

# **Universidad del Pacífico Centro de Investigación**

**Proyecto: Posicionamiento en el Mercado Local e  
Internacional  
de Artesanía Producida por Mujeres Rurales en Puno**

## **Evaluación de Impacto**

Preparado a solicitud de FONDOEMPLEO por:  
Arlette Beltrán  
María de los Angeles Cárdenas

**Enero, 2007**

## Índice de contenidos

<b>Introducción</b> .....	3
<b>I. Antecedentes</b> .....	3
<b>II. Metodología de la Evaluación de Impacto</b> .....	5
Herramientas metodológicas .....	5
Metodología de evaluación de impacto seleccionada para el proyecto .....	7
Determinación de la muestra .....	9
Variables utilizadas para medir el impacto .....	12
Los instrumentos aplicados en la encuesta .....	13
El cuestionario y el manual del encuestador .....	13
<b>III. Resultados de la Línea de Base</b> .....	14
Capacitación de los encuestadores .....	14
Prueba Piloto .....	15
Resultados .....	15
Conclusiones de la Línea de Base .....	25
<b>IV. Estudio de Evaluación de Impacto</b> .....	26
A) Fuentes de información .....	26
Encuestas .....	26
B) Metodología .....	27
C) Resultados .....	28
1) Impacto del proyecto en los ingresos .....	29
2) Impacto sobre el bienestar familiar .....	32
3) Impacto sobre la situación de la mujer en la familia y la comunidad .....	34
<b>V. Problemas identificados</b> .....	36
<b>VI. Conclusiones finales</b> .....	37
<b>VII. Recomendaciones</b> .....	38
<b>Bibliografía</b> .....	40
<b>Anexo 1: Manual del Encuestador</b> .....	41
<b>Anexo 2: Encuesta de línea de base - Formatos</b> .....	54

## Índice de tablas y gráficos

Tabla 1: Tamaño de la muestra, según zona .....	12
Tabla 2: Organización del trabajo de campo .....	14
Tabla 3: Número de encuestas realizadas .....	16
Tabla 4: Número de miembros del hogar, según zona .....	17
Tabla 5: Parentesco de las beneficiarias con el jefe de hogar .....	17
Tabla 6: Edad de las beneficiarias, según zona .....	17
Tabla 7: Años de educación y máximo nivel educativo alcanzado por las beneficiarias, según zona .....	18
Tabla 8: Porcentaje de viviendas de las beneficiarias, según materiales predominantes en la construcción y zona .....	18
Tabla 9: Tipo de abastecimiento de servicios públicos y combustible, según tasa de incidencia y zona .....	19
Tabla 10: Actividad principal de la beneficiaria, según zona .....	19
Tabla 11: Actividad principal del jefe de hogar o pareja de la beneficiaria, .....	20

según zona .....	20
Tabla 12: Ingreso familiar mensual (Nuevos Soles), según zona .....	20
Tabla 13: Gasto familiar mensual (Nuevos Soles), según zona y tipo de gasto .....	20
Tabla 14: ¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?, según zona .....	21
Tabla 15: Opinión del esposo o hijos de la beneficiaria acerca de .....	21
su participación en el proyecto, según zona .....	21
Tabla 16: Encargada(o) de las labores del hogar o chacra cuando la beneficiaria se capacita o teje, según zona .....	22
Tabla 17: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, .....	23
según las mujeres beneficiarias .....	23
Tabla 18: Opinión de la beneficiaria sobre el proyecto .....	24
Tabla 19: Número de encuestas realizadas .....	27
Tabla 20: Ingresos promedios por beneficiaria y periodo, según zona y tipo de beneficiaria .....	29
Tabla 21: Ingreso promedio mensual recibido por el proyecto Mercomujer, Ingreso familiar promedio mensual, y promedio de la proporción de ingresos de Mercomujer sobre los ingresos familiares, según zona (beneficiarias nuevas, 2006) .....	30
Tabla 22: Número mensual promedio de pedidos por beneficiaria, según zona y tipo de beneficiaria .....	30
Gráfico 1: Ingreso promedio mensual por beneficiaria recibido por el trabajo realizado para el proyecto Mercomujer, según zona y tipo de beneficiaria .....	31
Gráfico 2: Número total de pedidos mensuales, según zona y tipo de beneficiaria ...	31
Tabla 23: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, .....	32
según las mujeres beneficiarias .....	32
Tabla 24: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, .....	32
según las mujeres beneficiarias .....	32
Tabla 25: ¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?, según zona1/, 2006 y Total 2005 .....	33
Tabla 26: ¿A qué dedica principalmente el ingreso que recibe por su trabajo en Mercomujer?, según zona, 2006 .....	33
Tabla 27: ¿Qué opina su esposo/hijos de su participación en el proyecto?, .....	34
según zona, 2006 .....	34
Tabla 28: Comentarios abiertos sobre el proyecto Mercomujer, según zona, 2006 ..	35

## **Introducción**

A solicitud del Fondo Nacional de Capacitación Laboral y de Promoción del Empleo (FONDOEMPLEO), se presenta la evaluación de impacto del proyecto "Posicionamiento en el mercado local e internacional de artesanía producida por mujeres rurales en Puno", ejecutado por la ONG Manuela Ramos.

El presente documento describe el trabajo de campo realizado por el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP) para recopilar la información necesaria, la metodología para procesarla y analizarla, así como los principales hallazgos encontrados con respecto a la situación inicial de las beneficiarias y aquella que muestran al finalizar el proyecto.

El documento se divide en siete capítulos. En el primero se resumen los objetivos esperados del proyecto, antes de realizarse éste. En el segundo capítulo se describe la metodología de la evaluación de impacto: las herramientas metodológicas disponibles, la metodología específica utilizada finalmente en este estudio, y los principales instrumentos usados en la recopilación de información. En el tercer capítulo se presenta el estudio de Línea de Base, así como sus más importantes resultados; asimismo, se proponen ciertas conclusiones relevantes a partir de dicha información. El cuarto capítulo corresponde a la parte más específica del estudio de Evaluación de Impacto; en éste se describen las fuentes de información, la metodología seguida, así como los resultados encontrados. En el quinto capítulo se analizan los principales problemas encontrados en el funcionamiento y organización del proyecto. Finalmente, en los capítulos sexto y séptimo se presentan las principales conclusiones y recomendaciones del estudio como un todo a partir de los hallazgos que se realizan en él.

### **I. Antecedentes**

Mercomujer es un proyecto–empresa del Movimiento Manuela Ramos (MMR) que ha cumplido, desde el año 2001, la función de centro de servicios de capacitación y comercialización para mujeres rurales que no han tenido la oportunidad de adquirir un perfil productivo, de tal forma que sean capaces de incursionar en actividades artesanales para la generación de ingresos.

Inicialmente, Mercomujer - Puno fue financiado con fondos de USAID, los que no fueron suficientes para lograr que el proyecto sea autosostenible. Por ello, se decidió presentar esta iniciativa al cuarto concurso de FONDOEMPLEO, quedando entre los doce ganadores, lo que hizo posible continuar con las labores que se venían llevando a cabo<sup>1</sup>.

El objetivo del proyecto ha sido “potenciar las capacidades productivas de las mujeres puneñas y reforzar y ampliar la comercialización; ampliar el manejo de información de mercado para los proyectos productivos y aplicar estrategias para el relacionamiento comercial local (puntos de venta) y externo”<sup>2</sup>.

Las metas específicas del proyecto en cuanto al número de beneficiarias se observan a continuación:

<b>Metas del Proyecto: número de beneficiarias</b>	
<b>I. CAPACITACIÓN</b>	
<b>Total de beneficiarias</b>	<b>850</b>
Formación	509
Mejoramiento del perfil productivo	341
<b>II. PRODUCCIÓN</b>	
<b>Total de beneficiarias</b>	<b>591</b>
Nuevas productoras	250
Productoras en consolidación	341

Fuente: MMR (2004).

Asimismo, se determinaron las siguientes metas respecto al impacto esperado:

<b>Indicadores</b>	<b>Propuesta</b>
<b>Ingresos:</b> Nuevos soles mensuales por mujer	S/. 80-S/. 100. Sin el proyecto no perciben ingresos monetarios, y si los tienen oscilan entre S/. 10 y S/. 30.

1 Según información de las responsables del proyecto en MMR, sin esta ayuda de Fondoempleo, el proyecto hubiera experimentado un gran retroceso, e incluso hubiera desaparecido en no más de un año.

<sup>2</sup> MMR (2004).

<b>Indicadores</b>	<b>Propuesta</b>
<b>Producción</b>	25% de incremento en ventas el 1er año, y 50% al finalizar el 2º año.
	15% de muestras y contra muestras aceptadas el 1er año y 30% al finalizar el 2º año.
<b>Promoción Comercial de la Producción</b>	12 distritos de Puno
	100% de las Organizaciones Sociales de Base (OSB) promueven la participación de las mujeres.

Fuente: MMR (2004); y Fondoempleo y Consultora Sara Pait (2004).

## II. Metodología de la Evaluación de Impacto

El objetivo del presente estudio es la evaluación del impacto del proyecto en la sostenibilidad de la producción y ventas de las mujeres involucradas, así como en indicadores de su bienestar (ingresos propios e incremento de autoestima). Para lograr este objetivo, se diseñó un cuestionario específico que se aplicó en dos rondas de encuestas a las beneficiarias, a fin de estimar, primeramente, la línea de base del proyecto, y en un segundo momento, la situación resultante de las mujeres luego de haber sido capacitadas y haber logrado producir y vender como parte de las actividades del proyecto.

### Herramientas metodológicas

Al evaluar el impacto de un proyecto, lo que se intenta medir es el efecto específico que éste ha causado sobre ciertas variables de interés que describen la situación de los beneficiarios. En este sentido, el impacto de un proyecto está dado por la siguiente diferencia:

$$\Delta_i = Y_{i1,t} - Y_{i0,t} ;$$

donde:  $Y_{i1,t}$  es la situación del beneficiario 'i' en el periodo "t" (final) luego de haber participado en el proyecto (escenario 1); e  
 $Y_{i0,t}$  es la situación del beneficiario 'i' en el periodo "t" (final) sin haber participado en el proyecto (escenario 0).

No obstante, en la práctica es imposible calcular dicho impacto, medido de esta manera, ya que una misma persona no puede simultáneamente participar y no participar en un proyecto. Esto es lo que se conoce como el “problema de la evaluación”<sup>3</sup>. Debido a ello, han surgido diversos métodos alternativos para aproximar  $Y_{i0,t}$  y lograr medir de la forma más precisa posible el impacto de un proyecto.

Básicamente, existen dos maneras de estimar  $Y_{i0,t}$ : a partir de  $Y_{i0,t-1}$  o de  $Y_{j0,t}$ ; donde  $Y_{i0,t-1}$  es la situación del beneficiario ‘i’ en el periodo “t-1” (inicial) antes de haber participado en el proyecto; e  $Y_{j0,t}$  es la situación del individuo ‘j’ (no beneficiario) en el periodo “t” (final) sin haber participado en el proyecto.

La elección entre ambas alternativas dependerá, entre otras cosas, de la información con la que se cuente al momento de realizar la evaluación de impacto. Por ejemplo, si no existe información sobre el periodo ‘t-1’ (la llamada ‘línea de base’) queda descartada la opción de utilizar  $Y_{i0,t-1}$  en la evaluación. Por otro lado, para usar  $Y_{j0,t}$  es necesario contar con información sobre los individuos ‘j’ (denominados “grupo de control”) y sobre los ‘i’, de tal forma que sea posible seleccionar a los ‘j’ más parecidos a los ‘i’.

En lo que se refiere a los grupos de control, la teoría presenta dos variantes de diseño de evaluación de impacto: experimental y cuasiexperimental. Un diseño experimental se da cuando, de una muestra de individuos igualmente calificados para ser parte del programa, y con deseos de participar en el mismo, se escoge al azar a los beneficiarios. Los individuos que logran participar o beneficiarios, son denominados grupo de tratamiento, mientras que los no participantes son el grupo de control. Estos grupos son definidos antes de la implementación del programa.

La ventaja más importante de este diseño es la robustez de los resultados dado que “al distribuir aleatoriamente la intervención entre los beneficiarios calificados, el proceso de asignación mismo crea grupos de tratamiento y de control comparables que son estadísticamente equivalentes entre sí, a condición de que las muestras sean de tamaño adecuado”<sup>4</sup>. Además, es ventajosa la simple interpretación de los resultados dado que, al ser el grupo de control y tratamiento estadísticamente comparables, el impacto del programa consiste en una sencilla resta entre el beneficio promedio de los participantes y el de los no participantes.

---

<sup>3</sup> Smith, Jeffrey (2000).

<sup>4</sup> Baker, Judy L. (2000).

Por otro lado, los diseños cuasi-experimentales son aquellos en los cuales existe un criterio intencional en la selección de beneficiarios, perdiéndose de esta manera la aleatoriedad, por lo que ya no es posible simplemente comparar los resultados obtenidos por estos últimos y quienes no participaron en el proyecto. Así, es necesario recurrir a otras técnicas metodológicas como las de pareo, comparaciones reflexivas, de diferencias en diferencias y de variables instrumentales.

En la siguiente sección se analiza la información que se tendrá disponible, con el fin de justificar la metodología elegida como la más adecuada para realizar la evaluación de impacto.

### **Metodología de evaluación de impacto seleccionada para el proyecto**

A pesar de las ventajas metodológicas de los diseños experimentales, en este caso su implementación no es posible, dado que desde un primer momento no se definió de manera aleatoria un grupo de control. El seleccionar aleatoriamente a los beneficiarios de una muestra de individuos igualmente calificados es políticamente difícil dado que todos tendrían las mismas necesidades de participar, por lo que a priori no sería correcto dejar de lado a ninguno. En esa misma línea, es posible que ciertos individuos del grupo de control, al ser rechazados en el programa bajo análisis, busquen la ayuda de un programa alternativo, por lo que la medición del impacto se vería distorsionada. Finalmente, este tipo de diseños toma tiempo y es demasiado costoso, sobre todo en el momento de recolectar la información<sup>5</sup>.

En este sentido, la metodología más adecuada para evaluar el proyecto que se analiza resulta ser la de diseño cuasi-experimental. Sin embargo, sus características dificultan la selección de un grupo de control, ya que el proceso de incorporación al proyecto implica que las mujeres se acerquen de manera voluntaria a los responsables, o que éstos vayan a las comunidades para motivarlas a participar. Todas las mujeres de la región están invitadas a ser parte del proyecto y, adicionalmente, no requieren cumplir con ninguna condición particular para ser admitidas como beneficiarias del mismo<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> El proyecto trabaja con OSB's ligadas previamente al proyecto de REPROSALUD (MMR/USAID). En un primer momento, las mujeres beneficiarias del proyecto de Mercomujer Puno tenían como condición el haber recibido capacitación de REPROSALUD, pero este requisito ha dejado de ser válido en la actualidad.



Incluso mujeres con escaso conocimiento previo en tejido y artesanía pueden participar y, en muy poco tiempo, estar capacitadas para realizar sus primeros trabajos.

De esta manera, nada asegura que mujeres de la región que podrían ser consideradas en un primer momento como grupo de control ingresen más adelante al proyecto<sup>7</sup>. Además, al igual que en el caso del diseño experimental, es posible que ciertos individuos del grupo de control, busquen la ayuda de un programa alternativo, por lo que los resultados se verían distorsionados.

Es así que la técnica cuasi-experimental de comparaciones reflexivas resulta ser la más adecuada. Esta metodología también es conocida como la técnica del “antes y después”, ya que se utiliza como grupo de comparación a los mismos participantes del programa pero antes de que hayan sido incorporados a él. Este tipo de metodología es aplicable en caso no se cuente con un grupo de comparación ni de control para construir el contrafactual debido a que toda la población es (potencialmente) beneficiaria. En este caso, el impacto del programa equivale al promedio de la diferencia del indicador de bienestar de cada beneficiario y su respectivo contrafactual, es decir, él mismo antes de recibir la ayuda del proyecto. Su principal desventaja es, al igual que en el caso del diseño experimental, la posibilidad de atribuir como impacto del programa un efecto que ha sido ocasionado por un cambio en el tiempo de alguna otra variable.

