



UNIVERSIDAD NACIONAL

“PEDRO RUIZ GALLO”

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS



**“Análisis de la Artesanía Textil de la
Provincia de Chota – Cajamarca”**

TESIS

**Presentada para optar el Grado Académico de Maestro
en Ciencias con Mención en Proyectos de Inversión**

AUTORES:

**De La Cruz Gutierrez, Hebert Dany
Bustamante Rafael, Norbil**

ASESOR:

Dr. Rojas Montoya, Wilton Oswaldo

LAMBAYEQUE – PERÚ

2020

“Análisis de la Artesanía Textil de la Provincia de Chota – Cajamarca”

Lic. De La Cruz Gutierrez, Hebert Dany
Autor

Ing. Norbil Bustamante, Rafael
Autor

Dr. Rojas Montoya, Wilton Oswaldo
Asesor

**Tesis presentada a la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional
Pedro Ruiz Gallo para optar el Grado de: MAESTRO EN CIENCIAS CON
MENCIÓN EN PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

APROBADO POR:

Dr. Garcia Mesta, Victor Manuel
Presidente

Mg. Anaya Morales, Willy Rolando
Secretario

Mg. Atoche Pacherres, Jorge Hernan
Vocal

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

102

Siendo las 4:10 horas del día 04 de Marzo del año Dos Mil diecinueve, en la Sala de Sustentaciones de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, se reunieron los miembros del jurado, designados mediante Resolución N° 1345-2016-EPG de fecha 8 de noviembre 2016, conformado por:

<u>Dr. Victor Manuel García Mesta</u>	PRESIDENTE (A)
<u>Mg. Willy Rolando Anaya Morales</u>	SECRETARIO (A)
<u>Mg. Jorge Hernán Atoche Pacheco</u>	VOCAL
<u>Dr. Wilton Oswaldo Rojas Montoya</u>	ASESOR (A)

con la finalidad de evaluar la tesis titulada

"Análisis del Sector Artesanal Textil de la Provincia de Chota, Región Cajamarca, Perú 2013". Tesis modificada según Resolución N° 0195-2019-EPG por: "Análisis de la Artesanía Textil de la Provincia de Chota - Cajamarca"

presentado por el (la) tesista Norsil Bustamante Rafael y Herbert Dany de la Cruz Gutierrez sustentación que es autorizada mediante Resolución N° 0287-2019-EPG de fecha 04 de Marzo de 2019

El Presidente del jurado autorizó el inicio del acto académico y después de la sustentación, los señores miembros del jurado formularon las observaciones y preguntas correspondientes, las mismas que fueron absueltas por el (la) sustentante, quien obtuvo 85 puntos que equivale al calificativo de Muy bueno

En consecuencia el (la) sustentante queda apto (a) para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias con mención en Proyectos de Inversión

Siendo las 5:40 pm horas del mismo día, se da por concluido el acto académico, firmando la presente acta.

[Firma]
PRESIDENTE

[Firma]
VOCAL

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
ASESOR

Corrección de Resolución de nombramiento de jurado.
Resolución N° 0195-2019-EPG, de fecha 05 de Febrero de 2019.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Nosotros, **De La Cruz Gutierrez, Hebert Dany** y **Bustamante Rafael, Norbil** Investigadores Principales, y **Dr. Rojas Montoya, Wilton Oswaldo**, asesor del trabajo de investigación “**Análisis de la Artesanía Textil de la Provincia de Chota – Cajamarca**”, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 04 de marzo de 2019.

Nombre del investigador: Lic. De La Cruz Gutierrez, Hebert Dany
Ing. Norbil Bustamante, Rafael

Nombre del Asesor: Dr. Rojas Montoya, Wilton Oswaldo

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a nuestras madres, por ser el pilar más importante y por demostrarnos siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A nuestros padres, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, a nuestras esposas por compartir momentos significativos y por siempre están dispuestas a escucharnos y ayudarnos en cualquier momento. A nuestro asesor de Tesis, que con su guía y experiencia académica hicieron de esta tesis un aporte para el desarrollo de nuestros pueblos de esta nación.

Hebert Dany De La Cruz Gutiérrez Norbil
Bustamante Rafael

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por protegernos durante todo nuestro camino y darnos fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de nuestras vidas.

A nuestros padres, que con su demostración ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A nuestras esposas por ese empuje y ayuda a superarnos día a día a ser mejores ciudadanos que aportemos al desarrollo de nuestros pueblos tan cual es este estudio.

Al Dr. Wilton Oswaldo Rojas Montoya, asesor de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Hebert Dany De La Cruz Gutiérrez

Norbil Bustamante Rafael

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
TABLA DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO	22
1.1. Ubicación	23
1.2. Cómo surge el problema. Es una descripción del objeto de estudio, teniendo en cuenta su evolución histórica y las tendencias que presenta	24
1.3. Cómo se manifiesta y qué características tiene. Se describe la realización empírica del objeto de estudio.....	27
1.4. Descripción detallada la metodología empleada de manera tal que el lector interesado pueda repetir el experimento o el proceso y llegar a los mismos resultados.....	32
1.4.1. Método	32
1.4.2. Tipo de Investigación.....	32
1.4.3. Diseño de investigación	32
1.4.4. Tipo de análisis	33
1.4.5. Forma De Tratamiento De Los Datos.....	33
1.5. Análisis de las variables. V. Independiente: Factores (Capacitación, organización, recursos humanos, proyección, uso de tecnología, económicos, mercados, estrategias, apoyo del estado).....	33
1.6. Diseño de contrastación de la hipótesis.....	34
1.7. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
1.7.1. Materiales.....	33
1.7.2. Técnica-Instrumento.....	33
1.8. Métodos Y Procedimientos Para La Recolección De Datos.....	36

1.9. Análisis Estadísticos De Los Datos.....	36
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	39
PARTE I	39
CAPÍTULO I: PRODUCTO ARTESANAL.....	39
Conclusiones Capítulo I: Producto Artesanal	39
Artesanía de Cajamarca	70
CAPITULO III: ANALISIS Y DISCUCION DE LOS RESULTADOS	77
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
4.1 Conclusiones	98
4.2 Recomendaciones	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	34
Tabla 2. Determinación de la cantidad de producción	67
Tabla 3. Lugar o ciudad natal.....	77
Tabla 4. Tipo de habitante	77
Tabla 5. Sexo	78
Tabla 6. Edad	79
Tabla 7. Estado civil.....	80
Tabla 8. Tipo de religión que profesa	81
Tabla 9. Número de hijos.....	82
Tabla 10. Grado de instrucción	83
Tabla 11. Tipo de ocupación.....	84
Tabla 12. Ingreso económico promedio mensual: Soles () Dólares ().....	85
Tabla 13. ¿Acostumbra comprar artesanías?	86
Tabla 14. Frecuencia de compra	87
Tabla 15. ¿Por qué adquiere artesanías?	88
Tabla 16. ¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger una artesanía?	89
Tabla 17. ¿Con quién va más a menudo a comprar?.....	90
Tabla 18. ¿Indique que es lo que más le ha gustado y lo que menos le ha gustado?	91
Tabla 19. ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un producto artesanal?.....	92
Tabla 20. ¿Qué clase o tipo de artesanía le gustaría encontrar en el centro artesanal o feria?	93
Tabla 21. Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un producto artesanal.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principales países de destino de las exportaciones de artesanía. 2005	17
Figura 2. Principales actividades turísticas receptoras. 2007	18
Figura 3. Estructura del consumo del turista receptor. 2007	18
Figura 4. Estructura del consumo interno sobre actividades turísticas. 2007	19
Figura 5. Principales actividades económicas de la población del distrito de Chota - 210.....	25
Figura 6. Tejidos de lana de ovino	26
Figura 7. El sector artesanal no está integrado a la actividad turística de Cajamarca	27
Figura 8. Definiciones de artesanía según diversos puntos de vista	28
Figura 9. Principales líneas de producción artesanal a nivel regional	29
Figura 10. Principales líneas de producción artesanal a nivel regional	30
Figura 11. Distribución de los trabajadores artesanales según región	31
Figura 12. Características del empleo según ámbitos geográficos.....	31
Figura 13. Producción artesanal	40
Figura 14. Programa de capacitación	49
Figura 15. Demanda de la artesanía.....	52
Figura 16. Demanda de la artesanía.....	52
Figura 17. Modelo secuencial del proceso estratégico.....	59
Figura 18. Desarrollo potencial de productos substituidos	61
Figura 19. Proceso productivo de las artesanías	65
Figura 20. Principales regiones productoras de artesanía textil	70
Figura 21. Principales mercados de venta de artesanía textil	74
Figura 22. Ubicación de Chota	75
Figura 23. Ubicación de Chota	75
Figura 24. Lugar o ciudad natal	77
Figura 25. Tipo de habitante	78
Figura 26. Sexo	79
Figura 27. Edad	80
Figura 28. Estado civil	81
Figura 29. Tipo de religión que profesa	82
Figura 30. Número de hijos.....	83
Figura 31. Grado de instrucción.....	84
Figura 32. Tipo de ocupación	85
Figura 33. Ingreso económico promedio mensual: Soles (S) Dólares (\$)	86
Figura 34. ¿Acostumbra comprar artesanías?	87
Figura 35. Frecuencia de compra	88
Figura 36. ¿Por qué adquiere artesanías?.....	89
Figura 37. ¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger una artesanía?.....	90
Figura 38. ¿Con quién va más a menudo a comprar?	91
Figura 39. ¿Indique que es lo que más le ha gustado y lo que menos le ha gustado?.....	92
Figura 40. ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un producto artesanal?	93
Figura 41. ¿Qué clase o tipo de artesanía le gustaría encontrar en el centro artesanal o feria?	94
Figura 42. Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un producto artesanal	95

RESUMEN

La finalidad de esta investigación es determinar los principales factores que influyen en el desarrollo del sector artesanal textil de la provincia de Chota, región Cajamarca, Perú, la formación del problema tenemos: ¿Cuáles son los principales factores que influyen en el desarrollo del sector artesanal de la provincia de Chota - Cajamarca?

Estudio cuantitativo con un diseño no experimental teniendo como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario para recabar la información, Asimismo se justifica la investigación porque es importante identificar los principales factores que vienen afectando al sector artesanal del distrito de Chota, permitirá elaborar estrategias de desarrollo para el sector.

Los hallazgos en esta oportunidad es que los artesanos en su mayoría son jóvenes solteros con estudios básicos y educación superior, amparados en la Ley de Artesanos cuya finalidad es asesóralos en cuanto a promoción, tecnologías y financiamiento, la entidad responsable de esta promoción es MINCETUR, asimismo reciben apoyo de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo – CITEs en cuanto a capacitación e innovación tecnológica.

Palabras clave: Artesanía textil, desarrollo y artesanos.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the main factors that influence the development of the artisanal textil sector of the province of chota, Cajamarca region, Peru, the formation of the problem we have: What are the main factors that influence the development of the artisanal sector of the province of Chota - Cajamarca?

Quantitative study with a non-experimental design based on the survey and the instrument the questionnaire to collect the information. Research is also justified because it is important to identify the main factors that are affecting the artisanal sector of the Chota district, it will allow developing development strategies For the sector.

The findings on this occasion are that artisans are mostly young single people with basic education and higher education, protected by the Law of Crafts whose purpose is to advise them on promotion, technologies and financing, the entity responsible for this promotion is MINCETUR, They also receive support from the Centers for Technological Innovation in Crafts and Tourism - CITEs in terms of training and technological innovation.

Key words: Textile handicrafts, development and artisans.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se intitula: “Análisis de la artesanía textil de la provincia de Chota – Cajamarca”. Para efectos de esta investigación se procederá a describir trabajos previos o antecedentes de estudio relacionados a la problemática que se está desarrollando:

Con respecto a los trabajos previos tenemos en el ámbito internacional a Conde A. J. (2009). En la investigación “La innovación como determinante de competitividad en la industria textil – confección: el caso de Corea y Colombia”, concluyen que “la mano de obra calificada es clave para el aumentar la competitividad de las empresas y que la estrategia de inversión en educación tuvo muchos beneficios. Mencionan la necesidad de crear alianzas empresa – sector educativo, están empezando a contemplar el despliegue de estrategias en este sentido pues es beneficioso desde todas las ópticas para el desarrollo económico, social y científico del país.

Asimismo ProChile. (2010). En el “Estudio de Mercado Artesanía Textil para Estados Unidos”. Sugiere que las empresas artesanales pequeñas deberían tender a la especialización, pues de lo contrario no podrán competir en precio. Deben considerar la velocidad, la flexibilidad y capacidad de reaccionar a los pedidos y sus cambios de acuerdo a las necesidades del cliente. Además menciona que es necesario conocer los distintos segmentos del mercado, en cuanto a exigencias de calidad y certificaciones, velando por el cumplimiento de estándares cada vez más sofisticados, tales como la responsabilidad social empresarial y otras.

También sugieren Visitar de manera constante ferias y exhibiciones especializadas en el mercado, para conocer en terreno las tendencias, innovaciones, nuevos usos, requerimientos de mercado y tomar contacto con distribuidores o importadores. Recomendán que se debe concentrar en aquellos productos que tendrían mejores posibilidades de competir en este mercado como por ejemplo productos de características étnicas, de diseños y materia prima innovadora o la utilización de materia prima originaria de Chile y única. También se debe tener muy claro los volúmenes exportables y a los cuales se pueden comprometer con sus posibles importadores. Se debe mantener presencia permanente en el mercado a través de visitas a clientes, realización de misiones empresariales y publicidad en las principales revistas del sector; favorecer el desarrollo de alianzas estratégicas con enfoque de largo plazo.

Fischer, E. (2011). En su investigación “Los Tejidos Andinos, Indicadores De Cambio: Apuntes Sobre Su Rol Y Significado En Una Comunidad Rural. Menciona que “Los textiles andinos son artefactos con cualidades excepcionales. Aparte de ser objetos táctiles y, a la vez, medios de transmisión de informaciones socioculturales sobre el estado social y los valores estéticos, por ejemplo, transmiten datos sobre la economía local e información histórica. Mediante los tejidos se establecen relaciones que entrecruzan estos ámbitos, siguen teniendo un papel importante en las sociedades locales andinas”. Señala además que “están presentes en todo momento crítico del ciclo vital y desempeñan una función conservadora que crea identidad”.

Dirección Nacional de Artesanía – MINCETUR. (2003). En el Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013. (PENX). Indica que “la artesanía peruana ha despertado el interés de una serie de entidades de diversa índole al considerársele como una actividad económica idónea para enfrentar la pobreza, principalmente en las zonas rurales donde la producción artesanal está asociada a economías familiares”.

Señala también que “las características positivas que tiene son múltiples: es intensiva en mano de obra; el costo por puesto de trabajo creado es relativamente bajo; utiliza intensivamente los recursos propios de cada lugar; contribuye al desarrollo económico geográficamente equilibrado y genera el ingreso de divisas para el país”. Estas son razones más que suficientes que fundamentan que se le revalore y se impulse intensamente su desarrollo.

Sostienen que “la oferta artesanal peruana se orienta a tres tipos de mercados: local, turístico (turismo interno y receptivo) y de exportación. Los dos primeros son atendidos principalmente por ‘artesanos tradicionales y de souvenirs’, cuyas organizaciones de trabajo son de tipo individual o familiar y que se dedican a esta actividad en forma complementaria a otras”.

ICON-INSTITUT GmbH Private. (2008). Realizan el “Estudio Comparado De Normas Técnicas, Nacionales e Internacionales, relacionadas al Sector Textil Confecciones Desarrollo de Normas Técnicas para las Cadenas Productivas de Algodón, Alpaca y Vicuña”. En la que concluyen que “El dinamismo, el cambio constante del comercio internacional y la aparición de cada vez nuevos actores en el entorno nacional e internacional de textiles y prendas de vestir están incidiendo en la necesidad de reforzar las

esferas de competitividad de las empresas productoras y/o exportadoras. Como factores de competitividad, las empresas deben contar con altos estándares de calidad y otorgar a sus clientes y consumidores las seguridades de un producto que responda a las condiciones de salubridad, medio ambiente, calidad técnica del producto y responsabilidad social entre otros aspectos, por ello la utilización y aplicación de las Normas técnicas debe ser validada como un instrumento que permita al sector industrial el contar con un herramienta reconocida en sus procesos de negociación”

DIRCETUR – Cajamarca (2010). Indica que el 60% de artesanos urbanos, viven de la artesanía, el 40% restante ejerce esta actividad como complemento de otra. Indican también que en el campo, la actividad artesanal es complementaria a la actividad agrícola especialmente al final de las cosechas y hasta el inicio de la época de siembra. Salvo algunas excepciones, los talleres son muy pequeños y cumplen una función de complemento del ingreso familiar, aprovechando la habilidad del artesano o artesana.

Además menciona que la artesanía se desarrolla a través de la instalación de pequeños talleres, con escaso nivel organizacional, con utilización de bajos montos de inversión, uso de tecnología tradicional, etc.; debido a ello la producción informal de la artesanía es mayor que la de los artesanos formales. Son muy pocos los que se encuentran registrados y/o formalizados, la mayor parte de ellos trabajan informalmente con fines de evitar sobre costos de formalización (trámites legales) que limitan el surgimiento de esta actividad, a pesar de que contamos con gran potencial en materia prima, habilidad y destreza de artesanos.

Expuestos los trabajos previos, veamos ahora la situación problemática que presenta la siguiente investigación: El mundo económico y comercial se mueve cada vez más en un entorno en donde la competencia crece día a día, en donde aparecen nuevos actores y nuevos proveedores y el sector textil no escapa a ello, como un sector que cubre una de las principales necesidades del mundo como es el vestir, cuya demanda va de la mano con el crecimiento de la población mundial.

De acuerdo a últimos estudios de la Organización Mundial de Comercio (OMC), el comercio mundial del sector textil y de prendas de vestir representa el 6.4% del comercio mundial de manufacturas y el 4.5% de las transacciones mundiales de mercancías.

Este sector a nivel mundial, ha registrado crecimientos importantes y en ello el Perú ha tenido una interesante contribución; si bien en términos porcentuales, las exportaciones del sector apenas representan el 0.27% del comercio mundial, el crecimiento registrado en las exportaciones peruanas ha sido importante para la economía del país, sobre todo en cuanto a generación de empleo y divisas.

En paralelo a este crecimiento registrado; el comercio internacional, como resultado de las negociaciones de la OMC (Organización Mundial de Comercio) viene atravesando por un programa de liberalización y apertura comercial, con una cada vez mayor tendencia a la Constitución de Acuerdos comerciales, entre países y bloques económicos, Tratados de Libre Comercio, etc., donde ya no imperaran las cuotas y en muchos casos tampoco los aranceles.

Sin embargo esta apertura del comercio internacional está trayendo consigo una mayor intensificación de requisitos y requerimientos técnicos, comerciales o de otra índole que en algunos casos, constituyen los requisitos para-arancelarios y en los cuales las normas técnicas son una herramienta fundamental, sobre todo las validadas y/o reconocidas a nivel internacional. Este panorama obliga al sector textil y de prendas de vestir a desenvolverse en escenarios cada vez más competitivos, en donde la calidad, los precios, la diferenciación de productos, un apropiado nivel tecnológico, el servicio, el cumplimiento de estándares productivos, de medio ambiente y de responsabilidad social entre otros factores, gravitaran en su permanencia y desenvolvimiento.

La importancia que tiene la artesanía a nivel internacional es que genera divisas para los países, llega a mercados con alto poder adquisitivo. En la fig. 01, se observan las exportaciones de artesanía, por principales países de destino. 2005.

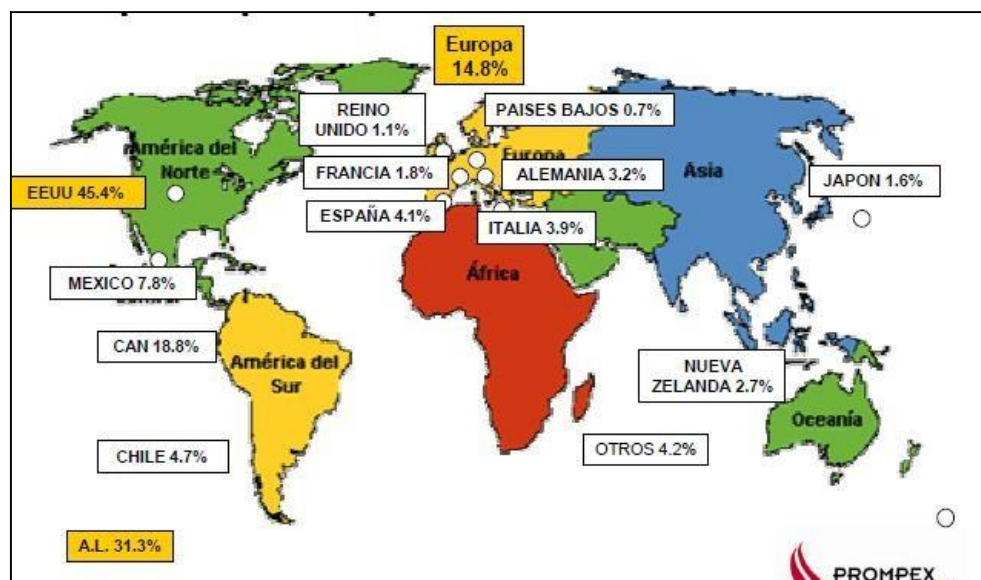


Figura 1. Principales países de destino de las exportaciones de artesanía. 2005

Fuente. PROMPEX.
Elaboración: PROMPEX

El desarrollo de la artesanía en el Perú es una actividad comercial que se desarrolla en diferentes zonas, cada una con sus respectivas características, contribuyen al desarrollo de los pueblos.

PROMPEX, indica que desde Cajamarca en el norte, hasta Puno en el Sur, la artesanía que se realiza es artesanal y que las familias la desarrollan como una actividad complementaria a la agricultura, para generar más ingresos.

En la fig.02. Se observa que la artesanía representa el 5% del total de actividades turísticas receptoras y en la fig. 03, se presentan la estructura del consumo del turista receptor. 2005.

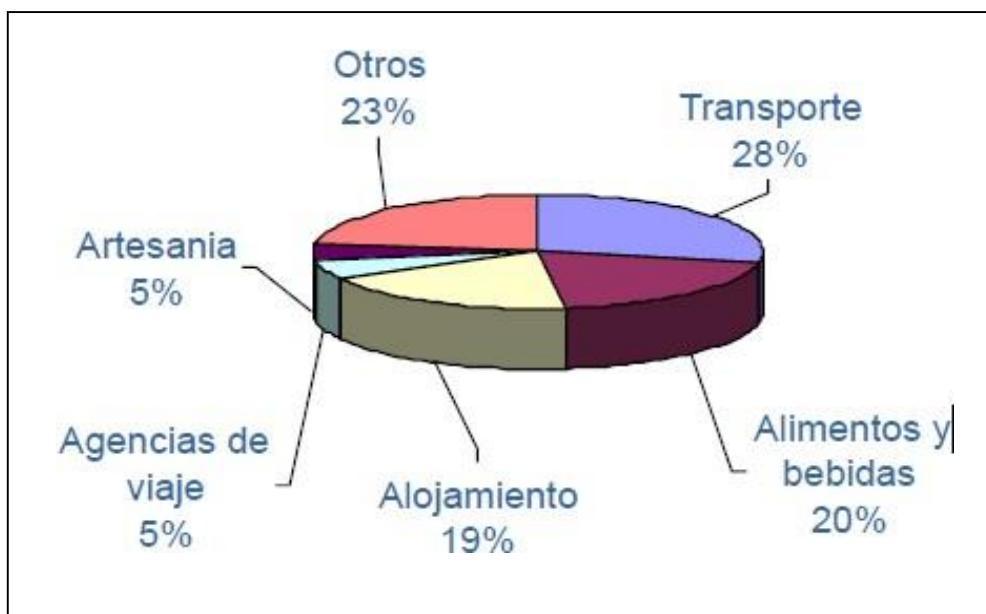


Figura 2. Principales actividades turísticas receptoras. 2007

Fuente. MINCETUR. 2007

Elaboración. MINCETUR.

En la figura 03, se muestra el consumo del turista receptor en el año 2007, donde los productos artesanales ocupan el 14.2%, a diferencia de la figura 04, donde representa el 3.8% de la estructura del consumo interno sobre actividades turísticas en el mismo año

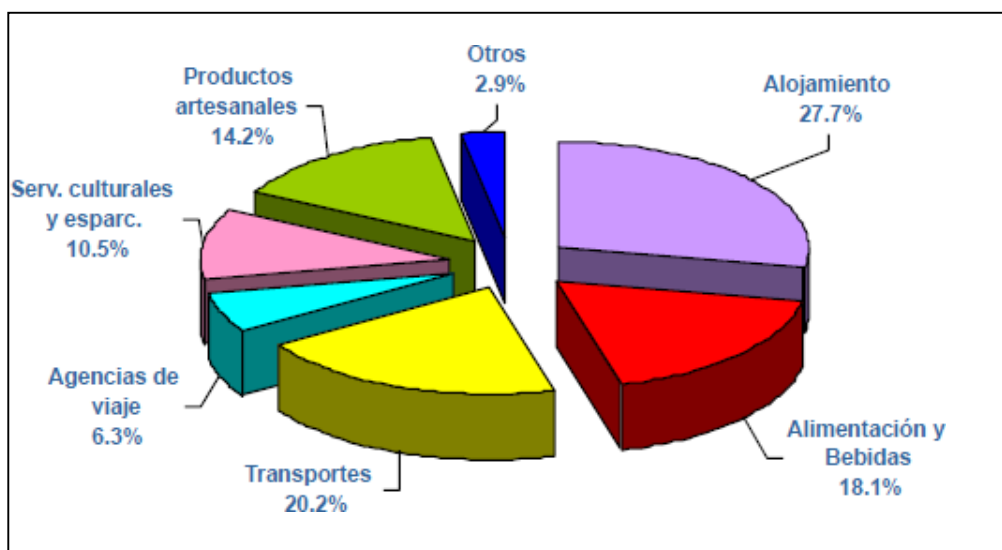


Figura 3. Estructura del consumo del turista receptor. 2007

Fuente. MINCETUR. 2007

Elaboración. MINCETUR.

