

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,**  
**ECONÓMICAS Y TURISMO.**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**ANÁLISIS DE FACTORES QUE INFLUYE EN LA RENTABILIDAD DE  
LA ASOCIACIÓN ARTESANAL TRADICIONAL MUNAY TICLLA DEL  
DISTRITO DE PITUMARCA**

**TESIS**

PRESENTADA POR:

**Br. Econ. Suca Castro, Luisa Irene**

**Br. Econ. Chara Mamani, Ruth Nelida**

Para optar título profesional.

**Asesor: Dr. Armando Tarco Sánchez.**

**CUSCO – PERÚ**

**2017**

## PRESENTACIÓN

Señorita Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Carrera Profesional de Economía, de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), ponemos a consideración la presente investigación o Tesis, intitulada: “Análisis de factores que influye en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca”; con el propósito de optar al Título profesional de Economista.

Es esencial conocer la rentabilidad y ganancias de las distintas actividades productivas del ámbito local, regional y nacional; en especial de asociación de productores que muchas veces no tienen el conocimiento suficiente y recursos para poder determinar si la actividad que están desarrollando es rentable o no.

El desarrollo y rentabilidad de los emprendimientos de forma individual y asociativa es de suma importancia porque repercute en la mejora de las condiciones y calidad de vida de los individuos, una oportunidad de empleo y mejores condiciones de vida para sus pobladores.

Conocer la rentabilidad de una asociación como la de Munay Ticlla es fundamental ya que permitirá una intervención adecuada y pertinente por parte de las instituciones relacionadas a la actividad y la toma de decisiones por parte de los productores dedicados a la artesanía textil; por otro lado, es primordial porque permite que la política económica de un país intervenga en los sectores no rentables y potencie sectores rentables.

Los factores más importantes para medir la rentabilidad son: costos de producción, tecnología, asociatividad, nivel de producción, productividad y mercado.

## AGRADECIMIENTO

*Agradecemos a todas las personas que nos supieron colaborar durante el desarrollo de nuestra investigación, en especial al Dr. Armando Tarco Sánchez; nuestro asesor de tesis quien con su conocimiento y experiencia nos ha guiado en todo proceso de esta investigación para su satisfactoria culminación.*

*A todos los productores de la asociación Munay Ticlla del distrito de Pitumarca que hicieron posible la elaboración de este proyecto, por su incondicional colaboración durante la recolección de información, que sin su apoyo no hubiese sido posible realizar nuestro trabajo.*

*Al señor Timoteo Ccarita Sacaca y la señora Aquilina Castro Navarro quienes nos colaboraron en las entrevistas requeridas para la elaboración de nuestra investigación.*

## DEDICATORIA

*A Dios por bendecirme, darme salud y su infinita amar para poder lograr mis objetivos y mis anhelos.*

*A mis padres Aparicio y Epifania por su incondicional apoyo, por su aliento, amor y fortaleza que siempre me brindaron; quienes hicieron posible la logro este objetivo.*

RUTH NELIDA.

## DEDICATORIA

*A mi esposo e hija, a mis padres, a mis hermanos y amigos. Por su apoyo, comprensión y ayuda en todo momento, este logro es en gran parte gracias a ustedes quienes con sus palabras de aliento no me dejaban caer y así cumplir mi sueño.*

*LUISA IRENE.*

## INDICE GENERAL

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES</b> .....	xii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xiii
<b>CAPITULO I</b> .....	1
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	1
<b>1.1. CARACTERIZACION DE LA PROBLEMÁTICA</b> .....	1
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	2
1.2.1. Problema Objeto de Investigación (POI) .....	2
1.2.2. Formulación del problema .....	3
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	4
<b>1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
<b>1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</b> .....	6
<b>1.6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	6
1.6.1. Tipo de investigación .....	6
1.6.2. Nivel de investigación .....	6
1.6.3. Método de investigación .....	6
1.6.4. Ámbito de la investigación .....	7
1.6.5. Tamaño de muestra .....	7
1.6.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	8
<b>CAPITULO II</b> .....	9
<b>MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	9
<b>2.1. MARCO REFERENCIAL</b> .....	9
<b>2.2. BASES TEÓRICAS</b> .....	15
<b>2.3. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	39
<b>1.7. HIPOTÉISIS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	47
1.7.1. Hipótesis general .....	47
1.7.2. Hipótesis específicas .....	47
<b>CAPITULO III</b> .....	48

<b>DIAGNÓSTICO DEL AREA DE ESTUDIO</b> .....	48
<b>3.1. ASPECTOS GENERALES</b> .....	48
3.1.1. Ubicación política y geográfica.....	48
3.1.2. Límites y acceso.....	49
3.1.3. Clima.....	50
3.1.4. Referencia histórica.....	50
<b>3.2. RECURSOS DEL DISTRITO DE PITUMARCA</b> .....	51
3.2.1. Recursos turísticos.....	51
3.2.2. Vegetación.....	53
3.2.3. Fauna.....	53
3.2.4. Recursos mineros.....	53
3.2.5. Recursos Hídricos.....	53
<b>3.3. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS</b> .....	54
3.3.1. Población total del distrito de Pitumarca.....	54
3.3.2. Población económicamente activa (PEA) del distrito de Pitumarca.....	55
3.3.3. Educación.....	57
3.3.4. Desarrollo humano.....	59
3.3.5. Salud.....	59
3.3.6. Características de las viviendas y servicios básicos.....	60
3.3.7. Actividades económicas.....	61
3.3.8. Organizaciones existentes.....	65
<b>3.4. ASOCIACIONES PRODUCTORES DE ARTESANIA TEXTIL</b> .....	67
<b>3.5. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍA TRADICIONAL</b> .....	69
3.5.1. Antecedentes de la asociación.....	69
3.5.2. Situación socioeconómica.....	70
<b>CAPITULO IV</b> .....	79
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	79
<b>4.1. ANÁLISIS DE VARIABLES</b> .....	79
4.1.1. Tecnología.....	79
4.1.2. Asociatividad.....	99
4.1.3. Niveles de producción.....	109
4.1.4. Productividad.....	119
4.1.5. Costos de producción.....	122
4.1.6. Mercado.....	135
4.1.7. Rentabilidad.....	138

<b>CONCLUSIONES</b> .....	146
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	149
<b>BIBLIGRAFIA</b> .....	151
<b>ANEXOS</b> .....	155



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Tamaño de muestra.....	8
Cuadro 2: Límites del distrito de Pitumarca .....	49
Cuadro 3: Acceso al distrito de Pitumarca .....	50
Cuadro 4: Población del distrito de Pitumarca.....	54
Cuadro 5: Población según género .....	54
Cuadro 6: Población por ámbito de residencia y edad.....	55
Cuadro 7: Población por comunidad .....	55
Cuadro 8: Población económicamente activa.....	56
Cuadro 9: PEA por actividad .....	56
Cuadro 10: Analfabetismo.....	57
Cuadro 11: Nivel de estudios.....	57
Cuadro 12: Instituciones educativas.....	58
Cuadro 13: Número de alumnos matriculados .....	58
Cuadro 14: Índice de Desarrollo Humano .....	59
Cuadro 15: Tasa de mortalidad, fecundidad y desnutrición crónica .....	60
Cuadro 16: Características del piso de la vivienda .....	60
Cuadro 17: Características de paredes de la vivienda.....	60
Cuadro 18: Servicios básicos .....	61
Cuadro 19: Actividades económicas .....	62
Cuadro 20: Valor Bruto de la Producción del sector agrícola - distrito de Pitumarca (Miles de soles a precio constante) .....	63
Cuadro 21: Valor Bruta de la Producción del sector pecuario– distrito de Pitumarca (Miles de soles a precio constante) .....	64
Cuadro 22: Organizaciones existentes .....	66
Cuadro 23: Asociaciones de artesanía textil del distrito de Pitumarca .....	69
Cuadro 24: Tabla de contingencia nivel de instrucción * edad .....	72
Cuadro 25: Tabla de contingencia de nivel de instrucción * género .....	73
Cuadro 26: Actividad principal de los productores de la asociación Munay Ticlla.....	73
Cuadro 27: Fuente de ingreso de los productores de la asociación Minay Ticlla .....	74
Cuadro 28: Tabla de contingencia de actividad principal * fuente de ingreso .....	75
Cuadro 29: Requerimiento de equipos y/o herramientas en el teñido.....	80
Cuadro 30: Requerimiento de equipos y/o herramientas la elaboración de los productos artesanales .....	81
Cuadro 31: Requerimiento de insumos para el teñido .....	88
Cuadro 32: Requerimiento de insumo para la elaboración de los tejidos .....	89
Cuadro 33: Lugar del teñido .....	89
Cuadro 34: Cantidad de insumo utilizado por color de hilo .....	90
Cuadro 35: Nivel de instrucción de los productores .....	94
Cuadro 36: Diseños empleados por la asociación.....	95
Cuadro 37: ¿la organización al que pertenece les capacita? .....	97
Cuadro 38: Participación en el encuentro de artesanos .....	98
Cuadro 39: Productores de la asociación según género .....	99
Cuadro 40: Tabla de contingencia edad * ¿Le piden opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?.....	106
Cuadro 41: Tabla de contingencia nivel de instrucción * ¿Le piden opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización? .....	106
Cuadro 42: ¿Quién toma las decisiones de la asociación?.....	108

Cuadro 43: Tabla de contingencia teniendo en cuenta sus respuestas a todo lo anterior. ¿Cuál es el grado de satisfacción general que tiene en relación a la asociación? * Edad.....	109
Cuadro 44: Productos elaborados .....	110
Cuadro 45: Producción total mensual, 2014 -2015.....	112
Cuadro 46: Producción por tipo de tejido .....	113
Cuadro 47: Variación anual de la producción .....	114
Cuadro 48: Producción anual por tipo de hilo y tejido .....	116
Cuadro 49: Participación en la producción por tipo de hilo .....	117
Cuadro 50: Productividad de mano de obra .....	120
Cuadro 51: Productividad de insumo .....	121
Cuadro 52: Precio promedio de los hilos.....	123
Cuadro 53: Costo de enmadejado.....	123
Cuadro 54: Horas/hombre en encojo de planta tintórea .....	123
Cuadro 55: Productores por género .....	124
Cuadro 56: Costo de una hora/hombre .....	124
Cuadro 57: Costo por planta tintórea .....	125
Cuadro 58: Cantidad de insumo por 20 kilogramos de hilo (gramos).....	125
Cuadro 59: Costo de insumo por 20 kilos de hilo y de un kilogramo de hilo(S/).....	126
Cuadro 60: Numero de kilogramos teñidos a año.....	126
Cuadro 61: Costo mano de obra directa para un kilogramo de hilo.....	126
Cuadro 62: Costo de leña .....	127
Cuadro 63: Costo total promedio del teñido.....	127
Cuadro 64: Costo promedio del hilo teñido .....	128
Cuadro 65: Torcido y enrollado .....	128
Cuadro 66: Costo del hilo antes del urdido .....	129
Cuadro 67: Cantidad de insumo por producto .....	130
Cuadro 68: Costo de insumo por producto .....	131
Cuadro 69: Cantidad de mano de obra directa por producto (hrs/h) .....	132
Cuadro 70: Costo de mano directa por producto .....	133
Cuadro 71: Costo de producción por producto.....	134
Cuadro 72: Gastos operativos.....	135
Cuadro 73: Precio de comercialización de la asociación a CTTC.....	136
Cuadro 74: Flujo de caja operativo - 2014 .....	139
Cuadro 75: Flujo de caja operativo - 2015 .....	140
Cuadro 76: Flujo de caja operativo - 2016 .....	141
Cuadro 77: Margen bruto de la utilidad.....	142
Cuadro 78: Margen operacional de la utilidad .....	142
Cuadro 79: Margen neta de la utilidad .....	143
Cuadro 80: Beneficio/costo.....	143
Cuadro 81: Relación ingreso operacional/costo de ventas .....	144
Cuadro 82: Flujo operacional de la comercialización .....	144
Cuadro 83: Indicadores de rentabilidad en la comercialización.....	145
Cuadro 84: Beneficio/costo en la comercialización.....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Producto total, producto medio y producto marginal .....	18
Gráfica 3: Costos a corto plazo .....	24
Gráfica 4: Costo medio y marginal .....	25
Gráfica 6: Género de los productores de la asociación Munay Ticlla .....	70
Gráfica 5: Edad de los productores de la asociación Munay Ticlla.....	71
Gráfica 7: Nivel de instrucción de los productores de la asociación Munay Ticlla.....	72
Gráfica 8: Actividad Principal de la productores de la asociación Munay Ticlla.....	74
Gráfica 9: Ingreso promedio mensual de los productores .....	75
Gráfica 10: Energía eléctrica .....	76
Gráfica 11: Agua potable.....	76
Gráfica 12. Desagüe .....	77
Gráfica 13: Pozo séptico/letrina/otro .....	77
Gráfica 14: Teléfono.....	78
Gráfica 15: Celular .....	78
Gráfica 16: tecnología utilizada (%).....	79
Gráfica 17: ¿La organización al que pertenece les capacita? .....	97
Gráfica 18: Participación en el encuentro de artesanos.....	99
Gráfica 19: En su opinión. La organización en la asociación al que pertenece es:....	104
Gráfica 20: La coordinación entre los asociados de la organización es:.....	105
Gráfica 21: ¿Le piden su opinión sus directivos, para cambiar algunos aspectos de la organización? .....	105
Gráfica 22: ¿Crees que la junta directiva de la asociación es receptiva a los problemas y demandas de los productores? .....	107
Gráfica 23: En genera. La relación entre compañeros y el ambiente de trabajo existente en tu asociación es: .....	108
Gráfica 24: Teniendo en cuenta sus respuestas a todo lo anterior. ¿Cuál es el grado de satisfacción general que tiene en relación a la asociación? .....	109
Gráfica 25: Participación en la producción .....	115
Gráfica 26: Participación en la producción por tipo de hilo (Porcentaje).....	117
Gráfica 27: Estacionalidad de la producción (Unidades) .....	118