De manera formal, esta técnica permite aproximar el impacto del proyecto, es decir,  $Y_{i1,t} - Y_{i0,t}$ , a partir de la siguiente expresión:

$$Y_{i1,t} - Y_{i0,t} = ( Y_{i1,t} - Y_{i0,t-1} ) + ( Y_{i0,t-1} - Y_{i0,t} ) \quad (a)$$

pero utilizando  $Y_{i0,t-1}$ <sup>8</sup> para estimar  $Y_{i0,t}$ , si es que se asume que:

$$E( Y_{i0,t} - Y_{i0,t-1} ) = 0 \quad (b)$$

---

<sup>7</sup> Una posible solución para superar este obstáculo, sería obtener una muestra del grupo de control lo suficientemente grande como para compensar las “pérdidas” que se producirían si parte de los controles terminaran convirtiéndose en beneficiarias del programa. Sin embargo, los costos asociados con la obtención de una muestra de tal dimensión restringen la aplicación de dicha alternativa, debido a las restricciones presupuestarias de este proyecto.

<sup>8</sup> Situación del beneficiario ‘i’ en el periodo “t-1” (inicial) antes de haber participado en el proyecto. La segunda variable de estimación,  $Y_{j0,t}$  fue descartada debido a las dificultades para contar con información sobre los individuos ‘j’ (denominados “grupo de control”) necesaria para esta estimación.

es decir, que si el individuo no participa en el programa su situación no se altera entre ambos momentos en el tiempo. Entonces, el estimador de comparaciones reflexivas estaría dado, finalmente, por<sup>9</sup>:

$$\bar{Y}_{i,t} - \bar{Y}_{i,t-1} \quad (c)$$

donde “—” indica la media muestral en cada momento del tiempo.

En conclusión, si el segundo término de la derecha de (a),  $Y_{i,t} - Y_{i,t-1}$ , cumple con el supuesto representado por la ecuación (b) y, efectivamente, en promedio resulta ser cero, se puede estimar el impacto del proyecto, como la diferencia entre la media del bienestar de los participantes en el periodo “t-1”, antes de ingresar al proyecto, y la media de su bienestar en el periodo “t”, luego de haber participado en el mismo.

### **Determinación de la muestra**

En el proyecto se pueden diferenciar dos grupos de mujeres. Por un lado, existe un conjunto de mujeres beneficiarias desde su primera fase, cuando el proyecto era financiado por USAID. Por otro lado, existe un segundo grupo conformado por aquellas que recién ingresan al proyecto gracias al financiamiento concedido por Fondoempleo. En este sentido, el estudio debería evaluar los efectos del proyecto en ambos grupos ya que tienen características distintas al momento de iniciarse el apoyo de Fondoempleo: el primero ya tenía los conocimientos de artesanía adquiridos y percibía un ingreso económico complementario por estas labores, mientras que el segundo grupo no contaba con ninguna de estas ventajas.

No obstante, y dada la imposibilidad de conocer o estimar qué hubiera pasado con el primer grupo de mujeres si es que no se hubiera recibido la ayuda de Fondoempleo, asumiremos que sin esta última el proyecto hubiera dejado de operar. Así, el efecto final del proyecto sobre dicho grupo se estimará a través de las ventas netas totales que cada una de ellas haya logrado durante los dos años en que se llevó a cabo el proyecto, calculado a partir de la revisión de las planillas de pago que Manuela Ramos lleva periódicamente. En el caso del grupo de nuevas sí se aplicarán las encuestas que se explican a continuación.

---

<sup>9</sup> Heckman, James *et al* (1999).

Con el fin de determinar las condiciones para la aplicación de las encuestas que se utilizan en la recolección de la información (fechas más apropiadas, lugares de aplicación, grupos de beneficiarias a encuestar) se sostuvieron una serie de reuniones con las representantes de la ONG Manuela Ramos en Lima. Las reuniones también permitieron que las promotoras del proyecto Mercomujer en Puno nos brindaran información más detallada sobre el proceso de selección de las beneficiarias, la organización y puesta en marcha de las capacitaciones y, de ser el caso, las órdenes de producción. Como resultado de todo este proceso se decidió que el mejor -y más próximo- periodo para la ejecución de las encuestas vinculadas a la línea de base era el mes de agosto de 2005, principalmente por la oportunidad de convocar a un número suficiente de beneficiarias durante esa época. El mes de agosto resulta ser el más adecuado para captar beneficiarias (tanto en la zona aymara como en la zona quechua), debido a la ausencia de festividades y de actividades de agricultura que suelen desincentivar la participación de las mujeres en el proyecto. Específicamente, se seleccionó la semana del 7 al 13 de agosto para la recolección de la información. Por su parte, se decidió realizar la segunda ronda de encuestas, relacionada con la evaluación de impacto, un año después, cuando el aporte de FONDOEMPLEO haya llegado a su fin.

Para determinar el tamaño óptimo de la muestra, y lograr que ésta cumpla con dos condiciones básicas, ser relevante y representativa, se utilizó la siguiente fórmula (Vásquez et al. 2000: 37):

$$n = \frac{z^2 x P(1 - P)}{e^2}$$

en donde:

**z**, es el nivel de confianza requerido (expresado en términos de desviaciones estándar: 1, 2 ó 3).<sup>10</sup>

**P** es la proporción de la población con la característica estimada.

**e** es el error muestral deseado (2%, 3%, 5% o más).

**n** es el tamaño muestral.

En este caso consideramos que **z** toma el valor de 2, presentando un nivel de confianza estadístico de 95%. Luego, para asignar el valor a **P**, se plantea la siguiente

---

<sup>10</sup> El nivel de confianza de 90% toma el valor de 1 desviación estándar; el nivel de confianza de 95% toma el valor de 2 desviaciones estándar; y, finalmente, el nivel de confianza de 99.7% toma el valor de 3 desviaciones estándar.

pregunta: ¿Cuál es la probabilidad de que una beneficiaria del proyecto haya visto aumentado su bienestar?. Viendo las proyecciones realizadas en la propuesta, y centrándonos de nuevo sólo en las nuevas mujeres que se incorporan al programa, se observa que de un total de 509 que se piensa capacitar, se esperan lograr 250 nuevas productoras, es decir, un 49% de éxito, valor que se usará como aproximación para P. Finalmente, respecto al valor del error muestral deseado, se consideró uno igual a 10%.

Estos valores se reemplazan en la fórmula<sup>11</sup> y se obtiene un tamaño muestral de n igual a 100. Sin embargo, corrigiendo por el tamaño poblacional, es decir, las 509 mujeres nuevas que se capacitarán, se aplica la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra final (Gleen 1992:3):

$$\text{Tamaño de muestra final} = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

De esta forma, se obtiene que el tamaño de muestra para el grupo de beneficiarias consideradas es de 84 mujeres. Sin embargo, con el fin de prevenir problemas de no-respuesta y, especialmente, evitar que se pierdan observaciones por no encontrar a alguna beneficiaria entrevistada en la línea de base cuando se realice la segunda encuesta, se decidió entrevistar a un total de 100 mujeres.

Debido a que el proyecto Mercomujer se desarrolla simultáneamente en zonas aymaras y quechuas del departamento de Puno se consideró la necesidad de distribuir el tamaño muestral elegido de acuerdo con la proporción de beneficiarias en cada zona<sup>12</sup>, como se observa en la Tabla 1. Si bien, por restricción de recursos, la muestra no fue elegida para garantizar la representatividad de los resultados por zona, la división proporcional que se hace de la misma ha permitido usar la zona como uno de los niveles de comparación en el análisis. Con el fin de validar las conclusiones que se deriven de las comparaciones entre zonas, se han reportado los resultados de las pruebas estadísticas relevantes de diferencias de medias o proporciones cuando se consideró necesario.

---

11 Para mayor información sobre los valores asignados a los parámetros de la fórmula, ver Mateu, Pedro *et al.* (2004).

12 La diferenciación por zona es relevante también por motivos logísticos, ya que fue necesario contratar encuestadores bilingües quechua-castellano o aymara-castellano para cada una.

**Tabla 1: Tamaño de la muestra, según zona**

<b>Zona</b>	<b>Número de encuestas</b>
Quechua	51
Aymara	49
<b>Total</b>	<b>100</b>

### **Variables utilizadas para medir el impacto**

La medida más directa y fácil para determinar cambios en el bienestar de las mujeres gracias al proyecto es la variación en sus niveles de ingresos monetarios. Por ello, se establecerá cuánto es lo que ellas han recibido por sus artesanías en el total de procesos de producción en los que han participado entre agosto 2005 y setiembre 2006<sup>13</sup>. Con este propósito se recurrirá a preguntas directas sobre las principales fuentes de ingreso monetario que ellas tienen y, específicamente, aquella atribuible al proyecto. Esta información será cruzada con los registros de ventas y planillas de pago individual que mantiene el proyecto Mercomujer.

Una segunda medida de bienestar, y que se relaciona directamente con los objetivos planteados por el proyecto, es el efecto del mismo sobre la autoestima de las mujeres. Dado que resulta ser una variable bastante más complicada de cuantificar, se tratarán de recoger los cambios que se han producido en la misma a través de la capacidad de decisión de ellas dentro de la familia, con preguntas tipo: ¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?. Ello nos dará una idea de las modificaciones en la capacidad de decisión de estas mujeres dentro de su familia, que podrían ser atribuibles al hecho de haberse convertido en generadoras de fondos económicos para la misma, y de la seguridad que ello les da para expresar sus opiniones y deseos en las decisiones familiares. Cabe resaltar que, básicamente por falta de tiempo y recursos, no se propone realizar un análisis cualitativo, que sería el más apropiado para identificar la presencia y magnitud de este tipo de efectos. Sin embargo, con la finalidad de subsanar en algo esta carencia, la encuesta contendrá preguntas abiertas que permitirán establecer ciertas conclusiones sobre el impacto del proyecto en el empoderamiento de las beneficiarias en el hogar y en la comunidad.

---

<sup>13</sup> Como ya se mencionó previamente, en el caso de las mujeres que ya producían en el momento en que se inició la ayuda de Fondoempleo, se calculará el ingreso total que han recibido entre mayo 2004 y setiembre 2006 a partir de la información consignada en las planillas de pago.

## Los instrumentos aplicados en la encuesta

### El cuestionario y el manual del encuestador

La “encuesta de línea de base y evaluación de impacto” cuenta con 5 secciones, que se describen continuación<sup>14</sup>:

- i. **Sección 1:** En ésta se recoge información general sobre la beneficiaria y su familia (dirección, nombres, edad, relación de parentesco, educación).
- ii. **Sección 2:** Reúne información sobre las características de la vivienda (materiales de la construcción, acceso a servicios públicos).
- iii. **Sección 3:** Recoge información acerca de la actividad económica principal y secundaria de la beneficiaria y del jefe de hogar. Además, se pregunta a la beneficiaria si ha trabajado para Mercomujer y, si es así, cuánto produjo, cuánto se le pagó, etc. Por último, se investiga en qué medida cree la beneficiaria que el proyecto contribuye con el bienestar de su hogar.
- iv. **Sección 4:** Se indaga acerca de los gastos del hogar. Esta información se recoge a nivel desagregado (por rubros) y en total. Además, considerando que la mayoría de mujeres viven en zonas rurales, se pregunta tanto por el gasto monetario como por el valor del autoconsumo.
- v. **Sección 5:** Se recoge información, mediante preguntas abiertas, que permitan medir el impacto del proyecto sobre la autoestima de las mujeres beneficiarias. Por ejemplo, se pregunta quién toma las decisiones del gasto en el hogar, qué opinan los otros miembros del hogar de la participación de la mujer en el proyecto, etc. Además, se formula una pregunta general acerca de la propia opinión de la beneficiaria sobre su participación en el proyecto.

Este cuestionario es acompañado por un manual para el encuestador, en el que se detallan las particularidades de cada pregunta y se propone la manera más apropiada de formularlas en el momento de la encuesta.

---

<sup>14</sup> Para información más detallada, véanse la encuesta y el manual del encuestador en los anexos 1 y 2.

### III. Resultados de la Línea de Base

En esta sección se describen los procedimientos utilizados para recolectar la información de línea de base de las beneficiarias del proyecto, así como también se dan a conocer los resultados del trabajo de campo que hacen posible determinar la situación inicial de las mismas (la línea de base del proyecto). Posteriormente, dicha información se utilizará para compararla con la situación “final” de las beneficiarias. De tal comparación se inferirá el impacto del proyecto sobre distintos aspectos de la vida de las mujeres y su entorno.

#### **Capacitación de los encuestadores**

Luego de conocer la información acerca del proceso de convocatoria de beneficiarias y el número de encuestas necesarias, así como las fechas y zonas por encuestar, se diseñó el plan de trabajo, que se resume en la Tabla 2. Los distritos específicos se eligieron conjuntamente con las encargadas del proyecto en la ONG Manuela Ramos, tomando en cuenta que, debido a las restricciones de tiempo y recursos, lo más conveniente era concentrar las encuestas en dos distritos de cada zona (aymara y quechua). Los distritos seleccionados cumplían con la característica de contar con un número tal de mujeres que permitiera respetar el tamaño requerido de la muestra.

**Tabla 2: Organización del trabajo de campo**

<b>Actividad</b>	<b>Fecha</b>
Coordinación de detalles logísticos para la capacitación	7 de agosto
Capacitación de encuestadores	8 de agosto
Encuesta piloto en el distrito de Pilcuyo, análisis de resultados y propuesta de cambios a la encuesta final	9 de agosto
Adaptación del formulario de la encuesta, capacitación de encuestadores e impresión de la encuesta final	10 de agosto
Ejecución de encuesta en los distritos de Nicasio y Azángaro (zona quechua) y en Huancané (zona aymara)	11 de agosto
Ejecución de encuesta en los distritos de Santa Rosa de Llanaque (zona aymara) y Pucará (zona quechua)	12 de agosto

La convocatoria de los encuestadores se realizó en las semanas previas a aquella en que se aplicó la encuesta. Se logró comprometer a 30 encuestadores a asistir a la

capacitación para la ejecución de la encuesta de línea de base. Sin embargo, finalmente asistieron un total de 27: 14 quechua-hablantes y 13 aymara-hablantes. De los mismos se eligió un total de 19 para realizar la encuesta piloto en el distrito de Pilcuyo.

### ***Prueba Piloto***

La encuesta piloto se llevó a cabo el día 9 de agosto en el distrito aymara de Pilcuyo, en la provincia de El Collao.

Se realizaron 19 encuestas (una por cada encuestador). Los resultados sirvieron para validar las preguntas de la encuesta inicial, proponer cambios, y conocer el tiempo aproximado que tomaría cada beneficiaria en responder el cuestionario completo. Los cambios específicos que se introdujeron fueron los siguientes:

- En la sección 3 se desagregaron más las preguntas relacionadas al proyecto Mercomujer. Así, en la encuesta final se pregunta por el tiempo que demora elaborar cada pieza y el pago unitario que se recibe por ella dejando de lado la pregunta general que, en la versión original de la encuesta, indagaba sobre la producción global de cada proceso en el que participaba la mujer.
- La sección 4 fue en donde se hizo el mayor número de modificaciones. Básicamente, se redujo el nivel de desagregación de la pregunta de gastos, disminuyendo el número de rubros considerados. También se incorporó a la pregunta del gasto monetario mensual total promedio la del gasto equivalente por autoconsumo y programas sociales.
- Finalmente, en la sección 5, se añadió una pregunta sobre el uso que se le da al ingreso percibido por trabajar en Mercomujer así como una pregunta más general relacionada a la opinión de la beneficiaria acerca de su participación en el proyecto.

### ***Resultados***

Luego de efectuada la encuesta piloto y realizados los ajustes correspondientes en la encuesta y el manual del encuestador, se organizaron dos brigadas para la realización simultánea de las encuestas en las zonas aymara y quechua, los días 11 y 12 de agosto. Cada grupo de encuestadores contó con un supervisor, el que fue elegido entre ellos mismos, por su buen rendimiento al momento de realizar la encuesta piloto, así como por su disposición en tomar el liderazgo del grupo. La convocatoria que hizo la ONG Manuela Ramos a las mujeres beneficiarias se realizó específicamente con el



objetivo de que respondan a la encuesta; es decir, la encuesta no se realizó simultáneamente a un proceso de capacitación o de producción.