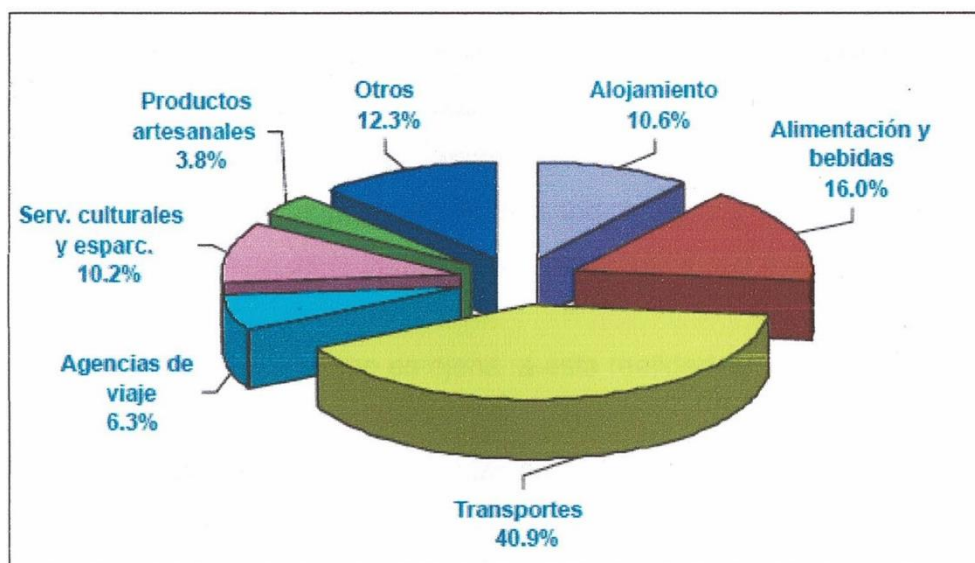


Figura 4. Estructura del consumo interno sobre actividades turísticas. 2007

Fuente. MINCETUR. 2007

Elaboración. MINCETUR.

La industria del sector textil en el Perú se ha ido posicionando como uno de los sectores principales de desarrollo de la economía nacional, al registrar importantes niveles de crecimiento y desarrollo durante los últimos años. Una de sus características principales es la progresiva integración vertical que ha adquirido, posee materias primas naturales, como el algodón, la alpaca y otros pelos finos.

También el sector textil peruano se caracteriza por disponer de todas las etapas de la cadena productiva al contar con plantas desmotadoras, plantas de hilandería, tejeduría, tintorería y confección. Constituye una industria altamente generadora de empleo, en especial la industria dedicada al mercado de exportación, que se caracteriza por su amplio cumplimiento a estándares de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

El sector textil utiliza en gran medida los recursos naturales del país, generando trabajo a otros sectores como el agrícola por el cultivo del algodón, el ganadero para la obtención de pelos finos y lanas, la industria del plástico para los botones, cierres, bolsas y otros, la industria química por la utilización de insumos, y colorantes, la industria de papel y cartón entre otros.

Sin embargo PROMPEX, indica que entre las principales debilidades que presenta el sector artesanal en el Perú, son el bajo nivel organizativo y asociativo, bajo nivel tecnológico, concentración en pocos canales de comercialización, difícil acceso al financiamiento y la mano de obra es no tecnificada, indicando además que existe una gran resistencia al cambio por parte de la población rural que se dedica al sector.

El sector artesanal de Chota no es ajena a esta realidad, sin embargo recién desde el año 2010, se comienzan a crear las primeras asociaciones artesanales que buscan mejorar cada vez más sus productos, los cuales son ofertadas en las principales fiestas de la zona a través de la exposición de ferias artesanales, especialmente las de telar, con vistosos colores, hechas a mano de lana de ovejas, alpacas e hilos de algodón.

Ante lo expuesto se formula la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los principales factores que influyen en el desarrollo de la artesanía textil de la provincia de Chota - Cajamarca?, asimismo se formulan los problemas específicos: ¿Cuál es el nivel organizativo del sector artesanal de la provincia de Chota?; ¿Qué tipo de capacitación productiva tiene el sector artesanal de la provincia de Chota?; ¿Cuáles son los principales puntos de ventas o mercados del sector artesanal de la provincia de Chota?; ¿Cuál es principal apoyo financiero que tiene el sector artesanal de Chota?; ¿El sector artesanal no está integrado a la actividad turística de Cajamarca?; ¿Existe uso adecuado de tecnologías en el sector artesanal de la provincia de Chota?

El Objetivo general es Determinar los principales factores que influyen en el desarrollo de la artesanía textil de la provincia de Chota - Cajamarca. Para lograr alcanzar lo planteado se proponen los siguientes objetivos específicos: Identificar el nivel de organización de la artesanía textil de la provincia de Chota; Conocer qué tipo de capacitación productiva tiene el sector artesanal de la provincia de Chota; Identificar los principales puntos de ventas o mercados artesanal de la provincia de Chota; Conocer el principal apoyo financiero que tiene la artesanal textil de Chota; Identificar si la artesanal textil está integrado a la actividad turística de Cajamarca e Identificar el uso adecuado de tecnologías de la artesanal textil de la provincia de Chota. Con respecto al planteamiento hipotético tenemos:

H₀: Capacitación, organización, recursos humanos, proyección, uso de tecnología, económico, mercado, estrategias, apoyo del estado son los principales factores que influyen en el desarrollo de la artesanal textil de la provincia de Chota.

Asimismo se justifica la investigación porque es importante porque la identificación de los principales factores que vienen afectando al sector artesanal del distrito de Chota, permitirá elaborar estrategias de desarrollo para el sector.

Por otro lado se busca mejorar la calidad de los productos artesanales, para darle un mayor nivel de competitividad y un mayor posicionamiento a las artesanías del distrito de Chota, esto permitirá incrementar el precio en el mercado, lo que significaría mayores ingresos y a su vez mejorar la calidad de vida.

La investigación también aportará información útil para que el sector artesanal de otras partes de la región pueda implementarlas.

En cuanto a las limitaciones: La principal limitación es la escasa información documental que existe sobre artesanías en Cajamarca y la forma como se comporta en el sector rural. Se hace una focalización de análisis (estudio de caso) en el departamento de Cajamarca teniendo en que cuenta que allí se reconocen artesanos que desarrollan la artesanía textil. Por otro lado la Delimitación: Sólo se encuestará a los artesanos que pertenecen a las 24 asociaciones de la Provincia de Chota.

CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Ubicación

La realización de la investigación se realiza en la Provincia de Chota es una de las trece provincias que conforman el Departamento de Cajamarca, bajo la administración del Gobierno regional de Cajamarca, ubicado en la parte Norte central del Perú. Limita por el norte con la provincia de Cutervo; por el este con las provincias de Utcubamba y de Luya; por el sur con las provincias de Hualgayoc y Santa Cruz; y por el oeste con las provincias de Chiclayo y Ferreñafe.

Para arribar a Chota desde Lima, se puede utilizar cualquiera de las dos vías que conectan con la capital provincial, desde la ciudad de Chiclayo. El viaje en bus dura en promedio 6 horas y por la ciudad de Cajamarca y el viaje dura unas 8 horas en promedio, en la época de invierno estos tiempos pueden extenderse debido a que las carreteras sufren interrupciones.

Recuerde que en Chota existen diversos hoteles, servicios de Internet, locutorios, el Hospital José Soto Cadenillas, cajas de ahorro (Caja Piura, Caja Trujillo), la oficina del Banco de la Nación, farmacias y muchos más servicios para hacer de su estadía más placentera y segura.

La provincia de Chota cuenta con diversos atractivos turísticos siendo los más destacados Las grutas y el Bosque de Piedras de Negropampa, Las cataratas del Condac en el distrito de Tacabamba, Las Chullpas de Chetilla, Pacopampa - Querocoto. Continuando con la ubicación del problema tenemos el sector artesanal Mincetur elabora normas técnicas para aumentar la competitividad del sector artesanal. Las tres normas técnicas aprobadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) buscan aumentar la calidad y competitividad de los productos artesanales peruanos.

Elevar la calidad y competitividad de los productos elaborados por los artesanos peruanos, es el propósito de las tres normas técnicas relacionadas a ese sector, aprobadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Las normas, elaboradas por de la Dirección General de Artesanía, buscan generar los lineamientos productivos en tres líneas: cerámica utilitaria y decorativa artesanal; telar a pedal y telar de cintura; joyería, filigrana y orfebrería artesanal, a través del modelo de Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión (BPMG) (MINCETUR, 2016).

La ministra de sector, Magali Silva Velarde-Álvarez, resaltó que las normas técnicas aprobadas, permitirán que los artesanos peruanos mejoren sus procesos de gestión, además de la organización de sus talleres y empresas de artesanales. La adecuación e implementación de estos procesos mejorará la calidad de los productos artesanales y permitirá que los creadores nacionales sean más competitivos en el mercado nacional e internacional, generando mayores oportunidades comerciales (MINCETUR, 2016).

“El siguiente paso es promover su implementación en las diferentes regiones del país. A la fecha ya se han implementado siete normas técnicas peruanas en más de 500 talleres artesanales de ocho regiones del país”, concluyó la ministra (MINCETUR, 2016).

1.2. Cómo surge el problema. Es una descripción del objeto de estudio, teniendo en cuenta su evolución histórica y las tendencias que presenta

La Asociación Provincial de Artesanos “WAYRAC” de Chota representa a los artesanos asociados y no asociados de la provincia de Chota, fue fundada el 30 de abril de 2010 en reunión de los artesanos de nuestra provincia, quienes eligieron su comité directivo para gestionar su legalización ante la Notaría y Registros Públicos que se cumplió el 03 de junio del mismo año.

En todas estas actividades se puede apreciar a los diversos artesanos con diversidad de productos, colores, precios y singularidades. El desarrollo de la artesanía constituye un aporte muy significativo a la economía de las familias de la región Cajamarca y de la provincia de Chota, actividad a la cual se dedica un importante sector de la población mediante el trabajo manual con amplio conocimiento y habilidad transmitido por generaciones.

En la Fig. 05. Se observa que el 12% de la población del distrito de Chota, se dedica a la actividad artesanal, constituyéndose en una de las principales actividades económicas del distrito.

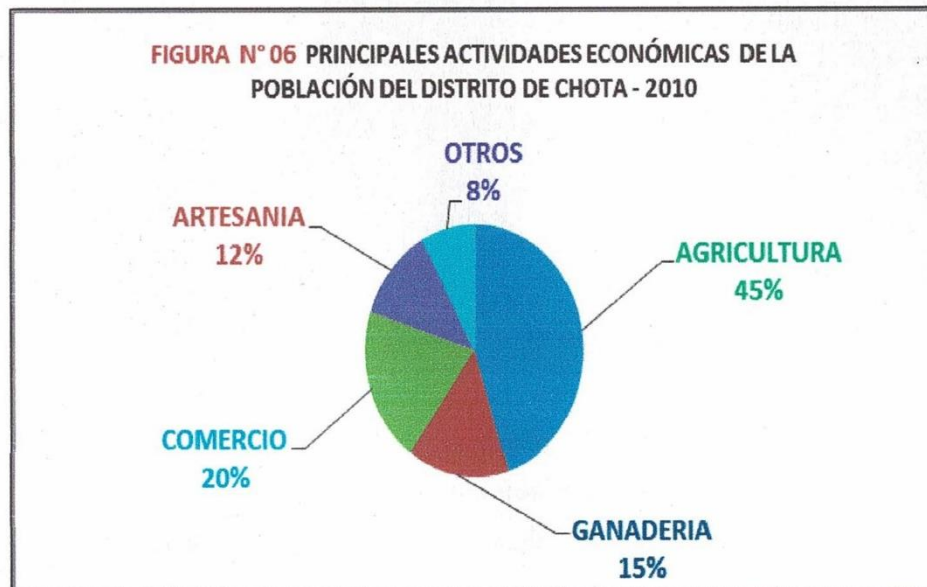


Figura 5. Principales actividades económicas de la población del distrito de chota - 210

Fuente: Municipalidad Provincial de Chota.

Elaboración: Municipalidad Provincial de Chota

Dentro de esta actividad se engloban una gran variedad de oficios y productos de muy diferente utilidad y fisonomía: el bordado religioso en hilos de oro o plata, sobre terciopelo, tisú, damasco y seda, el bordado y encaje en hilo, los trajes regionales, los calados, flecos y enrejado de los mantones de manila, así como los mantones de manila en sí, son magníficos referentes de la prolífica producción textil artesanal. Destacándose los tejido en lana de ovino e industrial (Fig. 06), también desarrollan cerámica, tallado en madera, tallado en piedra, cueroplastía, bisutería, curtido de pieles, tejidos en fibra vegetal, etc.



Figura 6. Tejidos de lana de ovino

Elaboración: propia

Sin embargo actualmente, esta actividad se sigue desarrollando en forma tradicional, basándose en la habilidad manual, no se hace uso de la tecnología, los montos de inversión no son muy altos y no ha logrado un desarrollo en comparación a otras zonas del Perú, como Ayacucho, Cuzco entre otras, a pesar de existir una apreciable cantidad de unidades productivas dedicadas a esta actividad.

Es importante indicar que el sector artesanal no está integrado a la actividad turística de Cajamarca, perdiendo la oportunidad de generar ingresos a los productores, quienes se encuentran entre los grupos más vulnerables de la población local. La escasa coordinación interinstitucional; en las implicancias de la actividad turística y artesanal, las instituciones que involucran a los empresarios y artesanos del sector ejecutan acciones de desarrollo en forma aislada, tratándose en muchos casos de una duplicidad de esfuerzos y recursos que no responden a un objetivo común.

**El sector artesanal no está integrado a la actividad turística de Cajamarca
Perdiendo la oportunidad de generar ingresos a los productores, quienes se
encuentran entre los grupos más vulnerables de la población local.**



BAÑOS DEL INCA



VENTANILLAS DE OTUZCO



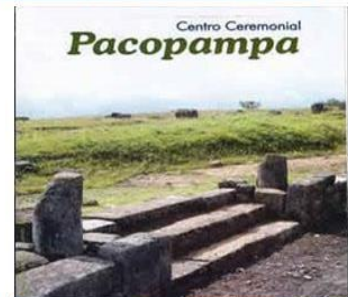
CUMBEMAYO



**AGUAS TERMALES
CHANCAY BAÑOS-SANTA CRUZ**



BOSQUE DE PIEDRAS CHOTA



**CENTRO CEREMONIAL PACOPAMPA
CHOTA**

Figura 7. El sector artesanal no está integrado a la actividad turística de cajamarca

1.3. Cómo se manifiesta y qué características tiene. Se describe la realización empírica del objeto de estudio

La artesanía es tan antigua como la propia humanidad, ésta expresa muchas veces la identidad cultural de un pueblo, su campo de acción se extiende a la elaboración de una amplia gama de productos con diversidad de aplicaciones, que van desde lo utilitario (que fue su fin en un principio) hasta lo decorativo.

Según el Centro de Comercio Internacional (CCI), la artesanía se define como la producción de bienes elaborados a mano, o con la ayuda de herramientas o medios mecánicos, siempre y cuando la participación del trabajo manual siga siendo el componente más importante del producto final. En su producción se utilizan materias primas procedentes de recursos sostenibles.

Cabe señalar que el concepto 'artesanía' es aún muy controvertido, pues dependiendo del punto de vista en que se analice, puede adoptar distintas definiciones.

REHACER

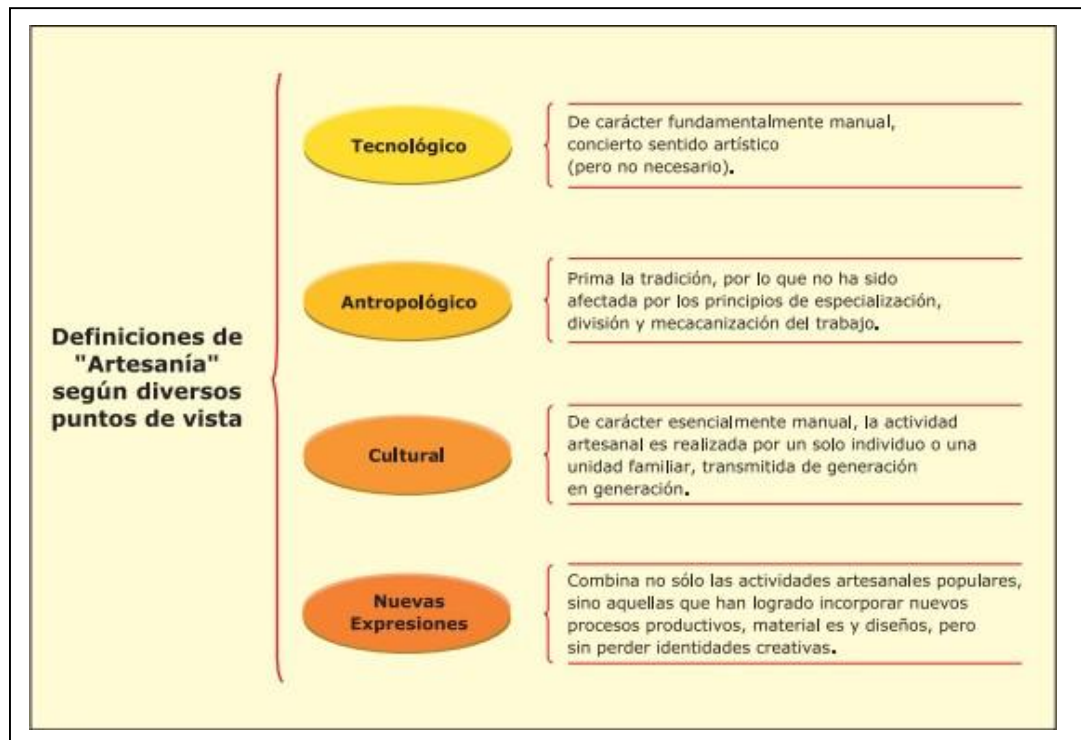


Figura 8. Definiciones de artesanía según diversos puntos de vista

La artesanía en el Perú se encuentra altamente atomizada, mostrando una compleja heterogeneidad tecnológica y de métodos de trabajo especializados.

De ello es reflejo la gran diversidad de líneas artesanales existentes, hallándose dentro de éstas innumerables productos que se diferencian de acuerdo a la identidad regional que cada artesano les imprime, muchas de las cuales preservan costumbres y tradiciones ancestrales.

Según la Dirección Nacional de Artesanía, dichos conglomerados artesanales poseen las siguientes características:

- Concentración de los talleres en determinadas localizaciones geográficas
- Están agrupados por especialidad y/o línea artesanal
- Concentran una oferta potencial de productos artesanales
- Son localizaciones potenciales para el desarrollo de la cooperación empresarial con proveedores de materia prima, insumos, maquinaria y equipos.

PONER EN ANEXOS

Principales Líneas de Producción Artesanal a Nivel Regional		
Región	Conglomerado	Producto
Junín	San Pedro de Cajas San Jerónimo de Tunán Acos Cochas Hualhuas	Tejidos planos Filigrana de plata Cerámica Mates burilados Tejidos planos
Cusco	San Blas Chincheros Sicuani Pisac	Imaginería Tejidos de punto Peletería Cerámica
Piura	Chulucanas Catacaos Simbilá	Cerámica Filigrana de plata Cerámica
Ayacucho	Huamanga Quinua	Tallado en piedra y textiles Cerámica
Ancash	Taricá Huaraz	Cerámica Textil (plano y de punto)
Puno	Taquile Pucará Ilave	Tejido de punto Cerámica Tejido de punto y plano
Huancavelica	Yauli Castillapata	Textil (tejido de punto) Textil (tejido plano)
La Libertad	Huanchaco	Totora
Ucayali	San Francisco de Yarinacocha	Pulseras, collares, aretes de semillas, telas bordadas, pintadas y cerámica
Lambayeque	Monsefú y Villa Eten	Tejidos en paja

Figura 10. Principales líneas de producción artesanal a nivel regional

Fuente: Dirección Nacional de Artesanía - MINCETUR

Elaboración: MAXIMIXE

En el Perú la actividad artesanal se desarrolla tanto en zonas rurales como urbanas, generando alrededor de 230 mil empleos, entre formales e informales, siendo estos últimos los más representativos (alrededor de 75%).

Predominan dos tipos de empleos: el asalariado y la mano de obra familiar. Ambas conviven en el ámbito urbano; mientras que la segunda predomina en el área rural, dándose el aprendizaje del oficio de padres a hijos.

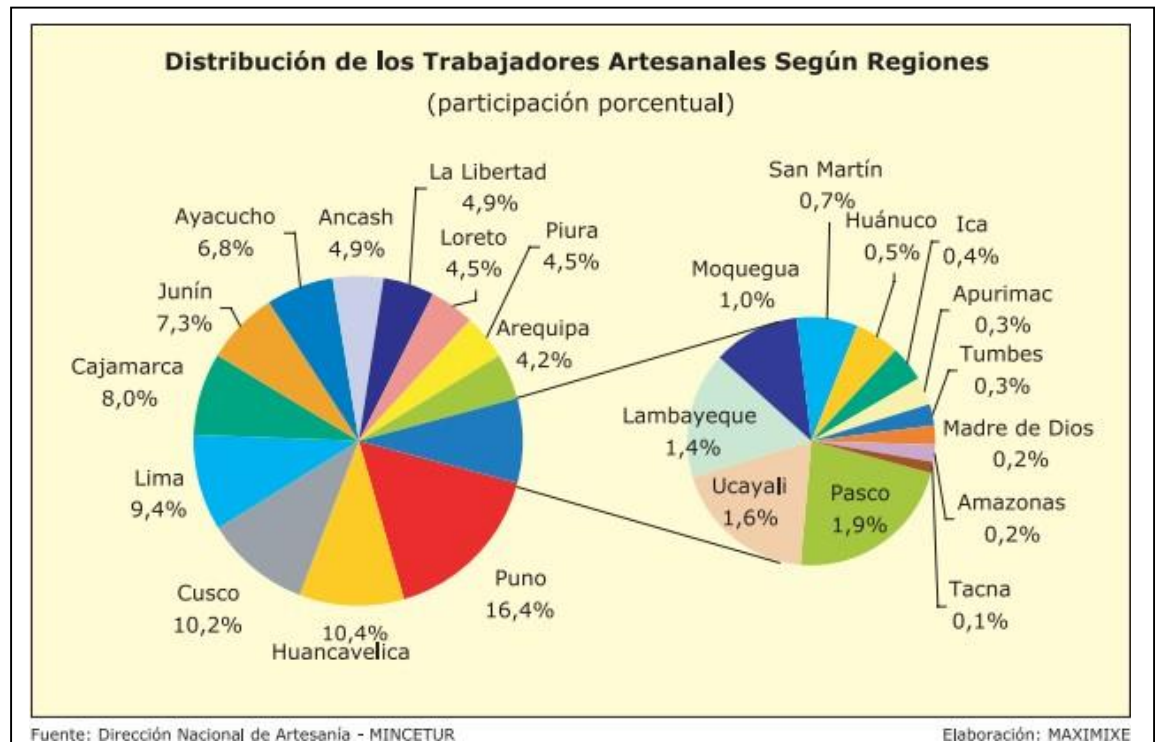


Figura 11. Distribución de los trabajadores artesanales según regione

REHACER

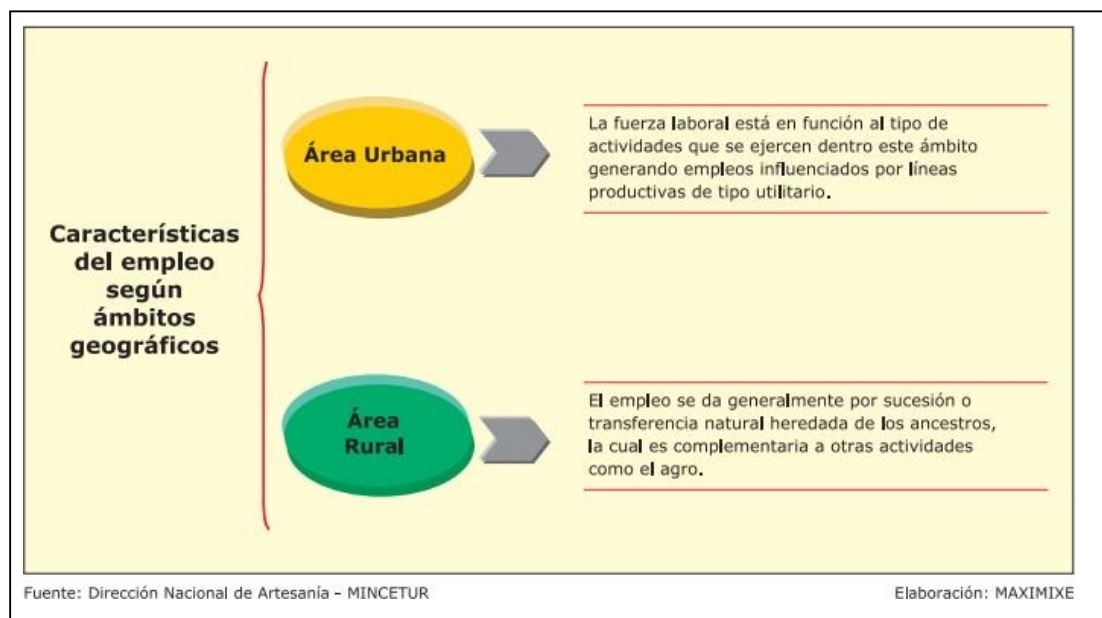


Figura 12. Características del empleo según ámbitos geográficos

1.4. Descripción detallada la metodología empleada de manera tal que el lector interesado pueda repetir el experimento o el proceso y llegar a los mismos resultados.