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 6: Equilibrio del consumidor .....	31
Figura 7: Curva de la oferta .....	33
Figura 8: Equilibrio del mercado .....	34
Figura 9: Beneficio .....	35
Figura 10: Beneficio con precio fijo y precio variables .....	36
Figura 11: Proceso productivo.....	93
Figura 12: Organigrama de la asociación Munay Ticlla .....	102
Figura 13: Estructura organizacional en el proceso productivo y comercialización ....	104
Figura 14: Canal de comercialización .....	137

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Tienda de la Municipalidad .....	68
Imagen 2: Tecnología tradicional .....	80
Imagen 3: Tacarpu .....	82
Imagen 4: Tulluruk'i o wic'huna .....	82
Imagen 5: Toqoro .....	83
Imagen 6: Uña toqoro .....	83
Imagen 7: Tupachina k'aspi .....	83
Imagen 8: Illawa k'aspi .....	83
Imagen 9: Awa k'aspi.....	84
Imagen 10: Pallana .....	84
Imagen 11: P'itana k'aspi .....	84
Imagen 12: P'ita yauri .....	85
Imagen 13: Cjusma .....	85
Imagen 14: Khallwa.....	85
Imagen 15: Allwina .....	86
Imagen 16: Sinchu o vaticola .....	86
Imagen 17: Tejido a punto .....	87
Imagen 18: Rueca .....	91
Imagen 19: Curur.....	91

## INTRODUCCIÓN

La artesanía textil en el distrito de Pitumarca es una de las actividades practicadas desde muchos años atrás, los productores lo desarrollan de forma individual y en grupo de asociaciones.

La presente investigación, se tiene como objetivo general determinar y analizar el grado de rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca. Donde en base a la revisión del marco teórico y literatura relevante se plantea la hipótesis general de investigación: “Existe baja rentabilidad en la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, debido al bajo nivel de organización y por el uso de tecnología tradicional, los cuales generan altos costos de producción y baja productividad, limitando los niveles de producción e inserción al mercado”.

Para poder alcanzar el objetivo de la presente investigación, el desarrollo del trabajo consta de las siguientes partes, que a continuación se detalla:

En el primer capítulo del trabajo desarrolla el marco metodológico de la investigación; donde aborda la caracterización del problema, planteamiento del problema general y específicos; además se presenta las justificaciones por el cual se realiza la investigación y los objetivos a las que se pretende alcanzar; y según la revisión bibliográfica se plantea la hipótesis y la metodología de investigación para llegar a los resultados, el cual viene resumido en metodología descriptivo y explicativo ajustadas en encuestas y entrevistas a los miembros de la asociación y otros de interés para la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico referente al tema de tesis, como son: teoría de producción, costos, mercado y otros que darán sustento científica de la investigación; de igual forma se toma en cuenta el marco referencial y marco conceptual para poder entender mejor la naturaleza del problema de investigación.

En cuanto al tercer capítulo, se realiza un diagnóstico del área de estudio; lugar donde se ubica la asociación Munay Ticlla, como la situación social, recursos, económico, instituciones y asociaciones existentes en el distrito de Pitumarca.

En el cuarto capítulo, está el análisis e interpretación de cada variable independiente para luego determinar la rentabilidad de la asociación, indicador que fue obtenida del cálculo de ingresos y egresos, y a través del uso de flujo de caja operativo.

# CAPITULO I

## MARCO METODOLÓGICO

### 1.1. CARACTERIZACION DE LA PROBLEMÁTICA

El distrito de Pitumarca está ubicado al norte de la provincia de Canchis, de la región de Cusco a Pitumarca por transporte terrestre está a una hora y media de viaje en taxi y dos horas en bus interprovincial; Pitumarca es uno de los distritos del departamento de Cusco donde se desarrolla la artesanía textil tradicional.

Actualmente, la artesanía textil es una actividad y cultura prehispánica que se conserva en el distrito de Pitumarca. Las técnicas de tejido tradicional, es practicada por muchas mujeres y varones; la actividad artesanal viene a ser una alternativa de obtención de ingreso y en algunas familias es el principal fuente de ingreso. En el distrito de Pitumarca existe muchos productores de artesanía textil, organizados y de forma independiente, a nivel del distrito hay 19 organizaciones constituidas, y en el centro poblado de Pitumarca 4 asociaciones: Munay ticlla, Apu los auquis, ASOTEX y Inka Pachacutec.

A la fecha los artesanos organizados en asociaciones, tienen diversos niveles de desarrollo en cantidad y calidad de producto, inserción al mercado, así como diversos canales de comercialización. Además, los productores organizados, en su mayoría tienen compradores intermediarios, que son personas e instituciones que comercializan la producción de artesanía textil, algunos trabajan con los productores de manera exclusiva proveyendo insumos y servicios de capacitación; a continuación se tiene los principales intermediarios: Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, el maestro artesano Timoteo Ccarita, municipalidad distrital de Pitumarca y ASODECO.

La asociación artesanal tradicional Munay Ticlla, es una de las asociaciones constituidas con mayor número de socios del distrito, para el año 2016 cuenta con 74 productores. La producción de la organización, es vendida al Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC), institución sin fines de lucro que cumple con función de intermediario y proveedor de insumos.

El hilo de alpaca es un insumo principal en la producción de prendas y productos artesanales, gran parte del insumo es adquirido de las grandes tiendas de la

ciudad de Cusco dedicadas a la venta de dicho bien, y una parte de las hilanderas de lana de alpaca del distrito de Pitumarca; con respecto a hilo de oveja, también es comprada de los hilanderos del lugar y de las tiendas. Para el teñido de los hilos se utiliza las distintas plantas tintóreas de la zona y algunos otros insumos llamados fijadores.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Problema Objeto de Investigación (POI)**

La investigación pretende evaluar la rentabilidad de la asociación artesanal Munay Ticlla del centro poblado de Pitumarca en el año 2016, que es determinada por el nivel de organización y por el uso de tecnología tradicional, los cuales generan costos de producción y niveles de productividad, influyendo en la inserción al mercado y en el ingreso de los productores.

La asociación artesanal tradicional Munay Ticlla, es una de las asociaciones organizadas del centro poblado de Pitumarca; está conformada por 74 tejedores entre mujeres y varones. A pesar de ser una organización formal la asociación Munay Ticlla, tiene muchas deficiencias y debilidades organizativas en la producción y la comercialización; generando cierto conflicto y desconfianza de los asociados; asimismo, la tecnología utilizada por los productores, se ha vuelto un factor limitante en la elaboración de los productos, realizando trabajos de muchas horas para generar pocos niveles de tejidos artesanales; lo cual, repercute en la productividad y costos de producción. Los productos artesanales son comercializados mediante un intermediario, Centro de Textiles Tradicionales del Cusco; según los productores dicha organización es la que se lleva grandes ganancias, siendo un factor de desincentivo. Por otro lado, los productores y la asociación desconocen los costos reales a los que incurren para producir un determinado producto artesanal, contabilizando solo el costo de la utilización de hilos, por lo que tampoco conocen los beneficios generados.

$$R_t = f(T_k; C_p; P_d; N_p; A_s, M_d)$$

Variable dependiente

Rt: Rentabilidad

Variables independientes



Tk: Tecnología

Cp.: Costos de producción

Pd: Productividad

Np: Niveles de producción

As: Asociatividad

Md: Mercado

### **1.2.2. Formulación del problema**

#### **Problema general**

- ¿Cuál es el grado de rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?

#### **Problemas específicos**

1. ¿De qué forma la utilización de la tecnología, insumos y materia prima utilizados en el proceso productivo, determina la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?
2. ¿Cuáles son los costos de producción incurridos por la organización de productores tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?
3. ¿Cuáles son los niveles de productividad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?
4. ¿Cómo se determina los niveles de producción en la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?
5. ¿Cuál es el nivel de organización de los productores artesanales tradicional de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?

6. ¿Cuál es la inserción al mercado por parte de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se base en los siguientes aspectos:

#### **La investigación servirá para los siguientes agentes:**

- Para la asociación Munay Ticlla del distrito de Pitumarca
- Para las asociaciones de productores de artesanía textil tradicional que están involucrados, así como para otras asociaciones del mismo rubro
- Para las autoridades vinculadas al sector artesanal
- Para entidades públicas, ONGs y privadas vinculadas al sector artesanal
- Para la municipalidad distrital de Pitumarca, en especial para la oficina de desarrollo económico Local (ODEL)
- Dircetur, Mincetur, Promperú
- Gobierno regional

#### **La investigación trata de resolver los siguientes problemas:**

- La rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca
- La tecnología tradicional y la combinación de los factores productivos
- Los costos de producción, el ingreso y los beneficios de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del centro poblado de Pitumarca
- Los niveles de producción
- El nivel de organización de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del centro poblado de Pitumarca
- La inserción al mercado, de la asociación Munay Ticlla

#### **La investigación nos servirá:**

- Para entender la realidad de la producción, costos de producción, inserción al mercado y la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.
- Para base de futuras investigaciones.
- Base para elaborar proyectos de inversión pública y privada.
- Para aplicar la teoría económica.

## **1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo general**

- Determinar y analizar el grado de rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, y describir de cómo influye el nivel de organización, uso de tecnología tradicional, costos de producción, productividad, niveles de producción e inserción al mercado.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

1. Describir la forma de utilización de la tecnología, materias primas e insumos en el proceso productivo, analizando de cómo a partir de ello se genera rendimientos de la producción promedio influyendo en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.
2. Estimar los costos de producción incurridos a través de la combinación y uso de los factores productivos de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca y relacionar con su grado de rentabilidad.
3. Determinar el nivel de productividad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, explicado por la capacitación de los productores y el aprovechamiento de los recursos que poseen; y analizar de cómo repercute en la rentabilidad de dicha asociación.
4. Identificar los niveles de producción y explicar su influencia en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.
5. Explicar el nivel de organización y su repercusión en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.
6. Diagnosticar la comercialización y los precios de los productos artesanales de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.

## **1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

La Operacionalización de variables de la presente investigación es con el objetivo de poder medir nuestras variables, mediante el uso de instrumentos de investigación. Para el presente trabajo se ha operacionalizado la variable dependiente e independiente, donde:

Variable dependiente: rentabilidad

Variables independientes: tecnología, costos de producción, productividad, niveles de producción, asociatividad y Mercado.

Para mayor detalle ver anexo.

## **1.6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. Tipo de investigación**

La investigación indicada es de tipo científica, por lo que se emplea el método científico; porque se busca obtener información relevante y fidedigna, mediante encuestas y entrevistas, los sustentos se basan a criterios válidos y confiables, con la finalidad de obtener conocimientos y resolver problemas científicos que pertenecen a la ciencia económica, para lo cual desarrollaremos un proceso lógico y secuencial.

Tipo de investigación: Descriptiva y explicativa

La investigación describe en todos sus componentes principales la realidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.

### **1.6.2. Nivel de investigación**

Descriptiva, explicativa

De acuerdo a la naturaleza de del estudio de la investigación, reúne por su nivel de las características de un estudio descriptivo y explicativo; y es una investigación no experimental, porque se analizara si manipular las variables, sin variar intencionalmente las variables independientes; observando el fenómeno tal y como se da en su contexto natural.

### **1.6.3. Método de investigación**

Los principales métodos que se utilizaron en la investigación serán: análisis, síntesis, deductivo, descriptivo, estadístico, entre otros.

#### 1.6.4. **Ámbito de la investigación**

La delimitación de la investigación considera el ámbito geográfico, el periodo de análisis y el alcance del estudio, dando lugar a la población de estudio.

##### Ámbito geográfico

La investigación realizada se limita geográficamente: país Perú, departamento Cusco, provincia Canchis, distrito de Pitumarca, más concretamente centro poblado Pitumarca, donde está ubicado la asociación Munay Ticlla.

##### Periodo de análisis

El periodo de análisis considerado es para el año 2014-2016. Se escogió como periodo de análisis dicho periodo, porque la investigación tiene objetivo de analizar la situación actual de la rentabilidad actual de la asociación.

##### Alcance del estudio

Asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.

#### 1.6.5. **Tamaño de muestra**

##### **Población**

La población de la investigación estuvo conformada por los productores de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.

##### **Muestra**

Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico y aplicado la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 30000; al 95% de confianza y 5% de error.

