

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

Escuela de Posgrado



Análisis de una experiencia de mejora en la articulación de la cadena de productos tejidos a mano de alpaca en las regiones de Puno y Arequipa. El caso del proyecto “Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino” ejecutado por el Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD y Progettomondo

Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gerencia Social
que presenta:

Luis Alberto Reyes Vásquez

Asesor:

Mg. Javier Alejandro Pineda Medina

Lima, 2022

Informe de Similitud

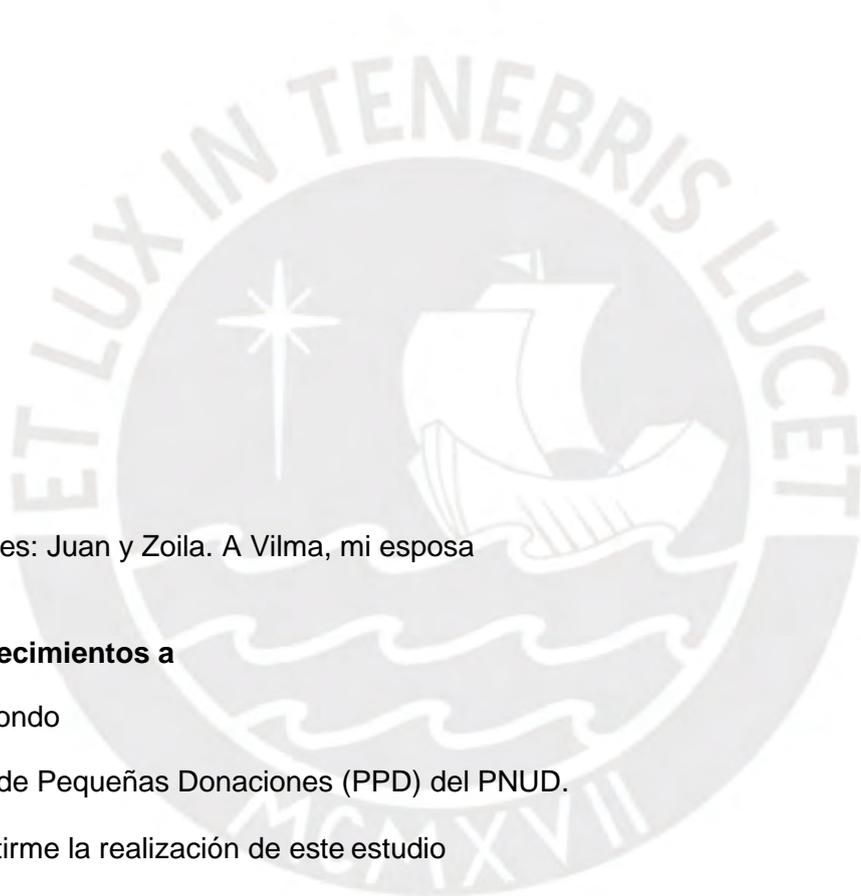
Yo, Javier Alejandro Pineda Medina, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada “*Análisis de una experiencia de mejora en la articulación de la cadena de productos tejidos a mano de alpaca en las regiones de Puno y Arequipa. El caso del proyecto Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino ejecutado por el Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD y Progettomondo*”, del autor Luis Alberto Reyes Vásquez, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 7%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 07/10/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

San Miguel, 20 de octubre del 2023

Apellidos y nombres del asesor: Pineda Medina, Javier Alejandro	
DNI: 29654086	Firma 
ORCID: 0000-0002-7060-1384	



Dedicado

A mis padres: Juan y Zoila. A Vilma, mi esposa

Mis agradecimientos a

Progettomondo

Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del PNUD.

Por permitirme la realización de este estudio

Resumen

La presente investigación abordó la pregunta acerca de cómo el proyecto estudiado enfrentó el problema de la deficiente articulación al mercado de asociaciones de artesanas de Puno y Arequipa a la cadena de productos artesanales de fibra de alpaca. Consideramos que los resultados de nuestra investigación pueden contribuir a mejorar los proyectos que trabajan con artesanas en la búsqueda de mejorar sus ingresos

La investigación se ubicó en Puno y Arequipa y recoge la experiencia de 8 asociaciones de artesanas enfrentadas al reto de incrementar sus ingresos familiares y sus condiciones de inserción al mercado para sus productos tejidos a mano. Los distritos donde se ubican estas asociaciones son zonas de pobreza y pobreza extrema. Un dato importante por subrayar es que en el Registro Nacional Artesanal de Puno, manejado por el MINCETUR, están inscritos más de 5,000 artesanos. De las cuales más del 90% son mujeres

Nuestra población estudiada la constituyeron artesanas que trabajan con hilos de alpaca elaborados manualmente, En la mayoría de los casos estas artesanas son parte de familias alpaqueras ubicadas a más de 3,800 msnm.

El proyecto estudiado fue: “De los camélidos a sus productos. Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino” ejecutado por la organización italiana Progettomondo, financiado y supervisado por el Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD. Este fue ejecutado el año 2021 en plena pandemia del COVID en Perú.

Palabras clave: artesanía, cadena de hilados artesanales, mujer, pobreza, comercialización, fibra de alpaca, diseño artesanal, camélidos, tejido de punto, textiles tradicionales

Abstract

The present research addressed the question about how the project studied faced the problem of poor market articulation of artisan associations from Puno and Arequipa to the chain of artisanal alpaca fiber products. We consider that the results of our research can contribute to improving projects that work with artisans in search of improving their income.

The research was located in Puno and Arequipa and includes the experience of 8 associations of artisans faced with the challenge of increasing their family income and their conditions of market insertion for their hand-woven products. The districts where these associations are located are areas of poverty and extreme poverty. An important fact to highlight is that more than 5,000 artisans are registered in the National Craft Registry of Puno, managed by MINCETUR. Of which more than 90% are women

Our studied population was made up of artisans who work with manually made alpaca threads. In most cases these artisans are part of alpaca farming families located at more than 3,800 meters above sea level.

The project studied was: "From camelids to their products. Promotion of added value and commercialization of products based on alpaca fiber in the southern Andean" executed by the Italian organization Progettomondo, financed and supervised by the UNDP Small Grants Program. This was carried out in 2021 in the midst of the COVID pandemic in Peru.

Keywords: Crafts, artisanal yarn chain, women, poverty, commercialization, alpaca fiber, artisanal design, camelids, knitting, traditional textiles

Índice

Resumen	iv
Índice	vi
Lista de tablas	ix
Lista de ilustraciones	x
Lista de siglas y abreviaturas	xi
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Preguntas de investigación	5
1.3. Justificación	5
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	9
2.1. Diagnóstico situacional:	9
2.2. Características geográficas de la zona de intervención	10
2.3. Características socioeconómicas de la zona	11
2.4. Características etáreas y educativas de las artesanías	12
2.5. Ley o marco normativo internacional – ODS	13
2.6. Ley o marco normativo nacional.	14
2.7. El proyecto analizado	17
2.8. Investigaciones relacionadas	19
2.9. Enfoques de desarrollo,	23
2.10. Conceptos claves	27
2.11. Variables e indicadores	45
CAPÍTULO III	48
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Naturaleza de la investigación	48
3.2. Forma de investigación	48

3.3.	Fuentes de información	49
3.4.	Universo	49
3.5.	Muestra	50
3.6.	Procedimiento para el recojo de información	50
3.7.	Instrumentos de recojo de información	50
3.8.	Plan de trabajo y cronograma	51
CAPÍTULO IV		52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS		52
4.1.	Aportes en el desarrollo de capacidades con relación a la oferta y demanda	53
4.1.1.	Desarrollo de capacidades de las artesanas	53
4.1.2.	Oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano	59
4.2.	Aporte en la adecuación de los productos al mercado	67
4.3.	Aportes en mejorar la comercialización de productos	74
CAPITULO V		82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		82
5.1.	Conclusiones	82
5.2.	Recomendaciones	86
5.2.1.	Desarrollo de capacidades de las artesanas con relación a la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano	86
5.2.2.	Aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado.	86
5.2.3.	Contribución del proyecto en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas.	87
CAPÍTULO VI		88
PROPUESTA DE MEJORA		88
6.1	Objetivo General	88
6.2	Prioridades	88

6.3	Enfoques transversales	88
6.4	Estrategias en relación con las prioridades	89
	Bibliografía	91
	Anexos	95



Lista de tablas

Tabla 1 Asociaciones participantes en el proyecto	9
Tabla 2 IDH en los distritos donde intervino el proyecto - 2019	12
Tabla 3. Grado de instrucción de las artesanas	12
Tabla 4 Universo de estudio	49
Tabla 5 . Información sobre los entrevistados	52
Tabla 6 Temas más importantes de la capacitación recibida.....	55
Tabla 7 Nivel de importancia sobre la utilidad de los temas recibidos	57
Tabla 8 . Dificultad en el cálculo de costos de sus productos	57
Tabla 9 Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.....	59
Tabla 10 Exportaciones de productos de alpaca (Ene – Dic, 2018- 2022).....	61
Tabla 11 Exportaciones de prendas y accesorios de alpaca 2021 -2002	62
Tabla 12 Tipo de materia prima utilizada por las artesanas.....	64
Tabla 13 Técnicas de tejido utilizadas por las artesanas.....	65
Tabla 14 Mercado a los que vendían las artesanas	66
Tabla 15 Tipos de mercado a los que venden las artesanas con el proyecto	66
Tabla 16 Conocimiento sobre los intereses de los consumidores	68
Tabla 17 Nuevos productos elaborados al año.....	70
Tabla 18 Tipo de productos que elaboraban las artesanas	73
Tabla 19 Tipo de productos elaborados por las artesanas	73
Tabla 20 Acciones del proyecto que facilitaron la comercialización.....	76
Tabla 21 Ventas por asociación S/. Agosto 2020 abril 2021	77
Tabla 22 Ventas por mercado de destino	78
Tabla 23 Ventas por tipo de producto S/. Agosto 2020 - abril 2021	79
Tabla 24 Ventas por tipo de cliente S/. Agosto 2020 - abril 2021.	79

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Zonas de intervención del proyecto (Arequipa, Puno)	10
Ilustración 2 . Componentes del proyecto.....	19
Ilustración 3 Productos desarrollados por el proyecto (Fotos del catálogo)	27
Ilustración 4 . Artesana tejiendo a palitos	29
Ilustración 5 Tendencias 2016 CBI	71
Ilustración 6 Catálogo de productos de las asociaciones de artesanas (SGP 2021)	72
Ilustración 7 Flyer de la presentación virtual.....	80

Lista de gráficos

Gráfico 1 Cadena productiva de la bioartesanía . (Elaboración propia)	31
Gráfico 2 Ventas mensuales S/. Agosto 2020 - abril 2021.....	77



Lista de siglas y abreviaturas

ADEX : Asociación de Exportadores

CENAGRO : Censo Nacional Agropecuario

CLANAR : Clasificadora Nacional de Líneas Artesanales

FMAM : Fondo para el Medio Ambiente Mundial

GEF : Fondo para el Medio Ambiente Mundial (Global Environment Facility)

INEI : Instituto Nacional de Estadística e Informática

MIDIS : Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

MINAM : Ministerio del Ambiente

MINCETUR : Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ODS : Objetivos de Desarrollo Sostenible

ONUDI : Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

PENDAR : Plan Estratégico Nacional de Artesanía

PPD : Programa de Pequeñas Donaciones

PNUD : Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

PRODUCE : Ministerio de la Producción

RNA : Registro Nacional del Artesano

UNESCO : Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura



Análisis de una experiencia de mejora en la articulación de la cadena de productos tejidos a mano de alpaca en las regiones de Puno y Arequipa. El caso del proyecto “Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino” ejecutado por el Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD y Progetomondo

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El proyecto analizado en el presente trabajo es el denominado “Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino”. Proyecto que fue ejecutado por la ONG italiana Progettomondo con la asesoría técnica y el financiamiento del Programa de Donaciones del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (PPD). El proyecto se ejecutó durante los años 2020 y parte del 202. El proyecto benefició a 184 mujeres artesanas en las regiones de Cusco, Arequipa y Puno.

La investigación aquí realizada responde a nuestra preocupación de constatar la existencia de un importante número de mujeres artesanas que han hecho del

tejido de punto una forma de complementar sus ingresos familiares en la región Puno. Como referencia podemos señalar que el Registro Nacional Artesanal de Puno se tiene inscritos más de 5,000 artesanos, la mayoría de ellas mujeres que tiene como principal actividad el tejido de punto a mano. Así también hemos constatado que existen proyectos ejecutados por organismos de desarrollo y gobiernos locales que han tenido como objetivo apoyar el desarrollo del tejido de punto a mano con mujeres. Por ejemplo, proyectos del Gobierno Regional de Puno, Municipio de Nuñoa, Municipio de Tisco, SER, CODESPA entre otros. Así también, el ejecutivo a través del MINCETUR brinda concursos para el financiamiento y promoción a la actividad artesanal ("Somos artesanía) con el fin de reactivar el sector artesanal luego de la pandemia.

Los resultados de mi investigación nos permitirán comparar los hallazgos encontrados con los resultados de otros proyectos similares a fin de mejorar su ejecución y poder diseñar nuevos proyectos. Sobre todo, aquellos dirigidos a mujeres. Así mismo, permitirá ubicar los principales problemas presentes en la articulación de las artesanas con el mercado. Y de esta manera contribuir a que las mujeres de zonas andinas mejoren sus ingresos y con ello sus condiciones de vida.

La presente investigación por las características del problema estudiado es de tipo cualitativa que incluye la participación del investigador en forma explícita. La forma de investigación es el estudio de caso. Y como tal sus resultados solo se deben considerar en el ámbito de estudio y no pretende llegar a conclusiones que pueden ser generalizados a otros ámbitos. La unidad de análisis es una artesana, quien a su vez es la informante y la unidad muestral de la presente investigación. El universo está constituido por 184 mujeres artesanas de las regiones de Arequipa y Puno

El proyecto analizado es interesante desde el punto de vista de su experiencia porque incorpora el concepto de bioartesanía en su ejecución y liga la actividad artesanal de las mujeres a la conservación del ecosistema en sus zonas de ejecución en Puno y Arequipa. Y además brinda pistas para mejorar las intervenciones de proyectos especializados en la cadena del tejido artesanal de fibra de alpaca

La presente investigación está dividida en 6 capítulos. En el primero se presenta

el problema de estudio, las preguntas que guiaron la investigación, su justificación y objetivos; el segundo capítulo plantea el marco teórico referencial, donde se realiza un diagnóstico de la zona de intervención, además se consideran los enfoques de desarrollo que considera el proyecto, las características geográficas de las zonas de intervención, investigaciones relacionadas y la variables e indicadores de la investigación. En el tercer capítulo se presentan el diseño de la investigación, la forma de investigación, el universo y la muestra de estudio. El cuarto capítulo presenta el análisis de los datos obtenidos mediante las entrevistas realizadas, y la revisión documental s. El quinto contiene las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, el sexto capítulo presenta la propuesta de un plan de mejoras en función de los hallazgos obtenidos que permitan mejorar la intervención del proyecto u otros similares.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Constato que la mayoría de las mujeres que pertenecen a la asociación de artesanas que estudiaremos son parte de familias de criadores alpaqueros cuyas condiciones económicas las ubican en situación de pobreza y extrema pobreza. Su actividad principal es el tejido de punto a mano con fibra de alpaca¹ que es hilada manualmente. Según el MINCETUR², en Puno existen más de 5,000 mujeres inscritas en el Registro Nacional Artesanal. La mayoría confeccionan prendas y accesorios de vestir destinados al mercado turístico local y mínimamente al de exportación.

Es importante subrayar, según el MIDAGRI³, que en el país existen 82,000 familias que son pequeños criadores de alpaca. Teniendo Puno la mayor proporción de familias con casi 49,200 familias. Y precisamente en estas familias las mujeres tienen como segunda actividad principal el tejido a mano, luego de la crianza de alpacas, el tejido a mano. De estas mujeres, parte importante de ellas realizan tejidos para el auto consumo; pero, por otra parte, un porcentaje se dedican a la comercialización de los productos que elaboran. Consideraremos en este porcentaje a aquellas que están inscritas en el Registro Nacional Artesanal de Puno (RNA).

Si bien es cierto que el presente estudio está centrado en un enfoque de

cadena productiva es necesario subrayar que existen otras dimensiones que deben ser abordadas en otro tipo de estudios. Una de ellas es la dimensión social que significa la pertenencia a un grupo de artesanas. Un ejemplo es el trabajo realizado por Forstner, K. (2013) precisamente con una de las asociaciones de artesanas que también participaron en nuestra investigación. La investigadora refiere que:

“Cuando trabajan como parte de un grupo, las mujeres tienen la oportunidad de aprender nuevas destrezas que les ayuden en su papel de artesanas. No obstante, el proceso de aprendizaje grupal no tiene que estar limitado a la capacitación técnica, sino que puede facilitar el desarrollo individual de sus integrantes en términos más generales. El grupo de artesanas puede representar una plataforma para otras instituciones que implementan programas de capacitación en temas como salud, en particular, la salud reproductiva y la nutrición. Mientras que estos asuntos están asociados con el papel reproductivo, talleres sobre el tema de género o el liderazgo, por otro lado, animan a las mujeres a discutir sobre los roles y las relaciones de género y a conocer sus derechos y habilidades. (Forstner, 2013: 143)

Con las consideraciones anteriores mi investigación abordó la pregunta acerca de cómo el proyecto ha enfrentado el problema de la deficiente articulación al mercado de las asociaciones de mujeres tejedoras de Puno a la cadena de artesanía de productos artesanales de fibra de alpaca

Para responder la pregunta de investigación el estudio se enfocó en analizar los aspectos del desarrollo de capacidades de las artesanas. La cual permitió adecuar sus productos tradicionales a las demandas del mercado. Logrando así mejorar la comercialización de sus productos y por lo tanto mejorar sus ingresos y con ello sus condiciones de vida.

