÍA ESE PRODUCTO ANTES	121	56.5	59.9	98.5
ANTES LO HACÍA MÁS RÁPIDO	3	1.4	1.5	100.0
Total	202	94.4	100.0	
OMISOS	12	5.6		
Total	214	100.0		



**Tabla 3.31****PORCENTAJE DE TIEMPO AHORRADO: SEGUNDO PRODUCTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
HASTA 20 POR CIENTO	6	2.8	3.5	3.5
MÁS DE VEINTE Y HASTA 40 POR CIENTO	16	7.5	9.3	12.8
MÁS DE 40 POR CIENTO	7	3.3	4.1	16.9
SIN VARIACIÓN	32	15.0	18.6	35.5
NO HACÍA ESE PRODUCTO ANTES	108	50.5	62.8	98.3
ANTES LO HACÍA MÁS RÁPIDO	3	1.4	1.7	100.0
Total	172	80.4	100.0	
OMISOS	42	19.6		
Total	214	100.0		

**Tabla 3.32****PORCENTAJE DE TIEMPO AHORRADO: TERCER PRODUCTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulativo
HASTA 20 POR CIENTO	9	4.2	7.4	7.4
MÁS DE VEINTE Y HASTA 40 POR CIENTO	5	2.3	4.1	11.6
MÁS DE 40 POR CIENTO	5	2.3	4.1	15.7
SIN VARIACIÓN	23	10.7	19.0	34.7
NO HACÍA ESE PRODUCTO ANTES	78	36.4	64.5	99.2
ANTES LO HACÍA MÁS RÁPIDO	1	.5	.8	100.0
Total	121	56.5	100.0	
OMISOS	93	43.5		
Total	214	100.0		

## B. VENTAS

### 1) Situación actual y variaciones

Según la información recopilada de fuente directa, (tabla 3.33), en los últimos meses se han efectuado ventas totales por S/. 299,542.10 en los negocios textiles familiares, incluyendo ingresos por venta de productos, mano de obra y otros servicios (teñido, venta de insumos, comercialización para terceros, etc.).

**Tabla 3.33**

**ADÍSTICAS DESCRIPTIVAS: VALOR TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS EN NEGOCIO TEXTIL EN ÚLTIMO AÑO (JUNIO 2002 A MAYO 2003)**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
POR VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES	167	19.00	10080.00	177552.50	1063.19	1456.21
POR INGRESOS ADICIONALES POR ACTIVIDAD TEXTIL	159	9.00	5460.00	121989.60	767.23	806.32
TOTAL INGRESOS POR VENTAS DEL NEGOCIO TEXTIL	204	19.00	10590.00	299542.10	1468.34	1459.90

N : 122 (cubre casos tanto para Venta de Productos textiles e Ingresos Adicionales)

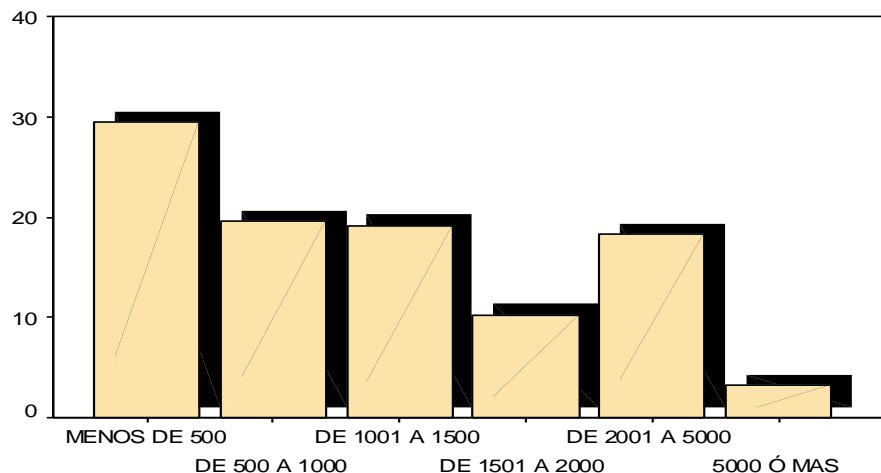
- a. Incluye Ventas de Productos Textiles e Ingresos Adicionales por mano de obra y otros servicios relacionados a la actividad textil (comercialización de insumos, de productos, etc.)

En el siguiente gráfico se visualiza como es la distribución de ingresos por ventas según rangos. Como era de esperar, un grupo más amplio tiene ventas bastante precarias (menos de S/. 500 al año). Sin embargo un porcentaje que supera el quinto de los encuestados tiene ventas por más de S/.2,000.00 anuales.

**Gráfico N° 3.7**

### TOTAL VENTAS ANUALES POR RANGOS

- EN SOLES-



No se cuenta con datos de línea de base para establecer comparaciones, pero según opiniones de los entrevistados, por lo menos en 72.9 por ciento ha conseguido mejoras en las ventas de sus negocios textiles después de la ejecución del Proyecto.

**Tabla 3.34**

**VENTAS ANTES DEL PROYECTO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulativo
Valid	BASTANTE MENORES	76	35.5	35.5
	MENORES	80	37.4	72.9
	IGUAL QUE AHORA	14	6.5	79.4
	MAYORES	19	8.9	88.3
	BASTANTE MAYORES	1	.5	88.8
	NO VENDÍA NADA ANTES DEL PROYECTO	24	11.2	100.0
	Total	214	100.0	

**2) Variaciones según pertenencia a una organización**  
**Gráfico N° 3.8**

**PROMEDIO DE VENTAS EN SOLES**

**-ENTRE JUNIO 2002- MAYO2003-**

SEGÚN PARTICIPACIÓN EN ASOC. O EMPRESA COMUN.

Se observa mayores ventas promedio en la sub-muestra de los que sí pertenecen a una asociación de artesanos. Sin embargo las diferencias no son estadísticamente significativas<sup>8</sup>.



<sup>8</sup> Prueba de Anova para diferencia de promedios con una significancia de .279

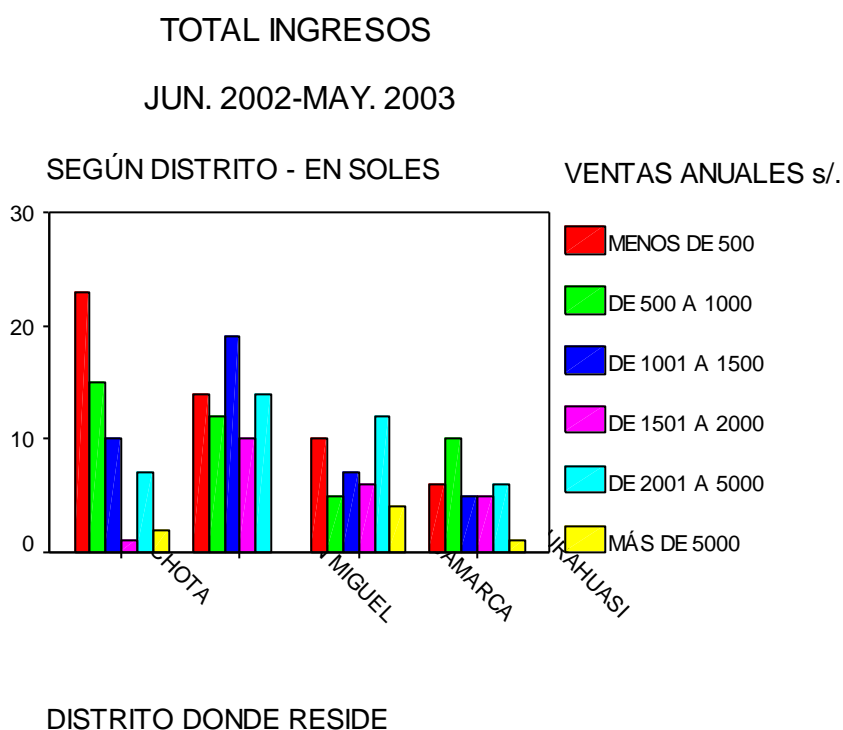
### 3) Variaciones según distrito de residencia

Gráfico N° 3.9

En el gráfico de la derecha se ve que en Chota la proporción de participantes con rangos de venta inferiores es mayor.

