

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE
ECONOMÍA**



TESIS

**LA ACTIVIDAD ARTESANAL COMO FUENTE DE INGRESO DE LOS
ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE HUA MANGA – 2012.**

PRESENTADO POR:

SUÁREZ TARQUE, Lourdes

CUTTI HUAMANÍ, Elizabeth

ASESOR: Mg. Econ. BERMÚDEZ VALQUI, Hermes S.

AYACUCHO – PERÚ

2013

DEDICATORIA

A mis padres Elavia y Moisés con todo cariño y eterna gratitud por la ayuda invaluable.

A mis hermanos Edward, Sandy y Kriss por alentarme a culminar lo que empecé. Como ejemplo de superación.

Lourdes.

A mi esposo Frank, a mis amados padres Casimiro y Justina y a mis hermanos José Manuel, Bertha, Edelisa, Alexander y Jean Marco por su apoyo incondicional.

Elizabeth.

AGRADECIMIENTOS

Queremos manifestar nuestra gratitud a la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables y particularmente a la Escuela de formación profesional de Economía por habernos admitido en sus aulas, y darnos la formación académica con principios éticos para aportar en la construcción de una sociedad diferente.

De igual manera un especial reconocimiento a nuestro asesor Mg. Econ. Hermes Bermúdez Valqui por su comprensión y su paciente orientación académica en el desarrollo de la siguiente investigación.

Así mismo agradecemos a los docentes Eco. Jaime Zenón Amezcuita Altamirano, Eco. Juan Alberto Huaripuma Vargas, Eco. Jesús Huamán Palomino quienes con sus cualidades de maestros universitarios orientaron permanentemente en la corrección metodológica de la referida tesis.

Concluimos agradeciendo a todos los artesanos que nos brindaron información, en especial al artesano Adolfo Quispe Aguilar por su disposición en la resolución de dudas y consultas en el proceso de recolección y procesamiento de datos, igualmente agradecemos a las instituciones públicas y privadas como la DIRCETUR, Municipalidad Provincial de Huamanga y la Cooperación Técnico Belga por facilitarnos información para la elaboración de la presente tesis.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL.....	i
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	ix

CAPÍTULO PRIMERO

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Diagnóstico de la realidad problemática.....	1
1.2 El problema.....	6
1.3 Formulación del problema.....	7
1.4 Delimitación del problema.....	7
1.4.1 Delimitación espacial.....	7
1.4.2 Delimitación temporal.....	7
1.4.3 Delimitación social.....	7
2. OBJETIVOS:.....	8
2.1 Objetivo principal.....	8
2.2 Objetivos específicos.....	8
3. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN.....	9
3.1 Importancia.....	9
3.2 Justificación.....	9
4. MARCO TEÓRICO.....	10
4.1 Antecedentes.....	10
4.2 Bases teóricas.....	13

4.2.1	Ingreso	13
4.2.2	Ingreso per cápita.....	15
4.2.3	Producción.....	15
4.2.4	La función de producción de proporciones fijas	18
4.2.5	Comercialización	20
4.2.6	La artesanía en el Perú	23
4.2.7	La artesanía textil en Ayacucho	26
4.2.8	La ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal	29
4.2.9	Marco conceptual	30
4.3	Hipótesis:.....	33
4.3.1	Hipótesis general.....	33
4.3.2	Hipótesis específica.....	33
4.3.3	Variables e indicadores	33
4.4	Metodología.....	34
4.4.1	Tipo de investigación.	34
4.4.2	Nivel de investigación.	34
4.4.3	Métodos.	34
4.4.4	Técnicas e instrumentos.....	35
4.4.5	Población y muestra.....	35
4.4.5.1	Población	35
4.4.5.2	Muestra	35
4.4.6	Fuente de información	36
4.4.6.1	Fuentes primarias.....	366
4.4.6.2	Fuentes secundarias.....	36
4.4.7	Procesamiento de la información.....	36
4.4.8	Análisis e interpretación de resultados.	36

CAPÍTULO SEGUNDO

ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN

1.	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS CON LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL EN LA REGIÓN DE AYACUCHO.....	37
1.1	De impacto nacional.....	37
1.2	De impacto local	37
2.	PRODUCCIÓN.....	44
2.1	Unidad productiva artesanal:.....	44
2.2	Tipos de productos: (artísticos - utilitarios).....	44
2.3	Proceso de producción	46
2.4	Modelo de producción para el caso de la producción de artesanía textil en la provincia de Huamanga.	53
2.5	Análisis de la producción de la artesanía textil en la Provincia de Huamanga	55
2.5.1	Muestra investigada.	55
2.5.2	Años de trabajo como artesano (a) textil	56
2.5.3	Tipo de actividad.....	58
2.5.4	Familiares involucrados en la actividad	59
2.5.5	Personal externo involucrado en la actividad.....	60
2.5.6	Tipo de producción.....	62
2.5.7	Horas dedicadas a la actividad artesanal textil.....	63
2.5.8	Actividades complementarias	64
2.5.9	Telares operativos	66
2.5.10	Telares inoperativos.....	67
2.5.11	Factores que limitan la producción	69
2.5.12	Lugar de compra de la materia prima	70
2.5.13	Número total de piezas producidas	71
3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	73
3.1	Costo de producción de un Tapiz Artístico.....	73
3.2	Costo de producción de una Correa.	75
3.3	Costo de producción de un Bolso.....	76

4.	PUNTO DE EQUILIBRIO	78
4.1	Punto de Equilibrio para Tapiz	78
4.2	Punto de Equilibrio para Correa.....	80
4.3	Punto de Equilibrio para un Bolso.....	82
5.	ANÁLISIS DEL NIVEL DE INGRESO DE LOS ARTESANOS.....	84
5.1	Nivel de ingresos de los artesanos – Producción Total.	84
5.2	Nivel de ingreso de los artesanos – Producción Parcial.....	86
5.3	Nivel de ingreso de los artesanos – Actividad Principal.....	87
5.4	Nivel de ingreso de los artesanos – Actividad Complementaria.....	89
6.	MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO	91
6.1	Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos menores que S/. 500.00).....	91
6.2	Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/.500.00 a S/.1000.00) .	93
6.3	Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/.1000.00 a S/.1500.00)	94
6.4	Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/.1500.00 a S/.2000.00)	96
6.5	Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos mayores a S/.2000.00)	97
7.	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	99
7.1	Comprobación de la Hipótesis Específica 1:.....	99

CAPÍTULO TERCERO

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

1.	ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA TEXTIL EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA.....	101
1.1	Destino de la producción.....	101
1.2	Tipo de comercialización.....	102
1.3	Exportación.....	103
1.4	Motivos por los que no exportan.....	105
1.5	Destino de exportación.....	106
1.6	Contacto con organizaciones que fomenten la exportación.....	107
1.7	Apoyo brindado por Instituciones.....	108
1.8	Complementa con otras líneas artesanales.....	109

2. RESULTADO OBTENIDO POR CTB.....	111
2.1 Ventas brutas	111
2.2 Distribución del mercado.....	112
3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	114
3.1 Comprobación de la Hipótesis Específica 2:.....	114
CONCLUSIONES.....	117
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119
ANEXO.....	124
• ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS	
• LISTADO DE ARTESANOS - DIRCETUR	
• CUADRO CONSOLIDADO DE INGRESOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO PRIMERO

Cuadro N° 01: Tipos de mercados	23
---------------------------------------	----

CAPÍTULO SEGUNDO

Cuadro N° 01: Proyección en ventas: empresas de la cadena de artesanía textil.....	40
Cuadro N° 02: Número de piezas producidas año 2011.....	41
Cuadro N° 03: Productos de mayor demanda año 2011	41
Cuadro N° 04: Distribución de artesanos por distritos.....	55
Cuadro N° 05: Años de trabajo como artesano (a) textil.....	57
Cuadro N° 06: Tipo de actividad	58
Cuadro N° 07: Familiares involucrados en la actividad artesanal textil	59
Cuadro N° 08: Personal externo involucrado en la actividad artesanal textil	61
Cuadro N° 09: Tipo de producción	62
Cuadro N° 10: Horas dedicadas a la actividad artesanal textil	63
Cuadro N° 11: Actividades complementarias	65

Cuadro N° 12: Número de telares operativos	66
Cuadro N° 13: Número de telares inoperativos	68
Cuadro N° 14: Factores que limita la producción	69
Cuadro N° 15: Lugar de compra de la materia prima	70
Cuadro N° 16: Número de piezas producidas (junio 2012)	71
Cuadro N° 17: Costo de producción de un tapiz	73
Cuadro N° 18: Costo de producción de una correa	75
Cuadro N° 19: Costo de producción de un bolso	76
Cuadro N° 20: Costo fijo mensual	78
Cuadro N° 21: Nivel de ingreso - producción total	84
Cuadro N° 22: Nivel de ingreso - producción parcial	86
Cuadro N° 23: Nivel de ingreso según actividad principal	87
Cuadro N° 24: Nivel de ingreso según actividad complementaria	89
Cuadro N° 25: Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos menores que S/. 500.00)	91
Cuadro N° 26: Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/. 500.00 a S/. 1000.00)	93
Cuadro N° 27: Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/. 1000.00 a S/. 1500.00)	94
Cuadro N° 28: Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/.1500.00 a S/.2000.00)	96
Cuadro N° 29: Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos mayores a S/.2000.00)	97
Cuadro N° 30: Maximización de la utilidad óptima de la actividad artesanal textil	99

CAPÍTULO TERCERO

Cuadro N° 01: Destino de mercado	101
Cuadro N° 02: Tipo de comercialización	102
Cuadro N° 03: Exportación	103
Cuadro N° 04: Causas porque no exporta	105
Cuadro N° 05: Destinos de exportación	106
Cuadro N° 06: Contacto con organizaciones que fomenta la exportación	107

Cuadro N° 07: Recibe apoyo en su actividad artesanal.....	108
Cuadro N° 08: Complementa con otras líneas artesanales	109
Cuadro N°09: Ventas brutas 2008 al 2011.....	111
Cuadro N°10: Distribución del mercado.....	112
Cuadro N° 11: Distribución del mercado según país de destino	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO PRIMERO

Gráfico N° 01: Función de proporciones fijas	19
--	----

CAPÍTULO SEGUNDO

Gráfico N° 01: Proyección en ventas: empresas de la cadena de artesanía textil	40
Gráfico N° 02: Función de proporciones fijas	54
Gráfico N° 03: Distribución de artesanos por distritos.....	56
Gráfico N° 04: Años de trabajo como artesano (a) textil.....	57
Gráfico N° 05: Tipo de actividad	58
Gráfico N° 06: Familiares involucrados en la actividad artesanal textil	60
Gráfico N° 07: Personal externo involucrado en la actividad artesanal textil.....	61
Gráfico N° 08: Tipo de producción.....	63
Gráfico N° 09: Horas dedicadas a la actividad artesanal textil	64
Gráfico N° 10: Actividades complementarias.....	65
Gráfico N° 11: Número de telares operativos	67
Gráfico N° 12: Número de telares inoperativos	68
Gráfico N° 13: Factores que limita la producción	69
Gráfico N° 14: Lugar de compra de la materia prima	70
Gráfico N° 15: Número de piezas producidas (junio 2012)	72
Gráfico N° 16: Punto de equilibrio caso tapiz	79
Gráfico N° 17: Punto de equilibrio caso correa.....	81
Gráfico N° 18: Punto de equilibrio caso bolso	82

Gráfico N° 19: Nivel de ingreso - producción total	85
Gráfico N° 20: Nivel de ingreso - producción parcial	86
Gráfico N° 21: Nivel de ingreso según actividad principal	88
Gráfico N° 22: Nivel de ingreso según actividad complementaria.....	90

CAPÍTULO TERCERO

Gráfico N° 01: Destino de mercado.....	101
Gráfico N° 02: Tipo de comercialización.....	102
Gráfico N° 03: Exportación	104
Gráfico N° 04: Causas porque no exporta.....	105
Gráfico N° 05: Destinos de exportación.....	106
Gráfico N° 06: Contacto con organizaciones que fomenta la exportación.....	107
Gráfico N° 07: Recibe apoyo en su actividad artesanal	108
Gráfico N° 08: Complementa con otras líneas artesanales.....	109
Gráfico N° 09: Ventas brutas 2008 al 2011.....	111
Gráfico N° 10: Distribución del mercado.....	112
Gráfico N° 11: Distribución del mercado según país de destino.....	113
Gráfico N° 12: Ecuación de la función de ingreso.....	115
Gráfico N° 13: Regresión de la función de ingreso y las formas de comercialización	116

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es sobre la actividad artesanal como fuente de ingreso de los artesanos textiles de la provincia de Huamanga del periodo –2012. Con esta investigación conoceremos el ingreso del artesano que considera ésta actividad como principal o complementaria y así mismo conoceremos al artesano que realiza la producción total y al que realiza una producción parcial que puede ser solo tejer o solo bordar.

La característica principal de este tipo de actividad es que emplea mano de directa debido a que es una actividad artesanal.

La investigación de este trabajo se dio por el interés de conocer el ingreso que genera esta actividad en nuestra provincia, ya que Ayacucho es considerado como “la capital de la artesanía peruana”. Así mismo profundizamos la investigación para establecer indicadores socioeconómicos y aportar estadísticas recientes sobre esta actividad.

La metodología utilizada fue a través de entrevista personal a los artesanos, los ítem de la entrevista se definieron en tres partes sobre producción, comercialización e ingreso bajo una prueba no probabilística conocida como intencional y/o por conveniencia.

Durante la investigación de campo uno de los obstáculos de la entrevista fue el temor de los artesanos a aceptar el encuentro, esto porque sienten temor a ser engañados y a que sus diseños sean copiados.

El objetivo principal de la presente investigación es conocer el ingreso de los artesanos de la Provincia de Huamanga como resultado de la actividad artesanal textil periodo junio 2012. Mientras los objetivos específicos son determinar el nivel de producción que permite optimizar el ingreso de los artesanos textiles y describir las formas de la comercialización en esta actividad productiva.

En el Capítulo Primero se realiza el planteamiento del problema y la identificación del problema principal, ¿Es la actividad artesanal textil la fuente principal de ingreso familiar de los artesanos de la provincia de Huamanga - 2012? y los problemas específicos ¿Cuál es el nivel de producción que permite optimizar el ingreso de los artesanos textiles de la provincia de Huamanga?, ¿Cuáles son las formas de comercialización de la producción artesanal textil y sus efectos en el nivel de ingreso familiar de los artesanos de la provincia de Huamanga?

En el Capítulo Segundo veremos a las instituciones involucradas con la actividad artesanal textil en la región de Ayacucho, así mismo el proceso productivo, los tipos de producción, costos de producción, el punto de equilibrio, el nivel de ingresos, maximización de los ingresos y por último la comprobación de hipótesis específica 1.

En el Capítulo Tercero se analiza la comercialización de la artesanía textil en la provincia de Huamanga, los resultados obtenidos por la Cooperación Técnico Belga (CTB) y la comprobación de hipótesis específica 2.

CAPÍTULO PRIMERO

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Diagnóstico de la realidad problemática

El Perú es una mezcla de diversas culturas ancestrales que van de generación en generación, es por ello que se conservan distintas costumbres que influyen en el modo de elaborar los productos artesanales, que son reconocidos a nivel nacional como internacional.

La artesanía peruana se encuentra entre las más variadas del mundo, como lo prueba la amplia red de exportadores que cada año exponen el ingenio de los peruanos en mercados europeos, asiáticos y norteamericanos. Su diversidad, colorido, creatividad y múltiple funcionalidad hacen de ella una actividad fundamental no sólo para la configuración de la identidad peruana sino también para la supervivencia de miles de familias y aún de pueblos enteros¹.

La artesanía peruana destaca en el mundo por su belleza, su variedad, y sobre todo por ser una fuente importante de empleo que tiene ocupados a más de tres millones de artesanos quienes desarrollan su labor en forma silenciosa y muchas veces sin ningún tipo de facilidades en las zonas rurales y urbano marginales del país². La producción artesanal se ha convertido en una alternativa laboral para la población desempleada.

Sin embargo los artesanos mantienen una economía de subsistencia, caracterizada por el modo de producción basados en el trabajo individual, familiar o comunal; sus modestos hogares han sido transformados en talleres, donde sus

¹ Perú Tourism Bureau – Artesanía

² Ricaldi Hurtado, Rigoberto. "Empresas familiares de producción artesanal...: Problemática y lineamientos Básicos..."

ingresos no le permiten alcanzar óptimos niveles de vida, a pesar que sus artesanías cuentan con gran aceptación³.

Los trabajos de los artesanos son apreciados y valorados, pero solo por un grupo de élite que saben bien que la artesanía crea un ambiente especial, cálido, familiar e íntimo que se disfruta en ambientes como una casa, una oficina, una embajada, un hotel o un restaurant turístico que ayuda además a combatir el stress que trae la acelerada producción de la industria.

Sin embargo muchas veces los trabajos de arte popular no son valorados en su verdadera dimensión y las piezas que son de incalculable valor no son vendidas o son vendidas por presión del propio mercado.

En la actualidad el arte popular se mantiene vigente en las naciones pobres del mundo debido al desempleo y también por la supervivencia de las culturas originarias, pero esto implica que el artesano modifique en parte sus trabajos, su proceso de elaboración y hasta sus diseños para adaptarse a un público que no conoce⁴.

Lo idóneo pues sería que la artesanía no solo se limite a un sector de élite sino más bien a todas las clases sociales y así alentar su crecimiento y proteger una de las pocas armas que combaten nuestro ritmo moderno actual, a veces tan vacío.

Ayacucho es considerado "capital de la artesanía peruana", y alberga a unos siete mil artesanos y sólo en Huamanga existen unos cinco mil, siendo este un número considerable de personas que se dedican a este sector económico esta es una alternativa de desarrollo y crecimiento de las familias dedicadas a este rubro.

La artesanía en Ayacucho es fuente de trabajo que absorbe un vasto sector de la población, de igual manera las actividades afines (productores y proveedores de materias primas e insumos).

³ Ricaldi Hurtado, Rigoberto. "Empresas familiares de producción artesanal...: Problemática y lineamientos Básicos..."

⁴ Extractos del artículo Nueva Visión Del Arte Peruano de la revista CIDAP

La artesanía textil es la que genera mayor auto-empleo familiar, manifestándose de esta manera por la disponibilidad de recursos con que cuenta esta zona y la presencia de artesanos por herencia familiar.

Sin embargo este sector presenta deficiencias los cuales, aún no han sido atendidos.

Dentro de los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Artesanía (PENdAR), se identificó las siguientes debilidades⁵.

- La inexistencia de una visión estratégica articulada, alineada y concertada entre los actores del sector y las entidades involucradas, ocasiona que existan esfuerzos aislados para desarrollar el sector.
- Escasa coordinación y alineamiento entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Dirección Nacional de Artesanos (DNA), Dirección de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), Gobiernos Regionales y Locales.
- Modelos de asociatividad de los productores, poco sostenibles, debido a escasos vínculos de confianza, baja representatividad de las directivas, rasgos culturales, diferentes tamaños de empresas y deficiencias en la gestión de las organizaciones asociativas.
- Insuficiente oferta de calidad y difícil acceso a las materias primas e insumos a nivel regional y local.
- Débil posicionamiento de los productos de artesanía peruana en sus diferentes mercados: local, turístico y de exportación.
- Productos carentes de valor agregado y no diferenciados de acuerdo a los requerimientos y exigencias de los distintos mercados: local, turístico y de exportación.
- Escasos conocimientos de productividad e indicadores de producción por parte de los pequeños productores de artesanía.

⁵ Plan Estratégico Nacional de Artesanía "PENdAR Hacia el 2021" - Octubre de 2011.

- Baja escala de producción de artesanía para atender pedidos grandes.
- Escaso desarrollo de marcas de productos artesanales debido a la insuficiente información sobre el tema y a los altos costos de registro.
- Malas prácticas productivas y comerciales (venta de réplicas culturales sin certificación) afectan la imagen del sector.
- Escaso desarrollo de marcas de productos artesanales debido a la insuficiente información sobre el tema y a los altos costos de registro.
- Insuficientes canales de comercialización para que el artesano productor llegue al mercado de exportaciones y turístico.
- Deficiente distribución y localización de puntos y centros de venta de artesanías.
- Alto poder de negociación e influencia de los intermediarios y comercializadores frente a los artesanos productores (elevado margen del intermediario frente al escaso margen del productor).
- Débil articulación e integración de la cadena productiva con la cadena de comercialización (proveedor, productor, intermediario, comercializador).
- Escasa cultura de inversión (aversión al riesgo), cultura empresarial y visión estratégica de negocio de los actores de la cadena de producción y comercialización, especialmente de los artesanos productores (escasos conocimientos de gestión y determinación de costos).
- Alto grado de informalidad de los productores de artesanía (altos costos, proceso complejo, régimen poco flexible y desconocimiento de beneficios).
- Débil formación de los productores en gestión empresarial y herramientas de comercialización.
- Inseguridad de los empresarios para asociarse en consorcios.

En el I congreso regional de artesanía realizado en la ciudad de Ayacucho, se identificó los siguientes problemas en cada eje.

Asociatividad:

- La falta de transparencia e inadecuada comunicación dentro de las unidades productivas e intereses económicos.
- Existen un grueso número de artesanos que trabajan individualmente, pero pocos son exitosos.

Producción:

- En la región no se encuentra materia prima de calidad, como los insumos de teñido, lana de ovino y fibra de alpaca.
- Existe un grueso número de talleres que no cuenta con tecnología e infraestructura adecuada para la producción de la artesanía, cada artesano se adecua a lo que tiene.
- Existe escasa mano de obra calificada; los artesanos innovan constantemente sus productos, pero aún se requiere de capacitación especializada en diseño. Los artesanos no invierten en capacitaciones.

Comercialización

- Poco apoyo a los artesanos en la participación en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales.

Gestión Empresarial

- Las capacitaciones en Ayacucho no se realizan de acuerdo a la realidad y los profesionales no son de la región⁶.

No existe un diagnóstico actualizado de los problemas que enfrenta el sector artesanal textil y sector de piedra en Huamanga; tampoco un plan estratégico en el

⁶ Conclusiones Preliminares: I Congreso Regional de Artesanía "JOAQUIN LOPEZ ANTAY" Agosto 2011 – MPH SGTA

cual mencionen objetivos de corto, mediano y largo plazo; por lo tanto el trabajo de las instituciones públicas se dan de manera esporádica.

Hoy en día, más personas están revalorando los productos artesanales; que forma parte de su cultura, de su propia identidad; siendo así que el consumo de estos productos ha crecido. Del mismo modo, el turismo en nuestro país está creciendo y como consecuencia de ello las personas visitantes se quedan maravillados con los productos artesanales que ofrecen, haciendo que la demanda de éstos aumente.

1.2 El problema

En la ciudad de Ayacucho, para algunos, existe la percepción de que la producción del sector artesanal es importante porque constituye una alternativa de trabajo y sustento económico. Sin embargo, otros no lo consideran como importante porque el aporte al Producto Bruto Interno departamental no es significativo.

El distrito de Ayacucho alberga a 219 artesanos textiles⁷, y 13 empresas textiles formalizadas las primeras mantienen una economía de subsistencia, y las segundas aunque con dificultades están en una primera fase la de introducción en la que empiezan a posesionarse en el mercado, esto porque enfrentan problemas relacionados a la producción, comercialización y entre otros; y todo esto se ve reflejado en el nivel de ingreso, los cuales no le permiten alcanzar mejorar su capacidad de adquisición de bienes y/o servicios.

⁷ Padrón de Artesanos – 2011 – DIRCETUR.

1.3 Formulación del Problema

Problema Principal

¿Es la actividad artesanal textil la fuente principal de ingreso familiar de los artesanos de la Provincia de Huamanga – 2012?

Problemas Específicos

¿Cuál es el nivel de producción que permite optimizar el ingreso de los artesanos textiles de la provincia de Huamanga?

¿Cuáles son las formas de comercialización de la producción artesanal textil y sus efectos en el nivel de ingreso familiar de los Artesanos de la Provincia de Huamanga?

1.4 Delimitación del problema.

1.4.1 Delimitación espacial.

El estudio se realiza en la Provincia de Huamanga, considerando los distritos de Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto y Jesús Nazareno.

1.4.2 Delimitación temporal.

Periodo junio 2012 - Trabajo de investigación de corte transversal.

1.4.3 Delimitación social.

Artesanos de los distritos: Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto y Jesús Nazareno.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo Principal

Conocer el ingreso de los artesanos de la Provincia de Huamanga como resultado de la actividad artesanal textil – 2012.

2.2 Objetivos Específicos

Determinar el nivel de producción que permite optimizar el ingreso de los artesanos textiles.

Describir las formas de la comercialización en esta actividad productiva.

3. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

3.1 Importancia

La importancia del presente trabajo, reside en determinar si el incremento de la producción de la actividad artesanal, se ve reflejado en los ingresos de las familias involucradas, de igual manera conocer si la producción artesanal da oportunidad a las personas que se encuentran en situación de pobreza para acceder a nuevas economías y que éste les permita mejorar sus ingresos y por consecuencia su calidad de vida.

3.2 Justificación

El presente trabajo se justifica ya que se determinará los ingresos de la línea artesanal textil, y se identificará las dificultades en cada proceso para proponer estrategias de desarrollo de la actividad textil, esto servirá para conocer su comportamiento, ya que conociéndolo se puede dirigir el crecimiento y desarrollo de la actividad. De igual manera se presentará fundamentos económicos que permitan confirmar la viabilidad de esta actividad ancestral.

Así mismo este trabajo de investigación puede ser tomado como punto de partida para posteriores investigaciones, ya que la artesanía por ser un indicador económico es una alternativa que tiene Ayacucho para lograr un crecimiento y desarrollo de las familias involucradas, por lo que las motivaciones para desarrollar la presente investigación son de carácter social y teórico.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Antecedentes

El trabajo de investigación es de corte transversal, sin embargo se han revisado investigaciones semejantes a lo que se viene estudiando, que nos han permitido comprender las variables de análisis y a continuación se detalla:

En relación a la artesanía, donde se discute si es: ¿Sobrevivencia o alternativa de empleo?, existen estudios como la de Albareda E. y Albareda F. quienes aseveran que “Desde la creación de la Dirección General de Artesanías en el Ministerio de Industrias, en la década del’70, el Estado pretende formalizar un fenómeno que aparece como potencial contribuyente a solucionar el problema del empleo en el Perú. La proliferación de actividades productivas intensivas en mano de obra, requiere de un direccionamiento estatal. Es más coherente con la dotación de factores de producción nacional y contribuye a suavizar las contraindicaciones sociales. Sin embargo, engloba sectores sociales que tienen orígenes diferentes. Por un lado, actividades productivas que son parte de una estrategia de supervivencia en áreas urbano-marginales y de otras actividades productivas con larga tradición en los diferentes contactos socio culturales del país”⁸.

El artesano requiere para sobrevivir, de agentes internacionales que le informan de la necesidades del mercado y que trasladan su producción hacia el mismo, esto lo alcanzarán formando gremios para solucionar las limitaciones de materias primas, insumos e inversiones⁹.

Ante la estrechez del mercado local, se hace necesario conquistar mejores mercados que permitan efectivizar o dinamizar el consorcio artesanal, el mercado que permite esto es el mercado internacional, con las condiciones de calidad y

⁸ Ricaldi Hurtado, Rigoberto. “Empresas familiares de producción artesanal...: Problemática y lineamientos Básicos...”

⁹ Albareda E. Albareda F. Artesanía ¿Sobrevivencia o Alternativa de Empleo?

cantidad, para lo cual es necesario construir “Consortios Artesanales de carácter comercial”¹⁰.

Medina y Caballero¹¹. Mencionan que en la ciudad de Ayacucho, para algunos, existe la percepción de que la producción del sector artesanal es importante porque constituye una alternativa de trabajo y sustento económico. Sin embargo, otros no lo consideran como importante porque fundamentalmente no contribuye significativamente al Producto Bruto Interno departamental.

Una característica de todo lo escrito sobre el sector artesanal es que abordan en casi todos los trabajos el lado de la oferta. Básicamente intentan calcular el valor bruto de la producción y los costos de producción en el propósito de mostrar que no existen ganancias, por tanto no es posible invertir en este sector.

Los Artesanos que se dedican a esta actividad artesanal lo hacen como actividad complementaria; ello se explica porque la actividad principal en esta zona es la agricultura.

La unidad familiar (titular y familiares), es el elemento principal para el desarrollo artesanal, para generar trabajo familiar y para terceros; estos últimos en su mayoría provienen de zonas rurales, quienes para poder sobrevivir se emplean de acuerdo a las condiciones que establece el titular.

Para Montes Amparo¹². Existen unidades artesanales textiles que no desarrollan el proceso de producción de forma completa. El tipo de desarrollo del proceso de producción depende del tipo de aprovisionamiento de la materia prima.

Huamán y De la cruz¹³. Indican que en el actual contexto económico es importante diferenciar a esta unidad económica por la particularidad de su organización familiar desde el hilado hasta el producto terminado (tejido artesanal) y organización empresarial desde el ovillado en cono hasta el producto terminado

¹⁰ Delgado S. y Camacho R. Artesanías y Artesano del Cusco. Edit. ASAPES. Cusco – Perú.