¹ Una descripción detallada de las características textiles de la fibra de alpaca la pueden obtener en BUSTINZA V. (2021)

² Información obtenida de la Dirección Regional de Artesanía de Puno

³ <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/49289-el-peru-es-la-primera-potencia-mundial-en-produccion-de-fibra-de-alpaca>. Visto 31 de julio del 2022

1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

PREGUNTA CENTRAL

¿Cómo el proyecto *Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino*, ha contribuido a desarrollar las capacidades técnicas en las mujeres artesanas para que mejoren su comercialización en la cadena de textiles de fibra de alpaca?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- a. ¿Cómo el proyecto ha desarrollado las capacidades de las artesanas con relación a la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano?
- b. ¿Cuál ha sido el aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado?
- c. ¿En qué medida el proyecto, ha contribuido en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El proyecto que he estudiado tuvo como objetivo el de mejorar los ingresos de las mujeres artesanas de las asociaciones identificadas como beneficiarias en distritos con una alta cantidad de población ubicadas en niveles de pobreza y pobreza extrema. Sin embargo, la actividad artesanal tiene características que permiten incorporar el trabajo femenino y de allí promover el desarrollo rural. Por su forma de producción y los sencillos niveles en el uso de tecnología las mujeres pueden combinar el trabajo del hogar con una labor que complementa sus ingresos

“A pesar de que tanto hombres como mujeres pueden ser artesanos, la artesanía dentro del ámbito rural suele ser presentada como una actividad económica que es predominantemente femenina. Es considerada como una actividad flexible que puede complementar las tareas reproductivas de la mujer, como el cuidado de los hijos y la preparación de los alimentos (Littrell y Dickson, 1999). También es una

forma de producción que casi no representa barreras para las mujeres rurales, ya que está basada en el uso de materiales locales, destrezas existentes y una tecnología accesible y económica (Eversole, 2006). Por tanto, la artesanía es una de las actividades no-agrícolas que parece ser “predestinada” para las mujeres rurales y es promovida con frecuencia como una estrategia de desarrollo rural (Fortsner Kathrin, 2013: 143)

La actividad artesanal desarrollada en el ámbito rural también es un factor de desarrollo que junto al combate contra la pobreza también puede permitir evitar la discriminación étnica y de género de las mujeres artesanas. Este aspecto es desarrollado en un artículo de la Revista Cultura y Desarrollo de la UNESCO

La artesanía y el trabajo artesanal, como parte de las tradiciones locales, constituye una de las expresiones culturales que más directamente se vinculan a la industria turística. En este sentido se necesita avanzar más en proyectos que ofrezcan a la artesanía como una oferta turística diferenciada y en los mecanismos de protección y preservación de las artesanías. Especial atención debe darse a programas de desarrollo de la artesanía como una forma de combatir la pobreza y la discriminación étnica y de género. Se hace necesario superar los criterios que ven al trabajo artesanal como residuo informal de escaso impacto económico y estudiar formas de apoyo con políticas de crédito y protección a la microempresa. (Benítez S., 2009: 15)

También es importante señalar que la participación de las mujeres en la actividad artesanal contribuye a reducir las brechas de género y lograr, como señala el INEI, a la autonomía económica que revela la capacidad de generar ingresos y recursos propios a partir del acceso al trabajo. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020)

“La falta de autonomía económica implica ausencia de ingresos propios y determina una mayor pobreza individual. Los perceptores de ingresos propios con frecuencia tienen mayor poder de decisión sobre el destino que dan a sus ingresos, mayores posibilidades de reservar parte de su dinero para gastos individuales y mejores posibilidades de enfrentar su manutención, especialmente si hay cambios en la conformación familiar de origen.

Al año 2019, el 29,4% de las mujeres de 14 y más años no tienen

ingresos propios, siendo esta proporción 2,5 veces más que los hombres (11,9%). La brecha más significativa se presenta en las mujeres del área rural donde el 43,5% de ellas no tienen ingresos propios, mientras que en el caso de los hombres representa el 12,7%." (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020)

En el caso de Puno el 26,3% de ellas no tienen ingresos propios, mientras que en el caso de los hombres representa el 17,2%." (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020)

Desde la gerencia social, esta investigación busca recoger lecciones que el proyecto puede brindar para desarrollar proyectos que mejoren los ingresos de mujeres de zonas andinas en pobreza y pobreza extrema. Las lecciones recogidas son las que tienen que ver con el enfoque de desarrollo de capacidades que buscan fortalecer organizaciones económicas de mujeres. En particular las organizaciones artesanales ubicadas en zonas andinas. Y como consecuencia, el aprender estas lecciones permitirán mejorar los ingresos familiares de los miembros de estas organizaciones y por lo tanto mejorar la calidad de vida de sus integrantes.

En este aspecto el concepto de relevancia social planteado por Hernández Sampieri,(1996) es pertinente para juzgar la importancia de la presente investigación. Este autor plantea cinco criterios para juzgar la importancia potencial de una investigación: conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica. En el caso del concepto de relevancia social plantea las preguntas que deben asumir la investigación: ¿Cuál es su trascendencia para la sociedad?, ¿quiénes se beneficiarán con los resultados de la investigación?, ¿de qué modo? En resumen, ¿qué alcance o proyección social tiene? (Hernández et al., 1996: 51). Aspectos que son recogidas en nuestra tesis.

Además, esta investigación permitirá, a partir del estudio de las actividades realizadas por el proyecto, establecer pautas que permitan mejorar otras intervenciones similares por parte del estado, organizaciones de desarrollo o la sociedad civil en general. Quienes buscan disminuir la brecha de autonomía económica en las mujeres de las zonas andinas.

Finalmente, esta investigación busca aportar en la generación de conocimiento desde la gerencia social a lo siguiente:

- a. Valorar a la bioartesanía textil de productos de alpaca como un medio para mejorar los ingresos de las mujeres de zonas altoandinas.
- b. Diseñar nuevas estrategias que permitan a las asociaciones de mujeres artesanas articularse eficientemente en la cadena de productos artesanales de fibra de alpaca.

OBJETIVO GENERAL

Conocer sí el proyecto “Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino”, ha contribuido a desarrollar las capacidades técnicas en las mujeres artesanas para que mejoren su comercialización en la cadena de textiles de fibra de alpaca en Puno durante el año 2021, analizando, las capacidades de las artesanas en relación a conocer la oferta y demanda del mercado, el aporte del proyecto a la adecuación de los productos y la comercialización de sus productos, para proponer medidas de mejora que fortalezcan la iniciativa y los ingresos de las artesanas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Determinar sí el proyecto ha desarrollado las capacidades de las artesanas en relación con la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano
- b. Identificar el aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado
- c. Conocer y analizar sí el proyecto ha contribuido en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL:

El proyecto se dirigió a un conjunto de 8 asociaciones de Puno y Arequipa con un total de 184 beneficiarias integrantes como población objetivo. Posteriormente se incorporaron dos asociaciones del Cusco que no son parte de la investigación.

Para el presente estudio he seleccionado dos asociaciones ubicadas en los distritos de Pichacani Laraqueri de la provincia de Puno y Ayaviri de la provincia de Melgar

Tabla 1 Asociaciones participantes en el proyecto

No	ASOCIACIÓN	REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO
1	Asociación de Artesanos Textiles de Pichacani - Laraqueri	PUNO	PUNO	PICHACANI LARAQUERI
2	Asociación de mujeres Mosok Illari del distrito de Santa Lucia	PUNO	LAMPA	SANTA LUCÍA
3	Asociación. de Artesanía Multisectorial - Camacani	PUNO	PUNO	PLATERÍA
4	Asociación de Artesanía Suri Paqocha - Nuñoa	PUNO	MELGAR	NUÑOA
5	Cooperativa de Artesanía COPARTEC Ayaviri	PUNO	MELGAR	AYAVIRI
6	Rutas del Tejido - Macari	PUNO	MELGAR	MACARI
7	Asociación de Artesanos Triunfadores de Luri del distrito de Tisco	AREQUIPA	CAYLLOMA	TISCO
8	Artesanos Asociados Sumac Pallay - Sibayo	AREQUIPA	CAYLLOMA	SIBAYO

Fuente: Base de datos del proyecto

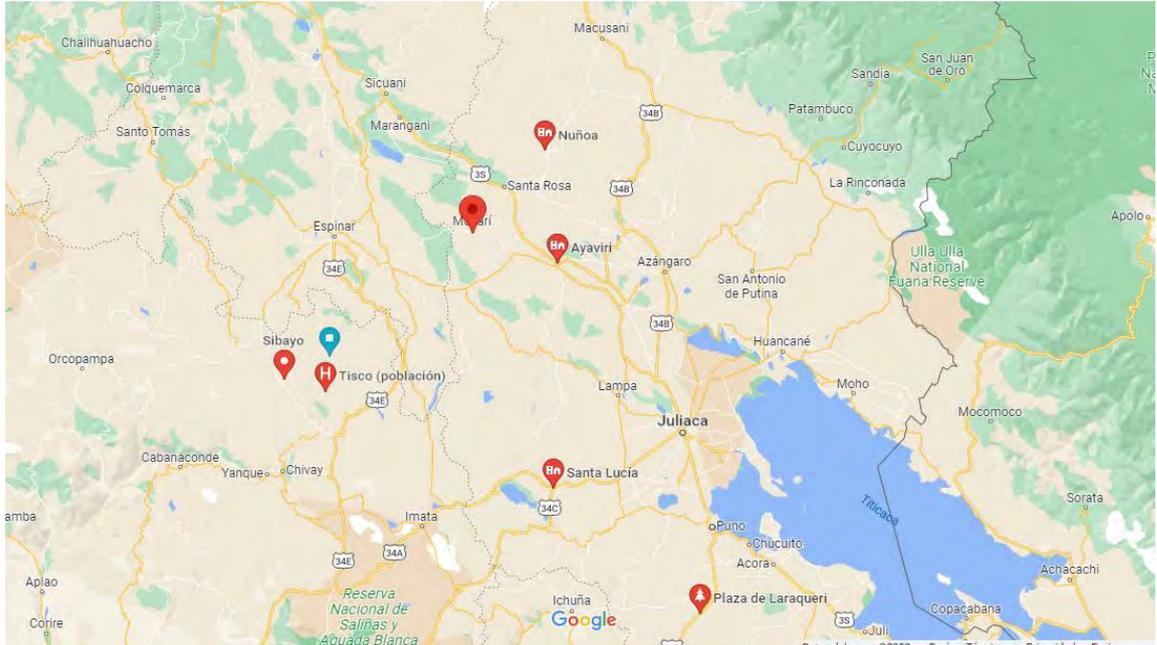


Ilustración 1 Zonas de intervención del proyecto (Arequipa, Puno)

2.2. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN

La región Puno tiene características climáticas bien marcadas propias de la altiplanicie andina.

“El territorio puneño comprende 43 886,36 Km² de sierra (61,0 por ciento) y 23 101,86 Km² de zona de selva (32,1 por ciento), 14,5 Km² de superficie Insular (0,02 por ciento) y 4996,28 Km² (6,9 por ciento) que corresponden a la parte peruana del lago Titicaca. La Región abarca un perímetro fronterizo de 1108 Km. que representa el 11 por ciento de línea de frontera del Perú. Esta subdividido en 13 provincias y 109 distritos, distribuidos de la siguiente manera: Puno 15 distritos, Azángaro 15, Carabaya 10, Chucuito 7, El Collao 5, Huancané 8, Lampa 10, Melgar 9, Moho 4, San Antonio de Putina 5, San Román 4, Sandía 10 y Yunguyo 7.

En general el clima de Puno varía entre frío y cálido. En las orillas del lago y en los valles formados por sus afluentes hasta los 4 000 m.s.n.m. es frío, aunque, atemperado por la influencia del lago; a mayores alturas es muy frío y glacial; en la selva el clima es cálido con precipitaciones

pluviales y temperaturas muy superiores a las de la sierra. La temperatura promedio máxima es de 22°C y la mínima de 1,4°C. Las precipitaciones pluviales en el altiplano obedecen a una periodicidad anual de cuatro meses (diciembre a marzo); esta periodicidad, a pesar de determinar las campañas agrícolas, puede variar según las características pluviales del año, originando inundaciones o sequías, así como la presencia de heladas y granizadas” (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019)

2.3. CARÁCTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LA ZONA

Las poblaciones que viven en las zonas de intervención del proyecto tienen como principales actividades económicas a la agricultura y la ganadería, en especial la crianza de alpacas. De allí la importancia para las poblaciones alpaqueras el desarrollo de la artesanía como una actividad complementaria a sus actividades agrícolas. Tal como lo señala el MIDAGRI, Puno se caracteriza por su importante población de alpacas.

“A nivel nacional, en el 2019, se registró 4.4 millones de Alpacas; siendo la Región Puno la que tiene la mayor población de Alpaca con más de 2 millones de unidades, seguido por Cusco con 669 mil, Arequipa con 430 mil, Ayacucho y Huancavelica con 309 y 270 mil respectivamente” (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020)

Los 8 distritos en los que intervino el proyecto tienen una importante población de alpacas

Otra de las características que marcan a estos distritos son los bajos niveles del Índice de Desarrollo Humano. En especial reconocemos el ingreso familiar per cápita que los ubican por debajo del umbral de la pobreza. Siendo los límites: el distrito de Platería en Puno con un ingreso familiar per cápita de S/. 210.31 frente a un ingreso similar en el distrito de Sibayo en Arequipa de S/.874.78

Tabla 2 IDH en los distritos donde intervino el proyecto - 2019

UBIGEO	Provincia	Población	Esperanza de vida al nacer	Población (18 años) con Educ. secundaria completa	Años de educación (Poblac. 25 y más)	Ingreso familiar per cápita	Índice de desarrollo Humano (IDH)
210100	Puno	240,640	70.38	77.93	9.48	836.61	0.5426
210111	Pichacani	5,184	68.17	72.55	6.09	293.19	0.3279
210112	Platería	7,038	64.21	72.16	7.05	210.31	0.2885
210700	Lampa	46,414	75.83	69.69	7.15	489.20	0.4308
210709	Santa Lucia	6,939	78.42	68.13	6.99	610.39	0.4699
210800	Melgar	69,085	72.55	70.43	7.31	506.20	0.4294
210801	Ayaviri	21,194	72.40	76.28	8.98	793.37	0.5325
210805	Macarí	7,815	71.74	59.65	6.61	269.76	0.3219
210806	Nuñoa	8,944	72.66	60.74	5.49	458.49	0.3785
040500	Caylloma	102,115	78.94	66.47	8.38	1,043.72	0.5888
040515	Sibayo	584	81.00	48.62	6.55	874.78	0.5042
040517	Tisco	1,158	85.00	51.19	5.75	672.20	0.4604

<https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/library/poverty/el-reto-de-la-igualdad.html>

2.4. CARÁCTERÍSTICAS ETÁREAS Y EDUCATIVAS DE LAS ARTESANAS

En términos de edad y grado de instrucción de las artesanas beneficiarias del proyecto las características son las siguientes. De todas los participantes del proyecto el 95% son mujeres y el promedio de edad era de 46 años. Siendo su grado de instrucción el siguiente

Tabla 3. Grado de instrucción de las artesanas

Grado de instrucción	Número de personas	%
ILETRADO	4	3%
PRIMARIA	65	45%
SECUNDARIA	66	45%
SUPERIOR	11	8%
Total:	146	18*

Resumiendo: la población participante del proyecto son mujeres, con un promedio de edad de 46 años y con casi el 50% con bajos niveles de escolaridad

2.5. LEY O MARCO NORMATIVO INTERNACIONAL – ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son tal como señala la ONU: “el instrumento más importante para la planificación e implementación de las actividades de desarrollo de la ONU a nivel de país” El Perú es parte de la Agenda 2030 y como tal comparte los objetivos de desarrollo sostenible tal como se describe en su página web:

El Perú fue un país protagonista de la Agenda 2030 desde su elaboración, involucrando a más de setecientas personas en cerca de sesenta consultas presenciales en diversas regiones del país para determinar el futuro deseado para el mundo después de 2015. Asimismo, el Perú lideró la segunda ronda de consultas para definir uno de los Medios de Implementación de la Agenda 2030: el Monitoreo Participativo para la Rendición de Cuentas y formó parte del Grupo de Trabajo Abierto (Open Working Group) para definir los diecisiete ODS. El Sistema ONU en el Perú apoyó activamente al país en todos estos procesos. Desde 2016, la Agenda 2030 y los ODS son referentes claves para las políticas de desarrollo del Perú, y el Gobierno ha presentado dos Informes Nacionales Voluntarios (2017 y 2020) acerca de los avances logrados⁴

El proyecto analizado es financiado por el PNUD a través de sus Programa de Pequeñas Donaciones y como tal está alineado a los objetivos de desarrollo sostenible. Estos son:

Objetivo 1 Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

Objetivo 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

⁴ <https://peru.un.org/es/sdgs>. Consulta: 16 de julio de 2022

2.6. LEY O MARCO NORMATIVO NACIONAL.

La actividad artesanal ligada a los tejidos de alpaca se encuentra entre las competencias del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Y en las regiones estas competencias se ejercen a través de las Direcciones Regionales de Artesanía de los gobiernos regionales. En términos legales las principales normas que rigen la actividad artesanal son las siguientes

- Ley N°29073 Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal 2007 y Decreto supremo N°008 - 2010-MINCETUR - Reglamento de la ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal.

Esta ley y su reglamento norman la actividad artesanal en el Perú. Y tal como señala el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

“Establece el régimen jurídico que reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales. Su finalidad es promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, integrándolos al desarrollo económico del país y es de aplicación para los artesanos, empresas de la actividad artesanal y organismos e instituciones vinculados al desarrollo y promoción artesanal”¹

Esta ley promulgada el año 2007 es acompañada además por su Reglamento, el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales. CLANAR y el Registro Nacional de Promoción de la Actividad Artesanal (RNA)

Según el clasificador nacional de líneas artesanales existen en el Perú 17 líneas artesanales correspondiéndola a los tejidos de punto la clasificación 1704

Línea Artesanal 07 Textiles

Sub-línea 04. Tejidos a mano

¹ <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/sistema-de-informacion-para-la-promocion-y-desarrollo-del-artesano-sipdar/normatividad-y-gestion/#:~:text=Ley%20del%20artesano%20y%20del,de%20identidad%20y%20tradiciones%20culturales.>

Plan de Desarrollo Nacional de Artesanía 2019 - 2029 (MINCETUR 2019)

“Como parte de su tarea de impulsar el desarrollo de la actividad artesanal el MINCETUR elaboró el año 2010 un Plan Estratégico Nacional denominado PENDAR. Un resumen de los objetivos se explica en la página web del MINCETUR

El Plan Estratégico Nacional de Artesanía PENDAR, hacia el 2021, es una propuesta de trabajo, que tiene como objetivo principal formular una visión de largo plazo en la implementación de políticas y metas para el sector artesanal para los próximos años (2012-2021).

A través del PENDAR el MINCETUR en coordinación con otros ministerios e instituciones públicas busca lograr la participación de los gobiernos regionales y locales junto a la sociedad civil, trabajando articuladamente a fin consolidar las ventajas comparativas y competitivas para el potenciamiento del sector artesanía. Actualmente, se está gestionando la implementación de la propuesta de PENDAR mediante la gestión de resultados (Enfoque PpR).

Este plan, constituye un primer esfuerzo de concertación entre el sector público y privado para el desarrollo de acciones que permitan mejorar la competitividad del sector artesanal, representando, además, la herramienta de alineamiento del sector, así como la estrategia que los actores deben implementar para que el Perú cuente con una artesanía competitiva, posicionada en los mercados y que contribuya a elevar la calidad de vida del artesano”.⁶

El Plan hacia el año 2021 fue actualizado hasta el año 2029 por RESOLUCIÓN MINISTERIAL N.º 309-2019-MINCETUR El Plan Estratégico Nacional de Artesanía –PENDAR 2019 – 2029,

- Plan de Desarrollo Regional Concertado al 2021. Gobierno Regional de Puno.