1.4.1. Método:

Se empleó el método deductivo y el hipotético deductivo

El método que se ha aplicado en el presente trabajo, es el método deductivo, el mismo que consiste en descender de lo general a lo particular, es decir “Cuando el científico comienza su trabajo en una teoría y a partir de ella, aplicando razonamientos lógico-deductivos, acaba ampliando precisando o corrigiendo dicha teoría, está utilizando lo que se llama el método deductivo” Pereda (1987, pág. 41). En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo cuando las premisas de partida la constituyen axiomas (proposiciones no demostrables), o hipotético-deductivo si las premisas de partida son hipótesis contrastables.

Se aplica el método hipotético deductivo: Uno de los métodos más aceptados en la actualidad. Se considera una descripción del método científico. Plantear hipótesis en base a los datos disponibles. Luego aplicar la deducción para llegar a una conclusión. Esta realiza a través de experimentación. (Puebla, 2016)

Procedimiento: Encuesta: Se procederá a encuestar a los artesanos textiles. El cual es anónimamente, y responderá un pliego de 22 preguntas.

Observación: Mediante la observación se procederán los vacíos legales que pueda tener el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

1.4.2. Tipo de Investigación:

Por su propósito fundamental la presente investigación corresponde a una investigación teórica y básica; puesto que está dirigida hacia un fin netamente cognoscitivo, repercutiendo en unos casos a correcciones, y en otros en perfeccionamiento de los conocimientos.

1.4.3. Diseño de investigación:

El diseño de la investigación será no experimental porque se observara el fenómeno de la informalidad como se presenta en su contexto natural para luego analizarlo. No se realizará la manipulación las variables independientes intencionalmente.

1.4.4. Tipo de análisis:

La técnica del análisis documental; utilizando, como instrumentos de recolección de datos: fichas textuales y resumen; teniendo como fuentes libros y documentos de la institución; que usaremos para obtener datos de los dominios de las variables: conceptos básicos, normas generales y legislación comparada; responsables y contextos.

1.4.5. Forma De Tratamiento De Los Datos:

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados; serán incorporados o ingresados al programa computarizado Microsoft Excel; y con él se harán cuando menos, los cruces que consideran la hipótesis; y, con precisiones porcentuales, ordenamiento de mayor a menor, y cronológico, serán presentados como informaciones en forma de cuadros, gráficos, etc.

1.5. Análisis de las variables.

V. Independiente: Factores (Capacitación, organización, recursos humanos, proyección, uso de tecnología, económicos, mercados, estrategias, apoyo del estado)

V. Dependiente: Desarrollo del sector artesanal

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Factores	Capacitación, organización, recursos humanos, proyección, uso de tecnología, económicos, mercados, estrategias, apoyo del estado	Encuesta	Cuestionario
Desarrollo del sector artesanal	Instrumentos musicales Fibra vegetal Tejedura Alimentos Cuero Alfarería	Análisis Documental	

Fuente: Elaboración propia

1.6. Diseño de contrastación de la hipótesis.

El trabajo de investigación es de tipo aplicada, tecnológica o de desarrollo o denominada Descriptiva-Explicativa. El método que se empleará en la presente investigación es el análisis. El diseño del presente proceso de investigación es Cuantitativa.

Por su función pueden ser descriptivas, explicativas y predictivas.

- **Las descriptivas:** Son predominantemente investigaciones cualitativas, en base a fuentes documentales. Cuando una investigación es solo descriptiva recibe el nombre de monografía.
- **Las explicativas:** son investigaciones causales, ya que plantean hipótesis explicativa, es decir propuestas de explicación al problema causal, que luego deben ser contrastadas. Estas investigaciones son las más apropiadas para las tesis de maestrías y doctorado.

- **Las predictivas:** plantean hipótesis predictivas que para poder ser contrastadas requieren de un experimento con poblaciones de condiciones o características uniformes.

1.6.1. Área de estudio-ubicación

El área de estudio será la ciudad de Chota, micro empresarios artesanales.

1.6.2. Población y muestra:

La población está conformada por 50 artesanos (26 asociaciones y 24 personas naturales), el cual por ser una cantidad pequeña no requiere de formula estadística para hallar la muestra, por lo tanto se toma la misma cantidad para la muestra.

1.7. Materiales, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

1.7.1. Materiales

- Útiles de escritorio
- Fichas de trabajo
- Recursos según las estrategias empleadas

1.7.2. Técnica-Instrumento.

➤ **Técnicas de fichaje:**

Se utilizará para fijar conceptos y datos relevantes, mediante la elaboración y utilización de fichas para registrar organizar y precisar aspectos importantes considerados en las diferentes etapas de la investigación.

Las fichas a utilizar fueron:

- ❖ Ficha de Resumen: Fueron utilizadas en la síntesis de conceptos y aportes de diversas fuentes, que fueron organizados concisa y pertinentemente en estas fichas, particularmente sobre contenidos teóricos o antecedentes consultados.
- ❖ Ficha Textuales: Utilizados en la transcripción literal de contenidos, sobre su versión bibliográfica o fuente informativa original.

- ❖ Fichas Bibliográficas: Se utilizaron en el registro de datos sobre las fuentes recurridas y consultadas que dieron el soporte científico correspondiente a la investigación.

➤ Encuesta:

Utilizada con la finalidad de averiguar un objetivo planteado.

Es una técnica que se permitirá el acopio de datos obtenidos por consulta.

➤ Cuestionario.

Es una técnica que permitirá contrastar la verdad de la información que me proporcione por los entrevistados.

1.8. Métodos Y Procedimientos Para La Recolección De Datos.

- Histórico: Se utilizó en el analizó legislaciones comparadas de otros países, con respecto al derecho de desistimiento.
- Sintético: Por intermedio de este método he llegado a sistematizar y estructurar toda la información encontrada.
- Descriptiva: Se ha utilizado para la descripción de cada concepto básico de la tipología de las variables independiente y dependiente.

1.9. Análisis Estadísticos De Los Datos.

Los datos serán organizados en cuadros estadísticos y gráficos en barra trabajados en Excel que permitirán su análisis e interpretación pertinente.

Conclusiones del Capítulo 1

La provincia de Chota está ubicada en la sierra norte del Perú y es una de las zonas donde el desarrollo socio-económico es lento, siendo una de las actividades económicas significativas (12%) la artesanía. De las actividades artesanales las más prolíficas son la textilería, alfarería y orfebrería. La Asociación Provincial de Artesanos “WAYRAC” de Chota fundada y legalizada en 2010 tiene como objetivo desarrollarse superando las limitaciones existentes. La principal limitación es la falta de promoción y el poco uso de la tecnología y telecomunicaciones que permita una mayor amplitud de su mercado. Además de que el 75% de artesanos, son informales lo que limita su acceso al crédito y financiamiento. Toda esta información ha sido extraída de fuentes oficiales como el INEI y MINCETUR.

En este capítulo también se ha definido la metodología a utilizar y se ha diseñado el tipo de investigación, así como los instrumentos para el recojo de datos y análisis de los mismos. Se aplicará una encuesta de 17 preguntas para una población de 50 artesanos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

PARTE I

CAPÍTULO 1: PRODUCTO ARTESANAL

1.1 Concepto de Artesanía

El Instituto de Antropología define a la artesanía como “Un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano. Es una expresión representativa de su cultura y factor de identidad de la comunidad” (Connectaschool, 2017).

La artesanía en el lenguaje común es la práctica de producir objetos. Estos pueden ser funcionales o decorativos, realizados parcial o totalmente a mano con un aporte de destreza manual y artística.

Las artesanías ocupan un lugar destacado dentro de las artes visuales porque conforman, en la mayoría de los casos, piezas de belleza estilística y formal. Por este motivo, han sido denominadas por muchos, arte popular. En general, las artesanías comprenden una serie de actividades especialmente manuales y de carácter creador que implican la fabricación de objetos de uso doméstico en los que ha quedado impreso el sello personal del autor (culturayarteperuano, 2009).

Por este motivo, ninguna pieza es exactamente igual a otra. El aprendizaje de estas actividades se transmite dentro del ámbito del hogar de generación en generación.

La artesanía, en un principio, tenía un fin utilitario. Ahora su fin es producir objetos estéticamente agradables. Realizar artesanías también puede ayudar a cumplir la función de terapia ocupacional: los enfermos encuentran la manera de expresar sus sentimientos y las personas discapacitadas pueden distraer su atención y ocupar su tiempo (Burrito421, 2017).

1.2 Características de la Producción Artesanal

- Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido.
- En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
- El artesano elabora los productos con sus manos en su totalidad, seleccionando personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.

- Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura,
- especialmente para el armado final del producto.
- Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada artesano se especializa en un componente del producto.
- El volumen de la producción es generalmente reducido (Artesaniamorillas, 2012).

1.3 Técnicas Artesanales

Parafrasearlo y ponerlo en anexos

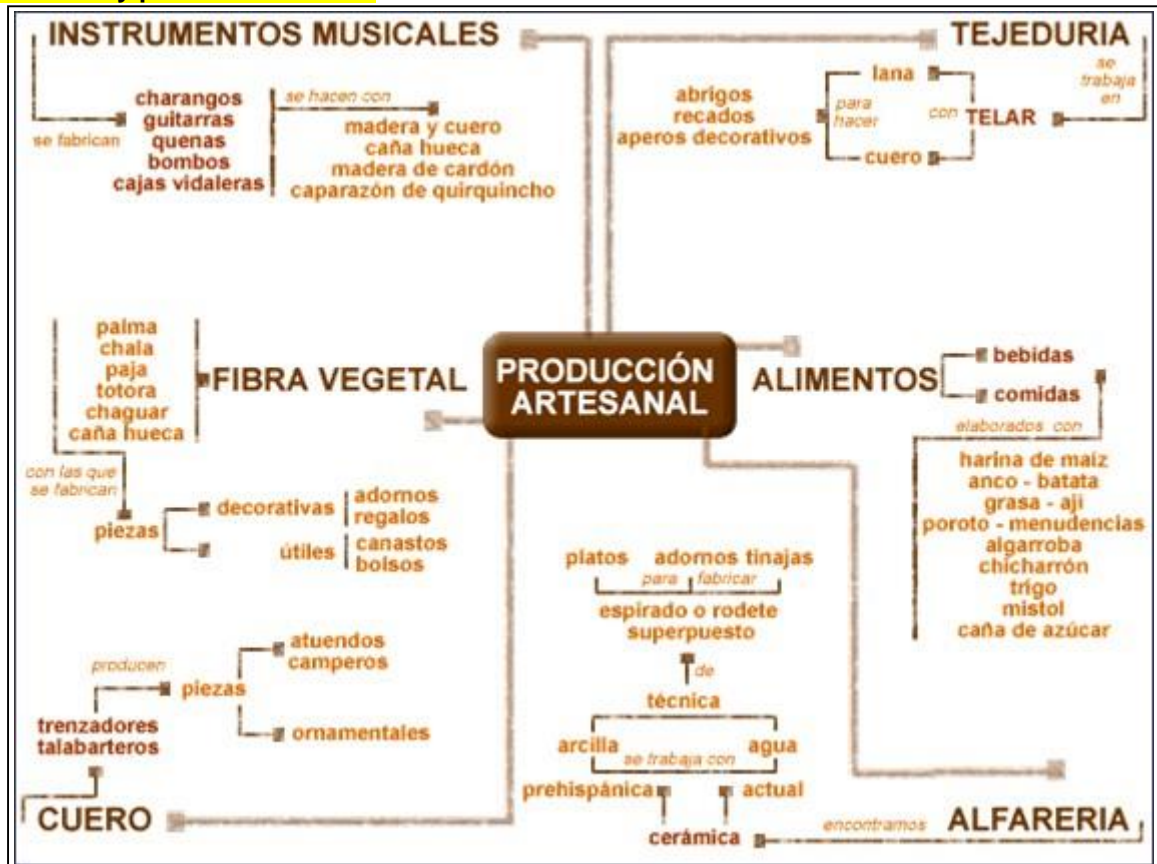


Figura 13. Producción artesanal

1.4 Las Técnicas Artesanales y la Tecnología

Es muy común encontrar bibliografía en la que se utiliza el término Técnica para aludir a aquellas actividades relacionadas con el trabajo artesanal y Tecnología se reserva para aquellas técnicas que hacen uso del conocimiento científico. De este modo se marca un corte temporal en el proceso de evolución de la técnica, diferenciando a las técnicas artesanales de las tecnologías modernas (DesPerTar, 2009).

Las relaciones entre ciencia y técnica son complejas, multifacéticas y problemáticas, es por ello que se agrega las siguientes ideas:

- El empleo de conocimiento científicos para diseñar y construir artefactos no es específico de las modernas tecnologías industriales. Los principios teóricos de estática, etc. ya se utilizaban en la antigüedad para diseñar y construir máquinas de varios tipos."
- Tanto en las técnicas preindustriales como en las industriales, la invención, el diseño y la innovación creativa son factores decisivos para el desarrollo de una técnica y estas operaciones no se pueden entender como simples procesos de aplicación de conocimientos científicos previamente disponibles.
- No todas las nuevas tecnologías de la sociedad industrial son el resultado de la aplicación directa del conocimiento científico: las máquinas de vapor son anteriores a la formulación de la termodinámica.
- Existen ramas del conocimiento humano que corresponden a conocimientos que no se basan en teorías científicas: la teoría de la información, la cibernética, la investigación operativa, etc.

La diferencia fundamental entre las técnicas artesanales y las tecnologías modernas reside, más que en la estructura o el contenido de las mismas, en su dinámica, en lo que podríamos llamar la lógica de su desarrollo.

Conclusiones Capítulo 1: Producto Artesanal

La presente investigación tiene por finalidad determinar la influencia de la Artesanía Textil en el desarrollo sostenible de la Región como la manifestación más visible, en la actualidad, de nuestro potencial turístico. La investigación que se desarrollo fue de carácter descriptivo con enfoque racional deductivo con una muestra de 50 artesanos que se encuentran registrados.

Los resultados de este estudio en artesanías, sobre calidad y técnicas de uso nos muestran que la aplicación de tecnologías nuevas puede dinamizar su desarrollo.

CAPÍTULO 2: LA ARTESANÍA A NIVEL NACIONAL

2.1 Importancia de la Artesanía a Nivel Nacional

- La artesanía es una actividad complementaria a la agricultura para generar más ingresos.
- Permite la expresión de la creatividad popular y la identidad peruana.
- Se constituye en una alternativa de empleo, sobre todo en la zona rural y urbana marginal. Incorpora a la mujer y a los jóvenes a las actividades productivas.
- Involucra casi a 2 millones de personas, ubicadas en las zonas rurales y urbanas marginales del país.
- Existe alrededor de 100,000 talleres artesanales, principalmente, micro y pequeñas empresas.

2.2 Líneas Artesanales Identificadas Por Regiones

Las líneas artesanales por identificadas por regiones son las siguientes:

AMAZONAS: Se han identificado 09 líneas artesanales entre las cuales están: tejidos a telar (hilo y lana) cordelería de fibras vegetales, cerámica-alfarería, trabajos en madera y raíces, trabajos en piedra, trabajos (adornos) de material reciclado, confecciones de prendas de vestir, juguetería y calzado.

ANCASH: Se han identificado 15 líneas artesanales entre las cuales se menciona las siguientes: zona sierra: tejido de punto, tejidos planos, sillas artesanales, cerámica, bordados, tallados, esculturas, bisutería, sombrerería, bisutería, talabartería, en la zona costa destacan: muebles, estructuras metálicas, forrados con junco, juguetería, florerías, trenzado de junco, fabricación de esteras, cestería tejidos de punto y manualidades.

APURÍMAC: Se han identificado 18 líneas artesanales, tales como: tejidos a telar, tejidos de punto, prendas de vestir, maletas, calzado, puertas y marcos de madera, productos trenzables, cerámica, producción de lápidas, estructura metálica, hojalatería, mueblería, sombrerería, juguetería, imagerie, joyería, bordados, instrumentos de cuerda (guitarras, violines).

AREQUIPA: Se han identificado 09 líneas artesanales, tales como: tejidos de puntos, tejidos planos, trabajo en piel, madera, metal, joyería, cerámica, tallados en piedra, talabartería.

AYACUCHO: La artesanía ayacuchana se caracteriza por contar con una diversidad de líneas que superan las 50 especialidades y que expresan la creatividad y habilidad manual del artesano entre las principales tenemos: tejidos a telar,

cerámica, peletería, retablos, tallados piedra de Huamanga, repujado en cuero, existen otras líneas pocas demandadas que se mantienen estables, como el tallado en madera, talabartería confección de instrumentos de cuerda, imagerie, utensilios de madera, cestería tallados en madera.

Un tercer grupo de líneas incluye algunas que se encuentran en extinción, tales como mate burilado, hojalatería, sombrerería, forja, cerería, filigrana y pergaminos, finalmente podemos mencionar a un grupo de especialidades nuevas que hicieron su aparición en los últimos años, tales como florería, juguetería, bordados de manta, adornos de papel, rafia y globos, adornos de yeso, tablas de Sarhua.

CAJAMARCA: Se han identificado 10 líneas artesanales, tales como: tejidos en callua y telar (lana de ovino e industrial), cerámica utilitaria y decorativa, tejidos a palitos, tejidos a crochet lana e hilo industrial, tejidos en fibra vegetal (paja toquilla, mimbre, etc.), tallados en piedra marmolina y cantería, tallado en madera, cuadros cajamarquinos, bisutería y carpintería.

CUSCO: Se han identificado 20 líneas artesanales, en todas las provincias del departamento del Cusco, se desarrollan una gran variedad de líneas de producción artesanal, destacando las que utilizan recursos naturales de la zona tales como: cerámica, peletería, bisutería, confecciones de vestimenta típica, bordadura, imagerie, platería, coreoplastia, cerería, muñequería, mascarería, cestería, pintura popular, hojalatería, tallado en madera, retablero y decoraciones en pan de oro.

HUANCAVELICA: Se han identificado 10 líneas artesanales, tejidos planos, tejidos de punto y ganchillo, talabartería y cueros, estatuillas y adornos, juguetería, cirios y velas, peletería, cerámica, cestería y carpintería.

HUÁNUCO: Se han identificado 16 líneas artesanales, cerámica, coreoplastia, textilera, artesanía en bambú, cestería, bordadura, indumentaria típica, cuadro con semillas e insectos, artesanía en fique, artesanía en arena y madera, artesanía en material trenzado, pirograbados, tallados en madera, artesanía en raíces, confección en prendas de vestir y joyería.

ICA: Se han identificado 11 líneas artesanales, bisutería, joyería, cerámica al frío, cerámica alfarería, cuero, juguetería, muebles tejidos, cerámica al frío y junco, adornos marinos, madera, tallados en piedra.

JUNÍN: Se han identificado 09 líneas artesanales, tejidos planos, tejidos de punto, mates burilados, orfebrería, cueros, peletería, manualidades, bisutería, cerámica.

LA LIBERTAD: Se han identificado 24 líneas de producción artesanal, tales como:

Trabajos en metal: bisutería, orfebrería, siluetas de alambra.

Trabajos en minerales: cerámica, moldes de yeso.

Trabajos en madera: tallados, juguetes decorativos, y educativos en triplex, esculturas en madera.

Trabajos en cuero: talabartería, prendas de vestir y artículos diversos, artículos en badana, repujado en cuero y suela.

Confecciones: tejidos a máquina bordados a mano, manualidades a telar, palillo, crochet, telar y fribolité, vestidos típicos de marinera, tejidos a telar, bordados en alto relieve.

Dibujos y pinturas: serigrafía, pintura en textura en alto y bajo relieve.

Fibras vegetales: caballitos de totora, confección de paneras, pantallas, pisos.

Artesanía diversa: instrumentos musicales, pirograbados, mates burilados, trabajos en papel maché y pergamino.

LAMBAYEQUE: Se han identificado 10 líneas de producción artesanal: cuero y talabartería, fibra vegetal, orfebrería, hilados, tejidos, bordados, cerámica, madera, juguetería, adornos y bisutería.

LORETO: Se han identificado 13 líneas artesanales de producción artesanal: bisutería, torneado y tallado en palo sangre, tallado y pintura en palo balsa, tejidos y marcamé, instrumentos musicales, cerámica nativa, cerámica regional, pinturas amazónicas, tejidos de mimbre (muebles), imaginería en fibras, arcos y lanzas decoradas, maracas, mates burilados y taxidermia.

MADRE DE DIOS: Se han identificado 06 líneas artesanales de producción artesanal: artesanía nativa (flechas, collares, arcos, lanzas, shicras, abanicos), tejidos en corteza y fibras vegetales, tejidos en yarina para techos de vivienda, tallados en madera, cerámica y muebles en madera.

MOQUEGUA: Se han identificado 15 líneas artesanales, tales como: prendas de vestir, puertas y ventanas de madera, calzado y artículos de cuero, tejido de punto, muebles de madera, artículos de metal, productos de carrizo, estampados, juguetería, bolsos y maletas, tapices y alfombras, cerería, cerámica, hilados de fibra, joyería.

PASCO: Se han identificado 17 líneas artesanales, tales como: textilera, carpintería, filigrana en cobre, tallados en madera, prendas de vestir, platería, peletería, cerámica, juguetería y manualidades, fibra de resina, talabartería, fierro forjado, fibras vegetales, artículos en semilla, tallado de raíces, bisutería, taxidermia.

PIURA: Se han identificado 13 líneas artesanales, tales como: tejidos planos, tejidos en fibra vegetal, tejidos de punto, tapices y alfombras, prendas de vestir, artículos de cuero, calzado, torneado de madera, muebles tejidos de paja, cerámica, artículos en yeso, orfebrería, juguetes de tela y otros.

PUNO: Se han identificado 08 líneas artesanales, tales como: tejido de punto, tejidos planos, bordadura, cerámica, peletería, instrumentos musicales, cestería y hojalatería.

SAN MARTÍN: Se han identificado 07 líneas artesanales, tales como: cerámica, tejidos de paja bombonaje, tarjetas de plumas, artesanía ecológica (trabajos en raíces, semillas, hueso, etc.), papel hecho a mano, tallados en madera y juguetería.

TACNA: Se han identificado 06 líneas artesanales, tales como: tapices y alfombras, tejido de punto y ganchillo, muebles de junquillo y mimbre, artículos de cobre - bronce - níquel, marcos tallados, cerámica al frío.

TUMBES: Se han identificado 12 líneas artesanales, tales como: fibra vegetal (pasaya), desechos marinos, florería, tallados en madera, pinturas al óleo, juguetería, perlería, pergamino, cerámica al frío, serigrafía, artículos en vidrio, textil.

UCAYALI: Se han identificado 07 líneas artesanales, tales como: cerámica, cestería, madera, tejidos planos, bisutería, tallados en marfil vegetal, artesanía nativa (lanzas, palo de lluvia, macanas, cortinas, etc.) (Merino , 2017).

2.3 Oportunidades, Fortalezas, Amenazas y Debilidades del Sector Artesanal

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preservación de costumbres y tradiciones ancestrales. ✓ Prestigio artesanal y reconocimiento a nivel nacional e internacional. ✓ Elevada creatividad y habilidad humana. ✓ Materia prima disponible localmente. ✓ Ventaja de diversidad de líneas productivas. ✓ Bajos costos de mano de obra. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atomización de las oferta. ✓ Bajo nivel organizativo y asociativo. ✓ Resistencia al cambio. ✓ Bajo nivel tecnológico. ✓ Alta dependencia externa en diseños. ✓ Concentración en pocos canales de comercialización. ✓ Elevada informalidad. ✓ Difícil acceso al financiamiento. ✓ Mano de obra no tecnificada.
RIESGOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Patrones de consumo cambiantes. ✓ Encarecimiento de la materia prima. ✓ Imitación y copia de productos y diseños tradicionales. ✓ Imitación y copia de productos y diseños tradicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creciente interés de jóvenes artesanos en asociarse. ✓ Mayor demanda de productos rústicos y hechos a mano. ✓ Creciente apoyo de organismos públicos y privados. ✓ Creciente demanda de productos utilitarios.

Conclusiones Capítulo 2: La Artesanía a Nivel Nacional

Se ha realizado un estudio de la actividad artesanal en el país con datos oficiales del MINCETUR identificándose líneas de producción artesanal por cada región y un análisis FODA lo cual nos permite tener un panorama claro de dicha actividad a nivel nacional. Se ha identificado debilidades como la falta de organización, tecnología y créditos entre otros. Esto nos permitirá plantear alternativas y diseñar planes de solución.

CAPÍTULO 3: INTERVENCIÓN DEL GOBIERNO

3.1 La Ley Del Artesano Y Del Desarrollo De La Actividad

Para reconocer sus virtudes como constructor de identidades y formador de tradiciones culturales, el Congreso de la República promulgó, el 07 de Junio del 2007, la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal. Con ella se rescata a estos profesionales del arte popular como fabricantes de elementos de valor agregado, a los tipos de artesanía que elaboran (tradicional e innovada, esta última con una clara función utilitaria) y se define la misión del Estado como promotor de dicha actividad económica (con ferias y dos concursos anuales en todo el país). Así mismo, gozarán de un régimen especial de seguridad social y además de la posibilidad de integrar y decidir en el Consejo Nacional de Fomento Artesanal, el cual deberá también formarse en las diferentes regiones del país con el nombre de Consejo Regional de Fomento Artesanal (Sites, 2017).