En San Miguel por el contrario, se concentran las de rangos sobre los S/.1,000.00 hasta los S/. 5,000 anuales.

En Cajamarca hay una mayor proporción de casos con ingresos de S/.2,001.00 a 5,000.



Las diferencias según distrito de residencia tienen relativa significancia estadística<sup>9</sup>.

### C. GANANCIAS

En la tabla 3.35 se observa el cálculo de las ganancias por utilidades y mano de obra promedio, considerando el costo total promedio de los productos de mayor salida y el precio promedio de venta de dichos productos. Como se puede apreciar, de la muestra de entrevistados, sólo 168 familias producen y venden por su cuenta. El resto realiza su actividad textil a pedido de terceros y sólo recibe ingresos por mano de obra, y no están incluidos en estos cálculos.

Estos valores promedio permiten estimar el peso porcentual de los costos y ganancias promedio para los productos de mayor salida de los artesanos-as, tal como figura en el gráfico 3.10. Una primera conclusión sería que la rentabilidad de la actividad es muy favorable. Sin embargo hay que tomar en cuenta que en las ganancias totales está incluida la mano de obra, que debería ser considerada un costo en sentido estricto, aunque los artesanos no suelen considerarlo así<sup>10</sup>. Los pagos por mano de obra varían

<sup>9</sup> 0,015 para la Prueba de Chi-Cuadrado

<sup>10</sup> Las utilidades promedio, sin mano de obra representan el 12.95% del valor de venta del producto, lo cual es todavía rentable.

mucho en las zonas visitadas: desde S/. 6.00 por jornal de trabajo en algunas, hasta S/. 10.00 ó 12.00 en otras. <sup>11</sup>

**Tabla 3.35**

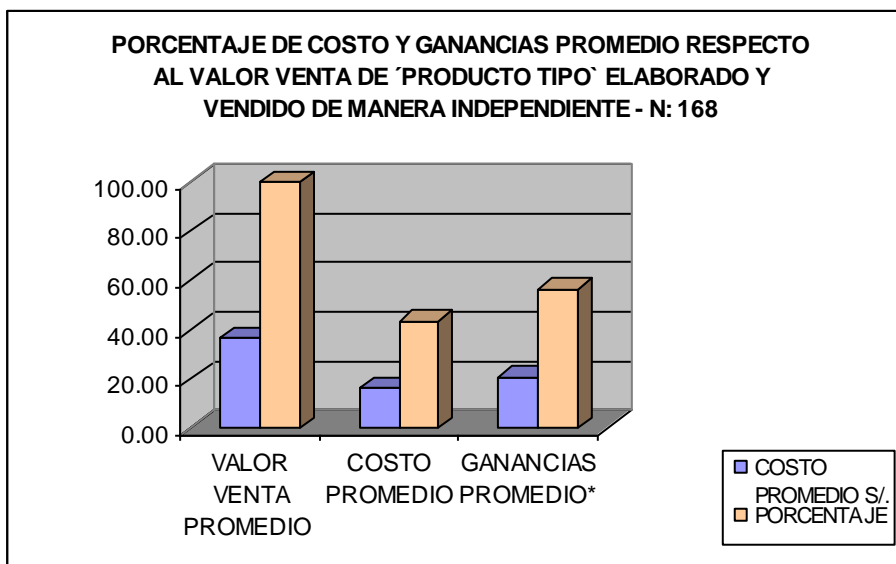
**ADÍSTICAS DESCRIPTIVAS: VALORES DE COSTOS, VENTA Y GANANCIAS PROMEDIO DE PRODUCTO TIPO PRODUCIDO Y VENDIDO DE MANERA INDEPENDIENTE- EN SOLES**

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
COSTO PRODUCCIÓN PROMEDIO	168	2.00	83.33	2668.26	15.88	12.15
GASTOS COMERCIALIZACIÓN PROMEDIO	168	.00	6.83	17.50	.10	.56
COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	168	2.00	83.33	2685.83	15.99	12.19
VALOR VENTA PROMEDIO	168	3.00	161.67	6178.19	36.77	27.93
GANANCIAS DE MANO DE OBRA PROMEDIO	168	.50	88.83	2695.41	16.04	15.08
UTILIDADES PROMEDIO	168	.00	36.66	800.47	4.76	6.69
GANANCIAS PROMEDIO TOTALES	168	.50	104.83	3492.22	20.79	18.71
Válidos N	168					

a. Los valores tipo consideran el promedio obtenido entre tres o dos productos principales. En algunos casos, se trata de un solo producto que realiza regularmente el o la artesano-a.

En el mismo gráfico 3.10, se observa el peso porcentual de las ganancias y costo respecto al valor de venta, siendo el costo aproximadamente 43 por ciento del valor de venta del producto.

**Gráfico N° 3.10**



\* Las ganancias incluyen mano de obra y utilidades

<sup>11</sup> El Proyecto incidió en un pago por mano de obra de alrededor de S/. 20.00 por día de trabajo, por mano de obra para pedidos externos, pero esto no se aplicaba para el cálculo del precio de los productos producidos y vendidos por los propios artesanos.

Los valores y porcentajes promedio son sólo referenciales. La siguiente tabla permite observar la gran variabilidad de resultados entre los artesanos-as. Los valores máximos y mínimos de las ganancias totales varían bastante.

**Tabla 3.36**

**'ADÍSTICAS DESCRIPTIVAS: PORCENTAJES MÍNIMOS Y MÁXIMOS DE COSTO Y GANANCIAS PROMEDIO DE PRODUCTO TIPO - PRODUCIDO Y VENDIDO DE MANERA INDEPENDIENTE - RESPECTO AL VALOR DE VENTA DEL PRODUCTO**

	N	Porcentaje Mínimo	Porcentaje Máximo	Desviación Stándar
PORCENTAJE COSTO TOTAL RESPECTO VALOR VENTA	168	16.67	87.50	17.46
PORCENTAJE MANO DE OBRA RESPECTO VALOR VENTA	168	11.70	92.38	15.68
PORCENTAJE DE UTILIDADES RESPECTO AL VALOR VENTA	168	.00	45.00	11.51
PORCENTAJE DE GANANCIAS RESPECTO A VALOR VENTA	168	12.50	83.33	17.46
Valid N (listwise)	168			

a. Las ganancias son la sumatoria de lo recibido por conceptos de mano de obra y utilidades.

Los cálculos anteriores permitieron estimar el valor de las ganancias anuales de las familias, descontando el valor equivalente al porcentaje del costo, de las ventas anuales de los entrevistados (remitirse a tabla 3.33). En la siguiente tabla -3.37-, se observa las ganancias anuales y mensuales promedio por familia, por concepto de venta de productos y servicios para terceros.

**Tabla 3.37**

CÁLCULO DE GANANCIAS ANUALES Y MENSUALES EN SOLES POR UNIDAD FAMILIAR JUNIO 2002-MAYO 2003						
	SUMA VENTAS	DESCUENTO PORCENTAJE 43.19 POR COSTO PRODUCCIÓN*	GANANCIAS	N	GANANCIAS ANUALES PROMEDIO	GANANCIAS MENSUALES PROMEDIO
POR VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES	177552.50	76684.92	100867.58	167	604.00	50.33
POR INGRESOS ADICIONALES POR ACTIVIDAD TEXTIL	121989.6	0.00	121989.6	159	767.23	63.94
TOTAL GANANCIAS	299542.10	76684.92	222857.18	204	1092.44	91.04
* El porcentaje es calculado en base al costo de producción promedio del producto prototipo para los que producen y venden de manera independiente						
** 204 casos tienen ingresos ya sea por venta de productos textiles, ingresos adicionales o ambos.						