Donde:

n : tamaño de muestra

N : 74 productores

P : 0.50

Q : 0.50

E : 0.05

Z : 1.96

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Cuadro1: Tamaño de muestra

ASOCIACIÓN	N° DE SOCIOS	MUESTRA
Munay Ticlla	74	63
TOTAL	74	63

### 1.6.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### Técnica aplicada.

Encuesta mediante cuestionario: es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información.

Entrevista mediante guía: es una técnica mediante el cual un investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos sea vividos y aspectos subjetivos de una persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.

#### Instrumentos:

Se utilizó los siguientes instrumentos para la recolección de datos:

- Cuestionario
- Guía de entrevista

#### Fuentes de recolección de datos:

Las fuentes de datos son primarias y secundarias.

#### Descripción del procedimiento de análisis

Los datos recogidos a través de la aplicación del cuestionario en el proceso de entrevista y encuesta, se ha procesado en el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) y Excel, con la finalidad de presentar en tablas los números y resultados analizados, reflejados en gráficos para una mejor ilustración, contribuyendo así a una interpretación técnica.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. MARCO REFERENCIAL (ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN)

##### A. Marco referencial local

A.1. Zvietcovich Aguirre Javier (2003). En su tesis denominada: “*Producción y comercialización de los tejidos tradicionales del distrito de Pitumarca, 2003*”. Concluye<sup>1</sup>.

Que, la actividad artesanía textil en el distrito de Pitumarca es una actividad complementaria, donde se tiene un dominio de técnicas, prestigio y reconocimiento; sin embargo, existe la dificultad en la comercialización de los productos, ello obedece la venta hacia intermediarios, influyendo en los ingresos de los productores, como consecuencia se tiene la alternancia de otras actividades como la agricultura y ganadería. Asimismo, el autor concluye, que la tecnología textil pitumarqueña constituya una limitante en los volúmenes de producción.

La propuesta del investigador es realizar plan de desarrollo económico y financiero, debido a la competencia de otras provincias, las berreras de entrada hacia otros mercados, la falta de publicada adecuada, el desconocimiento de alternativas de producción y comercialización y la falta de financiamiento.

Comentario: El arte textil, es una de las potencialidades del distrito de Pitumarca; sin embargo, por diversas problemáticas limita la rentabilidad de los artesanos.

##### B. Marco referencial regional

B.1. Aedo Yanqui A. y Apaza Huamán Ruth (2012). En su tesis denominada: “*Análisis del potencial productivo o comercialización de las prendas de vestir elaborados con fibra de alpaca, caso provincia de Canchis -Cusco*”. Analizan<sup>2</sup>: EL potencial productivo y comercial existente en torno a la producción de prendas de vestir elaborados con fibra de alpaca en la provincia Canchis para el

---

<sup>1</sup> Zvietcovich Aguirre, Javier (2003). *Producción y comercialización de los tejidos tradicionales del distrito de Pitumarca, 2003*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

<sup>2</sup> Aedo Yanqui A. y Apaza Huamán Ruth (2012). *Análisis del potencial productivo o comercialización de las prendas de vestir elaborados con fibra de alpaca, caso provincia de Canchis -Cusco*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

periodo entre los años 2005 al 2010, el cual engloba un análisis de los componentes del mercado de prendas, la cadena productiva y de cómo funciona el clúster productivo en dicha provincia Canchis.

Los investigadores llegan a la conclusión de que los mercados potenciales para las prendas elaboradas con fibra de alpaca son: el mercado norteamericano y europeo, siendo muy atractivos para los exportadores peruanos, y en mayor medida los que venden a estos mercados son Puno y Bolivia, y en menor medida los productores de Cusco. Y sugieren generar políticas que vinculen directamente a los productores pecuarios de las zonas alto andinas con los mercados más dinámicas del mundo, con ello elevar la oferta exportable y generar mejores condiciones de vida para las personas que trabajan en ese segmento productivo.

B.2. Ore Rengifo Robinson (2008): En su proyecto (tesis) denominada: *“El sector artesanal, su revaloración y comercialización como factores de crecimiento económico de la provincia de Calca”* Concluye<sup>3</sup>.

Que, la puesta en marcha de los múltiples restos arqueológicos de la provincia, más atractivos naturales de la zona y sumados al paso obligado de los turistas por la zona, configura a la zona objeto del proyecto como gran atractivo y zona de potencial turístico importante. La producción artesanal del lugar con la incorporación del proyecto estaría elevando la producción de piezas artesanales de 3735 a 37350 piezas el primer año y 53784 en el periodo 25 del proyecto. El proyecto considera una inversión de S/. 1 194 303,92 y su rentabilidad que muestra es de una utilidad de \$233 336,52 en el primer año y de \$12 241 322.40. Además, concluye que en promedio de 2 familias por comunidad resolvería en un inicio el problema de ingreso familiar y el problema del empleo de la población joven, evitando la migración de este segmento de población o las ciudades.

---

<sup>3</sup> Ore Rengifo Robinson (2008). *El sector artesanal, su revaloración y comercialización como factores de crecimiento económico de la provincia de Calca*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.



B.3. García Pacheco Bertha Mireya (2012): En su tesis denominada: *“Análisis de la producción de tejido plana tradicional “AWAY” en las comunidades campesinas de la provincia de Calca”*<sup>4</sup>.

Realiza una evaluación del tejido tradicional Away, en las comunidades alto andinas de Accha Alta, Pampallacta Alta, Choquecancha y Pampacorral, bajo las condiciones del proceso productivo y la formación de los costos de producción, en el proceso productivo según características de las prendas tradicionales. Llegando a la conclusión de que las comunidades que realizan el proceso productivo tradicional no son competitivas porque existe altos costos de producción; para convertir la lana de alpaca a tejido textil utilizan telar y ruanas, y los tintes naturales que son obtenidos de las plantas tintóreas de la zona. En las comunidades de Pampallacta Alta y Pamapacorral, existe una producción promedio anual total 2 744 kg de lana y/o fibra para la confección de sus tejidos, abasteciendo además otras comunidades.

B.4. Zamalloa Dávila, Karina Renee (2012): En su tesis denominada: *“Deficiencia de los canales de comercialización para productores artesanales en la comercialización y forma de exportación (2000 -2007)”*<sup>5</sup>. Concluye:

Que, la falta de conocimiento de cómo poder producir, comercializar y exportar hace que el 75,5% decida abastecer el mercado local, solo el 23,5% de los productores artesanales exporta, sin embargo, el 80% de estos realizan la exportación mediante intermediarios, lo que demuestra que no existe una adecuada información de cómo innovar sus productos artesanales, que es lo que requieren para poder exportar sus productos; provocando esto a que exista altos márgenes de comercialización de los intermediarios con respecto a los productores artesanales, llegando a pagar el consumidor final hasta en un 60% de más, perdiendo competitividad en el mercado sus productos artesanales además que los intermediarios prefieren vender al por menor a cualquier minorista por tener un mayor margen de utilidad.

---

<sup>4</sup> García Pacheco Bertha Mireya (2012). *Análisis de la producción de tejido plana tradicional “AWAY” en las comunidades campesinas de la provincia de Calca*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

<sup>5</sup> Zamalloa Dávila, Karina Renee (2012). *Deficiencia de los canales de comercialización para productores artesanales en la comercialización y forma de exportación (2000 -2007)*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

El investigador; además, identifica la falta de desarrollo económico y tecnológico, por ser muchas de ellas empresas familiares y estacionales, y la falta de nuevos diseños porque solo producen por temporadas, haciendo la no existencia de economías de escala.

B.5. Madera Paredes Julia Rosa (2014): En su tesis denominada: *“Análisis de la cadena productiva artesanal del distrito de San Jerónimo de la provincia de Cusco”*<sup>6</sup>.

Analiza la cadena productiva artesanal del distrito de San Jerónimo para identificar sus potencialidades, oportunidades y puntos críticos, con la finalidad de generar estrategias de intervención en cada eslabón de la cadena productivo.

Las conclusiones a los que llega son:

- La mano de obra utilizada en la actividad artesanal es fundamentalmente familiar, ya que intervienen el 60% del núcleo familiar para las actividades dentro del proceso productivo, lo que ha permitido que esta actividad sea llevada por muchos años dentro del núcleo familiar.
- Los diferentes eslabones de la cadena productiva no se encuentran identificados, motivando este desconocimiento genere costos adicionales generalmente a los productores artesanos del distrito de San Jerónimo.
- La existencia de cuellos de botella y fallos de mercado han generado que la actividad sea poco rentable y que producción es esencialmente familiar. Los cuellos de botella vienen a ser la inadecuada especialización de la mano de obra y la inexistencia de lugares donde puedan expender sus productos.

---

<sup>6</sup> Madera Paredes Julia Rosa (2014). *Análisis de la cadena productiva artesanal del distrito de San Jerónimo de la provincia de Cusco*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

### C. Marco referencial nacional

C.1. Ernesto Lenin Padilla Reyes (2012): En su tesis denominada: "*Desarrollo de los aspectos metodológicos para la implementación de un sistema integrado de gestión en la industria textil y confecciones*"<sup>7</sup>. Concluye:

Que, la industria textil y confecciones del Perú tienen mucha proyección, pero que es necesario de redefinir de manera técnica el modelo de negocio de la empresa, una que incluya la capacidad de anticiparse a las tendencias, realizar productos especializados, direccionar la oferta a segmentos diferenciados, realizar un proceso de desarrollo de producto creativo e innovador y realizar también mucha innovación para la manufactura.

Por otro lado, afirma que es necesario mejorar y en algunos casos, cambiar la cultura organizacional de las empresas del sector textil y confecciones (principalmente las grandes exportadoras), como base para la mejora continua. Esto permitirá obtener una gran eficiencia en el desarrollo de sus procesos y al mismo tiempo les permitirá cumplir con los requisitos de los clientes, tanto aquellos requisitos contenidos en una certificación, así como aquellos requisitos que son propios del cliente e incluso llegar a ubicarse como un referente en el sector.

C.2. Favio Edson Gutiérrez Apaza (2015). En su tesis denominada: "*factores que influyen en la rentabilidad de las microempresas de confección textil: Puno - 2014*"<sup>8</sup>. Muestra:

Un nivel de rentabilidad de las microempresas de confección textil en la ciudad de Puno del 46.72% en promedio anual, dicha rentabilidad es influenciado por los principales factores que son: los costos de producción (relación inversa), el tipo de tecnología (relación positiva) y el acceso al financiamiento (relación positiva). Los resultados de la encuesta muestran que el 84% de los microempresarios encuestados manifiestan que actualmente utilizan una

---

<sup>7</sup> Ernesto Lenin Padilla Reyes (2012). *Desarrollo de los aspectos metodológicos para la implementación de un sistema integrado de gestión en la industria textil y confecciones*. Tesis de la Escuela Profesional de Administración, UNSAAC, Cusco, Perú

<sup>8</sup> Favio Edson Gutiérrez Apaza (2015). *Factores que influyen en la rentabilidad de las microempresas de confección textil: Puno – 2014*. Tesis de la Escuela Profesional de Ingeniería Económica, Universidad del Altiplano de Puno, Puno, Perú

tecnología tradicional o artesanal, el 70% tuvieron acceso para obtener un crédito y el 95% consideran que la situación de su microempresa mejoro con el acceso al crédito. Por lo tanto, concluye que la baja rentabilidad de las microempresas de confección textil en la ciudad de Puno, es debido a un elevado costo de producción, a la utilización de tecnología tradicional y a un limitado acceso al crédito adecuado.

Los resultados de la estimación de la ecuación de rentabilidad para las microempresas de confección textil muestran que el coeficiente del factor Costo de Producción (COSTOPROD), tiene un signo negativo de: -0.06, lo que indica que la manera de relación entre la variable dependiente Rentabilidad (RENTAB) es inversa; es decir, ante aumento en el costo de producción del 1%, el nivel de rentabilidad de las microempresas de confección textil disminuye en 0.06% o viceversa. Por lo tanto, los elevados costos de producción explican en parte la disminución de la rentabilidad de las microempresas de confección textil de la ciudad de puno.

En el factor Tipo de Tecnología (TIPOTECN), muestra un resultado de signo positivo cuyo valor es: 0.07, lo cual indica una relación directa con la variable dependiente (RENTAB); es decir, que ante cambio de tecnología artesanal al moderno ocasiona aumento en la rentabilidad de las microempresas de confección textil de 0.07%. Por lo tanto, esta mejora en tecnología explica en parte un incremento en la rentabilidad de las microempresas de confección textil de la ciudad de puno. Y en el factor Acceso al Financiamiento (ACCESFIN), también muestra un resultado de signo positivo cuyo valor es de: 0.14 lo que indica que, si logran acceder a un crédito adecuado las microempresas de confección textil, generaría un incremento en su rentabilidad de 0.14%. Por lo tanto, esta mejora de condición respecto al acceso de un crédito adecuado explica en parte un incremento en la rentabilidad de las microempresas de confección textil en la ciudad de puno.

De la revisión de la investigación, se puede deducir que los factores principales que determinan la rentabilidad de la actividad artesanal tradicional son: los costos de producción, tecnología, organización, mercado, productividad y el acceso al financiamiento.