¹¹ Medina Fernando y Caballero Mario: Determinantes de la producción del sector artesanal textil de Ayacucho – 2002

¹² Montes Amparo: La artesanía textil en la ciudad de Ayacucho – un análisis empírico 2003

¹³ Rómulo Huamán y Demetrio De la cruz: El sector artesanal textil en Ayacucho: un análisis de punto de equilibrio - 2003

(tejido industrial) haciendo referencia al mercado de materias primas, materias auxiliares, suministros y productos terminados así como de su funcionamiento. No es posible producir a gran escala porque enfrenta limitaciones de factor capital expresado en materia prima y equipos, en la producción del nivel industrial. Por ello es mejor que no produzcan un solo producto para evitar probables pérdidas.

La presencia de la artesanía ayacuchana a nivel nacional e internacional es una de las más significativas a nivel mundial, hecho que le ha merecido el título de "Capital de la Artesanía Peruana" a la ciudad de Ayacucho.

La problemática artesanal es integral en sus diversos aspectos: Producción, Comercialización y Organización donde menciona que existen pretensiones inconclusas de agremiación, agrupaciones desintegradas, dispersión total de los artesanos y ausencia de criterio colectivista, marcado individualismo y ausencia total del estado en los aspectos de promoción y fomento de la artesanía.

En el Perú, la artesanía es una actividad económica y cultural que involucra a numerosas personas que viven de ella, a través de la cual se trasmite la historia e identidad de los pueblos. Es además una actividad económica en expansión, que involucra alrededor de 100,000 talleres que ocupan directamente a 500,000 personas aproximadamente. La gran mayoría de estos talleres son micro y pequeñas empresas que enfrentan los mismos problemas de formalización, acceso a la información y acceso a mercados que las empresas de otros sectores¹⁴.

¹⁴ Plan Estratégico Nacional de Artesanía "PENdAR Hacia el 2021" - Octubre de 2011.

4.2 Bases teóricas

4.2.1 Ingreso

Keynes¹⁵, “cuando aumenta la ocupación aumenta también el ingreso global de la comunidad; la psicología de ésta, es tal que cuando el ingreso real aumenta, el consumo total crece, pero no tanto como el ingreso...”

Saavedra Jaime¹⁶, El nivel de los ingresos totales familiares dependen en gran medida del comportamiento del ingreso proveniente del mercado laboral. Cambios en los ingresos laborales pueden tener un efecto importante sobre la posibilidad de salir o entrar a la condición de pobreza.

Herrera Camilo¹⁷, El agente económico por su labor obtiene un salario, por la utilización eficiente de su capital una renta y por otras labores un jornal. Todos estos son los ingresos del consumidor, más no todos ellos son corrientes, es decir periódicos y continuos.

Ingreso familiar

(OCEI, 1986) define como la suma de las remuneraciones al trabajo de los miembros de la familia ocupados¹⁸.

El ingreso del hogar se define como la suma de los ingresos de todos sus miembros y los que se captan de manera conjunta, tanto en efectivo como en especie. En este marco, los dos principales conceptos de ingreso familiar son el

¹⁵ KEYNES, J.M. (1936): *Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero*. F.C.E. México, 1981.

¹⁶ Sáavedra Jaime (1998), Empleo, Productividad e Ingresos: Perú (1990 – 1996).

¹⁷ Herrera Mora Camilo: Consumo Cultural Potencial en América Continental 2001: Una aplicación del Modelo de Asignación de Consumos al Gasto en Cultura.

¹⁸ Oficina Central de Estadística e Informática – Venezuela (1986)

ingreso total del hogar y el ingreso disponible del hogar.¹⁹ El ingreso total del hogar es igual a la suma de los ingresos formados por:

- a. los sueldos y salarios en dinero y especie, las contribuciones de los empleadores a la seguridad social y a planes similares (cajas de pensiones, seguros de enfermedad, etc.), y la renta empresarial bruta de sociedades no incorporadas,
- b. la renta de la propiedad (constituida por la renta imputada de los ocupantes de sus propias viviendas, intereses, dividendos, rentas, regalías, patentes, derechos de autor, y otros similares), y
- c. las transferencias corrientes y otros beneficios recibidos (que incluyen los ingresos de beneficios de la seguridad social, pensiones y beneficios de seguros de vida y otras transferencias corrientes).

Al deducir de este ingreso total los impuestos directos y las contribuciones a la seguridad social y al fondo de pensiones (gastos obligatorios) se obtiene lo que se conoce como el ingreso total disponible del hogar. Disponible para el consumo final de los hogares (en efectivo y en especie), otros gastos (de no consumo) no obligatorios y para el ahorro.

Los sueldos y salarios deben incluir todos los pagos que los empleados reciben por su trabajo, en efectivo o especie, y antes de deducir sus propias contribuciones a la seguridad social, impuestos y conceptos parecidos. Incluyen también los pagos por concepto de comisiones, propinas y bonificaciones, indemnizaciones por costo de vida, vacaciones, horas extras, gratificaciones, ausencias por enfermedad y otros pagos directos del empleador. El costo de los alimentos, hospedaje, transporte y ropa ordinaria que el empleador provee a los empleados sin costo alguno o a costos reducidos, se debe considerar como

¹⁹ "Encuestas de Ingresos y Gastos de los Hogares. Un estudio Técnico", Programa para desarrollar la capacidad nacional para efectuar Encuestas de Hogares, departamento de Desarrollo Económico y Social de las Naciones Unidas y la División de Estadística, Nueva York, 1992.

sueldos y salarios en especie. Los uniformes y otra ropa de trabajo que se suministra sin costo no se consideran como parte de los salarios.

4.2.2 Ingreso per cápita

El ingreso per cápita indica la renta y el gasto de la persona media de la economía. Como la mayoría de las personas preferirían recibir una renta mayor y disfrutar de un gasto mayor. El ingreso per cápita parece un indicador lógico del bienestar económico del individuo medio.

El ingreso per cápita indica qué ocurre con la persona media; pero tras esa media hay una gran diversidad de experiencias personales.

Al final podemos extraer la conclusión de que el PBI es un buen indicador de bienestar económico para la mayoría de los fines, si bien no para todos, es importante tener presente lo que incluye y lo que excluye.

Existen enormes diferencias entre los niveles de ingreso per cápita de los países ricos y de los países pobres. Los países que tienen un bajo ingreso per cápita tienden a tener más niños con un bajo peso al nacer, unas tasas más altas de mortalidad infantil, unas tasas más altas de mortalidad de la madre, unas tasas más altas de desnutrición infantil y menos acceso al agua potable. En los países que tiene un bajo ingreso per cápita, es menor el número de niños en edad escolar que están realmente en la escuela y los que están en la escuela deben aprender con menos maestros por estudiante, estos países también tienden a tener menos televisores, menos teléfonos, menos carreteras pavimentadas y menos hogares con electricidad²⁰.

4.2.3 Producción

John Stuart Mill, "La producción de riqueza, la extracción de los materiales de la tierra, de los instrumentos para la subsistencia y la felicidad humana, no es,

²⁰ N Gregory Mankiw: Principios de Economía, Universidad de Harvard. (2007)

evidentemente, cosa arbitraria. Tienen sus condiciones necesarias. De éstas, unas son físicas y dependen de las propiedades de la materia y del grado de conocimiento de éstas que se posea en un determinado lugar y en determinada época”.

Marx²¹, “La producción crea los bienes que son el correlato de las necesidades, la distribución los reparte según leyes sociales ... para que sean consumidos, el producto se desliga de este proceso social y transforma en un objeto cuya finalidad es la satisfacción de una necesidad concreta”.

En esta parte interesa entender que al combinar la producción y comercialización se obtiene cuatro utilidades económicas básicas a saber:

- De forma, el producto debe ser algo que los consumidores desean;
- De tiempo; disponer del producto cuando el cliente lo desee;
- De lugar; disponer del producto donde el cliente lo desee;
- De posesión; obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.

Estas cuatro utilidades mencionadas son significativas para el funcionamiento de la empresa.

Elies Furges Vasto²², La producción total está determinada enteramente por condiciones técnicas, pero su división en renta, beneficios y salarios es determinada por la interacción técnica, económica y demográfica.

N. Gregory Mankiw²³, El Nivel de vida de una economía depende de su capacidad para producir bienes y servicios.

La producción final, por su parte está constituida por uno o varios bienes que la empresa elabora para vender en el mercado.

²¹ Marx, Karl. : “Zur Kritik der politischen Ökonomie Ring Verlag A.G. Zurich, 1934

²² Elies Furges Vasto: Los lenguajes de la Economía un recorrido por los marcos conceptuales de la Economía, Université Jean Moulin.

²³ N Gregory Mankiw: Principios de Economía, Universidad de Harvard. (2007)

Tanto los productos finales como los insumos están definidos como cantidades por unidad de tiempo. No interesa tanto que la unidad de tiempo elegida sea una hora, un día, una semana, un mes o un año, si no que las cantidades de trabajo y capital que el productor utiliza y de los productos finales que elabora, estén referidos a la misma unidad de tiempo.

Debe tomarse en cuenta que la definición de conjunto de producción no hace sino expresar el estado de los conocimientos técnicos para la empresa considerada, y que en consecuencia, esta definición es totalmente independiente de las limitaciones que pueda haber en la disponibilidad de los insumos, así como de las restricciones legales que puedan restringir o impedir la utilización de determinados programas de producción²⁴.

La función de producción para cualquier artículo es una ecuación, tabla o gráfica, que indica la cantidad (máxima) de dicho artículo que puede producirse por unidad de tiempo para cada conjunto de insumos alternos, cuando se utilizan la mejores técnicas de producción disponibles.

Un productor está en equilibrio cuando maximiza la producción para el desembolso total determinado. Otra manera de decir lo anterior es que un productor está en equilibrio cuando alcanza la isocuanta más alta de acuerdo a su isocosto²⁵.

La función de producción, es una función matemática conceptual que muestra la relación entre los factores de una empresa y sus niveles de producción. Si la producción es una función de capital y de trabajo solamente se representa por medio de: $Q = f(K, L)$ ²⁶

²⁴ Fernández Baca, Jorge: Microeconomía Teoría y Aplicaciones, Tomo I – 2000.

²⁵ Dominick Salvatore, Ph.D.: Microeconomía Tercera Edición – 1992.

²⁶ Nicholson, Walter: Teoría Microeconómica Principios Básicos y Aplicaciones – 1997.

Una función de producción es una relación entre las cantidades físicas de recursos empleadas por una empresa y la cantidad física de bienes y servicios que ésta produce por unidad de tiempo²⁷.

4.2.4 La función de producción de proporciones fijas $\delta = 0$ ²⁸

La función de producción caracterizada por $\delta = 0$ es el importante caso de una función de producción de proporciones fijas. El capital y el trabajo deben utilizarse siempre en una relación fija. Las isocuantas de esta función de producción tienen forma de L y se representan en el gráfico N°1. Una empresa caracterizada por esta función de producción se encontrará siempre a lo largo del rayo en el que el cociente K/L sea constante. Producir en otro punto que no sea el vértice de las isocuantas sería ineficiente, ya que podría obtenerse el mismo nivel de producción con menos factores moviéndose a lo largo de la isocuanta hacia el vértice.

Dado que K/L es una constante, es fácil ver que de acuerdo con la definición de la elasticidad de sustitución, δ debe ser igual a 0.

La forma matemática de la función de producción de proporciones fijas viene dada por:

$$q = \min(aK, bL) \quad a, b > 0$$

Donde el operador "min." Significa que q viene dado por el valor menor de los dos valores que se encuentran entre paréntesis. Supongamos, por ejemplo, $aK < bL$ en ese caso, $q = aK$ y diríamos que el capital es la restricción activa en este proceso de producción. La utilización de más trabajo no elevaría la producción y, por lo tanto, el producto marginal del trabajo es cero; el trabajo adicional sería superfluo en este caso. Así mismo si $aK > bL$, el trabajo es una restricción activa a que está sujeta a la producción y el capital adicional es

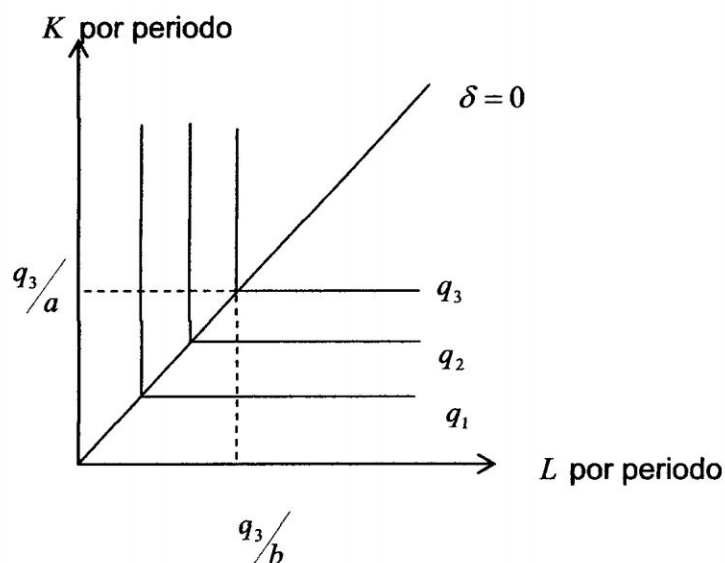
²⁷ Bilas Richard A.: Teoría Microeconómica – 1980.

²⁸ Nicholson Walter: Teoría Microeconómica – 1997.

superfluo. Cuando $aK = bL$, se utilizan a pleno rendimiento los dos factores. Cuando así ocurre $K/L = b/a$ y la producción se encuentra en un vértice del mapa de isocuantas. Si ambos factores son costosos, éste es el único lugar minimizador de los costos para producir. El conjunto de todos esos vértices es una línea recta que pasa por el origen y cuya pendiente viene dada por b/a .

La función de producción de proporciones fijas tiene una amplia variedad de aplicaciones, por ejemplo, muchas máquinas necesitan un determinado número de personas para manejarlas, pero cualquier exceso de trabajo es superfluo. Consideremos la posibilidad de combinar capital (un cortacésped) y trabajo para cortar el césped. Siempre se necesitará una persona que maneje el corta césped y cualquiera de los dos factores será incapaz de producir nada sin el otro. Es posible que muchas máquinas sean de este tipo y exijan un complemento fijo de trabajadores por máquina.

Gráfico N° 01
FUNCIÓN DE PROPORCIONES FIJAS



4.2.5 Comercialización

McCarthy J. define en dos niveles; en el macro nivel, la comercialización tiene interés en diseñar un sistema eficiente (con referencia al empleo de recursos) y justo (con referencia a la distribución del producto entre todas las partes implicadas) que dirija el flujo de bienes y servicios de una economía de los productores a los consumidores y realice los objetivos de la sociedad. En el micro nivel, la comercialización es la realización de las actividades comerciales que orienta el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario, con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa.²⁹

De esta definición, se desprende que la comercialización viene a ser un proceso social que se ocupa de aquello que los clientes desean, tanto de los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades; además sirve de guía para lo que se produce y ofrece.

La comercialización es importante porque repercute en casi todos los aspectos de la vida diaria, y nos hace un consumidor relacionado con ella por el resto de la vida. Desempeña un papel grande en el crecimiento y desarrollo económico del país, es posible lograr mayor empleo, mejores ingresos y nivel de vida más alto para el futuro nuestro y de todas las naciones.

Las funciones de la comercialización que facilita a la producción y al consumo son:

- Comprar
- Transportar
- Estandarizar y clasificar
- Correr riesgos
- Vender
- Almacenar
- Financiar
- Lograr información de mercado

²⁹ McCarthy Jerome E. (1981) Comercialización.

Lyndon Brown³⁰, La comercialización y distribución comprende el proceso íntegro de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento al consumidor para su uso final. Los procesos de comercialización y distribución en sí mismos, están limitados a las actividades necesarias para llevar los productos o servicios desde el productor hasta los compradores o consumidores.

Según esta definición el autor utiliza los términos comercialización y distribución conjuntamente y como sinónimos. Esto está de acuerdo con la práctica corriente aunque a veces el término distribución sea empleado para describir el proceso completo de la transferencia de mercaderías y servicios del productor al consumidor aunque en otras oportunidades se lo restrinja al área más limitada de la distribución mayorista y minorista. La American Marketing Association recomienda que los términos comercialización y distribución sean usados como sinónimos.

Rodger Leslie W.³¹, no hay una fórmula universal que permita movilizar y organizar el esfuerzo comercial, ni un solo molde que confiere forma a la estructura comercial. Ciertamente no existe una definición aceptada universalmente de la comercialización.

Según la Asociación Norteamericana de Comercialización define la comercialización como la ejecución de actividades comerciales que orientan el flujo de artículos y servicios del productor al consumidor o usuario.

La mayor parte de los productores no venden sus artículos directamente a los consumidores finales. En medio se mueve un ejército de intermediarios comerciales, que desarrollan diversas funciones y llevan nombres distintos. No todos estos intermediarios figuran en todas las empresas y es sabido que los productores de una misma industria contratan a diferentes intermediarios para

³⁰ Lyndon Brown: Comercialización y Análisis de Mercado Manual y casos Prácticos 4ta Edición 1977.

³¹ Rodger, Leslie W. (1977) Comercialización en una Economía Competitiva.

distribuir productos análogos. Las mercancías pueden hacerse llegar casi siempre a sus usuarios finales de más de una manera³².

Un canal de distribución consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto, al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocios final; el cual influye siempre al productor y al cliente final del producto final en su forma presente, así como cualquier intermediario, como los detallistas y mayoristas.

El canal de un producto se extiende solo a la última persona u organización que lo compra sin hacerle un cambio significativo a su forma. Cuando esta forma se altera y surge otro producto, se inicia un nuevo canal³³.

La función comercial conecta la empresa con el exterior, se ocupa del conjunto de actividades necesarias para hacer llegar los bienes y servicios producidos al consumidor.

La actividad comercial consiste en determinar, analizando el mercado, qué bien o servicio se va a producir, a qué público se va a dirigir, dónde se va a comercializar, qué precio tendrá, cómo se va a promocionar.

MERCADO

Conjunto de actividades de compraventa de un producto llevadas a cabo por oferentes (vendedores) y demandantes (compradores).

El mercado de la artesanía textil en la provincia de Huamanga es de competencia monopolística; el producto de cada empresa artesanal está diferenciado aunque sea muy sustituible. Tomemos como ejemplo los tapices. El comprador percibe como diferentes los tapices innovados con formas y colores modernistas pero sin perder lo étnico. El artesano que consigue innovar su

³² Borrero Briceño, Julio César: Marketing Estratégico – 2007.

³³ Stanton William, Etzel Michael, Walker Bruce: Fundamentos de Marketing – 2007.

producto tiene el monopolio del producto y se esforzará en diferenciar su producto de los otros artesanos textiles. Cuanto más diferenciado esté el producto mayor será el poder de mercado de la empresa, es decir, mayor podrá ser la diferencia entre el precio que establezca para su producto y su coste marginal

Cuadro N° 01

TIPOS DE MERCADOS (según oferentes y demandantes)

Criterios	Competencia perfecta	Competencia imperfecta		
		Monopolio	Oligopolio	Competencia monopolística
N° Oferentes	Mucha	Uno	Poco	Muchos
Influencia sobre precio	Nula	Mucha	Alguna	Alguna
Barreras	Abierto	Cerrado	Cerrado	Abierto
Diferenciación	Homogéneo	Homogéneo	Homogéneo	Diferenciado
Competencia	Muy fuerte	No hay	Muy fuerte	Muy fuerte

Elaboración: Propia

4.2.6 La artesanía en el Perú

En el Perú, la relación entre el turismo y la actividad artesanal es esencial para el beneficio directo y concreto de los pobladores de zonas hacia donde confluyen turistas, que las visitan a fin de conocer, no solo su belleza paisajística, sus atractivos arqueológicos o de biodiversidad, sino también la riqueza de su cultura viva.

La artesanía es una de las manifestaciones más representativas de esa cultura, pues refleja la idiosincrasia, el espíritu y la cotidianeidad de los pueblos.

A. Importancia de la artesanía a nivel nacional

La artesanía es una actividad complementaria a la agricultura para generar más ingresos.

Permite la expresión de la creatividad popular y la identidad peruana.

Se constituye en una alternativa de empleo, sobre todo en la zona rural y urbana marginal. Incorpora a la mujer y a los jóvenes a las actividades productivas.

Involucra casi a 2 millones de personas, ubicadas en las zonas rurales y urbanas marginales del país. Y existe alrededor de 100,000 talleres artesanales, principalmente, micro y pequeñas empresas³⁴.

B. Comercialización de la artesanía textil

La comercialización a nivel de un primer eslabón se realiza mayormente en los talleres, a los intermediarios. Mientras más especial y escaso sea el producto, mejores serán las posibilidades de negociación, para ello es necesario conocer la necesidad del consumidor final.

Según la ley del artesano el estado a través de sus entidades como es el Consejo Nacional de Fomento Artesanal (CONAFAR), incentiva a la comercialización directa de los productos artesanales. Para tal efecto se incentiva la comercialización directa de los artesanos productores, mediante ferias, promoción de la actividad artesanal.

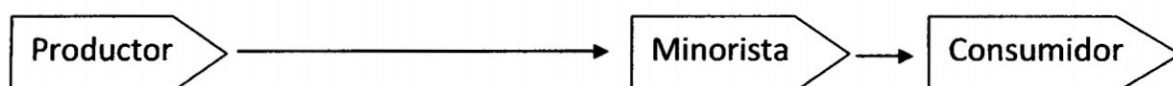
Clasificación de canales de distribución:

1. Canal directo: va desde el productor al consumidor final sin pasar por ningún intermediario.

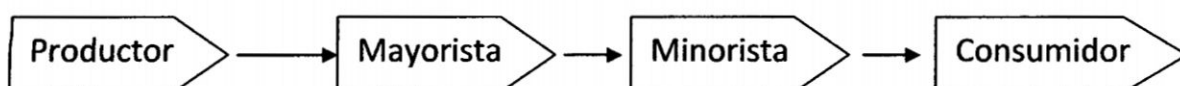
³⁴ Merino Vilca Yesenia Norma, Producción artesanal en el Perú.



2. Canal corto: del productor pasa a un minorista (tienda) y éste vende el producto a un consumidor final



3. Canal largo: productor va a mayorista, luego a minorista y finalmente al consumidor.



Cuando más largo sea el canal usado, más caro resulta el producto pues aumentan los costes ya que cada intermediario cobra por su labor. La ventaja de un canal largo es que así el producto llega a más personas y se difunde mejor.

C. Producción en pequeña escala

Es realizada en pequeños talleres, que son parte de empresas textiles que están formalizadas y posesionadas, subsisten debido a las condiciones de mercado que solicitan diseños particulares que se logra con los trabajos de pequeños talleres enfocados en producción en pequeña escala, esto aunado al hábito y a la convivencia muy a pesar de las ventajas económicas, ya que existe la atracción de cualidades especiales del producto, como es el hecho a mano.

La ausencia de una economía de escala en este sector y la exigencia de las economías, adquiere también importancia. Por esta razón el sector de la artesanía se ha configurado en producción de pequeña escala a nivel regional. Esta vitalidad de este tipo de producción refleja la capacidad de la pequeña unidad de producción para satisfacer requisitos particulares.

4.2.7 La artesanía textil en Ayacucho

La provincia de Huamanga se asocia a una notable tradición cultural artística, artesanal, costumbrista, religiosa y folklórica, siendo reconocida como la capital de la artesanía peruana.

En los últimos años se ha tomado mayor importancia los tejidos en telar de lana de alpaca y vicuña (219 artesanos inscritos)³⁵. Los tipos de trabajos de los tejidos o artesanía textil son: correa, vincha, bolso, cartuchera, cojín, monedero, individuales, tapiz, bastidor, camino, frazada rústica, centro de mesa, piso y alfombras. El desarrollo de esta actividad es importante porque es intensiva en mano de obra y puede convertirse en un negocio que permita la mejora de la calidad de vida de los artesanos y sus familias. El desarrollo de esta actividad pasa por elaborar diseños que correspondan los gustos de los posibles demandantes, conocer y emplear nuevas técnicas sin perder la tradición, mantenerse informado de las tendencias de los mercados. Se ha empezado a trabajar en este campo pero falta aún mucho por hacer.

Según los estudios realizados por la Dirección de Artesanía de la DIRCETUR, la baja producción de la artesanía se debe principalmente a la disminución de la demanda (por ser un producto que depende del turismo) representando el 88% de las causas, escaso capital propio (76%), difícil acceso al crédito (17%) y la escasa capacitación técnica (4.5%).

A. Artesanía textil e ingresos

Los artesanos textiles de la ciudad de Ayacucho, en fines de operación producen por debajo de su nivel de equilibrio, ES DECIR NO TIENE GANANCIAS. En este sector artesanal textil no es conveniente la especialización, porque el

³⁵ Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Ayacucho. 2008 – 2018.

periodo de recuperación del capital es mayor y además no es posible producir a gran escala³⁶

No existe diferencia significativa en cuanto al beneficio total por tipo de producto. Esto significa que al artesano le es indiferente producir cualquier tipo de producto y solo diversifica su producción de acuerdo a la demanda por cada tipo de producto³⁷.

Los ingresos de los artesanos está limitada por factores asociados a la producción, comercialización y niveles de organización; los estudios realizados por la Dirección de Artesanía de la DIRCETUR, muestran que la baja producción de la artesanía se debe principalmente a la disminución de la demanda; y con respecto a la comercialización de los productos; aproximadamente un 83% orienta sus productos al mercado local, un 45% al mercado nacional y apenas un 11% al internacional. En cuanto a su participación en las ferias nacionales, solo el 67% participa en ellas y el restante 33% no lo hace.

Según el Mapa de la oferta exportable³⁸ elaborado por el Gobierno Regional de Ayacucho y la Dirección de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), Ayacucho cuenta 15,000.00 Tn. de Artesanía textil, y las exportaciones regionales del año 2010 fueron de \$ 48,830.00, siendo los destinos de exportación EE.UU. Italia, Francia y Dinamarca, este dato se ha considerado de las provincias de Huamanga, Huanta y Quinua, esto supone que en estos últimos años se ha estado incursionando en el mercado extranjero a pesar de las dificultades.

B. Producción de la artesanía textil

Respecto a la producción según el nivel artesanal, la proporción de los costos fijos respecto del costo total son mayores, es menos rentable y la

³⁶ Rómulo Huamán y Demetrio De la cruz: El sector artesanal textil en Ayacucho: un análisis de punto de equilibrio - 2003

³⁷ Medina Fernando y Caballero Mario: Determinantes de la producción del sector artesanal textil de Ayacucho – 2002

³⁸ Gobierno Regional de Ayacucho y Dirección Regional de Turismo: Mapa de oferta exportable - Ayacucho 2010.

recuperación del capital es en mayor tiempo, no existe capacidad ociosa y por tanto no es posible ampliar la producción en el corto plazo. Opera según la lógica de autoempleo³⁹.

El sector artesanal textil de la ciudad de Ayacucho opera con una producción efectiva inferior al producto potencial. El sector artesanal textil de la ciudad de Ayacucho, está limitada por factores de demanda, sin embargo, en las actuales circunstancias la capacidad productiva no podría responder frente a una creciente demanda sostenida extra regional. Este sector opera a rendimientos constantes a escala. El análisis de los costos productivos nos muestra que el sector artesanal de la ciudad de Ayacucho es intensivo en el uso del factor productivo mano de obra⁴⁰.

C. Materia prima:

La materia prima básica lo constituye el hilo de ovino procesada y el hilo de ovino artesanal. El abastecimiento de dicha materia prima a diferencia de anteriores años se logra sin ningún inconveniente directamente o a través del mercado de la ciudad de Ayacucho⁴¹.

Lana de ovino y/o alpaca; es la fibra que proviene de la piel de los animales en mención, es usado para diferentes aplicaciones fundamentalmente en la línea textil artesanal, la cual se obtiene de las tiendas comerciales como son Itesa, Incatop y Lanás Andinas que están en la ciudad de Lima y ofrecen un hilo industrial que satisface las características requeridas por el mercado, sin embargo existe un mínimo porcentaje que trabaja con un hilo rústico lana obtenida de los distintos distritos de Ayacucho.

³⁹ Rómulo Huamán y Demetrio De la cruz: El sector artesanal textil en Ayacucho: un análisis de punto de equilibrio - 2003

⁴⁰ Medina Fernando y Caballero Mario: Determinantes de la producción del sector artesanal textil de Ayacucho – 2002

⁴¹ Medina Fernando y Caballero Mario: Determinantes de la producción del sector artesanal textil de Ayacucho – 2002

Tintes naturales, es obtenido de productos naturales propios de la región Ayacucho, dándoles un color firme y parejo con tonalidades definidas. Los colores básicos son blanco y negro obtenidos de lana natural, las tonalidades verdes se obtienen del eucalipto, el amarillo en tonalidades fuertes y bajos es obtenido del molle, el marrón en tonos variados se obtiene del nogal y el rojo con matices de la cochinilla.