## VI. CAPITALIZACIÓN FAMILIAR

### 1) Montos de inversión por rubros

Tabla 3.38

#### CAPITALIZACIÓN FAMILIAR EN ÚLTIMOS DOCE MESES- EN SOLES

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Promedio	Desviación Estándar
INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA	60	177.00	12250.00	208247.00	3470.7833	3258.6157
INVERSIONES EN ARTEFACTOS Y EQUIPOS	60	30.00	5950.00	29431.00	490.5167	856.1822
INVERSIONES EN MEDIOS DE TRANSPORTE	3	1050.00	21000.00	36050.00	12016.67	10121.7999
INVERSIONES EN OTROS RUBROS -	149	40.00	9000.00	154091.00	1034.1678	1471.8910
TOTAL INVERSIÓN EN CAPITAL FAMILIAR	171	45.00	21360.00	427819.00	2501.8655	3556.2250
Válido para todos los casos	1					

En la tabla 3.38 se puede observar la envergadura de la inversión familiar que han tenido las familias entrevistadas en los últimos doce meses. Las mayores inversiones han sido en vivienda e infraestructura y en “otros rubros”, en los que prevalecen las inversiones en vestimenta, educación, y vivienda (ver tabla 3.39). Son 171 casos en los que ha habido algún tipo de inversión percibida como de mejora en la capitalización familiar.

“Las cosas han cambiado en la casa. Antes sólo teníamos animalitos, ahora con los mayores ingresos por las ventas, da para comprar algunas cositas...”

## 2) Orientación de la inversión

Queda claro que los entrevistados han percibido que en los últimos doce meses ha habido inversiones importantes para ellos sobre todo en vestimenta, educación y alimentación gracias a su actividad como artesanos. Sin pretender afirmar que todas las inversiones provienen de las ganancias por la actividad textil, los ingresos por dicha actividad, han contribuido a orientar los recursos familiares para otras inversiones, sobre todo en construcción de vivienda y compra de artefactos.

**Tabla 3.39**

<b>PRINCIPALES TIPOS DE INVERSIÓN FAMILIAR - ÚLTIMOS DOCE MESES -</b>		
<b>Tipo de inversión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Vivienda e infraestructura</b>		
Casa	18	8.4
Terreno	30	14
Materiales	3	1.4
Otros	9	4.2
Ninguno	154	72
<b>Artefactos</b>		
Televisor	27	12.6
Radio-grabadora	20	9.3
Cocina	4	1.9
Equipo sonido	3	1.4
Otros	6	2.8
Ninguno	154	72
<b>Transporte</b>		
Automóvil	1	0.5
Combi	1	0.5
Mula	1	0.5
Ninguno	211	98.6
<b>Otras</b>		
Vestimenta	43	20.1
Educación	39	18.2
Alimentación	38	17.8
Ganadería	16	7.5
Menaje cocina	5	2.3
Agricultura	4	1.9
Otros	4	1.8
Ninguno	65	30.4



## VII. VARIACIONES EN CALIDAD DE PRODUCTOS

Belermína Irigoin, de Cuyumalca, viene de una familia tradicionalmente tejedora. Las mujeres tejían mantas para camas, chales y ponchos con callhua. Algunos de los varones tejían a pedal, hacían balletas.

Ella empezó a tejer a los doce años. Hacía alforjas, ponchos y chales de acrílico. Torcía el hilo de la lana de oveja para su mamá que tejía frazadas. Ella tenía con nogal y anilinas. “Esto ahora ya no lo usamos porque se descolora...” “Ahora usamos lana más pareja, traída de Lima. La lana se tiñe acá con productos que no se descoloran”.

Su hermana le dejó el puesto para capacitarse en el Proyecto pues se casó y salió de la comunidad. Ha sido tesorera –ella terminó secundaria- y ha sido una participante muy activa en la experiencia. “Aprendí a tramar los hilos y tejer de manera muy uniforme, con diferentes diseños. Mejoré los diseños, buscando información y preguntando a los ingenieros. He participado en ferias en Lima, he viajado alrededor de cuatro veces. Además, he participado en un curso de diseño de AIDECA.”

### 1) Variaciones en la materia prima

Tabla 3.40

MATERIA PRIMA QUE USA ACTUALMENTE -RESPUESTA MÚLTIPLE-			
Indicadores	Número	Pct. de Respuestas	Pct. de Casos
USO DE PELO DE CAMÉLIDOS	54	11.7	25.5
USO DE LANA DE OVEJA EN TEJIDOS	162	35.1	76.4
USO DE ALGODÓN CRUDO EN TEJIDOS	29	6.3	13.7
USO ALGODÓN MERCERIZADO EN TEJIDOS	71	15.4	33.5
USO DE ACRÍLICOS EN TEJIDOS	123	26.6	58.0
USO DE MATERIALES COMBINADOS EN TEJIDOS	23	5.0	10.8
	-----	-----	-----
Total respuestas	462	100.0	217.9

2 casos omisos; 212 respuestas válidas

Encontramos variaciones entre las materias primas que usan actualmente los entrevistados (tabla 3.40) y las que usaban anteriormente (tabla 3.41). Ha aumentado el porcentaje de casos que utilizan lana de oveja y pelo de camélidos. También se ha incrementado el uso de algodón mercerizado, quedándose estable el uso de acrílicos.

**Tabla 3.41**

MATERIA PRIMA ANTES DEL PROYECTO -RESPUESTA MÚLTIPLE			
Indicadores	Número	Pct.de Respuestas	Pct.de Casos
USO DE PELO DE CAMÉLIDOS	3	1.0	1.6
USO DE LANA DE OVEJA EN TEJIDOS	116	38.8	62.0
USO DE ALGODÓN CRUDO EN TEJIDOS	20	6.7	10.7
USO DE ALGODÓN MERCERIZADO	27	9.0	14.4
USO DE ACRÍLICOS EN TEJIDOS	118	39.5	63.1
USO DE MATERIALES COMBINADOS	15	5.0	8.0
	-----	-----	-----
Total respuestas	299	100.0	159.9

27 casos omisos; 187 casos válidos

## 2) Variaciones en la técnica de teñido

**Tabla 3.42**

### TÉCNICA DE TEÑIDO -AHORA- EN COMPARACIÓN A TÉCNICA DE TEÑIDO -ANTES

% of Total		TÉCNICA DE TEÑIDO -ANTES					Total
		ARTIFICIAL	NATURAL	DE FÁBRICA	VARIAS	NINGUNA	
TÉCNICA DE TEÑIDO -AHORA	ARTIFICIAL	2.3%	2.8%	2.8%	1.4%	2.3%	11.7%
	NATURAL		2.8%	.9%	.9%	.5%	5.1%
	DE FÁBRICA	3.7%	2.8%	12.1%	7.0%	5.6%	31.3%
	VARIAS	3.3%	6.1%	9.3%	28.0%	2.8%	49.5%
	NINGUNA	.5%		.5%		1.4%	2.3%
Total		9.8%	14.5%	25.7%	37.4%	12.6%	100.0%

Según la tabla precedente, actualmente hay más teñido artificial, y mayor versatilidad en el teñido, (uso de diferentes técnicas). También se observa mayor porcentaje de casos que utiliza hilo teñido, seguramente por el peso de las encuestadas en San Miguel, que utilizan principalmente el hilo mercerizado y la lana de alpaca que se compran teñidos de fábrica. En las visitas a todas las otras comunidades, se pudo constatar que por lo menos había en cada una de ellas una persona adiestrada en teñido, que proveía a los miembros de las asociaciones de la materia prima para los nuevos productos que promovió el Proyecto.

## 3) Razones que explican las mejoras en la calidad de los productos

Las principales razones percibidas por los-as propios-as artesanos-as para la mejora en la calidad de sus productos son: mejoras en acabados, en tejido y en diseño, como se puede

ver en la próxima tabla 3.43. Seguido por mejora en los materiales empleados y en los colores y técnicas de teñido empleadas.

**Tabla 3.43**

MEJORAS PERCIBIDAS EN CALIDAD DE PRODUCTOS -RESPUESTA MÚLTIPLE-			
Indicadores	Número	Pct.de Respuestas	Pct.de Casos
MEJORA EN MATERIALES	119	12.3	58.0
MEJORAS EN EL TEÑIDO Y LOS COLORES	111	11.5	54.1
MEJORA EN HILADO	49	5.1	23.9
MEJORAS EN URDIDO	93	9.6	45.4
MEJORAS EN TEJIDO	171	17.7	83.4
MEJORAS EN DISEÑO	163	16.9	79.5
MEJORAS EN ACABADOS	172	17.8	83.9
MEJORAS EN ETIQUETADO Y EMPAQUETADO	87	9.0	42.4
	-----	-----	-----
Total respuestas	965	100.0	470.7
9 casos omisos; 205 casos válidos			

Las principales razones expuestas por los entrevistados para definir las mejoras se resumen en la siguiente tabla.