## 2.2. BASES TEÓRICAS

### 2.2.1. TEORÍA DE LA PRODUCCION<sup>9</sup>

La teoría de la producción en nuestra investigación nos ayuda a explicar de como la asociación Munay Ticlla realiza la elaboración de productos, incurriendo a costos por la utilización de factores de producción en artesanía textil; además, explica de como la organización toma las distintas decisiones durante el proceso de producción, bajo las restricciones de los costos, como resultado de los precios de los factores utilizados, y dado una tecnología tradicional. Asimismo es una herramienta para calcular el producto medio o unitario de Munay Ticlla.

Esta teoría según el libro de Microeconomía del autor Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld (2009), es la toma de decisiones de producción minimizadoras de los costos de una empresa y como estos varían según el nivel de producción. Los componentes básicos de dicha teoría son: tecnología de producción, restricciones de costes y elecciones de factores.

La tecnología de la producción está representada por la función de producción, que es una descripción sucinta de cómo los factores (el trabajo, el capital y las materias primas) se transforman en productos; mientras que, las restricciones de costes, son los precios de los factores productivos. Dado una tecnología de producción y los precios de los factores, la empresa decide la cantidad a utilizar para obtener un producto.

#### A. La tecnología de producción

Los factores de producción, son aquellos que se utilizará en el proceso de producción materias primas y capital, el trabajo engloba mano de obra calificada y no calificada y esfuerzos empresariales, las materias primas son aquellos que pueden ser transformadas en productos finales hasta obtener el producto, se divide en las siguientes categorías: trabajo, capital y materia prima.

---

<sup>9</sup> Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld. (2009). *Microeconomía*. Pág. 217.

## La función de producción.<sup>10</sup>

La función de producción, en la presente investigación sirve para explicar las distintas formas de transformar los factores en productos, utilizando distintas combinaciones de trabajo, materias prima y capital. La producción resultante está en función a los factores del proceso de producción. El cual está implicado de la siguiente manera.

$$q = F (K, L)$$

L: Trabajo

K: Capital

La ecuación muestra la relación la cantidad de producción con las cantidades de los dos factores de producción. Permite combinar diferentes proporciones de factores para obtener un producto de muchas formas, es decir utilizar más capital y menos trabajo, o viceversa. Nos incida cómo variará la producción si se altera algunos factores de producción o todos.

*La ecuación se aplica a una tecnología dada, es decir, a un determinado estado de los conocimientos sobre los distintos métodos que podrían utilizarse para transformar los factores productos. A medida que la tecnología es más avanzada y la función de producción varía, una empresa podrá obtener más producción con un conjunto dado de factores<sup>11</sup>.*

## B. El corto plazo<sup>12</sup>

Según la teoría, el corto plazo es el periodo de tiempo en el que no se puede variar las cantidades de un factor o más factores de producción; al menos un factor no debe variar, el cual es denominada factor fijo. Sin embargo, en el largo plazo en necesario variar todos los factores.

En el corto plazo las empresas u organizaciones toman distintas decisiones, que alteran la intensidad con que utilizan una planta o maquinarias dada; mientras que, en el largo alteran el tamaño de la planta. Aquellos factores fijos en el corto plazo representan los resultados de decisiones a largo plazo.

---

<sup>10</sup> Robert H. Frank. (1996). *Microeconomía y conducta*. Pág. 291.

<sup>11</sup> Robert S. Pindyck y Daniel L. Rubinfeld (2009). *Microeconomía*. Pág.219

<sup>12</sup> *Ib.* Pág.221

El periodo de corto plazo y largo plazo se toma en cuenta según tipo y tamaño de la empresa. A continuación, se tiene se supone que el capital es el factor fijo y que el trabajo es el factor variable.

### C. La producción con un factor variable (el trabajo)<sup>13</sup>

Según Dominick Salvatore (1998) en su libro Microeconomía, afirma que la teoría supone el capital como variable fija y el trabajo es variable, solo se producirá más aumentando la cantidad de trabajo. La contribución del trabajo al proceso productivo es descrita desde perspectiva del producto medio (PMeL) y producto marginal (PMgL).

**El producto medio**, se calcula dividiendo producto total por la cantidad total de trabajo (L), y muestra el nivel de producción por unidad de trabajo.

$$PMeL = \frac{\textit{Producción}}{\textit{cantidad de trabajo}} = \frac{q}{L}$$

**El producto marginal**, es definida como la producción adicional que se obtiene si se contrata una unidad más de un insumo, en este caso una unidad más de trabajo.

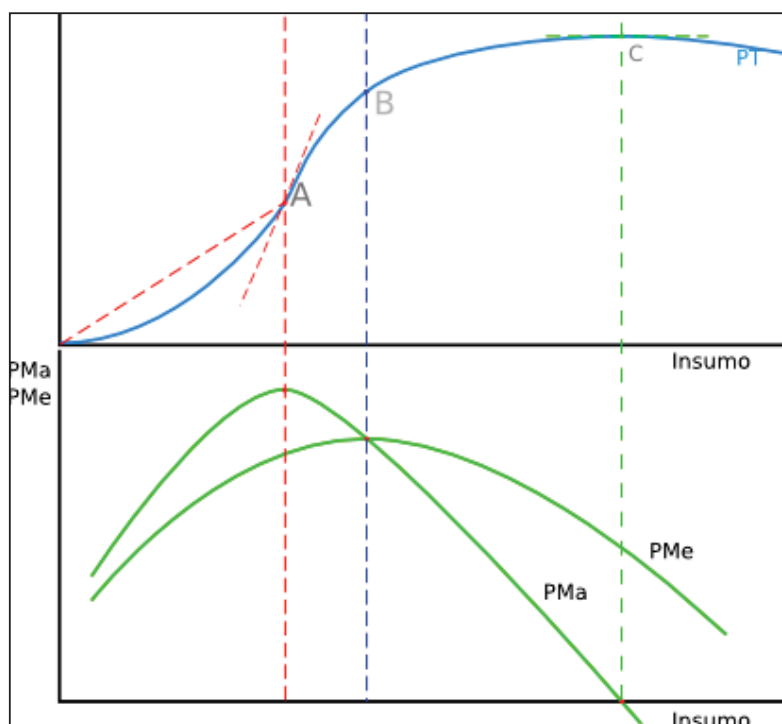
$$PMgL = \frac{\textit{Variación de la producción}}{\textit{Variación de la cantidad de trabajo}} = \frac{\Delta q}{\Delta L}$$

El nivel de producto marginal es positivo mientras el nivel de producción esté aumentando, pero se vuelve negativo cuando está disminuyendo. Cuando el producto marginal es mayor que producto medio, el producto medio es creciente, es decir la contratación de un trabajador aumenta la producción medio; en caso de que le producto marginal sea menor al producto medio, el producto es decreciente, más un trabajador reducirá le producto medio.

---

<sup>13</sup> Dominick Salvatore. (1998). Microeconomía. Pág. 145.

Gráfica 1: Producto total, producto medio y producto marginal



Fuente: Federico Anzil (11 de Abr de 2012). "Producto Total, Medio y Marginal".  
 [En línea] Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/producto-total-medio-marginal>  
 (Consultado el 19 de Set. de 2016)

#### D. La función de producción Cobb – Douglas

$$Q = A L^{\alpha} K^{\beta}$$

Dicha función de producción afirma que el producto  $Q$  es la producción y  $K$  y  $L$  son los insumos de mano de obra y capital, y  $A$ ,  $\alpha$  y  $\beta$  son parámetros positivos determinados por los datos. Cuando más valor tenga  $A$  más avanzada es la tecnología. Pero una forma especial de progreso técnico, el de tipo neutral, la expresión anterior. Y el parámetro  $\alpha$  mide el aumento porcentual de  $Q$  como consecuencia del aumento del 1% el  $L$ , mientras que,  $K$  se mantiene constante. Por otro lado,  $\beta$  mide el aumento porcentual de  $Q$  cuando varía en 1% en  $K$ ; mientras que, se mantiene constante  $L$ . Por lo tanto  $\alpha$  y  $\beta$  son elasticidades de producción.

Si  $\alpha + \beta = 1$ , hay rendimientos a escala.

Si  $\alpha + \beta > 1$ , hay rendimientos decrecientes a escala



## 2.2.2. EL COSTO DE PRODUCCIÓN<sup>14</sup>

Para el análisis de la rentabilidad de la asociación Munay Ticlla, es necesario conocer los costos incurridos en el proceso de producción y comercialización de los productos artesanales. Es por tal motivo que es primordial explicar la teoría de costos de producción, el cual está determinado por la tecnología de producción y los precios de los factores.

### 2.2.2.1. Clasificación de costos<sup>15</sup>

#### A. Según la función que originan los costos

##### ➤ Costos de fabricación

Son todos los costos incurridos relacionados de manera directa o indirectamente con el proceso productivo (es la transformación de las materias primas en productos terminados por intermedio del trabajo).

*Elementos del costo de fabricación o de elaboración*

- Materias Primas y/o Material Directo (M.P.D.)
- Mano De Obra Directa (M.O.D.)
- Costo Indirecto De Fabricación (C.I.F.)
  - Materias Primas Y/O Materiales Indirectos (M.P.I.)
  - Mano De Obra Indirecta (M.O.I.)
  - Otros

M.P.D: se pueden medir fácilmente asignables y medibles en términos económicos con un producto y son incorporados físicamente en el producto, por ejemplo: Hilo para tejidos, cuero para los zapatos, madera para los muebles.

M.O.D.: es el costo efectuado por el pago efectuado a los trabajadores, siempre que sea de cargo de la empresa; es decir, costo directamente relacionado con el proceso productivo.

C.I.F: son de naturaleza heterogénea y no es posible medir ni asignar fácilmente a ningún producto.

---

<sup>14</sup> Karl E. Case & Ray C. Fair (2008). Principios de microeconomía (8 ed.). Pag.165

<sup>15</sup> Francisco Javier Ribaya Mallada (13 de setiembre de 1999). Costos (Pág. 78 – 90). [En línea]. Dirección URL:[https://books.google.com.pe/books?id=cUoaC8Ijmboc&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=cUoaC8Ijmboc&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). (Consultado el 22 de setiembre del 2016).

M.P.I: estos son difícil de asignar en términos económicos a los productos, a pesar de que quedan incorporados físicamente a ello, ejemplo: agua, electricidad, etc.

M.O.I: es el trabajo auxiliar necesario para la producción; sin embargo, no se identifica con ningún producto, por ejemplo, los supervisores de producción, el tipo que envasa el zapato.

*Otros costos indirectos:* son aquellos no definidos anteriormente, pero son necesarios en la fabricación por ejemplo la depreciación de fábrica o de maquinaria de producción, los arriendos de producción, la mantención de producción, seguro de producción.

➤ Gastos operación

Este gasto está conformado por los gastos de administración y de ventas.

*Gastos de administración:* es gasto ocasionado en la parte administrativa de la empresa, por ejemplo, el sueldo de los contadores, sueldo de los administrativos, el sueldo de algunas secretarias, la gerencia, artículos de escritorio.

*Gastos de venta:* está relacionado con las ventas o con el marketing, por ejemplo, sueldo de los vendedores, aquellas promociones de venta, la publicidad realizada, el despacho del producto, el empaque, etc.

**B. De acuerdo a la oportunidad en que se calculan los costos**

➤ Costos históricos

Costos históricos, es el costo del producto una vez finalizado el proceso productivo.

➤ Costos predeterminados

Es la obtención del costo del producto antes de que comience el proceso productivo y las empresas están obligadas a fundamentar sus precios sobre la base de estimaciones anticipadas de los costos.

**C. De acuerdo con su identificación con una actividad o producto.**

➤ Costos directos

Son aquellos que se pueden identificar y medir fácilmente con una actividad o departamento o producto, por ejemplo M.O.D. y la M.P.D.

➤ Costos indirectos

Son aquellos costos efectuados en el proceso productivo, pero que no es posible identificar con una producto o ni medir. Por ejemplo C.I.F.

#### **D. De acuerdo a su variabilidad en relación al volumen de producción**

➤ Costos variables

Son aquellos que varían en forma directamente proporcional con los volúmenes de producción, sin embargo en términos unitarios son fijos.

*Características de los costos variables:* en términos totales son variables, en términos unitarios son fijos, la M.P.D. y M.O.D. y son siempre variables.

➤ Costos fijos o constantes

Permanecen inalterables cualquiera que sea la cantidad o el volumen de producción, sin embargo en términos unitarios es inversamente proporcional a los volúmenes de producción, gráficamente es la misma relación de valor a cantidad, no importa lo que produzca, siempre voy a gastar el mismo dinero, ejemplo arriendo. (Gastos de administración y de ventas)

*Características de los costos fijos o constantes:* En términos totales son fijos y en términos unitarios son variables

➤ Costos semifijos o semi constantes

Tienen una parte fija y otra variable la cual aumenta o disminuye en una forma directamente proporcional con la variable considerada. Ejemplo el sueldo de los vendedores, teléfono, luz, agua, gas.

#### **E. De acuerdo con su imputación a los resultados**

➤ Costos inventariables

Estos costos están formando parte de los inventarios de la empresa.