En total se efectuaron 116 encuestas (ver Tabla 3), número mayor a la muestra originalmente planteada, con el fin de permitir reemplazos en caso de error u omisión al momento de responder las preguntas<sup>15</sup>. Sin embargo, de estas 116 encuestas, las 12 efectuadas en el distrito de Azángaro y 5 de las realizadas en Huancané corresponden a beneficiarias antiguas (es decir, que ingresaron al proyecto antes de que Fondoempleo lo financiase)<sup>16</sup>, por lo que en total se cuenta con 99 encuestas válidas.

**Tabla 3: Número de encuestas realizadas**

<b>Distrito</b>	<b>Número de encuestas</b>
<b>Zona quechua:</b>	
Nicasio	35
Azángaro	12
Pucará	16
<b>Zona aymara:</b>	
Santa Rosa de Llanaque	26
Huancané	27
<b>Total</b>	<b>116</b>

El análisis de la información proporcionada por las beneficiarias nos permite conocer no sólo sus características individuales sino las de su entorno familiar. En promedio, los hogares considerados en la muestra cuentan con 4.8 miembros, observándose que casi la mitad de ellos trabaja, aunque sólo el 33% lo hace de manera remunerada.

Se observa también, que sólo el 14.1% de las beneficiarias son jefe del hogar (11.8% en la zona Quechua y 16.7% en la Aymara; ver Tabla 5).

---

<sup>15</sup> Cabe mencionar que las beneficiarias que accedieron responder la encuesta fueron retribuidas con un juego de palitos para tejer.

<sup>16</sup> Estos últimos cinco casos son de beneficiarias antiguas cuyo grupo de trabajo se cerró, por lo que se les trasladó al grupo nuevo de Huancané. Por otro lado, el caso de las mujeres de Azángaro se debió a un error en la información brindada para seleccionar a los distritos por encuestar (beneficiarias antiguas/nuevas).

**Tabla 4: Número de miembros del hogar, según zona**

Zona	Número de miembros del hogar*	Miembros del hogar que trabajan	Miembros del hogar que tienen un trabajo remunerado
Quechua	5.1	2.6	1.5
Aymara	4.5	2.5	1.7
<b>Total</b>	4.8	2.5	1.6

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

\* La diferencia de promedios entre zonas es estadísticamente significativa al 10%.

**Tabla 5: Parentesco de las beneficiarias con el jefe de hogar**

Zona	Jefe de hogar	Pareja del jefe de hogar	Otro	Total
Quechua	11.8%	72.5%	15.7%	100%
Aymara	16.7%	64.6%	18.8%	100%
<b>Total</b>	14.1%	68.7%	17.2%	100%

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Por otro lado, es interesante notar que la edad promedio de las beneficiarias es de 33 años, aunque la misma fluctúa en un rango bastante amplio: entre 20 y 60 años, con medianas de 35 y 30 años para las zonas quechua y aymara, respectivamente: las beneficiarias quechuas son en promedio mayores a las aymaras.

**Tabla 6: Edad de las beneficiarias, según zona**

Zona	Edad mínima	Edad máxima	Edad** (promedio)	Edad (mediana)
Quechua	20	59	35	35
Aymara	20	60	32	30
<b>Total</b>	20	60	33	32

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

\*\* La diferencia de promedios entre zonas es estadísticamente significativa al 5%.

En cuanto al nivel educativo de las beneficiarias, éstas tienen 9.7 años de educación en promedio, observándose que aproximadamente el 73% ha alcanzado al menos el nivel secundario (ver Tabla 7). Sin embargo, existen diferencias significativas en los niveles de educación dependiendo de la zona de residencia. Así, mientras que en los distritos quechuas la mayoría de beneficiarias (45.1%) ha conseguido como máximo nivel educativo el primario, en las zonas aymaras el máximo nivel alcanzado es el secundario (67.9%). Además, las beneficiarias aymaras tienen un mayor número promedio de años de educación.

**Tabla 7: Años de educación y máximo nivel educativo alcanzado por las beneficiarias, según zona**

Indicador de educación		Quechua	Aymara	Total
Años de educación***	Promedio	8.5	11.0	9.7
	Mediana	8.0	11.0	11.0
Nivel de educación*** (%)	Primaria	45.1%	8.3%	27.3%
	Secundaria	43.1%	66.7%	54.5%
	Superior no universitario	9.8%	20.8%	15.2%
	Universitario	2.0%	4.2%	3.0%
	Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

\*\*\* La diferencia de promedios entre zonas es estadísticamente significativa al 1%.

Con respecto a las viviendas, los mismos materiales predominan en las zonas aymara y quechua, aunque con distintas tasas de incidencia, como muestra la Tabla 8. Las paredes exteriores de las viviendas son, principalmente, de adobe o tapia, los pisos de tierra y los techos de planchas de calamina o materiales similares. Si bien el porcentaje de viviendas con paredes de adobe o tapia son semejantes, existen diferencias significativas en la preponderancia de los materiales de pisos y techos. Así, el segundo material más utilizado en pisos es el cemento pero 31.3% de las viviendas aymaras lo utilizan mientras sólo el 13.7% de viviendas quechuas cuenta con ese material.

**Tabla 8: Porcentaje de viviendas de las beneficiarias, según materiales predominantes en la construcción y zona**

Zona	Paredes:	Pisos:	Techos:
	Adobe o Tapia	Tierra***	Calamina, fibra o similares**
Quechua	94.1%	82.4%	58.8%
Aymara	91.7%	56.3%	81.3%
<b>Total</b>	<b>92.9%</b>	<b>69.7%</b>	<b>69.7%</b>

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

\*\*\* La diferencia de proporciones (donde la variable analizada equivale a 1 si el hogar tiene el material reportado en la Tabla 8, y 0 de otra manera) entre zonas es estadísticamente significativa al 1%.

\*\* La diferencia de proporciones entre zonas es estadísticamente significativa al 5%.

Con relación a los servicios públicos, la fuente principal de abastecimiento de agua es el pozo o el pilón, como puede observarse en la Tabla 9. Existen diferencias por zonas en la fuente de suministro de luz, ya que en las zonas quechuas ésta es la vela, con 52.9% de incidencia, mientras que las zonas aymaras cuentan mayoritariamente con electricidad (83.3%). En cuanto a la red sanitaria, no existen discrepancias por zona, siendo la letrina el tipo de baño predominante tanto en zonas quechuas como aymaras. Por último, el combustible utilizado para cocinar sí varía de acuerdo con la

zona: los hogares quechuas utilizan principalmente bosta (84.3%) mientras que los aymaras usan leña (42.6%).

**Tabla 9: Tipo de abastecimiento de servicios públicos y combustible, según tasa de incidencia y zona**

Abastecimiento de:	Quechua	Aymara	Total
Agua	Pozo (41.2%)	Pilon (43.8%)	Pozo (39.4%)
Luz***	Vela (52.9%)	Electricidad (83.3%)	Electricidad (60.6%)
Servicios Higiénicos	Letrina (58.8%)	Letrina (65.2%)	Letrina (61.9%)
Combustible***	Bosta (84.3%)	Leña (42.6%)	Bosta (57.1%)

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

\*\*\* La diferencia de promedios entre zonas es estadísticamente significativa al 1%.

En cuanto a las actividades económicas del hogar, en la Tabla 10 se observa que la actividad principal de las beneficiarias es la artesanía o tejido, mientras que en segundo lugar se encuentra la agricultura o ganadería que, en el caso de las zonas quechuas, tiene casi la misma importancia que el comercio. Con respecto al jefe de hogar o pareja de la beneficiaria (si esta es la jefe del hogar) la actividad principal es la agricultura, ganadería o pesca: el 43% de quienes reportaron alguna actividad trabaja en dichos sectores.

**Tabla 10: Actividad principal de la beneficiaria, según zona**

Actividad	Quechua		Aymara		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Artesanía / Tejido	22	43.1%	30	62.5%	52	52.5%
Agricultura o ganadería	12	23.5%	9	18.8%	21	21.2%
Comercio	11	21.6%	1	2.1%	12	12.1%
Otro	2	3.9%	4	8.3%	6	6.1%
No trabajan o no reportan actividad principal	4	7.8%	4	8.3%	8	8.1%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100.0%</b>	<b>48</b>	<b>100.0%</b>	<b>99</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

**Tabla 11: Actividad principal del jefe de hogar o pareja de la beneficiaria, según zona**

Actividad	Quechua		Aymara		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Agricultura, ganadería o pesca	18	35.3%	21	43.8%	39	39.8%
Cerámica/Tejido	6	11.8%	2	4.2%	8	8.2%
Comercio	4	7.8%	2	4.2%	6	6.1%
Docencia	4	7.8%	3	6.3%	7	7.1%
Construcción	6	11.8%	8	16.7%	14	14.3%
Empleado Público o del Ejército	2	3.9%	2	4.2%	4	4.1%
Otro	6	11.8%	5	10.4%	11	11.2%
No trabajan o no reportan actividad principal	5	9.8%	4	8.3%	9	9.2%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100.0%</b>	<b>47</b>	<b>97.9%</b>	<b>98</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Por otro lado, las Tablas 12 y 13 presentan información sobre los ingresos y gastos de las familias beneficiarias. En promedio, las familias quechuas y aymaras reciben ingresos de S/.314 y S/.330, respectivamente. Sin embargo, la mediana del ingreso está en el rango de 200-250 soles. Con respecto a los gastos de las familias beneficiarias por todo concepto (monetarios y autoconsumo), en promedio éstos se sitúan por debajo de los S/.315 en las zonas aymaras, y de S/.335 en las quechuas. La mediana del gasto es de S/.260 a nivel de ambas regiones.

**Tabla 12: Ingreso familiar mensual (Nuevos Soles), según zona**

Zona	Ingreso mínimo	Ingreso máximo	Ingreso (promedio)	Ingreso (mediana)	Desviación estándar
Quechua	20	950	313.9	200.0	261.2
Aymara	20	1400	330.0	250.0	262.4
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>1400</b>	<b>321.7</b>	<b>220.0</b>	<b>260.6</b>

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

**Tabla 13: Gasto familiar mensual (Nuevos Soles), según zona y tipo de gasto**

Zona	Gasto mínimo	Gasto máximo	Gasto (promedio)	Gasto (mediana)	Desviación estándar
<b>Gasto monetario:</b>					
Quechua	20	800	236.0	200.0	194.0
Aymara	25	800	239.4	190.0	180.3
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>800</b>	<b>237.7</b>	<b>200.0</b>	<b>186.5</b>
<b>Gasto por autoconsumo o programas sociales:</b>					
Quechua	0	800	98.5	70.0	114.2
Aymara	0	250	84.1	60.0	75.7
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>800</b>	<b>91.9</b>	<b>60.0</b>	<b>98.2</b>

<b>Gasto Total</b>					
Quechua	40	980	334.5	270.0	228.3
Aymara	45	1050	314.8	237.5	210.0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>1050</b>	<b>325.0</b>	<b>260.0</b>	<b>218.7</b>

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

En lo que se refiere a la sección de autoestima de la beneficiaria, sabemos que, según las encuestadas, en la mayoría de casos es ella sola o conjuntamente con su pareja quien decide en qué se gasta el dinero en su hogar, como se observa en la Tabla 14.

**Tabla 14: ¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?, según zona**

<b>Decide en qué se gasta</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Beneficiaria	35.3%	50.0%	42.4%
Ambos (beneficiaria y pareja)	47.1%	29.2%	38.4%
Padres u otros	11.8%	12.5%	12.1%
Esposo	5.9%	8.3%	7.1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	51	48	99

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Es interesante conocer la opinión de los esposos o hijos de las beneficiarias sobre su participación en el proyecto. Cabe recordar que la encuesta fue aplicada a la beneficiaria por lo que estas respuestas reflejan solamente su percepción. Como se observa en la Tabla 15, en más del 90% de los casos los familiares apoyan a las beneficiarias, ya sea por un motivo general no especificado, porque esperan que el proyecto genere ingresos adicionales o porque les permite aprender a tejer mejor, entre otras razones.

**Tabla 15: Opinión del esposo o hijos de la beneficiaria acerca de su participación en el proyecto, según zona**

<b>Opinión de esposo/hijos</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Apoya en general (no se reporta un motivo específico)	31.4%	54.2%	42.4%
Apoya porque pueden ganar algo de dinero	35.3%	18.8%	27.3%
Apoya porque les sirve para aprender	25.5%	20.8%	23.2%
Es una pérdida de tiempo	3.9%	6.3%	5.1%
No saben si resultará o no opinan	3.9%	0.0%	2.0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	51	48	99

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Entre las opiniones de los esposos e hijos que fueron reportadas por las mujeres encuestadas se encuentran:

*“Corre, anda, aprende y algo te ganarás”*

*“Si te gusta puedes participar y practica más. Algo puede haber”*

*“Mi hijo me dice que siga aprendiendo para que le ayude en sus estudios”*

*“A veces reniega porque dice no llevo nada a la casa. Solo quiero estar en el primer pedido para ver cómo me va”*

*“Mi esposo dice que pierdo tiempo porque no hay tejidos”*

*“Que está bien que trabaje y cuando haya pedidos ellos se comprometen a ayudar”*

*“Dicen que está bien y que trabaje siquiera para las frutas de los hijos”*

*“Es mejor que vayas porque ahí aprendes/ Me dice, por gusto pierdes el tiempo o cuando demoro también se molesta”*

Un aspecto relacionado con el apoyo familiar que reciben las beneficiarias para participar en el proyecto, es el referido a la ayuda que obtienen con sus labores domésticas cuando asisten a las capacitaciones de Mercomujer. Tal como señala la Tabla 16, en más del 85% de los casos sí reciben ayuda, la mayoría de las veces de la pareja, aunque los padres, hijos y otros parientes también colaboran. Sin embargo, sí existe un 12.1% de casos en que la beneficiaria no recibe ninguna ayuda.

**Tabla 16: Encargada(o) de las labores del hogar o chacra cuando la beneficiaria se capacita o teje, según zona**

<b>Encargado/a</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Esposo	54.9%	45.8%	50.5%
Padres	17.6%	18.8%	18.2%
Hijos	13.7%	10.4%	12.1%
Nadie	9.8%	14.6%	12.1%
Otros	3.9%	10.4%	7.1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	51	48	99

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Finalmente, con relación a la opinión de las beneficiarias sobre el proyecto, existen muchas respuestas que revelan no sólo lo que ellas consideran estar recibiendo a cambio de su asistencia, sino también sus expectativas futuras. A continuación se muestran algunos de los comentarios recibidos:

*“Aprendo mucho y pienso que me voy a superar.”*

*“Según lo pienso que sería bueno si tejemos algo y nos pagaran. Por eso vengo.”*

*“Está bien porque estoy aprendiendo a tejer bien y de esto pudiera ganar algún dinero para ayudar a mis hijos.”*

*“Pienso que debo esperar y ya habrá pedidos y me pagarán...y como yo no gano [dinero], estaría bien.”*

*“Siento que ya voy a trabajar y que con lo que nos paguen ya me [sic] puedo ayudar para mi familia y me siento más tranquila y contenta porque ya salgo de mi casa”*

*“Que siga adelante ya que es un trabajo para las mujeres, es un sustento diario y una ayuda para el hogar ya que tejen por necesidad y por aprender cosas nuevas. Que Mercomujer traiga más trabajo”.*

*“Espero de [sic] ganar dinero y apoyar a mis hijos y esposo y sentirme más contenta”.*

Existen divergencias en la valoración potencial que se hace en cada zona sobre el proyecto. En ese sentido, encontramos que más del 50% de beneficiarias quechuas encuentra que éste podrá contribuir sólo en forma regular con el bienestar de su hogar, mientras que la mayoría de mujeres aymaras (38.3%) opina que la contribución será significativa. Por otro lado, llama la atención que aproximadamente el 20% de beneficiarias considere que el proyecto no contribuirá en nada en mejorar la situación de su hogar, como se muestra en la Tabla 17.