**Tabla 3.44**

MEJORAS	RAZONES
MEJORA EN MATERIALES	MAYOR CALIDAD, PAREJOS
MEJORAS EN EL TEÑIDO Y LOS COLORES	DIVERSIDAD, PERMANENCIA
MEJORA EN HILADO	MÁS PAREJO, YA PROCESADO
MEJORAS EN URDIDO	APRENDIÓ NUEVA TÉCNICA, RESISTENTE
MEJORAS EN TEJIDO	RAPIDEZ, APRENDIÓ NUEVA TÉCNICA, UNIFORME, NUEVOS TEJIDOS, CALIDAD
MEJORAS EN DISEÑO	NUEVOS Y VARIADOS DISEÑOS, PATRONES PRECISOS
MEJORAS EN ACABADOS	NUEVOS ACABADOS Y MEJORAS EN PRESENTACIÓN
MEJORAS EN ETIQUETADO Y EMPAQUETADO	MEJOR ASPECTO, CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO

En la siguiente página se puede apreciar los resultados de la interacción de las nuevas técnicas y diseños y la creatividad propia de los artesanos, que viene permitiendo la producción de artesanía textil de belleza y calidad.



“Buscando el apoyo del profesor, empecé a sacar mis propios diseños, hasta que pude sacar diferentes cosas que quería, con los colores que nos enseñaron a teñir. También

estoy utilizando nuevas fibras mezcladas con alpaca para hacer cubrecamas”. (Rina Cruz Curahuasi).



“Sabíamos tejer, pero en madeja, llano. Con telares tradicionales hacíamos balletas, chales. Antes no teñíamos, sólo con nogal, las señoras, cuando ya estaba hecho el tejido. Ahora me dedico a hacer más alfombras y cojines. Demora 14 días hacer una alfombra complicada”. “Dejo en consignación en una tienda de artesanía en Cajamarca. La vendo en S/.250.00” (Santos Infante, La Ramada, Cajamarca). En la tienda Cajamarca se pudo apreciar que sus alfombras las ofrecen a S/. 420.00. A pesar de ser uno de los artesanos que mayor producción y ventas tiene en su localidad, el Sr. Infantes trabaja por temporadas en la mina, pues allí le pagan más de S/. 700.00 mensual.





El trabajo de San Miguel, sobresale por la finura de las texturas en hilo mercerizado para caminos, manteles, chales y otros productos con novedosos acabados. Además son llamativas las nuevas combinaciones de hilo con lana de alpaca para chales y pashminas.

En la localidad, matronas lugareñas transmitieron la habilidad para el trabajo con hilo a sus hijas y nietas, y enseñaron a las campesinas de las comunidades a realizar parte de la labor –el tejido- para atender sus propios pedidos. El Proyecto al introducir el telar a pedal mejora la rapidez en el tejido y la versatilidad de la trama, y con el aporte de las diseñadoras especializadas que apoyaron la experiencia, se perfeccionaron y realzaron los productos.

Se transfirió el manejo de todo el proceso a las comunidades, sin dejar de lado la especialización de las diferentes participantes.

A la derecha, la Presidenta del Taller Comunal en El Cedro, San Miguel de Pallaques, Cajamarca, presenta muestras que se elaboraron para un pedido.

“Hemos aprendido muchos acabados, con uña que antes no sabíamos hacer”, dijeron varias de las entrevistadas”.



La siguiente fotografía es la que ilustra la portada del tríptico de las asociaciones de artesanos-as textiles de Chota que elaboraron con el apoyo de SENATI. La tradición textil no se había perdido en Chota como en otras partes en las que intervino el Proyecto. Sin embargo, la selección de nuevos colores y productos y las innovaciones en diseño, acabado y presentación han dado nuevas dimensiones a la artesanía del lugar.



**VIII. VARIACIONES EN EL CIRCUITO COMERCIAL****1) Variación de clientes****Tabla 3.45**

PRINCIPALES CLIENTES AHORA -RESPUESTA MÚLTIPLE			
INDICADORES	Número	Pct.de Respuestas	Pct.de Casos
COMERCIANTES MAYORISTAS O COMERCIOS GRANDES	8	1.5	3.9
COMERCIOS MINORISTAS-TIENDAS PEQUEÑAS	76	14.7	36.9
AMBULANTES	30	5.8	14.6
SU PROPIA TIENDA (FAMILIAR)	4	.8	1.9
EL TALLER O LA EMPRESA COMUNAL	102	19.7	49.5
VECINOS DE LA COMUNIDAD	58	11.2	28.2
INTERMEDIARIO EXPORTADOR	7	1.4	3.4
FERIAS LOCALES	78	15.1	37.9
FERIAS REGIONALES O NACIONAL	83	16.0	40.3
MERCADOS ARTESANALES EN LIMA	43	8.3	20.9
OTROS CLIENTES	29	5.6	14.1
	-----	-----	-----
Total respuestas	518	100.0	251.5

8 casos omisos; 206 casos válidos

**Tabla 3.46**

PRINCIPALES CLIENTES ANTES -RESPUESTA MÚLTIPLE-			
Indicadores	Número	Pct. de Respuestas	Pct.de Casos
COMERCIANTES MAYORISTAS O COMERCIOS GRAN	1	.5	.6
COMERCIOS MINORISTAS-TIENDAS PEQUEÑAS	47	22.0	26.7
AMBULANTES	36	16.8	20.5
SU PROPIA TIENDA (FAMILIAR)	1	.5	.6
VECINOS DE LA COMUNIDAD	101	47.2	57.4
FERIAS LOCALES	13	6.1	7.4
FERIAS REGIONALES O NACIONAL	2	.9	1.1
OTROS CLIENTES	13	6.1	7.4
	-----	-----	-----
Total respuestas	214	100.0	121.6

38 casos omisos; 176 casos válidos

Como se aprecia en las tablas precedentes, el mercado para los artesano-as ha variado marcadamente, de vecinos locales, comercios minoristas y ambulantes, principalmente a: diversos mercados a través de la asociación comunal, ferias locales y regionales, además de los comercios minoristas.

## 2) Segmentación del mercado y variaciones

**Tabla 3.47**

**PRINCIPAL SEGMENTO DE LA POBLACIÓN QUE ATIENDE -AHORA EN COMPARACIÓN A PRINCIPAL SEGMENTO DE LA POBLACIÓN QUE ATENDÍA- ANTES**

		ANTES				Total
		ALTO	MEDIO	BAJO	NO VENDIA ANTES	
AHORA	ALTO (EXTRANJERO-BOUTIQUES-COMERCIOS GRANDES)	.9%	2.3%	7.5%	2.3%	13.1%
	MEDIO (MERCADO REGIONAL, TIENDAS PEQUEÑAS)		18.7%	39.7%	7.9%	66.4%
	BAJO (MERCADO LOCAL, VECINOS)		.9%	12.6%	3.7%	17.3%
	NO ESTÁ VENDIENDO AHORA			.9%	2.3%	3.3%
Total		.9%	22.0%	60.7%	16.4%	100.0%

Vemos que el segmento principal –según capacidad adquisitiva- ha variado de principalmente “bajo” a principalmente “medio”<sup>12</sup>.

## IX. EFECTOS DE LA CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

En las siguientes tablas se puede apreciar lo que los-as entrevistados-as valoran más respecto a la capacitación que recibieron. Consideran respecto a su utilidad, que les ha servido sobre todo para mejorar la calidad de sus productos y diversificar su producción.

**Tabla 3.48**

UTILIDAD DE CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA			
Para qué le ha servido	Número	Pct.de Respuestas	Pct.de Casos
PARA ORGANIZAR MEJOR SU NEGOCIO	83	11.9	40.5
MEJORAR LA CALIDAD DE SU PRODUCTO	182	26.0	88.8
DIVERSIFICAR SU PRODUCCIÓN	167	23.9	81.5
BAJAR COSTOS	33	4.7	16.1
MEJORAR PRECIOS	40	5.7	19.5
TENER MAYORES GANANCIAS	106	15.2	51.7
AMPLIAR MERCADOS	58	8.3	28.3
ASISTIR A EVENTOS COMERCIALES	28	4.0	13.7
OTRAS RAZONES	2	.3	1.0
	-----	-----	-----
Total de respuestas	699	100.0	341.0

9 casos omisos; 205 casos válidos

<sup>12</sup> Las diferencias estadísticas entre la situaciones “antes” y “después” son significativas (Chi-Cuadrado de 39.644, con un nivel de significancia de .000).