3.1.1 Puntos Importantes

- El 19 de marzo fue el día escogido para celebrar oficialmente el Día del Artesano
- La ley establece la creación del Consejo Nacional de Fomento Artesanal y será integrado por 11 funcionarios de los ministerios de Comercio Exterior, Producción, Educación, INC y entidades vinculadas al sector.
- El plazo de creación del consejo es de 60 días.

3.1.2 Registro de los artesanos

A su vez, la nueva ley establece que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales y los sectores respectivos, deberían, establecerían el Registro Nacional del Artesano, con lo cual los artesanos podrían acceder a beneficios como el reconocimiento de sus derechos intelectuales a través de los Certificados de Autoría Artesanal, que podrá emitir la Dirección de Artesanía, en coordinación con los Gobiernos regionales y locales (Sites, 2017).

3.2 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)

El gobierno peruano considera necesario que el desarrollo de la actividad artesanal vaya de la mano con la proyección del crecimiento turístico. En este sentido, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo cuenta con una Dirección Nacional de Artesanía, dentro de su Viceministerio de Turismo, la cual busca llevar a cabo

acciones que contribuyan eficazmente a fortalecer, impulsar y desarrollar el sector artesanal de nuestro país.

Así mismo, el MINCETUR ha propiciado y propicia la creación de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo - CITEs, instituciones que trabajan para elevar la competitividad de la producción artesanal en los mercados externo, interno y turístico, así como en el fomento del desarrollo turístico de las zonas aledañas, en su mayoría rurales, donde estos centros se establecen. Estos CITEs están articulados, bajo el ámbito de competencia del MINCETUR, a través de la Oficina Técnica de Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo – OTCITEs, ente facilitador de estos centros, cuyo fin es fortalecerlos para el cumplimiento de sus objetivos, en relación a la transferencia e innovación tecnológica a los artesanos y el apoyo que les brinda para el aumento de su productividad y competitividad; contribuyendo al incremento de puestos de trabajo y a la reducción de la pobreza en el ámbito de acción de cada CITE (Vergara , 2013) pg. 46.

3.3 Capacitar el talento

Es conveniente que los artesanos se capaciten para que sus productos se adapten a las exigencias del mercado y logren una mayor presencia comercial. En ese sentido, se recomiendan que la artesanía deba crear, conociendo los gustos de los compradores para ofrecerles un producto utilitario acorde con sus preferencias.

De igual modo, es necesario que los artesanos manuales logren un buen acabado en sus piezas, lo cual elevará la calidad del producto.

Lo ideal es que cada pieza se presente en buen estado. Por ejemplo, un bordado no debe tener hilos sueltos o estar despintado.

Otro aspecto relevante es que deben trabajar todos sus productos para que sean funcionales. Es decir, no solo se trata de ofrecer artículos para decorar, sino que puedan usarse para distintos fines.

Los artesanos también deben preocuparse por ser más competitivos, acondicionarse a las exigencias y tendencias del mercado, para lo cual es vital que participen en ferias especializadas (como las que organiza PROMPEX).

Estar presentes en este tipo de encuentros les permitirá presentar y evaluar no solo su producto, sino también conocer las exigencias del mercado (Merino , 2017).

3.4 Programa De Capacitación

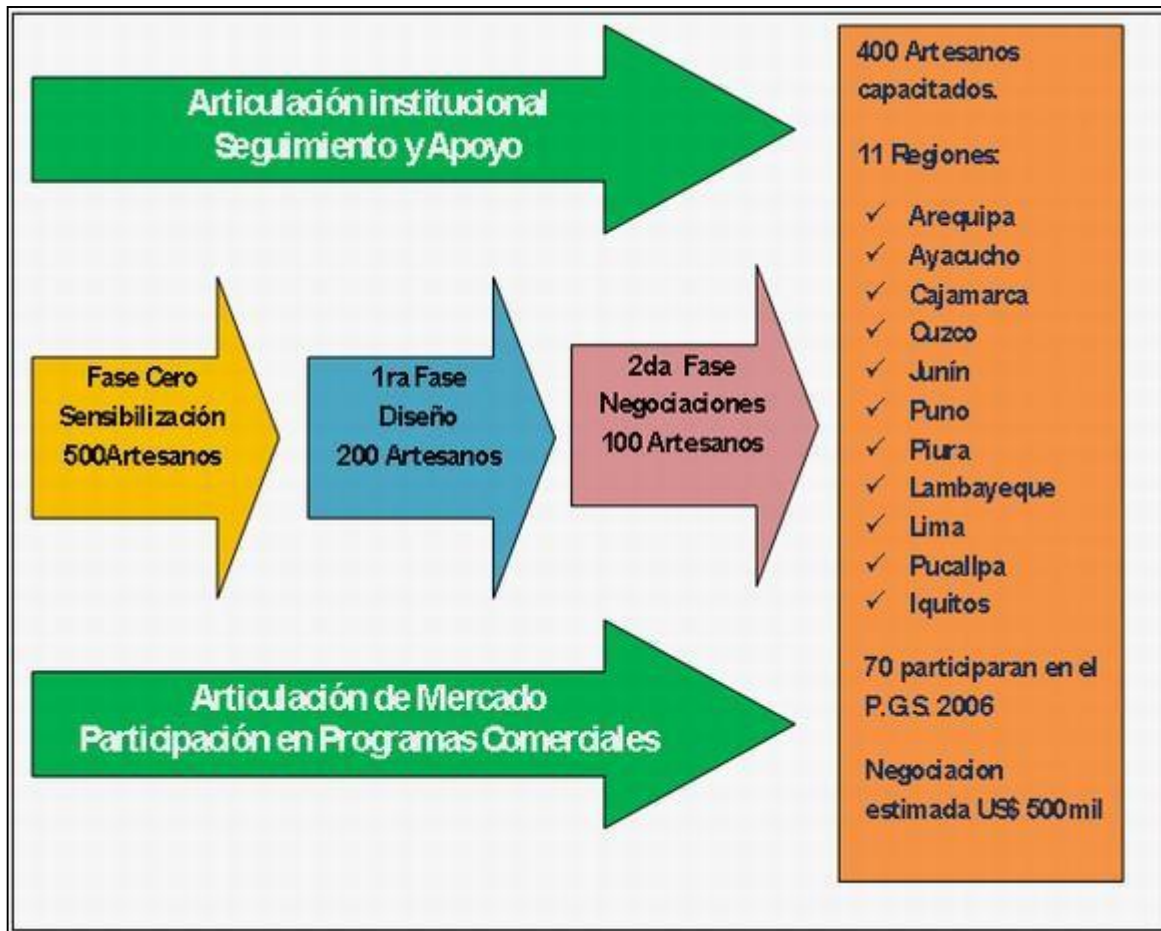


Figura 14. Programa de capacitación

3.5 Recomendaciones

- 1) Las pequeñas empresas del sector artesanal no tienen oportunidad si están solas. Deben unirse y trabajar en líneas complementarias.
- 2) Deben trabajar considerando la propuesta de diseñadores al día con las últimas tendencias del mercado para crear nuevos diseños.
- 3) Deben profesionalizar las compras de materia prima, pues nadie certifica su calidad (en el caso de la plata). Eso repercute en la confiabilidad de la exportación.
- 4) También se deben profesionalizar los talleres y realizar programas de capacitación para el mercado local, además de implementar programas de estandarización de la calidad de materia prima.

Conclusiones Capítulo 3: Intervención del gobierno

La intervención de estado en este sector dinamiza su actividad ya que permite superar todas las limitaciones existentes a través del marco legal que le brinda un desarrollo ordenado y confiable, dándole credibilidad y confianza, brinda también capacitación y actualización tecnológica para elevar su productividad, contribuyendo a su formalización y acceso oportuno al crédito y ampliar su mercado potenciándolo económicamente. Todo esto a través de los CITE creados por el MINCETUR. Pero para que esto se llegue a concretar es necesaria la participación activa de los artesanos motivados e impulsados por sus asesores y promotores técnicos. Esta participación debe hacerse en forma periódica y organizada en eventos como las ferias de PROMPEX que servirán para evaluar la calidad y competitividad de sus productos adaptándose a las exigencias del mercado. Los programas de capacitación deben atender no solo a mejorar la producción, sino también a la gestión, distribución y comercialización del mismo, teniendo en cuenta las recomendaciones que emanen de dichas capacitaciones referentes a organización, formalización, eficiencia y calidad del producto aplicando la tecnología moderna y las telecomunicaciones.

CAPÍTULO 4: MERCADO

4.1 Tipos de mercado

4.1.1 Mercado Local

- Es un mercado limitado.
- Atendido por artesanos tradicionales.
- Atendido por artesanos de suvenires.
- Hacen una suma de aproximadamente de 10 millones de dólares.

4.1.2 Mercado Turístico

- Conformado por turistas nacionales e internacionales.
- Por los turistas internacionales se considera una expectativa indirecta de 98 dólares por turista.
- Hace una suma de aproximadamente de 98 millones de dólares.

4.2 Gustos y preferencias

Los artesanos deben de tener presente que las personas compran objetos que les llaman la atención. Se deben conocer las preferencias particulares de los compradores y segmentarlos porque no todos buscan lo mismo. Deben analizar los factores que hacen que prefiera su producto, es decir conocer conceptos de mercadotecnia y aplicarlos.

Asimismo, se debe considerar que la artesanía debe representar la identidad y, por lo tanto, reconocido como un producto peruano.

Quienes la adquieren son por lo general personas adultas, viajeros frecuentes, coleccionistas y/o interesados en el arte. Tienen aprecio por los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles. Tienen un alto grado de educación, y poseen altos y medios altos niveles de ingreso (Merino , 2017).

4.3 Demanda de la Artesanía

En la actualidad, gracias al creciente apoyo de organismos públicos como privados; como a programas de capacitamiento, inversiones, entre otros; la artesanía esta logrando un gran avance en cuanto a posicionamiento del mercado, ya que se están presentando productos de buena calidad, en todo sentido de la palabra. Así mismo, la artesanía genera empleo haciendo que disminuya la tasa de desempleo. Es por ellos que se puede mencionar que la oferta de estos productos esta crecido

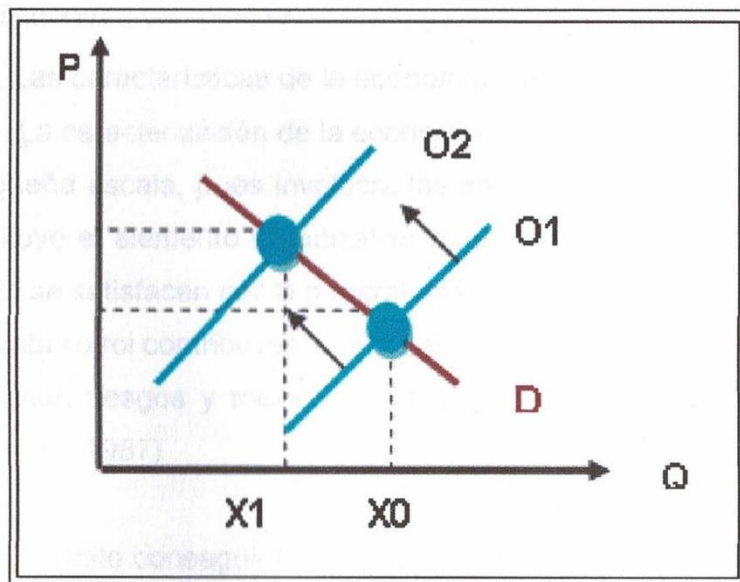


Figura 15. Demanda de la artesanía

4.4 Demanda en la Artesanía

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

Por todo ello se puede mencionar que la demanda de estos productos ha crecido.

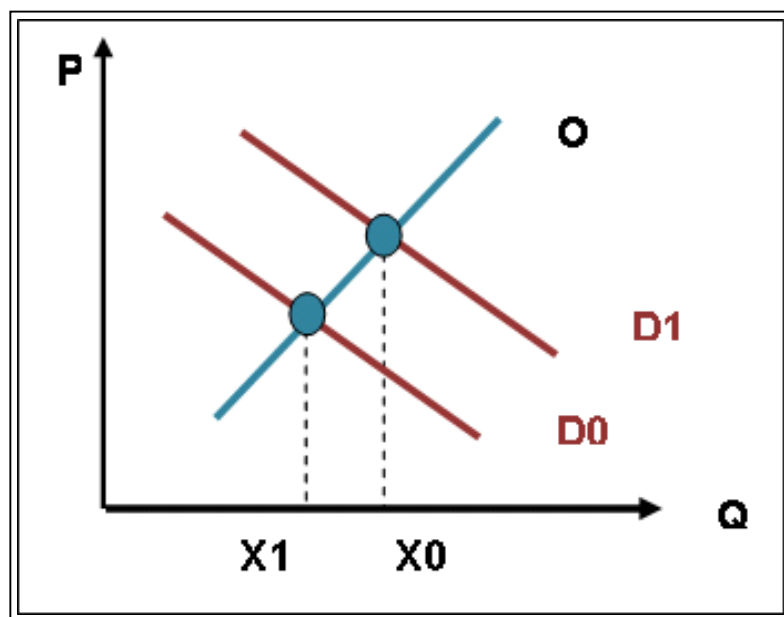


Figura 16. Demanda de la artesanía

A). Economía campesina

A.1. Las características de la economía campesina

La caracterización de la economía campesina amplifica la visión de producción a pequeña escala, pues involucra los sistemas en los que la mano de obra familiar constituye el elemento organizativo de la producción, en donde las necesidades de trabajo se satisfacen por lo general internamente; “cada uno de los miembros conoce y respeta su rol contribuyendo a la satisfacción de las expectativas de trabajo familiar, comparten riesgos y maximizan el autoconsumo e ingresos”, que como lo afirma (Shejtman, 1987)

Permite conseguir la reproducción de las condiciones de vida y del trabajo.

(Mendez, 2005) señala la interdependencia (nada bilateral) en materia comercial que comparten las áreas rurales y urbanas; de esta forma, evidencia que las regiones rurales son subsistemas cuya ruta de desarrollo está prescrita fundamentalmente por las instituciones de la región urbana, con respecto a la cual se encuentran en una relación básica de dependencia. Este sistema de intercambio funciona como “un sistema socioeconómico cultural de producción, consumo fundamentado en el trabajo familiar”.

(Machado , 1978) Que tiene capacidad de articularse a muchas formas al sistema socioeconómico y al mercado ampliado. “Los productores rurales tienen una lógica familiar y vinculación al mercado con sus productos, cuyos sistemas de producción parecen corresponder a empresas familiares rurales” de acuerdo con los términos de (Forero, 1999). Es evidente que los sistemas productivos rurales por lo general no están aislados, debido a su “multifuncionalidad productiva con múltiples articulaciones hacia delante y hacia atrás” (Machado 2002: 214), que dan estabilidad al sistema ya que “a nivel local se observan alianzas estratégicas que reducen la incertidumbre del productor” (Machado, 2002:284).

Díaz (1984) también distingue las siguientes características de la economía campesina:

- a. Decisiones productivas dirigidas a satisfacer las necesidades familiares con la dotación de recursos de que disponen para aportar los elementos mínimos para la sobrevivencia.

- b. Generación de excedentes de producción que, en las mejores condiciones, apenas rebasan las cantidades requeridas para el consumo familiar; es decir, que la producción comercializable no es superior al 50% de las ganancias obtenidas;
- c. El empleo de mano de obra asalariada sólo ante circunstancias fortuitas y nunca como sistema permanente;
- d. El uso de una tecnología basada en la energía biológica y prácticas de cultivo con alta intensidad de trabajo, con un empleo muy débil del capital; y
- e. La combinación de los factores productivos caracterizados por ser generadores de bienes de consumo inmediato y directo.

A.2. Importancia de la economía campesina

➤ La artesanía en el desarrollo económico

La artesanía es tan antigua como la humanidad. Si bien en un principio tenía fines utilitarios, hoy busca la producción de objetos estéticamente agradables en un mundo dominado por la mecanización y la uniformidad. Casi todas las técnicas artesanales que hoy se practican tienen cientos o miles de años de antigüedad y han contribuido al desarrollo económico (Cardalliaguet, 2003).

No existe una sola definición de lo que son las artesanías, pero para una mejor comprensión se mencionaran algunas, tanto de entidades nacionales como internacionales:

La Secretaría General del Consejo Nacional de Planificación Económica define así el término de artesanías:

Artesanía es aquella actividad productiva que reúne las siguientes características:

- a) Que en el proceso de producción la intervención manual directa sea predominante;
- b) Que la división técnica del trabajo artesanal esté integrada por el conjunto de tareas que debe realizar el artesano mismo;

- c) Que en dicho proceso se utilicen fundamentalmente herramientas de mano;
- d) Que los establecimientos o talleres no ocupen a más de cuatro personas (excepción hecha de los aprendices);
- e) Que la inversión total sea mínima.

El Centro de Estudios Folklóricos de La Universidad de San Carlos. Define las artesanías Populares como: Artes Populares, las artesanías pertenecen al campo de la cultura material y tienen atributos estéticos. Pero difieren entre sí en que estas últimas deben su existencia al taller colectivo organizado jerárquicamente (maestros, oficiales, aprendices) (Díaz, 2017) pg4.

Las artesanías Populares: son expresiones populares de carácter plástico, no necesariamente dotadas de atributos estéticos, tradicionales, utilitarios y anónimos, producto de la división del trabajo, predominantemente manual y del uso de herramientas sencillas (Díaz, 2017).

La artesanía, en este caso es rural y forma parte de los sistemas de producción rural.

(Forero, 2017), define a los sistemas de producción rural como “una unidad espacial en la que se adelanta una actividad productiva agropecuaria, forestal y/o agroindustrial regulada por un agente económico quien toma las decisiones con un cierto grado de autonomía, aunque obviamente condicionadas por el entorno socioeconómico, político y cultural”. En la categoría agroindustrial se ubica la manufactura o artesanía. El autor define elementos analíticos que sintetiza y a la vez abarca el entorno en que se estructura el sistema, tales como, acceso a la tierra, mano de obra en la unidad de producción, destino de ésta, grado de monetización de los insumos, dependencia, tipos de productos, dependencia de las actividades extraprediales. De acuerdo con su estudio, el estado socioeconómico del sistema a corto plazo, lo sintetiza la variable ingreso familiar y no la ganancia; de esta forma se cuantifican variable significativas, teniendo en cuenta también la eficiencia técnico económica del sistema de producción familiar. Para ello se evalúa primero, el ingreso tanto monetario como no monetario y segundo la eficiencia del sistema productivo en términos de generar un excedente económico independiente de quien lo apropie.

La artesanía es una actividad que surge a partir de las condiciones de vida precaria de los artesanos y la satisfacción de necesidades cotidianas inmediatas; condiciones que explican que cada método de producción provenga de una adaptación a lo que el ambiente oferta. Las técnicas y procesos de esta producción artesanal obedecen a las circunstancias, materiales y condiciones geográficas que permiten la construcción de un producto por lo general de carácter utilitario, en el afán de satisfacer una necesidad. No siempre ésta artesanía lleva impreso el carácter estético que el comprador valore; así lo entiende Cerrutti y lo expresa cuando afirma que “la evolución espiritual lleva al arte a una permanente búsqueda de nuevas formas y nuevos caminos” (Cerrutti, s.f:19); (citado por Negrete) y añade que la competencia y la búsqueda del mercado comprador, originan una constante superación tanto en los diseños como en la elaboración, dando como saldo, más y mejores objetos al servicio de la humanidad. Aumento de la demanda de los productos artesanales, sobre todo en aquellos en que se manifiesta una típica caracterización regional y el sello particular de su autor o realizador individual”.

➤ Cadena de valor

En este, como en otros temas económicos, no existe una definición única; sin que signifique contradicción en las mismas, su diferencia se establece en función de quién o qué institución la define, lo cual hace que se ponga de relieve algún aspecto.

Los conceptos cadena productiva y cadena de valor en muchos casos se usan indistintamente; el concepto cadena de valor —categoría en construcción que ha sido alimentada por el debate y el aporte de diversos autores a lo largo de varios años— describe un conjunto de actividades requeridas para llevar un producto o servicio desde que éste es concebido, pasando por diferentes fases de producción, hasta la entrega al consumidor final y su disposición después de su uso.

La cadena de valor en su versión simple incluye varias fases, unas ubicadas hacia atrás de la producción: diseño (imagen, concepción) y otras hacia adelante: venta, consumo y reciclaje. En cada eslabón se establecen relaciones que, en dependencia de su nivel de articulación y funcionamiento, hacen que un grupo de actores y actrices en un eslabón tenga más o menos incidencia directa en los otros

eslabones de la cadena. Cada eslabón funciona como un mecanismo interactivo de doble vía (Flores & Lindo, 2006), citado por (Gamboa & López , 2008).

La función del diseño es influir y recibir señales de otras fases para mejorar un producto o servicio. El concepto se refiere al eslabonamiento horizontal y vertical de alianzas estratégicas entre varias empresas independientes dentro de una categoría de productos o servicios. Se trata de competitividad sistémica y no de competitividad entre empresas. La etapa de las empresas actuando como islas debe ser superada. La eficiencia en la producción es solo una condición más, no la única ni la más importante para lograr el éxito en el mercado. Se quiere pensar en interdependencia de los actores y actoras locales y externos, esto es capital social.

La apertura de mercados significa una caída de barreras al flujo de la información, de ideas, de factores, de capital y capacidad laboral, tecnologías y productos, lo que permite ubicar a los actores y las actoras como ganadores/as o como perdedores o perdedoras, así como identificar las barreras que enfrentan los actores y actoras, particularmente los más vulnerables, en este caso las pequeñas unidades de producción, productoras/es o microempresarias/os en los diferentes eslabones de la cadena (Flores & Lindo, 2006).

Finalmente, la cadena de valor está definida como una red estratégica de actores independientes de una determinada cadena. Esta red se basa en la disposición de los actores a colaborar para identificar objetivos, metas y estrategias conjuntas, compartir riesgos y beneficios e invertir tiempo, energía y recursos en mantener estrechas relaciones comerciales (Flores & Lindo, 2006).

➤ Proceso estratégico

Según (David, 2003), la dirección estratégica o administración estratégica, se define como el arte y la ciencia de formular y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos”, siendo utilizada también como sinónimo de planeación estratégica El autor afirma que el proceso de dirección estratégica es un enfoque sistemático, lógico y objetivo, para la toma de decisiones, en la cual la intuición y el análisis son piezas fundamentales; la intuición sobre todo es

útil en etapas de mucha incertidumbre, mientras que el análisis es necesario para elegir con juicio las mejores opciones dentro de varias propuestas.

El autor recalca que el pensamiento analítico debe complementarse con el pensamiento intuitivo para lograr la decisión correcta.

(D'Alessio , 2006), define la administración estratégica como el proceso mediante el cual las organizaciones se formulan objetivos a seguir; siendo las estrategias los medios o el camino para alcanzar dichos objetivos. Las estrategias son a largo plazo y dependen mucho del sector en el que se encuentran; no hay estrategias que se puedan implementar en el corto plazo.

Según David, F. (2003), las etapas del proceso de dirección estratégica son tres: la formulación de la estrategia, su implantación y finalmente su evaluación.

a. Formulación de la estrategia

En ella se define cual es la situación actual del negocio en el que se desea actuar, y se propone una serie de estrategias alternativas y la elección de las estrategias específicas a seguir.

b. Implantación de la estrategia

El objetivo principal de esta etapa es movilizar a todo el personal, incluyendo trabajadores y gerentes, para poner en acción las estrategias propuestas.

c. Evaluación de la estrategia

En esta etapa los gerentes determinan, a través de la evaluación detallada de los resultados, cuáles de las estrategias propuestas funcionan o no. Como menciona el autor, la evaluación de la estrategia es necesaria debido a que el éxito de hoy no asegura el éxito de mañana.

➤ Modelo secuencial del proceso estratégico

El modelo secuencial del proceso estratégico, propuesto por (D'Alessio , 2006), considera que el objetivo principal del proceso estratégico es llevar a una empresa o a un sector de una situación inicial (deficiente) a una situación final (ideal), mediante la implementación de estrategias previamente analizadas (ver figura).

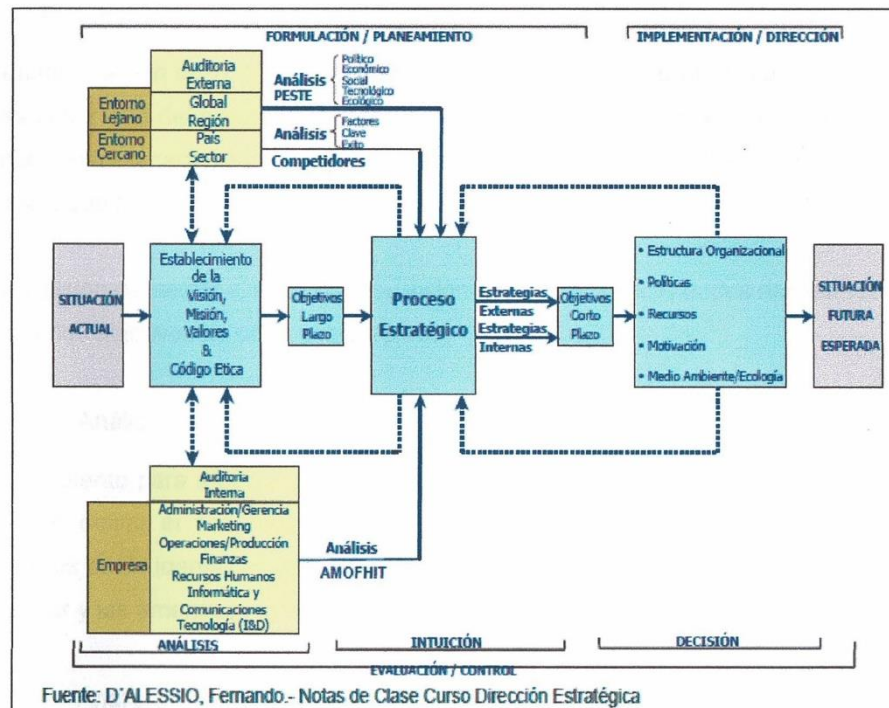


Figura 17. Modelo secuencial del proceso estratégico

- La Visión

La visión de un sector es describir lo que queremos llegar a ser, es el futuro visto en forma ambiciosa, convincente y realista, produciendo un impulso esencial al proceso estratégico. La visión debe ser clara y comprensible; de conocimiento general por toda la industria relacionada.