➤ Costos expirados

Son costos muertos o aquellos costos que se han convertido en un gasto y están en contra los resultados en el periodo en el cual se incurren, por ejemplo, los gastos de operación.

#### **F. De acuerdo con el tiempo en que se enfrentan con los ingresos**

➤ Costos del periodo

Es costo incurrido con un intervalo de tiempo y no con los productos, por ejemplo, costos fijos el arriendo.

➤ Costos del producto

- Se llevan contra los ingresos únicamente cuando han contribuido a generar estos ingresos en forma directa, por ejemplo, los costos inventariables.

**G. De acuerdo a la autorización sobre la ocurrencia del costo**

➤ Costos controlables

Son aquellos donde una persona o un departamento tienen la potestad para decidir si se consume o no un costo, por ejemplo se tiene: las horas extras de un departamento, debido a que son controlables para ese departamento.

➤ Costos incontrolables

El costo incurrido u originado en un departamento no depende del departamento sino que, de un superior, por ejemplo, las horas extras no pueden autorizarlas el departamento sino por la gerencia.

**H. De acuerdo a la importancia de la toma de decisiones**

➤ Costos relevantes

Son aquellos que pueden ser cambiados de acuerdo a la decisión que adopte la empresa ejemplos: costos variables (de acuerdo al producto que se va a fabricar, la materia prima se puede variar).

➤ Costos irrelevantes

Se mantiene inmutable frente a cualquier toma de decisiones de la empresa ejemplo: costos fijos (arriendo, depreciación método lineal).

**I. De acuerdo al tipo de costo incurrido**

➤ Costo desembolsable

Implica un movimiento de efectivo, de caja o de fondo en el corto, largo plazo (compra de materia prima de inmediato o a crédito igual hay que pagar).

➤ Costo no desembolsable

No implica movimiento de efectivo, ya que son solo imputaciones contables (depreciación).

➤ Costo de oportunidad

- Elegir una entre varias alternativas.
- Dejar de hacer algo por hacer otra cosa
- La mejor alternativa desechada (esta es la que usa en economía).

## **J. De acuerdo con la naturaleza de producción**

### ➤ Costo por orden de fabricación

La utilizan las empresas en proceso productivo discontinuos y que buscan satisfacer un pedido en especial de un cliente ejemplo: imprentas.

### ➤ Costo por procesos

Lo utilizan las empresas con proceso de producción continuo y que aquellas que están buscando la acumulación de stock (ejemplo: cigarrillos, empresa lechera, bebidas).

## **K. De acuerdo con los cambios en el nivel de actividad**

### ➤ Costos diferenciales

Son aquellos en donde se produce una variación en el costo total o en alguno de los elementos del costo de fabricación como consecuencia de un cambio en el nivel de actividad de la empresa.

- COSTOS INCREMENTALES: es originado por un aumento en el nivel de activo de la empresa ejemplo: incorporar un nuevo producto.
- COSTOS DECREMENTALES: están originados por una disminución en el nivel de actividad de la empresa ejemplo: eliminar un producto.

### ➤ Costos sumergidos

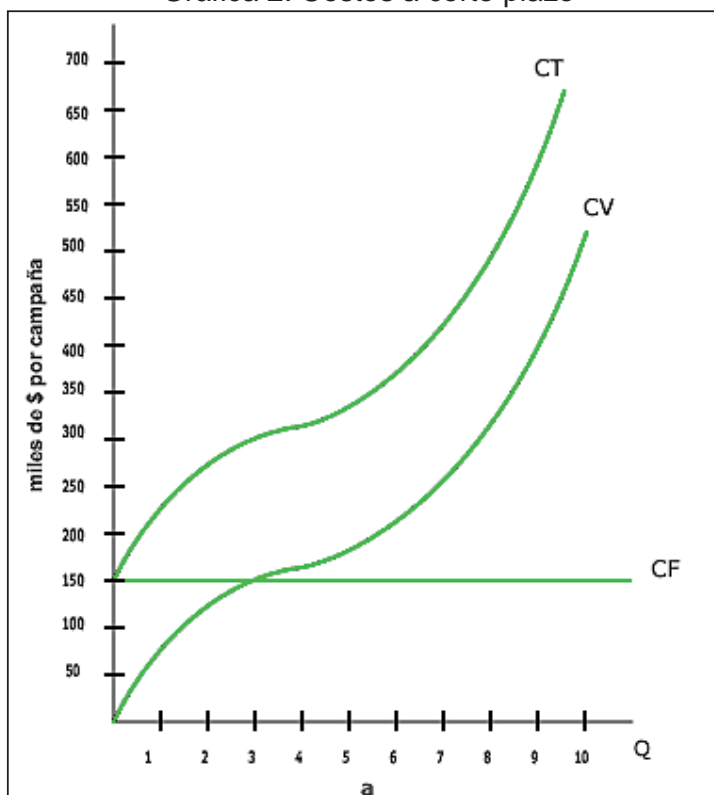
Permanecen inmutables, frente a cualquier cambio de los niveles de actividad de la empresa ejemplo: costos fijos o constantes (arriendos).

### **2.2.2.2. El costo a corto plazo**

En el corto plazo, hay costos que se debe cubrir sin importar el nivel de producción, y de hecho algunos costos deberán ser pagados, aunque se deje de producir, incluso si la producción es de cero, este tipo de costo se llama costos fijos. Además, se tiene costos que varían según el nivel de producción, están son las denominadas costos variables. Los costos fijos y variables, en suma, hacen los costos totales

$$\text{Costo total} = \text{Costos fijos} + \text{Costos variables}$$

Gráfica 2: Costos a corto plazo



Econlink (20 de agosto de 2007). "Costo Medio". [en línea] Dirección URL: <http://m.econlink.com.ar/costo-medio>. (Consultado el 19 de Set. de 2016)

### El costo marginal y costo medio<sup>16</sup>

El costo marginal (CM) o coste incremental, es el aumento que experimenta el coste cuando se produce una unidad más, es igual al aumento que experimenta el coste variable o al aumento que experimenta el coste total, cuando se produce una unidad. Es decir, cuánto nos cuesta producir una unidad más.

$$CM \frac{\Delta CV}{\Delta q} = \frac{\Delta CT}{\Delta q}$$

El coste total medio (CTMe) o coste medio (CMe), es el coste total dividido por su nivel de producción, básicamente es el costo de producir una unidad. El costo total medio tiene con dos componentes, el costo fijo medio y costo variable medio.

<sup>16</sup> Marysergia Peña Guerra. "Teoría de los costos" [en línea] Dirección URL: <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/marysergia/docus/microeconomia/TEOR%CDA%20DE%20LOS%20COSTOS%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf>. (Consultado el 19 de setiembre del 2016).

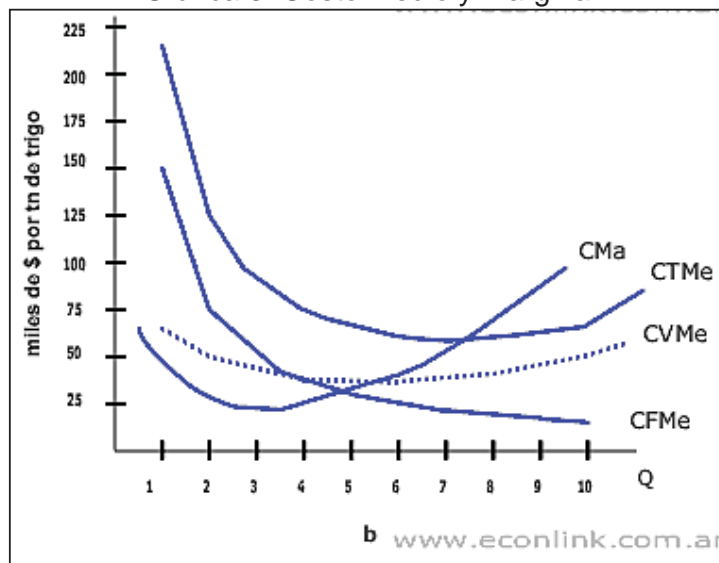
$$CTMe = \frac{CF}{q} + \frac{CV}{q}$$

Donde:

$CF/q = CFMe$  (Costo fijo medio)

$CV/q = CVMe$  (Costo variable medio)

Gráfica 3: Costo medio y marginal



Fuente: Econlink (20 de agosto de 2007). "Costo Medio". [en línea] Dirección URL: <http://m.econlink.com.ar/costo-medio>. (Consultado el 19 de Set. de 2016)

### 2.2.3. PRODUCTIVIDAD<sup>17</sup>

La teoría de la productividad en nuestra investigación nos servirá para explicar cuanto rendimiento o que capacidad de producir tienen los asociados y los otros factores utilizados.

Para los neoclásicos, la mayor eficacia en la producción generalmente está ligada incremento y -o- a la mejoría de los medios de producción utilizados. Entonces resulta plausible afirmar que, al menos en parte, la mayor producción debe atribuirse a los medios de producción utilizados. La concepción neoclásica de la productividad del capital puede extenderse sin dificultad a "n" factores productivos y se formula el concepto de productividad total de los factores. Según esta visión la productividad resulta de la aplicación de una multitud de factores:

<sup>17</sup> Alejandro Valle Baeza (junio de 1998). "La productividad del trabajo al encuentro de la teoría Marxista". [en línea]. Dirección URL: <https://vallebaeza.files.wordpress.com/2015/01/valle-productividad-a-teoria.pdf>. (Consultado el 22 de setiembre de 2016).

la tierra, el trabajo, los medios de producción, la capacidad organizativa, la tecnología, etc.

$$Q = F (K, L, t)$$

Dicha función de producción afirma que el producto Q está definido por el tiempo t, y las cantidades de capital K y de trabajo L que se pongan en funcionamiento. Pero una forma especial de progreso técnico, el de tipo neutral, la expresión anterior puede escribirse como:

$$Q = A (t) f (K, L)$$

Para Carlos Marx, la productividad es el recíproco del valor, del trabajo abstracto socialmente necesario para la producción de las distintas mercancías. Para explicar esta concepción recordemos que socialmente necesario significa, en primer lugar, que el trabajo gastado en la producción de cada bien es tanto el trabajo directo como el indirecto. De manera que las eficacias con la que se elaboran las distintas mercancías están interrelacionadas.

La productividad en conclusión es la suma de eficiencia y efectividad, el primero es un índice de desempeño, producción real sobre el producción esperado, y el segundo es el uso adecuado de los recursos, logro de los resultados: la productividad vendría a ser un reflejo de un buen uso de los recursos económicos, mide el producción final obtenido después de haber hecho uso de los factores productivos.

### **A. Productividad marginal<sup>18</sup>**

Para la teoría microeconómica la productividad marginal o producto marginal de un factor de producción es la variación en la cantidad producida por el cambio de una unidad adicional de un factor productivo; permaneciendo constante la utilización de los restantes factores, es decir la derivada de la cantidad con respecto a al factor.

$$PMg = \Delta q / \Delta x$$

---

<sup>18</sup> Oscar Perez (1 de Diciembre de 2012). "Productividad marginal". [En línea]. Dirección URL: <https://prezi.com/0e9b2m1g4lgw/productividad-marginal/>. (Consultado el 10 de agosto).



$\Delta q$ : es la variación en la cantidad producida

$\Delta x$ : es la variación en la utilización de factor productivo "x"

## B. Teoría de la productividad laboral<sup>19</sup>

El trabajo es un factor muy importante en el proceso productivo, siendo el principal en la determinación de los niveles de producción. A continuación se tiene en las tres formas:

- ✓ Productividad por el personal
- ✓ Productividad del trabajo en la empresa
- ✓ Productividad al nivel de nación.

Según el Instituto Peruano de Economía, la productividad laboral es como la producción promedio por trabajador en un período de tiempo. Puede ser medido en volumen físico o en términos de valor (precio por volumen) de los bienes y servicios producidos. La teoría económica explica que las **remuneraciones** deben reflejar la **productividad laboral**, de manera que lo producido en promedio por los trabajadores alcance para cubrir los costos salariales.

Así mismo según el instituto, si los incrementos salariales están por encima de los costos salariales, podrían generar pérdidas al provocar que las empresas no alcancen a cubrir el nuevo costo. *Para aumentar la productividad laboral es necesaria una mejor educación, capacitación y mayor tecnología. De otro modo, el aumento de la productividad laboral no sería fruto más que del ciclo económico - (IPE).*

### Métodos para medir la productividad del trabajo

- ✓ Método natural
- ✓ Método valoral

---

<sup>19</sup> Clemente Valdés Herrera (18 de enero de 2006). [En línea]. Dirección URL: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-productividad-laboral-y-empresarial/com>. (Consultado de 10 de agosto 2016)

### Método natural

Mediante este método la producción se mide en unidades físicas. Es muy sencillo de aplicar pero tiene las desventajas que sólo se puede aplicar en producciones homogéneas y no permite además tener en cuenta la producción en proceso.

La fórmula general es:

$$PT = Q/L$$

### Método valoral

Este método consiste en darle el valor monetario correspondiente a la producción, con independencia del tipo que se tome (bruta, mercantil, neta). Su aplicación puede ser para cualquier tipo de producción y tanto para la producción terminada como para la que está en proceso.