Los temas de mayor utilidad para la gestión y administración de sus negocios, en mayor medida han sido: control de calidad, registros de producción y ventas, determinación de costos y planes de producción.

**Tabla 3.49**

TEMAS DE MAYOR UTILIDAD PARA GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO TEXTIL -RESPUESTA MÚLTIPLE-			
TEMAS	Número	Pct. de Respuestas	Pct. de Casos
ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN (PLANES DE PROD.)	99	17.3	50.0
CONTROL DE LA CALIDAD	184	32.2	92.9
DETERMINAR COSTOS	116	20.3	58.6
LLEVAR CUADERNO DE REGISTROS DE PRODUCCI	132	23.1	66.7
CONOCIMIENTO DE MERCADOS Y ESTRATEGIA DE	12	2.1	6.1
IDENTIFICACIÓN DE MEJORES PROVEEDORES	22	3.8	11.1
IDENTIFICACIÓN FUENTES DE FINANCIAMIENTO	1	.2	.5
TRÁMITES RUC Y BOLETA DE VENTA	5	.9	2.5
OTROS TEMAS	1	.2	.5
	-----	-----	-----
Total respuestas	572	100.0	288.9

16 casos omisos; 198 casos válidos

Consideran que los aspectos productivos que han sido mejorados gracias a la capacitación, son en mayor medida, los diseños y acabados.

**Tabla 3.50**

MEJORAS PRODUCTIVAS POR CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA -RESPUESTA MÚLTIPLE-			
MEJORAS	Número	Pct. de Respuestas	Pct. de Casos
USO DE NUEVAS FIBRAS	92	9.5	44.2
USO DE PEINES	43	4.4	20.7
URDIDO	89	9.2	42.8
TEJIDO EN DIFERENTES TIPOS DE TELARES	105	10.8	50.5
HILADO	32	3.3	15.4
TEÑIDO	86	8.9	41.3
CONFECCIÓN	116	12.0	55.8
<b>DISEÑO</b>	<b>165</b>	<b>17.0</b>	<b>79.3</b>
<b>ACABADOS</b>	<b>173</b>	<b>17.9</b>	<b>83.2</b>
EMPAQUETADO Y ETIQUETADO	64	6.6	30.8
OTRAS MEJORAS PRODUCTIVAS	4	.4	1.9
	-----	-----	-----
Total respuestas	969	100.0	465.9

6 casos omisos; 208 casos válidos

## X. EFECTOS ORGANIZACIONALES

### A. Participación y satisfacción con la organización

#### 1) Tipos de participación

Se encontró 47 entrevistados que dijeron no participar en una empresa u asociación formada por el proyecto. Los sí participantes, 167, se describieron como líderes o participantes activos, (52.7%) ó poco activos (47:3%).

Tabla 3.51

#### LÍDER O PARTICIPANTE MUY ACTIVO-A

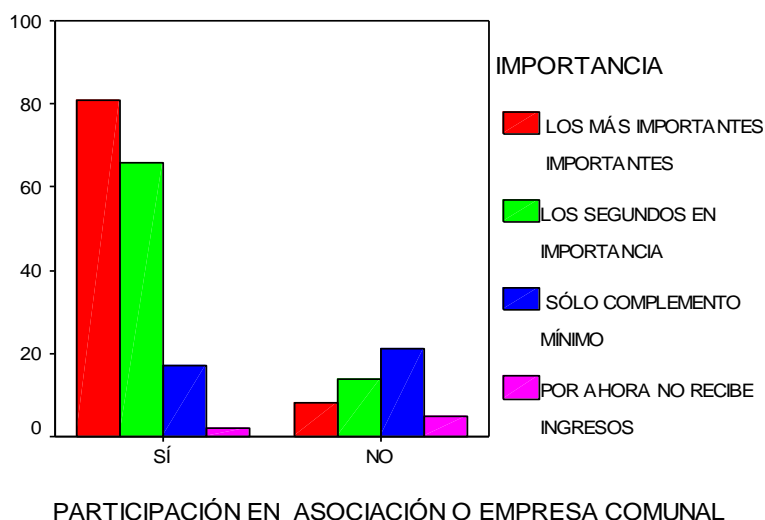
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válidos	SÍ	88	41.1	52.7
	NO	79	36.9	47.3
	Total	167	78.0	100.0
Omisos	NO ES SOCIA-O	47	22.0	
Total		214	100.0	

Casi la totalidad de los que se consideran parte de una asociación o empresa de artesanía están satisfechos de participar en ellas.

#### 2) Beneficios de la participación

Gráfico N° 3.10

IMPORTANCIA INGRESOS POR ACT. TEXTIL  
-SEGÚN PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIÓN COMUNAL



Si bien la diferencia de los ingresos promedio entre los participantes y no participantes no llega a tener significancia estadística (remitirse al acápite V.B.2 de esta parte del documento), en el siguiente gráfico se puede apreciar el orden inverso de la importancia de los ingresos por la actividad textil para participantes y no participantes. Para los participantes, el soporte a la economía familiar a través del Proyecto, ha sido de mayor relevancia.

### 3) Razones de la no participaron

Las razones por las que algunas personas refirieron no ser socias varían. Las predominantes son las siguientes:

- Insatisfacción con la directiva de la asociación. En la comunidad donde más se encontró este tipo de referencia ha sido en La Collpa. Algunos artesanos refirieron que la familia del presidente, en cuya vivienda está ubicado el taller, tiene prerrogativas respecto al uso de recursos y distribución de beneficios, dejando de lado a varios miembros de la comunidad.
- Algunas personas dejaron productos que se extraviaron y no han sido retribuidas.
- Algunas personas deben material o dinero a los fondos rotatorios de las asociaciones y no se acercan por no poder o no querer reponer su deuda.
- Algunas personas dejaron la actividad por presentárseles otros compromisos laborales o familiares (embarazo, viajes del esposo, etc.).
- Algunas personas se indispusieron con algunos instructores, porque no fueron cumplidos, ni llegaban a tiempo a las reuniones previstas, “nos hacían perder mucho tiempo”, y por razones de tipo personal, -“preferencias”, “conducta impropia”, u otras.
- Algunas personas no tuvieron un real interés por las materias de capacitación.

### B. Servicios vigentes

En la siguiente tabla se aprecia cuáles son los servicios que los entrevistados consideran que reciben de sus asociaciones o empresas comunales, y de alguna manera, son los que ellos consideran los más importantes. Definitivamente, los que aseguran la viabilidad inmediata de la actividad, son los más relevantes para los asociados.

**Tabla 3.52**

SERVICIOS QUE RECIBE DE SU ASOCIACIÓN RESPUESTA MÚLTIPLE			
SERVICIOS	Número	Pct.de Respuestas	Pct.de Casos
SERVICIOS DE CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA	39	13.7	23.4
SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN	25	8.8	15.0
CANALIZACIÓN DE PEDIDOS Y ORG. DE PRODUCCIÓN	67	23.5	40.1
CRÉDITOS EN MATERIA PRIMA U OTROS	100	35.1	59.9
HERRAMIENTAS E INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA	42	14.7	25.1
SERVICIOS PARA PARTICIPACIÓN EN FERIAS	11	3.9	6.6
OTROS SERVICIOS	1	.4	.6
	-----	-----	-----
Total respuestas	285	100.0	170.7

47 casos omisos; 167 casos válidos

## **C. Perspectivas de sostenibilidad**

Con base en las visitas y en las entrevistas a profundidad que se hicieron durante las mismas, se pudo observar situaciones y recoger testimonios sobre factores favorables y desfavorables - de índole interna - para la sostenibilidad de la propuesta.