**Tabla 17: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, según las mujeres beneficiarias**

<b>¿En qué medida el proyecto Mercomujer ha contribuido con el bienestar de su hogar?</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Nada	19.6%	18.8%	19.2%
Muy poco	2.0%	10.4%	6.1%
Poco	9.8%	12.5%	11.1%
Regular	52.9%	16.7%	35.4%
Bastante	11.8%	31.3%	21.2%
No responde	3.9%	10.4%	7.1%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
Número de observaciones	51	48	99

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

En la Tabla 18 se puede observar una clasificación de las opiniones de las beneficiarias sobre el proyecto. La mayoría considera que éste es bueno porque les permite capacitarse. Sin embargo, las opiniones nuevamente difieren de acuerdo con la zona. Así, si bien la capacitación es el aspecto más mencionado en los distritos quechuas, en los aymaras el comentario más frecuente es la necesidad de que hayan pedidos. Mientras tanto, en las zonas quechuas no se hacen solicitudes específicas en cuanto al aspecto económico, sino que sólo se manifiesta la esperanza de que el proyecto sea útil. De hecho, el 47.1% de encuestadas quechuas piensa que éste le



servirá como ayuda económica o para “superarse”, en comparación con un 27.1% en las zonas aymaras.

**Tabla 18: Opinión de la beneficiaria sobre el proyecto**

<b>Destino de ingresos</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Le sirve para capacitarse	43.1%	25.0%	34.3%
Le permitirá superarse	15.7%	16.7%	16.2%
Le ayudará a relacionarse mejor con otras personas, a "no tener miedo"	5.9%	12.5%	9.1%
Le servirá como ayuda económica	31.4%	10.4%	21.2%
Deben haber pedidos	0.0%	33.3%	16.2%
Otros	3.9%	2.1%	3.0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	51	48	99

Fuente: Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

Además, es importante resaltar que el estar a gusto con las capacitaciones no implica que no se le otorgue importancia al aspecto económico. Es decir, las categorías expuestas en la Tabla 18 no son excluyentes unas de otras, puesto que se basan en respuestas a una pregunta completamente abierta, y se ha registrado sólo lo primero que manifestaron las beneficiarias.

Otra respuesta relativamente frecuente, especialmente en zonas aymaras, es la que indica la importancia del proyecto como promotor de relaciones sociales entre las beneficiarias, y entre éstas y otras personas vinculadas con el proyecto: “Le ayuda a relacionarse mejor con otras personas, a "no tener miedo"”. En este sentido, uno de los comentarios recibidos fue:

*“[El proyecto] Está bien, sigan apoyando para que así las mujeres estemos ocupadas, porque no hay casi nada que hacer en la casa, y aprendamos algo.”*

Así, se observa que independientemente de los potenciales beneficios económicos que se reciban por participar en el proyecto, algunas beneficiarias esperan obtener utilidad de éste en cuanto permitirá que sus relaciones sociales mejoren. Las reuniones de capacitación o producción son también espacios de comunicación e intercambio de experiencias, que permiten a las mujeres compartir sus vivencias y distraerse. Estas cualidades se intensifican aún más considerando que en las zonas rurales las distancias entre viviendas son muy amplias y no existe transporte adecuado. Por supuesto, también podrían haber mujeres no interesadas en ese aspecto del proyecto, aunque entre las encuestadas sólo se encontró un comentario negativo al respecto: “Se pierde tiempo al venir a cada rato. En una sola reunión

*enseñen todo, o en dos días seguidos y no a cada rato como se hace: un día la manito, otro día el cuerpo, otro día el acabado. Igual, el proyecto está muy bien”.*

En resumen, queda claro que las beneficiarias tienen grandes expectativas con respecto al impacto que el proyecto pueda causar en sus vidas, no únicamente en el aspecto económico sino también en el social.

### **Conclusiones de la Línea de Base**

El análisis de la encuesta de línea de base nos ha permitido conocer diversas características de las beneficiarias y sus familias, relacionadas sobre todo a su nivel educativo, vivienda, niveles de gastos e ingresos, entre otros aspectos. Asimismo, la información recolectada ha revelado datos muy importantes acerca de las opiniones y reacciones individuales y familiares ante la participación de las beneficiarias en el proyecto. Para ello se utilizó, sobre todo, preguntas abiertas, ya que brindan información espontánea y profunda sobre los temas bajo estudio.

Además, el análisis ha sido significativamente enriquecido con la desagregación realizada por zona, quechua y aymara. Al respecto se debe recordar que, a pesar de que el muestreo no se realizó por zonas idiomáticas, se ha considerado ese nivel de análisis ya que el 50% de la muestra pertenece a comunidades quechua-hablantes y el otro 50% a las zonas aymara-hablantes; cuando se ha creído necesario, además, se han realizado pruebas de diferencias de medias. Así, es muy interesante notar que la situación en los distritos aymaras es mejor que en los quechuas para casi todas las variables bajo análisis. En este sentido, observamos que los hogares aymaras están compuestos por un menor número de miembros, y que sus viviendas tienen mejores servicios (por ejemplo, la iluminación es con electricidad en vez de con velas como en las zonas quechuas, se cocina con leña en vez de usar bosta, entre otras diferencias). Más aún, las beneficiarias tienen un mayor número de años de educación, y deciden en qué se gasta el dinero familiar en más casos que sus pares quechuas.

Con relación a los ingresos y gastos familiares, las diferencias encontradas por zonas no son estadísticamente significativas. En promedio, los ingresos son S/.322 mientras que los gastos totales ascienden a S/.325, de los cuales S/.92 corresponden a autoconsumo o programas sociales. Al respecto, es necesario resaltar que se debe tomar con cautela dichos datos, dada la dificultad de reportar gastos e ingresos y, sobre todo, de valorizar el autoconsumo.

Por último, en cuanto a las expectativas de las beneficiarias y sus familias sobre el proyecto, éstas no sólo se restringen al aspecto económico sino que en muchos casos se refieren también a mejorar la capacidad de las beneficiarias para relacionarse con terceras personas y a hacer posible que la familia se “supere” en general.

## **IV. Estudio de Evaluación de Impacto**

### ***A) Fuentes de información***

Para realizar la evaluación de impacto se han utilizado dos fuentes de información:

#### **Encuestas**

Se aplicó la misma encuesta de la Línea de Base en octubre de 2006 a las beneficiarias que habían respondido aquella primera vez<sup>17</sup>. Las fechas y zonas visitadas fueron:

- Distrito de Pucará (zona quechua), 12 de octubre
- Distrito de Huancané (zona aymara), 12 y 14 de octubre.
- Distrito de Nicasio (zona quechua), 13 de octubre.
- Distrito de Santa Rosa de Llanaque (zona aymara), 14 y 15 de octubre.

El procedimiento metodológico seguido para aplicar esta encuesta de cierre es muy similar al utilizado en su momento para la línea de base. Los instrumentos de recojo de información son también los mismos.

De acuerdo con el tamaño muestral determinado para la línea de base, el objetivo del trabajo de campo era recoger la información de al menos 84 de las 99 beneficiarias entrevistadas en la Línea de Base, pero finalmente sólo se logró entrevistar a 78 (ver Tabla 19) debido a la migración de varias de ellas o a los problemas enfrentados para ubicarlas (por su trabajo en el campo o la lejanía de sus viviendas).

---

<sup>17</sup> Recuérdese que esta encuesta fue aplicada solamente a las beneficiarias nuevas: las que recién entraban al proyecto al momento de realizarse la misma.

**Tabla 19: Número de encuestas realizadas**

	<b>Lugar</b>	<b>Línea de Base</b>	<b>Encuesta Final</b>
Quechua	Pucará	16	12
	Nicasio	35	24
Aymara	Huancané	22	21
	Santa Rosa de Llanaque	26	21
Total		99	78

### **Planillas de pago, informes y entrevistas a profundidad con las encargadas del proyecto en Manuela Ramos**

Adicionalmente a las encuestas, se contó con las planillas de pago de Manuela Ramos para los años 2004, 2005 y 2006<sup>18</sup> que proveen información sobre los montos recibidos por el total de beneficiarias (tanto nuevas como antiguas), las fechas de pago, y el trabajo por el que se les retribuyó monetariamente. Se tuvo acceso también a los informes cuantitativos de Manuela Ramos sobre el desempeño del proyecto, y se realizaron entrevistas a profundidad a las coordinadoras del proyecto al inicio y al final del proyecto..

### **B) Metodología**

La evaluación de impacto se ha concentrado en el análisis de tres aspectos:

#### **1) El impacto del proyecto en los ingresos**

La metodología ha sido la misma tanto para las beneficiarias nuevas como para las antiguas, ya que se utilizó la información provista por las planillas de pago de Mercomujer acerca del pago, número de pedidos y fechas de los mismos. Específicamente, se analizaron tres indicadores:

**a) las remuneraciones por el trabajo en el proyecto:** : se utiliza información del monto recibido por cada beneficiaria según el mes de pago, así, se puede conocer cuál es el impacto real del proyecto sobre sus ingresos.

**b) el número de pedidos que se recibieron:** el objetivo de este indicador es evaluar si el trabajo generado en el marco del proyecto ha sido significativo o, al contrario, se ha tratado más bien de una actividad de menor cuantía e importancia para la mujer.

---

<sup>18</sup> Enero a septiembre de 2006.

**c) la continuidad de la participación en el proyecto:** el objetivo de este indicador es saber si la beneficiaria ha realizado trabajos sostenidamente para el proyecto o si éstos han sido más bien eventuales. Para ello se analizará la información de los pedidos por meses, para saber si el trabajo generado por el proyecto es bastante volátil o sostenido en el tiempo.

## **2) El impacto sobre el bienestar familiar y sobre la situación de la mujer en la familia y la comunidad**

Este tipo de análisis sólo se ha podido realizar a partir de los resultados de las encuestas, razón por lo cual se concentra en las nuevas beneficiarias. Específicamente, se han destacado los elementos positivos y negativos que las beneficiarias identifican en su participación en el proyecto. Por lo mismo, se ha utilizado específicamente la pregunta 35 *“¿En qué medida el proyecto Mercomujer ha contribuido con el bienestar de su hogar?”*, que permite respuestas múltiples cerradas pero también incluye un comentario abierto. Asimismo, se usan todas las preguntas de la sección 5 (de la 46 a la 50), que recogen el comportamiento de la beneficiaria y su familia en el hogar y sus principales apreciaciones sobre el proyecto. Específicamente:

- La pregunta 46 *“¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?”* permite evaluar si ha habido algún cambio en cuanto a la forma en que se toman las decisiones monetarias en el hogar.
- La pregunta 47 *“¿Qué opinan su esposo/hijos de su participación en el proyecto...”* hace posible saber si la familia de la beneficiaria apoya o no su participación en el proyecto.
- La pregunta 49 *“¿A qué se dedica principalmente el ingreso que recibe por su trabajo en Mercomujer?”* brinda información importante sobre el destino del dinero generado por el proyecto.
- Finalmente, la pregunta 50 *“¿Qué opina usted de su participación en el proyecto?”*, permite recoger las diversas opiniones de las beneficiarias sobre el proyecto y así entender cuáles son los aspectos positivos y negativos que ellas han encontrado.

### **C) Resultados**

Los resultados se desagregarán por dos categorías principales: la antigüedad de la beneficiaria (nueva/antigua) y la zona de residencia (quechua/aymara).

## 1) Impacto del proyecto en los ingresos

Como se observa en la Tabla 20, los ingresos generados por el proyecto han sido bastante bajos considerando las metas iniciales del proyecto<sup>19</sup>, que planteaban producir entre S/.80 y S/.100 de ingresos mensuales adicionales por cada beneficiaria. De hecho, el ingreso promedio para cada una de ellas durante todo el periodo que duró el apoyo de FONDOEMPLEO (Mayo 2005 a Septiembre 2006) ha sido sólo de S/.86 y el ingreso agregado recibido por todas las beneficiarias fue de S/. 51,928.

**Tabla 20: Ingresos promedios por beneficiaria y periodo, según zona y tipo de beneficiaria**

Beneficiaria	Zona	Abr 2004 - Abr 2005	May 2005 - Sep 2006***	2004	2005	2006
Antigua	Quechua	133.8	96.8	124.3	96.0	36.9
Nueva	Quechua	0.0	25.7	0.0	13.0	16.5
Antigua	Aymara	99.3	125.9	91.6	107.7	53.2
Nueva	Aymara	0.0	64.7	0.0	39.6	31.6
Total		76.7	85.6	105.5	77.7	36.9

Fuente: Planillas de pago de Manuela Ramos

\*\*\*La diferencia de ingresos promedio es mayor a cero y significativa al 1% tanto entre la zonas aymara y quechua como entre beneficiarias antiguas y nuevas.

Asimismo, el ingreso promedio ha disminuido a lo largo del tiempo, y se observa también que las beneficiarias antiguas han recibido ingresos significativamente más altos que los obtenidos por las nuevas beneficiarias. Ello se puede deber a que las beneficiarias antiguas tienen más experiencia tejiendo y, por lo tanto, podrían ser más eficientes, pero también podría implicar que se tiende a beneficiar a quienes ya han participado antes en los procesos productivos dejando de lado a quienes tienen menos experiencia; esto podría suponer una especie de argolla entre las tejedoras, que también se refleja en algunas de las opiniones de las beneficiarias sobre el proyecto:

*“Yo pienso que [el proyecto] está muy bien, hemos aprendido pero no hay pedido y lo poco si viene son entregado a las socias que viven en lugares cercanos y como yo vivo lejos a veces ya no sé.”*

*“si esta bien hemos aprendido pero dan mas preferencia a los que avanzan en tejer y nos marginan a los que no avanzamos y debe ser igual. Tampoco hay muchos pedidos.”*

---

<sup>19</sup> Ver página 5.

En cuanto a la importancia de los ingresos recibidos por la producción para Mercomujer sobre el ingreso familiar mensual, la Tabla 21 muestra que es considerablemente baja. En promedio, las remuneraciones del proyecto representan sólo el 2.3% de los ingresos totales de las familias de las beneficiarias. En particular, se aprecia que la importancia monetaria de Mercomujer difiere significativamente entre las zonas quechua y aymara, con un efecto casi nulo para la primera.

**Tabla 21: Ingreso promedio mensual recibido por el proyecto Mercomujer, Ingreso familiar promedio mensual, y promedio de la proporción de ingresos de Mercomujer sobre los ingresos familiares, según zona (beneficiarias nuevas, 2006)**

Zona	Ingreso Mercomujer***	Ingreso familiar	Ingreso Mercomujer / Ingreso Familiar ***
Quechua	1.4	337.8	0.7%
Aymara	7.6	364.1	3.6%
Total	4.7	352.0	2.3%

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

\*\*\* La diferencia entre la zona quechua y aymara es menor que cero y significativo al 1%.

El número de pedidos promedio recibido por cada mujer es realmente pequeño debido a que hay quienes no reciben ningún pedido. Se observa una alta volatilidad, pero no existen patrones diferenciados entre las zonas quechua y aymara. Nuevamente las beneficiarias antiguas resultan más favorecidas que las nuevas, aunque las diferencias no son tan marcadas como en el caso de los ingresos. Una hipótesis detrás de ello es que quizá los pedidos más complejos, y por lo tanto con mayor remuneración, se asignan a las socias antiguas.