La visión debe estar sustentada en una filosofía bien cimentada, un claro conocimiento del sector que permita la planificación de estrategias y acciones que logren los resultados esperados y con proyección a futuro. El propósito es que se reconozca al sector textil exportador del Perú como líder a nivel mundial en la confección de prendas de vestir con alto valor agregado

- La Misión

La formulación de la misión es describir lo que es el sector en sí y lo que aspira a ser, es el por qué del sector, su finalidad. La formulación de la misión debe definir los vínculos entre la organización y los clientes, proveedores, empleados, comunidad, accionistas, gobierno, medio ambiente y otros (stakeholders).

La misión del sector alineada con su visión describirá las actividades necesarias para lograr los objetivos de corto y largo plazo.

- Análisis del entorno

El sustento para efectuar un análisis del entorno o auditoria externa al sector es el poder definir el conjunto de factores o fuerzas externas con las que ella interactúa, es decir, identificar correctamente las oportunidades que tiene la industria para mejorar y las amenazas que deberá evitar (D'Alessio , 2004) pg35.

- Análisis del sector externo (PESTE)

Las tendencias y acontecimientos del exterior afectan significativamente a todos los sectores y organizaciones del mundo. En el análisis PESTE se enuncian los hechos relevantes del entorno en el cuál el sector desarrolla sus actividades. Las fuerzas externas consideradas en este análisis son: Las fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ecológicas.

- Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

El modelo de análisis de la competencia de las cinco fuerzas de Porter (Grafico) es utilizado por muchas industrias como instrumento para la elaboración de estrategias tomando en cuenta el entorno externo.

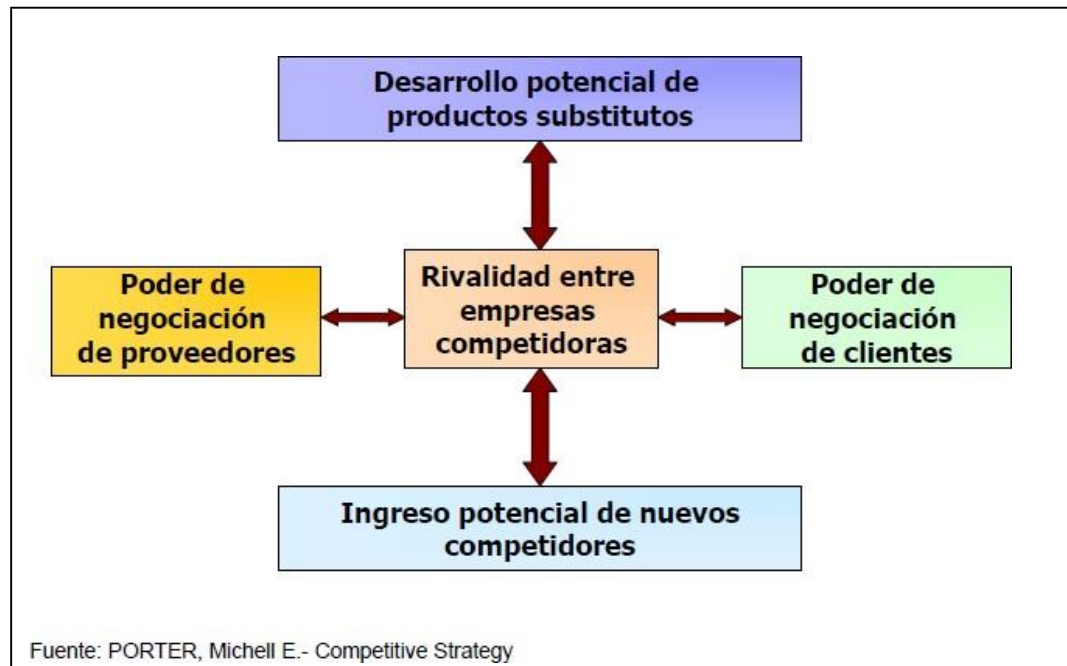


Figura 18. Desarrollo potencial de productos substituidos

Según Porter, se puede decir que la naturaleza de la competencia de una industria dada está compuesta por las siguientes fuerzas:

- ✓ Rivalidad entre los Competidores
- ✓ Desarrollo potencial de productos substitutos
- ✓ Poder de negociación de proveedores
- ✓ Ingreso potencial de nuevos competidores
- ✓ Poder de negociación de clientes
- ✓ Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores
- ✓ Presión ejercida por el desarrollo de Productos sustitutos

- Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)

La matriz EFE permite analizar oportunidades y amenazas del sector, bajo una ponderación y calificación de acuerdo al entorno en el que se desarrolla.

- Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

La Matriz MPC permite identificar a los principales competidores del sector y comparar sus factores de éxito (participación de mercado, posición financiera, calidad del producto, lealtad del cliente, etc.) con respecto a la competencia.

- Análisis Interno

El efectuar el análisis interno de un sector permite identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades, con la finalidad de poder sustentar cualquier decisión estratégica futura.

- Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

La Matriz EFI permite evaluar las fortalezas y debilidades del sector de acuerdo a una ponderación y calificación propia conforme a la industria.

- Elección de Estrategias

Se efectúa un análisis de las estrategias administrativas que se utilizan en la actualidad, con ello se logra perfilar el plan estratégico que se propone para el sector, se utiliza para ello las siguientes matrices.

- Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

La Matriz FODA permite desarrollar estrategias para el sector a partir de la interrelación entre sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Producto de su elaboración podemos encontrar cuatro grupos de estrategias: Estrategias FO: Estrategias para utilizar nuestras fortalezas en aprovechar las oportunidades.

Estrategias FA: Estrategias para utilizar nuestras fortalezas en evitar las amenazas.

Estrategias DO: Estrategias para superar las debilidades aprovechando las oportunidades.

Estrategias DA: Estrategias para reducir las debilidades y evitar las amenazas.

- Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)

La matriz PEYEA permite determinar si la estrategia del sector analizado debe ser agresiva, conservadora, defensiva o competitiva, buscando la más adecuada en

función a factores internos (fuerza financiera y ventaja competitiva) y factores externos (estabilidad de la industria y la fuerza de la industria).

- Matriz Interna – Externa (IE)

En base a la información de las matrices EFE y EFI, la Matriz IE permite ubicar la postura estratégica más adecuada para el sector, pudiendo ser:

- Crecer y construir.
- Retener y mantener.
- Cosechar o desinvertir.
- Matriz de la Gran Estrategia

Mediante la evaluación efectuada a partir de la posición competitiva y el crecimiento del mercado, la matriz de la Gran Estrategia permite identificar estrategias alternativas genéricas para el sector analizado, como son: Desarrollo de mercados, desarrollo de productos, diversificación, desinversión o liquidación.

- Matriz Cuantitativa de Planeamiento Estratégico (MCPE)

Mediante la Matriz MCPE se busca determinar si las estrategias propuestas por la Matriz FODA, están alineadas y son coherentes con las posiciones estratégicas sugeridas en el desarrollo de las matrices PEYEA, IE y Gran Estrategia (D'Alessio , 2004).

B. La Artesanía Textil

Definición.

El trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial (Garrido, 2013).

Con el objeto de definir a la artesanía y distinguirla de la industria, Eutimio Tovar Rodríguez en "La artesanía su importancia económica y social"¹ ha propuesto como definición de artesanía "toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios" y por lo tanto ha definido industria como "toda técnica mecánica aplicada, para producir socialmente, bienes y servicios" (Garrido, 2013).

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es también importante.

También quedan algunos artesanos que se dedican a los llamados «oficios tradicionales», pero cada vez son menos.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo coste, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad.

Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Características

Una de las herencias más valiosas dejadas por los pueblos que habitaron Los Andes, es sin lugar a dudas, la textil. Encontramos a lo largo y ancho del país hermosas expresiones de este arte.

En el Altiplano, en particular, se desarrollaron técnicas de tejido y de color que sobresalen por su calidad.

Cada pueblo imprimió sus características en lo que hacía, prueba de ello es que hasta hoy podemos distinguir la procedencia de un poblador por alguna de las prendas que lleva puesta. Esto particularmente es notorio en las piezas de colección que La Casa del Corregidor, con el valioso aporte de Rubén Colquehuanca, se complace en presentar a ustedes. La faja (chumpi en quechua y waq'a, en aymará) existe desde siempre entre nuestros pueblos y han sido usadas por mujeres, hombres, niños y aún hoy podemos admirarlas aunque lamentablemente cada vez menos porque la vida actual, deja mucho menos tiempo y condiciones como para seguir produciéndola y los signos de los tiempos nos uniformizan. Está en nosotros permitirlo o seguir manteniendo nuestras particularidades (Manosperuanas, 2009).

Proceso productivo

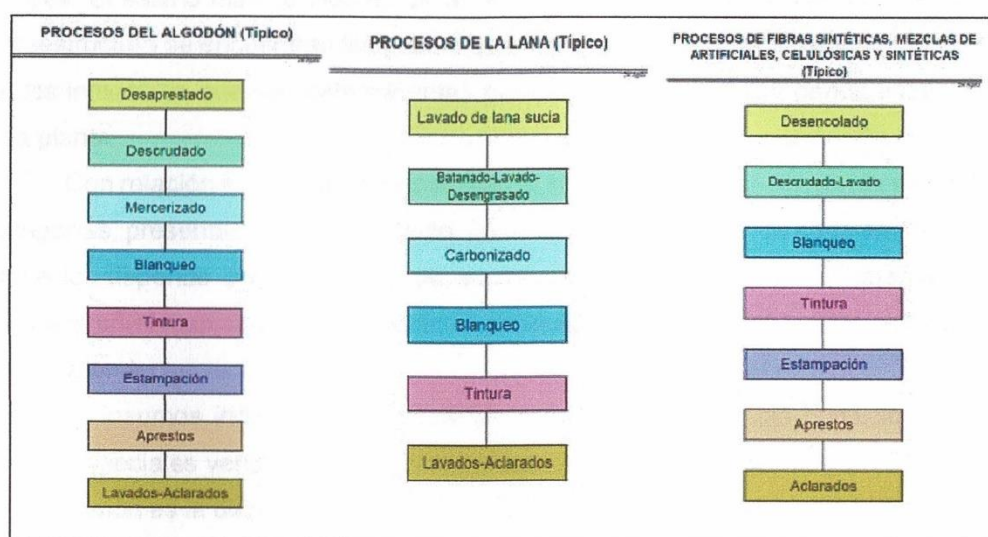


Figura 19. Proceso productivo de las artesanías

Costos de producción

PRINCIPALES COSTES DE LA INVERSIÓN EN EL SECTOR

Los principales costes para la inversión en el sector son de tres tipos: insumos directos para la producción, mano de obra, y costos logísticos y de infraestructura.

Dentro del primer grupo, destaca el valor del algodón. La ventaja que tiene Perú en este aspecto esté determinada por la disponibilidad de materias primas textiles diferenciadas y de mayor calidad. Éste es el caso del algodón pima peruano, que cuenta con una fibra extra larga y un brillo natural intenso, fibra que es mundialmente apreciada. También es el caso de los pelos finos de alpaca, que vienen despertando creciente atención en el mundo entero. Como se sabe, la alpaca, y en mayor medida la vicuña, se caracterizan por su suavidad y su capacidad térmica para prendas bastante livianas. Gracias a esta ventaja, Perú ha podido implementar recientemente una estrategia orientada a llegar a segmentos de consumidores de altos ingresos, al formar parte de la cadena productiva de las marcas más importantes de confecciones del mundo (ProChile, 2010).

Dentro del segundo grupo, se encuentra la remuneración de la mano de obra. En comparación con las economías desarrolladas, las remuneraciones en Perú son bastante bajas. El salario mínimo vital es el que predomina para los empleados del sector, aun cuando existe diferenciación en trabajadores más experimentados y hábiles. El salario mínimo vital es de S/. 460 (US\$ 142 y 108). Entre los costes de infraestructura se encuentran los gastos de transporte, los servicios básicos y el coste

de los inmuebles que son determinantes para la elección del lugar donde establecer una planta.

Con relación a las cifras, los costos en el sector textil se pueden dividir en cuatro categorías, presentadas a continuación. La mezcla de productos de cada empresa en el sector depende principalmente de su mercado objetivo, de su estrategia para competir en el mercado (precio, cantidad, calidad) y, por supuesto, de los nichos que quiera atender:

a) Insumos indispensables para la producción. Una de las condiciones que otorga especiales ventajas a Perú como plaza para desarrollar la industria textil y de la confección es la disponibilidad de fibras de calidad mundial, tales como el valorado algodón pima peruano, de fibra extra larga y brillo natural intenso; o los pelos finos de alpaca y vicuña, que cada vez ganan más reconocimiento a nivel mundial. El uso de fibras finas, sin embargo, debe formar parte de una estrategia de alto valor añadido, para poder competir con éxito en el mercado. Por ejemplo, el coste de la tela acabada de punto con algodón de fibra extra larga asciende hasta US\$12 por kilogramo, cifra que triplica el precio de tela en algodones de fibra corta. Este precio, no obstante, es competitivo frente a algodones de fibra larga norteamericanos o egipcios. Este precio permite atender pedidos de hasta US\$9 por prenda. En términos de exportaciones, con algodón pima se estima que se exportan a US\$27 por kilogramo. Si se desea exportar prendas de menor coste, una alternativa es el algodón tangüis. Este tipo de algodón de fibra larga tiene como ventaja permitir un buen teñido y tener una buena calidad al tacto de la tela. Se utiliza para prendas de precios intermedios, entre US \$4,5 y US\$6 por prenda como promedio. Las exportaciones por kilogramo con este tipo de algodón fluctúan entre los US\$18 y US\$20.

La ventaja de exportar con este tipo de fibra es que se puede acceder a mercados de precios intermedios pero más amplios. Si se desea, atender el mercado interno, dada la capacidad de consumo, se utilizan preferentemente algodón importado. En efecto, aproximadamente la mitad del consumo de algodón en Perú es de origen importado.

Exportar este tipo de fibra es poco viable, dados los altos costes de los servicios de teñido.

Sin embargo, la opción de combinar algodón tangüis con algodón de menor precio ya ha permitido a algunas empresas exportar grandes volúmenes, de calidad aceptable y a precios muy competitivos.

b) Mano de obra. Perú ofrece al inversor extranjero la posibilidad de contratar mano de obra de bajo coste. El coste del trabajo por hora de un trabajador con bajo nivel de calificación es de aproximadamente US\$0,71, cifra que resulta baja en

comparación con Chile (US\$0,84) y Ecuador (US\$1,02). Sin embargo, es importante destacar que algunos operarios confeccionistas con más experiencia y más horas de trabajo cobran en función de su productividad. Según el INEI, al IV Trimestre de 2003, los salarios promedio mensuales de algunos puestos claves en una empresa del sector de la confección fueron de S/.590.8 para un operario de costura, S/.521.2 para un remallador, S/.100.9 para un mecánico textil, S/.3045.6 para un jefe de planta, entre otros.

c) Infraestructura básica y necesaria para la producción. El coste medio del espacio industrial en Perú se sitúa ligeramente por encima del promedio de América Latina, todavía por debajo del nivel registrado por ciudades como Bogotá o Quito, que son consideradas como las más económicas en la región. Para tener una idea de magnitudes, según diversas estimaciones y dependiendo de la ubicación, la calidad de la infraestructura y los diferentes servicios instalados, los costes de alquiler pueden fluctuar entre US\$1,5 y US\$2,5 por m². De otro lado, en cuanto a los costes logísticos, operan en los puertos peruanos grandes compañías navieras (APL, Columbus Lines, CSAV, Maersk Sealand, entre otros), lo que ha permitido el acceso a servicios y precios competitivos.

Para tener una idea de los costes del flete marítimo, se presenta un ejemplo. Para el trayecto Callao – Miami o Callao – Nueva York, por un contenedor de 20' estándar, el flete marítimo asciende a US\$2.300.

Adicionalmente, deben abonarse US\$255 por concepto de BAF, handling charge, security surcharge y conocimiento de embarque marítimo. La realidad de los puertos peruanos; sin embargo, no puede obviarse, pues aún existe mucho por superar problemas de competitividad en importantes puertos del país, para lo cual se requiere la participación activa del sector privado. Para el caso del transporte aéreo, el flete por kilogramo varía dependiendo del peso (US\$5,74 entre 0 y 45 por kg.; US\$4,21 entre 46 y 100 kg; y US\$1,21 en adelante). A ello hay que añadir un flete mínimo de US\$73,5 y cargos por uso de aeropuerto (US\$0,037 por kg.), fuel surcharge (US\$0,35 por kg.), security surcharge (US\$0,05 por kg.) y guía aérea (US\$35).

Tabla 2. Determinación de la cantidad de producción

Detalle	DETERMINACION DE LA CANTIDAD DE PRODUCCIÓN																						
	Productos Modernos																						
	BOLSOS								COJINES						TAPICES				ALFOMBRA				
MEDIDAS	21*26 cm		28*32 cm		32*35 cm		30*40 cm		35*40 cm		41*41 cm		46*46 cm		56.5*56.5 cm		90*60 cm		1.20*0.9 mts.		1.20*1.70 mts.		
DISEÑOS	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	Con	Sin	
H/Hombres	5.00	3.00	7.00	4.00	7.45	4.30	8.30	4.30	9.00	4.40	8.00	4.00	8.40	4.20	10.00	4.45	18.00	9.00	36.00	18.00	45.00	25.00	
Días - Mes	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	
H/promedio/día	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	2.304	2.304	2.304	2.3	2.304	2.304	2.304	2.3	
Total H/mes	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	59.9	
Nº - Hogares	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	
Nº - Artes/hogar	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
B1% - Tot. Artes	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	
Tot. H/mes/trab.	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	3688	
Tot Us/mes	738	1229	527	922	495	858	444	858	410	838	461	922	439	878	368.8	828.7	204.9	410	102.4	204.9	81.95	148	
% - D/produto	40%	4%	30%	4%	10%	1%	5%	0.5%	5%	0.5%	25%	5%	45%	5%	15%	5%	40%	10%	40%	10%	60%	40%	
Tot. Us. c/Pdto	295	49.2	158	36.9	49.5	8.58	22.2	4.29	20.5	4.19	115	46.1	198	43.9	55.32	41.43	81.95	41	40.97	20.49	40.17	59	
% Dmda tipo	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	9%	9%	9%	9%	1%	1%	
T. Us./Producir	148	25	79	18	25	4	11	2	10	2	46	18	79	18	22	17	7	4	4	2	0	1	
T.Us/Prd/Pdto										324							200				17		
TOTAL PRODUCTOS MODERNOS CONFECCIONADOS																						542	

Factores de Producción

Factores que determinaron el éxito o el fracaso Estrategia nacional en torno al comercio internacional como pilar fundamental de la estrategia de desarrollo del país:

La definición del comercio como elemento fundamental de la estrategia nacional de desarrollo de país generó condiciones favorables para que se busque fomentar un

carácter emprendedor y con miras a mercados internacionales en poblaciones desfavorecidas.

Esta situación también influencia positivamente en la atracción de fondos de cooperación de socios bilaterales y multilaterales para la aplicación de este tipo de iniciativas.

Rol de alianzas público privadas:

Los logros obtenidos en cuanto a equidad de género, crecimiento empresarial, mejoramiento de la calidad de vida, y fortalecimiento de las capacidades comerciales entre otros resultados, ha sido posible debido a factores como la articulación y alianzas entre los participantes, la sociedad civil, el estado peruano, los organismos ejecutores, cooperantes y del sector privado.

Entorno favorable a artesanías:

Otro factor determinante fue el entorno socio económico del país a través de las condiciones del mercado, incluyendo el proceso de apertura comercial y de negociaciones comerciales, que permitieron la promoción y desarrollo de la oferta de

estos productos. Asimismo, el aumento del turismo nacional y extranjero incidió en la demanda del sector artesanal.

Empoderamiento de la mujer:

Las artesanas que conforman estas asociaciones asumieron la decisión de superar las limitaciones y desplegar sus potencialidades uniendo esfuerzos para tener competitividad (Turismo, 2011) pg. 8

El empoderamiento de la mujer en las zonas rurales del país ha sido un

C.- El sector artesanal textil en el Perú

C.1. Principales regiones productoras de artesanía textil



Figura 20. Principales regiones productoras de artesanía textil

Artesanía de Cajamarca

La producción artesanal en Cajamarca está referida principalmente a la confección de tejidos en lana de ovino (telar, callua o «telar a cintura», crochet, pallillos), tejidos en fibra vegetal (paja palma, paja toquilla, mimbre, matara, etc.), trabajos en cuero, cerámica y tallado en madera (Kaxashanditextil, 2012).

Muestra de la gran actividad textil artesanal son los ponchos, mantas, frazadas, alfombras y tapices.

Son reconocidos también los sombreros de Celendin, elaborados en paja macora, conocida también como palma y que son exhibidos en las fiestas patronales de la región.

El arte popular es uno de los elementos que caracteriza la región o ciudad. Los artesanos cajamarquinos muestran su reconocida calidad en la confección de sus

trabajos utilizando técnicas ancestrales, insumos de la zona y en algunos casos la innovación.

Cajamarca cuenta con diferentes líneas artesanales como:

- Textilería en lana de ovinos (telar, callua o «telar a cintura», crochet, pallillos)
- Telar a pedal
- Cerámica
- Fibra vegetal (paja palma, paja toquilla, mimbre, matara, etc.)
- Talla en piedra, Cuero y madera
- Espejos cajamarquinos y máscaras.
- Sombreros de Celendin (elaborados en paja macora)
- Ponchos

Artesanía de Ayacucho

Asociación de artesanos en tejido en telar San José – Santa Ana

La AATTSJSA se creó el año 2001 por iniciativa de los artesanos del sector San José del barrio Santa Ana, los cuales decidieron unirse para organizar la comercialización de sus productos, con el fin de impulsar el desarrollo del sector y mejorar sus condiciones de vida.

Hoy en día, la AATTSJSA ha logrado unir a los grandes maestros, amautas y talentos artistas populares de la ciudad de Ayacucho. Con el trabajo constante de apoyo que desarrolla el museo de arte textil Ayacucho.

La AATTSJSA, desarrolla productos tales como alfombras en diferentes alturas de pelo, grosores y medidas, también se producen cojines, accesorios de vestir, bolsos, carteras, centro de mesa, pie de cama y tapices murales usando diseños prehispánicos, tradicionales y contemporáneos. Con materiales como alpaca oveja y algodón y teñidos con tintes naturales y químicos. Con el cual viene logrando entrar en el mercado competitivo (Private, 2008).

Artesanía textil de Puno

Unos tres mil artesanos puneños agrupados en 280 pequeñas y medianas empresas (pymes) se benefician con el proyecto tecnológico de la información y la comunicación “Pro Art Puno”, el cual les ha permitido exportar prendas de alta costura elaboradas con fibra de alpaca a países como Estados Unidos, Japón y Nueva Zelanda.

Así lo informó Nadiuska García Ruiz, coordinadora de proyectos de la ONG Entorno, quien señaló que en los dos últimos años los artesanos puneños lograron concretar ventas por más de cuatro millones de nuevos soles gracias a la tecnología.

“En realidad trabajamos con las pymes de artesanos textiles de Puno desde hace cuatro años fortaleciendo la oferta a partir de capacitaciones, asistencia técnica, innovación, tecnología y pasantías, con el objetivo que los servicios y productos que proporcionan sean de la calidad exigida”, señaló en diálogo con la agencia Andina.

Refirió que han trabajado un proceso de articulación y promoción comercial, así como el tema de las alianzas estratégicas con instituciones que agrupan a empresas exportadoras como la Asociación de Exportadores (Adex) y el Instituto Peruano de Artesanía (Inpar).

“Actualmente, existe una relación comercial permanente entre las 280 pymes textiles que trabajan la fibra de alpaca de la región altiplánica con 21 empresas exportadoras, lo cual beneficia a unos tres mil artesanos”, precisó.

García Ruiz explicó que a partir de esta experiencia el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) financia el proyecto “Pro Art Puno”, que tiene un componente tecnológico que consiste en poner en Internet todo el proceso productivo.

“Pro Art Puno permite a estas 21 empresas exportadoras tomar contacto y supervisar, a través de una página web, cómo va avanzando la producción de su pedido”, añadió.

Finalmente, indicó en muchos casos las pymes se agrupan para cumplir con la demanda exigida por el mercado extranjero.

Esta experiencia de éxito fue expuesta en el III Expo Pymetic 2009 que organizó la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y el Fomin, en la cual se dieron a conocer otros 19 proyectos de tecnologías de la información y la comunicación financiados por el BID en América Latina (Losandes, 2009).