Equipos y herramientas:

El telar, está fabricado a base de madera, no se encuentran en el mercado como otros equipos y herramientas que el artesano utiliza en su actividad, éstos son elaborados en carpinterías especializadas y a solicitud del artesano.

También debemos mencionar que el telar se elabora en tres tamaños: grande, mediano y pequeño; de acuerdo a las medidas del tapiz.

Las herramientas que el artesano utiliza en esta actividad productiva son diversas, podemos mencionar: la máquina de coser, kawadora, plancha a vapor, separador de conos de lana, etc.

4.2.8 La ley del artesano y del desarrollo de la actividad Artesanal 29073⁴²

Para reconocer sus virtudes como constructor de identidades y formador de tradiciones culturales, el Congreso de la República promulgó, el 07 de junio del 2007, la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal. Con ella se rescata a estos profesionales del arte popular como fabricantes de elementos de valor agregado, a los tipos de artesanía que elaboran (tradicional e innovada, esta última con una clara función utilitaria) y se define la misión del Estado como promotor de dicha actividad económica (con ferias y dos concursos anuales en todo el país). Así mismo, gozarán de un régimen especial de seguridad social y

⁴² Periódico oficial El Peruano, Normas Legales: publicado el 15 de julio del 2007.

además de la posibilidad de integrar y decidir en el Consejo Nacional de Fomento Artesanal, el cual deberá también formarse en las diferentes regiones del país con el nombre de Consejo Regional de Fomento Artesanal.

La ley establece el desarrollo sostenible, protección y la promoción de la actividad artesanal, integrando el desarrollo económico, para facilitar el acceso al artesano al financiamiento privado, mejorar sus condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado, fomentar la formación de los artesanos y la divulgación de sus técnicas de esta manera preservar la identidad nacional. Para lo cual están integradas las empresas de actividad artesanal, el estado y su rol promotor, el ente rector como es el MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), los Gobiernos Regionales, las Municipalidades Provinciales y Distritales, así mismo se crea el consejo nacional de fomento artesanal (CONAFAR) que tiene por función proponer políticas artesanales del país, así mismo una evaluar permanentemente de su cumplimiento, y promover organizaciones para supervisar a los artesanos, también se considera a las personas discapacitadas estas tienen acceso a la formación y capacitación artesanal.

4.2.9 Marco conceptual

4.2.9.1 Ingreso

Son todas las entradas financieras que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, unas ventas, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad generalmente en forma de dinero, los ingresos pueden ser por una venta de mercancía, por intereses bancarios de una cuenta, por préstamos o cualquier otra fuente. Se deben de registrar cada movimiento en la contabilidad para saber de dónde proviene y en qué se gasta.

En una economía capitalista, el nivel de ingresos está asociado a la calidad de vida. A mayores ingresos, más consumo y ahorro. En cambio, con ingresos escasos o nulos, las familias no pueden satisfacer sus necesidades materiales.

4.2.9.2 Producción

La producción está definida como la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

La producción también es definida como una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza mano de obra, capital, bienes y servicios, para producir otros bienes y servicios. La producción no abarca los procesos puramente naturales que tienen lugar sin la intervención o la dirección humana.

4.2.9.3 Materia prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

También se conoce como materias primas a los materiales extraídos de la naturaleza que nos sirve para transformar la misma y construir bienes de consumo. Se clasifican según su origen: vegetal, animal y mineral. Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semi-elaborados, productos semi-acabados o productos en proceso, o simplemente materiales.

4.2.9.4 Comercialización

Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

También se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

4.2.9.5 Concepto de artesanía⁴³

Artesano: Persona natural que se dedica, por cuenta propia o de terceros, a la elaboración de bienes de artesanía (artesano productor), y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales. Además de producir, el artesano también puede comercializar directamente o a través de terceros, sus productos artesanales.

Artesanía: Actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción. De ser producidos industrialmente estos bienes pierden su condición de artesanía.

⁴³ Reglamento de la Ley N° 29073 - Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal - 2010

4.3 Hipótesis:

4.3.1 Hipótesis general

Si la actividad artesanal textil es óptima, éste influye positivamente en el nivel de ingreso de los artesanos textiles de la provincia de Huamanga.

4.3.2 Hipótesis específica

Si el nivel de producción es óptimo entonces el ingreso de los artesanos textiles es óptimo.

Las formas de la comercialización de esta actividad productiva influyen en el nivel de ingreso de los artesanos textiles.

4.3.3 Variables e indicadores

Nuestras variables son:

a. Variable Endógena

Ingreso de las familias artesanas textiles (Y)

Indicador:

- Nivel de Ingreso (y_1)

b. Variables Exógenas:

Producción (X_1)

Comercialización (X_2)

Indicadores:

- Volumen de producción (x_1)
- Tipo de comercialización (x_2)

4.4 Metodología**4.4.1 Tipo de Investigación.**

Aplicada.

4.4.2 Nivel de investigación.

Explicativo - Descriptivo.

4.4.3 Métodos.

Inductivo.- Permitirá obtener conclusiones generales sobre el nivel de ingreso de las familias involucradas en el proceso de la actividad artesanal textil.

Deductivo.- Permitirá a partir de verdades generales aceptadas establecer conclusiones particulares.

Analítico.- Servirá para advertir la estructura de nuestro objetivo discriminando sus elementos componentes.

Sintético.- Consistirá en reunir las partes analizadas mediante la encuesta en un todo, para examinar el fenómeno nuevamente en forma global.

4.4.4 Técnicas e instrumentos

Análisis documental.- Revisión y análisis de los textos o investigaciones realizadas sobre el tema en particular, utilizando fichas bibliográficas.

Encuestas.- Se realizará el trabajo de campo, mediante la aplicación del cuestionario.

4.4.5 Población y muestra

4.4.5.1 Población

Para determinar la población se tiene en cuenta los parámetros de la investigación cuantitativa por lo cual la investigación se desarrolla en la provincia de Huamanga.

La población de estudio está constituida por los artesanos textiles registrados en el Padrón de Artesanos del 2011 de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que suman en total 219 artesanos textiles en la provincia de Huamanga.

Se considera como unidad productiva al taller de artesanía textil, el cual está integrado generalmente por familiares del maestro artesano.

4.4.5.2 Muestra

Muestreo no probabilístico, por intención o conveniencia. 50 artesanos textiles.

Lugar:

- Distritos : Ayacucho, San Juan Bautista, Carmen Alto y Jesús Nazareno.
- Provincia: Huamanga.
- Región : Ayacucho.

4.4.6 Fuente de información

4.4.6.1 Fuentes primarias

Se recopilará mediante la aplicación de las encuestas.

4.4.6.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias serán básicamente las informaciones existentes en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, trabajos de investigación anteriores, Municipalidad Provincial de Huamanga y otros documentos especializados en el tema como el PENdAR y la PENTUR.

4.4.7 Procesamiento de la información.

Una vez recolectado los datos se procederá a crear una base de datos con el software Excel, con los cuales se construirán las tablas estadísticas de contingencia.

4.4.8 Análisis e interpretación de resultados.

Se realizará en función al planteamiento del problema, los objetivos y la hipótesis planteados.

CAPÍTULO SEGUNDO

ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN

1. INSTITUCIONES INVOLUCRADAS CON LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL EN LA REGIÓN DE AYACUCHO.

1.1 De impacto nacional

- **PROMPERU**, la comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo o PROMPERU, es una organización del gobierno peruano que promueve el comercio internacional de empresas peruanas

Exporta fácil, es un sistema de exportación de pequeños volúmenes a través de oficinas de correos.

Este medio de exportación es muy utilizado por los artesanos de Ayacucho por la facilidad de éste y por qué no cuentan con grandes volúmenes de producción.

- **DIRECCIÓN NACIONAL DE ARTESANÍA (DNA)**, Le corresponde ejecutar las políticas de desarrollo de la actividad artesanal, formular sus normas reglamentarias, supervisar su cumplimiento, propiciar el desarrollo de las inversiones y la competitividad de la actividad artesanal en el mercado local e internacional.

1.2 De impacto local

- **GOBIERNO REGIONAL**, a través de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico integra a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – **DIRCETUR**.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, es una entidad pública competente para planificar, ejecutar, dirigir, supervisar y evaluar

las acciones de desarrollo de los sectores Comercio Exterior, Turismo y Artesanía, en el ámbito de la Región Ayacucho; ha logrado su fortalecimiento interno, y aporta planes, programas y proyectos de calidad al desarrollo regional en materia de turismo, artesanía y promoción de las exportaciones exteriores.

Dentro de la DIRCETUR el área de Artesanía; Tiene la misión de promover las condiciones favorables por el desarrollo de los agentes económicos que intervienen en el sector artesanal. Trabaja junto a la Asociación de Artesanos del Sur (ARASUR), la Municipalidad Provincial de Huamanga y la Mesa Técnica Textil, en la realización de capacitaciones, congresos, pasantías y participación en ferias a nivel regional y nacional.

- **MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUAMANGA**, a través de la Sub Gerencia de Turismo y Artesanía, Fomenta la competitividad de la actividad turística y la artesanía, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo y la artesanía como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental de la Región.
- **CÁMARA DE COMERCIO**, Institución privada que reúne a los empresarios de Ayacucho, para representar los intereses de sus asociados; así como cumplir una función integradora y sinérgica promoviendo la participación del sector empresarial en la gestión de su propio desarrollo sostenible, brindando servicios eficientes que impulsen la competitividad de sus asociados.

De igual manera brinda servicio de capacitaciones en temas empresariales y afines.

- **COOPERACIÓN TÉCNICA BELGA (CTB)**, Mediante la cadena de valor de artesanía textil se enfoca en consolidar a las empresas en la articulación al mercado, con productos competitivos en diseño, acabado,

presentación y precios. La articulación al mercado va de la mano con la aplicación de los programas de gestión de la calidad para mejorar la productividad, calidad, y estandarización de los productos. Realizando seguimiento a los programas de Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufacturas - BPMM y Comercio Justo, así mismo el programa de 5'S, con la finalidad de incrementar el crecimiento de las ventas de las empresas en el mercado nacional e internacional.

Para el 2012 la CTB trabajó con 18 asociaciones y empresas, distribuidas en las provincias de Huamanga y Huanta desarrollando productos de calidad para entrar sosteniblemente al mercado y mejorar las ventas e ingresos en sus hogares.

El PROGRAMA CSE-CTB, para el desarrollo de las empresas y asociaciones artesanales trabaja con los tres enfoques; Producción, Gestión Empresarial y Mercado, siendo el último, uno de los principales ejes.

RESULTADO OBTENIDO POR CTB

Cuadro N°01

PROYECCIÓN EN VENTAS: EMPRESAS DE LA CADENA DE ARTESANÍA TEXTIL

PROYECCIÓN DE VENTAS EMPRESAS DE LA CADENA DE ARTESANIA TEXTIL PCSE - CTB 2010					
N°	VENTAS	2008	2009	2010	2011
1	Textiles Hilos y Colores	45,000	70,000	76,090	234,000
2	Arte Taller Llapan Maki	87,000	105,000	93,000	140,693
3	Artesanía Wari Urpi	151,000	387,000	401,000	416,326
4	Walter Laura Solórzano	40,000	70,000	157,500	124,610
5	Arte Textil Gallardo	25,000	30,000	45,000	-
6	Asociación Artesanal Cabuya	30,000	57,000	51,000	-
7	Asociación de Mujeres Carmin 11 de Junio	5,000	4,000	17,445	-
8	Arte Textil Fortaleza	30,000	45,000	53,000	121,104
9	Manos Unidas	40,000	50,000	32,000	46,024
10	Textil Color del Tiempo	30,000	18,000	50,000	53,599
11	Textil Wiñay Maki	8,000	9,000	75,043	74,111
12	Empresa Textil PARIC	6,000	7,017	40,600	86,651
13	Textil Qorimaqui SAC	5,000	25,000	40,000	15,390

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB - Perú

Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB - Perú

Gráfico N°01

PROYECCIÓN EN VENTAS: EMPRESAS DE LA CADENA DE ARTESANÍA TEXTIL



Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB - Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB - Perú

Cuadro N°02
NÚMERO DE PIEZAS PRODUCIDAS AÑO 2011

Nº	ASOCIACIÓN Y/O EMPRESAS	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE	CUARTO TRIMESTRE	TOTAL
1	Textiles Hilos y Colores	202			12500	12702
2	Arte Taller Llapan Maki	0		5340	6250	11590
3	Artesanía Wari Urpi	7435	2145	7643	1560	18783
4	Walter Laura Solorzano	0		1959	2104	4063
5	Arte Textil Fortaleza	0		3915	3569	7484
6	Manos Unidas	0		341	4250	4591
7	Textil Color del Tiempo	0		384	228	612
8	Textil Wiñay Maki	0		2164	1080	3244
9	Empresa Textil PARIC	0		1074	327	1401
10	Textil Qorimaqui SAC	0		169	60	229
11	Virgen de la Asunción EIRL	0		14120	9155	23275
12	Sumaq Llankaq Maki	0		18321	4296	22617
TOTALES						110,591.00

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

Cuadro N°03
PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA AÑO 2011

PRODUCTOS	CANTIDAD	%
CARTERAS	3247	7
COJINES	2147	5
CORREAS	15372	33
TAPICES	171	1
CARTUCHERAS	3047	7
VINCHAS	6427	14
MONEDEROS	4342	10
PORTACELULARES	4133	9
OTROS	6681	15
TOTAL	45567	100%

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

METODOLOGÍA UTILIZADA

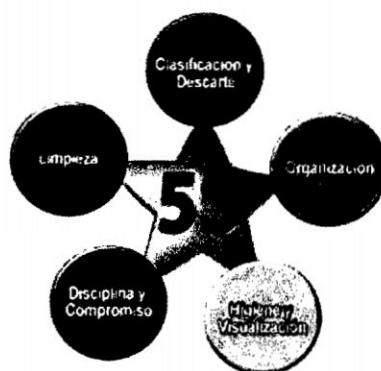
BPMM: PROGRAMA BUENAS PRÁCTICAS DE MERCADEO Y MANUFACTURAS

Fase 1: 5'S

¿Qué son las 5'S?

Filosofía japonesa que promueve la aplicación de principios básicos de calidad a través de la creación de ambientes de trabajo organizados, seguros y agradables.

- Seiri/ Clasificar
- Seiton/ Ordenar
- Seiso/ Limpiar
- Seiketsu/ Mantener
- Shitsuke/ Disciplina

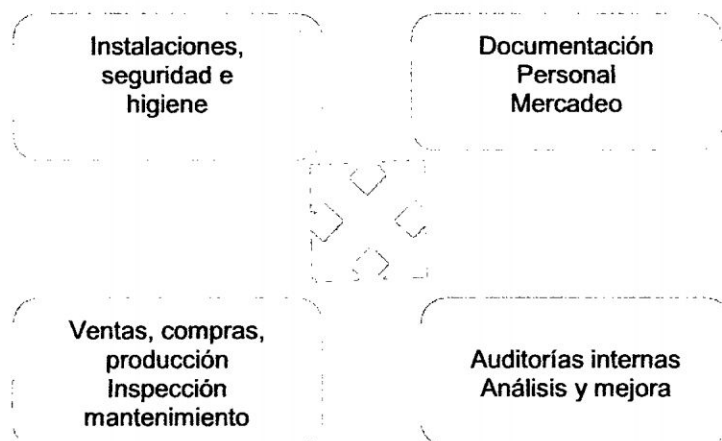


Las 5'S: El Primer paso para la Calidad Sector Artesanías, esta metodología fue implementada en el año 2007 hasta el 2009 y tuvo como objetivo crear un mejor ambiente de trabajo y hábitos en todos los miembros de la organización que permitan mejorar la calidad y la productividad, las empresas seleccionadas fueron 14 entre las más importantes fueron; Wari Urpi, Hilos y colores, Walter Laura y Sumaq Qara.

Fase 2: Implementación de las BPMM

¿Qué son las BPMM?

Las BPMM constituyen un Sistema de Gestión de Calidad, con el objetivo de establecer un estilo de trabajo definido, conocido, compartido y practicado por todos en la organización, comprende requisitos básicos de gestión de la calidad:



NORMAS TÉCNICAS EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL, es un documento que contiene definiciones, requisitos, métodos, terminología, especificaciones de calidad, métodos de ensayo y se elabora basada en la experiencia acumulada por la empresa, de tal manera que permita estandarizar procesos, servicios, productos y con una calidad sostenida en el tiempo.

Las Normas Técnicas de Empresa, son documentos que contienen información que al aplicarla facilitan a las pequeñas, medianas y microempresas de artesanía a estandarizar su producción, sus procesos, para ser más competitivos, de tal manera que puedan obtener productos de buena calidad, capaces de constituir lotes de calidad homogénea, viabilizando al mismo tiempo, la asociatividad entre ellas y posibilitar un mayor y mejor aprovechamiento de las oportunidades que brindarán los mercados nacionales y de exportación, en particular de países con los que tenemos Tratados de Libre Comercio y acuerdos comerciales.

2. PRODUCCIÓN

Es importante conceptualizar algunos puntos como:

2.1 Unidad Productiva Artesanal:

Es toda unidad económica, individual y colectiva, que tenga por finalidad la producción de bienes ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales e incluso medios mecánicos siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa.

Producción Óptima: Producción de bienes con una combinación de factores de producción (materia prima y mano de obra) de la forma más rentable posible en un periodo determinado.

2.2 Tipos de productos: (artísticos - utilitarios)

Se clasifican en 2 tipos de productos: artísticos y utilitarios; los artísticos son obras de arte, reproducciones de mantos ancestrales, tapices, caminos, pisos, y bastidores con motivos culturales; dentro de los trabajos utilitarios están los productos funcionales como cojines, individuales, centros de mesa, bolso, monederos, correas, vinchas, cartucheras y frazadas.

Productos utilitarios:

- Bolso.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial de diferentes medidas, grande, mediano y pequeño, de variedad de modelos y colores pueden ser con o sin bordado algunos más trabajados que otros.
- Cojines.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial, tienen forma cuadrada y rectangular de diferentes medidas, grande,

mediano y pequeño de variedad de colores pueden ser con o sin bordado.

- Centros de mesa.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial son trabajos planos generalmente medianos de variedad de colores con o sin bordado.
- Monederos.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial generalmente pequeños de variedad de modelos y colores con o sin bordado.
- Correas.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial es un cinturón clasificado en tallas *XL, L, M, S, XS* de variedad de modelos y colores generalmente bordados.
- Vinchas.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial, se utiliza como base el cinturón para las correas de variedad de modelos y colores generalmente bordados.
- Cartucheras.- Están hechos de lana de ovino sea rústico o industrial de diferentes medidas, grande, mediano y pequeño, de variedad de modelos y colores pueden con o sin bordado algunos más trabajados que otros.
- Frazadas.- Están hechos a base de lana de ovino de elaboración rustica, son cobertores de dos tamaños, grande y mediano.
- Alfombra.- Están hechos a base de lana de ovino, en diferentes diseños y tamaños grande, mediano y pequeño; en variedad de diseños.
- Individuales.- Son hechos a base de lana de ovino, que se usan en las mesas familiares, tienen diversidad de formas y colores y generalmente son de tamaño mediano o grande.

Productos decorativos:

- Caminos.- Se usa para la decoración de la casa, están hechos a base de lana de ovino, generalmente tiene bordados de diferentes formas de igual manera en variedad de colores.
- Tapiz.- Son cuadros planos hechos con lana de ovino, para la decoración de la casa, son de tamaño grande; el diseño de los tejidos plasmado en el tapiz reflejan la historia de nuestros ancestros, sus tradiciones, festividades, mitos, leyendas culturales y expresiones religiosas.
- Pisos.- son tejidos a base de lana de ovino, que se usan para las entradas de las casas, oficinas, entre otras. Generalmente son de tamaño pequeño, con diversidad de colores y no tiene bordado.
- Bastidores.- son adornos decorativos para el hogar y oficinas, están hechos a base de lana de ovino, y tienen una característica única son tejidos “al aire” sostenidos por hilos verticales, reflejan de igual manera costumbres, vivencias, etc.

2.3 Proceso de producción

Para nuestro caso tomaremos en consideración el proceso productivo solo de 2 productos: tapiz artístico y correa.

Tapiz artístico:**Características de producto:**

- Producto: Tapiz artístico
- Medidas: 1.20 x 1.60 cm

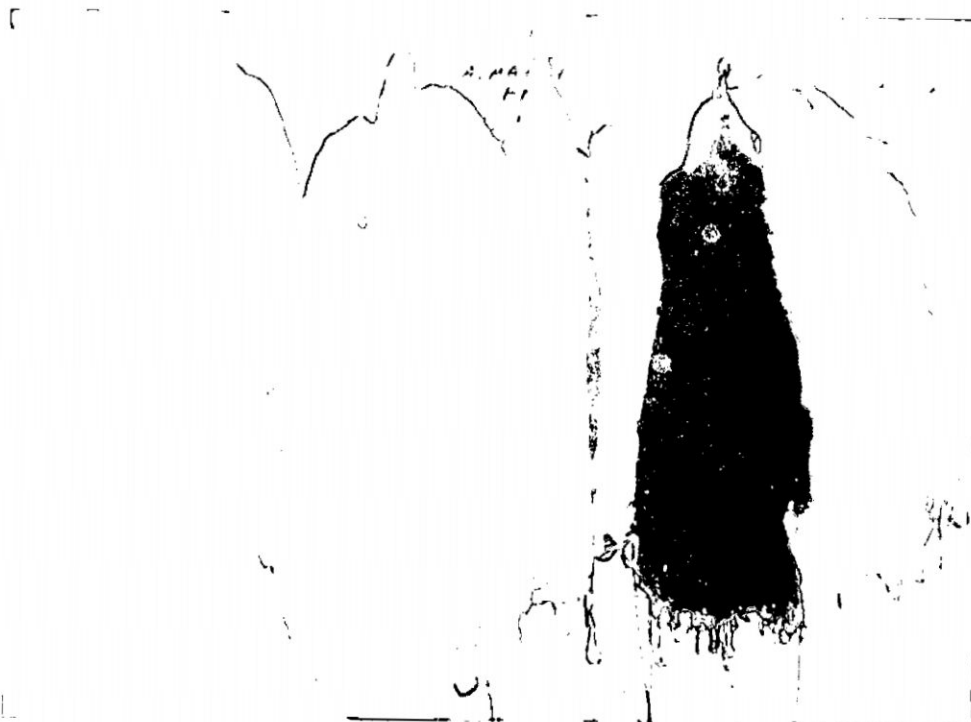
- Tiempo de producción: 7 días
- Peso: 1 kg y 800 gramos.
- Técnica: Tejido en telar 100% hecho a mano

Materia prima:

- Lana de oveja.
- Lana de alpaca.
- Hilo de algodón.

Proceso Productivo:

1. Elaboración del diseño en papel milimetrado.
2. Preparación de las madejas de lana (millmas)



3. Teñido de la lana. (30 minutos)



4. Lavado de las lanas en agua con detergente. (para la solidez del color)

5. Secado de la lana.

6. Preparación de los conos pequeños para el tejido.



7. Tejido del tapiz.



8. Acabado.

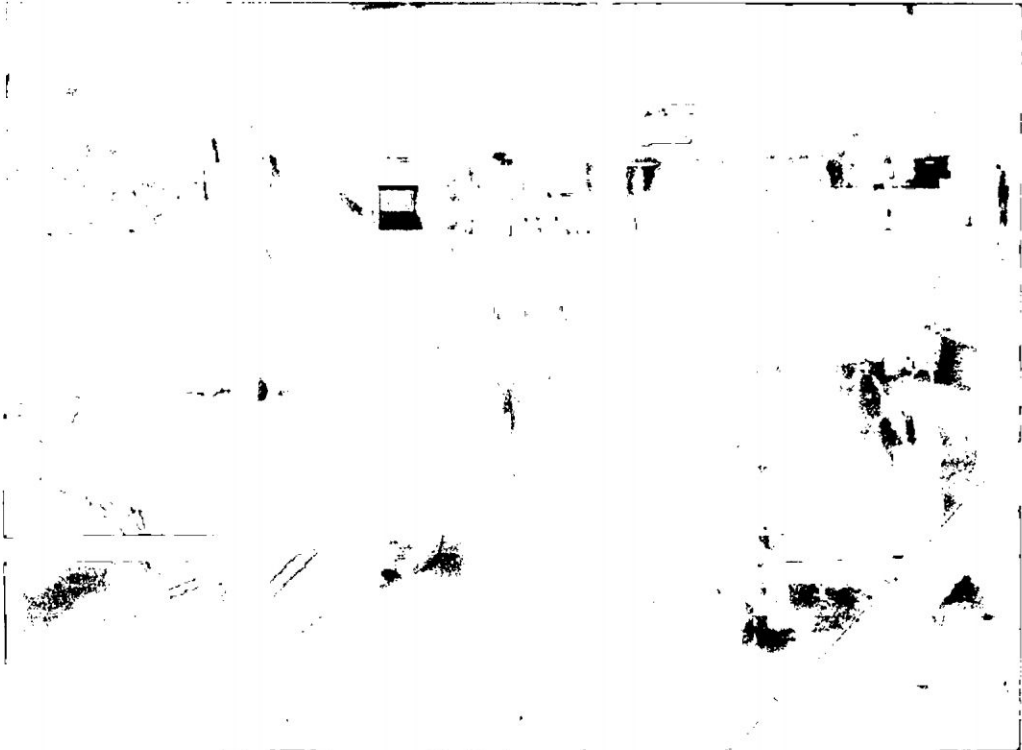
9. Planchado a vapor.

Insumos para el teñido de las lanas:

- Tintes naturales: Molle, nogal, cochinilla, tara, tankar, masocopa, chillca.
- Tintes químicos: Bayer, anilina, suiza.
- Sal
- Ácido acético
- Piedra de alumbre
- Detergente

Equipos y Herramientas:

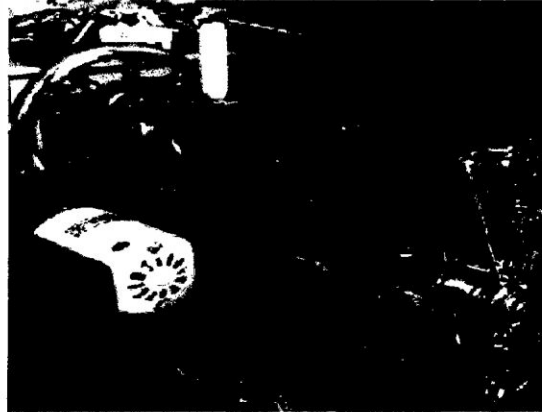
- Telar



- Plancha a vapor.
- Separador de conos de lana



- Máquina de coser



- Kawadora
- Olla
- Lavatorio
- Aguja
- Tijera
- Croché
- Cinta métrica

Correa:

Características de producto:

Producto: Correa

Talla: S – 95 cm.

Tiempo de producción: 3 días

Peso: 100 gramos

Técnica: Tejido y bordado 100% hecho a mano

Materia prima:

Lana de oveja.

Proceso Productivo:

1. Compra de lana
2. Preparación del allwi
3. Tejido del rollo para la correa
4. Teñido del rollo para la correa
5. Medición y corte de la correa
6. Diseño de la correa
7. Remachado de ojales
8. Bordado de la correa
9. Lavado
10. Colocación de hebillas
11. Retoque
12. Control de calidad
13. Empacado

Insumos para el teñido de las lanas:

- Tintes naturales: molle, nogal, cochinilla, tara, tankar, masocopa, chillca.
- Tintes químicos: bayer, anilina, suiza.
- Sal
- Ácido acético.
- Piedra de alumbre.
- Detergente.

Equipos y herramientas:

- Telar
- Plancha a vapor
- Separador de conos de lana
- Máquina de coser
- Cawadora
- Olla
- Lavatorio
- Aguja
- Tijera
- Croché
- Cinta métrica

2.4 Modelo de producción para el caso de la producción de artesanía textil en la provincia de Huamanga.

El modelo que se acerca más a la producción de la artesanía textil en la Provincia de Huamanga es la Función de Proporciones Fijas, que a continuación se detalla:

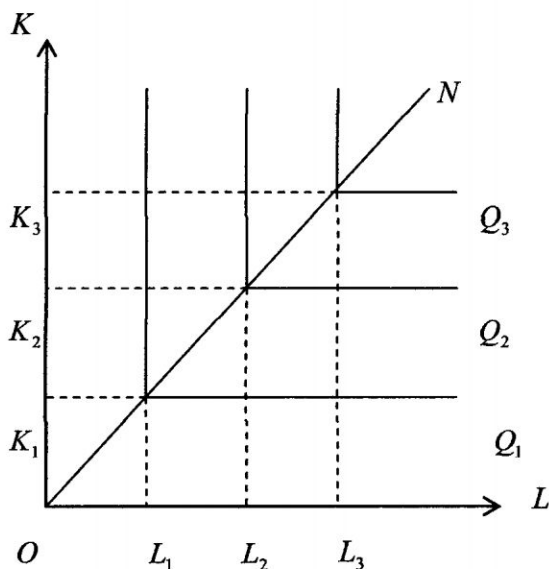
Función de proporciones fijas

Cuando los factores de producción se combinan en la misma proporción se habla de la *función de proporciones fijas*, ya que siempre asignará la misma proporción de mano de obra y capital al producir un nivel dado de producción y esto tiene un impacto en la estructura de gestión de una unidad productiva artesanal textil.