**Tabla 22: Número mensual promedio de pedidos por beneficiaria, según zona y tipo de beneficiaria**

Beneficiaria	Zona	2004								2005		
		Abr	May	Jun	Jul	Ago	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Abr
Antigua	Quechua	0.15	0.20	0.07	0.16	0.22	1.28	0.80	1.03	0.26	0.31	1.03
Antigua	Aymara	0.00	0.16	0.42	0.01	0.01	1.89	2.32	0.38	0.07	0.43	0.92

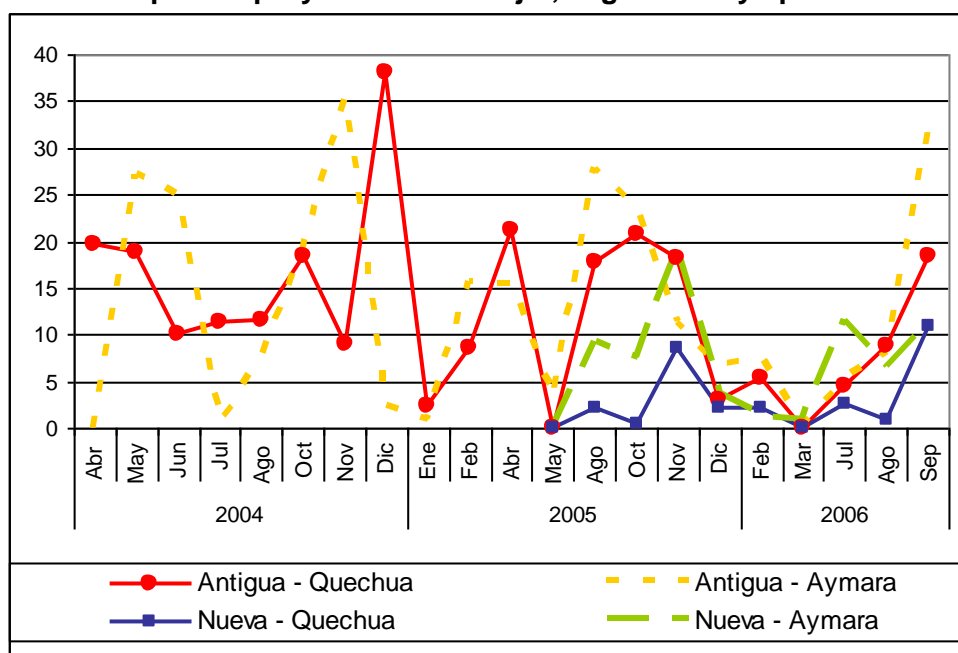
Beneficiaria	Zona	2005					2006				
		May	Ago	Oct	Nov	Dic	Feb	Mar	Jul	Ago	Sep
Antigua	Quechua	0.00	0.89	0.73	1.00	0.12	0.40	0.00	0.28	0.53	0.78
Nueva	Quechua	0.00	0.07	0.01	0.85	0.21	0.20	0.00	0.13	0.05	0.73
Antigua	Aymara	0.08	0.96	0.75	0.52	0.28	0.28	0.03	0.22	0.25	1.62
Nueva	Aymara	0.00	0.26	0.28	0.46	0.13	0.06	0.05	0.22	0.14	0.45

Fuente: Planillas de pago de Manuela Ramos

El trabajo remunerado de las beneficiarias es bastante volátil, y ello se observa tanto para el número total de pedidos de trabajo generados por el proyecto como en el

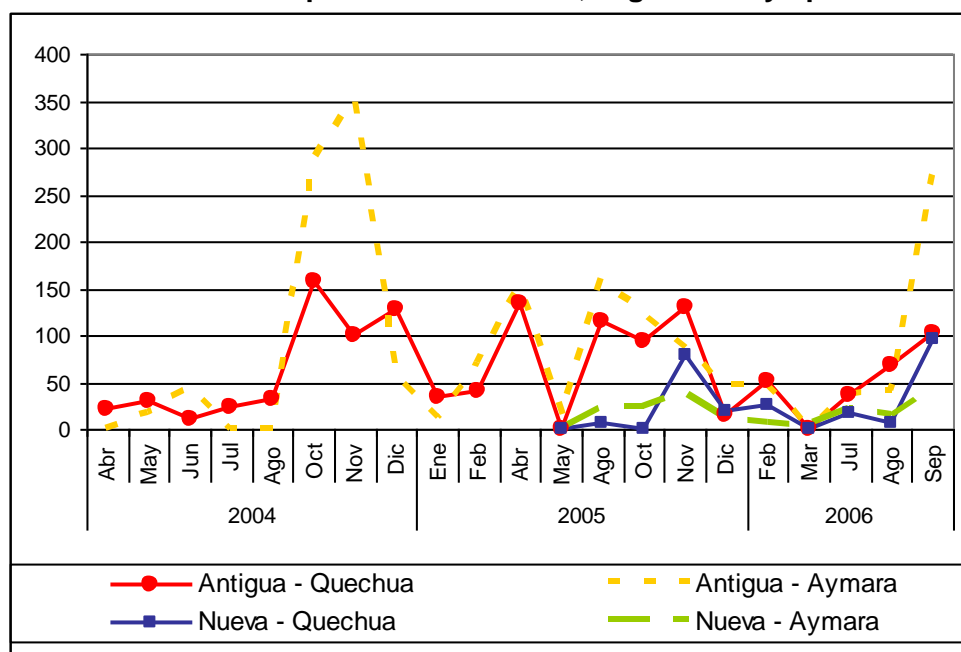
ingreso promedio recibido (ver Gráficos 1 y 2). El flujo de actividad bajó considerablemente durante el año 2006, aunque durante el último mes (septiembre 2006) se observa un nuevo pico que benefició sobre todo a las socias antiguas de las zonas aymaras.

**Gráfico 1: Ingreso promedio mensual por beneficiaria recibido por el trabajo realizado para el proyecto Mercomujer, según zona y tipo de beneficiaria**



Fuente: Planillas de pago de Manuela Ramos

**Gráfico 2: Número total de pedidos mensuales, según zona y tipo de beneficiaria**



Fuente: Planillas de pago de Manuela Ramos



## 2) Impacto sobre el bienestar familiar

Las respuestas a la pregunta de cuánto ha contribuido el proyecto Mercomujer al bienestar del hogar (pregunta 35a) son bastante similares en las zonas quechuas y aymaras. El 50% de las beneficiarias afirman que el impacto es “regular”, y el 26% encuentra que éste ha sido nulo, bajo o muy bajo. Una proporción equivalente (24%) afirma que la contribución es significativa.

**Tabla 23: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, según las mujeres beneficiarias**

<b>¿En qué medida el proyecto Mercomujer contribuido con el bienestar de su hogar?</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Nada	2.78%	2.38%	2.56%
Muy poco	5.56%	4.76%	5.13%
Poco	19.44%	16.67%	17.95%
Regular	44.44%	54.76%	50.00%
Bastante	27.78%	21.43%	24.36%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>
Número de observaciones	36	42	78

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

La regular contribución al bienestar del hogar que se le imputa al proyecto se debe principalmente al bajo número de pedidos que recibieron las mujeres (pregunta 35b): el 66.2% de las beneficiarias dan esa respuesta. Por su parte, otro 20% de las mujeres opina que el proyecto le sirve para apoyar al hogar y para aprender a tejer, mientras que el resto sugiere que haya más capacitaciones, se provean más materiales y les den más tiempo de trabajo.

**Tabla 24: Contribución del proyecto con el bienestar del hogar, según las mujeres beneficiarias**

<b>Comentarios sobre la contribución del proyecto al bienestar del hogar</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
No hay pedidos o son insuficientes	59.4%	72.7%	66.2%
Sirve para apoyar al hogar	15.6%	6.1%	10.8%
Aprendió a tejer	15.6%	3.0%	9.2%
Se necesita más capacitación	6.3%	6.1%	6.2%
Se necesita más materiales	3.1%	6.1%	4.6%
Se necesita más tiempo	0.0%	6.1%	3.1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	32	33	65

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

Por otro lado, cuando se analiza quién decide en qué se gasta el dinero del hogar (pregunta 46), no se encuentran mayores diferencias en la participación de la beneficiaria con respecto a lo que ocurría en el año 2005. Sí existe un incremento en el porcentaje de hogares en los que sólo el esposo de la beneficiaria toma dicha decisión, pero ese aumento se explica por la reducción en la importancia de las decisiones de otros familiares.

**Tabla 25: ¿Quién decide en qué se gasta el dinero en el hogar?, según zona1/, 2006 y Total 2005**

Encargado/a	Quechua 2006	Aymara 2006	Total 2006	Total 2005
Ambos	44.4%	29.3%	36.4%	38.4%
Beneficiaria	33.3%	46.3%	40.3%	42.4%
Esposo	13.9%	17.1%	15.6%	7.1%
Hermanos	2.8%	0.0%	1.3%	12.1%
Padres	5.6%	7.3%	6.5%	
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	36	41	77	99

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer, Encuesta de línea de base del proyecto Mercomujer.

1/ No es posible hacer un test de diferencia de medias entre zonas debido a que se trata de respuestas cualitativas.

En cuanto al destino del ingreso percibido por el trabajo en el proyecto, el 75% de las mujeres lo utiliza para gastos directos del hogar (alimento, vestido, etc); el 16% para cubrir otras necesidades (deudas, hijos, pasajes, etc.), y un 5% lo utiliza para adquirir material de trabajo. Cabe destacar que el 4% del total de encuestadas (todas en la zona quechua) manifestó jamás haber recibido ingresos por el proyecto pues no participaron en la producción de ningún pedido remunerado.

**Tabla 26: ¿A qué dedica principalmente el ingreso que recibe por su trabajo en Mercomujer?, según zona, 2006**

Destino del ingreso	Quechua	Aymara	Total
Alimentos	41.7%	60.0%	51.3%
Otros	22.2%	10.0%	15.8%
Gastos del hogar	11.1%	12.5%	11.8%
En la casa	5.6%	7.5%	6.6%
Lana, palitos de tejer	11.1%	0.0%	5.3%
Alimentos y vestido	0.0%	10.0%	5.3%
No recibió ingresos	8.3%	0.0%	3.9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	36	40	76

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

En general, algunas de las respuestas de las beneficiarias sugieren que el ingreso recibido es bajo y esporádico, no un flujo de dinero constante con el que pueda contar sostenidamente; aunque también hay quienes afirman que dicho ingreso les ayuda a satisfacer diversas necesidades:

*“Me he comprado "pancito””*

*“Compré panetones para mi familia. Lo gasté en consumo para la familia.”*

*“Para consumo y compra de pollo, harina.”*

*“Gastos de pasaje a Juliaca.”*

*“Nos ayuda mucho en el hogar principalmente en los alimentos y otras cosas.”*

*“Compra de víveres y alimentación de los hijos.”*

### 3) Impacto sobre la situación de la mujer en la familia y la comunidad

Con respecto a la opinión de la familia de la beneficiaria sobre su participación en el proyecto (pregunta 47), en el 80% de los casos se manifiesta que hay apoyo (ya sea en general, porque sirve para aprender o porque puede servir para ganar dinero). De este porcentaje llama la atención que sólo en el 12% de los casos se comente algún tipo de impacto económico. Por otro lado, el 13% cree que debería haber más pedidos y el 5% que el proyecto implica una pérdida de tiempo para las socias. Todos estos resultados son coincidentes con el análisis cuantitativo hecho líneas arriba en el que se observa el relativamente bajo impacto sobre ingresos y, sobre todo, la inestabilidad de las ganancias adicionales que el proyecto genera para las mujeres.

**Tabla 27: ¿Qué opina su esposo/hijos de su participación en el proyecto?, según zona, 2006**

<b>Opinión de la familia</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Apoya en general	54.3%	52.5%	53.3%
Apoya porque les sirve para aprender	14.3%	17.5%	16.0%
Debería haber más pedidos	14.3%	12.5%	13.3%
Apoya porque pueden ganar algo de dinero	11.4%	12.5%	12.0%
Es una pérdida de tiempo	5.7%	5.0%	5.3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Número de observaciones</b>	<b>35</b>	<b>40</b>	<b>75</b>

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

Algunos de los comentarios recibidos son los siguientes:

*“A veces se molesta por el pedido reducido que viene del proyecto. Cuando tejo y llevo dinero se alegra”*

*“Está bien para aprender pero no hay beneficios, más es el gasto.”*

*“Antes [mi esposo] se molestaba, ahora me apoya algunas veces con los quehaceres del hogar”*

*“Mi esposo no está de acuerdo porque considera que es una pérdida de tiempo. Por otra parte, mis hijos y mi mamá si me apoyan.”*

*“Ellos están contentos porque saben que podré ganar dinero.”*

*“Está bien porque se aprenden cosas nuevas que sirven para la casa”*

*“No quieren que participe en el proyecto porque no hay pedidos”*

*“Que se sienta bien, que vaya y siga tejiendo”*

*“Su esposo la anima a participar en el proyecto.”*

*“Está de acuerdo porque aprende nuevos modelos y acabados.”*

Finalmente, la pregunta 50 del cuestionario (¿Qué opina usted sobre su participación en el proyecto? (Comentarios sobre el proyecto Mercomujer, qué aspectos han cambiado desde su participación en él, etc.)...) permite conocer los aspectos positivos y negativos que las beneficiarias encuentran en el proyecto, así como recoger las sugerencias que realizan para mejorar este tipo de proyectos. Como se observa en la tabla 27, el 46% de las beneficiarias manifiesta que es necesario que se cree más trabajo. El 21% afirma que “Mercomujer” funciona porque aprendieron a tejer, el 16% que el proyecto está bien en general, y el 13% que les ayudó a mejorar sus relaciones familiares y desenvolverse mejor socialmente.

**Tabla 28: Comentarios abiertos sobre el proyecto Mercomujer, según zona, 2006**

<b>Comentarios sobre el proyecto</b>	<b>Quechua</b>	<b>Aymara</b>	<b>Total</b>
Más trabajo	42.9%	48.8%	46.1%
Aprendió a tejer	31.4%	12.2%	21.1%
Está bien	14.3%	17.1%	15.8%
En las relaciones familiar / relaciones sociales	11.4%	14.6%	13.2%
Otros	0.0%	7.3%	3.9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Número de observaciones	35	41	76

Fuente: Encuesta de Evaluación de Impacto del proyecto Mercomujer.

A continuación se pueden leer algunas de las opiniones de las mujeres sobre el proyecto:

*“Primero me parecía bien y luego me decepcionó.”*

*“Está muy bien porque aprendo y quisiéramos más pedidos, si no hay pedidos creo que la organización se desactiva”*

*“Me pareció importante y después me decepcionó porque no hubo más pedidos”*

*“No comunican de los trabajos, hace un año no trabajo”*

*“Falta comunicación, no sabe, por eso trabajan muy poco y otras se retiran”*

*“Aprendió mucho, sobre todo aprendió cómo hacer los acabados para los tejidos lo que usará para tejer y luego ganar dinero.”*

*“Durante los años que está no hay pedidos, entonces nosotras queremos haya mas pedidos”*

*“Es muy importante, antes era tímida y me dejaba reñir con mi esposo y lloraba. Ahora ya no es como antes, me pongo fuerte, ya no lloro y voy al proyecto. En el proyecto me olvida de mis problemas y regreso a casa contenta, ya no discuto.”*

*“He mejorado en llevar la tensión [por]que antes no podía tejer. Aprendí a hablar en público.”*

*“Es una experiencia muy bonita: conversamos, bromeamos, nos ayudamos entre nosotras. Se ha perdido el miedo, ahora soy más conversadora, mi esposo comprende mi trabajo. Quiero seguir con el proyecto, ya es parte de mi trabajo.”*

*“Quiero seguir tejiendo, pido más pedidos para ayudarme en el hogar. Antes mi esposo no me dejaba salir a la calle, ahora salgo libremente.*

*“Más apoyo, se siente bien, de alguna manera conversamos con las señoras y aprendemos muchas cosas.”*

*“No estoy muy contenta porque los pedidos no llegan seguido y por otro lado estoy un poco contenta porque me han dicho que nos van a capacitar en salud.”*

*“Me he capacitado aprendiendo a tejer con medidas. He socializado con la gente y aprendido a hablar en público, a ser responsable y poner horarios para los diferentes trabajos.”*

*“¡He cambiado! Ahora ya no tengo miedo, puedo hablar.”*

Las opiniones de las beneficiarias acerca de la mejora en su situación familiar son coincidentes con los de las encargadas del proyecto en Manuela Ramos, quienes consideran que uno de los aspectos positivos logrados con la implementación del proyecto ha sido el cambio generado en las mujeres, pues éstas ya no permiten que se les maltrate. Otros aspectos positivos mencionados por la ONG fue que las mujeres han comprendido la importancia de estar organizadas y la de socializar con otras mujeres tanto de dentro de su comunidad como de fuera<sup>20</sup>.