Artesanía textil de Cusco

Las comunidades indígenas locales que rodean la ciudad del Cusco han heredado el antiguo arte de tejer, junto con la habilidad y la dedicación que ello conlleva. Estos textiles datan del año 5800 A.C. y han sido encontrados con mayor frecuencia en los cementerios antiguos de las zonas costeras del Perú, donde se encontraban las civilizaciones peruanas más antiguas. Los maravillosos tejidos encontrados en las tumbas de Paracas, dan testimonio de la tremenda importancia adherida a los productos textiles durante las ceremonias de entierro. Aunque, en general la tradición de tejer era muy simbólica y significativa para esta región, hay tres razones principales por las que este arte ha alcanzado tan alto grado de excelencia y son:

En primer lugar, que el duro clima del Perú de la sierra requiere ropa de abrigo, e incluso en la costa, se necesitaba algún tipo de protección contra las nieblas frías y el frío clima de Cusco, especialmente durante los meses de junio, julio y agosto, el Invierno Andino.

En segundo lugar, los peruanos fueron los únicos nativos americanos que poseían la lana de llama, alpaca, guanaco y vicuña. No sólo esto, sino que también cosechaban el algodón en la costa, por lo tanto, poseían material abundante para crear tejidos elaborados.

Por último, en Perú los textiles fueron muy valorados en la sociedad andina, debido a la intensa cantidad de mano de obra que se tardó en producir cada una de las piezas. El proceso fue tan extenso que se ha estimado que tomaba una cantidad de 7 kilómetros (7.655 metros aproximadamente) de hilos de diferentes colores para completar una túnica. Debido a esto, en su momento, un artículo de ropa podría haber tenido un valor superior a su equivalente en oro y plata, ya que cada tipo de ropa también fue una indicación del estatus social de una persona. Es por esta razón, que en el Imperio Inca la mejor forma de homenaje y lo máspreciado fue representado con un artículo textil y en nuestros días aún se puede apreciar algunos de los textiles

originales del Perú en varios de los museos de Cusco y de otras ciudades en el Perú (Beevoz, 2014).

C.2. Principales Mercados de venta de artesanía textil.

La importancia que tiene la artesanía a nivel internacional es que genera divisas para los países, llega a mercados con alto poder adquisitivo. En la fig. 01, se observan las exportaciones de artesanía, por principales países de destino. 2005

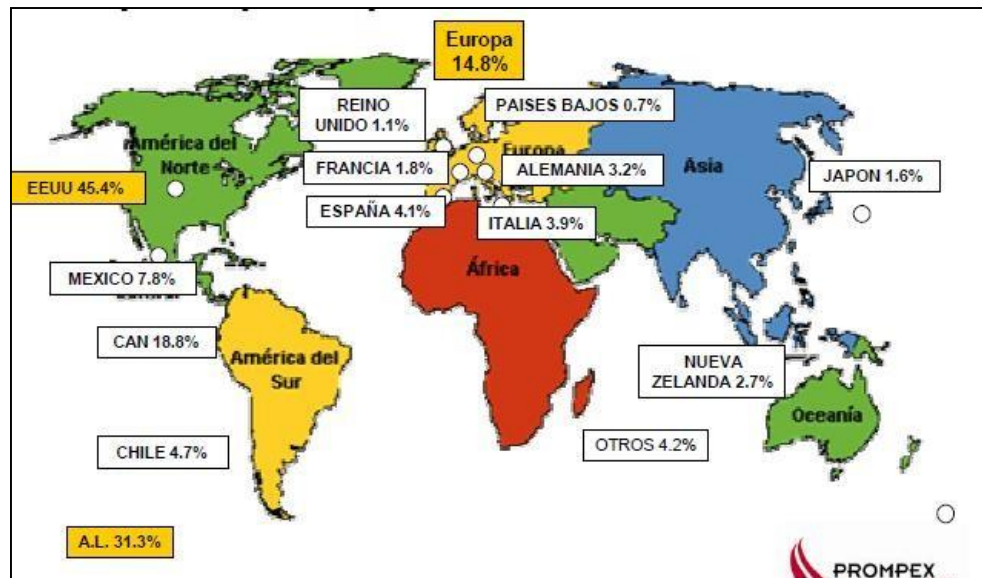


Figura 21. Principales mercados de venta de artesanía textil

C.3. El sector artesanal de Chota

La Asociación Provincial de Artesanos “WAYRAC” de Chota representa a los artesanos asociados y no asociados de la provincia de Chota, fue fundada el 30 de abril de 2010 en reunión de los artesanos de nuestra provincia, quienes eligieron su comité directivo para gestionar su legalización ante la Notaría y Registros Públicos que se cumplió el 03 de junio del mismo año.

En todas estas actividades se puede apreciar a los diversos artesanos con diversidad de productos, colores, precios y singularidades. El desarrollo de la artesanía constituye un aporte muy significativo a la economía de las familias de la región Cajamarca y de la provincia de Chota, actividad a la cual se dedica un importante sector de la población mediante el trabajo manual con amplio conocimiento y habilidad transmitido por generaciones (artesanías, 2006).

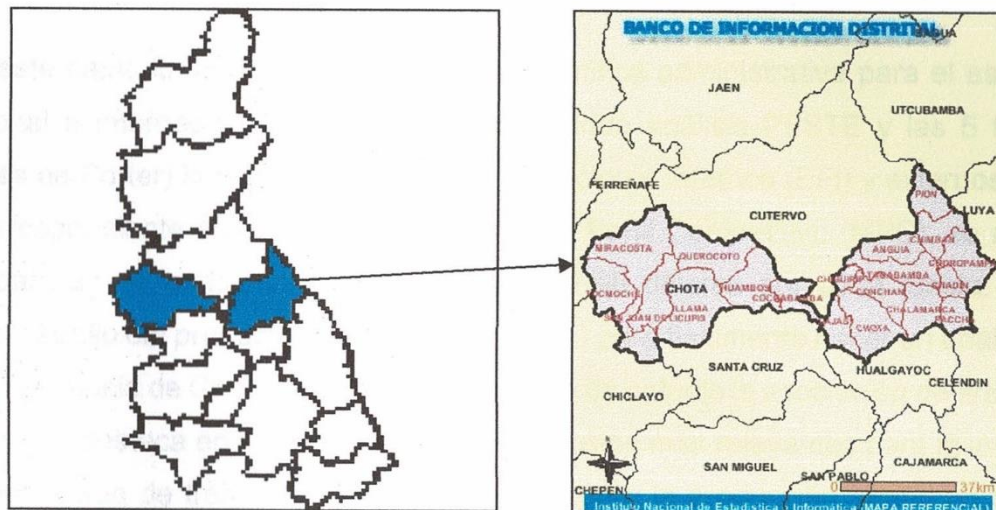


Figura 22. Ubicación de chota

En la Fig. 06. Se observa que el 12% de la población del distrito de Chota, se dedica a la actividad artesanal, constituyéndose en una de las principales actividades económicas del distrito.

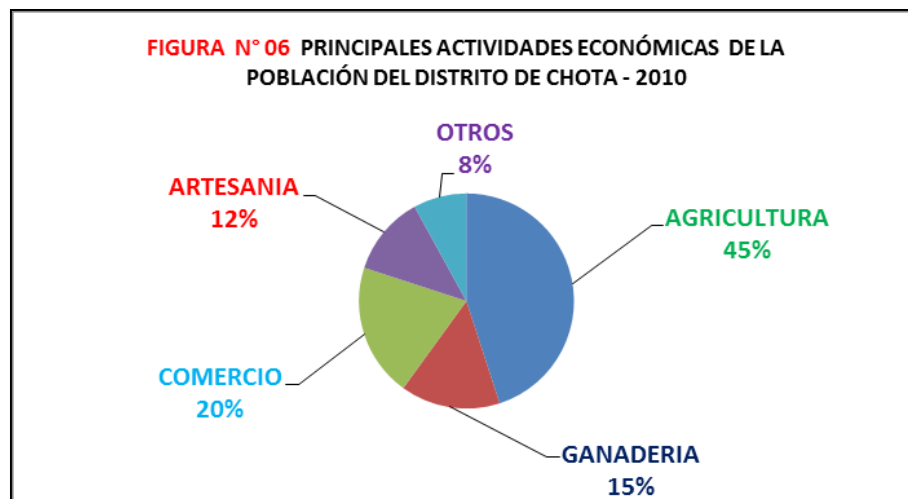


Figura 23. Ubicación de chota

Fuente: Municipalidad Provincial de Chota.

Elaboración: Municipalidad Provincial de Chota

Dentro de esta actividad se engloban una gran variedad de oficios y productos de muy diferente utilidad y fisonomía: el bordado religioso en hilos de oro o plata, sobre terciopelo, tisú, damasco y seda, el bordado y encaje en hilo, los trajes regionales, los calados, flecos y enrejado de los mantones de manila, así como los mantones de manila en sí, son magníficos referentes de la prolífica producción textil artesanal. Destacándose los tejidos en lana de ovino e industrial (Fig. 06), también desarrollan cerámica, tallado en madera, tallado en piedra, cueroplastía, bisutería, curtido de pieles, tejidos en fibra vegetal, etc.

Conclusiones Capítulo 4: Mercado

En este capítulo se ha aplicado la teoría científica administrativa para el estudio a nivel nacional e internacional del mercado (incluyendo análisis PESTE y las 5 fuerzas

competitivas de Porter) la matriz de evaluación de factores internos (EFI) y externos (EFE) para la correspondiente elaboración de la Matriz de Perfil Competitivo (MPC), se aprecia que la capacidad de consumo en promedio es de 98 dólares por cada turista. Se ha realizado el estudio del producto (fabricación y costos) para finalmente hacer un análisis del sector en la provincia de Chota, teniendo como objeto de estudio la asociación de artesanos “WAYRAC” que destaca en textilería y tallado. Los costos más relevantes para la inversión en la artesanía son de tres tipos: insumos directos para la producción, mano de obra, y costos logísticos incluyendo infraestructura. Dentro de la textilería que se produce en la zona se tiene el algodón peruano “Pima” de alta calidad y demanda en el mercado internacional, que ha hecho que Perú implemente con éxito recientemente una estrategia orientada a llegar a segmentos de consumidores de altos ingresos, al formar parte de la cadena productiva de las marcas más importantes de confecciones del mundo. Entre los costos de infraestructura están los gastos de transporte, servicios básicos y el coste de los inmuebles que son determinantes para la elección del lugar donde establecer una planta, los costes de alquiler pueden fluctuar entre US\$1,5 y US\$2,5 por m²; el flete marítimo es en promedio US\$2,300 más US\$255 por concepto de BAF, el flete aéreo es por kilogramo y es en promedio \$ 110 por kg. Las exportaciones con diferentes calidades de algodón fluctúan entre 18 a 27 dólares por kilogramo. Los principales mercados internacionales son: EEUU 45.4%, Canadá 18.8%, Europa 14.8%, México 7,8%, Chile 4.7%.

CAPITULO III: ANALISIS Y DISCUCION DE LOS RESULTADOS

3.1. Datos Socio económicos

Tabla 3. Lugar o ciudad natal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Chota	42	84,0	84,0	84,0
	Puente rojo	1	2,0	2,0	86,0
	Lajas	1	2,0	2,0	88,0
	Colpa matara	2	4,0	4,0	92,0
	Taca bamba	1	2,0	2,0	94,0
	Iraca grande	1	2,0	2,0	96,0
	Samangay	1	2,0	2,0	98,0
	Jaén	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

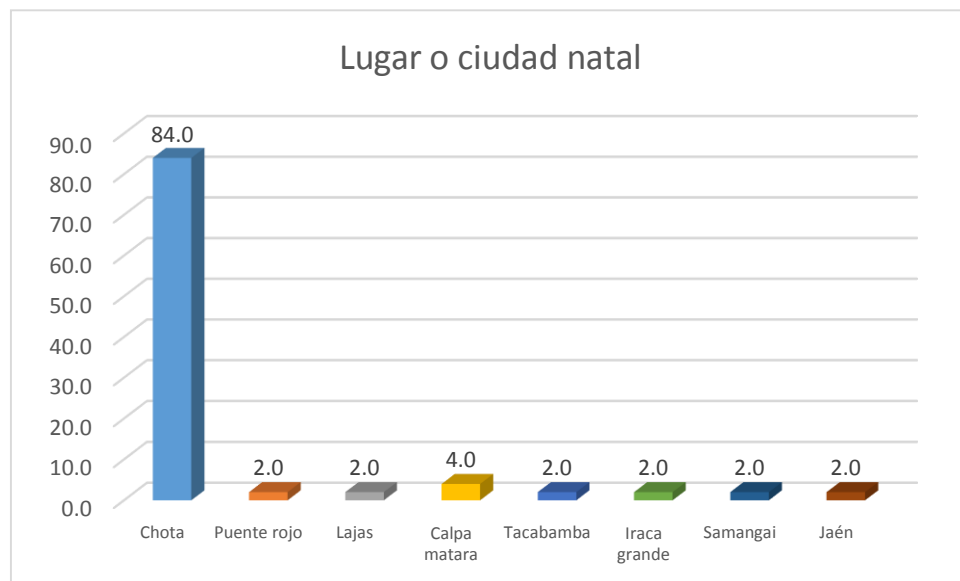


Figura 24. Lugar o ciudad natal

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, indica que la ciudad de chota tiene 84.0%, Colpa matara tiene el 4.0%, Taca bamba con el 2.0%, Iraca Grande con el 2.0, Samangay con el 2.0%, Jaén con el 2.0%.

Tabla 4. Tipo de habitante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Local	40	80,0	80,0	80,0
	Migrante	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

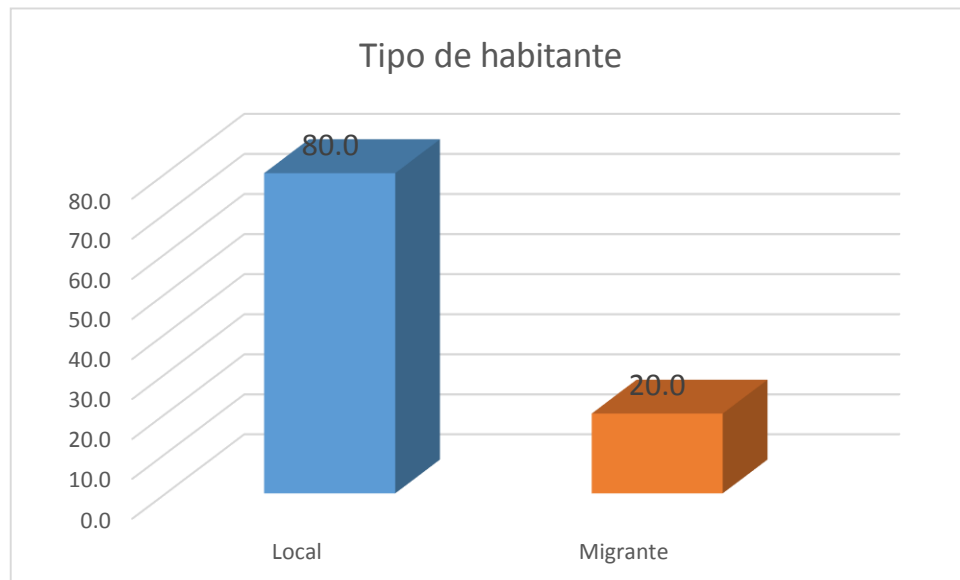


Figura 25. Tipo de habitante

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados indica que el tipo de habitante local tiene 80.0% y los migrantes tiene con el 20.0%.

Tabla 5. Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	M	2	4,0	4,0	4,0
	F	48	96,0	96,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

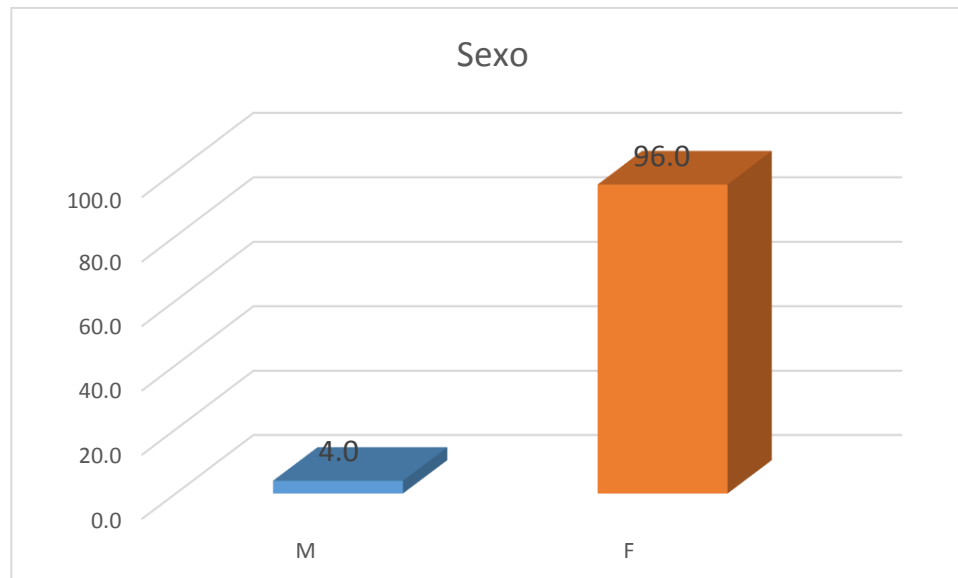


Figura 26. Sexo

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, indica que el sexo femenino tiene 96.0% y los de sexo masculino tienen el 4.0%.

Tabla 6. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-24 años	26	52,0	52,0	52,0
	25-34 años	5	10,0	10,0	62,0
	35-44 años	7	14,0	14,0	76,0
	45-54 años	6	12,0	12,0	88,0
	Más de 54 años	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

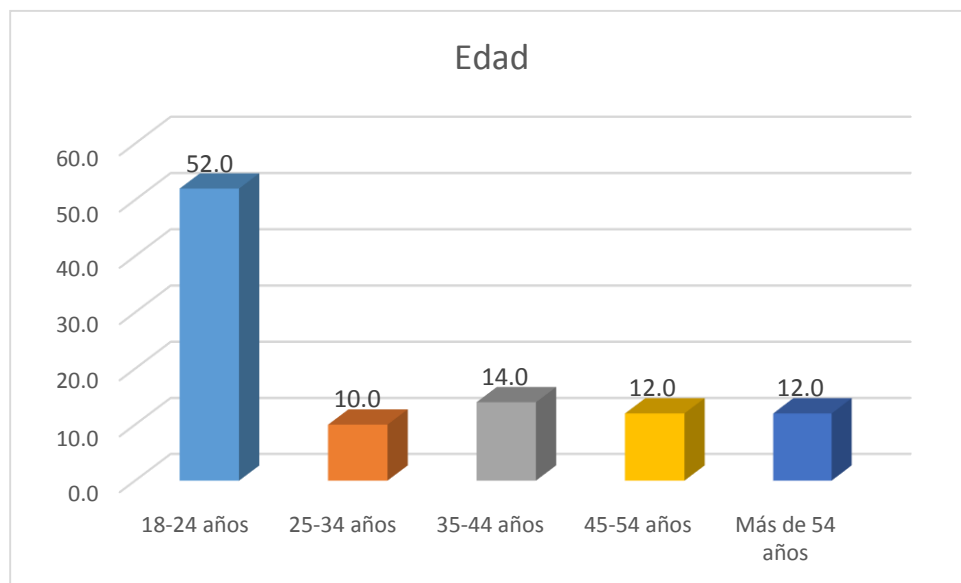


Figura 27. Edad

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, de 18-24 años tienen el 52.0%, 35-44 años con el 14.0%, 45-54 años con el 12.0% y de Mas de 54 años con el 12.0%.

Tabla 7. Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero (a)	27	54,0	54,0	54,0
	Casado (a)	20	40,0	40,0	94,0
	Viuda (o)	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

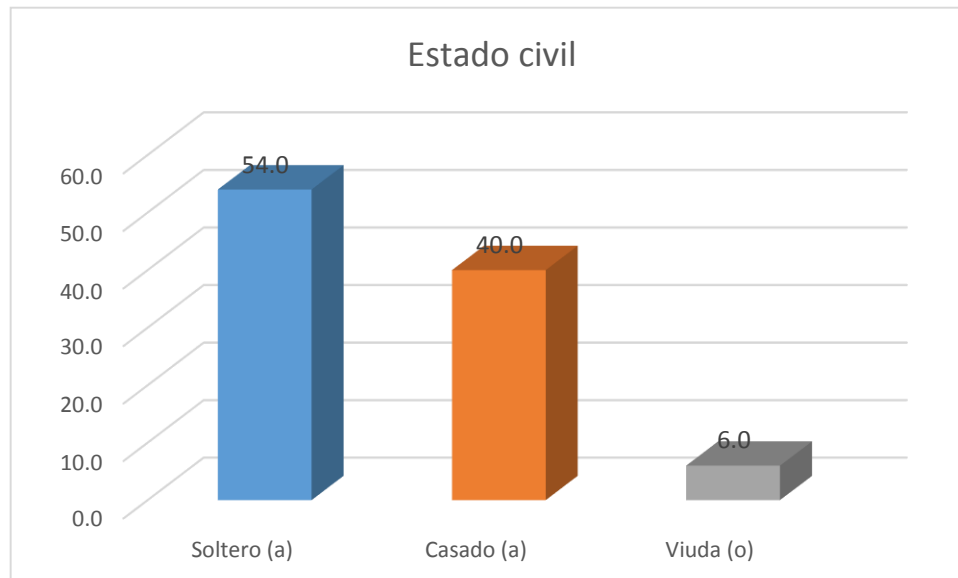


Figura 28. Estado civil

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, el estado civil de soltero(a) tiene con el 54.0%, con respecto a casada(o) con el 40.0% y viuda(o) con el 6.0%.

Tabla 8. Tipo de religión que profesa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Católica	31	62,0	62,0	62,0
	Adventista	9	18,0	18,0	80,0
	Evangélico	8	16,0	16,0	96,0
	Testigo de Jehová	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

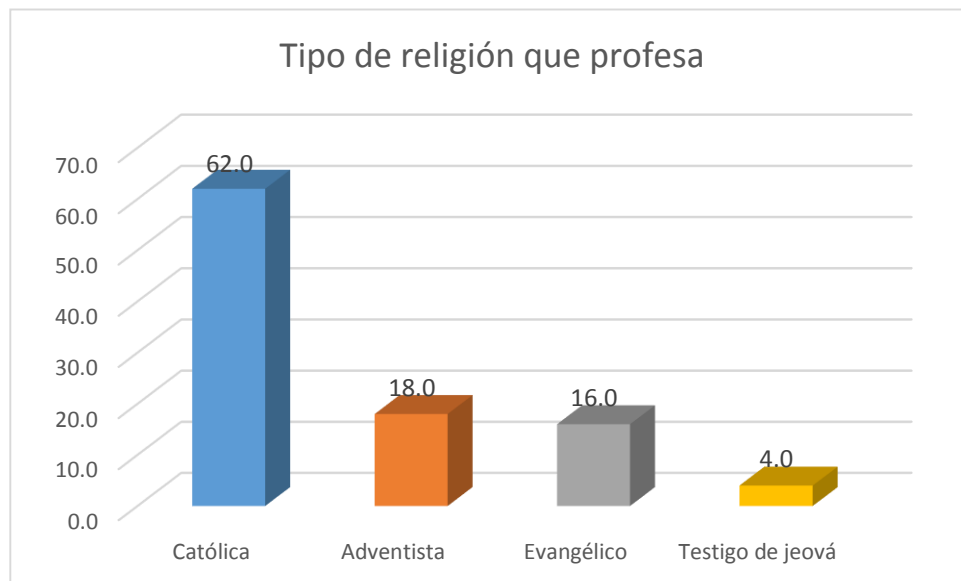


Figura 29. Tipo de religión que profesa

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, los que tienen religión que profesa católico con el 62.0%, adventista con el 18.0%, evangélico con el 16.0% y los testigos de Jehová con el 4.0%

Tabla 9. Número de hijos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-2	9	18,0	18,0	18,0
	3-5	9	18,0	18,0	36,0
	5-más	4	8,0	8,0	44,0
	No tiene	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

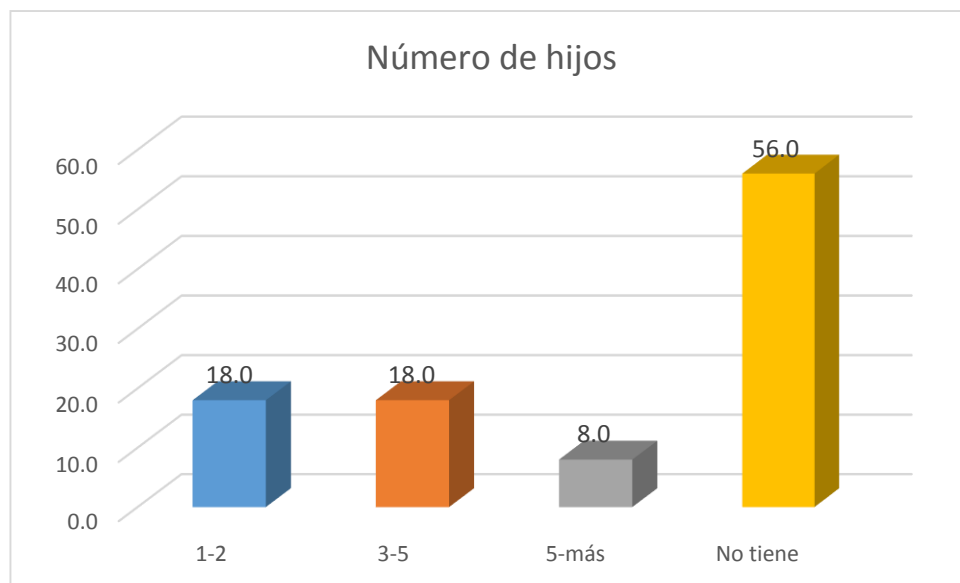


Figura 30. Número de hijos

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: del 100% de los encuestados, no tienen con el 56.0%, 1-2 con el 18.0%, 3-5 con el 18.0% y de 5-más con el 8.0%.