Dada la Función:

$$Y = f(aK, bL) = \min\{aK, bL\}$$

Gráfico N° 02
FUNCIÓN DE PROPORCIONES FIJAS



Elaboración: Propia

En el gráfico N° 2, se puede observar la forma que presenta una isocuanta de proporciones fijas. La razón entre el capital y el trabajo, dada por la pendiente del rayo ON , es fija físicamente y las isocuantas necesariamente forman ángulos rectos. Para obtener el nivel de producción Q_1 , es necesario utilizar trabajo y capital en la proporción L_1/K_1 . En otras palabras, dada la cantidad de trabajo L_1 , no tiene importancia si se utiliza una cantidad de capital superior a K_1 . En realidad, un monto superior a K_1 , sería técnica y económicamente ineficiente. Utilizando L_1 de trabajo, la máxima producción disponible será Q_1 . De la misma manera, dada la cantidad de capital K_1 , no tiene importancia si se utiliza trabajo en una cantidad superior a L_1 , puesto que la producción no puede incrementarse más allá de Q_1 . Por consiguiente, utilizar cantidades mayores de trabajo resultaría ineficiente.

Para nuestro caso un artesano dispone de un telar para elaborar un tapiz, de nada sirve si se aumenta un telar más si no hay otro artesano que pueda elaborar otro tapiz; por lo tanto la cantidad de capital expresado en equipos de telar va depender de la cantidad de artesanos que puedan elaborar un tapiz.

2.5 Análisis de la producción de la artesanía textil en la Provincia de Huamanga

Como resultado de la aplicación de la encuesta a los artesanos textiles, se demuestra lo siguiente:

2.5.1 Muestra investigada.

Referente a la investigación sobre los productores artesanales textiles en la provincia de Huamanga, se ha tomado para la muestra a artesanos textiles de los cuatro distritos más importantes de la provincia:

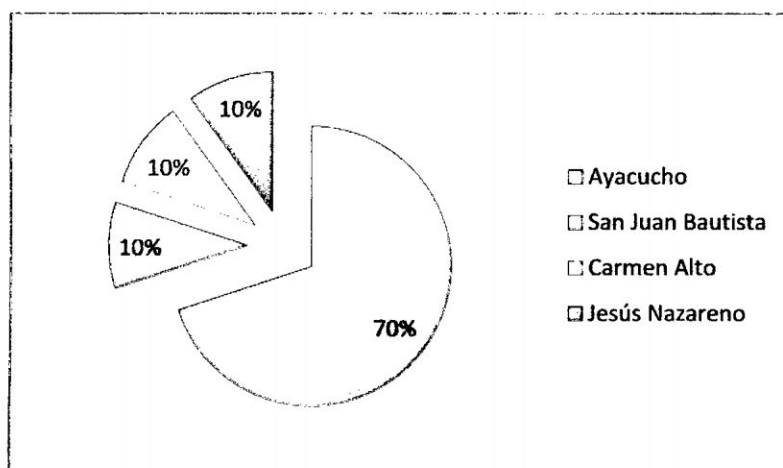
Cuadro N° 04
DISTRIBUCIÓN DE ARTESANOS POR DISTRITOS

N°	Distrito	Población	Valor Porcentual	Tamaño de Muestra	Número de Encuestas
1	Ayacucho	35	70	35	35
2	San Juan Bautista	5	10	5	5
3	Carmen Alto	5	10	5	5
4	Jesús Nazareno	5	10	5	5
TOTAL		50	100	50	50

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012

Elaboración: Propia

Gráfico N° 03
DISTRIBUCIÓN DE ARTESANOS POR DISTRITOS



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Se determinó una muestra de 50 artesanos textiles, considerando un muestreo no probabilístico, por intención o conveniencia.

El cuadro 4 y gráfico 3 muestra la distribución de los artesanos en cada distrito. El 70% representa al distrito de Ayacucho considerando que éste es el distrito donde se ubican los barrios artesanales de Santa Ana, San José, Yuraq Yuraq y el centro artesanal Shosaku Nagase. Los distritos de San Juan Bautista, Jesús Nazareno y Carmen Alto están representados con un 10% en cada distrito.

2.5.2 Años de trabajo como artesano (a) textil

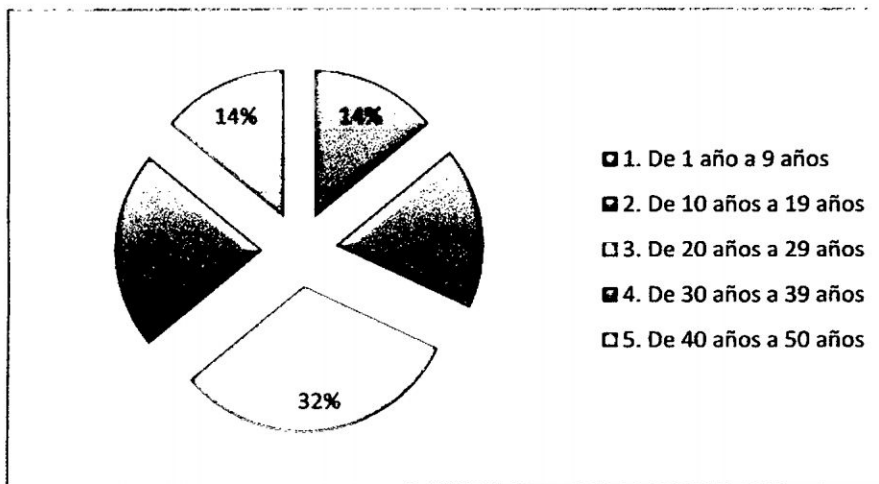
A continuación podemos observar la relación de la actividad artesanal textil con la herencia de la misma.

Cuadro N° 05
AÑOS DE TRABAJO COMO ARTESANO (A) TEXTIL

Años de trabajo como artesano (a) textil	Número de artesanos (as) textiles	Valor Porcentual	Porcentaje Acumulado
De 1 año a 9 años	7	14	14
De 10 años a 19 años	9	18	32
De 20 años a 29 años	16	32	64
De 30 años a 39 años	11	22	86
De 40 años a 50 años	7	14	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 04
AÑOS DE TRABAJO COMO ARTESANO (A) TEXTIL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

En el cuadro 5 y gráfico 4 muestra que del total de artesanos entrevistados el 32% viene trabajando de 20 a 29 años en la actividad artesanal textil, el 22% de 30 a 39 años, el 18% de 10 a 19 años, de 1 a 9 años y de 40 a 50 años en un 14% respectivamente. Podemos indicar que la actividad artesanal textil es un actividad

hereditaria, ya que todos los entrevistados mencionaron que participaron en esta actividad desde su infancia en los talleres de sus padres, actividad que aprendieron de forma empírica.

2.5.3 Tipo de actividad

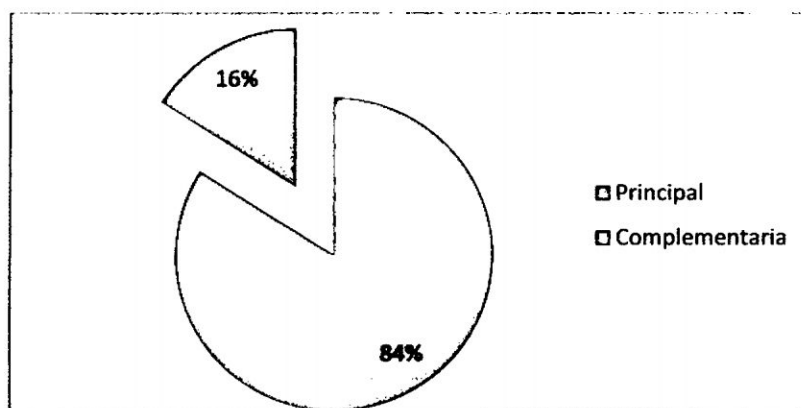
Analizaremos la importancia de la actividad artesanal textil, de acuerdo a la procedencia de dinero.

Cuadro N° 06
TIPO DE ACTIVIDAD

Tipo de actividad	Número de artesanos	Valor Porcentual	Porcentaje Acumulado
Principal	42	84	84
Complementaria	8	16	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 05
TIPO DE ACTIVIDAD



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Observamos en el cuadro 6 y gráfico 5 que el 84% de artesanos asegura que la artesanía textil es una actividad principal; es decir que se dedican a tiempo

completo a ésta actividad y de la cual provienen la mayoría de sus ingresos, mientras el 16% asegura que solo es una actividad complementaria; es decir que participan en la actividad en sus tiempos libres, y que su ingreso principal proviene de otro tipo de actividad.

2.5.4 Familiares involucrados en la actividad

Para asegurar la continuidad del ejercicio de esta actividad veremos cuantos familiares están involucrados en la actividad artesanal textil en la actualidad.

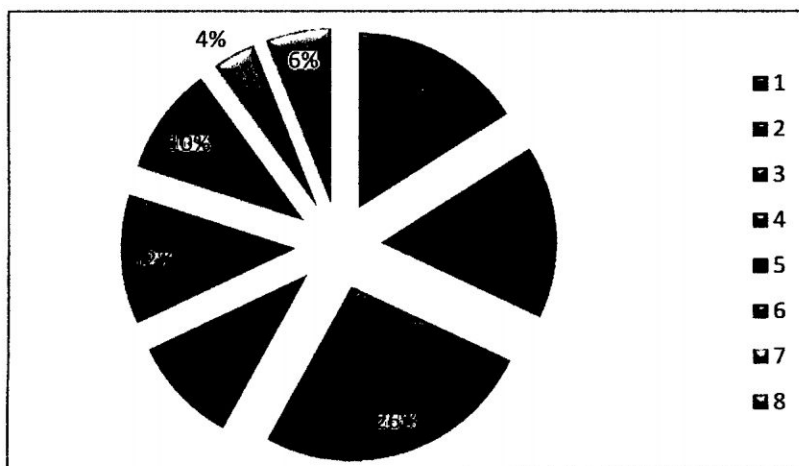
Cuadro N° 07

FAMILIARES INVOLUCRADOS EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL

Familiares involucrados	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje Acumulado
1	8	16	16
2	8	16	32
3	13	26	58
4	5	10	68
5	6	12	80
6	5	10	90
7	2	4	94
8	3	6	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 06

FAMILIARES INVOLUCRADOS EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El total de artesanos tienen por lo menos a un integrante de su familia apoyándolo en la actividad artesanal, este es generalmente el conyugue e hijos; pero algunos artesanos también involucran a sus hermanos, convirtiendo la actividad artesanal textil en una actividad familiar.

Así podemos observar en cuadro 7 y gráfico 6 que existe un 26% de artesanos que tiene a 3 integrantes de su familia participando en la actividad artesanal textil, también vemos que un acumulado de 32% de artesanos tiene solo entre 1 y 2 familiares involucrados en esta actividad; de ello podemos concluir que esta actividad como no es una profesión, no es considerada importante.

2.5.5 Personal externo involucrado en la actividad

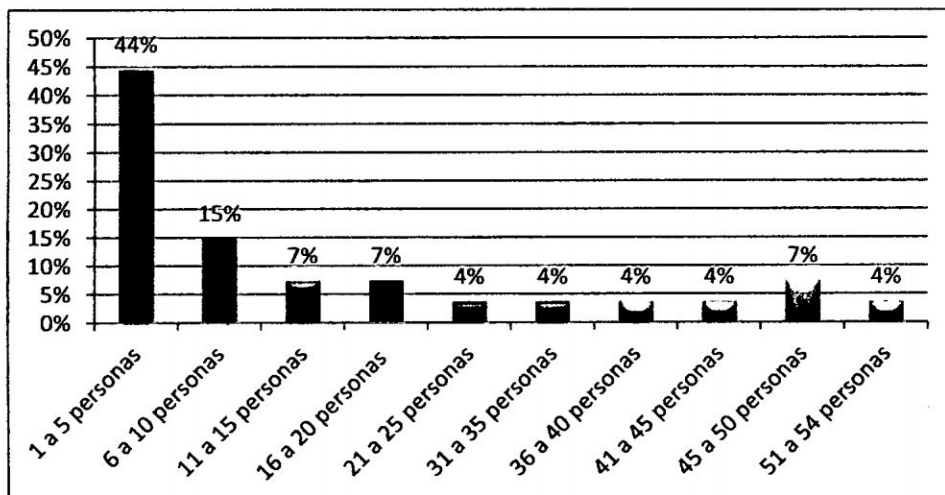
Observaremos cuánto es la cantidad de mano de obra que genera la actividad artesanal textil en la provincia de Huamanga.

Cuadro N° 08
PERSONAL EXTERNO INVOLUCRADO EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL
TEXTIL

Personas externas involucradas	Rango de personas externas involucradas	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
32	1 a 5 personas	12	44	44
30	6 a 10 personas	4	15	59
30	11 a 15 personas	2	7	67
35	16 a 20 personas	2	7	74
22	21 a 25 personas	1	4	78
33	31 a 35 personas	1	4	81
36	36 a 40 personas	1	4	85
43	41 a 45 personas	1	4	89
97	45 a 50 personas	2	7	96
54	51 a 54 personas	1	4	100
412	Total	27	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

Gráfico N° 07
PERSONAL EXTERNO INVOLUCRADO EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL
TEXTIL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

Solo 27 artesanos emplean la mano de obra de personal externo. Así observamos en el cuadro 8 y gráfico 7. De ellos el 44% de los artesanos asegura que tiene entre 1 a 5 participantes externos, el 15% de 6 a 10 participantes externos. Cabe aclarar que los participantes externos son tejedores y/o bordadores.

Los artesanos que emplean mayor número de mano de obra externa son aquellos que tienen producción a gran escala y en muchos casos exportan sus productos.

2.5.6 Tipo de producción

En relación a la producción observaremos cuántos artesanos realizan una producción parcial, es decir que solo realizan parte del proceso productivo este puede ser solo bordado, solo tejido u otro proceso parcial y cuantos realizan la producción textil de manera total, es decir todo el proceso productivo.

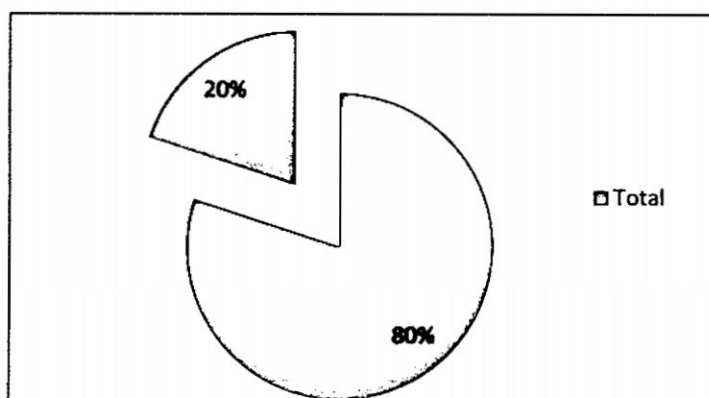
Entiéndase por producción total desde la compra de la materia prima hasta la entrega del producto terminado.

Cuadro N° 09
TIPO DE PRODUCCIÓN

Tipo de Producción	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
Total	40	80	80
Parcial	10	20	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 08
TIPO DE PRODUCCIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Del cuadro 9 y gráfico 8 observamos que el 80% de los artesanos textiles realizan la actividad artesanal textil de forma total, es decir que realizan todo el proceso de producción. Mientras que el 20% asegura que realizan solo parte del proceso es decir de forma parcial, esto puede ser solo bordado, solo tejido u otro proceso productivo parcial.

2.5.7 Horas dedicadas a la actividad artesanal textil.

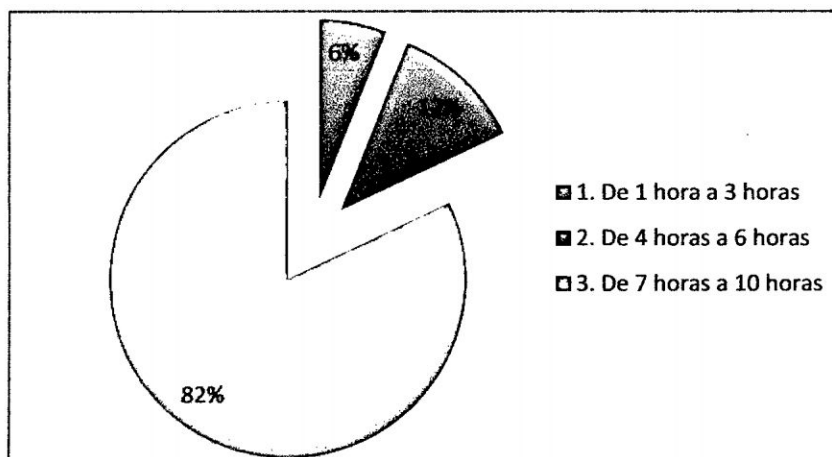
Luego de saber si la producción que realizan los artesanos textiles es total o parcial ahora podremos relacionarlo con las horas dedicadas a la dicha actividad.

Cuadro N° 10
HORAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL

Horas dedicadas a la actividad artesanal textil	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
De 1 hora a 3 horas	3	6	6
De 4 horas a 6 horas	6	12	18
De 7 horas a 10 horas	41	82	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 09
HORAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

El 82% de los artesanos se dedican de 7 a 10 horas de trabajo, mientras el 12% de 4 a 6 horas y el 6% de 1 a 3 horas. En caso de los artesanos que trabajan de 1 a 3 horas, son porque realizan la actividad artesanal textil de manera parcial.

Cuando el artesano recibe un pedido que supera su capacidad de producción diaria se dedica más de 10 horas de trabajo al día; estos trabajos son en temporada alta por festividades (semana santa, fiestas patrias, navidad) o pedidos fortuitos.

2.5.8 Actividades complementarias

A continuación veremos si los artesanos textiles se dedican a otras actividades, estos pueden ser en temporadas o campañas como en el caso de la agricultura.

Cuadro N° 11

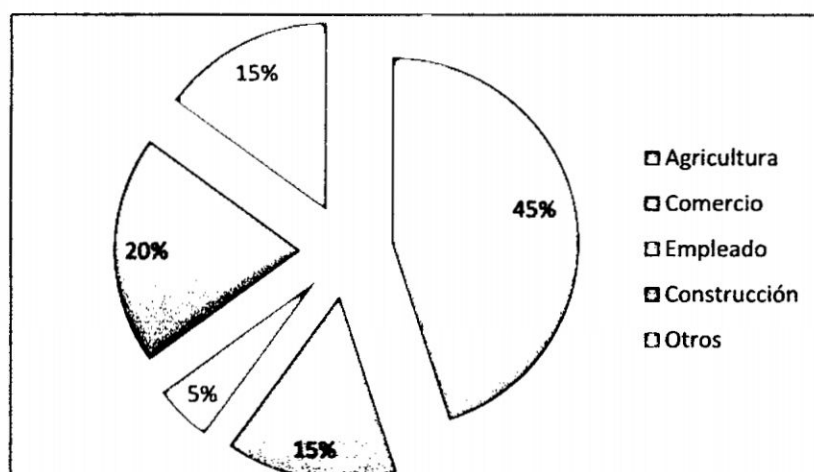
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Actividades complementarias	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
Agricultura	9	45	40
Comercio	3	15	55
Empleado	1	5	60
Construcción	4	20	80
Otros	3	15	95
Total	20	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012

Elaboración: Propia

Gráfico N° 10

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012

Elaboración: Propia

De los 50 artesanos solo 20 complementan con actividades como: Agricultura, comercio, empleado, construcción y otras actividades.

El cuadro 11 y gráfico 10, muestra que el 45% de los 20 artesanos complementa la actividad artesanal con la agricultura, el 20% de los artesanos

complementa la actividad con trabajos en construcción como maestro de obra o albañil, mientras un 15% complementa con todo tipo de comercio como venta de abarrotes, leña y productos por catálogo, un 5% empleado público y otro 15% se dedica a otras actividades como profesor de danza, promotor, guía turista o son estudiantes.

2.5.9 Telares operativos

El telar es un equipo importante dentro de la producción de la artesanía textil, veamos la cantidad de telares por cada artesano textil.

Cuadro N° 12

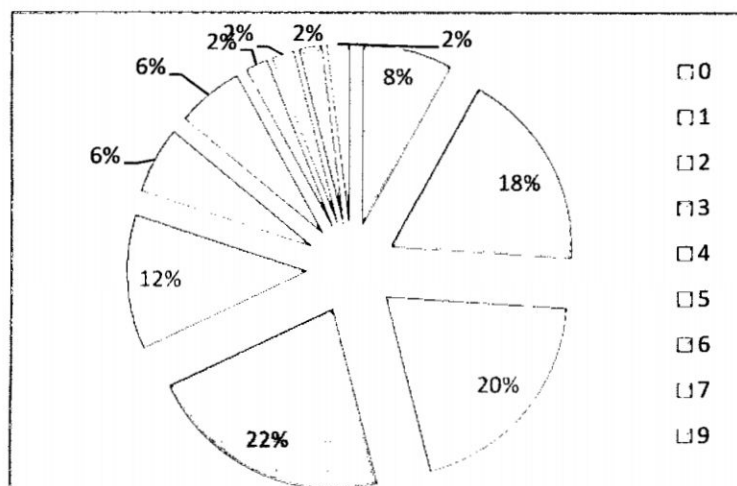
NÚMERO DE TELARES OPERATIVOS

Telares operativos	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
0	4	8	8
1	9	18	26
2	10	20	46
3	11	22	68
4	6	12	80
5	3	6	86
6	3	6	92
7	1	2	94
9	1	2	96
10	1	2	98
18	1	2	100
Total	50	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012

Elaboración: Propia

Gráfico N° 11
NÚMERO DE TELARES OPERATIVOS



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Observamos en el cuadro 12 y gráfico 11 que un 22% de artesanos cuenta con 3 telares operativos, el 20% con 2 telares operativos, el 18% solo un telar operativo, el 12% con 4 telares operativos, el 8% no tiene telar operativo a la actualidad, esto se debe a que se dedican a la actividad artesanal de manera parcial.

Existen un acumulado de 8% de artesanos (2% cada uno) que cuenta con 7, 9, 10 y 18 telares operativos; de esto se deduce que un mínimo porcentaje de artesanos cuentan con un mayor número de telares operativos durante el año, porque manejan una amplia cartera de clientes que a menudo demandan su trabajo.

2.5.10 Telares inoperativos.

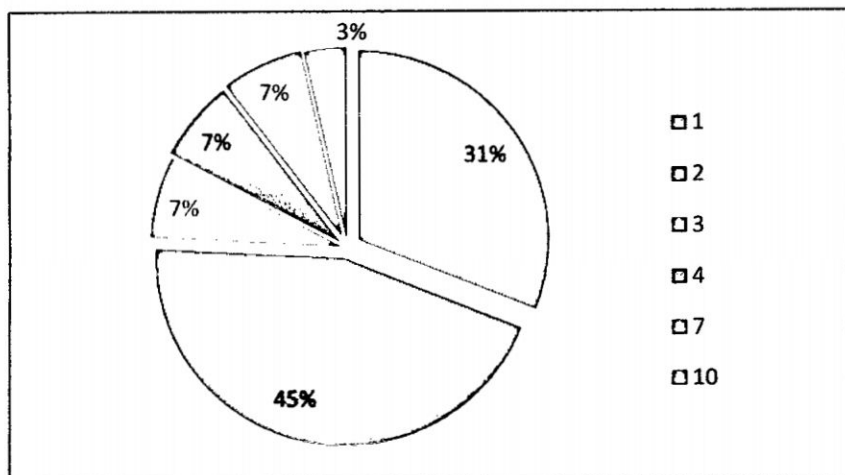
Aquellos telares que no están en funcionamiento.

Cuadro N° 13
NÚMERO DE TELARES INOPERATIVOS

Telares inoperativos	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
1	9	31	31
2	13	45	76
3	2	7	83
4	2	7	90
7	2	7	97
10	1	3	100
Total	29	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 12
NÚMERO DE TELARES INOPERATIVOS



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El 45% de artesanos textiles tiene 2 telares inoperativos, el 31% tiene 1 telar inoperativo, mientras que un acumulado de 21% de artesanos (cada uno con 7%) tienen 3, 4 y 7 telares inoperativos y el 3% tienen 10 telares inoperativos.

2.5.11 Factores que limitan la producción

Son factores que no permiten un nivel apropiado de producción. Para esta pregunta consideramos el concepto de capital; cantidad de equipos y estructuras utilizadas en la producción, también fondos para financiar la acumulación de equipos y estructuras.

Cuadro N° 14

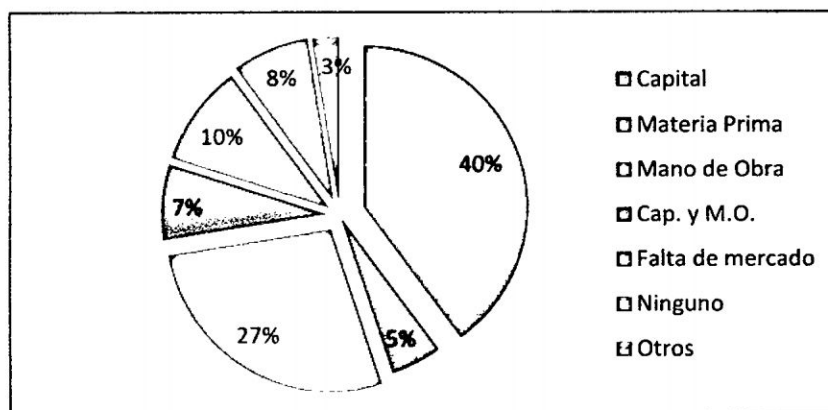
FACTORES QUE LIMITA LA PRODUCCIÓN

Factor que limita la Producción	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
Capital	16	40	40
Materia Prima	2	5	45
Mano de Obra	11	27.5	72.5
Cap. y M.O.	3	7.5	80
Falta de mercado	4	10	90
Ninguno	3	7.5	97.5
Otros	1	2.5	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 13

FACTORES QUE LIMITA LA PRODUCCIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo
Elaboración: Propia

De los 50 artesanos entrevistados solo 40 son considerados en este análisis por ser los que tienen una producción total.

Veamos el cuadro 14 y gráfico 13. El 40% de los artesanos considerados, asegura que el capital (expresado en equipos) es uno de los factores que limita su producción, el 27% de artesanos afirma que el factor que limita su producción es la mano de obra, mientras que para el 10% de los artesanos es la falta de mercado.

2.5.12 Lugar de compra de la materia prima

Es el departamento donde los artesanos adquieren su materia prima.

Cuadro N° 15

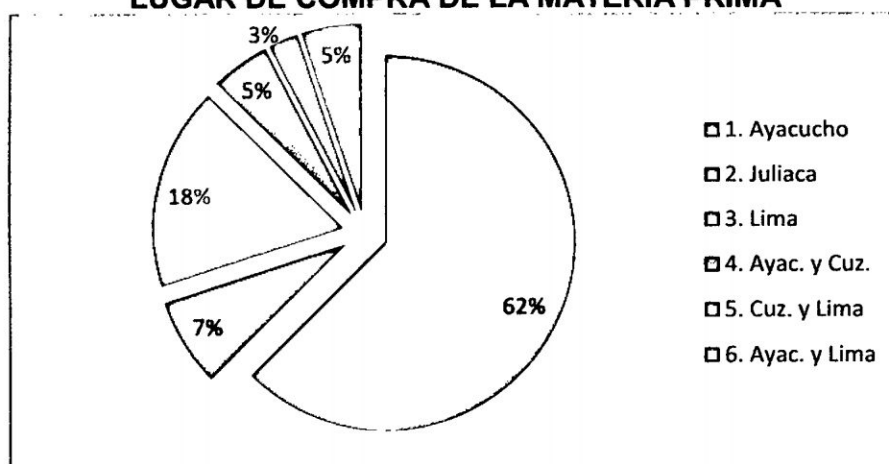
LUGAR DE COMPRA DE LA MATERIA PRIMA

Lugar de compra de la Materia Prima	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
1. Ayacucho	25	62	63
2. Juliaca	3	7	70
3. Lima	7	18	88
4. Ayacucho y Cuzco	2	5	93
5. Cuzco y Lima	1	3	95
6. Ayacucho y Lima	2	5	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 14

LUGAR DE COMPRA DE LA MATERIA PRIMA



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

De los 50 artesanos entrevistados solo 40 compran materia prima, el resto son trabajadores que son provistos de materiales.

El cuadro 15 y gráfico 14 se muestra que el 62% de los 40 artesanos, compra la materia prima en la ciudad de Ayacucho, y el 18% lo adquieren en la ciudad de Lima, mientras que el 7% lo trae desde la ciudad de Juliaca.