### **1) Factores favorables**

- Se cuenta con una base de personas y familias, capacitadas y con capacidad de agruparse para responder pedidos de cierta envergadura.
- Existen líderes que pueden relacionarse dinámicamente con el mercado y conseguir pedidos o llevar productos a ferias de ámbitos regionales, nacional e internacional. Esto se evidencia más en las comunidades de Chota, donde dos líderes resaltan por su relacionamiento comercial, preocupándose de que los-as artesanos-as de las diferentes comunidades participen en las diferentes oportunidades que se presentan. En Curahuasi, el artesano que fue instructor del Proyecto, se ha asociado con un empresario-artesano de Andahuaylas y espera seguir organizando la producción de las comunidades con los pedidos que puedan lograr.
- Muchos artesanos tienen puntos de venta propios o de terceros y relaciones ya establecidas con clientes que siguen contactando directamente.
- Existen líderes capaces de organizar la producción y promover los controles de calidad, registros de producción y ventas. Esto es más notorio en el caso de San Miguel de Pallaques, donde la presencia de líderes con elevado nivel de instrucción y conocimiento del medio favorecen la continuidad de este tipo de prácticas.
- En algunos casos se ha encontrado estabilidad para el local comunal - y la infraestructura del taller – gracias al soporte institucional de las autoridades locales, por ejemplo, en San Miguel de Pallaques.
- Se está capacitando a nuevos integrantes en los talleres comunales, generalmente a familiares o allegados que colaboran con el trabajo de los-as nuevos-as instructores-as espontáneos-as.
- En algunos casos, algunas asociaciones continuaban recibiendo algún apoyo institucional para pedidos y comercialización. Se constató durante las visitas que Granja Porcón y La Collpa, contaban con el apoyo del FONDOEMPLEO y AID TO ARTISANS para la elaboración de una muestra para la exportación. FONDOEMPLEO tiene comprometido su apoyo a líderes de Cajamarca específicamente en áreas de comercialización durante el año 2003.

## 2) Factores desfavorables

- No se cuenta con locales propios, estables y con las condiciones adecuadas para los talleres comunales, que son los espacios acondicionados para el trabajo en grupo y la capacitación. En varios casos se encontró problemas para la continuidad del taller. En Curahuasi, la autoridad edil venía poniendo restricciones en el uso del espacio que actualmente se viene ocupando y se esperaba un futuro desalojo. En Choc-hua, los artesanos no podían asistir al taller, en un local de la comunidad, porque estaba siendo temporalmente utilizado como depósito de yeso. En Atoctambo, no se puede hacer cambios para mejorar la iluminación del local, por ser prestado. En La Collpa el taller en la vivienda de una familia extendida, promueve que sus miembros hagan uso de los bienes del proyecto de manera unilateral.
- En algunos talleres, la capacidad instalada se viene usando de manera mínima desde que ha culminado el proyecto. Esto en parte porque los pedidos mayores conseguidos con el Proyecto se culminaron en setiembre u octubre de 2002 y, en parte porque espontáneamente los artesanos prefieren trabajar en su casa y sólo acudir al taller para las capacitaciones y la organización de planes de negocios. Además no parece haber suficiente costumbre o capacidad para el uso de algunas de las maquinarias aportadas por el Proyecto.

“En Cañafisto sólo hacemos puras bolsas a cintura, los telares sólo los usamos cuando hay pedidos... en el último año sólo hubo un pedido de seis alfombras”. En Yurac-Yacu se pudo observar que la urdidora semi-industrial está sin uso, cinco de los telares a pedal en el local comunal están sin uso. “Algunas han comprado sus telares, otros son de la asociación, pero están sin uso”. En Curahuasi, la urdidora semi-industrial se encuentra arrumada en un patio interno del local donde está ubicado el taller, en esa localidad, se ha optado por vender todos los telares por ser de mucha demanda por parte de los artesanos. “No usamos la urdidora porque muy pocos saben usar”.

- En casi todas las comunidades, salvo pocas excepciones, la práctica de registro de ventas y producción dejó de practicarse desde que culminó el Proyecto.
- Algunas personas sólo recibieron capacitación del Proyecto en última etapa, por la demora de la llegada de los telares y las urdidoras- por ejemplo en Curahuasi-, lo cual hace que sientan que lo recibido fue insuficiente. A esto se une la demanda de los nuevos participantes, que esperarían tener oportunidades de capacitación y asistencia técnica por parte de profesores especializados.

## XI. EFECTOS EN LA PERSONA

En la siguiente tabla se aprecia las respuestas más comunes sobre impactos en la vida personal de los artesanas-os gracias a su participación en el Proyecto. La mayor parte de los entrevistados-as precia por sobre todo la perspectiva de tener un futuro laboral.

**Tabla 3.53**

MEJORAS PERSONALES POR PARTICIPACIÓN RESPUESTA MÚLTIPLE			
RAZONES	Número	Pct. de Respuestas	Pct.de Casos
SE SIENTE CON UN FUTURO LABORAL PROMISORIO	112	36.5	54.4
MAYOR SEGURIDAD PERSONAL	78	25.4	37.9
RECONOCIMIENTO DE SUS VECINOS Y FAMILIARES	17	5.5	8.3
OPORTUNIDAD DE CONOCER OTROS ÁMBITOS	15	4.9	7.3
OTRAS RAZONES	85	27.7	41.3
	-----	-----	-----
Total respuestas	307	100.0	149.0

8 casos omisos; 206 casos válidos

Gracias a los testimonios también se conoce que el Proyecto ha permitido valorar más a las mujeres en sus comunidades. En Curahuasi la mujer ha sido integrada en la actividad artesanal de la que en varios hogares era excluida. En San Miguel, se ha integrado a las mujeres que estaban aisladas en sus comunidades. En Cajamarca, los esposos y hermanos de artesanas se han plegado por primera vez a la actividad, convirtiéndola en la actividad principal de la familia y dándole una mayor importancia en la vida comunal.

Oscar Oblitas de Cuyumalca, tiene tradición de liderazgo en su familia. Su padre fue uno de los fundadores de las rondas de Chota. Cuando hubo un concurso de artesanía del INC animó a su señora para presentarse. La señora ganó el primer puesto en Chota y recibió como premio un telar a pedal. Luego Oscar ha aprendido el oficio, y es uno de los líderes más activos en la zona.

La hermana de Mariano Herrera se dedicaba a producir alforjas en Atoctambo; otro hermano se dedicaba a la venta de las alforjas en ferias regionales, pero se accidentó y quedó inválido. La hermana se quedó sin mercado y encontró una oportunidad con el nuevo proyecto. Mariano trabajaba en Lima, en una cadena de supermercados, pero regresó para ayudar. Aprendió el oficio, en el último año del Proyecto y pusieron una tienda en Chota donde venden artesanía. Mariano también se ha convertido en uno de los líderes más dinámicos para la organización del trabajo y la comercialización de los productos.

Para algunas líderes como Lorena Medina, pedagoga de profesión, la tradición familiar en el impulso a la artesanía local se repite con ella y adquiere nuevo realce gracias al Proyecto. La abuela de Lorena, doña Zulema Villaty Cubas – en la foto de abajo- aprendió a usar la callhua de su madre y abuela, integrando los hilos importados y nuevos diseños en la labor. Ellas mandaban “paños de leche” al Ecuador, con los acabados amarrados con uña. Los paños tenían lemas también amarrados a uña:

“Águila del Valle Andino, que partes al Ecuador  
en tu picos vas llevando el paño Sanmiguelano”

También solía asistir a la feria de la Mujer Campesina y ganó más de un concurso, con sus cubrecamas. A las mujeres de las comunidades las hacía venir a su casa, ella y sus hijas urdían y las comuneras sólo tejían.

Con el Proyecto, Lorena se desplazó a las comunidades y renovó la antigua relación de su abuela, dentro de un marco más institucionalizado.



## 4. IMPLICANCIAS DEL ESTUDIO DE IMPACTO

### I. CONCLUSIONES GENERALES

Los resultados del estudio permiten afirmar que se han cumplido las hipótesis sobre los cambios en las unidades de análisis: el artesano ó la artesana entrevistado-a; los negocios familiares, los hogares en sí y, las asociaciones de los artesanos.