## **V. Problemas identificados**

A partir del análisis de la información estadística recopilada, las respuestas de las mujeres a las preguntas abiertas de la encuesta, y las entrevistas con las encargadas

---

<sup>20</sup> Específicamente, se valora el contacto entre mujeres quechuas y aymaras, aunque es necesario aclarar que éste se produjo en situaciones aisladas (como la ceremonia de clausura del proyecto, por ejemplo).

del proyecto, se han podido identificar ciertas complicaciones que han impedido que el proyecto se lleve a cabo de manera más eficiente y eficaz. Agrupados en tres categorías principales, los problemas así identificados son:

a) Producción: Las celebraciones tradicionales, los periodos de siembra y cosecha, así como la lejanía de los lugares de residencia de las mujeres con respecto al sitio de reunión central, han afectado la coordinación de los trabajos, así como la planificación y el cumplimiento de los pedidos de producción.

b) Mercado: Han existido pocos clientes importantes, y uno de ellos, recientemente,, dejó de demandarle producción al proyecto debido a los cambios institucionales que enfrentó este último<sup>21</sup>. No se ha logrado crear una red de clientes importantes y con una demanda más o menos estable.

c) Gestión del proyecto: Se han enfrentado problemas con la selección de las beneficiarias, al abarcar demasiadas zonas y número de mujeres, dadas las capacidades reales de generación de ingresos del proyecto en particular. Asimismo, el proceso de asignación de remuneraciones es difuso, y no hay una política clara sobre de cuál es el destino de los márgenes adicionales de ganancia, si es el caso. Por otro lado, la ONG expresó la dificultad existente para encontrar personal idóneo –con experiencia y sensibilidad social- para colaborar con una empresa de esta naturaleza.

## **VI. Conclusiones finales**

Luego de analizar la información cuantitativa y cualitativa sobre el proyecto “Mercomujer”, se puede concluir que no se han cumplido las metas establecidas inicialmente con respecto al impacto en los ingresos de las beneficiarias y la producción creada. En concreto, los ingresos generados han sido insuficientes y demasiado volátiles como para producir un cambio sostenido en la situación económica de las mujeres socias. Sin embargo, se observa que las mujeres no conocen el objetivo del proyecto, y si bien es mayoritaria la opinión de que les gustaría más pedidos, no sienten que ello sea necesariamente un requerimiento imperativo.

En efecto, las beneficiarias encuentran varios aspectos positivos en el proyecto que no están relacionados directamente con el aspecto monetario. Específicamente, se valora

---

<sup>21</sup> Parte del equipo de Manuela Ramos, incluyendo a la coordinadora, renunció.

considerablemente la capacitación brindada para aprender a tejer, así como las habilidades generadas a través del proyecto para mejorar su desenvolvimiento social y establecer vínculos sociales con otras mujeres. En este sentido, el proyecto Mercomujer sí estaría creando más oportunidades de trabajo externo con las capacitaciones, siempre y cuando las socias sepan cómo aprovechar en el mercado sus nuevas habilidades. Por otro lado, Mercomujer también estaría favoreciendo el proceso de empoderamiento de muchas de las socias, gracias a la confianza en sí mismas que les genera ser parte del proyecto.

En resumen, si bien el proyecto no ha cumplido con las metas monetarias que se esperaban de él sí ha producido otros efectos beneficiosos. Es criterio del contratante entonces decidir si esos otros beneficios son suficientes para justificar el financiamiento de FONDOEMPLEO al proyecto.

## **VII. Recomendaciones**

Finalmente, en esta sección se presentan algunas recomendaciones para que este mismo proyecto o proyectos similares logren un impacto mayor en el futuro. Quizá el punto más importante a considerar es que es imperativo comprender que la capacitación *per se* en una tarea en particular no garantiza mayores capacidades para generar ingresos. Por ello es menester brindar también las herramientas adicionales que permitan a las beneficiarias organizarse y producir eficientemente aún cuando el proyecto deje de funcionar. Algunos de esos instrumentos son el manejo de los costos y de la fijación de precios competitivos, la organización de la producción, así como generar capacidades para acceder y mantener clientes importantes dentro y fuera de su zona de origen.

Como parte de los esfuerzos por organizarse mejor, es necesario trabajar en un primer momento con un número más reducido de beneficiarias, las que demuestren mayores habilidades para la producción y respondan cumplidamente con los cronogramas de trabajo, lo cual permitirá también que quienes participen obtengan un mayor impacto. De hecho, este es un punto que la representante de Mercomujer en Manuela Ramos tiene claro ahora, junto con la necesidad de limitar el ámbito del proyecto a zonas menos dispersas para facilitar la convocatoria de las beneficiarias a las reuniones de coordinación y disminuir el ausentismo y los costos de transporte.

En este sentido, sería pertinente establecer reglas claras al momento de iniciarse el proyecto con respecto a las características que deben tener las beneficiarias que participarán del proceso de producción remunerado. De esta manera, se generan filtros que hacen más eficiente el proceso, y se minimiza las potenciales quejas de las socias sobre la imparcialidad para elegir a quienes reciben pedidos de producción.

Asimismo, es conveniente informar a las beneficiarias -al iniciar su participación- de los objetivos puntuales del proyecto, y de lo que se espera de ellas, de forma que puedan participar del proceso de monitoreo activamente y con la autoridad que esa información les da.

Finalmente, la búsqueda de mercados se debería hacer de manera más sistemática, contando quizá con algún especialista en el tema que brinde información sobre potenciales demandantes, haga los contactos pertinentes, asesore sobre las calidades que la producción debe alcanzar para que sea posible colocarla, y garantice finalmente la compra de la producción total.



## Bibliografía

- Baker, Judy L. (2000). Evaluación de impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: Manual para profesionales. Banco Mundial.
- Fondoempleo y Consultora Sara Pait (2004). Monitoreo externo del proyecto “Posicionamiento en el mercado local e internacional de artesanía producida por mujeres rurales en Puno”.
- Gleen, Israel (1992). Determining Sample Size. University of Florida.
- Heckman, James; Robert J. LaLonde; Jeffrey A. Smith (1999). The Economics and Econometrics of Active Labor Market Programs. En: Ashenfelter, Orley y David Card, editores. Handbook of Labor Economics, Volume III.
- Lohr, Sharon L. (2000). Muestreo: Diseño y análisis. Ed. Thomson.
- Mateu, Pedro y Jean Vilca (2004). Modelo de medición de impacto sobre el bienestar objetivo y subjetivo. Un análisis de caso del Proyecto de Reducción y Alivio a la Pobreza (PRA). Documento de Trabajo No. 62. Lima: CIUP.
- MMR (2004). Descripción del proyecto “Posicionamiento en el mercado local e internacional de artesanía producida por mujeres rurales en Puno”.
- Smith, Jeffrey (2000). “A Critical Survey of Empirical Methods for Evaluating Active Labor Market Policies”. UWO Department of Economics Working Papers 20006. University of Western Ontario.
- Universidad del Pacífico (2003). Materiales del curso “Evaluación de Impacto de Proyectos de Desarrollo: Teoría y Aplicaciones Prácticas en América Latina”, dictado por Sebastián Galiani de la Universidad de San Andrés.
- Vásquez, Enrique; Carlos E. Aramburu; Carlos Figueroa; y Carlos Parodi (2000). Gerencia Social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales. Lima: CIUP; CIID.
- Yamada, Gustavo y Patricia Pérez (2005). Casos de evaluación de impacto en el Perú. Apuntes de Estudio (en prensa). Lima: CIUP.

## **Anexo 1: Manual del Encuestador**

### **INDICE**

#### PRESENTACIÓN

##### I. OBJETIVOS

##### II. PRINCIPIOS RECTORES

###### 2.1. La muestra

###### 2.2. Metodología de levantamiento de la información

##### III. ESTRUCTURA OPERATIVA DEL TRABAJO DE CAMPO

###### 3.1. Organización territorial

###### 3.2. Organización del Personal

###### 3.3. Funciones del o la encuestadora

###### 3.4. La entrevista

##### IV. ESTRUCTURA DEL FORMULARIO

###### 4.1. Esquema del formulario

###### 4.2. Tipo de preguntas

##### V. INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS DE LLENADO DEL FORMULARIO

###### 5.1. Sección 1. Datos Generales

###### 5.2. Sección 2. Características de la vivienda y del hogar

###### 5.3. Sección 3. Actividades económicas

###### 5.4. Sección 4. Gastos y otros ingresos del hogar

###### 5.5. Sección 5. Autoestima

## PRESENTACION

Se ha elaborado el presente **MANUAL DE INSTRUCCIONES, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS** para la realización de actividades de campo de la ENCUESTA de LÍNEA DE BASE Y EVALUACIÓN DE IMPACTO, a fin de disponer de un documento que sirva de marco de referencia y consulta para la correcta aplicación de las técnicas y procedimientos.

El manual contiene los objetivos y fundamentos metodológicos de la encuesta, así como los procedimientos, normas, definiciones, conceptos e instrucciones básicas; también incluye las técnicas necesarias, para la recolección de información, recomendaciones de carácter general para el (la) encuestador (a) y las instrucciones específicas para diligenciar los cuestionarios que deberán seguir tanto los Encuestadores como los Supervisores y demás personal involucrado en la **encuesta**.

Por lo tanto, es muy importante que cada Encuestador o Encuestadora estudie detenidamente el presente manual y lo lleve siempre consigo para hacer consultas, aclarar dudas y realizar las entrevistas aplicando los criterios definidos para esta actividad.

## I. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

El objetivo de la **ENCUESTA de LÍNEA DE BASE Y EVALUACIÓN DE IMPACTO** es evaluar el impacto del proyecto en<sup>22</sup>:

1. El incremento de los ingresos de las mujeres (asociado con la sostenibilidad de la producción y de las ventas de las mujeres involucradas).
2. El incremento del empoderamiento de las mujeres (que será medido a través de su rol y posición en las decisiones del hogar).

## II. PRINCIPIOS RECTORES

### 2.1. Muestra

El tamaño de muestra para el grupo de beneficiarias consideradas es de 84 mujeres. Sin embargo, con el fin de prevenir problemas de no-respuesta y evitar que se pierdan observaciones, se entrevistará un total de 100 mujeres<sup>23</sup>. Se trabajará solamente con las nuevas beneficiarias que ingresen al proyecto, a fin de determinar el efecto total del mismo sobre la situación de dichas mujeres<sup>24</sup>.

### 2.2. Metodología de Levantamiento de la Información

La metodología de levantamiento de la información que se aplique será la siguiente:

- a) El 8 de agosto de 2005 se capacitará a los encuestadores.
- b) El 9 de agosto se realizará una encuesta piloto en el distrito de Pilcuyo con todos los encuestadores capacitados. Dicha encuesta permitirá que los encuestadores se familiaricen con la encuesta, así como conocer las reacciones de las beneficiarias a las preguntas formuladas. Asimismo, se realizarán cambios en las preguntas si se considera necesario.
- c) El 10 de agosto se completará la edición de la encuesta y se seleccionará a los mejores encuestadores. Este día habrá una sesión de capacitación con el formato final de la encuesta y una sesión de preguntas para resolver las dudas que puedan tener los encuestadores.
- d) Los días 11 y 12 de agosto se ejecutará la encuesta: el 11 en los distritos de Nicasio y Azángaro (zona quechua) y en Huancané (zona aymara) y el 12 en los distritos de Santa Rosa de Llanaque (zona aymara) y Pucará (zona quechua). El supervisor será el responsable de asegurarse de que todos los encuestadores cuenten con los materiales necesarios para realizar correctamente su tarea. Asimismo, el supervisor deberá presentarse ante las beneficiarias, hacer una breve explicación del trabajo y de los objetivos de la encuesta, y entregarle a la mujer responsable del grupo la carta de presentación otorgada por la Universidad del Pacífico.

Todas las beneficiarias serán previamente convocadas por las promotoras del proyecto Mercomujer en Puno. Por lo tanto, todas las encuestas serán llevadas a cabo en el lugar de reunión de las beneficiarias para su capacitación, por lo que no habrá necesidad de buscar a cada beneficiaria.

## III. ESTRUCTURA OPERATIVA DEL TRABAJO DE CAMPO

---

<sup>22</sup> Esto se hará a partir de las encuestas tomadas a las nuevas beneficiarias y la revisión de las planillas de pago por productora que están disponibles.

<sup>23</sup> Es importante, además, no perder contacto con estas mujeres entrevistadas como parte de la línea de base, de forma tal que en el 2006 sea posible ubicarlas con relativa facilidad (vía las promotoras, por ejemplo).

<sup>24</sup> En el caso de las mujeres que ya se están beneficiando del proyecto, se analizará su ingreso anual asociado al mismo. Para este grupo no será posible analizar los efectos sobre empoderamiento, aunque es de esperar que el efecto mayor en este sentido se dé en el primer año en el que hayan participado en el proyecto; luego las mejoras marginales sobre tal variable deberían ser decrecientes en el tiempo.

### **3.1. Organización Territorial**

Para ejecutar la operación de campo de la encuesta, se ha considerado la división del territorio en Zona Aymara y Zona Quechua. Adicionalmente, se ha seleccionado las siguientes localidades para realizar las encuestas:

Zona Aymara:

- Huancané.
- Santa Rosa de Llanaque.

Zona Quechua:

- Nicasio y Azángaro.
- Pucará.

### **3.2. Organización del Personal**

La ejecución, supervisión y monitoreo de la Encuesta de Línea de Base y Evaluación de Impacto, está a cargo del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

A continuación se detalla la estructura jerárquica del personal que labora en este estudio:

- La coordinación, organización y supervisión de la operación de campo es responsabilidad de la coordinación del estudio y del equipo técnico.
- Para el levantamiento de campo se organizaron 2 brigadas conformadas cada una por 1 supervisor(a) y un número de encuestadores(as) que dependerá de los distritos que se encuesten.

### **3.3. Funciones del Encuestador o Encuestadora**

El encuestador(a) es la persona que tiene la responsabilidad de entrevistar a las beneficiarias de acuerdo a las normas, procedimientos e instrucciones contenidos en este manual.

Por tanto, su trabajo es uno de los más importantes de la Encuesta; de su buen desempeño, amplio sentido de responsabilidad y cooperación depende en gran medida, que la información que se obtenga sea de la cobertura, calidad y precisión requerida.

#### **Funciones específicas del Encuestador o Encuestadora:**

- a. Estudiar detenida y cuidadosamente los manuales e instructivos para conseguir su total comprensión y manejo.
- b. Cumplir las instrucciones de este Manual u otra disposición que le oriente su jefe inmediato o el equipo de coordinación de la encuesta.
- c. Coordinar con el Supervisor la forma de como debe efectuar el recorrido en su área de trabajo.
- d. Recepcionar y revisar los documentos y materiales necesarios para la ejecución de su labor.
- e. Desempeñar personalmente su trabajo y de forma individual.
- f. Si usted está acompañado por el supervisor(a) o cualquier integrante del equipo técnico y conductor de la encuesta; debe presentarlo(s) y explicar que son funcionarios del estudio.
- g. Cuidar la integridad del material de trabajo que ha recibido.
- h. Solicitar cortésmente al entrevistado(a), previa presentación de su credencial, la información requerida y registrarla donde corresponde.
- i. Realizar las entrevistas siguiendo cuidadosamente las instrucciones que figuran en el formulario y en este manual, el cual debe llevar consigo durante todo el período de la encuesta.
- j. Revisar el formulario al finalizar cada entrevista para evitar omisiones y corregir los posibles errores; así mismo, entregar a su supervisor las boletas con entrevistas completas y debidamente revisadas.
- k. Mantener siempre una conducta ejemplar de acuerdo con la importante misión que desempeña.

- l. Llevar un registro sistemático de los problemas presentados, soluciones dadas, cumplimiento de las metas y observaciones que considere necesario hacer del conocimiento de su supervisor durante el desempeño de sus funciones, esto le permitirá elaborar el informe que deberá presentar a su supervisor al final de cada ronda.
- m. Una vez finalizada la encuesta, devolver al supervisor, todo el material que le fue asignado para el cumplimiento de su trabajo.

### Documentos y Materiales:

Los documentos y materiales necesarios, para el cumplimiento de sus funciones le serán entregados por el supervisor(a) asignado. A continuación se detallan:

- **Manual de instrucciones del encuestador (a):** Documento que contiene las orientaciones, normas y procedimientos que se deben utilizar en el levantamiento de la información.
- **Credencial otorgada por el proyecto:** Documento que lo identifica como encuestador (a) y lo debe llevar siempre.
- **Carta de presentación:** Documento legal otorgado por la Universidad del Pacífico para oficializar la actividad. Esta carta la tendrá el supervisor, y le entregará una copia a la responsable del grupo de beneficiarias.
- **Formulario de la encuesta:** Formatos destinados a recoger o recopilar la información sobre la encuesta.
- **Útiles complementarios:**
  - Lapicero tinta azul y roja
  - Lápiz, borrador y tajador.