2.5.13 Número total de piezas producidas

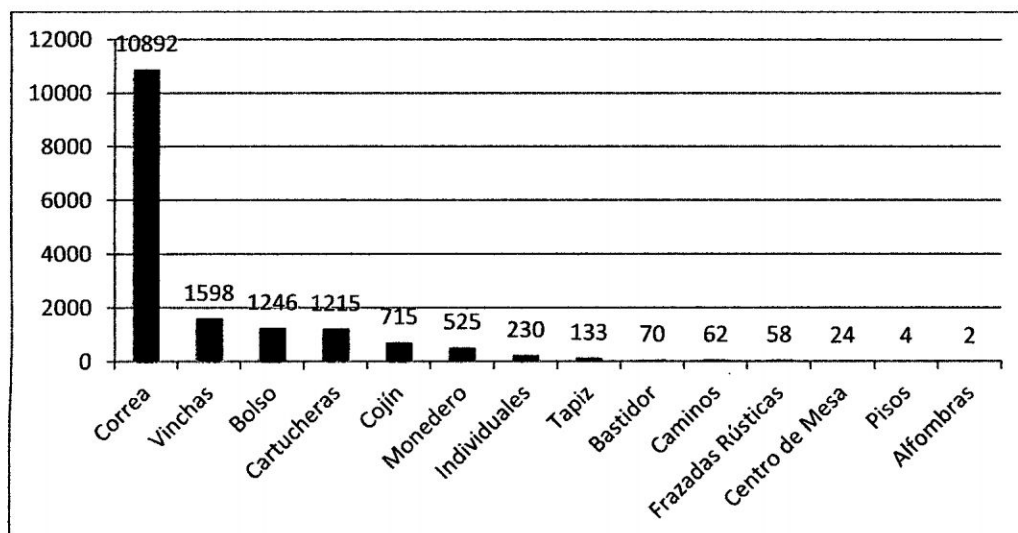
Se considera todas las piezas producidas durante el periodo de junio del 2012 elaborados por los 50 artesanos de nuestra muestra.

Cuadro N° 16
NÚMERO DE PIEZAS PRODUCIDAS (JUNIO 2012)

Productos	Cantidad Total
Correa	10892
Vinchas	1598
Bolso	1246
Cartucheras	1215
Cojín	715
Monedero	525
Individuales	230
Tapiz	133
Bastidor	70
Caminos	62
Frazadas Rústicas	58
Centro de Mesa	24
Pisos	4
Alfombras	2

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 15
NÚMERO DE PIEZAS PRODUCIDAS (JUNIO 2012)



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

Dentro de la variedad de piezas producidas, la mayor tendencia se da hacia las correas ya que solo en junio del 2012 se produjeron 10,892 unidades las cuales fueron destinadas al mercado local, nacional e internacional. Esta cifra nos muestra que existe una gran brecha con los demás productos tal como se muestra en el cuadro 16 y gráfico 15.

3. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Consideramos elaborar el cuadro de costo de producción para los productos más representativos, en este caso como producto decorativo el tapiz artístico y como productos utilitarios la correa y el bolso.

3.1 Costo de producción de un Tapiz Artístico.

- Medidas: 1.20 x 1.60 cm.
- Tiempo de producción: 7 días.
- Peso: 1 Kg. Con 800 gramos.
- El artesano solo produce un producto
- Emplea solo una mano de obra.

Cuadro N° 17
COSTO DE PRODUCCIÓN DE UN TAPIZ

ESPECIFICACIONES	Tapiz 120x160 cm	
	Cantidad	Costo Unitario S/.
Materiales:		
Hilo de algodón	1 kg	25
Lana de alpaca	1 kg	25
Tinte	30gr	6
Urdimbre	0.07 gr	2
Ácido acético	0.025Lt.	0.75
Leña	2 palos	2.0
Otros	Global	2
Mano de Obra Directa		150
Gastos Generales:		
Alquiler de local	Global (8%)	3.75
Servicio de Agua	Global (8%)	1.84
Servicio de Luz	Global	2.24
Mantenimiento y reparación de maquinarias	Global	1.7
Depreciación maquinarias y equipos	Global	14.9
Paga a la SUNAT – RUS	Global	5
TOTAL		242.2

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Costo unitario S/. 242.20

Margen de Ganancia 39% = S/. 157.80

$$S/. 242.20 + S/. 157.80 = S/. 400.00$$

Precio de venta (local) S/. 400.00

Este precio considerado se da en el mercado local o regional en nuevos soles.

En caso de que el tapiz sea para el mercado nacional debe tener la calidad de fino, por la exigencia del mercado objetivo.

El costo de producción varía en un 30%, es decir:

Costo de producción S/. 314.80

Precio de venta (Nacional) S/. 800.00

Como se observa el precio de venta nacional se incrementa en un 100% respecto al precio de venta local. Este incremento se da por los costos que incurre el artesano tales como: pasaje nacional, flete, gastos de alimentación, hospedaje, movilidad local, alquiler de stand, márgenes de ganancia y otros.

En caso de que el tapiz sea para exportación (mercado internacional) debe tener la calidad de exportación, por exigencia del mercado objetivo.

El costo de producción varía en un 40%, es decir:

Costo de producción S/. 339.10

Precio de venta (Internacional) \$. 1000.00⁴⁴

Este incremento se da por gastos de transporte, embalaje, envase, trámites de aduanas, gastos de alimentación, hospedaje, movilidad local, márgenes de ganancia y otros.

⁴⁴ Museo Indio Americano de Nueva York – EE.UU. – 2011.

3.2 Costo de producción de una Correa.

- Talla: S – 95 cm.
- Tiempo de producción: 3 días
- Peso: 100 gramos.
- El artesano solo produce un producto
- Emplea solo una mano de obra.

Cuadro N° 18
COSTO DE PRODUCCIÓN DE UNA CORREA

ESPECIFICACIONES	Correa talla S	
	Cantidad	Costo Unitario S/.
Materiales:		
Lana de oveja	80 gr	2
Tinte	Global	0.1
Urdimbre	Global	0.002
Ácido acético	Global	0.001
Leña	Global	0.2
Hebillas	Global	0.4
Ojal	Global	0.3
Otros (carretes)	Global	0.1
Mano de Obra Directa		8
Gastos Generales:		
Alquiler de local	Global	1.5
Servicio de Agua	Global	1.2
Servicio de Luz	Global	1.4
Mantenimiento y reparación de maquinarias	Global	0.7
Depreciación maquinarias y equipos	Global	1.5
Paga a la SUNAT – RUS	Global	2
TOTAL		19.2

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Costo unitario $S/.19.20$

Margen de Ganancia $23\% = S/.5.80$

$$S/.19.20 + S/.5.80 = S/.25.00$$

Precio de venta (local) S/. 25.00

En caso de que la correa sea para exportación, debe cumplir las mismas exigencias que el tapiz; esto conlleva a que los costos de producción se incrementen así como el precio de venta.

3.3 Costo de producción de un Bolso.

- Medidas: 30 x 30 cm.
- Tiempo de producción: 2 días
- Peso aproximado: 250 gramos
- El artesano solo produce un producto
- Emplea solo una mano de obra.

Cuadro N° 19

COSTO DE PRODUCCIÓN DE UN BOLSO

ESPECIFICACIONES	Bolso normal	
	Cantidad	Costo Unitario S/.
Materiales:		
Hilo de algodón	50gr	1.25
Lana de oveja	200gr	5
Tinte	Global	0.12
Urdimbre	Global	0.005
Ácido acético	Global	0.003
Leña	1 palo	0.5
Cierre	1unid	0.3
Hebilla	2 unid	0.2
Tela polyseda	Global	1.5
Otros (carretes)	Global	0.2
Mano de Obra Directa		5
Gastos Generales:		
Alquiler de local	Global	1
Servicio de Agua	Global	1.2
Servicio de Luz	Global	1.4
Mantenimiento y reparación de maquinarias	Global	0.4
Depreciación maquinarias y equipos	Global	1.0
Paga a la SUNAT – RUS	Global	1.3
TOTAL		20.4

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

4. PUNTO DE EQUILIBRIO

4.1 Punto de Equilibrio para Tapiz.

Para hallar el punto de equilibrio es necesario conocer las variables que intervienen en una condición donde no se gana y no se pierde; para ello tenemos:

$$IT = CT$$

$$IT = P \times Q$$

$$CT = CF + CV$$

$$CV = CVu \times Q$$

Dónde:

Precio: $P = S/.400.00$

Cantidad de Equilibrio: $Q = ?$

Costo Fijo Mensual: $CF = S/.107.58$

Costo Variable: $CV = CVu \times Q$

Costo Variable Unitario: $CVu = S/.212.78$

Cuadro N° 20
COSTO FIJO MENSUAL

COSTO FIJO MENSUAL	PRECIO S/.
Alquiler	15
Servicio de Agua	23
Servicio de Luz	28
Mantenimiento	6.67
Depreciación	14.91
Rus	20
TOTAL	107.58

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El cuadro N° 20, muestra el costo fijo mensual $CF = 107.58$, este costo se considera para los tres casos (tapiz, correa y bolso), considerando que en cada situación el artesano solo produce un producto.

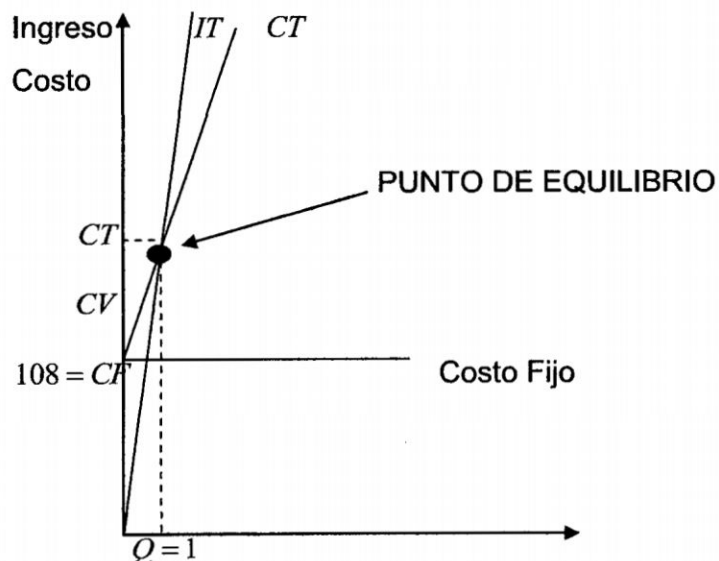
Según el Cuadro N° 17 (Costo de producción de un Tapiz), se deduce el Costo Variable Unitario ($CVu = 212.78$) que es la sumatoria de la Materia Prima y la Mano de Obra Directa.

En una situación de Punto de Equilibrio:

$$\begin{aligned}
 IT &= CT \\
 P \times Q &= CF + CV \\
 P \times Q &= CF + CVu \times Q \\
 400 \times Q &= 107.58 + 212.78 \times Q \\
 400Q - 212.78Q &= 107.58 \\
 187.22Q &= 107.58 \\
 Q &= 1
 \end{aligned}$$

Gráfico N° 16

PUNTO DE EQUILIBRIO CASO TAPIZ



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El Gráfico N°16 muestra que la cantidad de producción de equilibrio es $Q = 1$, situación en la que el artesano no gana ni pierde. El artesano debe comercializar más de una pieza de tapiz para obtener ganancias. Sin embargo la rotación del producto es lenta, llegando a comercializarse un producto en aproximadamente un mes.

Esto nos muestra que el artesano debe diversificar su producción para obtener mayores ingresos.

4.2 Punto de Equilibrio para Correa

Considerando que el artesano solo produce correa y tiene el mismo costo fijo que el tapiz ($CF = 107.58$) y según el Cuadro N° 18 (Costo de producción de una Correa), se deduce el Costo Variable Unitario ($CVu = 11.02$) que es la sumatoria de la Materia Prima y la Mano de Obra Directa.

En una situación de Punto de Equilibrio:

$$IT = CT$$

$$P \times Q = CF + CV$$

$$P \times Q = CF + CVu \times Q$$

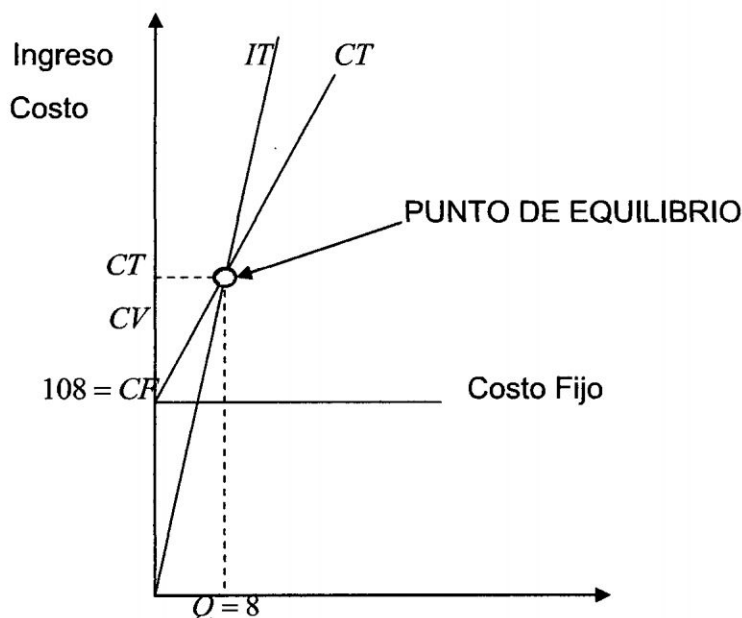
$$25 \times Q = 108 + 11 \times Q$$

$$25Q - 11Q = 108$$

$$14Q = 108$$

$$Q = 8$$

Gráfico N° 17
PUNTO DE EQUILIBRIO CASO CORREA



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El punto de equilibrio de un artesano que produce solo correas es de $Q = 8$ unidades; para obtener beneficios debe comercializar más de 8 correas.

La correa es un producto de rotación rápida; llegando a comercializarse como mínimo tres correas y hasta una cantidad de 4000 correas mensuales, cabe señalar que en la muestra de artesanos investigada se encontraron artesanos con una producción doméstica muy limitada a los tiempos libres del artesano y otros con producción especializada a escala quienes en su mayoría producen para exportar y son ellos los que comercializan cantidades superiores a las 1000 unidades de correa mensualmente.

Esta diferencia, se debe a que algunos artesanos se profesionalizaron en la administración de su negocio llevándolo a otros niveles de comercialización, utilizando redes sociales, páginas web, entre otros.

4.3 Punto de Equilibrio para un Bolso

Considerando que el artesano solo produce un bolso y tiene el mismo el costo fijo que el tapiz ($CF = 107.58$) y según el Cuadro N° 19 (Costo de producción de un Bolso), se deduce el Costo Variable Unitario ($CVu = 14$) que es la sumatoria de la Materia Prima y la Mano de Obra Directa.

En una situación de Punto de Equilibrio:

$$IT = CT$$

$$P \times Q = CF + CV$$

$$P \times Q = CF + CVu \times Q$$

$$30 \times Q = 108 + 14 \times Q$$

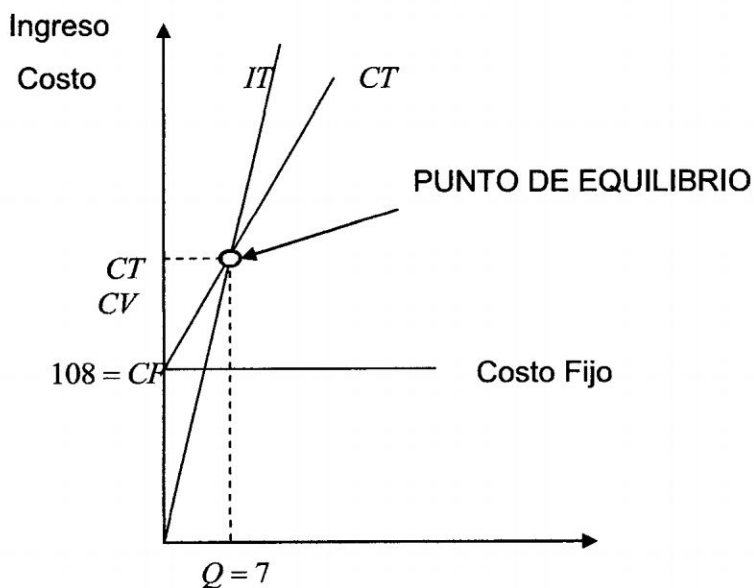
$$30Q - 14Q = 108$$

$$16Q = 108$$

$$Q = 7$$

Gráfico N° 18

PUNTO DE EQUILIBRIO CASO BOLSO



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El punto de equilibrio de un artesano que produce solo bolsos es de $Q = 7$ unidades mensuales; para obtener beneficios debe comercializar más de 7 bolsos.

El bolso es un producto de rotación un tanto rápida; llegando a comercializarse como mínimo tres bolsos y hasta una cantidad de 350 bolsos mensuales.

La comercialización de este producto se da con mayor énfasis en el mercado nacional, siendo los lugares de mayor venta la Región Lima y Cusco; de igual manera algunos artesanos exportan este producto.

5. ANÁLISIS DEL NIVEL DE INGRESO DE LOS ARTESANOS

Para el análisis de este punto necesitamos conocer las peculiaridades de cada artesano entrevistado. En primer lugar está el artesano con una producción total quien realiza todo el proceso de producción de inicio hasta obtener el producto final. En segundo lugar está el artesano que tiene una producción parcial, solo realiza parte del proceso de producción. En tercer lugar está el artesano para quien la actividad textil es su fuente principal de ingreso y en el cuarto y último lugar está el artesano que realiza la actividad artesanal textil en sus tiempos libres, como actividad complementaria.

De esta manera analicemos los niveles de ingresos de acuerdo a su nivel de producción y tipo de actividad del artesano:

5.1 Nivel de ingresos de los artesanos – Producción Total.

Para este análisis se consideró solo a los artesanos que tienen una producción total; desde la primera fase de producción hasta obtener el producto final. Estos artesanos suman un total de 40 personas, de quienes se obtienen las siguientes conclusiones.

Cuadro N° 21

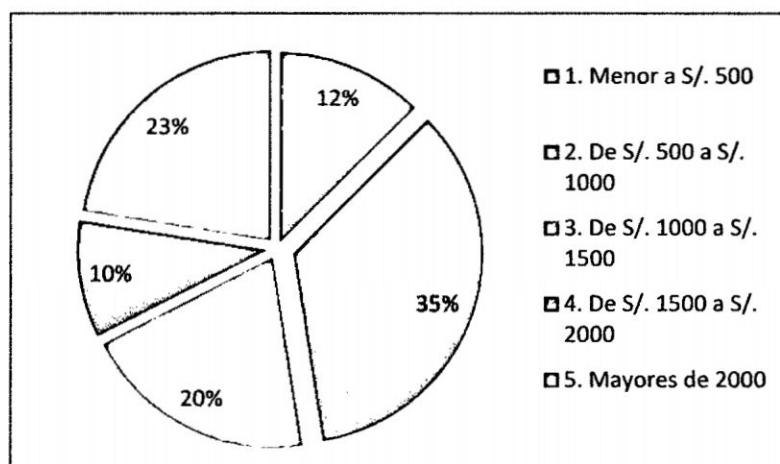
NIVEL DE INGRESO - PRODUCCIÓN TOTAL

Ingreso Mensual	Cantidad de artesanos	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1. Menor a S/. 500	5	12	12
2. De S/. 500 a S/. 1000	14	35	47
3. De S/. 1000 a S/. 1500	8	20	67
4. De S/. 1500 a S/. 2000	4	10	77
5. Mayores de 2000	9	23	100
TOTAL	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012

Elaboración: Propia

Gráfico N° 19
NIVEL DE INGRESO - PRODUCCIÓN TOTAL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

El nivel de ingreso de los artesanos que realizan todo el proceso de producción se centra en un 35% que obtiene un ingreso de S/.500.00 a S/.1000.00, así mismo un 23% con ingresos mayores de S/.2000.00 y un 20% con ingresos de S/.1000 a S/.1500.00

Podemos deducir que los artesanos que tienen un ingreso mayor de S/.2000.00, son artesanos que realizan una producción a gran escala, significa que emplean mano de obra adicional y que muchas veces sus productos son para el mercado internacional. De igual modo estos artesanos reinvierten su capital para la mejora de su taller, su producción, la comercialización y otros aspectos importantes los cuales se reflejan en sus ganancias.

Cada uno de los artesanos está especializado en un producto en particular como correas, vinchas, bolsos y tapices artísticos. Esto no significa que los artesanos no diversifiquen sus productos, ellos han mostrado gran adaptación a la demanda del mercado por ello son considerados *grandes maestros* de la artesanía textil de nuestra Región.

5.2 Nivel de ingreso de los artesanos – Producción Parcial.

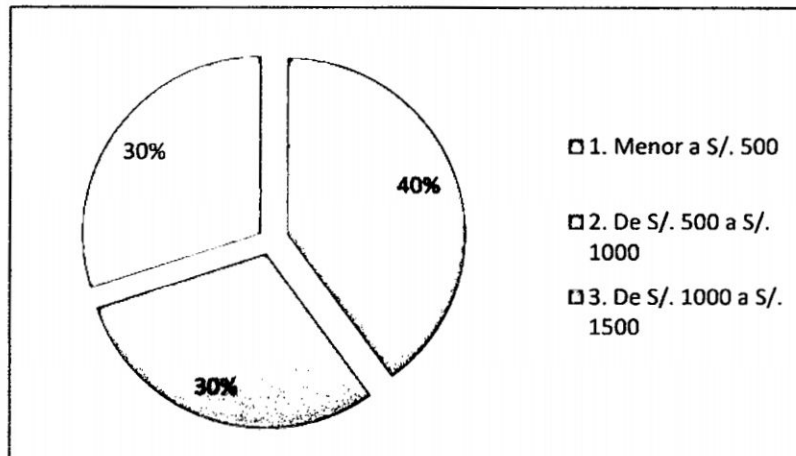
La producción parcial implica que el artesano solo participa en una fase de la producción; que puede ser tejido y/o bordado de los textiles. En este caso suman 10 artesanos.

Cuadro N° 22
NIVEL DE INGRESO - PRODUCCIÓN PARCIAL

Ingreso Mensual	Cantidad de artesanos	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1. Menor a S/. 500	4	40	40
2. De S/. 500 a S/. 1000	3	30	70
3. De S/. 1000 a S/. 1500	3	30	100
TOTAL	10	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 20
NIVEL DE INGRESO - PRODUCCIÓN PARCIAL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Los artesanos que realizan una producción parcial llegan a tener ingresos menores de S/.1500.00 en su totalidad.

Los trabajos hechos en esta producción son básicamente dos: el tejido; que muchas veces se convierten en materia prima para otros artesanos quienes a partir de éste realizan productos en su mayoría utilitarios, y el bordado que son parte de la decoración final pero importante en el producto. Esta vinculación de artesanos se da en su mayoría, porque muchos de ellos proveen el tejido a artesanos que tienen producción masiva, quienes requieren estos productos para recortar su proceso de producción u optimización de sus tiempos.

El tejido generalmente es realizado por los hombres mientras que los bordados son hechos por las mujeres.

Podemos deducir que existe una especialización en cada fase de la producción artesanal textil y esto es una forma de que familias puedan generar sus ingresos de este tipo de producción.

5.3 Nivel de ingreso de los artesanos – Actividad Principal.

Se dice que una actividad es principal en el caso de que ésta sea la primera fuente de ingreso e implique la dedicación a tiempo completo a esta actividad; así realice el artesano una producción total o parcial.

Para este análisis tenemos 42 artesanos con estas características.

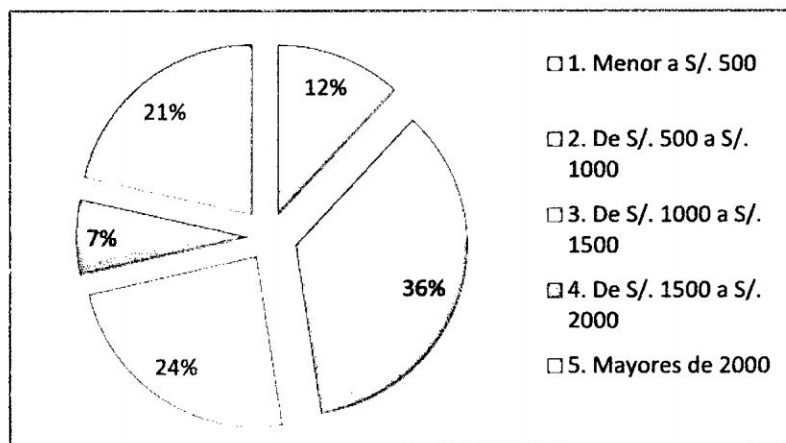
Cuadro N° 23

NIVEL DE INGRESO SEGÚN ACTIVIDAD PRINCIPAL

Ingreso Mensual	Cantidad de artesanos	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1. Menor a S/. 500	5	12	12
2. De S/. 500 a S/. 1000	15	36	48
3. De S/. 1000 a S/. 1500	10	24	72
4. De S/. 1500 a S/. 2000	3	7	79
5. Mayores de 2000	9	21	100
TOTAL	42	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 21
NIVEL DE INGRESO SEGÚN ACTIVIDAD PRINCIPAL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

Observamos en el cuadro 23 y gráfico 21 que un 36% de artesanos que se dedican exclusivamente a la artesanía textil tienen ingresos de entre S/.500.00 a S/.1000.00 y un 24% ingresos entre S/.1000.00 a S/.1500.00. Estos resultados nos muestran que la actividad artesanal textil genera ingresos como cualquier otro tipo de trabajo y en otros casos sobrepasa el ingreso que se obtiene de los trabajos dependientes. Del mismo modo esta actividad tiene ventajas sobre otras actividades ya que siendo un negocio independiente es posible decidir hasta donde se quiere llegar como empresa.

También observamos que un 21% de artesanos tienen ingresos mayores de S/.2000.00, estos ingresos pueden llegar hasta más de S/.10,000.00. Este es el caso de artesanos muy bien constituidos y reconocidos en el sector de la artesanía, donde sus trabajos están posicionados en el mercado nacional y en algunos casos en el mercado internacional; podemos enfatizar que son trabajos con acabado fino con calidad de exportación.

Estos artesanos no trabajan solos cuentan con personal externo entre tejedores y bordadores de 10 hasta 300 personas distribuidos en la zonas urbanas y rurales.

Podemos concluir con estos resultados que la actividad artesanal textil es una apropiada fuente generadora de ingresos y así mismo fuente generadora de trabajo.

5.4 Nivel de ingreso de los artesanos – Actividad Complementaria.

Entendemos por actividad complementaria a las acciones que realizan en sus tiempos libres, los cuales generan un ingreso “por productividad”, es decir no es considerado como un ingreso fijo.

La muestra para este análisis son 8 artesanos textiles.

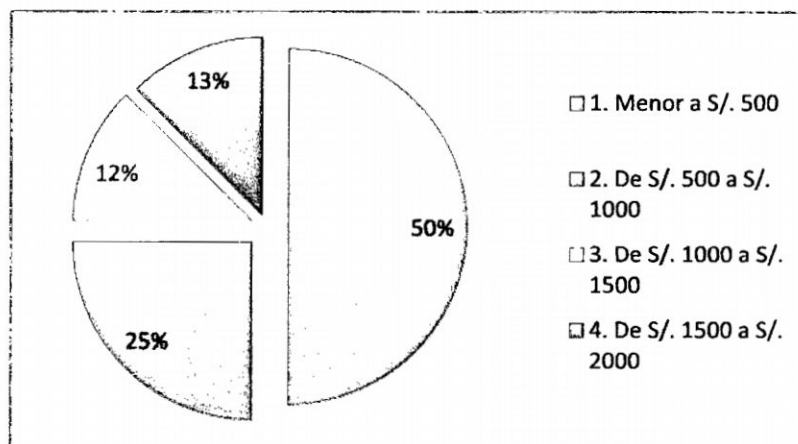
Cuadro N° 24

NIVEL DE INGRESO SEGÚN ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Ingreso Mensual	Cantidad de artesanos	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1. Menor a S/. 500	4	50	50
2. De S/. 500 a S/. 1000	2	25	75
3. De S/. 1000 a S/. 1500	1	12	87
4. De S/. 1500 a S/. 2000	1	13	100
TOTAL	8	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 22
NIVEL DE INGRESO SEGÚN ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

En el cuadro 24 y gráfico 22 observamos que el 50% de los artesanos que realizan la artesanía textil como una actividad complementaria, obtienen ingresos menores a S/500.00. Estos artesanos ven en la artesanía textil un ingreso extra de los que ya tiene, ya que poseen otra actividad como fuente generadora de su ingreso principal que no siempre están relacionadas con la artesanía textil; este ingreso extra se limita al tiempo libre del artesano.

Un 25% obtiene ingresos de S/. 500.00 a S/. 1000.00 este artesano optimiza mejor su tiempo libre los cuales se reflejan en su ingreso extra, que no bajan de S/500.00.

De aquí podemos concluir que el ingreso "extra" del artesano está en función de variables cualitativas como puede ser: la perseverancia, voluntad personal, determinación y en muchos casos es parte de su hábito, ya que la artesanía textil es una actividad hereditaria para ellos.

6. MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO

La maximización del ingreso se realiza a través del análisis de Investigación Operativa para lo cual utilizamos la herramienta Solver de Excel. Este análisis tendrá en consideración a los artesanos según el nivel de ingreso que obtienen mensualmente. Para este caso se consideró a 39 artesanos quienes producen tapices, correas y bolsos.