Puno es la región que concentra la mayor cantidad de tejedoras de punto que realizan su actividad como una herencia recogida de tradiciones que vienen de épocas prehispánicas. Como tal el Plan

de Desarrollo Concertado recoge principios de las culturas aymara y quechua. Lo cual se expresa en lo siguiente:

“El Plan de Desarrollo Regional Concertado Puno al 2021, elaborado sobre la base de los enfoques de desarrollo territorial, desarrollo humano, de derechos y de desarrollo sostenible, y que incluye el componente andino, reconoce la relación indisoluble entre el ser humano y su espacio físico en el marco de un orden universal y en el contexto de los principios éticos de reciprocidad, complementariedad y correspondencia, como elementos articuladores básicos para construir los procesos de desarrollo. Esta conjunción de principios se orienta al paradigma del “buen vivir” que proviene de las lenguas tradicionales aimara y quechua “sumaq kawsay” y “suma jakaña” (Gobierno Regional de Puno, 2013: 18)

En este plan se plantean como lineamientos de política referentes a la artesanía lo siguiente

“B. Artesanía

- Mejoramiento de los productos provenientes de la artesanía con nuevos procesos técnicos y diseños.
- Promover la certificación y acreditación de la artesanía.
- Impulsar la inteligencia comercial para ampliar las exportaciones.

PRIORIDADES

- Desarrollar la cultura turística y seguridad de los visitantes.
- Diversificar y desarrollar la oferta turística.
- Promocionar los atractivos y productos turísticos.
- Tecnificación de la artesanía para su acreditación.
- Desarrollo de la inteligencia comercial para ampliar las exportaciones”. (Gobierno Regional de Puno, 2013: 132)

⁶ <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesanía/plan-estrategico-de-desarrollo-de-la-artesanía-pendar/> Consulta: 3 de junio de 2022

2.7. EI PROYECTO ANALIZADO

El proyecto que he analizado se denomina: “De los camélidos a sus productos. Promoción de valor agregado y comercialización de productos basados en fibra de alpaca en el sur andino”

Este proyecto fue ejecutado y supervisado por el Programa de Pequeñas Donaciones del fondo para el Medio Ambiente Mundial (PPD). Encargado de la financiación y supervisión técnica.

“El PPD del GEF/PNUD proporciona donaciones por un monto máximo de US \$ 50 000 para dos años en apoyo a las Organizaciones de Base Comunitarias (OBCs) y a las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) que realicen actividades que respondan a los problemas locales relacionados principalmente con la conservación de la diversidad biológica, la mitigación del cambio climático y la prevención de la degradación de tierras (desertificación y deforestación)”⁷.

PROGGETOMONDO MLAL fue la institución encargada de la ejecución del proyecto materia del presente estudio. Tal como se presenta:

“Progettomondo es una ONG de cooperación internacional con sede en Verona (Italia), promueve programas de desarrollo gracias al envío de cooperantes. En Perú, Progettomondo opera desde el año 1974.

Como organización internacional Progettomondo MLAL plantea su accionar de la siguiente manera:

⁷ <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/projects/programa-de-pequeñas-donaciones-del-gef-pnud.html#:~:text=%C2%BFQui%C3%A9nes%20somos%3F,la%20pr%C3%A1ctica%20el%20Progrma%2021>. Consulta 5 de junio de 2022

Promovemos el desarrollo justo y sostenible en los países donde operamos. Esto significa fomentar la sostenibilidad económica, apalancar el desarrollo de los mercados locales, para generar ingresos y garantizar niveles de vida adecuados, garantizar salarios justos para hombres y mujeres, promover el trabajo decente y contribuir al crecimiento colectivo de las comunidades. El foco está entonces en la sostenibilidad social, es decir, aumentar el bienestar psicofísico de las poblaciones, ampliando las condiciones de protección y seguridad social, acceso a una educación de calidad, valorización y respeto por la cultura y la lengua; y la sostenibilidad ambiental, entendida como la capacidad de gestionar, conservar, restaurar, mejorar, recuperar y reproducir los recursos naturales.

La Agenda 2030 para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible representa un nuevo reto global para Progettomondo mlal, que se articula sobre el principio de "corresponsabilidad".⁸

El proyecto tuvo duración de un año de 12 meses en el año 2021 y parte del 202; sin embargo, luego de su inicio tuvo que reformular sus actividades para el año 2021 debido al inicio de la pandemia y la aplicación de la cuarentena en todo el país. Esto significó para las artesanas una grave situación expresada en la caída a cero de sus ventas, principalmente al mercado turístico.

Lo cual obligó al proyecto su estrategia de ventas y la metodología para realizar el desarrollo de capacidades que inicialmente tuvo que realizarse virtualmente y luego presencialmente.

La capacitación virtual se constituyó en un reto para el proyecto, considerando las dificultades tecnológicas y el nivel de conocimiento de las artesanas en el uso de internet y teléfonos inteligentes.

⁸ <https://progettomondo.org/temi/sviluppo-sostenibile> . Consulta: 12 de julio de 2022

En el documento de síntesis final del proyecto se presentan sus objetivos:

“El objetivo del proyecto planteado en el marco lógico fue contribuir con el fortalecimiento de la cadena de valor de productos bio artesanales en base a fibra de alpaca en las etapas de valor agregado y comercialización en las regiones de Puno y Arequipa. Para lograr este objetivo se diseñó una estrategia que tuvo una secuencia de ejecución de actividades claves en el fortalecimiento de la cadena de valor. Estas fueron correspondientes a los tres componentes de proyecto.” (Reyes, 2021: 30)



Ilustración 2 . Componentes del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

2.8. INVESTIGACIONES RELACIONADAS

La revisión bibliográfica realizada ha sido bastante específica en función de la particularidad de mi tema. Si bien es cierto el tejido de punto a mano es una actividad manual muy extendida en todo el mundo; sin embargo, las características que las diferencia en mi caso es que son realizadas por grupos de mujeres que consideran esta actividad como una fuente de ingresos. También se diferencia porque el tejido es parte de una práctica cultural que tiene sus raíces en las culturas aymaras y quechuas de origen prehispánico. Y finalmente, otro aspecto diferenciador es el tipo de materia prima que utilizan las artesanas: hilo de fibra de alpaca elaborado totalmente a mano. Correspondiente a su pertenencia a familias de criadores alpaqueras en mi ámbito de estudio y que desarrollan una actividad definida como artesanal según la Ley Nacional de Artesanía

El primer trabajo que revisamos es el trabajo de Katherine Costner, “La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno” (2013). El trabajo es un artículo que ubica su estudio en una zona muy cercana donde hemos realizado nuestra investigación. En particular con una asociación de mujeres tejedoras de la comunidad de Camacani. Tal como se señala en el artículo:

El artículo discute cambios en la producción artesanal y examina la artesanía como fuente de ingresos para las mujeres. También presenta el grupo como espacio social y explora el liderazgo a ese nivel. Pese a sus beneficios para el desarrollo individual de las mujeres, el trabajo en grupo puede estar en conflicto con sus responsabilidades domésticas. Este estudio enfatiza la importancia de analizar la artesanía como estrategia de desarrollo rural desde una perspectiva de género.(Forstner, 2013: 1)

Este artículo subraya en una de sus conclusiones la importancia de la artesanía en la economía doméstica:

“...se tiene que considerar a la artesanía como parte de la economía doméstica, ya que los ingresos de las mujeres pueden hacer una contribución esencial al sustento de los hogares rurales. Para algunos miembros de los grupos de artesanas, este trabajo constituye la única fuente de ingresos al contado. Les da más seguridad y ya no dependen solo de sus esposos para mantener la familia”. (Forstner, 2013: 10)

Desde un punto de vista latinoamericano, la UNESCO remarca la importancia de la ligazón entre artesanía y desarrollo humano. En el trabajo “La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo” (2009) publicado en la Revista Cultura y Desarrollo se concluye lo siguiente:

“La artesanía debe ser vista en los proyectos de desarrollo humano, como un tipo de actividad en la que genera riqueza, cohesiona a la colectividad y desarrolla sentido de pertenencia e identidad cultural.

La comprensión del carácter polifacético y multifuncional de las artesanías es una condición básica para que la misma pueda ser

interconectada con los procesos económicos, productivos, comerciales, educacionales y culturales como un factor de desarrollo humano”(Benítez S., 2009: 18)

Desde el punto de vista económico, he revisado la tesis “Análisis de la producción de artesanías en tejidos de punto en la provincia de Melgar” de Renato Henry; Perlacios Luque 2014. En esta tesis se analiza y describen los factores limitantes de la producción artesanal en la provincia de Melgar de Puno, zona en la cual se ubican principalmente las asociaciones que han sido materia del presente estudio y que términos generales coinciden con los problemas que hemos reconocido. El autor Perlacios (2014) reconoce que los dos factores productivos significativos son la materia y la mano de obra

“De acuerdo al modelo econométrico planteado a un nivel de confianza del 95% o 5% de significancia, se concluye que de los cinco factores productivos considerados en el modelo inicial como la materia prima (fibra de alpaca), mano de obra (esfuerzo del artesano), capital (plancha reconoce eléctrica, taller artesanal, agujas circulares, otros), capacitación (conocimientos en tejidos a punto) y experiencia productiva (en años), sólo dos de ellos resultan ser significativos la materia prima y la mano de obra. Según este modelo el 98.59% de la variación de la producción de chompas de alpaca talla médium, esta explicado por materia prima y mano de obra, y el 1.41% esta explicado por otros factores omitidos en el modelo” (Perlacios, Henry, 2014: 113).

Desde el punto de vista de la ingeniería he revisado el estudio “Diagnóstico del proceso artesanal de producción de hilo de fibra de alpaca en Puno, Perú”. El cual tuvo como objetivo conocer la situación actual del proceso artesanal de producción de hilado de fibra de alpaca

En este estudio se analizan las dificultades de la producción del hilado artesanal que constituye la principal materia con la cual trabajan las artesanas, además se señalan oportunidades de mejora en su producción. La principal conclusión es la siguiente:

“Existen oportunidades de mejora en el proceso productivo artesanal de

hilo de fibra de alpaca, particularmente, en la caracterización y clasificación, donde las condiciones de seguridad y salud del trabajador no son las adecuadas. Por otro lado, no todos los artesanos o asociaciones llevan a cabo el proceso de apertura de fibra, lo que dificulta y reduce la posibilidad de generar un hilo de mejor uniformidad; en el proceso de cardado, al no poseer la tecnología adecuada, la calidad del velo resultante aún contiene irregularidades y fibras no paralelizadas; así mismo, los procesos artesanales actuales no permiten la producción de uno de los subproductos más importantes en la industria de alpaca, como es el “top”, el cual podría ser comercializado por las comunidades y asociaciones para la elaboración de mezclas u otros artículos textiles. Por ello, al no contar con la maquinaria adecuada trae como consecuencia un volumen reducido de producción. Por último, en el proceso de hilatura, el uso de la rueca mecánica no les permite obtener un hilo uniforme. El proceso de producción de hilo de fibra de alpaca, en cada una de sus etapas, involucra un intensivo uso de mano de obra, incrementando así el tiempo en cada operación, lo que retarda y encarece el proceso” (Díaz Bertha et al., 2021: 166)

Como constatamos, la mayoría de las artesanas que participan en mi estudio pertenecen a familias criadoras de alpaca o están ligadas a la ganadería alpaquera. Como tal, están ligadas a la microeconomía que genera la alpaca, constituyendo la artesanía una fuente de ingreso familiar adicional. Por ese motivo he revisado la investigación denominada “Políticas públicas y comportamiento microeconómico-comercial de las familias de ganadería altoandina de Puno”

La investigación nos describe que:

El comportamiento social de las familias de ganadería altoandina mixta se diferencia principalmente por el tamaño del ganado. De esta manera, los de estratos más pequeños (hasta 60 alpacas) cuentan con menos mano de obra familiar, son relativamente más jóvenes, cuenta con mayor participación de la mujer como productora principal, menos años escolares y su ganado es más diversificado. En cambio, los estratos medios (61 a 200) y altos (201 a más) si bien diversifican los ganados, éstos comienzan a especializarse en la producción de alpacas, además, el resto de las características descritas comienzan a revertirse. Por otro lado, el estrato alto accede de manera restringida a la organización y al

crédito (tecnología, mercados, financiamiento). En cambio, en el manejo técnico de los ganados, la sanidad está altamente difundido independientemente del estrato; sin embargo, la infraestructura de pastos y mejoramiento genético, inversiones de mediano y largo plazo son más importantes en la puna húmeda.(Pachao Ayala, 2018: 197)

Esta investigación nos hace notar que la dinámica microeconómica de las familias alpaqueras va a impactar finalmente en la actividad artesanal. Es característico de los ciclos de producción artesanal que estén ligados al calendario de la producción alpaquera que contempla entre otras actividades: el empadre, la sanidad, la esquila etc.

2.9. ENFOQUES DE DESARROLLO,

Para la presente investigación hemos considerado los siguientes enfoques:

- Enfoque de desarrollo de capacidades

Este enfoque tiene un desarrollo teórico y práctico muy amplio por parte del PNUD y es considerado como un enfoque primordial en todos sus proyectos de desarrollo que ejecuta en todo el mundo.

“Desde la visión del PNUD, el desarrollo de capacidades es el proceso mediante el cual las personas, organizaciones y sociedades obtienen, fortalecen y mantienen las aptitudes necesarias para establecer y alcanzar sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo. En otras palabras, si las capacidades son el medio para planificar y lograr, el desarrollo de capacidades es el camino para alcanzar tales medios” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2009: 3)

Para el PPD el desarrollo de capacidades y el aprendizaje es el sustento de todas sus actividades orientadas a lograr los objetivos ambientales y de sostenibilidad que sustentan los objetivos de desarrollo sostenible . En el caso del proyecto que hemos estudiado, constatamos que las artesanas habitualmente se relacionaban con mercados locales, básicamente provenientes del turismo interno. El reto que les planteó la pandemia fue la necesidad de abrirse a otros

mercados lo que les demandó adquirir nuevos conocimientos y capacidades específicas para responder a las demandas de mercados más amplios.

Por ese motivo el proyecto consideró el desarrollo de capacidades que facilitasen a las artesanas su acceso a nuevos mercados y así mejorar su articulación con la cadena de textiles artesanales. En esa línea estuvieron los talleres de tendencias de mercado, diseño de moda, costos y marketing digital.

- Enfoque de cadena productiva

Los análisis y estudios, desde el enfoque de cadena productiva, en diversos productos son abundantes en términos de experiencias prácticas con lo cual se demuestra su utilidad para plantear abordar propuestas de mejora en las condiciones de vida de los productores de los sectores más pobres. En especial en el ámbito rural. Así se señala que:

“Una comprensión profunda de los procesos de articulación de productores de pequeña escala a cadenas productivas, y sobre la gobernabilidad de estos procesos y los roles de los diferentes actores directos, nos permitirá reforzar los conocimientos y las capacidades del Estado y de los agentes de desarrollo con el fin de reflexionar y redefinir sus acciones para reducir el conflicto entre los actores, mejorando la coordinación, cooperación y confianza. Esto contribuiría a que los productores rurales pobres mejoren sus medios de vida y desarrollen sus capacidades para acceder a diferentes recursos”
(Cordoba, 2015: 4)

En la ejecución del proyecto, el enfoque de cadena de valor permitió a los ejecutores del proyecto analizar los procesos y los actores que intervienen en la cadena de textiles artesanales a mano. Partiendo de una cadena productiva poco desarrollada y luego con el aporte del proyecto se logró brindar una visión de mercado más amplia que facilitó la comercialización de los productos elaborados facilitando así la articulación entre el eslabón de producción primaria y la de

comercialización. Un aspecto que te permitió el enfoque de cadena fue el analizar el funcionamiento de los talleres de artesanas en relación con los otros eslabones en especial con los abastecedores de materia prima. En este caso el hilado artesanal.

- Enfoque de género

Tomamos el enfoque propuesto por el MIDIS

“El enfoque de género es una herramienta analítica y metodológica que permite integrar las diferentes necesidades, responsabilidades y preocupaciones de mujeres y hombres en cada etapa de su ciclo de vida, de manera que sean relaciones equitativas y justas. Asimismo, reconoce otras desigualdades y discriminaciones originadas por la etnia, origen social y orientación sexual, entre otros factores.

Las mujeres tienen menos acceso a recursos económicos, sociales y culturales y sus condiciones materiales son más precarias y de menor calidad debido a los roles que les asigna la sociedad y la valoración social y económica que se les otorga. Debido al diferente punto de partida en que se encuentran hombres y mujeres, los resultados y el impacto de las políticas son distintos para cada uno”(MIDIS, 2016: 16)

El proyecto centró su atención en lograr que las asociaciones de artesanas, compuestas en un 100% por mujeres, lograrán una mejora de sus ingresos a través del desarrollo de capacidades para insertarse en nuevos mercados. La propuesta del proyecto fue sentar las bases de negocios sostenibles dirigido y gestionado por asociaciones de mujeres. De esta manera se lograba el empoderamiento económico de mujeres campesinas que tradicionalmente tenían un rol secundario en la generación de los ingresos familiares.

- Enfoque de desarrollo humano

En el concepto del PNUD el desarrollo de capacidades está íntimamente ligado al desarrollo humano, como tal está también ligado al logro de los objetivos del desarrollo sostenible al 2030

Según el PNUD:

En la comunidad dedicada al desarrollo cada vez se difunde más la idea de que el desarrollo de capacidades es el motor del desarrollo humano. Ante las crisis económicas, climáticas y alimentarias que se enfrentan en la actualidad, el desarrollo de capacidades en los estados y las sociedades para el diseño y la implementación de estrategias que minimicen el impacto que generan estas crisis será un elemento crucial para sustentar los avances hacia la consecución de los objetivos del desarrollo, incluidos los ODM".(Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2009: 3)

Desde esta perspectiva asumimos la siguiente definición de desarrollo humano:

"Proceso destinado a ampliar las opciones de las personas. Se centra tanto en la formación de capacidades humanas - mejor salud y más conocimientos y competencias - como en el uso que las personas dan a las capacidades adquiridas, para el trabajo o el esparcimiento"(Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2009: 56).

Contribuir al desarrollo humano sostenible es el objetivo final de todos los proyectos que apoya el PNUD. En el caso de los proyectos del PPD estos tienen tres "pilares: protección ambiental, reducción de la pobreza y empoderamiento de la comunidad".

En el proyecto estudiado el componente ambiental se da a partir del concepto de bioartesanía desarrollada en un determinado paisaje geográfico. Siendo la alpaca una especie nativa, y adaptada a los ecosistemas andinos, el desarrollo de negocios sostenibles con su fibra impacta positivamente en la conservación de los hábitats altoandinos. Estos hábitats se encuentran ubicadas en zonas sobre los 3,500 msnm, lugares en los que viven campesinos con los mayores niveles de pobreza del mundo andino. Por lo tanto, el brindar una fuente de ingreso suplementaria, a través de la artesanía, impacta positivamente en sus ingresos familiares. Y, además, el hecho que se dé a través de asociaciones de mujeres contribuye a

una mayor participación en sus comunidades y con ello a su empoderamiento en sus territorios.