### Prohibiciones del Encuestador(a):

- a. Ninguna otra persona podrá efectuar el trabajo que se le haya asignado a un encuestador o encuestadora, ya que el cargo es **intransferible**.
- b. En ningún caso el encuestador o encuestadora **alterará la información** dada por el o la informante.
- c. No podrá **divulgar, repetir o comentar** la información suministrada por el o la informante, ni mostrar los formularios que haya diligenciado, excepto a funcionarios de la encuesta. No debe olvidar que la información brindada por los entrevistados es **confidencial**.
- d. Al momento de hacer la entrevista **no llevará acompañantes** ajenos al equipo de trabajo.
- e. No **presionará** a los informantes ni inducirá a responder con falsas promesas u ofrecimientos.
- f. No **deberá** destruir o negarse a entregar los formularios u otros documentos de la encuesta.
- g. No **cambiará** de área de trabajo sin previa autorización de su jefe inmediato.
- h. Está prohibido ingerir **bebidas alcohólicas u otras sustancias alucinógenas** durante el período de levantamiento de los datos.

### 3.4. La entrevista

Es una conversación amable entre dos personas con el propósito de obtener información relacionada con el formulario o instrumento de la encuesta. Se debe recordar que esta entrevista es de carácter personal, confidencial y directa con el o la informante.

En la realización de la entrevista debe tener en cuenta algunos aspectos que le pueden ayudar a conducir con éxito la misma.

#### Condiciones del encuestador o encuestadora:

Se requiere de usted como encuestador(a) mucha atención y cuidado al momento de la entrevista, dado que usted y el o la informante no se conocen, por tanto debe demostrar simpatía, sensibilidad e interés por el (la) informante.

En el contacto inicial entre el encuestador(a) y el (la) informante, es conveniente **que el (la) encuestador(a) se presente amablemente, indicando el nombre de la Encuesta de Línea de**

**Base y Evaluación de Impacto**, institución que representa, el objetivo de la encuesta y solicitando la disposición del o la informante para brindar la información requerida.

**Ejemplo:** “Buenos días, soy Marcos Sánchez (presenta su credencial), trabajo para la Universidad del Pacífico, entidad que está llevando a cabo una Encuesta sobre Evaluación de Impacto con la cual se desea conocer algunos aspectos sobre vivienda, empleo, gastos del hogar y actividades económicas, espero que tenga la bondad de cooperar conmigo”.

No debe presentarse realizando preguntas como: “¿está usted muy ocupado?, puede concederme unos minutos?, ¿no sé si será posible que conteste algunas preguntas?”, ya que este tipo de preguntas sugieren respuestas negativas y es conveniente que inicie de forma positiva.

## **IV. ESTRUCTURA DEL FORMULARIO**

### **4.1. Esquema de composición**

El formulario de la Encuesta está conformado por cinco secciones. Las preguntas se organizan en secciones consecutivas que corresponden a los temas de investigación de la encuesta. A su vez cada sección se organiza en partes. La entrevista debe ejecutarse siguiendo estrictamente el orden establecido en el formulario.

A continuación se presenta un esquema de la composición del formulario, sus secciones y partes:

#### **Sección No. 1: Datos generales**

- I. Ubicación Geográfica
- II. Dirección de la vivienda
- III. Miembros del Hogar
- IV. Educación
- V. Control de la Encuesta

#### **Sección No. 2: Características de la vivienda y el hogar**

#### **Sección No. 3: Actividad Económica**

- Parte A. Actividad Principal
- Parte B. Actividad Secundaria
- Parte C. Actividades relacionadas al proyecto de Mercomujer

#### **Sección No. 4: Gasto y otros ingresos del hogar**

- Parte A. Gastos Semanales
- Parte B. Gastos Semestrales
- Parte C. Gastos Totales

#### **Sección No. 5: Autoestima**

### **4.2. Tipo de Preguntas**

Para facilitar la recolección de información se han diseñado tres tipos de preguntas:

**a. Preguntas cerradas con lectura solo del texto:** En este tipo de preguntas se lee solo el texto de la pregunta, se espera una respuesta y se registra la información anotando el código en la casilla correspondiente. Estas se identifican por el signo de interrogación (?) que aparece al final del texto de la pregunta.

**Ejemplo 1:** ¿Sabe leer y escribir?

- Si ..... 1
- No ..... 2

**b. Preguntas cerradas con lectura del texto y las categorías:** En este tipo de preguntas se debe leer al informante el texto de la pregunta y pausadamente una por una las categorías de respuesta. Se identifican porque el texto termina en dos puntos (:).

**Ejemplo 2:** ¿Cuál es el último año y nivel de estudios que aprobó?

Ninguno.....1  
Inicial.....2  
Primaria.....3  
Secundaria...4  
Universitaria..5  
Otro.....6

**c. Preguntas abiertas:** En este tipo de preguntas sólo se lee el texto de las preguntas, se espera una respuesta y se anota textualmente la información obtenida, en el área correspondiente. Se identifican porque el texto termina en tres puntos suspensivos (...).

## V. INSTRUCCIONES ESPECIFICAS DE LLENADO DEL FORMULARIO

### SECCION 1: DATOS GENERALES

En esta sección se recopilan los datos básicos del encuestado, como dirección de la vivienda y ubicación geográfica; número de miembros en el hogar y educación; y al mismo tiempo en esta sección se realiza el control de la encuesta, a través de los datos del encuestador, jefe de brigada y digitador.

#### A. OBJETIVOS

- El objetivo principal de esta Sección es la obtención de datos generales que proporcione un primer panorama de la persona a entrevistar y al mismo tiempo permita su posterior ubicación en la segunda ronda.

#### B. DEFINICIONES BASICAS

**Miembros del Hogar:** *Se refiere a todas aquellas personas que comen y duermen habitualmente en el hogar y que han permanecido por lo menos tres de los últimos 12 meses precedentes a la encuesta. Se exceptúan los pensionistas y trabajadores domésticos (empleados) y sus familiares. Se considera en cambio, siempre como miembro del hogar al jefe o jefa, aunque no cumpla con el requisito de haber residido por lo menos tres meses de los últimos 12 meses y los niños recién nacidos (menores de tres meses) hijos de algún miembro del hogar.*

**Hogar:** *la persona o conjunto de personas, sean o no parientes, que residen habitualmente en una misma vivienda particular, que la ocupan total o parcialmente y que comparten en común sus alimentos.*

**Residente Habitual:** *Es la persona que se aloja en determinada vivienda y ésta le sirve como domicilio permanente (come y duerme). No se consideran residentes habituales a las personas separadas de la unión conyugal, aunque pasen pensión de alimentación por algún miembro del hogar encuestado.*

**Jefe(a) del Hogar:** *Es la persona a quien los demás miembros del hogar reconocen como tal.*



Trabajo: *Tareas que realizan las personas con la finalidad de producir bienes y servicios por un ingreso, para el autoconsumo, o en su condición de ayudantes (del hogar o no) sin pago; independientemente de su regularidad y de su relación con los medios de producción. Bajo esta definición, los quehaceres domésticos (del hogar); la construcción, reparación o mejoramiento de vivienda propia y las prestaciones de servicios sociales gratuitos a la comunidad (voluntarios de la Cruz Roja, Defensa Civil, asociación de padres de familia, etc.), no se consideran trabajo "productivo", en el sentido que no generan ingresos.*

### C. INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL FORMULARIO

**UBICACION GEOGRAFICA.** Colocar respectivamente:

EL DEPARTAMENTO

LA PROVINCIA

EL DISTRITO

COMUNIDAD

**DIRECCION BENEFICIARIA.** Indicar Dirección, Teléfono de contacto (comunitario, fijo, celular).

#### **MIEMBROS DEL HOGAR**

Número de miembros del Hogar: **Colocar un número.**

Número de Miembros del Hogar que Trabajan: **Colocar un número. Se refiere a los miembros del hogar del beneficiario que trabajaron durante más de tres de los últimos 12 meses, ya sea de forma remunerada o no remunerada.**

Necesito que me ayude a hacer una lista completa de todos los miembros que comparten sus comidas en este hogar: **Encontrará una serie de filas en las cuales debe colocar los datos solicitados.**

**Previamente es necesario leer el listado anexo para que sirva de ayuda a la memoria:**

**JEFE (A) DE HOGAR**

**CONYUGE, ESPOSA/O, PAREJA**

**HIJOS SOLTEROS DEL JEFE DE HOGAR, DE MAYOR A MENOR**

**HIJOS CASADOS, CON SUS CONYUGES E HIJOS**

**OTROS PARIENTES**

**PERSONAS NO PARIENTES (TRABAJADORES DEL HOGAR, ETC.)**

**OTROS**

**Luego, en cada fila colocar lo indicado:**

- **El nombre completo (nombres y apellidos).**
- **La relación (parentesco) con el Jefe del Hogar. Aquí debe colocar un número del 1 al 7 que corresponderá a uno de las 7 posibilidades del listado anexo.**
- **La edad de cada uno.**
- **El número 1 si el encuestado es beneficiario del proyecto o el número 2 en caso contrario.**
- **La primera fila (CP=1) corresponderá siempre a la beneficiaria encuestada. En este caso se debe reportar el número de DNI.**
- **La segunda fila (CP=2) corresponderá a la pareja de la beneficiaria o al jefe de hogar (en caso de que la beneficiaria no lo sea).**

#### **EDUCACIÓN DE BENEFICIARIA Y PAREJA/JEFE DEL HOGAR**

En esta sección sólo se reporta la información de la beneficiaria (CP=1) y de su pareja (CP=2), o del jefe de hogar si la beneficiaria no es jefe de hogar

**P1. ¿Sabe leer y escribir?** Colocar, 1 (si sabe leer y escribir) o 2 (si no sabe leer y escribir), al costado del número que corresponde a cada uno de los beneficiarios.

**P2. ¿Cuál es el último año y nivel de estudios que aprobó?** Colocar el número que corresponda, del 1 al 7, para cada beneficiario.

- En el casillero correspondiente a **NIVEL**, colocar el número que corresponda (del 1 al 7) al máximo nivel de estudios alcanzado.
- En el casillero correspondiente a **ULTIMO AÑO**, colocar el número de años que estudió en el máximo nivel alcanzado para cada miembro del hogar. Por ejemplo, si el máximo nivel de estudios alcanzado es superior técnica incompleta, colocar los años que se estudió en ese nivel.

## SECCION 2: CARACTERISTICAS DE LA VIVIENDA

En esta sección se recopila información sobre la vivienda, y los servicios básicos.

### A. OBJETIVOS

- Conocer las características de la vivienda y el espacio vital que ocupa cada hogar dentro de la misma, las condiciones habitacionales y de salubridad de los hogares, el acceso y tipos de servicios básicos que tiene la vivienda; así como cuantificar los gastos en vivienda y en servicios públicos (luz, agua, teléfono, etc.).

### B. DEFINICIONES BÁSICAS

**Casa independiente:** Es la que está formada por un cuarto o conjunto de cuartos construidos con materiales duraderos y estructuralmente separados. Puede estar situada en una parte del edificio y por la forma que ha sido construida o adaptada se destina al alojamiento de un hogar y no se usa para otros fines. Este tipo de vivienda, "Casa independiente" debe reunir las condiciones de separación e independencia y debe tener una entrada directa desde la calle, carretera, pasillo, jardín o terreno.

**Vivienda improvisada:** Es todo albergue o cuarto independiente construido provisionalmente con materiales ligeros o desecho (esteras, cartón, lata, caña, plástico, etc.), con adobe o ladrillos superpuestos.

**Local usado como vivienda:** Se incluyen en este grupo las bodegas, talleres, graneros, garajes, almacenes u otra construcción que originalmente no estaba destinada para ser habitada por personas, pero son ocupadas para tal fin.

### C. INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL FORMULARIO

**P3 a P5.** El encuestador debe observar y marcar con un aspa sobre una de las alternativas propuestas. Si la beneficiaria da un respuesta no considerada en la lista, se marca la opción "Otro" y se describe a qué corresponde dicha opción.

**P6 a P7.** Colocar un número en el casillero.

**P8.** Marcar con un aspa una opción del 1 al 6.

- Si escoge las opciones 1, 4, 5 o 6, pasar directamente a la pregunta 12.
- Si escoge la opción 2, pasar a la pregunta 9.
- Si escoge la opción 3, pasar a la pregunta 11.

**P9 y de P11 a P13.** Colocar un monto en soles o en dólares, de acuerdo con lo que reporte la beneficiaria. (si el monto es en dólares convertir al cambio 3.3 soles por dólar). Solo luego de P11 pasar a P13.

**P10.** Escoger el número que corresponda según la tabla de Periodicidad. Luego pasar a P13.

**P14.** Marcar con un aspa una opción del 1 al 7.

- Si escoge las opciones 1, 2, ó 3, pasar a la P15.
- Si escoge las opciones 4, 5, 6 ó 7 pasar a la P16.

**P15.** Colocar un número.

**P16 a P18.** Marcar la alternativa correcta.

### **SECCION 3: ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

En esta sección se investigan las características económicas de la Beneficiaria y el Jefe del Hogar.

Las preguntas se agrupan en 3 partes:

Parte A. Actividad Principal

Parte B. Actividad Secundaria

Parte C. Actividades relacionadas en el proyecto de MMR o Mercomujer

#### **A. OBJETIVOS**

La información que se obtiene en esta sección permitirá conocer las condiciones de la beneficiaria y el jefe del hogar para desempeñar su trabajo y la forma como obtienen sus ingresos.

#### **B. DEFINICIONES BASICAS**

*Trabajo: Tareas que realizan las personas con la finalidad de producir bienes y servicios por un ingreso, para el autoconsumo, o en su condición de ayudantes (del hogar o no) sin pago; independientemente de su regularidad y de su relación con los medios de producción. Bajo esta definición, los quehaceres domésticos (del hogar); la construcción, reparación o mejoramiento de vivienda propia y las prestaciones de servicios sociales gratuitos a la comunidad (voluntarios de la Cruz Roja, Defensa Civil, asociación de padres de familia, etc.), no se consideran trabajo "productivo", en el sentido que no generan ingresos.*

#### **C. INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL FORMULARIO**

##### **PARTE A. ACTIVIDAD PRINCIPAL**

**P19.** Escribir 1 ó 2 en los casilleros inferiores, considerando si la persona trabajó o no durante el último mes (SIN considerar quehaceres del hogar). Asimismo, debe realizar las mismas preguntas al Jefe del Hogar (o cónyuge de la beneficiaria, si ésta fuera la jefe de hogar), cuyo Código de Persona (CP) es el 02. Si no trabajó, pasar a la pregunta 29.

**P20.** Escribir la actividad principal en la que trabajó.

Si la actividad está relacionada al proyecto de MMR o Mercomujer deberá pasar a la pregunta 24, ya que a partir de la pregunta 31 se hacen preguntas relacionadas directamente con el proyecto. Se dará cuenta que se trata del proyecto si menciona

tejido y además reconoce a la Sra. Elsa si se trata de la zona Aymara y a la Sra. Rosa si se trata de la zona Quechua.

**P21.** Indicar hace cuánto tiempo se trabaja en la actividad de la P20 según el cuadro inferior de periodicidad. Por ejemplo, si trabajó en esa actividad desde hace 3 meses, se escribe: CANTIDAD=3 y PERIOD.=2

**P22.** Indicar monto de último ingreso recibido por realizar la actividad mencionada en la P20. Se debe incluir tanto el ingreso monetario (en la columna de “Monto dinero”) como el valor del pago en especies (si lo hubiere) (en la columna “En especie”). Asimismo, se debe reportar la periodicidad de la recepción de esos ingresos.

**P23.** En caso de que NO se trate del proyecto MMR o Mercomujer hacer esta pregunta luego de la pregunta 23. Si reciben comisión, horas extras o propina Indicar monto recibido por este concepto y periodicidad de pago.

### **PARTE B. ACTIVIDAD SECUNDARIA.**

Las preguntas son similares a las anteriores pero se hace referencia a aquella actividad más importante **luego** de la actividad principal. Si en la P24 la respuesta es ‘NO’ se pasa a la pregunta 29. Si en la respuesta a P25 la actividad está relacionada al proyecto de Mercomujer pasar a la P29.

**Finaliza con P29.** Debe indicar el ingreso mensual de **toda** la familia. Recordar que se trata del ingreso **agregado** de **TODOS** los miembros del hogar reportados en la Sección1- Datos Generales-Parte C de la encuesta, así que sólo puede existir **un** monto reportado para cada hogar.