6.1 Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos menores que S/. 500.00)

Analizaremos a los artesanos con ingresos menores a los S/. 500.00 mensuales.

Cuadro N° 25
MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO
(Artesanos con ingresos menores que S/. 500.00)

Productos Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Función Objetivo	400	25	30	6710	≤	
Lana (gr.)	2000	80	250	31860	≤	32090
MO (H-H)	54	27	18	1926	≤	1950
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	14	42	2	6710

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.
- Materia prima: $2000L_1 + 80L_2 + 250L_3 \leq 31860$
- Mano de obra: $54MO_1 + 27MO_2 + 18MO_3 \leq 1926$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de ingreso óptimo de los artesanos con ingresos menores que S/.500.00

$$Y_{Total\acute{O}ptimo} = P_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + P_{Correa} \times Q_{Correa} + P_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$Y_{Total\acute{O}ptimo} = 400 \times Q_{tapiz} + 25 \times Q_{Correa} + 30 \times Q_{Bolsa}$$

$$Y = 400 \times 14 + 25 \times 42 + 30 \times 2$$

$$Y = S/. 6710.00$$

$$Y_{Por\ artesano} = \frac{S/. 6710.00}{5}$$

$$Y_{Por\ artesano} = S/. 1342.00$$

El 12.8% de los artesanos obtiene un ingreso menor que S/. 500.00, sin optimizar sus recursos de materia prima (lana) y mano de obra (H-H). Mientras optimizando sus recursos con la misma disponibilidad de ellos, podrían obtener un ingreso óptimo de S/. 1342.00 por cada artesano, produciendo 14 unidades de tapiz, 42 unidades de correa y 2 unidades de bolso; esta es la combinación óptima de unidades producidas que optimizan el ingreso.

6.2 Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/. 500.00 a S/. 1000.00)

Analizaremos a los artesanos con ingresos de S/. 500.00 a S/. 1000.00 mensuales.

Cuadro N° 26
MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO
(Artesanos con ingresos de S/. 500.00 a S/. 1000.00)

Productos/Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Función Objetivo	400	25	30	23825	≤	
Lana (gr.)	2000	80	250	91360	≤	91420
MO (H-H)	54	27	18	17793	≤	17970
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	21	617	0	23825

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.
- Materia prima: $2000L_1 + 80L_2 + 250L_3 \leq 32\ 080$
- Mano de obra: $54MO_1 + 27MO_2 + 18MO_3 \leq 10\ 827$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de ingreso óptimo de los artesanos con ingresos de S/. 500.00 a S/.1000.00

$$Y_{Total\ Óptimo} = P_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + P_{Correa} \times Q_{Correa} + P_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$Y_{Total\ Óptimo} = 400 \times Q_{tapiz} + 25 \times Q_{Correa} + 30 \times Q_{Bolsa}$$

$$Y = 400x21 + 25x617 + 30x0$$

$$Y = S/. 23825.00$$

$$Y_{\text{Por artesano}} = \frac{S/. 23825.00}{13}$$

$$Y_{\text{Por artesano}} = S/. 1832.69$$

El 33.3% de los artesanos obtiene un ingreso entre S/. 500.00 a S/. 1000.00, estos artesanos no están optimizando sus recursos de materia prima (lana) y mano de obra (H-H), llegarían a optimizar su ingreso a S/. 1832.70 por artesano produciendo 21 unidades de tapiz y 617 unidades de correa.

6.3 Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/. 1000.00 a S/. 1500.00)

Analizaremos a los artesanos con ingresos de S/. 1000.00 a S/. 1500.00 mensuales.

Cuadro N° 27

MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO

(Artesanos con ingresos de S/. 1000.00 a S/. 1500.00)

Productos \ Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Función Objetivo	400	25	30	60550	≤	
Lana (gr.)	2000	80	250	214640	≤	214650
MO (H-H)	54	27	18	54432	≤	54720
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	29	1958	0	60550

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.

- Materia prima: $2000L_1 + 80L_2 + 250L_3 \leq 214\,640$
- Mano de obra: $54MO_1 + 27MO_2 + 18MO_3 \leq 54\,432$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de ingreso óptimo de artesanos con ingresos de S/. 1000.00 a S/. 1500.00

$$Y_{Total\ Óptimo} = P_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + P_{Correa} \times Q_{Correa} + P_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$Y_{Total\ Óptimo} = 400 \times Q_{tapiz} + 25 \times Q_{Correa} + 30 \times Q_{Bolsa}$$

$$Y = 400 \times 29 + 25 \times 1958 + 30 \times 0$$

$$Y = S/. 60\,550.00$$

$$Y_{Por\ artesano} = \frac{S/. 60\,550.00}{10}$$

$$Y_{Por\ artesano} = S/. 6\,055.00$$

El 25.6% de los artesanos obtiene un ingreso entre S/. 1000.00 a S/. 1500.00, sin optimizar sus recursos de materia prima (lana) y mano de obra (H-H). Mientras optimizando sus recursos con la misma disponibilidad de ellos, podrían obtener un ingreso óptimo de hasta S/. 6055.00 por cada artesano produciendo 29 unidades de tapices y 1958 unidades de correas; ésta es la combinación óptima de unidades producidas.

6.4 Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos de S/. 1500.00 a S/. 2000.00)

Analizaremos a los artesanos con ingresos de S/. 1500.00 a S/. 2000.00 mensuales.

Cuadro N° 28
MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO
(Artesanos con ingresos de S/. 1500.00 a S/. 2000.00)

Productos \ Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Función Objetivo	400	25	30	5333	≤	
Lana (gr.)	2000	80	250	26667	≤	28000
MO (H-H)	54	27	18	720	≤	720
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	13	0	0	5333

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.
- Materia prima: $2000L_1 + 80L_2 + 250L_3 \leq 26\ 667$
- Mano de obra: $54MO_1 + 27MO_2 + 18MO_3 \leq 720$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de ingreso óptimo de artesanos con ingresos de S/. 1500.00 a S/. 2000.00

$$Y_{Total\ Óptimo} = P_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + P_{Correa} \times Q_{Correa} + P_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$Y_{Total\ Óptimo} = 400 \times Q_{tapiz} + 25 \times Q_{Correa} + 30 \times Q_{Bolsa}$$

$$Y = 400x13 + 25x0 + 30x0$$

$$Y = S/. 5333.00$$

$$Y_{\text{Por artesano}} = \frac{S/. 5333.00}{2}$$

$$Y_{\text{Por artesano}} = S/. 2666.50$$

El 5.1% de los artesanos obtiene un ingreso entre S/. 1500.00 a S/. 2000.00, sin optimizar sus recursos de materia prima (lana) y mano de obra (H-H). Mientras optimizando sus recursos con la misma disponibilidad de ellos, podrían obtener un ingreso óptimo de hasta S/. 2666.50 por cada artesano produciendo 13 unidades de tapiz. Este ingreso no está lejos del actual ingreso que perciben.

6.5 Maximización del ingreso (Artesanos con ingresos mayores a S/. 2000.00)

Analizaremos a los artesanos con ingresos mayores a S/. 2000.00 mensuales.

Cuadro N° 29

MAXIMIZACIÓN DEL INGRESO

(Artesanos con ingresos mayores a S/. 2000.00)

Productos \ Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Función Objetivo	400	25	30	235769.022	≤	
Lana (gr.)	2000	80	250	1121700	≤	1121700
MO (H-H)	54	27	18	61830	≤	61830
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	510	1270	0	235769

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.
- Materia prima: $2000L_1 + 80L_2 + 250L_3 \leq 1121700$
- Mano de obra: $54MO_1 + 27MO_2 + 18MO_3 \leq 61830$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de ingreso óptimo – nivel de ingreso mayores a S/. 2000.00:

$$Y_{Total\acute{O}ptimo} = P_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + P_{Correa} \times Q_{Correa} + P_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$Y_{Total\acute{O}ptimo} = 400 \times Q_{tapiz} + 25 \times Q_{Correa} + 30 \times Q_{Bolsa}$$

$$Y = 400 \times 510 + 25 \times 1270 + 30 \times 0$$

$$Y = S/. 235769.00$$

$$Y_{Por\ artesano} = \frac{S/. 235769.00}{9}$$

$$Y_{Por\ artesano} = S/. 26196.56$$

El 23.1% de los artesanos obtiene un ingreso mayor a S/. 2000.00, los artesanos si optimizan sus ingresos, pero no en la combinación de cantidades producidas que la herramienta Solver propone; ya que la demanda de tapices es limitada, es decir es un producto de rotación lenta.

El artesano pese a que quiere optimizar sus ingresos la demanda no le permite.

7. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

7.1 Comprobación de la Hipótesis Específica 1:

H_0 : Si el nivel de producción es óptimo entonces el artesano obtiene utilidad óptima.

H_1 : Si el nivel de producción no es óptimo entonces el artesano no obtiene utilidad óptima.

La comprobación de la Hipótesis específica 1 se realiza a través del análisis de Investigación Operativa para lo cual utilizamos la herramienta Solver de Excel. Este análisis tendrá en consideración a los artesanos quienes producen tapices, correas y bolsos y se consideró a 39 artesanos.

Cuadro N° 30

MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD ÓPTIMA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL TEXTIL

Productos \ Recursos	Tapiz	Correa	Bolso	Total		Disponible
Utilidad	157.8	5.8	9.6	114305.2	≤	
Costo Lana	50	2	6.25	36220	≤	36221.5
Pago MO	150	8	5	108680	≤	162380
	≥ 0	≥ 0	≥ 0			

	Cantidad Tapiz	Cantidad Correa	Cantidad Bolso	Ingreso Máximo
Solución	724	10	0	114305.2

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Restricciones:

- Artesanos que producen tapiz, correa y bolso.

- Costo de materia prima (lana): $50L_1 + 2L_2 + 6.25L_3 \leq 36\,220$
- Costo de mano de obra (H-H): $150MO_1 + 8MO_2 + 5MO_3 \leq 108\,680$
- Las cantidades estén expresados en números enteros.

Función de Utilidad óptima de la actividad artesanal textil en la Provincia de Huamanga:

$$U_{Total\acute{O}ptimo} = U_{Tapiz} \times Q_{tapiz} + U_{Correa} \times Q_{Correa} + U_{Bolsa} \times Q_{Bolsa}$$

$$U_{Total\acute{O}ptimo} = 157.80 \times Q_{tapiz} + 5.8 \times Q_{Correa} + 9.6 \times Q_{Bolsa}$$

$$U = 157.8 \times 724 + 5.8 \times 10 + 9.6 \times 0$$

$$U = S/. 114\,305.20$$

$$U_{Por\ artesano} = \frac{S/. 114\,305.20}{39}$$

$$U_{Por\ artesano} = S/. 2\,930.90$$

La utilidad promedio óptima de la actividad artesanal textil es $U = S/. 2\,930.90$ por artesano, el cual lo obtiene minimizando sus costos de materia prima y mano de obra empleada.

Esta optimización la encuentra en una combinación de 724 unidades de tapiz y 10 unidades de correa. Sin embargo esto supondría que la mayoría de mano de obra sean tejedores y que cada uno de ellos cuenta con un telar; afirmación que no se adecua a la realidad actual, ya que exceptuaría al trabajo de la bordadoras.

De igual manera se asumiría que la rotación del tapiz sea rápida, el cual sale de la realidad ya que la correa y el bolso son de mayor rotación que el tapiz.

Por lo tanto rechazamos la Hipótesis nula ya que esta combinación no es alcanzable.

CAPÍTULO TERCERO

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

1. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA TEXTIL EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA.

1.1 Destino de la producción

Los productos textiles son destinados a diferentes mercados; local, nacional e internacional, para este análisis se considera 40 artesanos quienes realizan una producción total; veamos el cuadro 1 y gráfico 1.

Cuadro N° 01

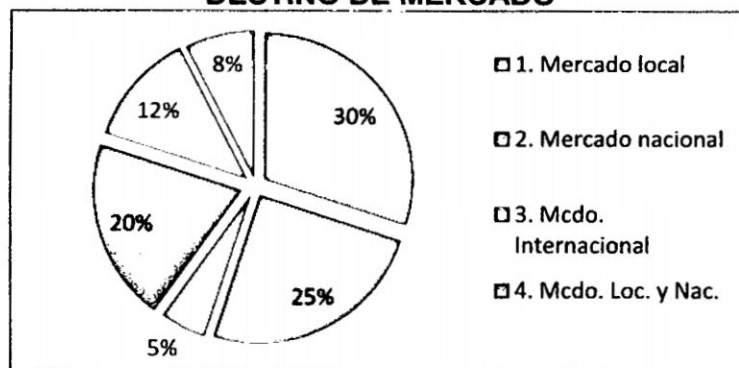
DESTINO DE MERCADO

Tipo de Mercado	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
1. Mercado local	12	30	30
2. Mercado nacional	10	25	55
3. Mercado Internacional	2	5	60
4. Mercado Local y Nacional	8	20	80
5. Mercado Nacional e Internacional	5	12	92.5
6. Mercado Local, Nacional e Internacional	3	8	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 01

DESTINO DE MERCADO



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Se observa que el 30% de los artesanos destina su producto al mercado local, es decir distribuye su producto dentro de la provincia de Huamanga este puede a través de un establecimiento de venta directa, distribución a otros comerciantes de artesanía textil o comercialización en su taller. Mientras un 25% dirige su producto al mercado nacional, siendo los departamentos de destino Lima y Cusco. Así mismo un 20% dirige su producto tanto al mercado local y nacional, y el 12% destina su producto al mercado nacional e internacional.

1.2 Tipo de comercialización

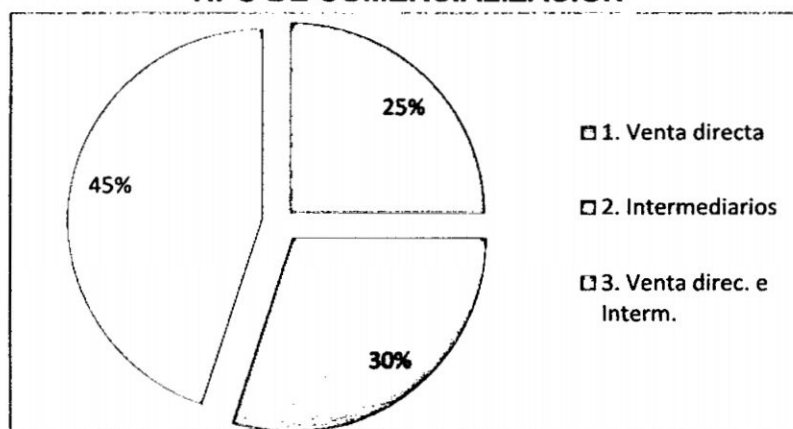
Luego de saber el destino de mercado conozcamos el tipo de comercialización que realiza.

Cuadro N° 02
TIPO DE COMERCIALIZACIÓN

Tipo de Comercialización	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
1. Venta directa	10	25	25
2. Intermediarios	12	30	55
3. Venta direc. e Interm.	18	45	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 02
TIPO DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Existen tres tipos de comercialización: venta directa, venta a través de intermediarios y, la tercera, que es combinada. La primera explica la venta del artesano al consumidor final en este caso puede ser un turistas y público en general, el segundo explica la venta del artesano a través de intermediarios tales como galerías o tiendas de suvenires, el tercer tipo de comercialización es combinada utilizando los dos medios.

Dentro de este marco el 45% de los artesanos comercializan sus tejidos tanto de manera directa y a través de intermediarios; es decir una comercialización combinada, así mismo existe un 30% de artesanos que comercializa su producto solo a través de intermediarios y un 25% de artesanos comercializa su producto de manera directa.

Cuanto más largo sea el canal usado, más caro resulta el producto pues aumentan los costes ya que cada intermediario cobra por su labor. La ventaja de un canal largo es que así el producto llega a más personas (mercado internacional) y se difunde mejor.

1.3 Exportación

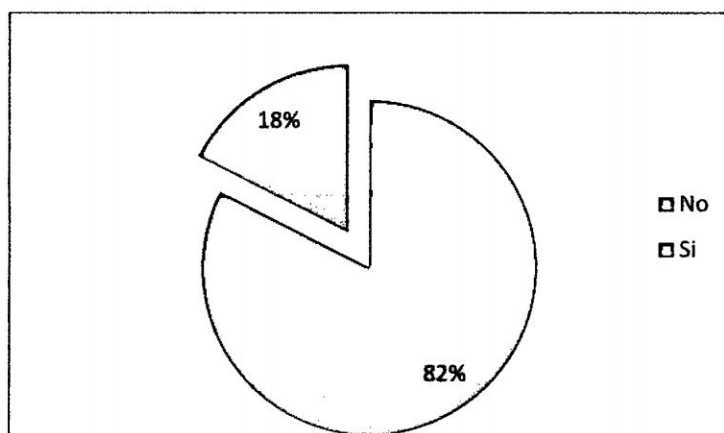
Veamos cuantos artesanos exportan sus productos textiles al mercado internacional.

Cuadro N° 03
EXPORTACIÓN

Exportación de Productos	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
No	33	82	82
Si	7	18	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 03
EXPORTACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El termino exportación es muy ajeno al lenguaje de los artesanos ayacuchanos. Desde sus inicios esta actividad no fue creada ni pensada para ser un ente que genere ganancias ello se expresa en su actual modo de producción que aún se mantiene en situación rústica y que muchos de los artesanos la mantiene como actividad familiar.

Es por eso que podemos observar en el cuadro 3 y gráfico 3 que el 82% de los artesanos no llega a exportar sus tejidos porque desconoce el proceso y a esto se agrega la falta de asistencia técnica. Del mismo modo se observa que solo el 18% de artesanos exporta sus productos, dentro de este proceso se han visto involucradas instituciones y ONGs que han apostado por la artesanía textil apoyando a los artesanos en mejorar la cadena de producción del tejido, en control de calidad, diseños, organización entre otros temas de acuerdo a la exigencia del mercado. Esta ayuda ha servido a este pequeño grupo de artesanos que ven en la actividad artesanal textil una oportunidad de mejorar sus ingresos y han empezado a administrar de manera empresarial su negocio.

1.4 Motivos por los que no Exportan

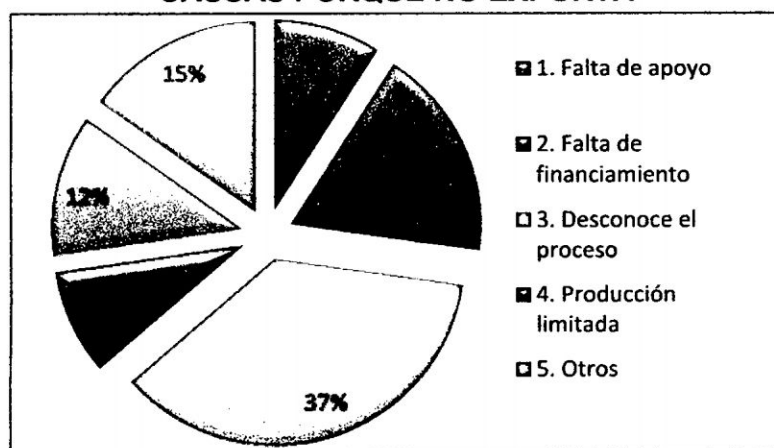
Conozcamos los motivos por lo que los artesanos no dan el paso para iniciar a comercializar sus productos en el mercado internacional.

Cuadro N° 04
CAUSAS PORQUE NO EXPORTA

Causas porque No Exporta	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
1. Falta de apoyo	3	9	9
2. Falta de financiamiento	6	18	27
3. Desconoce el proceso	12	37	64
4. Producción limitada	3	9	73
5. Otros	4	12	85
6. No sabe/ No opina	5	15	100
Total	33	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 04
CAUSAS PORQUE NO EXPORTA



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

La causa más importante por la que el artesano no exporta, se debe a que desconoce el proceso de exportación según el cuadro 4 y gráfico 4 representa el 37%. A esto le sigue la falta de financiamiento con un 18%, es decir que no tiene

el suficiente capital para afrontar el volumen de producción, la calidad del producto y el costo que implica este proceso; un 15% reserva su opinión acerca de las causas por las que no exporta.

1.5 Destino de Exportación

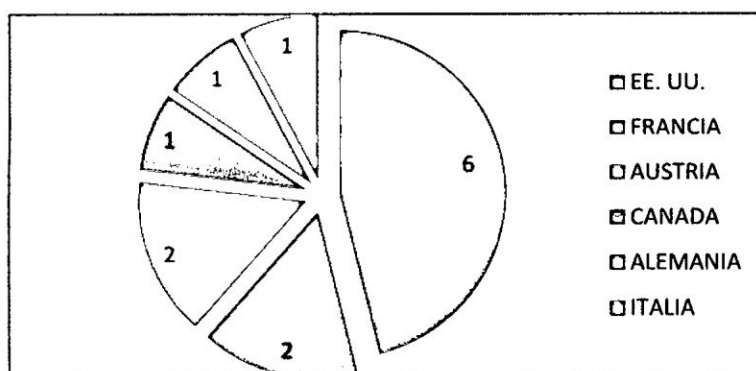
En el siguiente cuadro 5 se muestran los destinos de exportación.

Cuadro N° 05
DESTINOS DE EXPORTACIÓN

Países de Exportación	Frecuencia de destino de exportación
Estados Unidos	6
Francia	2
Austria	2
Canadá	1
Alemania	1
Italia	1

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 05
DESTINOS DE EXPORTACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Del total de artesanos entrevistados, solo 7 exportan sus productos, de los cuales 6 de ellos tiene como principal destino de exportación EE.UU. y 3 de estos además de EE.UU. exportan a otros países como Canadá, Francia y Austria. Un artesano tiene como destino de exportación solo el mercado europeo siendo los países de exportación Francia, Italia y Austria.

1.6 Contacto con Organizaciones que fomenten la exportación

El cuadro 6 muestra si los artesanos tuvieron contacto con organizaciones que fomenten o apoyen la exportación, estas organizaciones pueden ser instituciones públicas, privadas u ONGs.

Cuadro N° 06

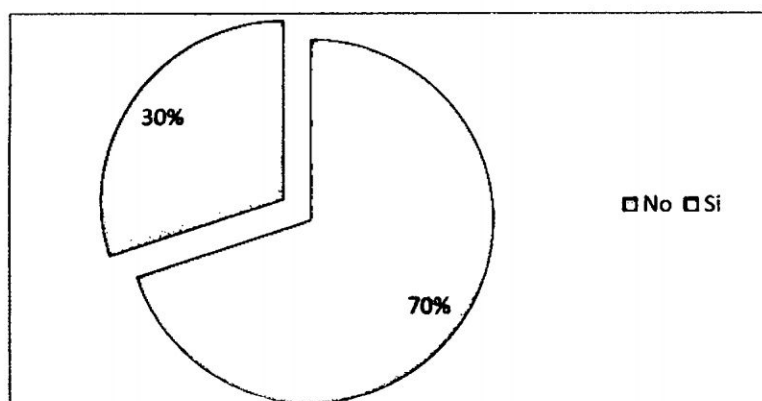
CONTACTO CON ORGANIZACIONES QUE FOMENTA LA EXPORTACIÓN

Contacto con organizaciones que fomenta la exportación	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
No	28	70	70
Si	12	30	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 06

CONTACTO CON ORGANIZACIONES QUE FOMENTA LA EXPORTACIÓN



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

En la actualidad en la ciudad de Ayacucho las instituciones que pueden considerarse contactos que fomenten la exportación son el MINCETUR, IDESI, PROMPERU, y la ONG CTB (desde el 2008 hasta principios del 2012).

Según los artesanos el 70% afirman que no han tenido contacto con ninguna de estas organizaciones, es decir que no han estado dentro del grupo de beneficiarios, estos beneficiarios representan un 30%.

1.7 Apoyo brindado por Instituciones

Apoyo de las instituciones, organizaciones u ONGs a los artesanos textiles en su actividad propiamente dicha.

Cuadro N° 07

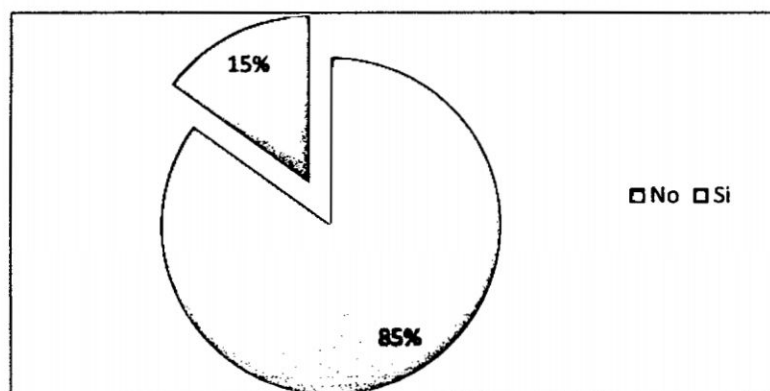
RECIBE APOYO EN SU ACTIVIDAD ARTESANAL

Recibe apoyo en su Actividad Artesanal	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
No	34	85	85
Si	6	15	100
Total	40	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 07

RECIBE APOYO EN SU ACTIVIDAD ARTESANAL



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Cuando hablamos de apoyo pasamos al segundo nivel, es decir, es llevar a la práctica los programas de las instituciones para los artesanos. Entiéndase por estos como asistencias técnicas, capacitaciones, créditos y entre otros. Según la entrevista con los artesanos en el cuadro 7, el 85% afirma que no ha recibido ningún tipo de apoyo y solo un 15% dice haber recibido apoyo. Es importante mencionar que las instituciones financieras han abierto las puertas a los artesanos (as) para el otorgamiento de créditos, cosa que antes no sucedía, ahora ven la actividad artesanal textil como una actividad rentable.

1.8 Complementa con otras líneas artesanales

Conozcamos con que líneas artesanales complementan la venta de sus productos.

Cuadro N° 08

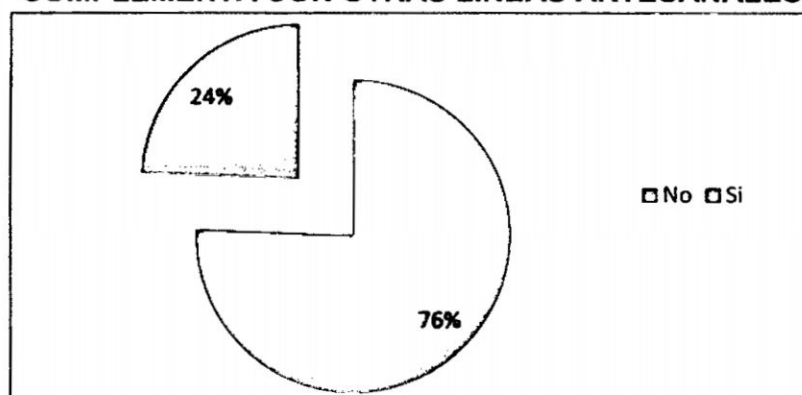
COMPLEMENTA CON OTRAS LÍNEAS ARTESANALES

Complementa con otras líneas artesanales	Número de artesanos	Valor porcentual	Porcentaje acumulado
No	31	76	76
Si	10	24	100
Total	41	100	

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

Gráfico N° 08

COMPLEMENTA CON OTRAS LÍNEAS ARTESANALES



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
Elaboración: Propia

El 76% de los artesanos se dedica exclusivamente a comercializar su línea artesanal no complementando con otras líneas, mientras el 24% complementa con otras líneas como retablo, piedra de Huamanga, cerámica; éstos pasan a ser intermediarios de las líneas mencionadas.

2. RESULTADO OBTENIDO POR CTB

2.1 Ventas Brutas

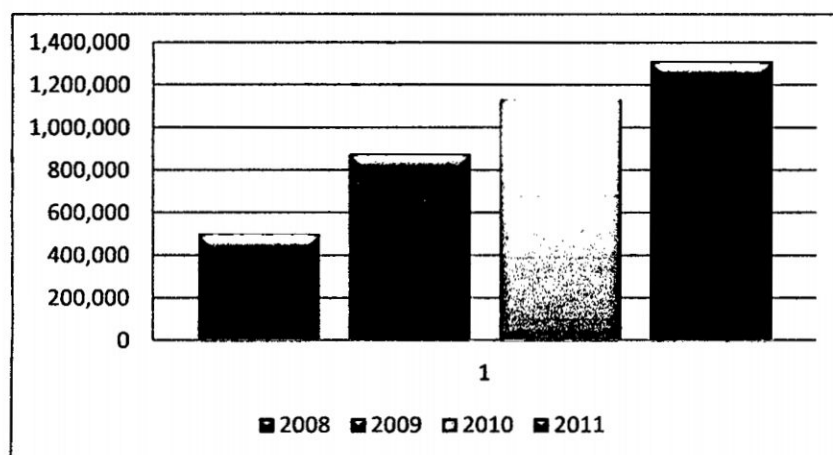
Resultados obtenidos del trabajo de la Cooperación Técnica Belga en la provincia de Huamanga.