### Método de la OIT (Sistema de medición y seguimiento de la productividad – SIMAPRO)

Este método plantea que el estudio y medición de la productividad no se debe reducir a una simple relación o fórmula matemática, excluyendo indicadores como calidad del producto, entrega oportuna, calidad del proceso de producción y otros de gran importancia.

El planteamiento de las relaciones:

$$Productividad = \frac{Volumen\ de\ producción}{Tiempo}$$

$$Productividad = \frac{Volumen\ de\ producción}{Trabajadores}$$

## **2.2.4. TEORIA DEL MERCADO<sup>20</sup>**

Esta teoría nos permitirá explicar la comercialización de los productos que elaboran en la asociación Munay Ticlla, de igual forma, analizar de los mercados a los que provee.

---

<sup>20</sup> Zoraida de Jesús Ramírez Avalos (29 de setiembre 2009). "teoría de mercado". [en línea]. Dirección URL: <https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/03/u-4-04-0-temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado1.pdf> . (Consultado el 12 de agosto de 2016).

El mercado es el espacio donde ocurren las diversas transacciones de compra y venta de bienes, servicios y factores productivos. Es ahí donde se manifiesta la oferta, la demanda y el precio.

### **Clasificación de los mercados<sup>21</sup>**

José Ávila y Lugo, en su libro introducción a la microeconomía (2004), realiza una clasificación de los mercados, se tiene a continuación:

#### Según el área o ámbito geográfico que abarquen, los mercados se clasifican:

- ✓ **Local:** generalmente es en un lugar pequeño y no sale de dicha localidad; por ejemplo podría ser un distrito del departamento de Cusco.
- ✓ **Regional:** el mercado es más grande que el local y podría estar formado de varios mercados locales integradas a un departamento.
- ✓ **Nacional:** este mercado también se le denomina como mercado interno, está integrado por un conjunto de mercados locales y regionales que existen en un país.
- ✓ **Mundial:** son las transacciones comerciales que se realizan entre diferentes países del mundo; conocido también como mercado internacional. La comercialización en los últimos años es generalmente por tratados de libre de comercio.

#### Según lo que ofrezcan:

- ✓ **De mercancías:** la venta será específicamente de productos intercambiables, como por ejemplo: el mercado de la carne, el mercado de automóviles, el mercado de algodón, mercado de artesanías, etc.
- ✓ **De servicios:** La compra no es una mercancía tangible, sino de servicios, entre los mercados más destacados se tiene: mercado de trabajo, mercado de servicios financieros, mercado de servicios médicos, etc.

#### En relación con el tiempo de formación del precio, los mercados se dividen así:

- ✓ **De oferta instantánea:** el precio es establecida de forma rápida y se encuentra determinado por el precio de reserva, en otras palabras es el último precio al cual el oferente está dispuesto a vender sus mercancías.

---

<sup>21</sup> José Ávila y Lugo, *Introducción a la microeconomía* 2004, Pág. 57-58

- ✓ **De corto plazo:** el precio no es establecido tan rápidamente, será determinado por el costo de producción de los productos o mercancías.
- ✓ **De largo plazo:** en este mercado el precio de los productos se establece con lentitud, y está determinado en mayor medida por los costos de producción.

**Por el tipo de competencia que se establece, los mercados son de dos tipos:**

- ✓ **competencia perfecta:** en este mercado se tiene que cumplir las siguientes condiciones: un número ilimitado de pequeñas unidades de producción y consumo; todas las empresas competidoras producen un bien homogéneo; existe libre entrada y salida de empresas al sector de producción; el Estado no interviene en la actividad económica; conocimiento de las condiciones del mercado de los interesados; y finalmente, existe perfecta movilidad de los factores de producción.
- ✓ **competencia imperfecta:** tiene las siguientes características: existe un número limitado de oferentes o demandantes, como consecuencia a decisión de alguno de ellos influye en el comportamiento del mercado; en precio es influido por alguno de los oferentes de forma individual, existe diferenciación de productos, no existe libre movilidad de los factores, la entrada o salida al mercado está limitada sea por oferentes y demandantes, el estado puede intervenir de alguna forma en las actividades económicas. Los mercados de competencia imperfecta se clasifican en: monopolio puro, competencia oligopolística y competencia monopolística.

#### **A. Demanda<sup>22</sup>**

Teoría de la demanda o teoría del consumidor, muestra de cómo los consumidores deciden asignar su renta o riqueza en la compra de distintos bienes y servicios con el objetivo de alcanzar el mayor grado de satisfacción en un momento determinado.

En la teoría de la demanda el supuesto es que cada consumidor puede medir la utilidad o satisfacción que recibe en cada unidad de un artículo. Este supuesto

---

<sup>22</sup> Karl E. Case & Ray C. Fair (2008). *Principios de microeconomía*. Pág. 47

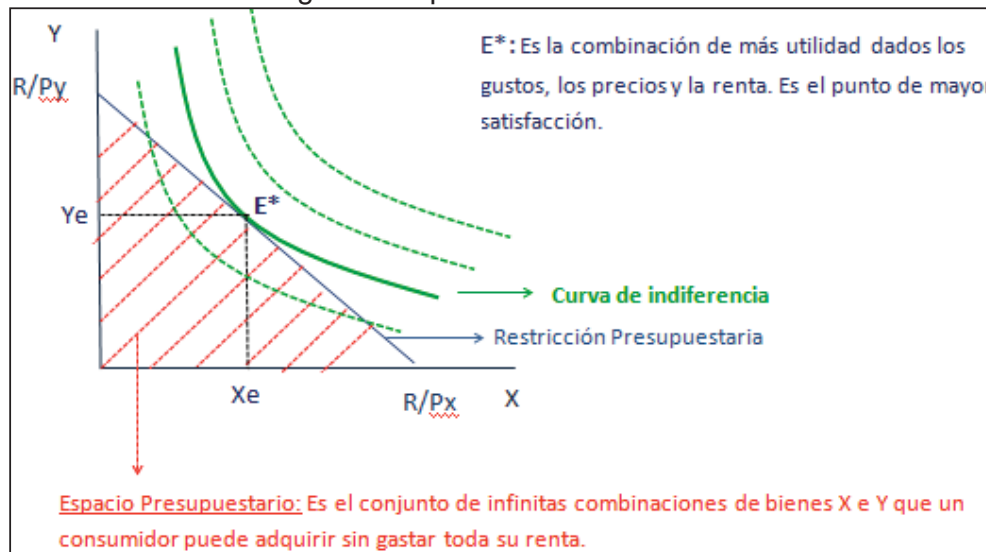
es irreal puesto que sabemos que los consumidores no se comportan de esa manera. Sin embargo, aceptamos la teoría de la demanda porque predice correctamente el comportamiento del consumidor.

**Ley de la demanda:** determina que la cantidad demandada de un bien solo depende de precio, manteniéndose constantes el resto de las variables.

### Equilibrio del consumidor<sup>23</sup>

Un consumidor está en equilibrio cuando, dado su ingreso y las limitaciones de precios, maximizar la utilidad o satisfacción total que obtiene de sus gastos. En otras palabras, está en equilibrio cuando, dada su línea presupuestaria, alcanza la más alta curva de indiferencia. El consumidor escoge una canasta o combinaciones de consumo que maximiza su utilidad.

Figura 1: Equilibrio del consumidor



Fuente: Economipedia. [En línea]. Dirección URL: <http://economipedia.com/definiciones/equilibrio-del-consumidor.html>. (Consultado el 4 de agosto de 2016)

<sup>23</sup> Angelfire. [en línea]. Dirección URL: <http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo5.htm>. (Consultado el 10 de agosto del 2016).

## B. Oferta<sup>24</sup>

La teoría de la oferta examina las causas o motivaciones para que los productores o empresarios ofrezcan determinada cantidad de mercancías y servicios a un precio determinado y en cierto momento.

Matemáticamente. La oferta individual es una función expresada de la siguiente forma:

$$O = (p, c, t, p_e, p_s)$$

Donde:

- O = oferta
- f = en función de
- p = precio del bien o servicio
- c = costo de producción
- t = nivel tecnológico
- p<sub>e</sub> = precio de los bienes complementarios
- p<sub>s</sub> = precio de los bienes sustitutos

### Determinantes de la oferta

- Costo de producción: es un principal determinante de la oferta; el costo por el uso de los factores de producción.
- Tecnología: es la introducción de nuevos métodos que permite aumentar los niveles producción y la productividad, la introducción de nuevos procesos tecnológicos generan cambios en la magnitud de la oferta; la tecnología incluso podría ayudar la reducción los costos de producción.
- Condiciones climatológicas: este factor influye fundamentalmente a la producción agropecuaria.
- Tiempo: es el periodo de tiempo determinada que los empresarios o productores pueden vender más a mejores precios (caso turismo y productos estacionarias).
- Firmas del sector: es cuando la oferta total o de mercado está determinada por la suma de ofertas individuales de cada empresa o firma

---

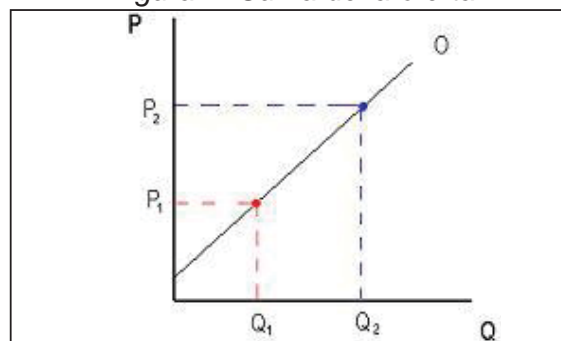
<sup>24</sup> Zoraida de Jesús Ramírez Avalos (29 de setiembre 2009). "teoría de mercado". [en línea]. Dirección URL: <https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/03/u-4-04-0-temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado1.pdf> . (Consultado el 12 de agosto de 2016).

- Capacidad productiva de las firmas: El equipo, la planta y las técnicas de producción con que cuentan las empresas permiten un cierto volumen de producción que no es posible modificar o variar en el corto plazo, por lo cual la oferta permanece de alguna forma constante; pero si las expectativas de ventas son positivas, entonces puede incrementarse la capacidad productiva, por ende la oferta crece.
- Precios de bienes relacionados: Cuando los precios de los bienes sustitutos aumentan, también aumenta la demanda; si los precios de estos bienes disminuyen, entonces la demanda baja. Esto ocurre en caso de productos complementarios.
- Capacidad adquisitiva de los consumidores. Si la capacidad adquisitiva de los consumidores o compradores es bastante alta, los vendedores aumentan su oferta; si disminuye, la cantidad ofrecida también tiende a disminuir.

**Ley de la oferta:** la cantidad ofrecida de un bien aumenta a medida que lo hace su precio, manteniéndose las restantes variables constantes.<sup>25</sup>

#### La curva de oferta.

Figura 2: Curva de la oferta



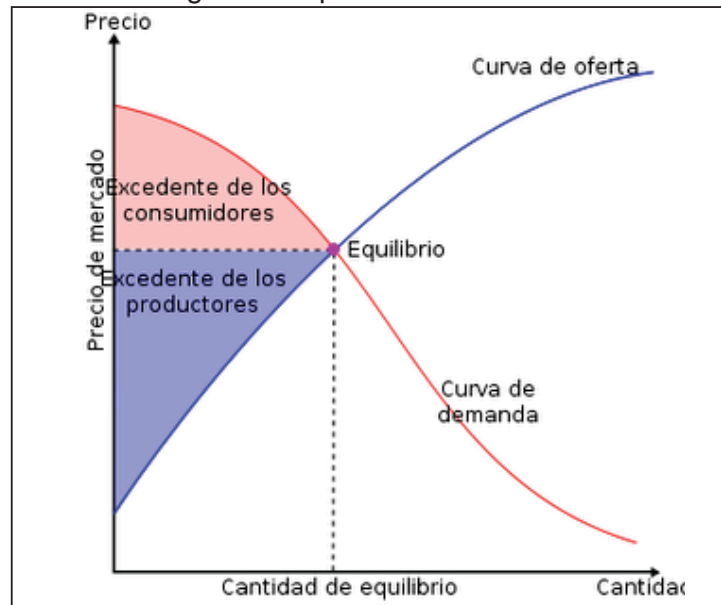
Fuente: Gabriel Leandro. [En línea]. Dirección URL: <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>. (Consultado el 1 de agosto de 2016)

<sup>25</sup> Ecured. "Ley de la oferta". [En línea]. Dirección URL: [http://www.ecured.cu/Ley\\_de\\_la\\_oferta](http://www.ecured.cu/Ley_de_la_oferta). (Consultado el 12 de agosto del 2016).

### C. Equilibrio del mercado<sup>26</sup>

Es la intersección de las curva de oferta y demanda, se llama punto de equilibrio del mercado. En este punto la cantidad ofrecida y la cantidad demandada del bien es la misma y el precio correspondiente a ese punto es llamado precio de equilibrio.