Tabla 10. Grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	15	30,0	30,0	30,0
	Secundaria	3	6,0	6,0	36,0
	Técnica	3	6,0	6,0	42,0
	Universitaria	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

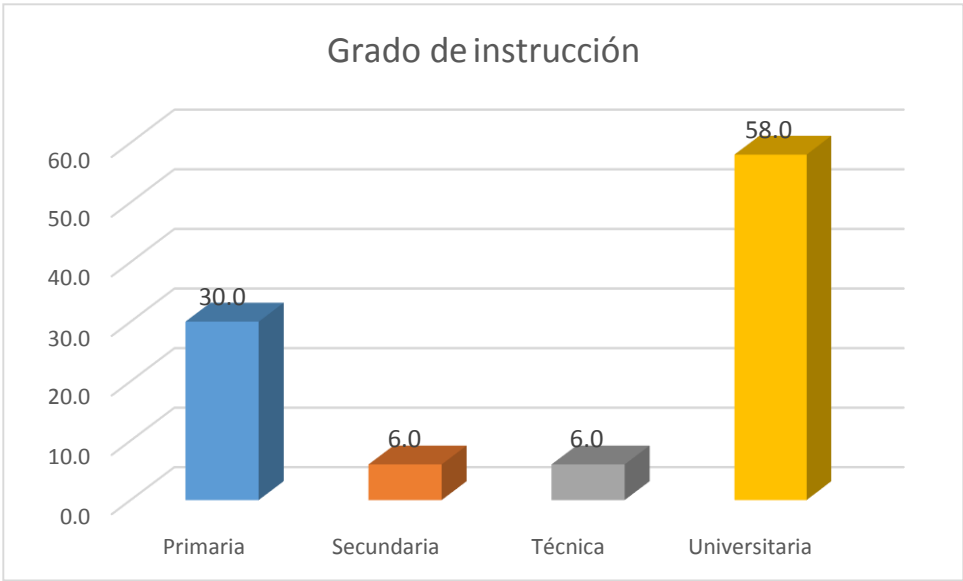


Figura 31. Grado de instrucción

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% de Grado de instrucción universitaria con el 58.0%, primaria con el 30.0%, secundaria con el 6.0% y técnica con el 6.0%.

Tabla 11. Tipo de ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	25	50,0	50,0	50,0
	Empleado	3	6,0	6,0	56,0
	Empresario	3	6,0	6,0	62,0
	Independiente	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

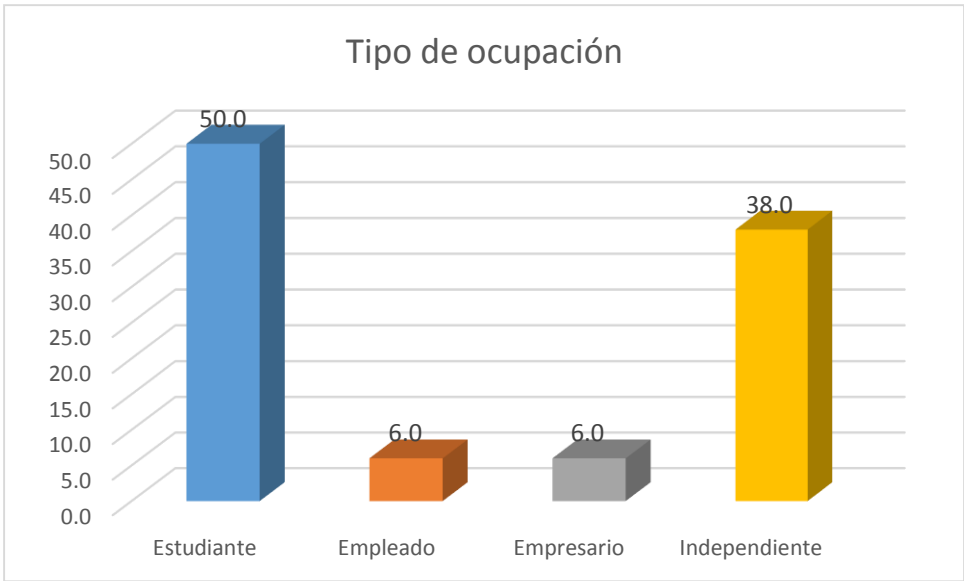


Figura 32. Tipo de ocupación

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: Según los encuestados del 100% el tipo de ocupación de los estudiante con el 50.0%, independiente con el 38.0%, empleado con el 6.0% y empresario con el 6.0%.

Tabla 12. Ingreso económico promedio mensual: Soles () Dólares ()

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1000	20	40,0	40,0	40,0
	De 1000 a 2499	4	8,0	8,0	48,0
	De 2500 a 3999	1	2,0	2,0	50,0
	Sin ingresos	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

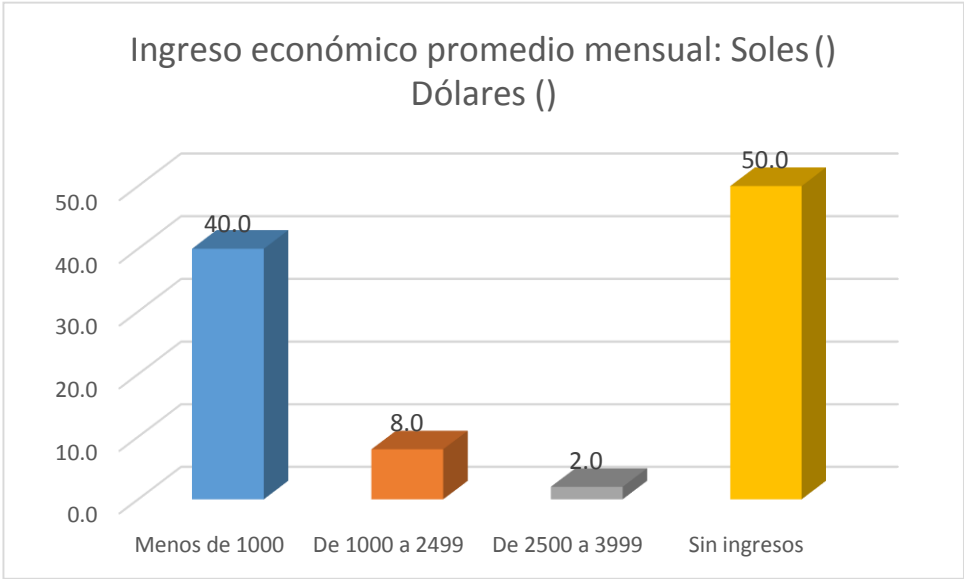


Figura 33. Ingreso económico promedio mensual: Soles () Dólares ()

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% en ingresos económicos mensuales sin ingresos con el 50.0%, menos de 1000 con el 40.0%, De 1000 a 2499 8.0% y De 2500 a 399 con el 2.0%.

Tabla 13. ¿Acostumbra comprar artesanías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	50	100,0	100,0	100,0

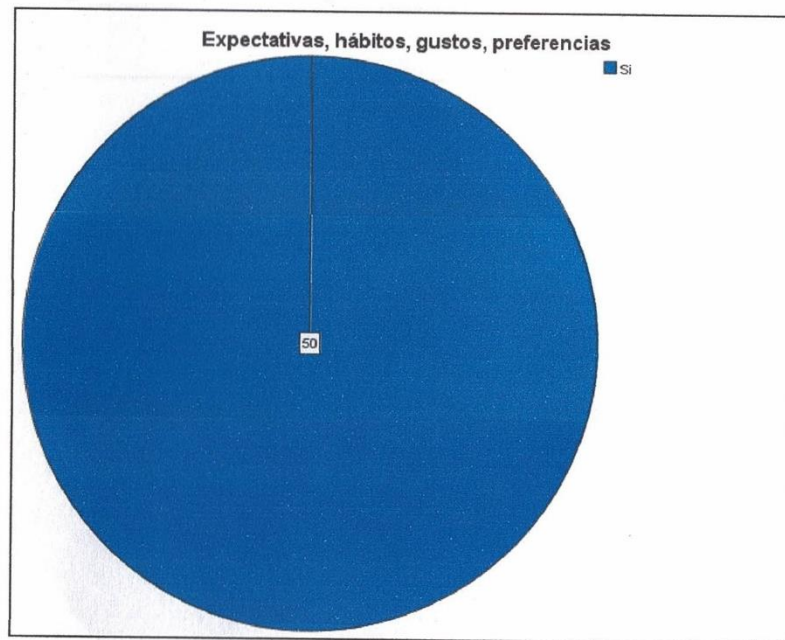


Figura 34. ¿Acostumbra comprar artesanías?

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación: Según de los encuestados del 100% de personas les gusta comprar artesanías, este indicador es muy importante para que subsistan estas empresas lugareñas, que generann muchos puestos de trabajo.

Tabla 14. Frecuencia de compra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Todas las semanas	1	2,0	2,0	2,0
	Dos veces al mes	1	2,0	2,0	4,0
	Una vez al mes	3	6,0	6,0	10,0
	Una vez al año	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

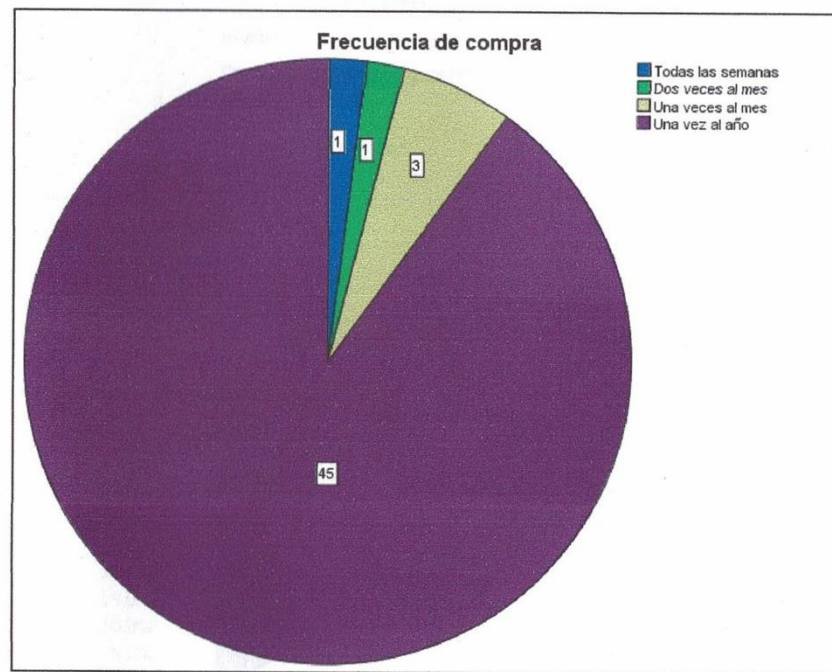


Figura 35. Frecuencia de compra

Fuente: datos de la encuesta

Interpretación, del 100% de encuestados compran una vez al año con el 90.0%, una vez al mes con el 6.0%, dos veces al mes con el 2.0% y todas las semanas con el 2.0%.

Tabla 15. ¿Por qué adquiere artesanías?

		Respuestas		Porcentaje de
		N	Porcentaje	casos
Porque adquiere artesanía	Porque me gusta los productos artesanales	35	46,7%	71,4%
	Porqué siempre viajo y los compro	1	1,3%	2,0%
	Me gusta adornar mi casa con artesanía	12	16,0%	24,5%
	Porqué uso productos artesanales	9	12,0%	18,4%
	Porqué me compro y vendo artesanías	2	2,7%	4,1%
	Por qué me regalan	16	21,3%	32,7%
Total		75	100,0%	153,1%

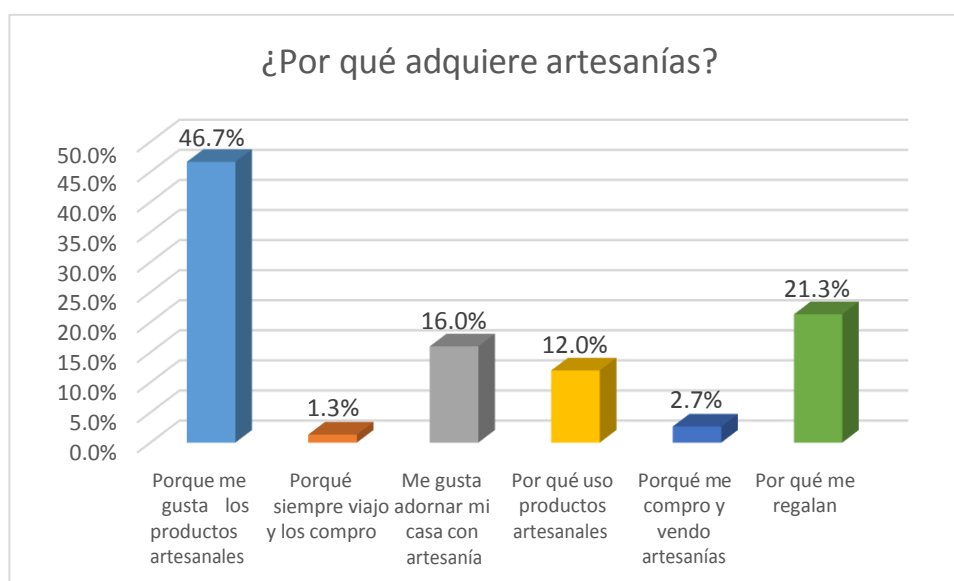


Figura 36. ¿Por qué adquiere artesanías?

Fuente: datos de la encuesta

Según del 100% de encuestados, adquieren artesanías, Porque me gusta los productos artesanales con el 46.7%, Porque me regalan con el 21.3%, Me gusta adornar mi casa con artesanía con el 16.0%, Porque uso productos artesanales 12.0%, Porque me compro y vendo artesanías 2.7% y Porque siempre viajo y los compro 1.3%.

Tabla 16. ¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger una artesanía?

		Respuestas		Porcentaje de
		N	Porcentaje	casos
Orden ^a	Diseño y color	35	23,3%	70,0%
	El tipo artesanía que ofrecen	32	21,3%	64,0%
	La atención que le ofrecen	6	4,0%	12,0%
	Variedad de artesanías	28	18,7%	56,0%
	Por la conveniencia de precios	22	14,7%	44,0%
	Material que está confeccionado	27	18,0%	54,0%
Total		150	100,0%	300,0%

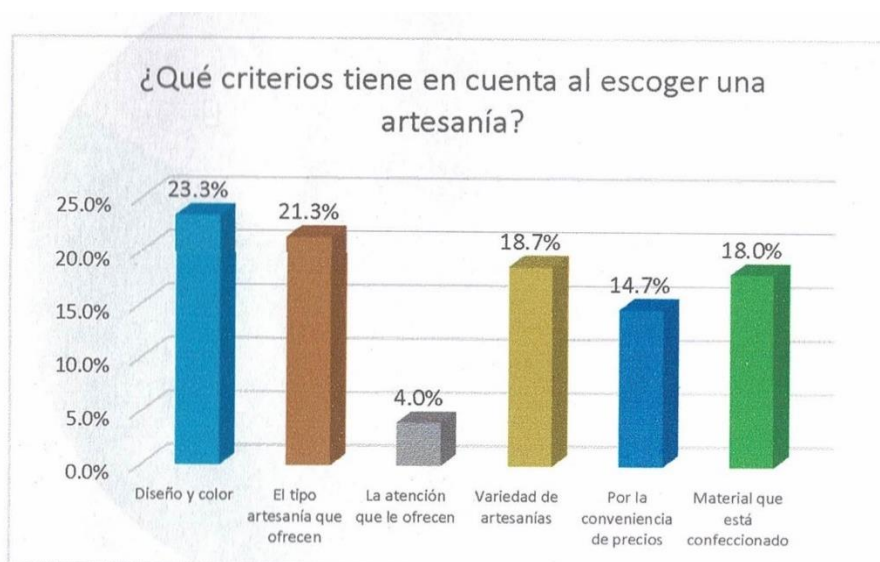


Figura 37. ¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger una artesanía?

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% de personas siempre tienen en cuenta al escoger una artesanía, por Diseño y color con el 23.3%, El tipo artesanía que ofrecen con el 21.3%, Variedad de artesanías con el 18.7%, Material que está confeccionando con el 18.0%, Por la conveniencia de precios con el 14.7% y La atención que le ofrecen con el 4.0%.

Tabla 17. ¿Con quién va más a menudo a comprar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amigos	19	38,0	38,0	38,0
	Familia	23	46,0	46,0	84,0
	Compañeros estudio/trabajo	5	10,0	10,0	94,0
	Solo	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

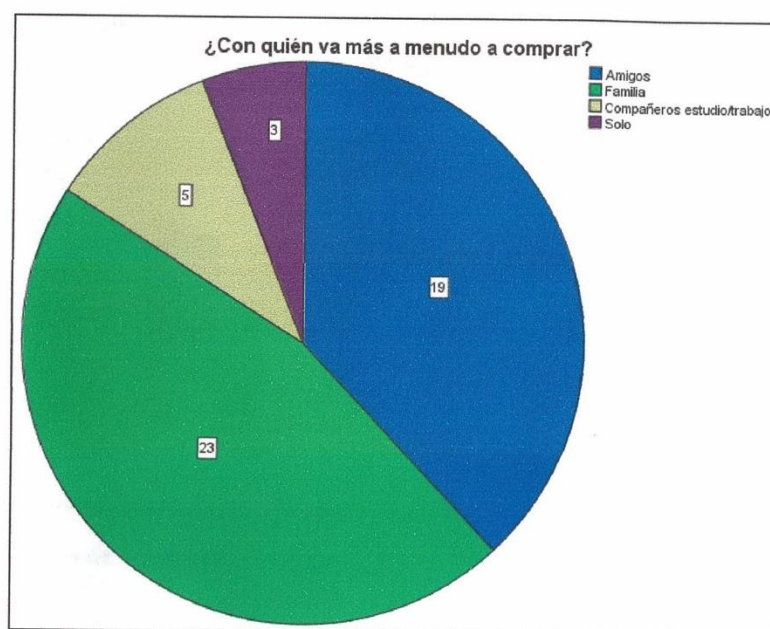


Figura 38. ¿Con quién va más a menudo a comprar?

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% de personas los que van más a menudo a comprar con Familia son con el 46.0%, Amigos con el 38.0%, Compañeros estudio/trabajo con el 10.0% y solo con el 6.0%.

Tabla 18. ¿Indique que es lo que más le ha gustado y lo que menos le ha gustado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diseño y tipo de lana	11	22,0	22,0	22,0
	El precio acorde con los productos	23	46,0	46,0	68,0
	Colores naturales	7	14,0	14,0	82,0
	El tipo de bordado	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

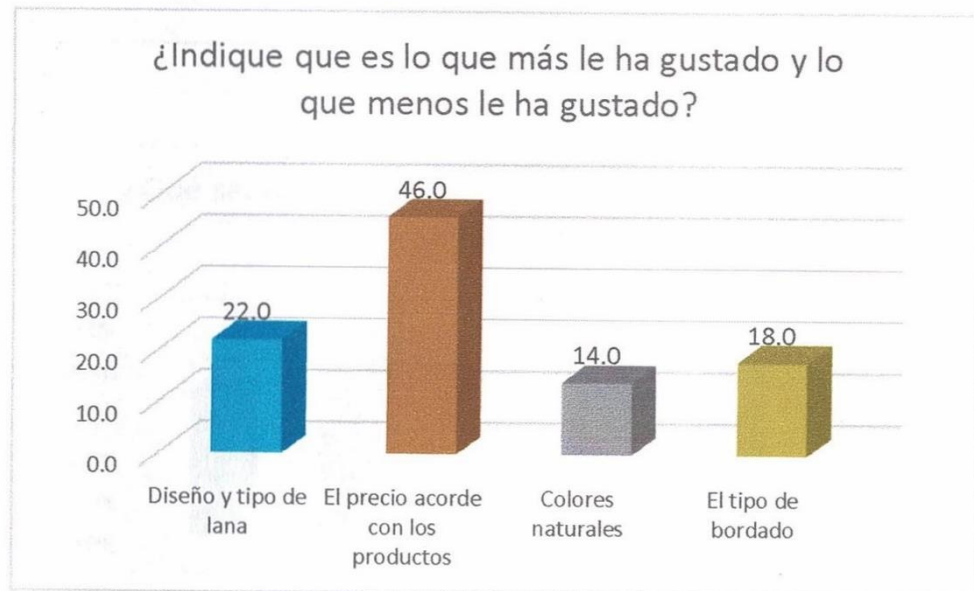


Figura 39. ¿Indique que es lo que más le ha gustado y lo que menos le ha gustado?

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% con respecto a los que más le gusta comprar, El precio acorde con los productos con el 46.0%, Diseño y tipo de lana con el 22.0%, El tipo de bordado con el 18.0% y Colores naturales con el 14.0%.

Tabla 19. ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un producto artesanal?

		Respuestas		Porcentaje de
		N	Porcentaje	casos
Servicios	Buen terminado	34	17,0%	68,0%
	Producto competitivo	40	20,0%	80,0%
	Qué se diferencia de las otras regiones	11	5,5%	22,0%
	De alta calidad	41	20,5%	82,0%
	Costos bajos	38	19,0%	76,0%
	Nuevos diseños (innovadores)	36	18,0%	72,0%
Total		200	100,0%	400,0%



Figura 40. ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un producto artesanal?

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% los servicios adicionales que consideran en un producto artesanal son: De alta calidad con el 20.5%, Producto competitivo con el 20.0%, Costos bajos con el 19.0%, Nuevos diseños (innovadores) con el 18.0%, Buen terminado con el 17.0% y Que diferencia de las otras regiones con el 5.5%.

Tabla 20. ¿Qué clase o tipo de artesanía le gustaría encontrar en el centro artesanal o feria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Local	3	6,0	6,0	6,0
	Regional	20	40,0	40,0	46,0
	Nacional	4	8,0	8,0	54,0
	Internacional	4	8,0	8,0	62,0
	Variado	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

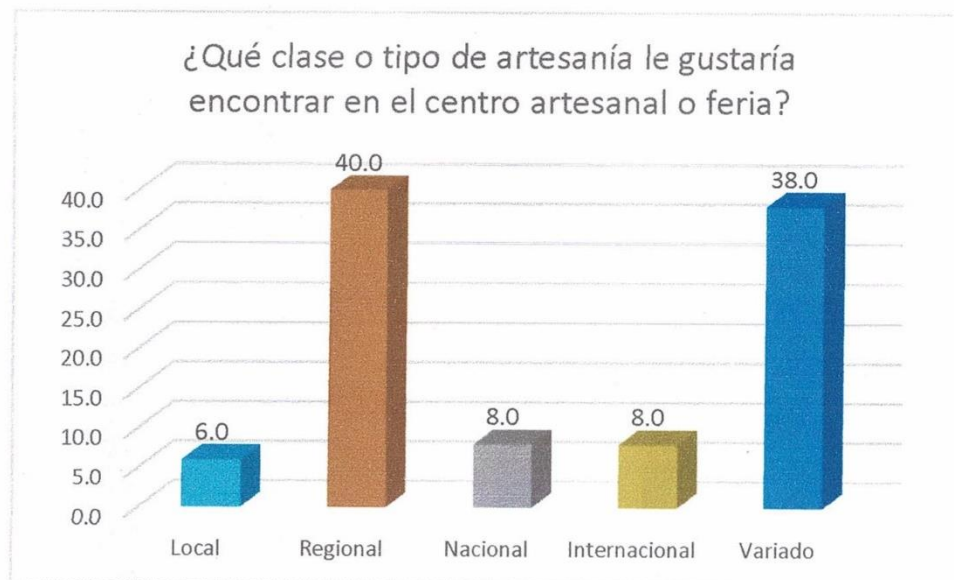


Figura 41. ¿Qué clase o tipo de artesanía le gustaría encontrar en el centro artesanal o feria?

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% de personas la clase o tipo de artesanías que les gusta encontrar en un centro artesanal o feria son: Regional con el 40.0%, Variado con el 38.0%, Nacional con el 8.0%, Internacional con el 8.0% y local con el 6.0%.

Tabla 21. Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un producto artesanal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	2	4,0	4,0	4,0
	Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	3	6,0	6,0	10,0
	Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	3	6,0	6,0	16,0
	Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	5	10,0	10,0	26,0
	Entre S/ 11.50 y S/ Más	5	10,0	10,0	36,0
	Entre S/ 12.00 y S/ 16.00	2	4,0	4,0	40,0
	Entre S/ 17.00 y S/ 20.00	6	12,0	12,0	52,0
	Entre S/ 21.00 y S/ 24.00	7	14,0	14,0	66,0
	Entre S/ 25.00 y S/ 30.00	3	6,0	6,0	72,0
	Entre S/ 31.00 y S/ Más	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

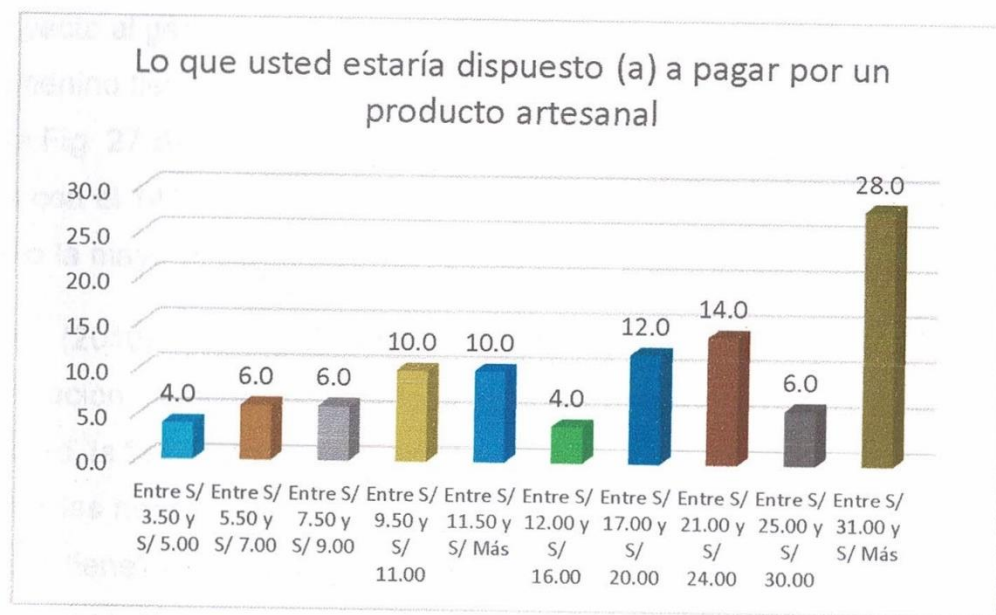


Figura 42. Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un producto artesanal

Fuente: datos de la encuesta

Según de los encuestados del 100% están dispuestos a pagar por un producto artesanal son: Entre S/ 31.00 y S/ Más con el 28.0%, Entre S/ 21.00 y S/ 24.00 con el 14.0%, Entre S/ 17.00 y S/ 20.00 con el 12.0%, Entre S/ 9.50 y S/ 11.00 con el 10.0%, Entre S/ 11.50 y S/ Más con el 10.0%, Entre S/ 5.50 y S/ 7.00 con el 6.0%, Entre S/ 7.50 y S/ 9.00 con el 6.0%, Entre S/ 25.00 y S/ 30.00 con el 6.0%, Entre S/ 3.50 y S/ 5.00 con el 4.0% y Entre S/ 12.00 y S/ 16.00 con el 4.0%.