#### A. Han habido cambios significativos en los negocios textiles familiares, en los diferentes aspectos evaluados según la encuesta;

##### i) En el empleo

- Ha habido un incremento de 124 nuevos artesanos involucrados en la actividad familiar, - potencialmente nuevos empleos-. Se pasó de 1.64 a 2.22 personas por familia en promedio, siendo la diferencia de medias altamente significativa.
- Alrededor de 15 por ciento de las-os artesanas-os y/o sus familias se iniciaron en la actividad, o la orientaron a fines comerciales con el Proyecto. El resto de los entrevistados sí tenía actividad textil comercial antes del Proyecto, (181 familias).
- Variaciones en tiempo de dedicación a la actividad textil familiar, entre los que trabajaban antes y también ahora, 1,956.54 (antes) vs. 2,551.23 (ahora), siendo la diferencia muy significativa.
- El número de eventuales se ha más que duplicado para la muestra, aún cuando la presencia de eventuales considerando el conjunto de empresas es poco significativa (sólo se llega a .69 en promedio por empresa).
- En promedio las-os artesanos y sus familiares están recibiendo una ganancia de S/. 0.42 por hora y de S/3.79 por día por su actividad textil. Estos resultados revelan la aún baja relevancia de las remuneraciones para la labor artesanal, por un lado, y/o por otro, la eventualidad de los ingresos, que se concentran en determinados meses del año, perdiendo peso cuando se dispersan en un lapso anual.
- No se cuenta, por otro lado, con datos de línea de base que permitan hacer comparaciones numéricas para verificar los cambios. La opinión de gran parte de los entrevistados –cerca de 75 por ciento- es que sus ganancias por la actividad textil sí han mejorado- bastante o por lo menos un poco-.



## **ii) En el equipamiento del negocio:**

- El telar a cintura ha sido y sigue siendo el instrumento más popular, 62 de los-as entrevistado-as tienen telares a pedal, 179 telares a cintura y, 83 tienen máquinas de coser.
- Los telares a pedal en los hogares se han incrementado durante la vida del Proyecto, ya sea por que en algunos casos los artesanos han comprado los telares del taller comunal, o por que han hecho sus propias réplicas de los telares que el Proyecto proporcionó.

## **iii) Cambios en la producción y productividad**

- Por influencia del Proyecto, se han producido cambios importantes no solamente en la tecnología, que puede permitir mayor rapidez en la producción, sino también cambios en el tipo de productos. Muchos artesanos no hacen ahora lo mismo que antes, otros conservan parte de su producción tradicional y han incorporado nuevos productos, adaptados a los nuevos mercados que el Proyecto les ayudó a detectar.
- Los productos que producen más son: en primer lugar, las bolsas, en segundo, los chales, en tercer lugar los cojines, seguido por las mantas, entre una serie de productos. Vemos que un grupo relevante de artesanos sigue produciendo alforjas, fajas y bayetas, productos tradicionales dirigidos al mercado local.
- Se ha constatado un aumento de productividad de 19.8 por ciento para el producto de mayor salida y, de 16.9 y 15.7 por ciento para el segundo y tercer producto de mayor salida, respectivamente, considerando el ahorro de tiempo empleado.

## **iv) Ventas**

- Según la información recopilada de fuente directa, en los últimos meses se han efectuado ventas totales por S/. 299,542.10 en los negocios textiles familiares, incluyendo ingresos por venta de productos, mano de obra y otros servicios (teñido, venta de insumos, comercialización para terceros, etc.).
- En la distribución de ingresos por ventas según rangos, como era de esperar, un grupo más amplio tiene ventas bastante precarias (menos de S/. 500 al año). Sin embargo un porcentaje que supera el quinto de los encuestados tiene ventas por más de S/.2,000.00 anuales.
- No se cuenta con datos de línea de base para establecer comparaciones, pero según opiniones de los entrevistados, por lo menos en 72.9 por ciento ha conseguido mejoras en las ventas de sus negocios textiles después de la ejecución del Proyecto.

- Se observa mayores ventas promedio en la sub-muestra de los que sí pertenecen a una asociación de artesanos. Sin embargo las diferencias no son estadísticamente significativas.
- Hay diferencias de ingresos -de relativa significancia- según localidades de residencia, lo cual demuestra que aún hoy en día los mercados locales son los que determinan predominantemente los ingresos de los artesanos, y esto tiene que ver con los precios de los jornales en cada localidad. En Chota la proporción de participantes con rangos de venta inferiores es mayor. En San Miguel por el contrario, se concentran los casos en rangos sobre los S/.1,000.00 hasta los S/. 5,000 anuales. En Cajamarca hay una mayor proporción de casos con ingresos de S/.2,001.00 a 5,000.

#### **v) Ganancias**

- El valor de las ganancias anuales de las familias, es en promedio S/. 1,092.44, lo que equivale a ganancias mensuales de S/. 91.04

#### **vi) Calidad de los productos**

- Encontramos variaciones entre las materias primas que usan actualmente los entrevistados y las que usaban anteriormente. Ha aumentado el porcentaje de casos que utilizan lana de oveja y pelo de camélidos. También se ha incrementado el uso de algodón mercerizado, quedándose estable el uso de acrílicos.
- Actualmente hay más teñido artificial, y mayor versatilidad en el teñido, (uso de diferentes técnicas e insumos). También se observa que hay mayor porcentaje de casos que compran actualmente el hilo teñido que antes, seguramente por el peso de las encuestadas que utilizan principalmente hilo mercerizado y lana de alpaca que ya vienen teñidos de fábrica. En las visitas a todas las otras comunidades, se pudo constatar que por lo menos había en cada una de ellas una persona adiestrada en teñido, que proveía a los miembros de las asociaciones de la materia prima para los nuevos productos que promovió el Proyecto.
- Las principales razones percibidas por los-as propios-as artesanos-as para explicar la mejora en la calidad de sus productos son: mejoras en acabados, en tejido y en diseño, seguido por mejora en los materiales empleados y en los colores y técnicas de teñido empleadas.
- La interacción de las nuevas técnicas y diseños y la creatividad propia de los artesanos, viene permitiendo la producción de artesanía textil de belleza y calidad, como se puede apreciar en algunas imágenes presentadas en el documento.

### vii) Circuito comercial

- El mercado para los artesano-as ha variado marcadamente, de vecinos locales, comercios minoristas y ambulantes, principalmente a: diversos mercados –en ámbito nacional o internacional- a través de la asociación comunal, ferias locales y regionales, además de los comercios minoristas.
- Vemos que el segmento principal al que están dirigiendo sus productos–según capacidad adquisitiva- ha variado significativamente de principalmente “bajo”, antes del Proyecto, a principalmente “medio” actualmente.

## **B. Han habido cambios en los hogares**

### **i) Inversiones**

- Se ha constatado la realización de inversiones en capital familiar de S/. 2,501.87 en promedio en los últimos doce meses. Las mayores inversiones han sido en vivienda e infraestructura y en “otros rubros”, en los que prevalecen las inversiones en vestimenta, educación, y vivienda. Son 171 casos en los que ha habido algún tipo de inversión percibida como de mejora en la capitalización familiar. Sin pretender afirmar que todas las inversiones provienen de las ganancias por la actividad textil, los ingresos por dicha actividad han contribuido a orientar los recursos familiares en inversiones, sobre todo en construcción de vivienda y compra de artefactos.

## **C. Han habido cambios significativos en las capacidades, y autoestima personal de los-s artesanas;**

### **i) Efectos de la capacitación**

- La mayor parte considera que la capacitación y asistencia técnica les ha servido sobre todo para mejorar la calidad de sus productos y diversificar su producción.
- Los temas de mayor utilidad para la gestión y administración de sus negocios, en mayor medida han sido: control de calidad, registros de producción y ventas, determinación de costos y planes de producción.
- Consideran que los aspectos productivos que han sido mejorados gracias a la capacitación, son en mayor medida, los diseños y acabados.

### **ii) Efectos en la persona**

- Como impacto del Proyecto en sus vidas, la mayor parte de los entrevistados-as precia por sobre todo la perspectiva de tener un futuro laboral y en segundo lugar haber conseguido mayor seguridad personal.