Figura 3: Equilibrio del mercado



Fuente: User:SilcerStar(28 de noviembre del 2008)."Económico – surpluses.sug) [En línea]. Dirección URL: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Economic-surpluses\\_es.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Economic-surpluses_es.svg) (consultado el 22 de setiembre del 2016)

#### 2.2.5. TEORIA DEL BENEFICIO O LA GANANCIA<sup>27</sup>

Esta teoría, en la presenta investigación nos permite realizar el análisis de las ganancias y beneficios que genera la asociación Munay Ticlla, después de haber incurrido en los costos y gastos durante el proceso de producción y comercialización.

A todos los factores productivos le corresponde una remuneración, el factor tierra es la renta, del factor trabajo es el salario y la del capital es el interés, sin embargo, es difícil afirmar a quien se le retribuye el beneficio.

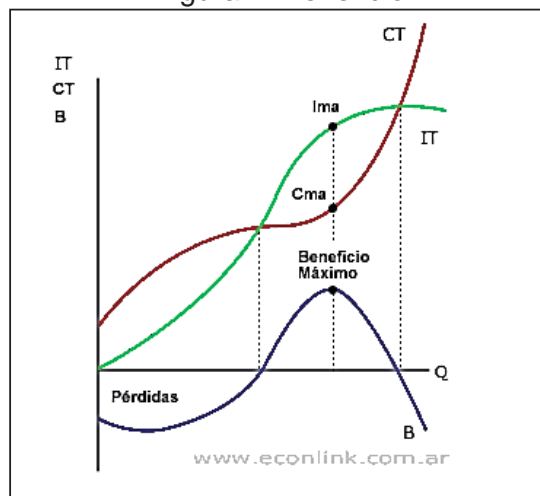
<sup>26</sup> Zoraida de Jesús Ramírez Avalos (29 de setiembre 2009). "teoría de mercado". [en línea]. Dirección URL: <https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/03/u-4-04-0-temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado1.pdf> . (Consultado el 12 de agosto de 2016).

<sup>27</sup> Toro Hardy, (2012). "Fundamentos de teoría económica: Conceptos Prácticos de Micro y Macroeconomía".



Según Adam Smith, afirma que era “la retribución que correspondía al empresario, que arriesga su capital en la aventura”. Mientras que, para David Ricardo, el beneficio variaba en sentido inverso a los salarios. En la economía moderna, el beneficio es entendido como la utilidad de los productores o empresario después de restar todos los costos a sus ingresos brutos, ello puede ser dividido o utilidad no distribuible, para Joseph Schumpeter, el beneficio es la ganancia que corresponde al empresario como compensa a las innovaciones que ha sido capaz de introducir en el proceso productivo, las cuales redundan en una mayor creación de riqueza.

Figura 4: Beneficio



Fuente: Econlink (20 de Ago de 2007). "La Maximización de Beneficios". [en línea] Dirección URL: <http://m.econlink.com.ar/maximizacion-beneficios> (Consultado el 19 de setiembre del 2016)

## Ingresos

El ingreso se obtiene después de vender una cantidad producida de un producto, a un precio existente en el mercado o precio determinada por el comprador. Del ingreso total se puede obtener el ingreso medio e ingreso marginal, el primero se obtendrá dividiendo el ingreso total sobre la cantidad vendida; y el segundo, se tiene por vender la última unidad de un bien o servicio.

$$IME = IT/\text{Cantidad vendida}$$

$$IMg = \Delta IT/\Delta \text{cantidad vendida}$$

## Beneficio

El beneficio o también conocida como ganancia, utilidad o lucro.

Beneficio medio: o llamada beneficio por unidad producido y vendido o beneficio unitario o beneficio promedio, se obtiene dividiendo beneficio total sobre la cantidad vendida.

$$BMe = BT/Q = IMe - CMe$$

Beneficio marginal: es el beneficio que se obtiene de la última unidad producida.

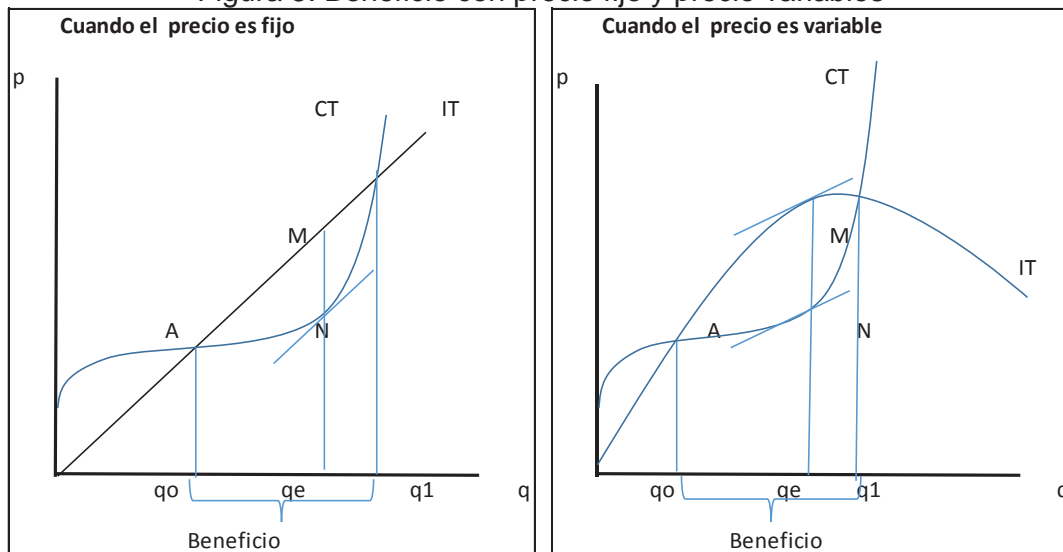
$$BMg = \Delta BT / \Delta \text{cantidad vendida} = IMg - CM$$

### Clases de beneficio

Existe tres clases de beneficio: el beneficio contable, el beneficio económico y el beneficio normal. El beneficio contable es el ingreso total menos costos explícitos, mientras que el beneficio económico considera los costos implícitos (Costos de oportunidad, otros), y el beneficio normal considera las mismas variables lo anterior (ingreso total, costos explícitos y costo implícitos).

### El beneficio cuando el precio es fijo y cuando el variable.

Figura 5: Beneficio con precio fijo y precio variables



### 2.2.6. TEORIA DE LA ORGANIZACIÓN

Según, Richard L Daft (2005, los elementos clave de una organización no son un edificio o un conjunto de políticas y procedimientos; las organizaciones están formadas por personas y las relaciones que tienen unas con otras, una organización existe cuando la gente interactúa para desempeñar funciones

esenciales que la ayude para alcanzar metas<sup>28</sup>. El mismo autor afirma que algunas organizaciones son grandes corporaciones multinacionales, otras son pequeñas propiedades de tipo familiar, algunas producen manufacturas y otras proveen servicios. Cuando las organizaciones crecen y se vuelven más complejas, estas necesitan más sistemas y procedimientos complejos para guiar y controlar la organización. Infortunadamente estas características también pueden causar problemas de ineficiencia, rigidez y lenta respuesta<sup>29</sup>.

Según esta teoría la organización es un sistema social abierto, que constituye un organismo vivo, dinámico, con la flexibilidad necesaria para asimilar el cambio, y que recibe determinados recursos transformándolos en productos y/o servicios.

### **A. DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN**

Según Chiavenatto (2007), el desarrollo organizacional es un proceso planificado de modificaciones culturales y estructurales, lo cual visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor y que es un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que esta pueda adaptarse mejor a las nuevas coyunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos que surgen constantemente.

#### **2.2.7. ECONOMIA CAMPESINA SEGÚN ADOLFO FIGUEROA<sup>30</sup>**

Con respecto a economía campesina en la sierra sur del Perú, A. Figueroa ha realizado un profundo análisis llegando a derivaciones teóricas sobre el comportamiento económico de la familia campesina, en ello afirma que a pesar de estar organizados en comunidades campesinas, las decisiones económicas que toma la familia para el uso de sus recursos y de su mano de obra son decisiones fundamentalmente familiares, siendo una unidad de consumo y de producción a la vez; en cuanto a actividades menciona : la agricultura, ganadería, actividades y venta de fuerza laboral, donde el campesinado se caracteriza por

---

<sup>28</sup> Richard L Daft, Teoría y Diseño Organizacional (2005), Pag.11.

<sup>29</sup> Richard L Daft, Teoría y Diseño Organizacional (2005), Pag.319.

<sup>30</sup> A. Figueroa. La economía campesina en la sierra del Perú (1989). Pág. 91-135

el auto-empleo para producir bienes en su propia unidad de producción y por el intercambio de parte de su mano de obra familiar en el mercado de trabajo.

Por otro lado, el autor considera que cualquier teoría económica que intente explicar el comportamiento de la familia campesina de la sierra tiene que incluir como elemento esencial el problema de riesgo; porque casi todas las actividades de la sierra están sujetas a riesgo y debido a que las familias son pobres; y *“esta familia preferirá entonces una pequeña pérdida en su ingreso a la pequeña posibilidad de sufrir una gran pérdida. Y la forma de minimizar el riesgo es mediante una combinación de actividades, es decir mediante un portafolio diversificado de actividades”* (A. Figueroa, 1989).

En lo que respecta a funcionamiento de los mercados de trabajo, sostiene mercado de trabajo en la comunidad y el mercado de trabajo externo; en el primero existe tres sistemas de intercambio en los servicios de mano de obra: reciprocidad, salario en especie y salario monetario; y en el segundo está caracterizado por las migraciones temporales que hacen los campesinos hacia mercados de trabajo externos a la comunidad tiene la característica de ser estacionales.

La integración al mercado se da de la siguiente manera: *“la familia campesina produce bienes A, P, Z con sus propios recursos, con su auto-empleo. Otra fuente de ingresos es la que obtiene de emplearse cambio de salarios en los mercados de trabajo local y externos. Parte de su producción de A, P, Z' se vende al mercado y parte lo auto-consumen. El valor monetario de todo lo producido en bienes A, P, Z más el ingreso monetario por trabajo vendría ser el ingreso total campesino. Si se divide este ingreso entre la parte que se auto-consume y la parte que se intercambia con el mercado (tanto de bienes A, P, Z como de trabajo), la proporción resultante es, para la familia típica campesina de la sierra sur, de 50%-50%”* (A. Figueroa, 1989).

## 2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Rentabilidad**

Durante el tiempo, la noción de rentabilidad ha ido cambiando, siendo utilizada de distintas formas. Según, Lawrence J. Gitman (1997) la rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generales por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas, y puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, el capital o valor accionario. Para Aguirre et al. (1997), la rentabilidad es un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben perseguir y alcanzar, el cual está relacionado con la obtención de beneficio necesario para.

Con respecto al cálculo de la rentabilidad, Brealey y Myers (1998) refieren que los analistas financieros utilizan índice de rentabilidad para calificar cuán eficiente son las empresas en el uso de sus activos

Por otro lado, Sánchez Bellesta Juan (2002) dice que, el término de rentabilidad es un “concepto que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados”, en general es definida como una medida de rendimiento del capital utilizado en un determinado periodo de tiempo, en otro forma, según el autor mencionado la rentabilidad es “la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori”; para Sánchez los límites económicos de toda actividad empresarial vienen a ser la rentabilidad y la seguridad, los cuales están intrínsecamente relacionados con la solvencia o estabilidad de la empresa.

Para Guajardo (2002), es necesario e importante que las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que ello influye en el financiamiento externo y para que pueda seguir adelante con sus operaciones normales.

Según la revista de ciencias sociales (abril 2008), la rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido

a realizar una serie de actividad en un determinado periodo de tiempo y además define como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa. Además, en la revista se define que el estado de resultados, como el balance general es necesario para construir indicadores de rentabilidad.

Rentabilidad es sinónimo de ganancia, utilidad, beneficio. Se trata de un objetivo válido para cualquier empresa, ya que a partir de obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, que implica la supervivencia, sino también su futuro: es decir, el desarrollo de la organización en el tiempo.<sup>31</sup>

- **Artesanía<sup>32</sup>**

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

- **Asociación de artesanos de nivel nacional<sup>33</sup>**

Organización sin fines lucrativos, legalmente constituida, cuyos miembros son artesanos o empresas de la actividad artesanal, o ambos, que tiene por objeto principal, el fomento y la defensa de la artesanía, y que se encuentra inscrita en el Registro Nacional del Artesano.

---

<sup>31</sup> Faga Héctor A. y Ramos Mejía M. Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales (2006). Pág.12.

<sup>32</sup> Reglamento de la ley N° 29073 - Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal. Art. 2

<sup>33</sup> Reglamento de la ley N° 29073 - Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal. Art. 2

- **Tecnologías tradicionales**<sup>34</sup>

Constituye este tipo de tecnologías las que no han tenido un fundamento científico, sino han sido evolucionando por el ingenio de los que las ejercían y la experiencia adquirida en el transcurso del tiempo. Ejemplo de este tipo son: la tecnología textil, la tecnología metalúrgica, la tecnología de la imprenta, etc.