Cuadro N°09
VENTAS BRUTAS 2008 AL 2011

VENTAS BRUTAS			
2008	2009	2010	2011
502,000	877,017	1,131,678	1,312,508

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB - Perú

Gráfico N°09
VENTAS BRUTAS 2008 AL 2011



Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

La CTB durante la ejecución de su proyecto trabajó con 13 artesanos de la provincia de Huamanga, quienes se capacitaron y recibieron asistencia técnica certificándose en la metodología 5'S y BPMM; estos resultados se pueden apreciar en el cuadro 9, donde nos muestra una tendencia creciente de las ventas durante el año 2008 a 2011.

2.2 Distribución del mercado

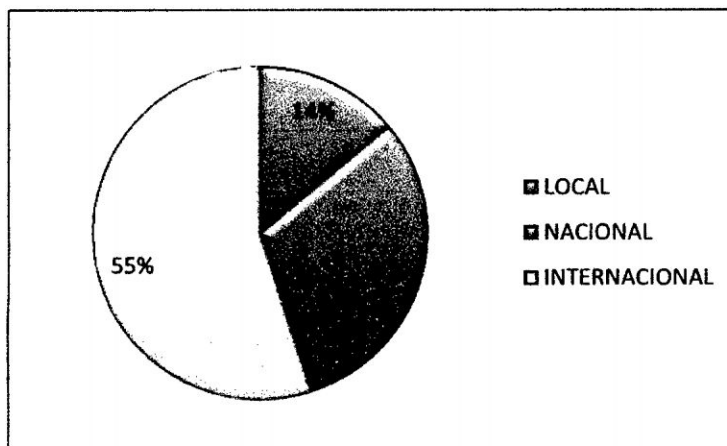
Resultados obtenidos del trabajo de la Cooperación Técnica Belga en la provincia de Huamanga.

Cuadro N°10
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO

DISTRIBUCIÓN DE MERCADO EN %	
LOCAL	14%
NACIONAL	31%
INTERNACIONAL	55%
Total	100%

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

Gráfico N° 10
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO



Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

El gráfico 10 nos muestra que los artesanos destinan su producto al mercado internacional. Sin embargo este resultado refleja el trabajo de solo 13 artesanos de la provincia de Huamanga, cuando en el registro de artesanos de la DIRCETUR existen 219 artesanos. Aun así este avance es un gran logro para el sector artesanal textil.

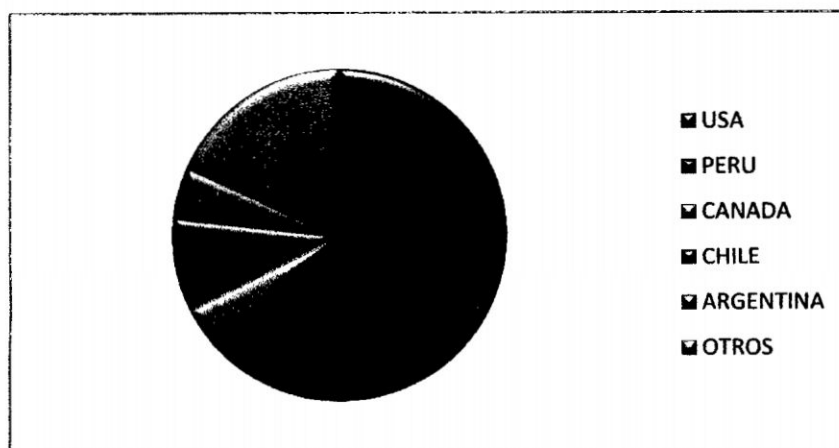
En nuestros resultados de trabajo de campo la tendencia del destino de mercado en promedio es el mercado local y nacional.

Cuadro N° 11
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO SEGÚN PAÍS DE DESTINO

DISTRIBUCION DE MERCADO EN %	
USA	32%
PERU	30%
CANADA	5%
CHILE	9%
ARGENTINA	5%
OTROS	18%

Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

Gráfico N° 11
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO SEGÚN PAÍS DE DESTINO



Fuente: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú
Elaboración: Cooperación Belga para el Desarrollo CTB – Perú

Entre los países con mayor demanda de productos artesanales textiles, los EE.UU. es el país que compra más estos productos. También se observa que sigue existiendo demanda en el mercado nacional, esto se da a que la población valora el arte textil.

3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

3.1 Comprobación de la Hipótesis Específica 2:

H_0 : Las formas de la comercialización de esta actividad productiva influyen en el nivel de ingreso de los artesanos textiles.

H_1 : Las formas de la comercialización de esta actividad productiva no influyen en el nivel de ingreso de los artesanos textiles.

Para la comprobación de la Hipótesis específica 2 utilizamos la regresión con una variable cualitativa con más de dos atributos

Sea el siguiente modelo:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 C_{1i} + \beta_2 C_{2i} + \mu_i$$

Dónde:

$$E(\mu_i) = 0$$

$$E(\mu_i \mu_j) = 0$$

$$E(\mu_i^2) = \sigma_\mu^2$$

Y además,

$C_{1i} = 1$ Si es Comercialización Directa

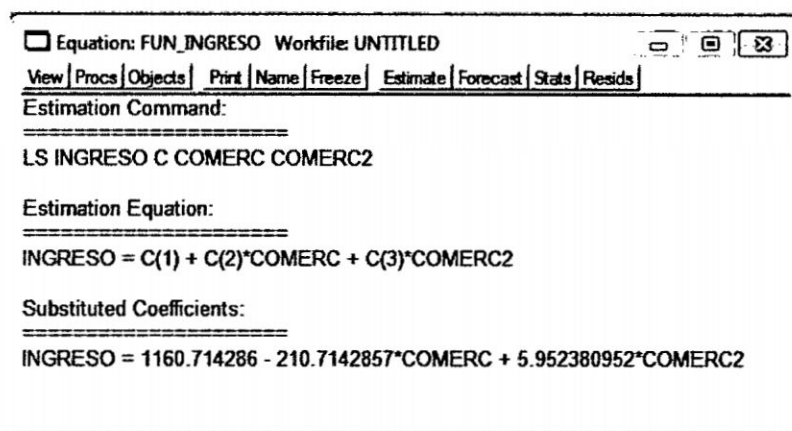
$C_{1i} = 0$ Otro caso (indirecta y mixta)

$C_{2i} = 1$ Si es Comercialización Indirecta

$C_{2i} = 0$ Otro caso (directa y mixta)

A través del resultado en eviews, tenemos la siguiente ecuación:

Gráfico N° 12
ECUACIÓN DE LA FUNCIÓN DE INGRESO



Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo -2012
Elaboración: Propia

Podemos concluir que de la ecuación de ingreso, la diferencial de la comercialización directa frente a la comercialización mixta es de 210.71 nuevos soles.

De igual manera para la comercialización indirecta, la diferencial de esta frente a la comercialización mixta es de 5.95 nuevos soles.

Para la comprobación de la hipótesis tenemos la siguiente regresión:

Gráfico N° 13
REGRESIÓN DE LA FUNCIÓN DE INGRESO Y LAS FORMAS DE
COMERCIALIZACIÓN

Equation: FUN_INGRESO Workfile: UNTITLED									
View	Procs	Objects	Print	Name	Freeze	Estimate	Forecast	Stats	Resids
Dependent Variable: INGRESO									
Method: Least Squares									
Date: 07/20/13 Time: 16:50									
Sample: 1 50									
Included observations: 50									
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.					
C	1160.714	103.7608	11.18644	0.0000					
COMERC	-210.7143	202.2670	-1.041763	0.3029					
COMERC2	5.952381	189.4404	0.031421	0.9751					
R-squared	0.024883	Mean dependent var	1120.000						
Adjusted R-squared	-0.016612	S.D. dependent var	544.5462						
S.E. of regression	549.0505	Akaike info criterion	15.51238						
Sum squared resid	14168452	Schwarz criterion	15.62710						
Log likelihood	-384.8096	F-statistic	0.599668						
Durbin-Watson stat	1.483028	Prob(F-statistic)	0.553140						

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo - 2012
 Elaboración: Propia

Observamos que $t - Statistic < 2$, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula; es decir las formas de comercialización de esta actividad productiva no influyen en el nivel de ingreso de los artesanos textiles.

CONCLUSIONES

1. La utilidad promedio óptima de la actividad artesanal textil es $U = S/. 2.930.90$ por artesano, el cual lo obtiene minimizando sus costos de materia prima y mano de obra empleada. Esta optimización la encuentra en una combinación de 724 unidades de tapiz y 10 unidades de correa. Sin embargo esto supondría que la mayoría de mano de obra utilizada solo sean tejedores y que cada uno de ellos cuenta con un telar; afirmación que no se adecua a la realidad actual. Por lo tanto rechazamos la Hipótesis nula (hipótesis específica 1) ya que esta combinación no es alcanzable.

2. De la comprobación de la hipótesis se rechaza la hipótesis nula; es decir las formas de comercialización de esta actividad productiva no influyen en el nivel de ingreso de los artesanos textiles.

RECOMENDACIONES

1. La producción de productos utilitarios tienen menor costo y tienen mayor rotación, es por ello que los artesanos deben especializarse en la producción de estos trabajos ya que generan mayores ganancias, que los trabajos artísticos.

2. Los artesanos se desenvuelven bien en el proceso productivo, pero carecen de habilidades en la comercialización de sus productos. Recomendamos apoyar en esta fase con asistencia técnica y que constantemente sean evaluados sus avances.

BIBLIOGRAFÍA

- Cock Juan Pablo/ Guillén Mariano/ Ortiz José/ Trujillo Franklin (2004) Planeamiento Estratégico del Sector Textil Exportador del Perú.
- Damodar N. Gujarati: Econometría tercera edición. 1997
- Furio Blasco, E. (2005), Los lenguajes de la Economía, Edición digital.
- Gómez Chávez, Máximo/ Tapahuasco Sulca, Apolinario (1993), Empleo e ingresos en la artesanía de la Provincia de Huamanga: caso textilera y cerámica.
- Hamdy A. Taha: Investigación Operativa séptima edición. University of Arkansas, Fayetteville – 2004
- Herrera Mora Camilo: Consumo Cultural Potencial en América Continental 2001: Una aplicación del Modelo de Asignación de Consumos al Gasto en Cultura.
- Huamán Galindo Rómulo/ De la Cruz Gómez, Demetrio (2004), El sector artesanal textil en Ayacucho: un análisis de punto de equilibrio – 2003.
- Informe Cooperación Técnico Belga. 2009 – 2011 del Gerente de la Cadena de Valor de Artesanía Textil; Jang Ludmir Araujo Ayala

- Informe Final: PROMOARTESANÍA 2010 - Encuentro Nacional de Promotores de la Artesanía. "Competitividad: Desafío de la Artesanía".
- Informe: Primer Año de Gestión de la Ministra Mercedes Araoz Fernández (agosto 2006 – julio 2007) Sector Comercio Exterior y Turismo.
- KEYNES, J.M. (1936): Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero. F.C.E. México, 1981.
- Mariño Alfaro, Alfredo (1992), Producción artesanal en Ayacucho, fomento y organización.
- Marx, Karl. : "Zur Kritik der politischen Ökonomie Ring Verlag A.G. Zurich, 1934.
- McCarthy J. (1981) Comercialización.
- Medina Peralta Fernando/ Caballero Pantoja, Mario (2002) Determinantes de la producción del sector artesanal textil de Ayacucho.
- Merino Vilca Yesenia Norma, Producción artesanal en el Perú.
- Montes Acori, Amparo (2003), La artesanía textil en la ciudad de Ayacucho – un análisis empírico.
- N Gregory Mankiw (2007), Principios de Economía.

- Nicholson Walter: Teoría Microeconómica – 1997
- Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Ayacucho. 2008 – 2018. Municipalidad Provincial de Huamanga.
- Plan Estratégico Nacional de Artesanía “PENdAR Hacia el 2021” - Octubre de 2011.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR 2008 - 2018) Síntesis Para la Puesta en Operación.
- Plan Estratégico Regional Exportador PERX. (2005) – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Plan Regional de Desarrollo Ganadero Ayacucho al 2015 – Gobierno Regional de Ayacucho.
- Ricaldi Hurtado, Rigoberto (2003), “Empresas familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo: Problemática y lineamientos Básicos para la creación de consorcios de exportación”.
- Saavedra Jaime (1998), Empleo, Productividad e Ingresos: Perú (1990 – 1996).

ARTÍCULOS

- Albareda E. Albareda F. Artesanía ¿Sobrevivencia o Alternativa de Empleo?
- Conclusiones Preliminares: I Congreso Regional de Artesanía “JOAQUIN LOPEZ ANTAY” Agosto 2011 – Municipalidad Provincial de Huamanga – SGTA.
- Delgado S. y Camacho R. Artesanías y Artesano del Cusco. Edit. ASAPES. Cusco – Perú.
- Extractos del artículo Nueva Visión Del Arte Peruano de la revista CIDAP algunos apuntes sobre América Latina”, Santiago de Chile, CEPAL.
- Fortalecimiento de la Cadena de Producción de Artesanía de la Región Puno - Agencia Ejecutora: Asociación para el Desarrollo del Entorno.
- Instituto Nacional de la Cultura: Gaceta del Perú - Diciembre 2006. N° 24 Tradición y Modernidad: El valor de la memoria Patrimonio cultural inmaterial.
- Padrón de Artesanos – 2011 – Dirección Regional de Comercio Exterior Y Turismo DIRCETUR.

Páginas visitadas en la web:

www.promperu.gob.pe

www.mincetur.gob.pe

<http://www.inei.gob.pe/>

www.regionayacucho.gob.pe/

www.munihuamanga.gob.pe/

<http://www.mintra.gob.pe/>

www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm

www.regionloreto.gob.pe/web_dircetura/artesania/artesania.htm

<http://www.perou.org/culture/handcraft.php?lq=es>

<http://www.dearteycultura.com/artesania-en-ayacucho/>

www.artesaniasdelperu.gob.pe/

<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/archivos/eventos/1erBoletinCITEs.pdf>

<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/archivos/eventos/2doBoletinCITEs.pdf>

www.eumed.net/libros/2005/efb/

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Produccion/1291346.html>

<http://www.monografias.com/trabajos58/produccion-artesanal-peru/produccion-artesanal-peru.shtml>

ANEXO

¿De dónde compra la materia prima?

Especifique

- a. Ayacucho () _____
- b. Cusco () _____
- c. Lima () _____
- d. Huancayo () _____
- e. Otros () _____

¿Cuáles son los factores que limitan su producción?

- a. Capital () _____
- b. Equipo artesanal () _____
- c. Materia prima () _____
- d. Mano de obra () _____
- e. Otros _____

Comercialización:

¿A qué mercado está destinado su producto:

- Mercado local () _____
- Mercado nacional () _____
- Mercado internacional () _____
- Otros _____

Tipo de comercialización

- Venta directa () _____
- A través de intermediarios () _____
- Otros () _____

¿Exporta sus productos artesanales?

- () No ()

Si su respuesta fue si, llene el siguiente cuadro:

Destino de Exportación	Temporalidad c/que tiempo.	Cantidad

Si su respuesta fue No ¿Por qué?

- Falta de apoyo () _____
- Falta de financiamiento () _____
- Desconocimiento de los procesos de portación () _____
- Otros _____

¿Conoce algún tipo de organización que exporta productos artesanales?

Si ()

¿Qué organización? _____

¿Qué productos? _____

No ()

¿Ha tenido o tiene contacto con alguna organización/institución que fomente la exportación artesanal?

Si () Especifique: _____

No () ¿Por qué? _____

Recibe apoyo en cuanto a:

Créditos ()

Capacitación ()

Comercialización ()

otro tema (especifique) _____

Usted recibe apoyo en su actividad artesanal.

Si () ¿De qué institución? _____

No ()

Al vender su artesanía textil ¿complementa con otras líneas de artesanía?

Si () ¿Cuál? _____

No ()

Ingresos:

ESPECIFICACIONES	Tapiz		Correa		Bolsa	
	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad	Costo Unitario	Cantidad	Costo Unitario
Materiales:						
Ingreso de Obra Directa						
Costos Generales:						
Alquiler de local						
Servicio de Agua						
Servicio de Luz						
Mantenimiento y reparación de maquinarias						
Depreciación maqui. y equi.						
Gratificación a la SUNAT - RUS						

¿Cuál es su ingreso mensual como artesanos?

Menor a S/.500 ()

De S/.500 a S/.1000 ()

De S/.1000 a S/.1500 ()

De S/.1500 a S/.2000 ()

Mayores a S/. 2000 ()

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCION	TELEFONO	E-MAIL
68	RAMIREZ NOLASCO, Epifanio	Av. Libertadore N°307 - Nueva Esperanza, Quinua	791591 / 966021857	
69	RAMOS SANCHEZ, Eida	Jr. La Mar N° 110 - Quinua	319064	
70	SANCHEZ APARICIO, Walter	Jr. Sucre s/n 2da cuadra - Quinua		
71	SANCHEZ AVENDAÑO, Rómulo	Calle 9 de diciembre s/n - Quinua	529055	srom_a@hotmail.com
72	SANCHEZ CÁRDENAS, MAMERTO	Jr. Sucre s/n 2da cuadra - Quinua		
73	TINEO TORRES, Rosalía	Calle Inclán N°221 Barrio Santa Ana		
74	VEGA ARANGO, Menecio	Jr. Mcal. Andres A. Cáceres Mz "I"-12, San Melchor-S.J.B.	9666634365	meneciovegaaarango@hotmail.es
75	VELARDE HUASACCA, Yolanda	Jr. Sucre s/n - Quinua	529002	ylandavhuasacca@hotmail.com
76	VILLACRISIS HUASACCA, Maria Magdalena	Jr. Progreso s/n - Quinua		villacrisishuasacca@hotmail.com

TEXTIL, TAPICES Y ALFOMBRAS

1	ALANYA ORÉ, Ruth Dina	César urbano N° 209 - Huanta	966113607	
2	ALARCÓN YUPANQUI, Angel Armando	Jr. Sn. Joaquin 508 Barrio Santa Ana	966872011	angelalarconyupanqui@hahoo.es
3	ALLCA LEÓN, Nemesio	Av. Los Libertadores N° 655	314304	
4	AÑAÑOS AVILES, Gloria Gumersinda	Calle Nery Garcia Zárate Mz"R" It12	1999952395	
5	ARANGO GODOY, Fernando	Asoc. Alto Perú Mz W1 Lt. 08	793149	qorimaqui-sac@hotmail.com
6	ARANGO MENDIETA, Jorge	Asoc. Alto Perú Mz W1 Lt. 08	793149	
7	ARONE GUERRA, Alfredo	Jr. Sucre N° 141 Cercado	966788576	quinua_arte@hotmail.com
8	ARTE TEXTIL "EL AYLLU"	Av. Los Andes "H,13" Yuracc Yuracc	317520	astexa_2006@yahoo.com.es
9	ARTESANÍA WARI URPI	Av. 22 de noviembre Mz "c2" Lt. 1 Santa Cecilia - Santa Ana		
10	ASC. ARTESANOS TEXTIL "SUMAQ MAQUI" PUQ	Garreta Puqui Nazca 1000, zona San Martín - Puquio	966857281	sumagmaqui@hotmail.com
11	Asoc. Civil de Mujeres Teñidos Pilacuho	Wari Mz "H" -12 - Pilacucho	966108718	
12	Asoc. De mujeres "MANOS UNIDAS"	Jr. Carlos F. Vivanco N° 412 interior "E"	3882559	samicalle_manosunidas@yahoo.es
13	Asoc. De productores artesanales "RASUHUILKA"	Urb. María P. de Bellido Mz "A"-07	313650	resuhuilka@ciap.org
14	ASTO PARIONA, Jaime Edison	Pje. Girasol N° 110, Andamarca	966705073	kater336@hotmail.com
15	ATAUPLICO CÓRDOVA, América	Jr. Protzel N°355 - Ovalo de Magdalena	833918	americatejido@hotmail.com
16	AYBAR JAYO, Gabriel	Jr. Huaman Poma de Ayala - Quinua pata	314080	
17	AYME AYALA, Teodora	Jr. Wari N° 470 - Barrio Pilacucho	966689300	teodoraaymedepalomino@yahoo.es
18	BAJALQUI TENORIO, Hernan	Jr. José Galvez N° 330 Barrio Santa Ana	313200	hernan_bajalqui@yahoo.es
19	BARBOZA QUISPE, Doris	Jr. Miguel Untiveros N° 1080 - Huanta	966143698	dorisconsor@hotmail.com
20	BAUTISTA DE SOTO, Rosa	Av. Mcal. Castilla N° 845 - Huanta	966828651	wuacilla@hotmail.com
21	BAUTISTA FLORES DE SOTO, Rosa	Av. Mariscal Castilla N° 845 Huanta	966828651	
22	BAUTISTA HUAMAN, Maribel	Av. Los andes N° 150 Interior - Yurac Yurac	312724	
23	BELLIDO TABOADA, Celestina	Av. Circunvalación Mz "F"-02 Huanta	966991956	celestinataboadabellido@yahoo.es

24	PERNIVAL PUARINLUAY, Margarita	AV. NACIONAL CASTILLA N. 323 - Cercado	32304 /	ffidEujje@hotmail.com
25	CÁCERES HERRERA, Marisol	Av. Del ejército N°578	966714310	marisolca_1975@hotmail.com
26	CÁCERES HERRERA, Marizol	Av. Ejército N°578 - Ubr. Jardín - ayacucho	966714310	marisolca_1975@hotmail.com
27	CALDERON VALENCIA, Lidia	Calle Sartín N°218 - Huanta	322219	darnita_240@hotmail.com
28	CALLAÑAUPA QUISPE, Mariano	Calle San Lorenzo Mz N Lt 12A		
29	CALLE RODRIGUEZ, Margarita	Calle los andes N° 308 - Yuracc Yuracc	315866	margaritacallerodriguez@yahoo.es
30	CANDAS HUERTAS, Javier	Calle los andes N° 332, Yuracc Yuracc	988540821	landa_javier@hotmail.com
31	CANDIA HUAMÁN, María Luz	AV. señor de quinuapata N° 326	9666672125	mestiza.01@hotmail.com
32	CARDENAS DOMINGUEZ, Claudio	Calle Asoc. Señor de Palacios Mz D1 Lt 19 Puracuti	966678809	claudiocardenasdominguez@yahoo.es
33	CARDENAS QUISPE, Antonio	Av. Paracas Mz D Lt 07 Barrio Pllacucho, Santa Ana	966691853	textilcardenas@hotmail.com
34	CARRION JAULIS, Aparicio	Jr. Ancash N° 105 - S.J.B.	792821 / 966913936	textilfortaleza@hotmail.com
35	CARRION JAULIS, Juana	Jr. Ancash N° 105 - S.J.B.	326841	
36	CARRION JAULIS, María	Jr. Ancash N° 105 - S.J.B.	326841	maricarrion22@yahoo.es
37	CARTOLIN SINCHITULLO, Angel Edison	Calle circumbalación Mz "F"-05, Castropampa-Huanta	793358	juli_ruiz50@hotmail.com
38	CARTOLIN SINCHITULLO, Janet Vilma	Jr. Los Naranjales Mz "O"-04 Huanta	966411793	
39	CCORAHUA HUAMAN, Floria	Calle progreso N°211 - Barrios altos	317351	floriacorahuahuanan@hotmail.es
40	Centro artesanal "wiñay aclla cawa"	Calle: Mcal. Ramón Castilla N° 825 - Hospital Baja - Huanta	966828651	rosemerie1@hotmail.com
41	CHOQUECAHUA CANALES, Narciso	Jr. 1er de Mayo N° 138 - Belén Bajo	311935/966197272	choquecahua20@hotmail.com
42	CHUCHIN CONDE, Sonia	Sta Cedilia Mz "G" -02, Sta. Ana	966632929	soniachuchon@hotmail.es
43	CONGA QUISPE, Angélica	AA.HH. Complejo Artesanal Mz I Lt. 13 Puracuti	966357585	angelicaconga@yahoo.es
44	CONGA SALAS, Yovana Marleni	Jr. Federico Riser, Prada s/n		
45	CONTRERAS HUARACA, Juan	Jr. Sucre s/n - Quinua	529024	artesianapacha@hotmail.com
46	CORONADO DE GORDILLO, Constanza	Calle pueblo libre Mz "O" lt 9 - Barrios altos	966904706	lolo2590@hotmail.com
47	CUBA CUBA, Raúl	Calle gran chilmú Mz"A" -07 - Pllacucho	966790357	raulcubacuba@yahoo.es
48	CUBA CUBA, Urbano	Jr. La mar Mz"A" - 01, yuracc Yuracc	966675954	urbanocubacuba@hotmail.es
49	CUCHACHI PEREZ, Luis Angel	Complejo Artesanal Av. Los Alisos Mz C Lt 8 Sta. Ana	314280	tenzo_3000@hotmail.com
50	DE LA BARRA SAN JUAN, Reyna	Jr. Roma N° 156 - Magdalena	991363923	delabarra3@hotmail.com
51	DE LA CRUZ LA TORRE, José Antonio	Jr. Versalles N° 138 - Barrio Santa Ana		
52	DIAZ DE LA CRUZ, María Luisa	Apostol Santiago N° 705- Pausa - Pucar del Sara Sara	96622319/2478859	marialuisadiaz@hotmail.com
53	Escalante de Pomataylla, Natalia	Jr. Paris N° 111 Santa Ana	317132	
54	ESCALANTE FERNANDEZ, Natalia	Jr. Paris N° 152 Santa Ana	317132	nataliaescalantefernandez@yahoo.es
55	ESCARCENA SULCA, Juan de Dios	Jr. Miguel Astete N°306 -Barrio Santa Ana	314600	juandediossulca@hotmail.com
56	ESPINO BARCO, Julia	Jr. Amauta N°130 - vista Alegre	966614332	zulmig@hotmail.com
57	FENANDEZ LLAMOCCA, Alicia	Paje- Bolognesi N° 228 - Urb. San Martín	966612846	alison_fernanda@hotmail.com
58	FERNANDEZ ARRIARAN, Rafael	Jr. La Mar N°371 Otro rib seco Yuracc Yuracc		
59	FERNANDEZ FLORES, Edilberto	Jr. Los nogales Mz "D2" lt 06 - Sta. Cecilia- Sta. Ana		edilbertofernandezflores@hotmail.es
60	FERNANDEZ LLAMOCCA, Elias Damian	Jr. Ancash N°280 Yuracc Yuracc	1994241372	ingamaquiperu@hotmail.com
61	FERNANDEZ LLAMOCCA, Julian	Av. Paracas Mz D Lt 11 Barrio Pllacucho, Santa Ana	966913757	julian1963@hotmail.es