2.10. CONCEPTOS CLAVES

Tejidos de punto a mano en alpaca de prendas de vestir y accesorios

Los productos elaborados por las mujeres artesanas se ubican en la línea de tejido de punto a mano que utiliza las técnicas del tejido a palitos, crochet y en menor medida bordados. La principal materia prima usada es el hilado elaborado artesanalmente con rucas manuales llamadas pushkas o pequeñas rucas eléctricas. Este hilo se elabora de fibra de alpaca en las calidades baby o fleece. La diferencia de esas calidades es la finura de la fibra expresada en micras. La mayor finura de la fibra se expresa en la menor sensación de picazón que se produce al contacto con la piel. A mayor finura es menor o casi inexistente la sensación de picazón. Las cualidades textiles de la fibra de la alpaca la ubican en un producto muy apreciado por sus características termorreguladoras, suavidad, brillo y duración. Por ello es considerado un producto bandera de Perú

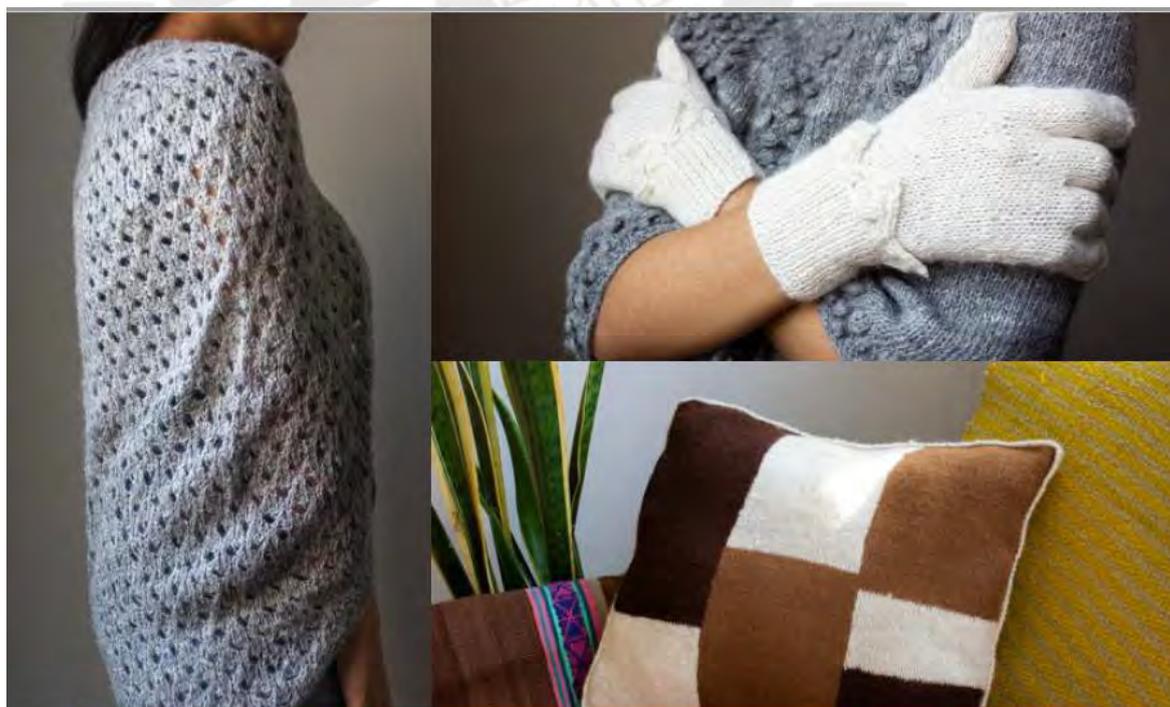


Ilustración 3 Productos desarrollados por el proyecto (Fotos del catálogo)

Artesanía

El concepto de artesanía es un tema sumamente discutido por los especialistas y estudiosos del tema debido a que es difícil determinar qué tanto de un producto está hecho totalmente a mano. La opinión de especialistas y el organismo oficial encargado de la artesanía es que a este elemento manual es necesario agregarle el componente cultural. Para este estudio asumiremos la definición establecida en la Ley Nacional del Artesano promulgada el año 2007 que la define a la artesanía de la siguiente manera

“Entiéndase por artesanía a la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta 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.(MINCETUR, 2010: 4)

Bioartesanía

Una característica de los productos textiles artesanales que elaboran las beneficiarias del proyecto es que son hechos sin utilizar hilado industrial. Lo que implica una cadena de producción que crea productos totalmente naturales y que se consideran como bio-artesanales

Este aspecto está ligado a la relación de la alpaca con el hábitat donde es criada y cómo se relacionan con la protección de los ecosistemas andinos. De acuerdo con ello:

“En las últimas décadas, producto de procesos biológicos, sociales, políticos y culturales del hombre, la fragmentación de hábitat de la alpaca ha incrementado. Esto se refleja en la reducción del tamaño de las áreas de hábitat (bofedales), en la reducción del tamaño de los predios familiares, en la disminución de la diversidad de pastos forrajeros – rompimiento de procesos ecológicos – y en la disminución de las posibilidades de

mantenimiento de poblaciones viables de alpacas”.(Programa de Pequeñas donaciones del FMAM, Ministerio del Ambiente Perú, GEF, 2022:)²

También señala que:

“En ecosistemas de alta montaña, donde predominan sistemas agropecuarios de pequeña escala y subsistencia, la pérdida de la variedad genética de plantas y animales ha ido en aumento en los últimos años, debido mayormente a la promoción de tecnologías que homogenizan el medio ambiente (monocultivos, blanqueo genético de la alpaca). Esta situación ha reducido la población de plantas y animales nativos que son más resistentes a los impactos del cambio climático”. (Programa de Pequeñas donaciones del FMAM, Ministerio del Ambiente Perú, GEF, 2022)

Desde este enfoque el apoyo a los negocios con productos artesanales tiene implicancia en la conservación de los ecosistemas altoandinos. Con lo cual el proyecto amplía su impacto más allá de la mejora de ingresos de las artesanas



Ilustración 4 . Artesana tejiendo a palitos

² <https://www.ppdperu.org/quienes-somos> Visto el 1 de agosto del 2022

Cadena productiva de la bioartesanía de fibra de alpaca

La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI); precisa que la cadena productiva es:

Un conjunto estructurado de procesos de producción que tiene en común un mismo mercado y en el que las características tecno-productivas de cada eslabón afectan la eficiencia y productividad de la producción en su conjunto". Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, que son: producción de materias primas, transportación, acopio, procesamiento industrial, distribución o comercialización y consumo final, los cuales cumplen una función específica dentro del proceso productivo (ONUUDI, 2004)". Citado por (Cayeros Sergio et al., 2016:)

El mismo autor señala también que "Para Heyden y Camacho (2006), en la cadena productiva intervienen varios actores que desarrollan actividades y relaciones entre ellos para llevar un producto hasta los consumidores; algunos de ellos, están directamente relacionados con la producción, transformación y venta del producto; otros se dedican a brindar servicios.(Cayeros Sergio et al., 2016)

Luego sobre la participación de los distintos actores indica:

Los actores directos son las personas involucradas en los diferentes eslabones y que actúan e interactúan dentro de la cadena, los cuales son propietarios, en algún momento del bien al que nos referimos. Los actores indirectos son aquellos que brindan un servicio de apoyo a los actores directos: proveedores de insumos o servicios, tales como: asistencia técnica, investigación, crédito, transporte, comunicaciones (Heyden & Camacho, 2004) (Cayeros Sergio et al., 2016: 3)

Desde este punto de vista las instituciones Progetomondo y el Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD son actores indirectos. En el siguiente gráfico se describe la cadena productiva de los tejidos de punto a mano de fibra de alpaca.

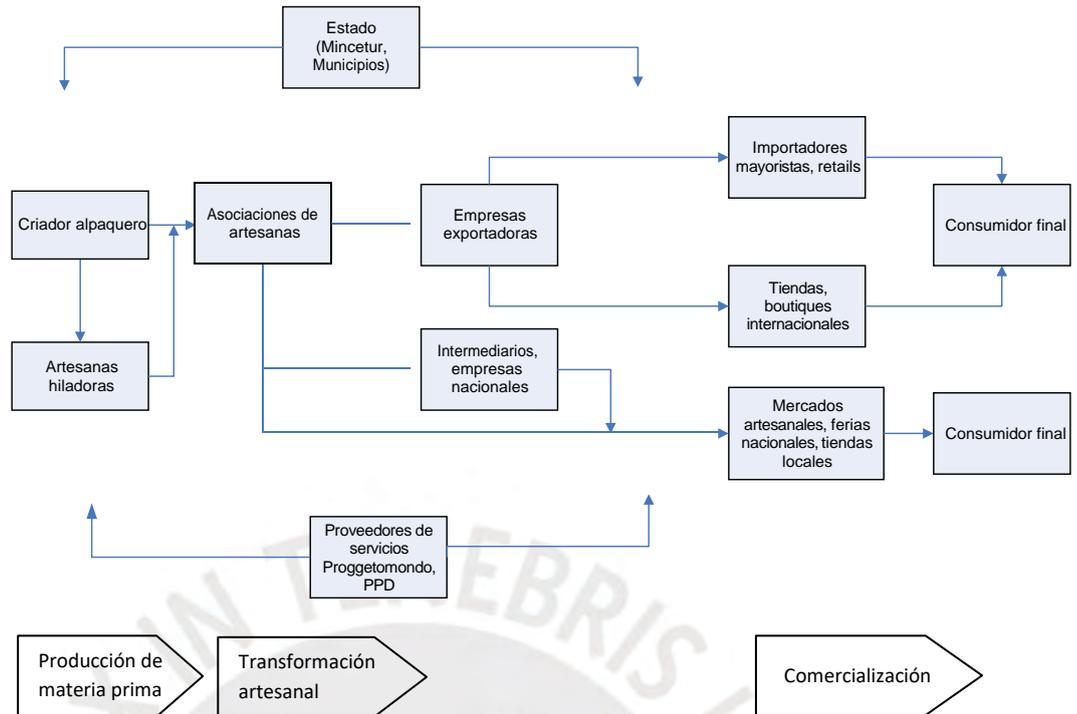


Gráfico 1 Cadena productiva de la bioartesanía . (Elaboración propia)

Valor agregado

Desde un enfoque de cadena productiva el valor agregado que se le puede dar a un producto es un aspecto clave en la mejora de la comercialización de un producto, en este caso los tejidos de punto que elaboran la artesanas.

En términos conceptuales podemos definir el valor agregado recurriendo a una propuesta de la FAO (2004): ““el valor agregado proviene de la diferencia entre lo que cuesta poner un producto de determinadas características en el mercado y lo que el cliente está dispuesto a pagar por él, o lo que éste percibe como valor”. (Citado en :Riveros & Heinrichs, 2014: 4)

Esta definición, tal como señalan los autores (Riveros & Heinrichs, 2014: 4) rescata dos aspectos: la calidad del producto y la percepción y disposición de compra del consumidor. En el primer aspecto los resultados son tangibles como en el caso de la uniformidad de hilado, uso

de fibras finas, uso correcto de tallas y especificaciones técnicas del tejido entre otros. Mientras que en segundo aspecto la agregación del valor se da con acciones intangibles como son el diseño de moda, presentación en catálogos, presentación fotográfica u otros que impactan en el valor que el consumidor percibe en él.

Otro aspecto son las estrategias de agregación los autores citados categorizan cuatro estrategias: diferenciación, diversificación, innovación y transformación, y conservación. Señalamos una de ellas es la estrategia de innovación a través de la biodiversidad. Los autores la describen así:

La agregación de valor mediante el aprovechamiento de la biodiversidad nativa se ha visibilizado e institucionalizado con el desarrollo del concepto de biocomercio. Éste fue definido en 2004 por los Programas Nacionales de Biocomercio, la CAN, la UNCTAD y la CAF, como el “conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento o comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica” (MinAmbiente, Colombia, 2013) (Citado en Riveros & Heinrichs, 2014: 18)

Esta estrategia es pertinente y está ligada al concepto de bioartesanía planteado por el proyecto. Además, que la alpaca es una especie nativa que contribuye a la sostenibilidad de los ecosistemas Andinos. Valor que determinados nichos de mercado aprecian como importante al momento de la compra de productos de fibra de alpaca.

El mercado de las prendas y accesorios de alpaca

La fibra de alpaca es considerada en el mercado internacional de los pelos finos y compite con el Mohair, Cashmere y Angora. Las prendas hechas con los hilos de alpaca son dirigidas sobre todo a segmentos medio y medios altos.

“Según el IV Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO, 2012) 82,459 productores agropecuarios están involucrado en la crianza de Alpacas,

con una población de 4,350,000 ejemplares, siendo el Perú no solo el primer proveedor de fibra de alpaca en el mundo, sino también conocido como centro de exportación de prendas y accesorios de calidad, por sus texturas, formas y colores. Gracias a un trabajo sostenido, la alpaca peruana se exhibe en las tiendas de marcas globales y se luce en las pasarelas internacionales más importantes. La fibra de alpaca es suave, duradera, lujosa y sedosa. Es hipoalérgica y con ella se produce lana con la que se puede fabricar una diversidad de productos, desde prendas muy sencillas y económicas, hasta otras muy sofisticadas y costosas.”(Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020)

En este contexto es importante señalar que Puno concentra más del 50% de la población de alpacas en el Perú

“A nivel nacional, en el 2019, se registró 4.4 millones de Alpacas; siendo la Región Puno la que tiene la mayor población de Alpaca con más de 2 millones de unidades, seguido por Cusco con 669 mil, Arequipa con 430 mil, Ayacucho y Huancavelica con 309 y 270 mil respectivamente” (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020)

Sin embargo, desde el año 2019 las exportaciones y la demanda por prendas y accesorios de alpaca cayo drásticamente hasta llegar a casi cero

“De acuerdo con información elaborada por la Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), la caída de exportaciones de productos de fibra de alpaca ha sido considerable. Los tres grandes rubros demuestran caída en sus exportaciones el 2019, explicada por la menor demanda de China y el 2020 por el cierre de tiendas de ropa en China (Asia) e Italia (Europa), por la cuarentena impuestas en diferentes países” (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020)

Y lo que repercutió dramáticamente en los ingresos de las familias de los criadores alpaqueros

“El sector alpaquero ha sido afectado por el cierre de la industria de fibra, con el corte en el flujo de materia prima y la caída del precio de la fibra de 18 soles la libra en el 2019 a 6.5 soles /libra el 2020, y con ello los ingresos de

los productores han caída en 70% respecto al 2019 y 44.8 % respecto al 2018. Esta caída ha perjudicado los ingresos de las familias y de toda la cadena de valor de fibra de alpaca, incluyendo productores, micro y pequeños transformadores de fibra, tejedores, artesanos y la gran industria, ya que el mercado externo está cerrado y el interno restringido. Este efecto ha provocado la agudización de la precariedad de familias vulnerables en el sector de camélidos. Los pocos ingresos de la venta de fibra y carne son destinados a la compra de productos de primera necesidad (seguridad alimentaria) pues no hay presencia de otra actividad productiva además de la crianza de alpacas sobre los 4 000 msnm. Esta crisis sanitaria ha llevado a que las familias alpaqueras sufran y se empobrezcan más” (Aragón Merma Oscar, 2020)

2.11. VARIABLES E INDICADORES

Las variables e indicadores están en función de las preguntas de investigación.

Correspondencia entre las preguntas de investigación y las variables

Preguntas específicas	Variables
¿Cómo el proyecto ha desarrollado las capacidades de las artesanas con relación a la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano?	Oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano
	Desarrollo las capacidades de las artesanas
¿Cuál ha sido el aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado?	Adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado.
¿En qué medida el proyecto, ha contribuido en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas?	Mejora de la comercialización de productos

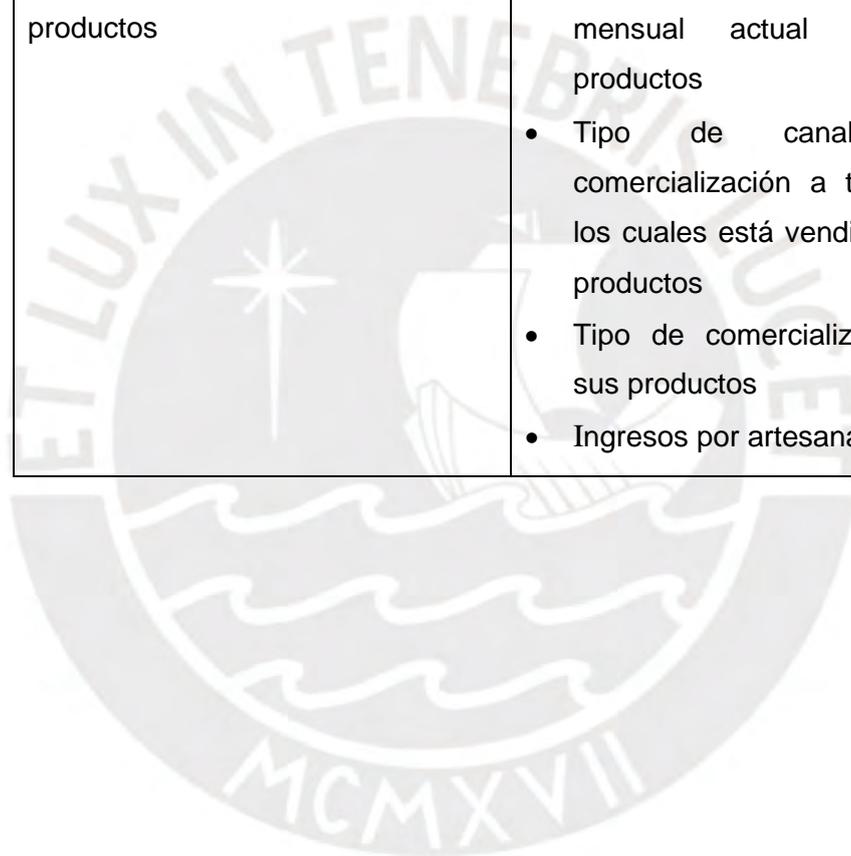
Definición de las variables

Variabes	Definición
Oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano	Capacidad para elaborar productos en relación con los deseos de comprar por parte de los interesados
Desarrollo las capacidades de las artesanas	Competencias y capacidades definidas por el proyecto para mejorar las habilidades de las artesanas
Adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado	Capacidad de las artesanas para elaborar productos que satisfagan las tendencias de mercado actuales
Mejora de la comercialización de productos	Incremento en los ingresos por la venta de los productos elaborados por las artesanas

Relación entre variables e indicadores

Variabes	Indicadores
Oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de productos que vende • Tipo de materia prima utiliza • Tipo de mercados donde vende actualmente sus productos
Desarrollo las capacidades de las artesanas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de temas que se abordaron durante las capacitaciones • Nivel de importancia sobre los temas recibidos • Nivel de puesta en práctica todos los conocimientos recibidos
Adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de conocimiento sobre los gustos de los

mercado	<p>consumidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de nuevos productos que elabora cada año • Tipo de diseño de los nuevos productos • Tipo de productos que vendía antes de la pandemia • Tipo de productos que vende actualmente
Mejora de la comercialización de productos	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de la venta mensual actual de sus productos • Tipo de canales de comercialización a través de los cuales está vendiendo sus productos • Tipo de comercialización de sus productos • Ingresos por artesana



CAPÍTULO III

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de naturaleza cualitativa cuyos objetivos son: “Describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”. y en el cual “Se aplica la lógica inductiva. De lo particular a lo general (de los datos a las generalizaciones -no estadísticas- y la teoría)” (Hernández R. et al., 1996: 12)

Por la naturaleza del problema estudiado la investigación cualitativa te permite un enfoque muy flexible que incluye la participación del investigador en forma explícita. Que en este caso corresponde al investigador quien ha sido parte de la experiencia estudiada.