- El Proyecto ha permitido valorar más a las mujeres en sus comunidades. En Curahuasi la mujer ha sido integrada en la actividad artesanal de la que en varios hogares era excluida. En San Miguel, se ha integrado institucionalmente a las mujeres que estaban aisladas en sus comunidades. En Cajamarca, los esposos y hermanos de artesanas se han plegado por primera vez a la actividad, convirtiéndola en la actividad principal de la familia y dándole una mayor importancia en la vida comunal.

**D. Hay satisfacción de los-las artesanos-as con los servicios de las asociaciones.**

- Se encontró 47 entrevistados que dijeron no participar en una empresa u asociación formada por el proyecto. Los sí participantes, 167, se describieron cómo líderes o participantes activos, (52.7%) ó poco activos (47:3%).
- Casi la totalidad de los que consideran ser parte de una asociación o empresa de artesanía están satisfechos de participar en ellas. Para los participantes, el soporte a la economía familiar a través del Proyecto, ha sido de mayor relevancia.
- Los servicios que los artesanos prefieren de sus asociaciones son los que aseguran la viabilidad inmediata de la actividad, tales como: i) canalización de pedidos y organización de la producción y, ii) créditos en materia prima u otros.

**II. IMPLICANCIAS INSTITUCIONALES Y RECOMENDACIONES**

**A. Implicancias institucionales**

**i) Por qué algunas personas dejaron de participar**

- Algunas personas denotaron insatisfacción con la directiva de la asociación de su localidad, que mostraba prerrogativas poco equitativas respecto al uso de recursos y distribución de los beneficios.
- Algunas personas dejaron productos que se extraviaron y no fueron retribuidas.
- Algunas personas deben material o dinero a los fondos rotatorios de las asociaciones y no se acercan por no poder o no querer reponer su deuda.
- Algunas personas dejaron la actividad por presentárseles otros compromisos laborales o familiares (embarazo, viajes del esposo, etc.).
- Algunas personas se indispusieron con algunos instructores, porque no fueron cumplidos, y por razones de tipo personal, falta de equidad, mal ejemplo, etc.
- Algunas personas no tuvieron un real interés por las materias de capacitación.
- También se encontró que los registros de participantes de la entidad ejecutora no fueron debidamente depurados.

## **ii) Situación interna para la sostenibilidad de la propuesta.**

### **a. Factores favorables**

- Se cuenta con una base de personas y familias, capacitadas y con capacidad de agruparse para responder pedidos de cierta envergadura.
- Existen líderes que pueden relacionarse dinámicamente con el mercado y conseguir pedidos o llevar productos a ferias de ámbitos regionales, nacional e internacional. Esto se evidencia más en algunas comunidades en Chota y Curahuasi.
- Muchos artesanos tienen puntos de venta propios o de terceros y relaciones ya establecidas con clientes que siguen contactando directamente.
- Existen líderes capaces de organizar la producción y promover los controles de calidad, registros de producción y ventas. El caso más notorio es San Miguel de Pallaques, donde la presencia de líderes con elevado nivel de instrucción y conocimiento del medio favorecen la continuidad de este tipo de prácticas.
- En algunos casos se ha encontrado estabilidad para el local comunal - y la infraestructura del taller – gracias al soporte institucional de las autoridades locales, por ejemplo, en San Miguel de Pallaques.
- Se está capacitando a nuevos integrantes en los talleres comunales, generalmente a familiares o allegados que colaboran con el trabajo de los-as nuevos-as instructores-as espontáneos-as.
- En algunos casos, algunas asociaciones continuaban recibiendo algún apoyo institucional para pedidos y comercialización. Granja Porcón y La Collpa, contaban con el apoyo FONDOEMPLEO y AID TO ARTISANS para la elaboración de una muestra para la exportación. FONDOEMPLEO tiene comprometido su apoyo a líderes de Cajamarca específicamente en áreas de comercialización durante el año 2003.

### **b. Factores desfavorables**

- Las asociaciones no cuentan con locales propios, estables y con las condiciones adecuadas para los talleres productivos, que son los espacios locales para el trabajo en grupo y la capacitación. En varios casos se encontró problemas para la continuidad del taller. En Curahuasi, la autoridad edil venía poniendo restricciones en el uso del espacio que actualmente se viene ocupando y se esperaba un futuro desalojo. En Choc-hua, los artesanos no podían asistir al taller, en un local de la comunidad, porque estaba siendo temporalmente utilizado como depósito de yeso. En Atoctambo, no se puede hacer cambios para mejorar la iluminación del local,

por ser este prestado. En La Collpa el taller en la vivienda de una familia extendida, promueve que sus miembros hagan uso de los bienes del proyecto de manera unilateral.

- En algunos talleres, la capacidad instalada se viene usando de manera mínima desde que ha culminado el proyecto. Esto en parte porque los pedidos mayores conseguidos con el Proyecto se culminaron en setiembre u octubre de 2002 y, en parte porque espontáneamente los artesanos prefieren trabajar en su casa y sólo acudir al taller para las capacitaciones y la organización de planes de negocios. Además no parece haber suficiente costumbre o capacidad para el uso de algunas de las maquinarias aportadas por el Proyecto.
- En casi todas las comunidades, salvo pocas excepciones, la práctica de registro de ventas y producción dejó de practicarse desde que culminó el Proyecto.
- Los fondos rotatorios de materia prima e insumos han disminuido debido a la insuficiente reposición.
- Algunas personas sólo recibieron capacitación del Proyecto en última etapa, por la demora de la llegada de los telares y las urdidoras- por ejemplo en Curahuasi-, lo cual hace que sientan que lo recibido fue insuficiente. A esto se une la demanda de los nuevos participantes, que esperarían tener oportunidades de capacitación y asistencia técnica por parte de profesores especializados.

## **B. Recomendaciones generales**

- i) FONDOEMPLEO deberá considerar los aspectos favorables y las dificultades que se presentaron en este proyecto para monitorear nuevas experiencias de promoción de la artesanía. Como principales aspectos favorables a replicarse: la orientación al mercado, la transferencia de capacidades y talentos, el énfasis en la mejora de la calidad. Deberá: evitarse demoras en la instalación de los talleres productivos, ubicarse locales con condiciones mínimas para el trabajo y la continuidad de las operaciones, seleccionarse idóneamente a los instructores y, neutralizarse a las familias que se pretendan apropiarse los recursos para sí mismas.
- ii) También podrá utilizarse los datos sobre la realidad artesanal acá identificada para calcular las metas y perspectivas en futuras intervenciones. Por ejemplo, en proyecciones de empleo, ingresos, capacidad productiva, etc. Deberá igualmente, considerarse aspectos relativos a

la idiosincrasia de las de las-os artesanos-as, por ejemplo, la preferencia por trabajar en su propia casa.

- iii) En relación a la continuidad del apoyo a la propuesta, es claro que la mayor parte de los artesanos de la muestra requieren aún de acciones promocionales para conseguir la sostenibilidad de su actividad. FONDOEMPLEO y SENATI deberían buscar la participación de otras entidades para asegurar la continuidad de la propuesta. En Cajamarca algunos proyectos especiales que operan en la región, como IFC-MY del Banco Mundial y otros que estén relacionados al turismo pueden favorecer esta perspectiva.
- iv) Deberá considerarse la difusión de los hallazgos acá presentados en un libro que sistematice las experiencias de los proyectos de artesanía auspiciados por FONDOEMPLEO. Una primera finalidad es hacer conocer al público interesado por la artesanía de los logros y calidad de los productos elaborados con tan pocos recursos materiales. Otra, hacer conocer las lecciones aprendidas de las experiencias para que nuevos proyectos de promoción tengan mejor asidero para su intervención. Entre los aspectos a difundir, sería de sumo interés que se describieran de manera pormenorizada las innovaciones técnicas, en las maquinarias e instrumentos que aportó el organismo ejecutor. También que se reflexionara sobre las dificultades para poder hacer una práctica sostenida de tales herramientas, hoy en día sub-utilizadas.

## **5. ANEXOS**

**A. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA: file: TdR**

**B. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LA ENCUESTA: file: Encuesta Proyecto SENATI**

**C. VERSIÓN ELECTRÓNICA DE LA LISTA DE VARIABLES: file: Lista de variables**