**P30.** En caso afirmativo indicar las horas trabajadas. En caso negativo, colocar “00”.

### **PARTE C. ACTIVIDAD RELACIONADA AL PROYECTO MERCOMUJER O MMR.**

Esta sección sólo corresponde a la persona encuestada (la beneficiaria del proyecto).

**P31.** Encerrar en un círculo la opción 1 ó 2 según sea el caso. Recordar que se dará cuenta que se trata del proyecto si menciona tejido y además reconoce a la Sra. Elsa si se trata de la zona Aymara y a la Sra. Rosa si se trata de la zona Quechua. Si la respuesta es NO, encerrar la respuesta en un círculo y pasar a la pregunta 35.

**P32.** Escribir el tipo de actividad que se realizó.

**P33.** Indicar tiempo trabajado en la Mercomujer usando el cuadro inferior de periodicidad. Por ejemplo, si trabaja ahí desde hace 2 semanas, se escribe: CANTIDAD=2 y PERIOD.=1.

**P34A.** Escribir el número de pedidos que recibió en el último año (a partir de agosto del 2004).

**P34B.** Escribir el número de piezas que produjo en total para el **último pedido** y el número de piezas que realizó en **todos los pedidos**, por **tipo de pieza** (por ejemplo, cuántos osos produjo, cuántas chalinas, etc.).

**P34C.** Escribir el tipo de pieza (por ejemplo: oso, chalina, etc.) y el tiempo que se demora en realizar cada una de ellas (en minutos).

**P34D.** Escribir el pago **unitario** según tipo de pieza (por ejemplo, cuánto le pagaron por UN osito, por UN ratón, etc.).

**P34E.** Escribir los gastos en los que las señoras incurrieron para realizar los pedidos de Manuela Ramos. El gasto variable unitario es el que depende de cada pieza (por ejemplo, lana, nariz para UN osito, etc.) y el gasto fijo es el que sirve para varios pedidos (por ejemplo, palitos de tejer, goma, etc.).

**P35.** Encerrar en un círculo la opción elegida por la encuestada. Escribir los comentarios que haga.

#### **SECCION 4: GASTOS Y OTROS INGRESOS DEL HOGAR**

**P36.** Luego de que la persona encuestada conteste, buscar el código de la persona nombrada en los CP de la Seccion1- Datos Generales-Parte C. Escribir el Código de Persona (CP) que aporta más en el hogar.

**P37.** Escribir 1 ó 2 si se gastó o no en cada uno de esos rubros (en la fila correspondiente).

**P38.** Indicar periodicidad de compra de cada rubro de la P37. Usar cuadro de medida inferior.

**P39.** Indicar monto de pago de cada rubro de la P37, o valorizarlo en caso fuera autoconsumido/regalado.

**P40.** Indicar monto del gasto promedio **semanal** total de la familia en los productos mencionados en la P37. **No se trata de que el encuestador sume los montos reportados en la P39, sino de escribir la nueva respuesta de la informante.**

**Las preguntas 41 a 44 son similares a las de la PARTE A. Sólo cambia la periodicidad del gasto (6 meses en vez de una semana) y por lo tanto los rubros.**

**P45.** Indicar monto del gasto promedio **TOTAL** (en todos los rubros) de la familia al mes. Indicar **por separado** el **gasto monetario** (por el que se pagó en dinero) así como el valor del **gasto en especies** (es decir, el valor de todo lo que se consumió –ya sea como autoconsumo, regalo, etc- y por lo que no se pagó en dinero). **Esta pregunta es esencial**, insistir si la señora dice no conocer el monto. Además, si bien los gastos e ingresos no tienen por qué ser iguales, **debe haber coherencia en las respuestas**. Por ejemplo, si el ingreso es de S/.800 mensuales no tiene sentido que se gaste sólo S/.30 al mes. En estos casos preguntarle a la señora el por qué de la diferencia para solucionar el posible error en la respuesta. Otro caso que puede darse es que en el hogar se gasta más

de lo que se recibe por ingresos, ello puede ser por el gasto en autoconsumo o porque ese hogar se está pidiendo prestado. Preguntar para evitar errores en la respuesta.

## **SECCION 5: MEDICION DE AUTOESTIMA**

### **A. OBJETIVOS**

Las respuestas de esta sección servirán para medir si el proyecto logró aumentar la autoestima y empoderamiento de las mujeres participantes.

### **B. INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR EL FORMULARIO**

Las preguntas son abiertas y debe reproducir las respuestas de las beneficiarias.

## **Anexo 2: Encuesta de línea de base - Formatos**

**ENCUESTA**  
**LINEA DE BASE Y EVALUACION DE IMPACTO**  
**Agosto-05**

**IDENTIFICACION DEL BENEFICIARIO/ VIVIENDA SELECCIONADA**

**A. UBICACION GEOGRAFICA**

**CODIGO**

DEPARTAMENTO				
PROVINCIA				
DISTRITO				
COMUNIDAD				

**B. DIRECCION BENEFICIARIO**

DIRECCION (donde vive la Sra.) :				
¿Cuál es su dirección?		Teléfono Comunitario	Teléfono Fijo	Teléfono Celular

**C. MIEMBROS DEL HOGAR**

Número de miembros del Hogar	
Número de miembros del Hogar que Trabajan	
Número de miembros del Hogar que reciben dinero por trabajar	
<b>Necesito que me ayude a hacer una lista completa de todos los miembros que comparten sus comidas en este hogar.</b>	
1) JEFE DE HOGAR 2) CONYUGE, ESPO	
7) OTROS	

**D. EDUCACIÓN DE BENEFICIARIA Y JEFE DEL HOGAR**

CP	1. ¿Sabe leer y escribir?	2. ¿Cuál es el último año y nivel de estudios que aprobó:
	SI.....1 NO.....2	NINGUNO .....1                      INICIAL (PRE-ESCOLAR).....2 PRIMARIA....3                              SECUNDARIA.....4 SUPERIOR NO UNIVERSITARIA.....5
		NIVEL                                      ULTIMO AÑO
01		
02		

CP	Nombres y Apellidos	Relación con Jefe del Hogar	Edad	Beneficiaria, ¿SI o NO?	DNI
				SI.....1 NO...2	
				SI (INFORMANTE)	
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					

**D. CONTROL DE LA ENCUESTA**

Nombre del Encuestador (a)	Fecha 1era. Visita
	/ /
Nombre del Jefe de Brigada	
Nombre del digitador (a)	Máquina



## SECCION 2. CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

Ahora necesito hacerle algunas preguntas sobre su vivienda y los materiales utilizados en su construcción. Por vivienda quiero decir todos los cuartos y habitaciones usadas por los miembros de su hogar.

3. ¿Qué material predomina en las paredes exteriores de su vivienda:

LADRILLO O BLOQUE DE CEMENTO	1
ADOBE O TAPIA	2
QUINCHA (CAÑA CON BARRO)	3
PIEDRA CON BARRO	4
MADERA	5
ESTERA	6
OTRO (CUAL)	7

4. ¿Qué material predomina en los pisos de su vivienda:

PARQUET O MADERA PULIDA	1
LAMINAS ASFALTICAS, VINILICOS O SIMILARES	2
LOSETAS, TERRAZOS O SIMILARES	3
MADERA (ENTABLADOS)	4
CEMENTO	5
TIERRA	6
OTRO (CUAL)	7

5. ¿Qué material predomina en los techos de su vivienda:

CONCRETO ARMADO	1
MADERA	2
TEJAS	3
PLANCHAS DE CALAMINA, FIBRA O SIMILARES (ETERNIT)	4
PAJA, HOJAS DE PALMERA, ETC.	5
OTRO (CUAL)	6

6. ¿Cuántos cuartos tiene en total esa vivienda, incluyendo los dormitorios, sala y comedor...

[NO CUENTE LOS BAÑOS, COCINA, PASADIZOS, GARAJE NI DEPOSITOS]

7. ¿Cuál es el área del terreno construida que ocupa la vivienda...

 m<sup>2</sup>

8. ¿La vivienda que ocupa este hogar es:

..... propia, y totalmente pagada/por herencia?	1 (» 12)
..... propia, y la están pagando?	2 (» 9)
..... alquilada, a cambio de especies, servicios o dinero?	3 (» 11)
..... prestada.....	4 (» 12)
..... Por invasión.....	5 (» 12)
..... Otro (Cuál)	6 (» 12)

9. ¿Cuál fue el monto de la última cuota y cuándo la pagó...

SE PUEDE RESPONDER EN SOLES O DOLARES

S/.  US\$  FECHA:

10. ¿Con qué frecuencia paga esas cuotas... PERIODICIDAD:

» 13

11. ¿Cuánto fue el último pago mensual y en qué fecha lo realizó...

SI NO PAGAN EN DINERO, VALORAR LOS SERVICIOS O ESPECIES

S/.  US\$  FECHA:

» 13

12. Si esta vivienda fuera alquilada, ¿cuánto pagarían por ella al mes...

S/.  US\$

13. ¿Si uds. tuvieran que vender esta vivienda en cuánto la venderían...

S/.  US\$

14. ¿Cómo se abastece de agua este hogar:

DENTRO DE LA VIVIENDA	1
FUERA DE LA VIVIENDA, DENTRO DEL TERRENO	2
PILON	3
POZO	4 (» 16)
RIO, ACEQUIA, MANANTIAL	5 (» 16)
CAMION TANQUE, AGUATERO.....	6 (» 16)
OTRO (CUAL)	7 (» 16)

RED PUBLICA

15. ¿Cuántas horas diarias, en promedio, han tenido servicio de agua de la Red Pública en la última semana...

HORAS DIARIAS:

16. ¿Tiene baño conectado a:

La Red Publica dentro de la vivienda.	1
La Red Publica fuera de la vivienda.	2
Pozo Septico	3
Canal o acequia	5
Letrina	6
Otro: ¿Cuál?	7
No tiene servicio higiénico	8

17. ¿Qué tipo de alumbrado tiene este hogar:

ELECTRICIDAD	1
KEROSENE, PETROLEO O GAS	2
VELA	3
BATERÍA	4
OTRO: CUAL?	5

18. ¿Qué combustible usan en su hogar para cocinar:

ELECTRICIDAD	1
GAS	2
KEROSENE	3
CARBON	4
LEÑA	5
BOSTA	6
OTRO: ¿CUAL?	7

UNIDAD DE TIEMPO - PERIODICIDAD: SEMANAL ..... 1 MENSUAL.....2 TRIMESTRAL.....3 SEMESTRAL.....4 ANUAL.....5 OTROS.....6

**SECCION 4 . ACTIVIDAD ECONOMICA. PARTE A. ACTIVIDAD DE BENEFICIARIA Y JEFE DEL HOGAR**

<p><b>19</b> ¿Trabajó Ud. durante el mes pasado aunque sea sin pago? <b>(sin contar los quehaceres del hogar)</b></p> <p>SI ..... 1</p> <p>NO ..... 2</p> <p><b>SI CONTESTA "NO"</b> <b>&gt;&gt;Pasar a P29</b></p>	<p><b>20</b> ¿A qué actividad le dedicó <b>más</b> horas en la semana pasada/última semana que trabajó...</p> <p><b>(En el caso que la actividad se refiera al proyecto de MMR pasar a la pregunta 24)</b></p>	<p><b>21</b> ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja como... (LEER RPTA. 20)</p>	<p><b>22</b> ¿Cuál fue el último ingreso que tuvo usted como (LEER RPTA. 20)...; cada cuánto lo recibe...</p>	<p><b>23</b> ¿Por la ocupación como (LEER RPTA. 20) recibió o recibirá usted comisión, horas extras, propina?</p> <p><b>SI CONTESTA "SI":</b> ¿Cuánto recibió en promedio...</p>
---	--	--	---	--

CP	ACTIVIDAD:	CANTIDAD:	PERIOD.:	MONTO DINERO:	EN ESPECIE:	PERIOD.:	MONTO:	PERIOD.:
01								
02								

UNIDAD DE TIEMPO:    DIA ..... 1    SEMANA ..... 2    QUINCENA.....3    MES ..... 4    TRIMESTRE .....5    SEMESTRE ..... 6 AÑO ..... 7
--

SECCION 4. ACTIVIDAD ECONOMICA. PARTE B. ACTIVIDAD SECUNDARIA DE BENEFICIARIA Y JEFE DEL HOGAR O PAREJA																										
24 ¿Además de trabajar en su ocupación principal, tuvo usted otro trabajo la semana pasada/ última semana que trabajó ya sea por su cuenta, por un sueldo, o ayudando en el negocio de otros miembros del hogar o de otras personas? (sin incluir quehaceres del hogar)			25 ¿A qué actividad le dedicó más horas aparte de la ocupación como (LEER RPTA.20), la semana pasada/ última semana que trabajó... (En el caso que la actividad se refiera al proyecto de MMR pasar a la pregunta 29)			26 ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja como... (LEER RPTA. 25)...			27 ¿Cuál fue el último ingreso que tuvo usted como (LEER RPTA. 25)...; cada cuánto lo recibe...			28 ¿Por la ocupación como (LEER RPTA. 25) recibió o recibirá usted comisión, horas extras, propina?  SI ..... 1 NO ..... 2  SI CONTESTA "SI": ¿Cuánto recibió en promedio durante el mes pasado...  SI CONTESTA "NO": ANOTAR "00"			29 ¿Cuál es el ingreso mensual promedio de toda la familia? Considerar a todos los miembros del hogar que trabajan (Ver SECCION 1: DATOS GENERALES - Parte C- para validación y control)			30 Durante los últimos 7 días, ¿Ha dedicado tiempo a los quehaceres del hogar o del campo?  SI CONTESTA "SI" ¿Cuántas horas a la semana le dedicó...  SI CONTESTA "NO" ANOTAR "00"								
CP			CANTIDAD:	PERIODIC:	MONTO DINERO:	EN ESPECIE:	PERIODICIDAD:	PERIODICIDAD:	MONTO:		(S/.)	QUEHACERES DEL HOGAR:	CAMPO													
01																										
02																										
Preguntas explícitas sobre el proyecto de MMR- Fondoempleo (sólo para la beneficiaria)																										
31 A partir de mayo del 2004, ¿ha trabajado alguna vez en el proyecto de Mercomujer? (Palabras relacionadas: tejido, Sra. Elsa - Aymara, y Sra. Rosa -Quechua)			32 ¿Qué actividad realizó como parte del proyecto Mercomujer...			33 ¿Cuánto tiempo en total tiene de trabajar como tejedora/productora en el proyecto Mercomujer...			34.A. ¿En cuántos pedidos de producción ha participado a partir de mayo del 2004...			34.B. ¿Cuántas piezas ha realizado en el último pedido, y cuántas piezas ha realizado en todos los pedidos (por tipo de pieza) ...			34.C. ¿Cuánto se demora en terminar cada pieza... (en horas)			34.D. ¿Cuánto le pagaron por pieza, en promedio...			34.E ¿Cuánto gastó en materiales para atender los pedidos de Mercomujer?  (Por pieza (lana, nariz, ojos, etc) o para varios pedidos (palitos de tejer, etc.))			35 ¿En qué medida el proyecto Mercomujer ha contribuido con el bienestar de su hogar:  NADA .....1 MUY POCO .....2 POCO .....3 REGULAR .....4 BASTANTE .....5  Comentarios/Obs.		
SI ..... 1 NO ..... 2 (>> PASAR A P35)																										
			ACTIVIDAD:	CANTIDAD:	PERIODIC:	CANTIDAD:	TIPO DE PIEZA	CANTIDAD ÚLTIMO PROCESO:	CANT. TOTAL.	TIPO DE PIEZA	TIEMPO	TIPO DE PIEZA	PAGO UNIT.	TIPO DE PIEZA	GASTO VARIABLE UNITARIO POR PIEZA	GASTO FUJO O PARA VARIOS PEDIDOS	Comentarios									





**OBSERVACIONES Y COMENTARIOS**

**1. OBSERVACIONES DE LA ENCUESTADORA :**

Form area for the first section, consisting of 15 horizontal dashed lines for writing.

**2. OBSERVACIONES DE LA JEFE DE BRIGADA :**

Form area for the second section, consisting of 15 horizontal dashed lines for writing.