3.2. FORMA DE INVESTIGACIÓN

La forma de investigación es el estudio de caso.

Un estudio de caso sistematiza a lo largo de un período de tiempo una o varias experiencias o procesos, sus momentos críticos, actores y contexto con el fin de explorar sus causas, y entender por qué la/s experiencia/s o proceso/s objeto de estudio se desarrolló como lo hizo, obtuvo los resultados que obtuvo, y qué aspectos merecen atención particular en el futuro.(Banco Interamericano de Desarrollo, 2011: 2)

Por la naturaleza del estudio de caso, las conclusiones a las que se ha llegado en la presente investigación solo se refieren únicamente al ámbito de ejecución del proyecto y sus resultados sólo son aplicables al proyecto y a otros con características similares.

3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información utilizada para el presente estudio son las siguientes:

Fuentes primarias

- Dieciocho entrevistas a artesanas participantes en el proyecto
- Dos entrevistas a ejecutores del proyecto
- Dos entrevistas a informantes calificados en la actividad artesanal

Fuentes secundarias

- Documento de sistematización del proyecto
- Informes de ejecución del proyecto
- Normas legales sobre artesanía
- Catálogos de productos elaborados por el proyecto

3.4. UNIVERSO

El universo del estudio está constituido por 184 mujeres artesanas pertenecientes a las 10 asociaciones del proyecto en tres regiones de país.

Tabla 4 Universo de estudio

REGIÓN/PROVINCIA	N° ARTESANAS
PUNO	127
ASOC. DE ARTESANAS MULTISECTORIAL CAMACANI	30
ASOC. DE ARTESANAS RUTAS DEL TEJIDO	11
ASOC. DE ARTESANAS SURI PAQOCHA	18
ASOC. DE MUJERES MUSOQ ILLARI	21
ASOC. DE ARTESANOS TEXTILES PICHANI - LARAQUERI	34
COOPERATIVA DE ARTESANAS -COOPARTEC- VIRGEN DEL CARMEN	13
AREQUIPA	30
ARTESANOS ASOCIADOS SUMAC PALLAY	16
ASOC. DE ARTESANOS TRIUNFADORES DE LURE	14
CUSCO	27
ASOCIACIÓN DE ARTESANAS MUNAY AWAQ	11
ASOCIACIÓN SUMAC TTIKA APU MAMASIMONA DE HUAYLLAY	16
Total	184

3.5. MUESTRA

La unidad de análisis es una artesana, quien a su vez es la informante y la unidad muestral de la presente investigación.

Se ha elegido la técnica del muestreo por conveniencia de carácter no probabilístico y no aleatorio. Se eligió esta técnica por la facilidad de elegir ámbitos geográficos cercanos y la disponibilidad del investigador de viajar a Puno y Arequipa.

La muestra está constituida por 18 artesanas. De ellas 16 son de Puno y 2 de Arequipa.

3.6. PROCEDIMIENTO PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Para la presente investigación se utilizaron los siguientes procedimientos para el recojo de información:

a. Encuestas

- A artesanas pertenecientes a las asociaciones: 18 cuestionarios aplicados
- A funcionarios del proyecto: 02 encuestas aplicadas
Economista. Monitor del proyecto
Socióloga: Responsable de trabajo de campo del proyecto

b. Entrevistas semiestructuradas:

- Especialistas en el tema de artesanía: 02 entrevistas aplicadas
Director del Comité de artesanía de ADEX
Diseñadora profesional. Profesora del Instituto Toulouse Lautrec

c. Revisión documental

- Documentos e informes del proyecto

3.7. INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN

- Cuestionarios para encuesta a artesanas y funcionarios del proyecto.
- Guía de preguntas para entrevista semiestructurada a especialistas en artesanía

3.8. PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Elaborar plan de tesis Marzo 2022

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Elaboración de instrumentos y técnicas de recolección Marzo-Abril 2022

Aplicación de técnicas-Recojo de la información Abril – Mayo 2022

Ordenamiento de la información recolectada Mayo 2022

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Codificación y categorización Junio 2022

Examen de consistencia de información recolectada Julio 2022

Procesamiento de la información. Julio 2022

REDACCIÓN

Versión preliminar de análisis y propuesta de GS Agosto 2022

Revisión y retroalimentación Agosto 2022

Versión final del informe Agosto 2022

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La investigación desarrollada se propuso estudiar cómo el proyecto había contribuido a desarrollar las capacidades técnicas en las mujeres artesanas para que mejoren su comercialización en la cadena de textiles de fibra de alpaca. Para ello se analizó cómo se mejoraron las capacidades de las artesanas para adaptar sus productos a la oferta y demanda del mercado buscando mejorar su comercialización. Como resultado de la investigación se propusieron mejoras que fortaleciesen la iniciativa de las artesanas y así mejorar sus ingresos.

Para realizar la investigación he tomado el enfoque de cadena productiva para analizar el papel de los actores de la cadena productiva de los hilos artesanales de fibra de alpaca.

Para lograr mi propósito he realizado entrevistas a tres clases de informantes: artesanas beneficiarias del proyecto, ejecutores del proyecto y especialistas en el tema de artesanía

Tabla 5 . Información sobre los entrevistados

Tipo de informante	N°	Ubicación	Tipo de instrumento utilizado
1. Artesanas	18	Puno, Arequipa	Cuestionario estructurado
2. Ejecutores del Proyecto	2	Cuzco, Puno	Cuestionario estructurado
3. Especialistas en artesanía	2	Lima	Cuestionario semi estructurado
TOTAL	22		

El análisis e interpretación de los resultados están organizados en función de las variables e indicadores planteados tal como sigue

4.1. APORTES EN EL DESARROLLO DE CAPACIDADES CON RELACIÓN A LA OFERTA Y DEMANDA

4.1.1. DESARROLLO DE CAPACIDADES DE LAS ARTESANAS

El proyecto, tal como se ha descrito anteriormente, se ejecutó en el lapso de casi 12 meses entre los años 2020 y 2021, y tal como reconoce una artesana fue en realidad un “mini proyecto”. Debido a estos hechos que condicionaron la ejecución del proyecto se priorizaron capacidades técnicas básicas que se pudieran aplicar rápidamente considerando la experiencia previa de las artesanas.

Para lograr el desarrollo de capacidades planteadas en el marco lógico del proyecto se realizaron las siguientes actividades:

- Capacitación en costos de producción
- Capacitación en uso de redes sociales
- Entrega de capital semilla de fibra de alpaca para hilar.
- Entrega de Kits para tejido a mano (palitos, crochés, hilo)

Capacidades desarrolladas

El proyecto elaboró un plan de desarrollo de capacidades que consideró el perfil de las artesanas: mujeres del ámbito rural, quechua hablantes o aymara hablantes, con un promedio de edad de 46 años, con bajos niveles educativos (48% solo con educación primaria). De acuerdo con este perfil se priorizó el desarrollo de capacidades ligadas a la estrategia del proyecto. Estas capacidades presentadas en el documento de sistematización del proyecto fueron las siguientes:

Capacidades técnicas:

- Entienden el concepto de colecciones de prendas y accesorios para el desarrollo de nuevos productos. Las asociaciones han realizado con la diseñadora y asistentes técnicos un total de 123 productos terminados.

- Comprenden las especificaciones técnicas de un producto y posteriormente son capaces de desarrollar la ficha técnica del producto terminado.
- Comprenden y aplican las nuevas tendencias en accesorios de moda para las fibras naturales y procesos artesanales de elaboración de productos.

Capacidades en gestión empresarial:

- Manejo de un instrumento de fácil uso para simplificar el cálculo de costos de producción y precios de venta para las artesanas.
- Elaboran una lista de precios sobre la base de la estimación de costos de producción y precios de venta, bajo los supuestos y parámetros asumidos, consistentes con los precios de mercado de productos similares.

Capacidades en comercialización:

- Utilizan catálogos de productos como un instrumento de promoción comercial.
- Utilizan de manera básica el Facebook como medio de promoción comercial (Reyes, 2021)

Desde mi punto de vista la clara definición de las capacidades a desarrollar fue una de las fortalezas del proyecto

Análisis de los indicadores planteados

- Tipo de temas recibidos en la capacitación

Mediante las entrevistas se constató que todas las artesanas entrevistadas recibieron capacitación por parte del proyecto, valorándose en mayor medida los temas costos y el uso de redes sociales.

Tabla 6 Temas más importantes de la capacitación recibida

	¿Recibió capacitación por parte del proyecto?	Temas más valorados en las capacitaciones
SI	18	
NO	0	
Costos		10
Diseño de nuevos productos		5
Redes sociales		11
Tejido de punto a mano (asistencia técnica)		8
Total:	18	18*

*La suma no coincide porque hay respuestas dobles

Con el proyecto las artesanas comenzaron a utilizar herramientas digitales para vender sus productos. Teniendo como contexto el hecho de que el proyecto se ejecutó en plena pandemia entre los años 2020 y 2021. Cerrados los mercados turísticos, y una limitada compra en los mercados nacionales las artesanas tuvieron que aprender el uso de herramientas de redes sociales como el Zoom o el Facebook. Hecho novedoso para mujeres que no habían tenido hasta esos momentos oportunidad de usarlas.

- Nivel de importancia sobre la utilidad de los temas recibidos

El proyecto en los primeros meses tuvo que iniciar la capacitación en forma virtual. Sin embargo, este hecho siendo importante tuvo que necesariamente ser complementado con la capacitación presencial. El proyecto combinó la capacitación virtual junto con la asistencia técnica en forma presencial.

Ese fue el caso de los cursos de costos y el diseño de nuevos productos. Esto es resaltado por una de las artesanas: *“Todos los temas fueron*

importantes ya que van entrelazados entre sí, nuevos diseños porque así salen rápidamente los productos, costos fue importante para saberle ponerle un precio real a las prendas. Redes sociales para poder exhibir nuestras y poder realizar las ventas virtuales”.

Otra artesana nos manifestó que: *“Nos aportó mucho como asociación y personalmente en redes sociales. Antes no conocíamos las redes sociales ahora sí. Costos de producción, diseño de nuevos productos y otros. Salimos de nuestra zona de confort”.*

En el cuestionario realizado se preguntó a las artesanas: De todos los temas abordados, ¿cuáles les han sido más útiles? Las entrevistadas tuvieron la posibilidad de responder con más una opción. Como resultado, las entrevistadas indicaron mayoritariamente que la capacitación en el uso de redes sociales, el curso de costos y el de diseño de nuevos productos les fueron los más útiles.

Para explicar las razones de su utilidad se planteó una pregunta abierta obteniéndose respuestas como: “Sabemos más de los temas más a fondo y de esa manera realizamos nuestros productos de calidad”, “costos fue importante para saberle ponerle un precio real a las prendas. Redes sociales para poder exhibir nuestras prendas por medio de las redes sociales y poder realizar las ventas virtuales”, “porque se pueden vender productos innovados con precio justo y a través de redes sociales” o “aprendimos a comunicarnos con los celulares. Tener reuniones virtuales”. Estas respuestas han sido agrupadas en dos respuestas globales que sintetizan las razones de sus utilidad.

En la tabla se comprueba que hay un número de respuestas agrupadas en el rubro NS/NO. Este numero corresponde a señoras a quienes les resultó dificultoso escribir sus repuestas debido a su nivel educativo.

Tabla 7 Nivel de importancia sobre la utilidad de los temas recibidos

	Nivel de importancia sobre la utilidad de los temas recibidos	Razones sobre la utilidad de los temas recibidos
Redes sociales	12	
Costos	8	
Diseño de nuevos productos	8	
Tejido de punto a mano (asistencia técnica)	5	
Manejan mejor las redes sociales para vender sus productos y se comunican mejor		7
Manejan mejor los temas de costos como la mano de obra, para vender sus productos.		6
NS/NO		5
Total:	33*	18

*La suma no coincide porque hay respuestas dobles

Si bien es cierto que las artesanas avanzaron en conocer mejor sus costos; sin embargo, reconocen que les sigue siendo difícil calcularlos. Frente a la pregunta acerca de la dificultad de calcular sus costos ellas manifestaron tener dificultades para sacar costos y así puedan ser competitivos frente a productos hecho con hilo industrial o similares

Tabla 8 . Dificultad en el cálculo de costos de sus productos

	¿Le resulta difícil calcular el costo de sus productos?	¿Por qué?
SI	13	
NO	3	
NS/NO	2	
Es difícil estimar mano de obra barata e hilos caros		6
Falta práctica y capacitación		5

Solo nos dedicamos a tejer		2
NS/NO		5
Total:	18	18

Una artesana refiere: “Porque la mano de obra de artesanía es muy baja y la fibra de alpaca es difícil de transformar en hilo, primero hilar, emparejar, torcer y lavar”. O en otro caso: “Porque el costo de la mano de obra es elevado no nos resulta tejido 100% alpaca”.

De acuerdo con lo anterior es necesario seguir fortaleciendo el desarrollo de capacidades en el manejo de las estructuras de costos de sus productos. Y junto a este aspecto se deben incorporar tecnologías que permitan disminuir el tiempo de producción del hilo artesanal que eleva el costo de la mano de obra de un producto hecho a mano. De acuerdo con los cálculos realizado por el proyecto (Pizarro Loayza, 2020), el tiempo promedio de elaboración, de 100 grs. de hilo hecho a mano, de un grosor medio (título 10) le toma a una artesana el tiempo de hilarlo un promedio de 4.6 horas. Si se considera un pago por hora de S/.5, el Kg puede llegar a costar en promedio S/.200 dependiendo de la habilidad de la artesana. A este monto se le debe sumar el precio de la fibra que puede llegar a costar alrededor de S/.21, dependiendo de su calidad expresada en su finura (Baby o Fleece). Con lo cual el hilo artesanal puede costar en total S/.230. Precio que no lo hace competitivo frente al hilo industrial.¹⁰

- Nivel de puesta en práctica de los conocimientos recibidos

Frente a la pregunta. ¿Está usted poniendo en práctica todos los conocimientos recibidos? La respuesta es que todas artesanas si están poniendo en práctica lo aprendido. Lo que demuestra es que los temas seleccionados para el desarrollo de capacidades respondían a interés y

¹⁰ Alternativas técnicas para mejorar la productividad del hilo artesanal se puede revisar en Hilario J. (2016) o Almanza, Igor (2020)

necesidades de las artesanas y por lo tanto son temas que deben ser potenciados en un nuevo proyecto que amplie los temas tratados

Tabla 9 Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos

¿Está usted poniendo en práctica los conocimientos adquiridos	Cantidad
SI	18
NO	0
Total	18

Fuente: Encuesta a artesanas

4.1.2. OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO DE PRODUCTOS TEJIDOS A MANO

A fin de precisar las demandas del mercado de los productos tejidos a mano y su relación con la oferta de las artesanas el proyecto realizó dos estudios:

- Sondeo de mercado de productos bio artesanales en base a fibra de alpaca con alcance regional y nacional.
- Evaluación de la mejora de la capacidad productiva del artesano/artesana para que mejoren la calidad de los productos artesanales.

En esta parte recogemos con referencia a las exportaciones de los productos de fibra de alpaca y que son el referente global del mercado de la fibra de alpaca

La fibra de alpaca tal como se muestra en la Tabla 9 se exporta principalmente en tops, hilos o en broza. Los cuales constituyen más del 71% y de nuestras exportaciones a lo que se suman un 12% de prendas tejidas de punto y en porcentajes menores otros productos. Es decir que la fibra de alpaca se exporta en mayor volumen como productos con poco valor agregado

En la Tabla 10 presentamos las exportaciones de los productos en tejidos de punto los cuales constituyen el principal referente de venta de las artesanas. Debido a la estructura de las partidas arancelarias es difícil establecer cuál de

estos volúmenes corresponden a tejidos de punto a mano. Sin embargo, comprobamos que los principales productos, luego de realizar la necesaria agregación de las partidas arancelarias está constituida mayoritariamente por prendas de vestir (chompas, cardiganes etc.) que representan aproximadamente un 42% de las exportaciones de tejidos de punto, a los que se suman un 24% de accesorios de vestir (medias, chales, mitones, guantes etc.) sumados a otros productos como juguetería .