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL
62	FERNANDEZ LLAMOCCA, Michael	Psal. Bolognesi N°228	966653420	michael_unsch@hotmail.com
63	FERNANDEZ MALLQUI, Giraldo	Sector San José s/n Barrio Santa Ana		
64	FERNANDEZ NAVARRO, Edison	Jr. Sta. Elena N°225- Santa Ana	327724	edi2005_2@hotmail.com
65	FERNANDEZ OCHOA, Ernesto	Jr. Moore N°225 Santa Ana	966688806	ernestf@hotmail.com
66	FERNANDEZ QUISPE Ciprian Herminio	Pje. Bolognesi N° 228 Soquiaco	/314840	UapanmaKj@hotmail.com
67	FERNANDEZ QUISPE, Antonia	Calle Gran chimú s/n - Pilacucho		
68	FERNANDEZ QUISPE, Marino	Av. Gran Chimú Mz "F" - 02, Sta. Ana - Pilacucho		marinafernandezquispe@yahoo.es
69	FERNANDEZ QUISPE, Pascual	Jr. Venezuela N° 109 Barrio la Libertad	975186433	avayhuasi2000@hotmail.com
70	FERNANDEZ QUISPE, Mauricio	Calle las Dalias Mz "L"-06, Barrio Pilacucho	966789461	mich_fll@hotmail.com
71	FLORES CASTELLARES, Miriam Jaquelin	Calle los andes N° 152 - Yuracc Yuracc	966626157/312724	solofi_83@hotmail.com
72	FLORES DE SOTO, Rosa Bautista	Av. Mariscal Castilla N° 845	966828651	
73	FLORES JAULI, Constantino	Jr. Yuracc Yuracc Mz "Z" It 3B- Yuracc Yuracc	966600142	constantinoflores@hotmail.com
74	FLORES LLAMOCCA, Teodoro	Jr. La Unión s/n Barrios Altos		
75	FLORES MARTINEZ ANA MARIA	Pje. los Nogales Mz "D2" - 07 - Sta Cecilia		
76	FLORES MENESES, Faustino	AA.HH. Covadonga MZ L Lt 1 Puracuti	318001/ 966618496	faustomilhua@hotmail.com
77	GALLARDO LLACCTAHUAMAN Emiliano	Parque Santa Ana	941932359	emilianogallardollacctahuamanghahoo.es
78	GALLARDO LLACCTAHUAMAN, Alejandro	Piazoleta Santa Ana s/n Barrio Sta Ana	311215	alejandro9@yahoo.es
79	GALLARDO LLACCTAHUAMAN, Luis	Piazoleta Santa Ana N° 603 Barrio Sta Ana		
80	GALLARDO LLACCTAHUAMAN, Teodora	Jr. 7 de abril N° 109, Barrio Belen	317650/966610033	
81	GALLARDO LLACCTAHUAMAN, Juan	Calle Sta. Ana 601 Cercado	1991122842	juangallardo69@hotmail.com
82	GALLARDO PINCO, Alexander	Piazoleta Santa Ana N° 105	311215	
83	GALLARDO PINCO, Eliot	Piazoleta Santa Ana N° 106	311215	eliotg17@hotmail.com
84	GALLARDO RAMOS, Nancy	Jr. Moore N° 300 Santa Ana	313128	talleres_gallardo@hotmail.com
85	GARCÍA MEZA DE LOAYZA, Tanla	Jr. Carlos F. Vivanco N° 412	318469	
86	GARCIA VARGAS, Rosa Gloria	AV. Perú N°366 Carmen Alto	966843103	rosagvargas@gmail.com
87	GOMEZ QUISPE, Esequiel	Av. Señor de quinuapata N° 326	97631521	
88	GORDILLO CORONADO, Raquel	Alto Perú Mz Y Lt 3 AA. HH. La Libertad	966904706	esulcaray@hotmail.com
89	GREMIO "FLORES DEL ANDE"	César urbano N° 209, Cedrocucho - Huanta	966113607	floresdelande@yahoo.com.pe
90	GUERRERO COSSIO, Socorro	Jr. G. de la Vega N°557 - Cercado	317957	socorroguerreroocossio@yahoo.es
91	GUEVARA SANTOS, Alejandrina Macedonia	AA.HH. 11 de junio Mz E Lt 22, Av. Los Libertadores	966690492	alejandrinaguevarasantos@yahoo.es
92	GUILLEN ATAUCUSI, Rosalinda	AA.HH. La Picota Mz "Z1" It 05	966820671	rosalindaguillenguillenat@yahoo.es
93	GUILLEN MOORE, Maria Inés	Victor Altamirano N°11 frente a ENACE	966612374	merian-1000@hotmail.com
94	GUTIERREZ ESPINOSA, Nicolás	Calle los andes N° 152 - Yuracc Yuracc	966-909462	nicolas_32_145@hotmail.com
95	GUTIERREZ MOLINA, Victor	Jr. Porvenir s/n Mz "2" It 07, St. Cecilia - Sta. Ana	966634193	victor-gm-21@hotmail.com
96	HUACACHI ROCHA, Raúl	Calle Perú N° 459, La Libertad	9665165	raulhuacachi@hotmail.com
97	HUAMAN ALIAGA, Rufino	Calle San José mz "X"-10, Canaán Bajo		rifinohuamanaliaga@yahoo.es
98	HUAMAN GOMEZ, Victor	Sector San José Mz A3 Lt 10 San Ana	966725239	
99	HUAMAN PIZARRO, Leancio	Jr. More N° 490 - Sta Ana		

101	HUAMANI HUAMANÍ, Enrique	AV. Alfonso Ugarte s/n - Andamarca	966966388	enriquehuamanihuaman@yahoo.es
102	HUARANCA GUTIERREZ, Luzmila	Calle 22 de noviembre Mz "C" - 01, Sta. Cecilia - Sta. Ana	966307885	luzmilahuarancca@yahoo.es
103	HUARCAYA HUAMÁN, Roberto	Jr. Primavera Mz N3 Lt 02	966664949	
104	HUARCAYA HUAMANI, Jesús	Av. Paracas Mz D Lt 05 Barrio Pilaqucho, Santa Ana	966673306	redsawya@hotmail.com
105	HUARCAYA LAURA, Teofilo	Av. Los andes N° 413 - Yurac Yurac	966664471	
106	HUARCAYA RIVEROS, Julio César	Jr. Jupiter N° 175 - Sta Ana	988741572	julio81@peru.com
107	HUARCAYA RIVEROS, Margarita	Jr. Marte N° 204 - San José - Sata Ana	966654493	hrmargarita@hotmail.com
108	HUAYANAY LAURA, Teófilo	Av. Los Andes N° 413 - Yurac Yurac	966664471	teofilohuayenay@yahoo.es
109	HUAYHUA ORÉ, Ayde	Sector Pueblo Libre Mz "C" - 08 - Pueblo libre	966013273	
110	HUAYLLA HUMAREDA, Sócrates	Calle amancaes N° 485, paje el silencio - 4	966950323	socrateshuaylla@yahoo.es
111	HUAYNAY LAURA, Marileni Juliana	Jr. Los Andes N° 114 - Yurac Yurac	314527	hguillermilla@yahoo.es
112	HUAYTALLA DE HINOSTRO, Guillermina Lidia	Asoc. La Victoria Mz "P1" - 03, S.J.B.	317532	nila6371@hotmail.com
113	ILLANES QUIJPE Petronilla	Jr. Primavera N° 127	315058	isacinfanzonhuaman@yahoo.es
114	INFANZON HUAMAN, Isaac	Jr. Chorro N° 217, zona cercado	966647114	vicentepariona@hotmail.com
115	INFANZON PARIONA, Vicente	Mz. P. lt 01, Cuchipampa - Quinuapata	966641410	jalcohr@hotmail.com
116	JAICO HUAYANAY, Robert	AV. Los Andes N° 426 Yuracc Yuracc	966964028	insersio9@hotmail
117	JAICO ROJAS, Sergio Marcelo	Av. Los Andes 426 Yuracc Yuracc	526203	juliananampaequivar@yahoo.es
118	JANANPA AGUILAR, Julia	Calle Asoc. - Basillo Aquí Mz "H" - 03 - Cercado	966964850	noberlauregui@yahoo.es
119	JAUREGUI AQUINO, Nolber	Calle los Andes 424 Yuracc Yuracc	311197	
120	JAYO ROJAS, Alfredo	Av. Las Palmeras N° 130, La Unión, Santa Ana	527481	contacto@capcha.com
121	JONISILLA VALLEJO Máximo Roque	Jr. Los Angeles N° 105 Yuracc Yuracc	314819	
122	JULIANA LAURA, Nardeni	Av. Los andes N° 446 - Yurac Yurac	966866598	franciscolauraanabria@yahoo.com
123	LAGOS FERNANDEZ, Elmerson	Pje. los Nogales Mz "E" - 02 - Sta Cecilia		
124	LAURA ZANABRIA, Francisco	Calle los Andes N° 415 - Yuracc Yuracc		
125	LAURA SOLORIZANO, Ramón	Av. Los Andes N° 152 - Belén		
126	LAURA SOLORIZANO, Jim	Av. Los ANDES N° 152 - Belén	312724	warmawalaswascha@hotmail.com
127	LAURA SOLORIZANO, Walter	Av. Los ANDES N° 152 - Belén	976494816	wilaure_1@hotmail.com
128	LAURA SOLORIZANO, William	Av. Los ANDES N° 152 - Belén	314797	oashahjal@hotmail.com
129	LESCANO VILA, Jassy Lisette	Asoc. U.N.S.C.H. Mz "G" Lt 12		
130	LLAMOCCA FERNANDEZ, Isidoro	Jr. Madrid N° 164 Barrio Santa Ana		
131	LLAMOCCA FERNANDEZ, Brechman	Jr. Heraud N° 450 Yurac Yurac	966384585	
132	LLAMOCCA FERNANDEZ, Nicolas	Jr. Jupiter s/n, sector San José - Sta Ana		
133	LLAMOCCA FERNANDEZ, Brechman	Jr. Javier Heraud 450, Rio Seco - Yuracc Yuracc	966690564	nemo_her@hotmail.com
134	LLAMOCCA HUAMAN, Dionisio	AA.HH. Covadonga, sector I	318001	cartesac@yahoo.es
135	LLAMOCCA HUARCAYA, Santiago	Jr. Mori N° 450	966160085	
136	LLAPAN MAQUI	Pse. Bolognesi N° 218 - Cercado	314840	yapanmaqui@hotmail.com
137	LOPEZ FLORES, Raul	Pueblo libre Mz "N" - 01		piqui_73@hotmail.com

Huamani Sosa, binaco
Av. San palmar N° 301 - La Unión - Sta Ana 526250
milpu@hotmail.com

138	MAKI'S INVERSIONES S.C.R.L.	Jr. 28 de julio N° 275, zona 2	318280/966665575	
139	MALDONADO ESPINOZA, Juan	Av. Huascar s/n Plazoleta Huasachura		
140	MALLQUI VENTURA, Fidel	Jr. 3 Cruces, ultima cuadra s/n Carmen Alto -Acuchimay	966642152	fidelmallqui@yahoo.es
141	MAMANI HUALTER, Nati	Jr. Solorzano Bondy N° 123 - Cercado Hga-	966146785	
142	MAMANI TALAVERANO, Bertha Victoria	Av. Los Andes N° 185 Yuracc yuracc	966915462	berthamamanitalaverano@yahoo.es
143	MAQUIPAYAY A. Q. A. EIRL.	Jr. Primavera Mz "M" - sector San José	966654418	adolfoquisagui@yahoo.es
144	MARTINEZ-JANAMPA, Esperanza	Calle wai N° 108 - Puca Cruz	966922768	esperanzamartinezjanampa@yahoo.es
145	MEJIA DE HUAMAN, Renee	Pje. Mireflores s/n - Carmen Alto	966705098	renemejiaquispe1@hotmail.com
145	MELGAR MEDINA, José	Calle 29 de marzo Mz "E" lt 39, Los Artesanos	966328653	josemelgarm@yahoo.es
147	MENESES CURI, Carmen Rosa	Jr. Ramón Castilla N° 521	96630131 / 315647	bordados qantuperu@hotmail.com
148	MENESES CURI, Justiniano	Jr. Sucre N°591	966908115	sumaq_arte@hotmail.com
149	MONTE S QUICHA, Crisantino	Jr. José Carlos Mariategui N° 148 B. La Libertad	317101	crisantinomontesquichca@yahoo.es
150	MOORE SALAS, Paulina	Victor Altamirano N°11 frente a ENACE	966976131	moresalas-paulina@hotmail.com
151	MORAN GAVILAN, Antonio	Av. Los Angeles Mz "D3" -08	966138705	
152	MUCHARI AQUINJO, Edwin Jaime	Jr. San Joaquín N° 121 Barrio Santa Ana	966890704	edwinmuchariaquino@yahoo.es
153	NOLASCO SANCHEZ, Katerine	Calle los Libertadores s/n - Quinua	712909	forever_119@hotmail.com
154	OCHANTE DE SULCA, Felicitas	Psj. Centenario Mz "C" lt 6 - Sta. Ana	966929221	eukadi_9_2004@hotmail.com
155	OCHANTE TINEO, Maglia Roxana	Mcal.- Cáceres N°1231	527297	romantica2507@hotmail.com
156	OCHOA DE SAIRE, Teofila	Av. Wari Mz G Lt 5 Pilacucho	966178152	ideslayacucho1@hotmail.com
157	OCHOA GAVILAN, Marella	Av. Amancaes Psje. 02 - Barrio conchopata	527297	marellaoochoagavilan@yahoo.es
158	OCHOA PALOMINO, Teofila	Av. Wari Mz G Lt 5 Pilacucho	966729966	
159	OCHOA QUISPE, Juan	Av. Dalia Mz "F" - 02, Pilacucho alto	816750	m_ochoa_sosa@hotmail.com
160	OCHOA SOSA, Marcelino	AA.HH. Los Artesanos Mz "K" - 05	966610020	virgilio_75@hotmail.com
161	OCHOA SOSA, Virgilio	Calle "O", Sta. Cecilia - Sta. Ana	812180	ceochalcos@hotmail.com
163	OLARTE FLORES, Vicente Isaias	Calle Unión Juventud Progesista chaluina s/n - Chalcos		gelacioncebaydequispe@yahoo.es
164	ONCEBAY DE QUISPE, Gelacia	Jr. Mcal Cáceres N°235 - Carmen Alto		textiloncebay@hotmail.com
165	ONCEBAY PARIONA, Saturnino	Jr. Paris N° 600 Santa Ana	966829010	orehuamani@hotmail.com
166	ONCEBAY PIZARRA, Glicerio	Los Sauces N° 120 - Sta. Cecilia	966168344	amarilisorih@hotmail.com
167	ORE HUAMANI, Amarilis	Jr. Arica 472 S. J.B		
168	ORÉ HUAMANI, Amarilis	Jr. Arica 472 S. J.B		
169	PACHECO AZPUR DE NAUPAS, Gloria	Ramiro Priale Mz "Q"lt E -AA.HH. Nueva Jerusalem Huanta	966797291/96691647	floresdelandessac@yahoo.es
170	PALOMINO ATAUIJE, Teofilo	Jr. Montevideo N° 109	966838687	
171	PALOMINO AYME, Maribel	Jr. Wari N° 470 - Pilacucho		sayema_1980@hotmail.com
172	PALOMINO CLAUDIO, Lucas	Jr. San Joaquín N° 210 Barrio Santa Ana	966600120	lucaspalomino7@hotmail.com
173	PALOMINO DE ALCA, Elena	Plazota Sta. Ana N° 83	312990	
174	PALOMINO ONCEBAY, Basilisa	Jr. Las Palmeras N° 209	966000165	
175	PALOMINO PRETEL Teodosio	Pje. Primavera N° 125 Santa Ana		
176	PALOMINO TORRES, Macedonio	Av. 22 de noviembre Mz "c2" Lt. 1 Santa Cecilia - Santa Ana	311612/966699356	

177	PAÑAO SOLIER, Wilder	Plazoleta Santa Ana N° 82	966317057	paredes2410@hotmail.com
178	PEREDES DERAMOS, Rafaela	Sector Santa Cecilia Mz A2 Lt 03	-	paredes2410@hotmail.com
179	PEREDES HUARCAYA, Hamilton	Sector San José N° 345 Barrio Santa Ana	314508/ 966106930	paredes2410@hotmail.com
180	PEREDES DE RAMOS, Rafaela	Sta Cecilia Mz "A2" -03, Sta. Ana		
181	PARIONA CERVANTES Raymundo	Urb. Andamarca Mz D Lt3	966691470	
182	PARIONA CERVANTES, Catalina	Andamarca Mz Q, Lt 4	966919399	catalinaparionacervantes@yahoo.es
183	PARIONA CERVANTES, Rosa Maria	Pje. Los Higos Mz A Lt 18 Andamarca	528538	rosamaria12027@hotmail.com
184	PARIONA CERVANTES, Julio	Pasaje los higos s/n - Andamarca		
185	PARIONA CERVANTES, Rosa Maria	Pasaje los higos Mz A Lt18 - Andamarca	966011338	
186	PARIONA HUAMANI, Saturnino	Av. Los Angeles N° 04, San José	966872552	sumacmaquillav@hotmail.com
187	PEREZ BERMUDO, Isabel	AA.HH. Los Artesanos Mz "p" - 08	966654957	
188	PERE DE LA CRUZ, Virginia	Jr. Iguain N° 332 - Sta. Ana	966613913	sandra1997_20@hotmail.com
189	PINCO PEREZ, Maria Antonieta	Plazoleta de Santa Ana N° 105	311215	antonietap@hotmail.com
190	POMATAYLLA BAUTISTA, Marcelino	Jr. Paris N° 115 Santa Ana	317132/966646206	pomataylla@yahoo.com
191	POMATAYLLA BAUTISTA, Alejandro	Jr. San José s/n - Sta- ana	966533403	
192	QUISPE AGUILAR, Adolfo	Jr. Primavera Mz M3 Lt 3, San José de Santa Ana	966903602	
193	QUISPE FLORES, Antonia	Jr. José María Arguedas N° 215 Belén	403486	antoniaquispeflores@yahoo.es
194	QUISPE LOZANO, Leoncio	Psj. Los geráneos N° 298 - Urb. José Ortiz Vergara	326596/966303033	leo arte@hotmail.es
195	QUISPE ORE, Irma	Urb. Los licenciados Mz T Lt 07 int. 01	966148000/980929223	
196	QUISPE PETRONILA, Ilianes	Jr. Primavera N° 127 Santa Ana		
197	QUISPE, Darío	Jr. Luna s/n - Sta Ana		
198	RAMOS AYME, Donato	Sec. Sta. Cecilia Mz "2" lote 03		
199	RAMOS AYME, Feliciano	Sec. Sta. Cecilia Mz "2" lote 03		
200	REYES CARRASCO, Domitila	Jr. Córdova N° 593 - Verde Cruz	300075	artesianiasdomi@hotmail.com
201	ROCA SACCSARA, Carina	Jr. 1er de Mayo N° 134 - Belén Bajo	966922716	carina1343@hotmail.com
202	RODRIGUEZ LAURA, Agustín	Jr. Ancash N° 332 - Yuracc Yuracc		agustinrodriguezlaura@yahoo.es
203	ROJAS QUISPE, Rigoberto	Jr. Moore N° 300 Santa Ana	966602716	robespier_7@hotmail.com
204	RUA HUARCAY, Claudia	Jr. La mar N° 371 Río seco Yuracc Yuracc		claudiaruahuarcaya@yahoo.es
205	RUA HUARCAY, Oscar	Calle los nogales Mz "H" -03, Barrio cuchipampa	991952763	ruaho@25hotmail.com
206	RUIZ ALANYA, Julian	Av. Circunvalación Mz "F"-03	966644572	juli_rui250@hotmail.com
207	RUPAY GOMEZ, Betzabe Miriam	Jr. Chamanapata Mz "A" - 02 - Huascaura	966630704	
208	RUPAY GOMEZ, Fredy	Calle huascahura- Sect. Chamanapata - Vía los libertadores	966922472	fredyruPAYgomez@yahoo.es
209	RUPAY GOMEZ, Juan Carlos	Calle los Libertadores Km 4 - Chamanapata	966606272/966606275	
210	SAUÑE TUEROS, Andrés	Av. Gran Chimú 123 Quinuapata	966782164	tuquyriqun_80@hotmail.com
211	SAUÑE YUPANQUI, Carlos	Av. Los Andes 424 Yuracc Yuracc		
212	SOLORZANO CUBA, Dionicio	Av. Los andes N° 156 - Yuracc Yuracc	966933035	
213	SOSA HUAMANI, Ciriaco	Av. Las Palmeras N° 301, La Unión, Santa Ana	526250	millpu@hotmail.com
214	SOSA PALOMINO, Teodoro	Los Sauses s/n - Sta Cecilia	966922053	

215	SULCA AQUINO, Eddie	Jr. Inclán N° 123 Barrio Santa Ana	314241	edsul14@latinmail.com
216	SULCA CHAVEZ, Alfonso	Jr. José Galvez N° 202 Barrio Santa Ana	312990	
217	SULCA LAGOS, Edwin Oswaldo	Plazoleta Santa Ana N° 82	314243	
218	SULCA LEÓN, Edgar	Calle Los Andes "H,13", Yuracc Yuracc	317520	artexa 2006@yahoo.com.es
219	SULCA SAUÑE, Benigno	Av. Los Andes N°325 Barrio de Yuracc Yuracc	311234/966739081	
220	TALLER ARTE TEXTIL "SUMAQ"	Calle Enclán N°148- Sta. Ana	966752008	sumaq108@hotmail.com
221	TANTA RAMIREZ, Gloria	Av. 9 de diciembre N° 500 Santa Elena	317555	
222	TENORIO ESPINOZA, Ana	Alameda José ortiz Veigara Mz "M"-26- ENACE	966352348	anita tenorio1@hotmail.com
223	TEXTIL "FLORES DEL ANDE" S.A.C.	Jr. Cesar Urbano N°209 - Barrio Cedro Cucho - Huanta	966113607/96680197	floresdelandessac@yahoo.es
224	TINCO HUAMANJ, Esther Rosario	P.J. Villa San Cristóbal Mz "H" - 06 - Jesús de Nazareno	319910/966651412	estinc02@hotmail.com
225	TIPE GOMEZ, Angel Alejandro	Jr. Ancash s/n S. J. B.	326841	
226	TOLEDO SUAREZ, Delfin	Jr. Ciro Alegría N° 116 - Barrio Belén	326690	toledosuarezdelfin@yahoo.es
227	TORRES GARCIA, Yuly	Jr. Moore N°118 S.J.B.	403165/997444760	
228	UNSIBAY, Onorato	Plaza Santa Ana		
229	URIBE LAGOS, Ricardo	Pje. Los nogales Mz E2 Lt 3 Sta. Cecilia- STA. Ana	966644060	ricardo.lagosuribe@yahoo.es
230	VALDEZ CURI, Filomena	Av. Paracas Mz D Lt 11 Barrio Placucho, Santa Ana	96604332	
231	VALDIVIA SANCHEZ, Neadas	Pje. Los Nogatos Mz D2 Lt 06	966953235	neciasvaldivia@hotmail.com
232	VALLEJO ENCISO, Fortunato	Calle alto Perú Mz "Y" lt03 - Cercado	966319477	artesanía_vallejo@hotmail.com
233	VARGAS HUAYHUA, Pedro Felix	Prolong. Jr. Lima N° 638 - Barrios altos	966786443	pedrovargashuayhua@hotmail.es
234	VARGAS HUAYTALLA, Ignacio	Jr. Lima N° 638, Barrios Altos		necho 19788@hotmail.com
235	VEGA ENCISO, Carlos Antonio	Jr. 11 de junio Mz "A" Lt 18 - 11 de Junio	401412	cvegaenciso@hotmail.com
236	YARI HUAMAN, Alfaro Yude	Calle cruz para s/n- Sancos - Huancasancos	966793564/831818	yude1971@hotmail.com
237	YUPANQUI GUTIERREZ, Maria Paulina	Jr. Venezuela N° 109 Barrio la Libertad	327257	marycielo824@hotmail.com
238	ZAGA SAUÑE, Raúl	Plazota Sta. Ana N° 80		awayhuasi 2000@hotmail.com

BISUTERÍA

1	ARAMBURÚ ANAYA, Maria Cristina	Jr. Quimua N° 318	966715393	
2	CALLE RODRIGUEZ, Vito	Jr. Los Martires del periodismo Mz Q Lt 4	966741711	betocr27@hotmail.com
3	FIGUEROA ESPINOZA, Xiomara	Parque Luis Carranza (vende)	966988120	
4	MENESES CURI, Neri	Jr. Ciro alegría N° 412 - Yurac Yurac	966800466	
5	MORALES CASTILLO, Walter	Calle 4 de Febrero Mz "O" - 11, Sr. De Picota	966108114	
6	OLLARCE GUTIERRES, Jhon	Jr. Manco Capac N° 424 (3er piso)	966042887	
7	ORTEGA FLORES, Manuel	Asoc. 16 de Abril Mz "A" - 08, ELMADI	986178670	
8	SALAZAR BARRIENTOS, Roxana	Jr. Tahuantinsuyo 137 zona Carmen Alto	966724501	roxana_sb@hotmail.com
9	SANCHEZ AVENDAÑO, Efraín	AA.HH.Complejo Artesanal Mz "Q"-01, Puracuti	995698627	efraín 100471@hotmail.com
10	SANCHEZ HUAMAN, Arón	Jr. Los Andes N° 336 - Magdalena	966608279	www.palessac.com

Código de Encuesta	Nombre o razón social	Tipo de Producción	Tipo de actividad	Familiares trabajan taller	Otras personas trabajan taller	Horas de trabajo	Bolsa	Tapiz	Correa	Ingreso Mensual
6	Edgar Ilianes Rojas	1. Total	2. Complementaria	1	1	1. De 1 hora a 3 horas	0	3	5	1. Menor a S/. 500
9	Eusebio Huaracaya Sosa	2. Parcial	2. Complementaria	1	0	2. De 4 horas a 6 horas	0	3	0	1. Menor a S/. 500
23	Nicolas Llamocca Fernández	1. Total	1. Principal	5	0	3. De 7 horas a 10 horas	5	1	8	1. Menor a S/. 500
26	s/n	2. Parcial	2. Complementaria	2	0	1. De 1 hora a 3 horas	0	2	10	1. Menor a S/. 500
50	Virgilio Ochoa Sosa	2. Parcial	1. Principal	1	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	3	0	1. Menor a S/. 500
5	Wilfredo Liacctahuaman Sulca	1. Total	1. Principal	2	6	2. De 4 horas a 6 horas	6	0	0	2. De S/. 500 a S/. 1000
7	Virginia Llamocca Ochoa	1. Total	1. Principal	3	3	3. De 7 horas a 10 horas	0	4	0	2. De S/. 500 a S/. 1000
10	Marcelino Ochoa Sosa	1. Total	1. Principal	1	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	0	2. De S/. 500 a S/. 1000
18	Mamani Talaverano Bertha Victoria	1. Total	1. Principal	2	8	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	200	2. De S/. 500 a S/. 1000
24	Esteban Alvites Ochatoma	1. Total	1. Principal	2	0	2. De 4 horas a 6 horas	10	0	13	2. De S/. 500 a S/. 1000
25	María Luz Candia Huamán	1. Total	1. Principal	5	0	3. De 7 horas a 10 horas	18	1	3	2. De S/. 500 a S/. 1000
27	Saturnino Periona Huaman	1. Total	1. Principal	3	4	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	20	2. De S/. 500 a S/. 1000
28	David Llamocca Fernandez	1. Total	1. Principal	3	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	2	4	2. De S/. 500 a S/. 1000
29	Roberto Huaracaya Huaman	1. Total	1. Principal	3	3	3. De 7 horas a 10 horas	0	2	0	2. De S/. 500 a S/. 1000
32	Marta Potasio Rodríguez	2. Parcial	1. Principal	1	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	24	2. De S/. 500 a S/. 1000
38	Antonia Fernandez Quispe	1. Total	1. Principal	6	5	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	25	2. De S/. 500 a S/. 1000
39	Sara Huaracaya Huamán	1. Total	1. Principal	8	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	50	2. De S/. 500 a S/. 1000
48	Hilda Vilca Carhuapoma	2. Parcial	1. Principal	2	1	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	300	2. De S/. 500 a S/. 1000
1	Miriam Flores Castellares	2. Parcial	1. Principal	5	0	3. De 7 horas a 10 horas	36	0	0	3. De S/. 1000 a S/. 1500
12	Antonio Cardenas Quispe	1. Total	2. Complementaria	3	0	2. De 4 horas a 6 horas	0	0	15	3. De S/. 1000 a S/. 1500
14	Leonarda Huamani Cucho	1. Total	1. Principal	4	6	3. De 7 horas a 10 horas	0	5	0	3. De S/. 1000 a S/. 1500
16	Sergio Jaico Rojas	1. Total	1. Principal	7	43	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	50	3. De S/. 1000 a S/. 1500
19	Carmen Meneses Curi	2. Parcial	1. Principal	3	47	3. De 7 horas a 10 horas	80	0	0	3. De S/. 1000 a S/. 1500
22	Norma del Pino - Qori Lamka	2. Parcial	1. Principal	5	0	3. De 7 horas a 10 horas	8	0	100	3. De S/. 1000 a S/. 1500
23	Rigoberto Rojas Quispe (Arte Textil Gallardo)	1. Total	1. Principal	7	33	3. De 7 horas a 10 horas	50	50	200	3. De S/. 1000 a S/. 1500
24	Tinco Paredes Wilber	1. Total	1. Principal	3	15	3. De 7 horas a 10 horas	0	1	10	3. De S/. 1000 a S/. 1500
43	Santos Huaracaya Huamán	1. Total	1. Principal	2	3	3. De 7 horas a 10 horas	3	1	5	3. De S/. 1000 a S/. 1500
45	Herán Bajaliqui Tenorio	1. Total	1. Principal	4	3	3. De 7 horas a 10 horas	0	8	0	3. De S/. 1000 a S/. 1500
4	Adolfo Quispe Aguilar	1. Total	1. Principal	1	0	3. De 7 horas a 10 horas	0	10	0	4. De S/. 1500 a S/. 2000
11	Alfredo Jose Tanta Flores	1. Total	2. Complementaria	3	0	2. De 4 horas a 6 horas	0	3	0	4. De S/. 1500 a S/. 2000
15	Walter Laura Solorzano	1. Total	1. Principal	2	36	3. De 7 horas a 10 horas	300	3	0	5. Mayores de 2000
17	Benigno Sulca Saufe - El Aliyu	1. Total	1. Principal	6	19	3. De 7 horas a 10 horas	0	3	0	5. Mayores de 2000
20	María Aparicio - Fortaleza S.A.C.	1. Total	1. Principal	8	0	3. De 7 horas a 10 horas	150	0	0	5. Mayores de 2000
21	Hilos y Colores	1. Total	1. Principal	5	10	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	2000	5. Mayores de 2000
22	Fernando Arango Godoy	1. Total	1. Principal	6	54	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	4000	5. Mayores de 2000
23	Elias Fernandez Llamocca	1. Total	1. Principal	13	2	3. De 7 horas a 10 horas	0	12	0	5. Mayores de 2000
24	Marleny Juliana Huayanay Laura	1. Total	1. Principal	8	22	3. De 7 horas a 10 horas	350	0	0	5. Mayores de 2000
41	Macedonio Palomino Torres	1. Total	1. Principal	3	15	3. De 7 horas a 10 horas	230	16	3000	5. Mayores de 2000
44	Siriaco Sosa Huamán	1. Total	1. Principal	4	16	3. De 7 horas a 10 horas	0	0	840	5. Mayores de 2000