3.2 Discusión de resultados

MINCETUR (2007) El sector artesanal de Chota no es ajena a esta realidad, sin embargo recién desde el año 2010, se comienzan a crear las primeras asociaciones artesanales que buscan mejorar cada vez más sus productos, los cuales son ofertadas en las principales fiestas de la zona a través de la exposición de ferias artesanales, especialmente las de telar, con vistosos colores, hechas a mano de lana de ovejas, alpacas e hilos de algodón. En ese sentido a la pregunta ¿Lugar o ciudad natal?, del 100% de los encuestados, indica que la ciudad de Chota tiene 84.0%, Colpa Matara tiene el 4.0%, Taca Bamba con el 2.0%, Iraca Grande con el 2.0%, Samangay con el 2.0%, Jaén con el 2.0%. (Fig. 24), asimismo a la pregunta ¿del 100% de los encuestados indica que el tipo de habitante local tiene 80.0% y los migrantes tiene con el 20.0%?, del 100% de los encuestados indica que el tipo de habitante local tiene 80.0% y los migrantes tiene con el 20.0%. (Fig. 25)

Con respecto al género según la Fig. 26, del 100% de los encuestados, indica que el sexo femenino tiene 96.0% y los de sexo masculino tienen el 4.0%. y edad tenemos según la Fig. 27 del 100% de los encuestados, de 18-24 años tienen el 52.0%, 35-44 años con el 14.0%, 45-54 años con el 12.0% y de Mas de 54 años con el 12.0%. Asimismo la mayoría son comerciantes solteros, y de religión católica (Fig. 27)

ProChile. (2010). “Las empresas artesanales pequeñas deberían tender a la especialización, pues de lo contrario no podrán competir en precio. Deben considerar la velocidad, la flexibilidad y capacidad de reaccionar a los pedidos y sus cambios de acuerdo a las necesidades del cliente”, en ese sentido a la pregunta ¿Qué tipo de ocupación tiene?, Según los encuestados del 100% el tipo de ocupación de los estudiante con el 50.0%, independiente con el 38.0%, empleado con el 6.0% y empresario con el 6.0% (Fig. 30), a ello se la siguiente pregunta ¿Según de los encuestados del 100% en ingresos económicos mensuales sin ingresos con el 50.0%, menos de 1000 con el 40.0%, De 1000 a 2499 8.0% y De 2500 a 399 con el 2.0%?, Según de los encuestados del 100% en ingresos económicos mensuales sin ingresos con el 50.0%, menos de 1000 con el 40.0%, De 1000 a 2499 8.0% y De 2500 a 399 con el 2.0%. (Fig. 34)

MINCETUR. (2003). “Señala también que “las características positivas que tiene son múltiples: es intensiva en mano de obra; el costo por puesto de trabajo creado es relativamente bajo; utiliza intensivamente los recursos propios de cada lugar”, con respecto a la pregunta ¿Por qué adquiere artesanías?, Según del 100% de encuestados, adquieren artesanías, Porque me gusta los productos artesanales con el 46.7%, Porque me regalan con el 21.3%, Me gusta adornar mi casa con artesanía con el 16.0%, Porque uso productos artesanales 12.0%, Porque me compro y vendo artesanías 2.7% y Porque siempre viajo y los compro 1.3%. (Fig. 36)

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. Con respecto al nivel organizativo del sector artesanal de la provincia de Chota, la mayoría son artesanos textiles jóvenes de género femenino, estudiantes de nivel básica y superior, de estado civil soltero y lugareño de diversos centros poblados, cuyos conocimientos lo reciben desde sus ancestros.
2. En cuanto al tipo de capacitación productiva que tiene el sector artesanal de la provincia de Chota, se ha logrado identificar 10 líneas artesanales, tales como: tejidos en callua y telar (lana de ovino e industrial), cerámica utilitaria y decorativa, tejidos a palitos, tejidos a crochet lana e hilo industrial, tejidos en fibra vegetal (paja toquilla, mimbre, etc.), tallados en piedra marmolina y cantería, tallado en madera, cuadros cajamarquinos, bisutería y carpintería, todas estas líneas productivas reflejan la cultura chotana, el diario vivir y las costumbres del pueblo.
3. Se logró determinar los principales puntos de ventas o mercados de la artesanía textil de la provincia de Chota, siendo las ferias artesanales, los mercados de abastos y las principales calles en épocas de actividades festivas, lo cual generan muchos ingresos para los artesanos debido a la masiva concurrencia de turistas nacionales y extranjeros.
4. El apoyo financiero que tiene la artesanía textil de Chota, está amparado en la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, cuyo patrocinio lo tiene el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), quien genera coordinaciones con el sector privado para el sustento financiero de estas organizaciones artesanales.
5. Se ha comprobado que la artesanía textil en Chota está integrado a la actividad turística de Cajamarca, puesto que la artesanía es una de las manifestaciones más representativas de la cultura chotana, pues refleja la idiosincrasia, el espíritu y la cotidianidad de los pueblos. Asimismo, se logró identificar el apoyo de tecnologías en el sector artesanal de la provincia de Chota, siendo MINCETUR, a través de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo - CITEs, ente facilitador de estos centros, cuyo fin es fortalecerlos para el cumplimiento de sus objetivos, en relación a la transferencia e innovación tecnológica a los artesanos y el apoyo que les brinda para el aumento de su productividad y competitividad.

4.2 Recomendaciones

Es importante que el MINCETUR, dedique mayor atención a los jóvenes y emprendedores artesanos textiles de Chota, puesto que representan un sector muy importante que genera un movimiento económico en la mencionada ciudad.

Recomendar a los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo - CITEs, que sostengan constantemente a través de la innovación y capacitación a los jóvenes emprendedores artesanos de la ciudad de Chota, con el propósito de mejorar procesos tecnológicos, equipos entre otros para obtener un productos competitivo.

Es muy importante que MINCETUR, en coordinación con la empresa privada, gestione créditos financieros para los jóvenes emprendedores artesanales del ciudad de Chota, esto permite impulsar los negocios generando mayor crecimiento que se refleja en servicios, productos, y puestos de trabajo.

Es importante que la presencia en promoción, publicidad, logística por parte de MINCETUR se haga sentir en las ferias artesanales para incentivar el desarrollo de las empresas de este rubro.

El apoyo tecnológico es vital, los equipos modernos artesanos deben llegar a estos pueblos como Chota, donde los artesanos tienen el conocimiento ancestral de sus antepasados y con la combinación de la tecnología los productos serian mas competitivo, mejores acabados y presentaciones en el menor tiempo posible y menores costos de producción.

BIBLIOGRAFÍA

- Merino , V. Y. (10 de Agosto de 2017). *Producción artesanal en el Perú*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos58/produccion-artesanal-peru/produccion-artesanal-peru2.shtml>
- artesanias, A. d. (2006). *Estrellas Brillantes, Manos Amigas, Mujeres Andinas*. Lima: Ipenza.
- Artesania, M. (15 de Agosto de 2017). *La artesanía a nivel nacional*. Obtenido de <http://artesaniamorillas.blogspot.pe/2012/03/la-artesania-nivel-nacional-importancia.html>
- Artesaniamorillas. (02 de Marzo de 2012). *CARACTERISTICAS DE LA PRODUCCION ARTESANAL, TECNICAS ARTESANALES*. Obtenido de <http://artesaniamorillas.blogspot.pe/2012/03/caracteristicas-de-la-produccion.html>
- Beevoz. (14 de Diciembre de 2014). *Revalorización de los tejidos andino y el enfoque a la modernidad: Artesanía textil de cusco*. Obtenido de <http://www.beevoz.com/2014/12/13/revalorizacion-de-los-tejidos-andino-y-el-enfoque-a-la-modernidad/>
- Burrito421. (10 de Agosto de 2017). *Producción artesanal*. Obtenido de <https://burrito421.wordpress.com/bimestre/bimestre-5/trabajos/produccion-artesanal/>
- Cardalliaguet, L. (15 de Noviembre de 2003). *El concepto artesanía*. Obtenido de https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=247&ca teg
- Connectaschool. (agosto de 24 de 2017). *La artesanía y/o la producción artesanal en América Latina y el Caribe*. Obtenido de http://connectaschool.org/sites/default/files/C_U1_Produccion%20Artesanal.pdf
- culturayarteperuano. (02 de Febrero de 2009). *Artesanías en el peru*. Obtenido de <http://culturayarteperuano.blogspot.pe/2009/02/el-peru.html>
- D'Alessio , F. (24 de Agosto de 2004). *Planeamiento estratégico del sector textil exportador del Perú*. Obtenido de http://dalessio.pearsonperu.pe/el_proceso_estrategico_1/recursos/1_planeamiento_estrategico_del_sector_textil_exportador_del_peru.pdf
- D'Alessio . (26 de Agosto de 2006). *El proceso estratégico*. Obtenido de https://issuu.com/ivanss3/docs/el_proceso_estrategico_-_fernando
- David, F. (10 de Abril de 2003). *Planeación Estratégica*. Obtenido de <http://www.administracionmoderna.com/2013/05/planeacion-estrategica.html>

DesPerTar, D. (29 de Enero de 2009). *Las técnicas artesanales y la tecnología*. Obtenido de <http://evixita.blogspot.pe/2009/01/la-produccion-artesanal-del-peru-ancash.html>

Díaz, C. R. (20 de Agosto de 2017). *Artes y artesanías populares*. Obtenido de http://c3.usac.edu.gt/admin_revindex/articulos/editor5-r46_pi7_pfi16_ra10011.pdf

Es.scribd. (20 de Agosto de 2017). *Importancia de La Artesania*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/178653074/Importancia-de-La-Artesania>

Flores, S., & Lindo, P. (10 de Marzo de 2006). *Pautas conceptuales y metodológicas*. Obtenido de <http://asocam.org/biblioteca/files/original/fd961a11a8b5fe458c145e84ee9ec504.pdf>

Forero, Á. J. (1999). Madrid: Indespenza.

Forero, Á. J. (22 de Agosto de 2017). *Economía y sociedad rural en los Andes colombianos*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/40766754/03-Capitulol>

Gamboa, N., & López, H. (15 de Abril de 2008). *Cada casa es un taller*. Obtenido de <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/8d635bf6ff3c7a8a44f9366a8b407173.pdf>

Garrido, E. (11 de Enero de 2013). *Artesanía textil*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/89731006/Artesania>

Kaxashanditextil. (03 de Febrero de 2012). *Arte en Cajamarca*. Obtenido de <http://kaxashanditext.blogspot.pe/2012/02/arte-en-cajamarca.html>

Losandes. (14 de Noviembre de 2009). *Los Andes*. Obtenido de <http://www.losandes.com.pe/Nacional/20091114/29790.html>

Machado, A. (15 de Agosto de 1978). *La políticas Neoliberales y el Desarrollo Rural en Jorge Bustamante*. Obtenido de <http://conectarural.org/sitio/reconociendo/pdf/5-EstadoDeArte.pdf>

Manosperuanas. (19 de Mayo de 2009). *Textilera manos peruanas*. Obtenido de <http://manosperuanas.over-blog.es/>

Mendez, S. M. (20 de Julio de 2005). *La construcción de mixturas rural*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/3112/311224739003/>

MINCETUR. (2 de abril de 2016). *Mincetur elabora normas técnicas para aumentar la competitividad del sector artesanal*. Obtenido de <http://larepublica.pe/turismo/rumbos-al-dia/756323-mincetur-elabora-normas-tecnicas-para-aumentar-la-competitividad-del-sector-artesanal>

- Private, L.-I. G. (2008). *Estudio Comparado De Normas Técnicas, Nacionales e Internacionales, relacionadas al Sector Textil Confecciones Desarrollo de Normas Técnicas para las Cadenas Productivas* . Lima: Indespenza.
- ProChile. (2010). *Estudio de Mercado Artesanía Textil para Estados Unidos*. Lima: Indespenza.
- Shejtman. (20 de Agosto de 1987). *Seguridad alimentaria, campesinado y agroindustria en Jorge Bustamante*. Bogota: Universitaria.
- Sites. (20 de agosto de 2017). *INTERVENCIÓN DEL GOBIERNO*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/vidalonjhoseptics/h-gobierno>
- Turismo, M. d. (11 de Enero de 2011). *Desarrollo de Asociaciones de Exportación de Artesanos Textiles del Cusco*. Obtenido de <https://www.oecd.org/aidfortrade/47765065.pdf>
- Vergara , G. C. (12 de Agosto de 2013). *El Ministerio de comercio exterior y turismo (Mincetur)*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2514/vergara_carlos.pdf?sequence=1

ANEXOS

Anexo N°01: Guía de Entrevista

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad recoger información relevante sobre el desarrollo del sector artesanal textil de la provincia de Chota.

1. ¿Buenos días, desde que tiempo, se dedica al desarrollo de la artesanía textil?
2. ¿Qué productos ofrecen?
3. ¿Qué instrumentos utilizan en el proceso de producción?
4. ¿Cuál es la cantidad de productos, que ustedes producen mensualmente?
5. ¿Qué insumos utilizan para el desarrollo de sus productos?
6. ¿De dónde traen sus insumos?
7. ¿Cuál es el costo de estos insumos?
8. ¿Cuáles son los precios de venta de los productos?
9. ¿Cómo difunden sus productos?
10. ¿Han recibido capacitaciones en los últimos 03 años?
11. ¿Tienen apoyo del gobierno o de alguna otra institución?
12. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan ustedes como artesanos textiles?

B. ENCUESTA A HABITANTES Y VISITANTES DE LA CIUDAD DE CHOTA PARA CONOCER APRECIACIÓN Y DEMANDA DE ARTESANÍA TEXTIL

1.1. Modelo de encuesta aplicada a 50 habitantes de la ciudad de Chota

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información relacionada con sus hábitos, expectativas y preferencias, que ayudarán a la estructuración de un plan de negocios sobre artesanía textil en la ciudad de Chota.

I. DATOS DE CLASIFICACIÓN.

1.1. PREGUNTA DE ENTRADA: Lugar o ciudad natal			
1.2. Tipo de habitante			
a. Local		b. Migrante	
1.3. Sexo	1.4. Edad	1.5. Estado civil	1.6. Tipo de religión que profesa
a. M b. F	a. 18 – 24 años b. 25 – 34 años c. 35 – 44 años d. 45 – 54 años e. Más de 54 años	a. Soltero (a) b. Casado (a) c. Divorciado (a) d. Viuda (o)	a. Católica b. Adventista c. Evangélico d. Testigo de Jehová e. Otro: ¿Cuál?
1.7. Número de hijos	1.8. Grado de instrucción	1.9. Tipo de ocupación	1.10. Ingreso económico promedio mensual :soles() Dólares()
a. 1 - 2 b. 3 - 5 c. 5 – más d. No tiene	a. Primaria b. Secundaria c. Técnica d. Universitaria e. Post grado/maestría/doctorado	a. Estudiante b. Empleado c. Empresario d. Independiente e. Otro: ¿Cuál?_	a. Menos de 1000 b. De 1000 a 2499 c. De 2500 a 3999 d. De 4000 a 5999 e. De 6000 a 7999 f. De 8000 a más

II. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.

2.1 ¿Acostumbra comprar artesanías?

a. Si

b. No (Agradecer y terminar)

2.2 Si su respuesta es afirmativa, por favor señalar la frecuencia con que usted lo acostumbra a hacer (Marque con una X la más frecuente)

a. Todas las semanas

d. Unas veces al mes

b. Tres a cinco veces por mes

e. Una vez al año

c. Dos veces al mes

2.3 ¿Por qué adquiere artesanías? (Señale con X no más de 3 criterios)

Criterios	
a. porque me gusta los productos artesanales	
b. porque siempre viajo y los compro	
c. Me gusta adornar mi casa con artesanía	
d. Porque uso productos artesanales	
e. Porque me compro y vendo artesanías	
f. Porque me regalan	
g. Otra:	
¿Cuál? _____	

2.4 Según orden de prioridad del (1 al 3) indique:

¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger una artesanía?

Criterios	Orden
a. Diseño y color	
b. El tipo artesanía que ofrecen	
c. La atención que le ofrecen	
d. variedad de artesanías	
e. Por la conveniencia de precios	
f. Material que está confeccionado	
j. Otra: ¿Cuál? _____	

2.5 ¿Con quién va más a menudo a comprar en un establecimiento de artesanal?

a. Amigos

b. Familia

c. Compañeros estudio/trabajo

d. Novio (a)

e. Solo

2.6 ¿De los productos artesanales que a visto en chota , por favor indique que es lo que **más** le ha gustado y lo que **menos** le ha gustado? (respuesta múltiple)

Indicadores	Lo que MÁS le gusta	Lo que MENOS le gusta
a. Diseño y tipo de lana		
b. El precio acorde con los productos		
c. Colores Naturales		
d. El tipo de bordado		
e. Otro: ¿Cuál?.....		

2.7 ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un producto artesanal? (marcar hasta 4 según orden de prioridad)

Servicios	Orden
a. Buen terminado	
b. Producto competitivo	
c. Que se diferencie de las otras regiones	
d. De alta calidad	
e. Costos bajos	
f. Nuevos diseños (innovadores)	
h. Otro: ¿Cuál?.....	

2.8 De acuerdo a su preferencia: ¿Qué clase o tipo de artesanía le gustaría encontrar en centro artesanal o feria artesanal

- a. Local
- b. Regional
- c. Nacional
- d. Internacional
- e. Variado
- f. Otro:Cuál?.....

2.9 Mencione el nombre de productos artesanales que compro o que le gustaría comprar en la provincia de Chota.

Productos artesanales	Colores

2.10 Mencione el nombre de tres productos artesanales que sean sus favoritos en la ciudad de Chota.

Productos Artesanales	Color

2.11 Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un producto artesanal.

Precio en nuevos soles		Precio en nuevos soles	
Entre S/ 12.00 y S/ 16.00		Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	
Entre S/ 17.00 y S/ 20.00		Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	
Entre S/ 21.00 y S/ 24.00		Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	
Entre S/ 25.00 y S/ 30.00		Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	
Entre S/ 31.00 y S/ Más		Entre S/ 11.50 y S/ Más	

2.12 Si usted tuviera la oportunidad de recomendarle algo a los artesanos en la ciudad de Chota, que le

Recomendaría:

Muchas gracias por su tiempo y colaboración

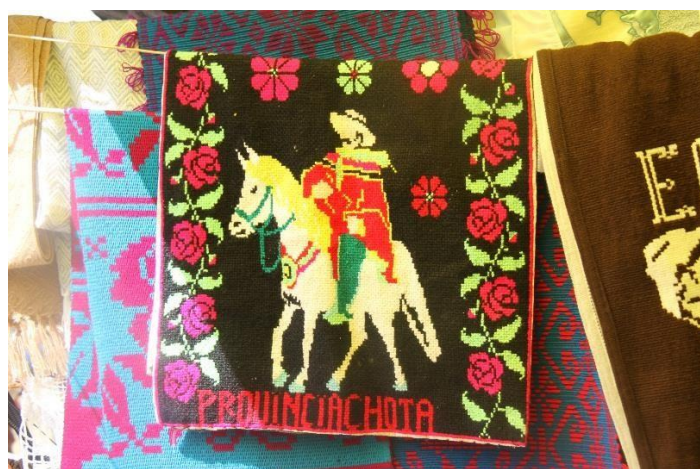
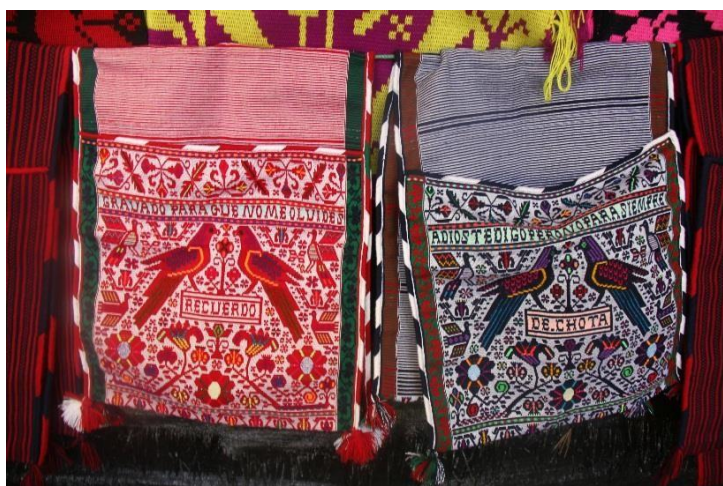
Chota _____ / _____ / _____

Anexo N°02: Directorio de artesanía: enero – 2017

N°	NOMBRE DE ASOCIACIÓN	DOMICILIO	REPRESEN. LEGAL	N° CELULAR	LÍNEA ART
01	As. "Virgen María"	Iracá Grande	Lucila Vásquez Pérez		Tejido a callhua
02	As. "Fortaleza del Oriente"	Cuyumalca	Germán Edquén Idrogo		Tejido a callhua
03	As. "Manos Amigas"	Atoctambo	Rosaura Bustamante	999019576	Telar y callhua
04	As. "Mujeres Andinas"	Cañafisto	Zulema Bustamante Fustte	xxxxxxxxxxx	Telar y callhua
05	As. "Artesanos Emprendedores"	Cañafisto	Hormecinda Zolano Medina	978274175	Telar y callhua
06	As. "Artesanos Cuyumalca"	Cuyumalca	Oscar Oblitas Irigoín	976925693	Telar y callhua
07	As. "Bellas Artes"	Huascarcoha	Segundo Leyva Núñez		Telar y callhua
08	As. "Abejitas Chotanas"	Yuracyacu	Aurelia Tarrillo Huanambal	976856433	Telar y callhua
09	As. "Micaela Bastidas"	Chota	María Fustamante Huamán	Visitar	Crochet, palillo, callhua
10	As. "Santa María"	Negropampa	Catalina Espinoza Mejía	Visitar	Crochet, palillo, callhua
11	As. "Manos Maravillosas"	Chota	Yolanda Idrogo Tirado	Visitar	Crochet, palillo, bordado
12	As. "Las Triunfadoras"	Quinuamayo	Brisaida Barboza Guevara	Visitar	Telar y callhua
13	As. "Virgen de la Paz"	Iracá Grande	Elizabeth Tarrillo Vásquez	*637203 Visit	Telar y callhua
14	As. "Leydy"	Chota	Sofía Vásquez Martínez		Cerámica en frío

15	As. "Esclavas de Jesús"	Chota	Yuliana Solís Castro	Visitar	Telar, crochet, palillo
16	As. "Manos de Jesús"	Los Peroles	Felizardo Bussep Barboza	Vistar	Telar y callhua
17	As. "Sagrado Corazón de Jesús"	Chota	Luzmelia Díaz Acuña	Visitar	Bordado, crochet
18	As. "Costumbres de mi tierra"	Chota	Celiza Mendoza Paisig		Crochet, bordado
19	As. "Las Cuyumalquinitas"	Cuyumalca	Vilma Saldaña Benavides	Jóvenes visit	Crochet, callhua
20	As. "Patrona de Chota" Negropa	Chota	Edelmira Mejía Campos	Visitar	Crochet, callhua
21	As. "María Flores de Oliva"	Chaupalanch	Alicia Vera Oblitas	Son jóvenes	Telar y callhua
20	As. "Detalles Anita"	Chota	Maribel Vásquez Guevara		Crochet, callhua, palillo
21	As. "Artesanos Tacabamba"	Tacabamba	María Nila Segura Cabrera	976609130 Visitar	Callhua, crochet, palillo
22	As. "Estampas Pucarinas"	Púcara	Clemencia Arteaga Herrera		Callhua, crochet, palillo
23	As. "Paccha"	Paccha	Elizabeth Chamaya Ramos		Callhua, crochet, palillo
24	As. "Así es mi tierra"	Chalamarca	Esther Herrera Cubas		Callhua, crochet, palillo
25	Empresa "Textiles Alborada"	Atoctambo	Itila Herrera Barboza		Telar y callhua
26		Rejopampa	Vilma	Visitar	Telar y callhua

Anexo N°03: Productos artesanales



Anexo N°04: Productos artesanales



Anexo N°05: Productos artesanales