Esta estructura de exportaciones es casi similar a la producción de las artesanías; pero, con la diferencia que las asociaciones que participan en el presente estudio concentran su producción en accesorios de vestir y en menor medida en la confección de prendas de vestir



Tabla 10 Exportaciones de productos de alpaca (Ene – Dic, 2018- 2022)

LINEAS	VALOR FOB USD						
	2022	2021	2020	2019	2018	PART. % 2022	VAR. % 2022-21
TOTAL	93,880,525	76,665,688	39,977,972	88,427,511	106,644,516	100%	22%
TOPS	43,313,600	30,899,653	16,854,276	42,784,350	53,504,113	46.1%	40.2%
HILADO	22,447,912	23,434,596	10,994,845	19,929,549	23,857,650	23.9%	-4.2%
PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO	11,252,623	7,746,604	3,743,689	8,100,210	8,518,335	12.0%	45.3%
TEXTILES DEL HOGAR	6,449,043	6,657,387	2,067,375	3,265,311	3,886,526	6.9%	-3.1%
TEJIDOS	2,388,171	1,571,358	1,487,879	2,203,848	2,690,488	2.5%	52.0%
PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO PLANO	2,305,780	1,917,202	1,688,483	3,469,557	3,352,655	2.5%	20.3%
FIBRA EN BROZA	1,866,914	1,508,538	838,969	2,510,082	4,117,504	2.0%	23.8%
JUGUETES DECORATIVOS	1,654,261	944,885	491,625	986,252	747,508	1.8%	75.1%
SOMBREROS Y SIMILARES	759,405	698,034	353,547	669,916	506,460	0.8%	8.8%
OTROS PRODUCTOS	755,829	443,984	320,102	936,228	1,478,891	0.8%	70.2%
PELETERÍA	612,867	697,667	1,105,844	3,455,683	3,779,252	0.7%	-12.2%
CALZADOS Y SIMILARES	74,120	145,780	31,339	116,524	205,134	0.1%	-49.2%

FUENTE: SUNAT | ELABORADO: GERENCIA MANUFACTURA – ADEX

Tabla 11 Exportaciones de prendas y accesorios de alpaca 2021 -2002

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR FOB USD			
		2022	2021	PART. %	VAR. %
TOTAL		11,252,623	7,746,604	100%	45%
6110191090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE PUNTO, DE LAS DEMAS LANAS O PELOS FINOS	2,560,390	1,219,647	23%	110%
6115940000	DEMÁS ARTÍCULOS DE CALCETERÍA, INCLUSO DE COMPRESIÓN PROGRESIVA (POR EJEMPLO, MEDIAS PARA VARICES), DE PUNTO, DE LANA O PELO FINO	1,330,643	912,779	12%	46%
6110193000	CARDIGANES, DE PUNTO, DE LAS DEMÁS LANAS O PELOS FINOS	1,236,679	903,687	11%	37%
6115960000	DEMÁS ARTICULOS DE CALCETERÍA, INCLUSO DE COMPRESIÓN PROGRESIVA (POR EJEMPLO, MEDIAS PARA VARICES), DE PUNTO, DE FIBRAS SINTETICAS	742,256	459,892	7%	61%
6110113000	CARDIGANES, DE PUNTO, DE LANA	649,855	343,373	6%	89%
6102100000	ABRIGOS,CHAQ.,CAPAS Y ART. SIMIL.DE PTO, PARA MUJERES O NIÑAS, DE LANA O PELO FINO	595,131	271,988	5%	119%
6110111090	DEMAS SUÉTERES (JERSEYS) DE PUNTO, DE LANA	464,394	417,516	4%	11%
6117809000	LOS DEMAS COMPLEMENTOS DE VESTIR	410,608	309,926	4%	32%
6117100000	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES	405,255	291,061	4%	39%
6110199090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), "PULLOVERS", CARDIGANES, CHALECOS Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE PUNTO, DE LAS DEMAS LANAS O PELOS FINOS	305,648	327,138	3%	-7%
6116910000	GUANTES,MITONES Y MANOPLAS DE PUNTO DE LANA O PELO FINO	300,365	283,275	3%	6%
6110203000	CARDIGANES, DE PUNTO, DE ALGODÓN	253,704	26,703	2%	850%
6110201090	DEMÁS SUÉTERES (JERSEYS), DE PUNTO, DE ALGODÓN	213,262	190,445	2%	12%
6110301000	SUETERES, PULLOVERS, CARDIGANS, CHALECOS Y ARTICULOS SIMILARES DE FIBRAS ACRILICAS O M	197,230	164,044	2%	20%
6110900000	SUETERES, PULLOVERS, CARDIGANS, CHALECOS Y ART. SIMILARES DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTI	143,089	39,830	1%	259%
6111901000	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO, PARA BEBES, DE LANA O PELO FINO	124,705	38,780	1%	222%
6110119090	DEMAS SUÉTERES (JERSEYS), "PULLOVERS", CARDIGANES, CHALECOS Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE PUNTO, DE LANA O PELO FINO	123,241	119,272	1%	3%
6104630000	PANT.LARG,PANT.CON PETO, PANT.CORT(CALZON)Y SHORTS DE PTO,P MUJER.O NIÑAS,DE FIB.SINT		4,277	0%	-100%
6108390000	CAMISIONES Y PIJAMAS DE PUNTO DE LAS DEMAS MATERIAS TEXTILES, PARA MUJERES O NIÑAS		13,035	0%	-100%

FUENTE: SUNAT | ELABORADO: GERENCIA MANUFACTURA – ADEX

Como podemos notar si realizamos una agrupación en grandes líneas de productos veremos que se pueden organizar en tres grandes grupos: prendas de vestir, accesorios de vestir y artículos de decoración o regalo.

Esta clasificación es la que se utilizó en el proyecto. Y como veremos más adelante las artesanas elaboran sobre todo accesorios de vestir

Análisis de los indicadores

- Tipo de productos que venden las artesanas

Tal como se informa en el documento de sistematización del proyecto el 88.6% de la producción de las asociaciones de artesanas estaba constituido por accesorios de vestir tejidos a mano elaborados con el llamado hilo rústico o artesanal con fibra de alpaca.

Esto es lo que llamamos producción tradicional orientado al mercado local, principalmente turístico que se cerró totalmente durante la pandemia y que el proyecto tuvo que enfrentar.

- Tipo de materia prima que utilizan las artesanas

La materia prima que usan las artesanas es el hilo de fibra de alpaca hilado a mano conocido en los mercados como “hilo rústico” en títulos comerciales como 3/10, 2/8 o en hilos muy gruesos como el 1/2¹¹. Junto con combinaciones de hilado sintético que compran en los mercados locales de Puno y Juliaca, sobre todo.

¹¹Título es una forma de referirse al grosor del hilo. Esta expresado como un número fraccionario donde el numerador es el número de cabos y el denominador es el número de metros de hilo que se pueden pesar en un gramo. Es decir, si el denominador es más alto significa que el hilo es más fino

Tabla 12 Tipo de materia prima utilizada por las artesanas

Tipo de hilado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Hilado artesanal 100% alpaca	75	85,2	85,2
Hilado industrial de alpaca combinado con otras fibras	7	8,0	93,2
Hilado industrial 100% alpaca	5	5,7	98,9
Otros	1	1,1	100,0
Total	88	100,0	

Fuente. Línea de base del proyecto en sistematización de proyecto

Como hemos constatado mediante las entrevistas, un aspecto crucial para las artesanas es el costo de la materia prima con la cual tejen sus productos, constituidos por el hilo artesanal producido totalmente a mano. Por las características del hilo el producirlo les demanda una gran cantidad de tiempo lo que origina el incremento del precio de la mano de obra y en consecuencia el precio final del kilogramo del hilado. Un precio referencial por Kg del hilo en calidad baby, en el título de 3/10, es de S/. 200 en el cual el precio de la mano de obra es de casi S/. 100 elaborado en casi 10 días. Lo cual no les permite ser competitivo frente a otros productos sustitutos con los que compite la fibra de alpaca. Productos hechos con hilo sintético de origen chino.

Un aspecto que nos muestra la experiencia del proyecto es que el desarrollo de capacidades es importante, pero lo son también las condiciones de producción en las que se tienen que aplicar las competencias aprendidas. En este caso es el que se da en el proceso de hilado y el tejido a mano. Como constatamos el costo de la mano de obra del hilado artesanal es el principal componente de su estructura de costos. Este hecho se repite en otras experiencias de Puno donde se elaboran productos hechos a mano. Así tenemos que:

El proceso artesanal de producción de hilos de fibra de alpaca ha evolucionado en el tiempo, aun cuando se mantiene, principalmente, un proceso manual, se utilizan pequeñas máquinas artesanales como la abridora y las de hilatura, que reducen el tiempo de producción y han

permitido algunas mejoras significativas en el hilo obtenido.(Díaz Bertha et al., 2021: 9)

De acuerdo con lo anterior es que podemos concluir que una de las dificultades más importantes para hacer más competitivos sus productos es el alto precio de la materia prima y la limitada calidad que tiene el hilo que elaboran manualmente. Por ese motivo, el proyecto entregó a las artesanas un pequeño capital semilla constituido por hilos artesanales que sirviesen para hacer muestras de nuevos productos.

- Tipo de técnicas utilizadas por las artesanas

Como vemos las técnicas utilizadas por las artesanas son totalmente manuales, hecho que no varió durante la intervención del proyecto.

Tabla 13 Técnicas de tejido utilizadas por las artesanas

Técnica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Palitos	79	89,8	89,8
Palitos y crochet	5	5,7	95,5
Crochet	3	3,4	98,9
Palitos circulares	1	1,1	100,0
Total	88	100,0	

- Tipo de mercados donde venden sus productos

De acuerdo con los datos presentados en la sistematización del proyecto, al inicio de este las artesanas vendían principalmente al mercado local y regional, principalmente a turistas nacionales.

Tabla 14 Mercado a los que vendían las artesanas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mercado local y regional	60	68,2	68,2
Mercado local	23	26,1	94,3
Mercado nacional	5	5,7	100,0
Total	88	100,0	

Constatamos que en el momento de realizar la investigación las artesanas ya no vendían únicamente al mercado local sino, ahora, mayoritariamente al mercado nacional. Esto es consecuencia, en parte, al uso de redes sociales.

Si bien es cierto un aspecto importante es que el uso de redes sociales ha permitido acceder a las artesanas a un mercado más amplio que el tradicional de carácter local. Pero eso sigue siendo aún limitado y por lo tanto es necesario fortalecer.

Tabla 15 Tipos de mercado a los que venden las artesanas con el proyecto

Tipo de mercado	Cantidad	%
Local	4	18
Regional	4	18
Nacional	13	59
Internacional	1	5
Total	22*	100

*Hay artesanas que vende a dos tipos de mercado

Finalmente, como síntesis podemos afirmar lo siguiente:

De acuerdo con la línea de base, realizada antes de la ejecución del proyecto el 94% de la producción de las artesanas estaba destinado al mercado local o regional. Siendo sus principales compradores turistas nacionales o extranjeros. Con el proyecto se logra cambiar esta situación logrando que casi el 64% se destine al mercado nacional o internacional. Este mercado nacional está constituido por empresas exportadoras o tiendas especializadas. Empresas que valoran el tejido a mano pero que

desean tener organizaciones de productoras que cumplan un mínimo de requisitos de calidad para que sean sus proveedoras

Este cambio de mercado destino tiene que ver con las nuevas capacidades desarrolladas por las artesanas en relación con la elaboración de nuevos diseños de productos, la elaboración de fichas de costos y el uso de herramientas básicas de marketing digital (catálogo digital, redes sociales). Capacidades que estaban orientadas a las demandas de mercados más amplios que la demanda turística local.

Pero, sobre todo, el proyecto al poner en contacto a las artesanas con nuevos clientes les planteo la necesidad de que asumieran un enfoque de calidad mayor al que habitualmente estaban acostumbradas.

Sin embargo, tal como se constata en las entrevistas realizadas todavía subsisten dificultades para elaborar las estructuras de costos de los nuevos productos elaborados. Un factor es el alto costo de la materia prima, constituida por el hilo artesanal.

4.2. APOORTE EN LA ADECUACIÓN DE LOS PRODUCTOS AL MERCADO

El proyecto ejecutó actividades que permitieron a las organizaciones de mujeres mejorasen la competitividad de sus productos tomando en cuenta las nuevas demandas de mercado post cuarentena.

Actividades realizadas:

- Asistencia técnica en diseño y tejido de punto.
- Entrega de capital semilla de fibra de alpaca para hilar.
- Entrega de Kits para tejido a mano (palitos, crochés, hilo).
- Tipo de conocimiento sobre los gustos de los consumidores.

Para el análisis de los resultados del proyecto tomaremos en cuenta los datos de la línea de base y de salida del proyecto que son publicados en su documento de final de sistematización.

Análisis de los indicadores

- Tipo de conocimiento sobre los gustos de los consumidores

El mercado de los productos elaborados en fibra de alpaca está constituido por sectores sociales medios y medios altos. Los compradores de estos mercados se caracterizan porque valoran las cualidades de la fibra de alpaca y la exclusividad de un producto hecho a mano. Debido a la situación de la pandemia el proyecto priorizó el desarrollo de productos destinados al mercado nacional utilizando canales digitales y la oferta directa a empresas exportadoras.

Sin embargo, un aspecto nuevo que no se descubrió totalmente en el proyecto es que el gusto de los consumidores fue cambiando por efecto de las cuarentenas que mantenían en sus casas a los tradicionales consumidores. En el documento de sistematización del proyecto se hace la siguiente anotación hecha a posteriori de la culminación del proyecto.

Cristina Quiñones, profesora de la maestría en Marketing de ESAN, lo describe así: “En lo psicológico, el nuevo cliente siente una suerte de reconquista del hogar debido a la reclusión, que ha potenciado el consumo dentro de nuestras casas. Productos y servicios que nos generen placer o bienestar dentro de casa, ayudándonos contra el estrés del confinamiento tanto de forma individual como a nivel de familia, serán bien recibidos”(Reyes, 2021: 25)

El hecho de desconocer esta nueva tendencia de mercado se refleja en la respuesta a la siguiente pregunta:

Tabla 16 Conocimiento sobre los intereses de los consumidores

¿Conoce usted algún estudio de mercado sobre los intereses de los consumidores de Lima o de otros países	Cantidad
SI	4
NO	14
Total	18

Esta pregunta no se refiere a un conocimiento académico de un documento sino al conocimiento práctico que deberían tener las artesanas para elaborar un nuevo producto. Y que en el fondo refleja una carencia de todos los actores de la cadena el desconocimiento de las siempre cambiantes tendencias de compra de los consumidores en Lima u otra parte del mundo.

Los análisis de mercado internacional son tareas complejas y que pueden ser costosas. La institución del estado que se encarga de esa tarea es Promperú, pero sus posibilidades de hacerla con eficacia resultan limitadas. Y, por lo tanto, esta tarea debe ser potenciada por el estado para brindársela a las artesanas o a quien la necesite.

- Número de nuevos productos que elabora cada año

La artesanía al ser un producto no esencial para una persona tiene como condicionante para su compra que resulte atractivo para el comprador de acuerdo de sus gustos y la novedad que encuentre en ellos. Por ese motivo las grandes empresas siempre están renovando diseños, y el uso de sus productos para mantener vigentes su presencia en el mercado

Durante la ejecución del proyecto y con la intervención de una diseñadora se elaboraron 8 colecciones que integraban 109 nuevos productos. Frente a este resultado en la línea de base se registraron solo 20 nuevos productos sin asociarse a ninguna colección. Estos nuevos productos orientados al mercado online tenían los siguientes requisitos:

- Tener una ficha técnica de diseño.
- Una muestra física elaborada.
- Su costo adecuadamente establecido.
- Una foto profesional del producto.
- Ser parte del catálogo de la Asociación.

En las encuestas aplicadas a las artesanas encontramos lo siguiente

Tabla 17 Nuevos productos elaborados al año

Nuevos productos que una artesana elabora cada año	Cantidad
Solo 1	1
Entre 2 y 3	9
Entre 4 y 7	7
+ de 20	1
Total	18

Como vemos, 8 artesanas elaboraban más de 4 productos nuevos al año. Este hecho es destacable, pero se sigue necesitando aún el apoyo técnico de diseñadores profesionales.

- Tipo de diseño de los nuevos productos

El diseño de nuevos productos es un aspecto crucial en el mercado de las prendas de vestir y accesorios. La fibra de alpaca es un producto considerado como un fibra especial que por su precio está dirigido a segmentos de mercados altos, medios y medio altos. Como tal, compite con fibras como el cashmere, mohair o angora. Estos segmentos valoran el diseño de moda como uno de sus criterios de compra.

De acuerdo con estimados realizados: “el mercado de la moda y las confecciones -a nivel mundial- está avaluados en 3000 billones de dólares, representando un 2% del PIB mundial.” (Barahona María Luisa, 2018). En este inmenso mercado, de una gran complejidad, la fibra de alpaca y los tejidos de punto están sujetos a los vaivenes de la moda que se plantean en las grandes capitales de moda de Europa y Estados Unidos.

Una fuente valiosa de estudios de tendencia de moda y consumo de prendas de vestir es el Centro de Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo (CBI) organismo del Ministerio de relaciones exteriores de los países bajos. De su abundante cantidad de estudios señalamos como ejemplo la siguiente descripción sobre tenencias de mercado de consumo de accesorios para España e Italia.

Durante la crisis económica, muchos consumidores europeos recortaron sus presupuestos de ropa. El resultado es una vida más larga para las prendas de vestir, una apuesta por la ropa atemporal y la necesidad de diferenciar los outfits con pequeños detalles, como los complementos de moda. Esta es una de las razones por las que el consumo de accesorios de moda está creciendo mientras que el consumo de prendas de vestir en general está disminuyendo.

Los subsegmentos de crecimiento particular son bolsos, chales, bufandas, bufandas, mantillas y velos. (CBI, 2018: 1)

Un ejemplo que también nos brinda CBI son las paletas de colores de prendas o accesorios que anualmente, y por temporadas, se actualizan marcando las tendencias de moda para los años venideros. Tendencias que las artesanas deben tener en cuenta.

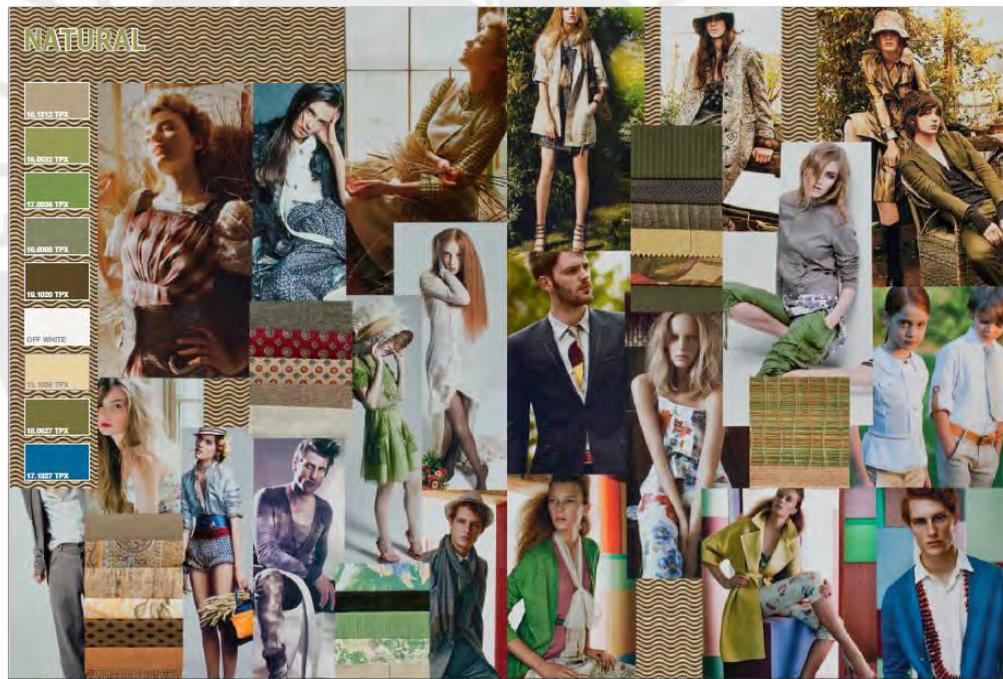


Ilustración 5 Tendencias 2016 CBI³

De acuerdo con las anteriores constataciones el proyecto contrató a una diseñadora profesional que junto a dos asistentes técnicas se encargaron de elaborar 101 productos con sus fichas técnicas los cuales se plasmaron en un catálogo y fueron presentados en un video con el formato de una pasarela virtual

³ CBI Spring-summer 2016



Ilustración 6 Catálogo de productos de las asociaciones de artesanas (SGP 2021)

En referencia a este aspecto entrevistamos al señor Orlando Vásquez presidente del Comité de Artesanía de ADEX y experto en el tema quien nos refiere lo siguiente:

“Definitivamente el hecho a mano tiene ahora, después de la pandemia una connotación muy especial, sobre todo porque una gran cantidad de la población en los mercados del norte tuvieron el tiempo para apreciar nuestras prendas de alpaca y ahora se entiende que lo hecho a mano es un producto que tiene un valor adicional. Aquí los tejidos de punto empiezan a ganar nuevamente nichos de mercado interesantes. En lo que es prendas yo siento que la competencia con el cashmer es todavía difícil, sobre todo porque la gran industria se ha posicionado en este segmento exclusivo teniendo precios muy competitivos en los mercados del mundo. Con los accesorios de vestir si siento que tenemos una gran posibilidad. La variedad de puntos, texturas e iconografía peruana. Pero, sobre todo de diseños que vienen de todas partes del mundo los cuales enriquecen nuestras colecciones y tienen mucha acogida internacionalmente”.

,Es importante destacar que una de las fortalezas del proyecto fue el haber ejecutado actividades de diseño y asistencia técnica para la elaboración de nuevos productos. Hecho importante que es necesario potenciar

- Tipo de productos que vendía antes y después de la pandemia

De acuerdo con lo estudios realizados al inicio del proyecto se observó que existía una gran variedad y dispersión de productos elaborados por las artesanas. La mayoría de ellos estaban dirigidos al consumo local y al turismo receptivo de las zonas aledañas a las comunidades donde vivían.

Tabla 18 Tipo de productos que elaboraban las artesanas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Accesorio de vestir (Guantes, gorros, chalinas, mitones etc.	78	88,6	88,6
Prenda de vestir	10	11,4	100,0
Total	88	100,0	

Fuente. Línea de base del proyecto en la sistematización

Lo que se identificó fue que el principal producto elaborado por las artesanas estaba constituido por accesorios de vestir (gorros, chalinas, guantes, mitones etc.), prendas de vestir (chompas, faldas y otros) y finalmente los productos de regalo y decoración (frazadas, adornos navideños, cojines). De acuerdo con ello el proyecto reforzó la capacitación y la elaboración de diseños en función de los productos que tenían mayor demanda por parte del mercado

Tabla 19 Tipo de productos elaborados por las artesanas

Tipo de producto	Cantidad
Accesorios de vestir	13
Prendas de vestir	5
Artículos de decoración y regalo	3
Total	21*

*Algunas artesanas confeccionan dos o más tipo de productos

Fuente: Elaboración propia

En el documento de sistematización del proyecto se describe lo siguiente

Los principales consumidores finales de los productos elaborados por las asociaciones de artesanas son los turistas nacionales y extranjeros. Tal como se ha analizado anteriormente, un problema que este hecho plantea es que las artesanas no están acostumbradas a vender a empresas exportadoras nacionales. Pero el crecimiento del comercio en línea ha abierto las ventanas a un nuevo tipo de consumidor (Reyes, 2021: 25)

Como síntesis podemos afirmar lo siguiente

La decisión de proyecto por el fortalecimiento de capacidades técnicas en la elaboración de accesorios de vestir orientándolos al comercio en línea demuestra la adecuación de a las demandas del mercado. Así como haber incorporado el concepto de productos de decoración y regalo como una nueva línea de producción.

De igual manera el uso de catálogos elaborados de manera profesional para poder llegar a nuevos clientes es un aporte del proyecto. Ya que en este catálogo se plasmaron los 101 productos con nuevos diseños elaborados por la diseñadora y las artesanas.

En este sentido, el aporte del proyecto a la adecuación de las demandas de mercado ha sido a través del desarrollo de capacidades que permitió a las artesanas elaborar productos de acuerdo con las exigencias de calidad planteadas por clientes que no eran parte de su mercado tradicional

4.3. APORTES EN MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

La mejora de la comercialización se enfrentó al reto de tratar de entender el cambio de los gustos de los consumidores por efectos de la pandemia. Al respecto la reconocida diseñadora Kristie Arias nos advierte que:

“El coronavirus ha sacudido de arriba abajo nuestra vida y no es de extrañar que nuestros interiores se hayan convertido en refugios, donde encontrar consuelo y seguridad. Las tendencias de la indumentaria y la decoración para 2021 están en línea con todo esto, buscando nuestro bienestar, pero también el del planeta. Materiales naturales y acogedores, lo artesanal y objetos reciclados, espacios de trabajo que se integran en la moda y la vivienda sin perder estilo y el arte y la artesanía en todas sus manifestaciones son algunas de las tendencias que vestirán las personas y los hogares este año”.¹³

También es importante describir los problemas que enfrenta la comercialización de productos artesanales de alpaca destinados a la exportación. Al respecto el señor Orlando Vásquez, presidente del comité de artesanía de ADEX nos refiere que:

El principal problema es el desconocimiento de la Alpaca a nivel internacional, debido al poco Marketing. Los mercados exigen hoy en día más transparencia y estar más enfocados en la sostenibilidad y que los productos que sean cruelty free. (no al maltrato Animal). Las nuevas generaciones buscan alejarse del fast fashion y conocer la trazabilidad de sus prendas. Aquí tendríamos que ver diferentes problemas como el hecho de ir a los mercados con un brand propio que hoy en día necesitan una gran inversión e impulso de parte del estado tal como lo realizan la mayoría de los países (Reyes A. 2022)

El otro gran problema es la forma de cómo llegan las mayorías de empresas a ferias o eventos comerciales fuera del país. Lo hacen en esfuerzos individuales no consorciados esto hace que la inversión para una sola empresa sea muy onerosa. Luego de esto, para llegar al segmento de los consumidores finales, la logística y la velocidad de entrega de productos al consumidor es muy importante y de Perú es casi imposible llegar en una forma rápida. Algo que exigiría contar con almacenes para llegar a entregar en menos de tres días. (Reyes A., 2022)

¹³ Kristie Arias “Replanteamientos en las tendencias de consumo de moda” Exposición en Mesa Nacional de artesanía 16.04.2021

Análisis de los indicadores

En la encuesta se constata que existe un nivel de valoración positivo de las acciones realizadas por el proyecto. Pero no resulta totalmente concluyente. Vemos que solo 10 afirman que las acciones de proyecto si facilitaron la comercialización.

Tabla 20 Acciones del proyecto que facilitaron la comercialización

	¿Usted cree que las acciones desarrolladas por el proyecto facilitaron la comercialización de sus productos?	¿Por qué?
SI	10	
NO	5	
NS/NO	3	
Participamos en ferias		6
Facilitaron tiendas		5
Se desarrollaron nuevos productos		3
Se elaboraron catálogos		1
Total	18	18*

- Porcentaje de venta mensual antes y después de la pandemia

Los datos de ventas que a continuación presentaremos corresponden a 9 meses comprendidos entre agosto del 2020 a abril del 2021. Los cuales no consideran los efectos, en termino de ventas, de la pasarela virtual con los productos que se realizó en el mes de mayo del 2021

La fuente de la información de ventas ha sido obtenida de la base de datos del proyecto que hemos revisado

En el siguiente cuadro se presentan las ventas de 8 asociaciones de Puno y Arequipa no figuran las asociaciones de Cusco porque ellas se incorporaron luego del inicio del proyecto. Como notamos

las ventas registradas en un periodo de 9 meses ascienden a S/.66,038.00. Un monto relativamente pequeño pero que significó un respiro frente al mínimo monto de ventas que se hicieron luego de iniciada la pandemia

Tabla 21 Ventas por asociación S/. Agosto 2020 abril 2021

	Asociación	Ventas S/.
1	Asoc. Triunfadores Luri - Tisco	17,113
2	Asoc. Distrital Pichacani Laraqueri	13,541
3	Art. Rutas del tejido - Macari	12,176
4	Art. Mult. Aymara - Camacani	7,662
5	COPPARTEC - Ayaviri	5,921
6	Suri Paqocha - Nuñoa	4,166
7	Sumac Pallay - Sibayo	3,363
8	Asoc. Musoq Illari - Santa Lucía	2,096
	Total	66,038

Fuente: Base de datos de ventas del proyecto.

.Estas ventas evolucionaron en el tiempo de la siguiente manera:

Gráfico 2 Ventas mensuales S/. Agosto 2020 - abril 2021.



Fuente: Base de datos del proyecto. Elaboración del proyecto

En el anterior gráfico vemos una tendencia ascendente de ventas que tiene una caída entre los meses de noviembre a febrero. La explicación es que en esos meses las artesanas alpaqueras regresan a sus estancias para realizar tareas propias del calendario alpaquero: esquila, parición, empadre, venta de su fibra. Este elemento es importante a considera en cualquier planificación de la producción artesanal.

- Tipo de canales de comercialización a través de los cuales vendieron sus productos

Un hecho que muestra positivamente la intervención del proyecto es el haber ampliado los canales de ventas de las artesanas. En el cuadro figura un mayor monto en ventas para empresas que se dedican a la exportación pese a que el proyecto inicialmente se planteo concentrarse en el mercado nacional.

Tabla 22 Ventas por mercado de destino

Mercado destino	Ventas S/.
Exportación	33,919
Local	23,486
Nacional	8,633
Total	66,038

Fuente: Base de datos del proyecto. Elaboración del proyecto

Otro aspecto para analizar es el tipo de producto vendido. Se constata que el mayor volumen de ventas corresponde a los accesorios de vestir que representan. Este hecho resulta coherente con la especialización de las asociaciones y los nuevos diseños planteados por el proyecto.

Tabla 23 Ventas por tipo de producto S/. Agosto 2020 - abril 2021

Tipo de producto	Ventas S/.
Accesorios	34,564
Prendas	24,720
Regalo	5,380
Decoración	543
Hilo	510
Adorno	320
Total	66,038

Fuente: Base de datos del proyecto. Elaboración del proyecto

- Tipo de comercialización

Un aspecto para considerar es que los principales clientes son empresas y luego clientes individuales, que pese a su mayor número tienen un menor volumen de compras

Tabla 24 Ventas por tipo de cliente S/. Agosto 2020 - abril 2021.

Tipo de cliente	Ventas S/.	Número clientes
Empresa, organización	49,660.30	16
Persona natural	16,138.00	196
Total	65,798.30	212

- Ingresos por artesana

En el informe final del proyecto y refiriéndose a su marco lógico se informa que el ingreso promedio mensual total por artesana en el periodo setiembre 2020 - abril 2021 = S/.178.31, considerando la participación de 46 socias por mes. Si se tiene en cuenta que la línea de base es de S/.162.10. Lo cual significa un incremento en ingresos del 10%. Una cantidad que en términos del contexto de la

pandemia fue importante y que marca una tendencia que debe ser potenciada.

Al respecto el Eco. Luis Palma, monitor del proyecto concluye: “En el enfoque de cadenas de valor, de nada sirve contar con buena producción, si esta no se traduce en en ventas, pues en ese caso se genera una frustración por parte de las artesanas, mientras que cuando comercializan sus productos, generan ingresos y pueden atender sus necesidades”.(Reyes, 2022,)

Cómo se puede comprobar en la información brindada por el proyecto, sobre las ventas de las asociaciones, existió un incremento de sus ventas en plena época de la pandemia. Esto es resultado de haber conseguido nuevos clientes y la estrategia de ofertar nuevos productos. Sin bien es cierto todavía en pocos volúmenes pero que marcan una tendencia que necesita ser consolidada.

OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS
PRESENTACIÓN

BIOARTESANÍA

Martes 25 de mayo - 5 pm
Via Facebook Live
Progeto Mondo
Inscríbete
Link

PROGETOMONDO SGP MIPYME gef PIN UOB

Ilustración 7 Flyer de la presentación virtual

Sintetizando podemos afirmar lo siguiente

La mejora de la comercialización de los productos por parte de las artesanas fue el resultado de una estrategia que identificó las demandas de un mercado que estaban cambiando por efectos de la pandemia. Y así mismo identificó a nuevos compradores distintos a los tradicionales que tenían las artesanas. De esta manera se identificaron las capacidades a desarrollar con las artesanas. Esta estrategia consideró las siguientes acciones:

- Identificación de mercado objetivo
- Definición de capacidades a desarrollar
- Realización de talleres de capacitación en las capacidades definidas (Costos, redes sociales, tendencias de mercado)
- Asistencia técnica y capacitación en la elaboración de fichas de diseño y producto
- Elaboración de medios de soporte comercial: fotos, catálogo digital, lista de precios.



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

5.1.1. Desarrollo de capacidades de las artesanas con relación a la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano

- Conclusión 1

La actividad artesanal de tejido de punto a mano con fibra de alpaca constituye una parte del ingreso de las familias alpaqueras que viven en zonas de extrema pobreza y pobreza ubicadas en las zonas de intervención del proyecto. Esta oferta de productos es desarrollada en su totalidad por mujeres que recogen la herencia cultural de sus comunidades. El limitado desarrollo de una cadena de valor sostenible de la bioartesanía textil en base a la fibra de alpaca limita los ingresos de estas mujeres artesanas y sus familias

- Conclusión 2

El proyecto identificó las demandas de mercado en productos tejidos a mano y adecuó el desarrollo de capacidades para elaborar nuevos productos de acuerdo con estas demandas identificadas. Centrándose sobre todo en el desarrollo de accesorios de vestir, y productos de decoración y regalo.

- Conclusión 3

El proyecto capacitó a las artesanas en la elaboración de una estructura de costos de sus productos; sin embargo, existe el problema del alto costo en la producción del hilo artesanal.

- Conclusión 4

El proyecto metodológicamente combinó adecuadamente la capacitación con la asistencia técnica que culminaba en la elaboración de un producto a partir de una ficha de diseño. A partir de esta

metodología se elaboraron 101 productos.

Conclusión 5

El proyecto mantuvo el concepto de bioartesanía como elemento diferenciador de sus productos. Este se refería al uso de la fibra de alpaca hilada artesanalmente con lo cual buscó colocarse en un nicho de mercado que valora el concepto de hecho a mano con fibras naturales.

Conclusión 6

La articulación entre alpaqueros y artesanas contribuye a la sostenibilidad de los ecosistemas andinos protegiéndolos de la amenaza que significa la intervención del hombre y el cambio climático.

5.1.2. Aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado.

- Conclusión 1

El proyecto contribuyó a que las artesanas accedieran a un nuevo canal de capacitación y comercialización a través de redes sociales por internet. Pero, las limitaciones de la red digital tanto en Puno como en Arequipa dificultaron el uso de estas herramientas digitales.

- Conclusión 2

El diseño de nuevos productos por parte de una diseñadora profesional es una de las actividades que ha contribuido a la mejora de la comercialización de los productos de las artesanas. Y en términos generales es uno de los componentes más importantes en el desarrollo de un producto artesanal.

- Conclusión 3

Se constató que el desarrollo de nuevos productos tiene un costo que no es fácil de asumir por las artesanas, sobre todo en el uso de materia prima y tiempo de elaboración. Por ese motivo se constituyó un

pequeño fondo de materia prima para elaborar los nuevos diseños.

- **Conclusión 4**

El proyecto contribuyó a que las artesanas ampliaran el número de productos que elaboraban al año. La elaboración de un catálogo digital, video y pasarela virtual por parte del proyecto ha contribuido a que las artesanas reconozcan el uso de nuevas tecnologías para la promoción de sus productos.

5.1.3. Contribución del proyecto en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas

- **Conclusión 1**

El proyecto ha permitido mejorar las ventas de las artesanas en una situación muy difícil que fue el cierre del mercado turístico para las asociaciones de artesanas; pero, esto fue insuficiente. Las razones fueron el corto tiempo de ejecución del proyecto y el aún débil desarrollo de capacidades en la gestión comercial por parte de las artesanas.

- **Conclusión 2**

La mejora de la comercialización de los productos fue el resultado de una estrategia que identificó las demandas de un mercado que estaban cambiando por efectos de la pandemia y adecuó la oferta tradicional

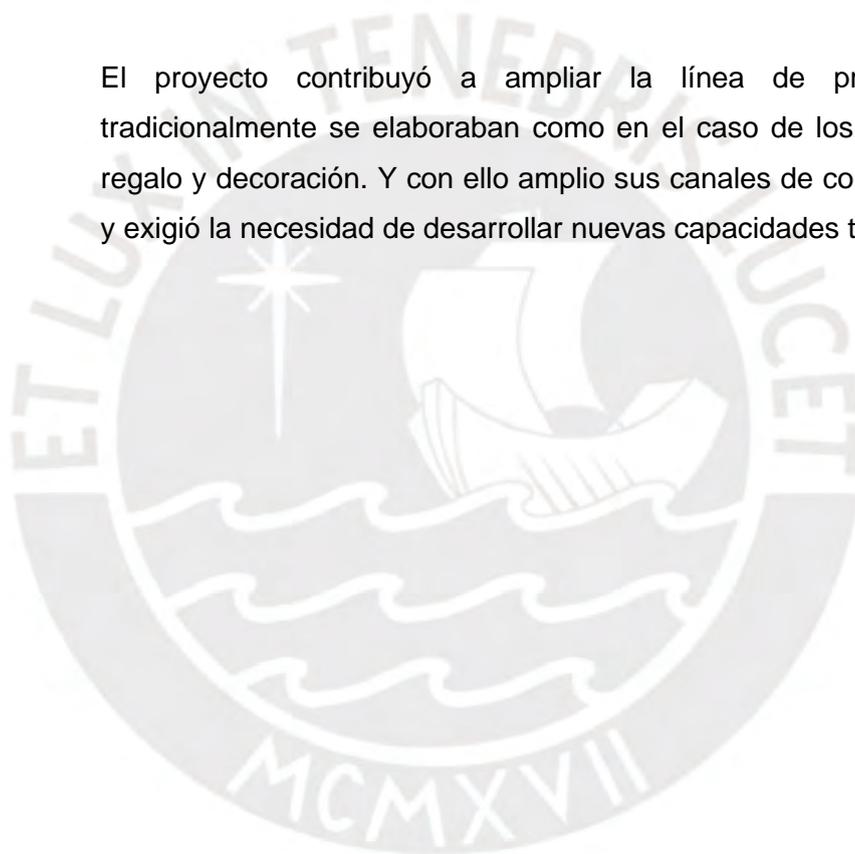
existente. Pero aún subsiste una todavía limitada articulación con el mercado.

- Conclusión 3

El proyecto identificó a nuevos compradores distintos a los tradicionales que tenían las asociaciones. De esta manera se identificaron las capacidades a desarrollar con las artesanas para acceder a estos nuevos compradores.

- Conclusión 4

El proyecto contribuyó a ampliar la línea de productos que tradicionalmente se elaboraban como en el caso de los productos de regalo y decoración. Y con ello amplió sus canales de comercialización y exigió la necesidad de desarrollar nuevas capacidades técnicas



5.2. RECOMENDACIONES

5.2.1. Desarrollo de capacidades de las artesanas con relación a la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano

- Recomendación 1

Mejorar el alcance de los estudios de mercado destinados a obtener información sobre nuevas demandas de mercado

- Recomendación 2

Potenciar las experiencia realizada para mejorar las capacidades de las artesanas en el tejido de punto a mano en fibra de alpaca. Con el objetivo de contribuir sus capacidades de gestión comercial y así lograr la mejora de sus ingresos familiares.

- Recomendación 3

Incorporar en nuevos proyectos el enfoque de cadena productiva de artesanía en fibra de alpaca como un componente del desarrollo territorial y conservación del medio ambiente en las regiones

5.2.2. Aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanas a las demandas de mercado.

- Recomendación 1

Fortalecer los canales y las capacidades de las artesanas en el uso de técnicas del marketing digital.

- Recomendación 2

Desarrollar por parte de instituciones especializadas el diseño y construcción de equipos que permitan mejorar la capacidad de producción de hilo de alpaca artesanal.

- Recomendación 3

Establecer un organismo especializado en la observación de tendencias de

moda que pueda brindar información a las artesanas. Esta debe ser asumida por el estado

- Recomendación 4

Incorporar la participación de diseñadore(a)s profesionales en la elaboración de nuevos productos de los talleres de las artesanas.

5.2.3. Contribución del proyecto en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas.

- Recomendación 1

Elaborar nuevos proyectos especializados en el desarrollo de capacidades técnicas en el uso de las nuevas tecnologías digitales de comercialización.

- Recomendación 2

Elaborar proyectos especializados en la comercialización de productos tejidos a mano en alpaca que tengan el tiempo y recursos necesarios para lograr resultados significativos en ventas.

- Recomendación 4

Organizar espacios especializados para mostrar y comercializar productos hechos a mano.

- Recomendación 5

Promover la articulación de la bioartesanía textil con otros espacios de comercialización ligados al bioturismo

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE MEJORA

PLAN DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEJIDOS DE PUNTO A MANO CON FIBRA DE ALPACA (2023 - 2025)

6.1 Objetivo General

Mejorar la competitividad de la cadena de valor de los tejidos de punto a mano con fibra de alpaca

6.2 Prioridades

Las siguientes prioridades han sido establecidas a partir de la experiencia que sugiere el estudio del proyecto.

- a. Identificación de mercados
- b. Adecuación de productos a demandas de mercado
- c. Soporte para la comercialización de productos

6.3 Enfoques transversales

a. Enfoque de mercado

Las actividades de capacitación y asistencia técnica son consideradas a partir de las necesidades y demandas que plantea el mercado. En mi caso, los productos artesanales deben tener las características que respondan a necesidades específicas de mercado. El cual está íntimamente a las tendencias de la moda internacional, siempre cambiantes y con nichos muy específicos de demanda.

b. Enfoque de cadena de valor

Este enfoque nos permite, desde una perspectiva estratégica, incorporar valor a un producto teniendo en consideración los intereses del cliente. Permite entre otras cosas la disminución de costos, la especialización y la integración de todos los eslabones de la cadena. En el caso estudiado es posible integrar al criador alpaquero, las artesanas y las empresas

demandantes de productos artesanales. Junto con instituciones de apoyo que pueden brindar capacitación asistencia técnica, estudios especializados entre otros. De acuerdo con una visión cadena de valor se permitirá mejorar la cadena productiva existente.

c. Enfoque de desarrollo de capacidades

Por la característica de la artesanía que tiene a la actividad manual como su principal componente un enfoque de desarrollo de capacidades no solo es necesario sino indispensable. La alta exigencia de productos de calidad para la exportación implica la necesidad de capital humano muy calificado. Pero, también como hemos analizado en mi estudio las organizaciones de mujeres son un espacio importante para que ellas desarrollen capacidades sociales y puedan empoderarse en un rol más activo en sus comunidades.

6.4 Estrategias en relación con las prioridades

Las estrategias aquí planteadas tienen validez tanto a nivel del gobierno nacional, gobiernos subnacionales, entidades de cooperación internacional o empresas privadas.

a. Identificación de mercados

- Realizar estudios de mercado especializados sobre demandas de productos de tejido de punto a mano
- Establecer un sistema de información de tendencias de mercado dirigido a asociaciones de artesanas

b. Adecuación de productos a demandas de mercado

- Instalar un observatorio de tendencias de moda en productos textiles artesanales.
- Establecer un sistema de apoyo con profesionales del diseño a las asociaciones de artesanas.
- Establecer un sistema de innovación tecnológica para la mejora de la producción de hilos artesanales.
- Crear un fondo especial para la compra de materia prima constituido por hilos artesanales

- Diseñar un plan estratégico de capacitación y asistencia técnica en la producción de prendas y accesorios en tejido de punto a mano
- c. Soporte para la comercialización de productos artesanales
- Establecer un sistema de soporte para la ejecución de proyectos de marketing digital dirigido a artesanas
 - Poner en funcionamiento un plan estratégico para la capacitación en marketing digital
 - Establecer un plan de promoción de productos artesanales a nivel internacional y nacional
 - Establecer un circuito de ferias comerciales a nivel nacional



Bibliografía

ALMANZA, Igor

2020 “Desarrollo y aplicación de herramientas de Lean Manufacturing y de innovación para la mejora en el proceso de fabricación artesanal de hilo de fibra de alpaca en las comunidades alpaqueras del Perú”. UNMSM

ARAGÓN, Oscar

2020 *Efectos del Covid-19 en los ingresos de los alpaqueros peruanos* - innovarycompartir.org. Consulta 10 de julio de 2022

<http://innovarycompartir.org/efectos-del-covid-19-en-los-ingresos-de-los-alpaqueros-peruanos/>

ARIAS, Kristie

2021 *Replanteamientos en las tendencias de consumo de moda*. Exposición en Mesa Nacional de artesanía 16.04.2021

BARAHONA, María Luisa.

2018 *Análisis del fast fashion como generador de patrones de consumo insostenibles*. Universidad América.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. Sector de conocimiento y aprendizaje.

2011 *Pautas para la elaboración de Estudios de Caso*.

<https://doi.org/10.15446/dyna.v81n184.39654>

BENÍTEZ, Surnai.

2009 *La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo*. Revista Cultura y Desarrollo UNESCO, 6, 1–96.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189487>

BUSTINZA, Víctor. et al

2021 *Evolución y desarrollo de las razas de Alpaca: Suri y Huacaya*. En Rev. Inv. Vet. Perú 2021; 32(5): e19876

<http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v32i5.19876>

CAYEROS, Sergio et. al.

2016 Cadenas Productivas y Cadenas de Valor. Revista Educateconciencia, 10(11), 6–12.

CENTRO DE PROMOCIÓN DE IMPORTACIONES DE PAÍSES EN DESARROLLO (CBI)

2018 *Exportación de complementos de moda a Europa* (Issue March).

<https://www.cbi.eu/node/884/pdf>

CENTRO DE PROMOCIÓN DE IMPORTACIONES DE PAÍSES EN DESARROLLO (CBI)
2016 Fashion Forecast. Summer 2016

CÓRDOBA, Diana.

2015 *Procesos de intervención con enfoque de Cadena Productiva y su contribución a la articulación a mercados de productores de pequeña escala*. January 2012.

DÍAZ Bertha, et. al.

2021 *Diagnóstico del proceso artesanal de producción de hilo de fibra de alpaca en Puno, Perú*. Ingeniería Industrial, 40, 145–169. Universidad de Lima
<https://doi.org/10.26439/ing.ind2021.n40.5149>

FORSTNER, Kathrin

2013 *La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú)*. Cuadernos de Desarrollo Rural, 10(72), 141–158.

GOBIERNO REGIONAL PUNO.

2008 *Plan Regional Concertado al 2021*

HERNÁNDEZ, Roberto et. al.

1996 *Metodología de la investigación*. En Edición McGraw-Hill.

HILARIO, Javier

2016 *Hiladora automática de fibra de lana de alpaca*. PUCP

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

2019 *Carpeta georeferencial región Puno Perú* En Congreso de la República del Perú (Vol. 4).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA.

2020 *Género 2020*. En Perú: “Brechas de Género, 2020: Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres”

MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL - PERÚ

2016 *Lineamientos y herramientas para la transversalización del Enfoque de Género en los Programas Sociales del MIDIS*.

MINCETUR.

(2010). *Ley del Artesano y el Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento*. 1(69), 36.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31551/22189_23_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012.pdf
20180706-19116-1dx6ylt.pdf

MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO.

2020 *Análisis de mercado 2016-2020. Tops de alpaca, hilados, prendas de vestir.*
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1731082/INFORME ALPACA
MARZO.pdf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1731082/INFORME_ALPACA_MARZO.pdf.pdf)

PACHAO Ayala, N.

2018 *Políticas públicas y comportamiento microeconómico-comercial de las familias de ganadería altoandina de Puno. En Universidad Nacional Mayor de San Marcos.*
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11677>

PERLACIOS, Renato.

2014 *Análisis de la producción de artesanías en tejidos de punto en la provincia de Melgar.* Puno. Universidad Nacional del Altiplano.

PIZARRO Loayza, J. A.

2020 *Presentación I: Estructura de costos para venta de artesanía textil. Curso de capacitación.* Progettomondo.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD)

2009 *Desarrollo de capacidades: Texto básico del pnud.* Grupo de Desarrollo de capacidades
http://www.unpcdc.org/media/220984/capacity_development_a_undp_primer_spanish.pdf

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD)

2019 *El reto de la igualdad. Una lectura de las dinámicas territoriales en el Perú*

PROGRAMA DE PEQUEÑAS DONACIONES DEL FMAM, MINISTERIO DEL AMBIENTE PERÚ, GEF, PPD.

2022 *¿Quiénes somos?* <https://www.ppdperu.org/quienes-somos/>

PROGRAMA DE PEQUEÑAS DONACIONES DEL FMAM, MINISTERIO DEL AMBIENTE PERÚ, GEF, PPD

2021 *Bioartesanía textil en base a fibra de alpaca y su articulación al mercado* Serie de recomendaciones para Kamachiqs N° 2

PROGRAMA DE PEQUEÑAS DONACIONES DEL FMAM, MINISTERIO DEL AMBIENTE PERÚ, GEF, PPD.

2021 *Catálogo textil.* Puno, Arequipa
(Progettomondo (ed.)).
www.progettomondo.org

REYES, Alberto

2021 *De los camélidos a sus productos. Promoción del valor agregado y comercialización de sus productos basados en fibra de alpaca en el sur andino* (Progettomondo (ed.)).
www.progettomondo.org

REYES, Alberto

2022 "Entrevista al señor Orlando Vásquez B" En Transcripción 1. 14 de agosto
"Entervista al señor Luis Palma", En Transcrpción 2. 16 de agosto

RIVEROS, H., & Heinrichs, W.

2014 *Valor agregado en los productos de origen agropecuario. En Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.*



Anexos

ANEXO 1 . Marco lógico del proyecto

Objetivo principal del proyecto	Meta numérica	Indicadores del proyecto
Contribuir con el fortalecimiento de la cadena de valor de productos bio artesanales en base a fibra de alpaca en las etapas de valor agregado y comercialización en las regiones de Puno y Arequipa.	10	% de incremento promedio de ingresos mensual en organizaciones locales.
	60	Artesanas mejoran sus conocimientos en diseño y estructura de costos.
	8	Nuevas colecciones de productos se han desarrollado para acceder a un mercado online.
	3	Organizaciones acceden a una plataforma de comercialización online.
	3	Nro. de contratos y/o acuerdos comerciales suscritos para la venta de sus productos artesanales.

Resultado 1

Conocimiento del comportamiento de los mercados regionales y nacional de productos bio artesanales en base a fibra de alpaca.

Actividades

Entregables de actividades

1.1 Sondeo de mercado de productos bio artesanales en base a fibra de alpaca con alcance regionales y nacional

01 estudio

1.2 Identificación los canales comerciales existentes en el territorio local, oportunidades de comercio con el sector público y privado y mecanismos para articular las organizaciones artesanas con compradores

01 estudio

Resultado 2

Las organizaciones de mujeres mejoran la competitividad de sus productos tomando en cuenta las nuevas demandas de mercado post cuarentena.

Actividades

Entregables de actividades

2.1 Elaboración de colecciones de prendas y accesorios de acuerdo a nuevas demandas de mercado.

8 colecciones de 15 piezas cada una

2.2 Sesiones de asistencia técnica con especialistas en tejido a palitos: 3 sesiones en promedio por grupo

Informe de 34 sesiones

2.3 Operación de fondo rotatorio de fibra de alpaca hilada

Fondo entregado y operando

2.4 Implementación con Kits para tejido a mano (palitos, crochets, hilo)

100 kits entregados

2.5 Diseño y elaboración de catálogo virtual

Un catálogo virtual entregado

2.6 Organización e implementación de feria virtual

Video e informe elaborado

2.7 Pasarela virtual	Vídeo e informe entregado
2.8 Articulación comercial de acuerdo a la evaluación de la capacidad productiva del artesano/artesana	Un informe entregado con acuerdos comerciales logrados

Resultado 3

Las organizaciones de mujeres mejoran su capacidad de gestión para su inserción a los mercados regionales y nacionales.

Actividades	Entregables de actividades
3.1 Sesiones de Asistencia técnica en costos de prendas	8 listas de costos y precios de prendas elaboradas.
3.2 Asistencia técnica para ejecución de actividades del proyecto en Arequipa y Puno (dos asistentes)	12 Informes mensuales

Resultado 4

Implementación adecuada del proyecto estratégico, siguiendo la normativa del PPD.

Actividades	Entregables de actividades
4.1 Estudio de caso	Un estudio de caso
4.2 Elaboración de textos, diseño, diagramación e impresión de las publicaciones de los modelos del PPD	Un estudio impreso

Resultado 5

Adecuado manejo administrativo y presupuestario del proyecto estratégico, siguiendo la normativa del PPD.

Actividades	Entregables de actividades
5.1 Coordinación del proyecto	Nro. Informes mensuales
5.2 Seguimiento de actividades	6 Informes
5.3 Línea de base	1 documento
5.4 Monitoreo y evaluación del proyecto	nro. Informes mensuales
5.5 Apoyo administrativo	Nro. Informes mensuales
5.6 RTF semestrales remitidos al PPD	Nro. RTF
5.7 Línea de salida formulada	01 documento
5.8 Participación en eventos organizados por el PPD	01 evento

ANEXO 2

PREGUNTAS DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA A INFORMANTES CALIFICADOS

Alberto Reyes

Estoy trabajando el tema de la experiencia del PPD en el tejido de punto a mano en alpaca con mujeres artesanas de Puno. Deseo una opinión especializada sobre su situación en el mercado.

Las preguntas son las siguientes

1. ¿Cuáles son las características más apreciadas por los consumidores, que usted conoce, de las prendas y accesorios tejidos de punto a mano en alpaca?
2. ¿Qué mercados reconoce para este tipo de productos?
3. ¿Cuáles son los principales problemas para su comercialización?
4. ¿Qué recomendaciones daría para vencer estas limitaciones y problemas?

Un gran favor la pueden responder por escrito o si desean puedo entrevistarlos

Alberto

11-08-2021

ANEXO 3

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA A ARTESANAS

FECHA _____

NOMBRE _____

ASOCIACIÓN _____

1. Determinar sí el proyecto ha desarrollado las capacidades de las artesanas en relación con la oferta y demanda del mercado de productos tejidos a mano

- 1.1. ¿Ha recibido capacitación por parte del proyecto para mejorar las ventas de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

- 1.2. ¿Por qué? (en el caso de que no haya recibido)

- 1.3. ¿En qué temas la han capacitado o recibido asistencia técnica?

a. Costos

d. Tejido de punto a mano

b. Diseño de nuevos productos

c. Redes sociales

- 1.4. ¿De todos los temas abordados, cuáles le han sido más útiles?

a. Costos

d. Tejido de punto a mano

b. Diseño de nuevos productos

c. Redes sociales

- 1.5. ¿Está usted poniendo en práctica todos los conocimientos recibidos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

- 1.6. ¿Por qué? Comente por favor

1.7. ¿Le resulta difícil calcular el costo de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

1.8. ¿Por qué? Explique por favor

1.9. ¿El proyecto le brindó capacitación para mejorar su conocimiento sobre cómo calcular sus costos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

1.10. ¿Le resultó útil esta capacitación?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

1.11. ¿Por qué? Explique por favor

1.12. ¿A qué mercados vende actualmente sus productos?

1.13. ¿Tiene conocimiento si el proyecto ha realizado alguna acción para conocer la oferta y demanda del mercado y poderla enlazar la iniciativa desarrollada?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

1.14. ¿Usted cree que las acciones desarrolladas por el proyecto facilitaron la comercialización de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

1.15. ¿Por qué? Explique por favor

2. Identificar el aporte del proyecto a la adecuación de los productos de las artesanías a las demandas de mercado

2.1. ¿Usted cree que los productos desarrollados por el proyecto responden a la oferta y demanda del mercado?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.2. ¿Por qué? Explique por favor

2.3. ¿Conoce usted los gustos de los consumidores de los mercados de Lima o de otros países?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.4. ¿Por qué? Explique por favor

2.5. ¿Cuántos nuevos productos elabora cada año?

2.6. ¿Conoce usted los gustos de los consumidores de los mercados de Lima o de otros países?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.7. ¿Por qué? Explique por favor

2.8. ¿El proyecto trabajó con usted nuevos diseños de productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.9. Describa qué productos desarrollaron

2.10. ¿La pandemia afectó la venta de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.11. ¿De qué manera?

2.12. ¿Recuerda qué acciones realizó el proyecto para facilitar la adecuación de sus productos a las demandas del mercado?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

2.13. ¿Qué recuerda?

3. Conocer y analizar si el proyecto ha contribuido en la mejora de la comercialización de los productos elaborados por las mujeres artesanas

3.1. ¿Recuerda qué acciones realizó el proyecto para facilitar la venta de sus productos?

3.2. ¿Para usted, son suficientes las acciones realizadas por el proyecto para facilitar la comercialización de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

3.3. ¿Por qué?

3.4. ¿Qué cree usted que podría hacer el proyecto para facilitar la comercialización de sus productos?

3.5. ¿Cree importante la venta por redes sociales de sus productos?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

3.6. ¿Por qué?

3.7. ¿El proyecto le enseñó a usted vender por redes sociales?

Si

No

NS/NO

3.8. ¿Qué aprendió y que dificultades tuvo para aplicar lo aprendido?

3.9. ¿Ha mejorado la venta de sus productos a partir del aporte del proyecto?

Si

No

NS/NO

3.10. ¿En qué ha mejorado?

3.11. ¿Usted cree importante la comercialización de sus productos a través de su asociación?

Si

No

NS/NO

3.12. ¿Por qué?

3. ¿Considera importante que el proyecto haya apoyado la comercialización de productos de su organización?

Si	No	NS/NO
----	----	-------

3.14. ¿Por qué?

Ar 06-05-2022