- **Costos de producción**<sup>35</sup>

Se entiende como el desembolso o gasto en dinero que se hace en la adquisición del insumo empleados para producir bienes y servicios. Este gasto está directamente relacionado con la estructura de la producción, la cual a su vez esta expresada por la función de producción. Así la función de producción relaciona el producto con el nivel de insumo, y la función costo relaciona el costo de los insumos con el nivel de uso de los mismos refleja en el nivel de producción.

- **Productividad**<sup>36</sup>

Es la relación entre el producto de una empresa y la cantidad de factores de producción empleados para tener ese producto, referida a una unidad de tiempo. La productividad exige un buen manejo de los recursos a fin de conseguir resultados que vuelvan eficiente todas las labores desarrolladas dentro de la compañía, no sólo en lo que respecta a la fabricación o producción del servicio, sino también en lo referente a los métodos utilizados y a la relación interna de la compañía. La productividad es fundamental para crecer o aumentar la rentabilidad y para alcanzar una buena productividad deben analizarse con detenimiento los métodos utilizados, el estudio de tiempos y un sistema organizado para realizar el pago de los sueldos a los empleados

- **Niveles de producción**

Son las distintas cantidades de producción en un periodo determinado.

---

<sup>34</sup> Zegarra Sánchez, José. Tecnología.2012. Pág.20

<sup>35</sup> Guillermo Guerra (1977). Manual de administración de empresas agropecuarias. Pag.176

<sup>36</sup>Manuel Pernaut Ardanaz, S.J. y Eduardo José Ortiz F. Introducción a la Teoría Económica. Pág. 221

- **Asociatividad**<sup>37</sup>

Como instrumento de participación social se caracteriza por surgir del común acuerdo, en que un grupo humano en concordancia con las voluntades individuales que lo componen considera tener intereses similares y un mismo objetivo a realizar, formando así una asociación en particular.

- **Mercado**<sup>38</sup>

Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. La idea de mercado ha ido unida siempre a la de un lugar geográfico. Como consecuencia del progreso de las comunicaciones el mercado se ha desprendido de su carácter localista, y hoy día se entiende por mercado el conjunto de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta. Los mercados se pueden clasificar con arreglo a diferentes criterios. Así, desde el punto de vista territorial podemos hablar de mercado local, provincial, regional, nacional, continental, de ultramar y mundial. Desde el punto de vista temporal podemos hablar de mercado pasado, presente y futuro.

- **Flujo de caja operativo**<sup>39</sup>

El flujo de caja operativo (FCO) es la cantidad de dinero en efectivo que genera una empresa a través de sus operaciones y el ejercicio de su actividad. Este flujo permite valorar y cuantificar las entradas y salidas de dinero mediante las actividades de explotación, siendo difícil poderlo manipular.

Este término se puede asociar a la utilidad contable, sin embargo, no es lo mismo. En el cálculo del flujo de caja operativo no se incluyen los costes de financiación. A su vez, en éste mismo, se incluye la depreciación al final en su cálculo, a diferencia de la utilidad contable, dónde no se incluye. Por ejemplo, dentro de la categoría del flujo de caja operativo, podemos incluir a los ingresos por ventas, gastos de personal o a los proveedores

---

<sup>37</sup>[http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf)

<sup>38</sup> Enciclopedia de economía. [En línea]. Dirección URL: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm> . (consultado 18 de setiembre del 2016).

<sup>39</sup> Economía.ws. [En línea]. Dirección URL: <http://www.economia.ws/costos-de-produccion.php/> (consultado 18 de agosto del 2016).



- **Ratio beneficio/costo<sup>40</sup>**

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

- **Margen Bruto de la utilidad**

Permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones de impuestos.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Ventas}}$$

- **Margen Operacional de la utilidad**

La utilidad operacional está influenciada no solo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no son absolutamente como gastos operacionales puesto que

Teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar., una empresa o asociación podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costos financieros por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}$$

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiero.

---

<sup>40</sup> Crece Negocios. [En línea]. Dirección URL: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/> (consultado 18 de agosto del 2016).

- **Rentabilidad Neta de Ventas**

Las rentabilidades de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicado, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.

$$\text{Margen neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

- **Proceso de producción** <sup>41</sup>

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

El de gestor deberá seleccionar una determinada tecnología de producción (conjunto de conocimientos, equipos y procesos) para desarrollar una determinada función de producción. En el momento de selección la tecnología, hay que considerar los resultados del estudio de mercado, pues esto dictara las normas de calidad y cantidad que se requiere. Otro aspecto importante que se debe considerar es la flexibilidad de los procesos y equipos, para poder procesar varias clases de insumos, lo cual ayudara a evitar los tiempos muertos y a diversificar más fácilmente la producción en un momento dado. Otro factor primordial es la adquisición del equipo y la maquinaria.

- **Gastos de administración**

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

---

<sup>41</sup>Sachiko Nakata C.L. (agosto de 2014). [en línea]. Dirección URL: <http://es.slideshare.net/SachikoNakata/proceso-productivo-37783288>. (Consultado el 22 de setiembre del 2016)

- **Gastos de venta**

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto. Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus Gastos de viajes, Costo de muestrarios y exposiciones, Gastos de propaganda, Servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

- **Precio de venta**

El precio de venta, por lo tanto, es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un producto. En un mercado libre, el precio de venta se establece a través de la ley de la oferta y la demanda; en un monopolio, el precio de venta es

- **Índice de productividad**

Vínculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo (mano de obra, materiales, energía, etc.). La productividad suele estar asociada a la eficiencia y al tiempo: cuanto menos tiempo se invierta en lograr el resultado anhelado, mayor será el carácter productivo del sistema.

- **Organigrama<sup>42</sup>**

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, incluyen las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización:

- Desempeña un papel informativo.

---

<sup>42</sup> Wikipedia. "organigrama". [en línea]. Dirección URL: <https://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>. (Consultado el 22 de agosto del 2016).

- Presenta todos los elementos de autoridad, los niveles de jerarquía y la relación entre ellos.

En el organigrama no se tiene que encontrar toda la información para conocer cómo es la estructura total de la empresa.

- **Estructura organizacional en proceso producto y comercialización**<sup>43</sup>

La estructura considera por un lado la diferenciación (división del trabajo según las actividades a desarrollar) y por otro la integración (coordinación de la división del trabajo) con el fin de alcanzar los objetivos establecidos. La estructura es el marco formal por medio del cual las tareas se dividen, se agrupan y se coordinan. La misma se visualiza a través del organigrama. Éste muestra las relaciones formales de autoridad, canales de comunicación, departamentos y líneas formales de responsabilidad. El diseño organizacional implica desarrollar o modificar la estructura de una organización, hay que tener en cuenta:

- Especialización del trabajo.
- Departamentalización.
- Cadena de mando.
- Ámbito de control.
- Centralización y descentralización en la toma de decisiones.
- Formalización.

- **Clientes**<sup>44</sup>

Es la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. Por otro lado, existen los clientes satisfechos o clientes insatisfechos, de acuerdo al tipo de resultado que haya tenido el intercambio comercial.

- **Canales de comercialización**<sup>45</sup>

Un canal de comercialización (También se denomina “circuito” o “canal de distribución”, “canal de mercado”, “cadena de distribución”, es una manera

---

<sup>43</sup>Wilber Lopez. “Diseño y estructura organizacional”. [en línea]. Dirección URL: <http://www.monografias.com/trabajos94/disenio-organizaacional/disenio-organizaacional.shtml>. (Consultado el 12 de setiembre del 2016).

<sup>44</sup> Definición. De. [en línea]. Dirección URL: <http://definicion.de/cliente/>. (Consultado el 5 de setiembre del 2016).

<sup>45</sup> Guillermo Mendoza (1990). Metodología Para El Estudio de Canales Y Márgenes de Comercialización de productores agropecuarios. Pag.5.

sistemática de conocer el flujo de circulación de los bienes y servicios entre un origen “producción” y un destino “consumidor”

## **1.7. HIPOTÉISIS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Hipótesis general**

- Existe baja rentabilidad en la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, debido al bajo nivel de organización y por el uso de tecnología tradicional, los cuales generan altos costos de producción y baja productividad, limitando los niveles de producción e inserción al mercado

### **1.7.2. Hipótesis específicas**

1. La tecnología tradicional utilizado por los artesanos de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, genera bajos rendimientos de la producción promedio.
2. Los altos costos de producción incurridos por la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, están determinadas por la inadecuada combinación y uso de los factores productivos.
3. El bajo nivel de productividad se debe a la escasa capacitación de los productores y la ineficiencia del aprovechamiento de los recursos que poseen.
4. Los bajos niveles de producción, influye de forma negativa en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.
5. Existe escasa nivel de organización de productores artesanales tradicional de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del centro poblado de Pitumarca, lo que repercute en los beneficios de las organizaciones de los artesanos.
6. La comercialización y los precios de los productos artesanales es determinada por los intermediarios.

## CAPITULO III

### DIAGNÓSTICO DEL AREA DE ESTUDIO

#### 3.1. ASPECTOS GENERALES

##### 3.1.1. Ubicación política y geográfica<sup>46</sup>

La presente investigación realizada es a la asociación de artesanía tradicional Munay Ticlla que está ubicada en el distrito de Pitumarca, uno de los ocho distritos de la provincia de Canchis, departamento de Cusco que fue creado por ley No. 629 el día 11 de noviembre de 1097; se encuentra a una altitud de 3570 m.s.n.m. y cuenta con una superficie de 1117,54 kilómetros cuadrados. El centro poblado de Pitumarca está a una altitud de 3570 m.s.n.m.

MAPA 1: DISTRITO DE PITUMARCA



<sup>46</sup> Plan de desarrollo integral del distrito de Pitumarca – 2010 [En línea]. Dirección URL: [http://agruco.org/bioandes/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75:plan-de-desarrollo-integral-del-distrito-pitumarca&catid=27:revistas-informativas&Itemid=100033](http://agruco.org/bioandes/web/index.php?option=com_content&view=article&id=75:plan-de-desarrollo-integral-del-distrito-pitumarca&catid=27:revistas-informativas&Itemid=100033). (Consultado el 19 de setiembre del 2016).

- Departamento: Cusco
- Provincia: Canchis
- Distrito: Pitumarca

Pitumarca es un distrito del departamento del Cusco, que cuenta con un gran potencial turística y de artesanía textil, su actividad principal de gran parte de la población es la agricultura y la ganadería. Actualmente cuenta con una población de 7 241 personas, según proyección a base del censo poblacional; en cuanto a instituciones publicas o privadas Pitumarca tiene como principal veedor del bienestar de la población, la municipalidad distrital y las demás instituciones que complementan y siendo de mucha importancia para el desarrollo de las personas, de igual forma las organizaciones productivos y otras organizaciones sociales son muy importantes para el desarrollo de una población.

El distrito de Pitumarca especialmente está conformada por 11 comunidades campesinas a continuación se detalla:

- Parte Baja: C.C. de Pitumarca, C.C. de Pampachiri, C.C. de Ccapacchapi y C.C. de llave.
- Parte Alta: C.C. de Phinaya, C.C. de Uchulluclo, C.C. de Osefina, C.C. de Ananiso, C.C. de Siwina Sallma, C.C. de Sallani y C.C. de Anchipacha.

### 3.1.2. Límites y acceso

#### Límites

Sus límites distritales son:

Cuadro 2: Límites del distrito de Pitumarca

Por el norte	Los distritos de Cusipata, Ocongate y Marcapata.
Por el sur	El distrito de Checacupe.
Por el este	El distrito de Marcapata y Checacupe: y el distrito de Corani, Provincia de Carabaya, departamento de Puno.
Provincia de oeste	Los distritos de Checacupe y Cusipata.

#### Acceso

La vía Cusco Checacupe es parte integrante de la carretera Panamericana Sur que une Cusco – Sicuani, Sicuani- Puno, Puno- Arequipa, etc, Checacupe se encuentra a la rivera del camino a 92 Km del Cusco. El acceso al distrito de

Pitumarca se realiza por la parte interna de Checacupe, la cual es una vía carrozable afirmada sin pavimento, esta es de 8 Km. Checacupe- Pitumarca.

A su vez Pitumarca se comunica con sus comunidades por medio de dos vías ambas vías afirmadas sin pavimentar una que va desde Pitumarca – Pampachiri – Karwi– Osefina – Ausangate – Chillca, la cual tiene dos años de construcción y la otra vía que va a Uchulluclo y Ananiso; otra vía que presenta Pitumarca es hacia la comunidad de Phinaya la cual se accede por Sicuani la que también es afirmada.

Cuadro 3: Acceso al distrito de Pitumarca

Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de Transporte	Vía de Acceso	Distancia en Kms. /Tiempo
1	Cusco-Checacupe	Terrestre	Bus Público	Carretera Afirmada	95 Km/1h 30 min.
2	Checacupe-Pitumarca	Terrestre	Combi	Carretera Afirmada	7 km/15 min.

Fuente: Plan de desarrollo del distrito de Pitumarca

### 3.1.3. Clima

El clima es templado en el pueblo y frígido en las punas o alturas de esta comunidad anexas la temperatura oscila entre 0°C durante la noche 15 °C durante el día.

### 3.1.4. Referencia histórica<sup>47</sup>

Fue creado mediante Ley No.629 del 11 de noviembre de 1907, en el gobierno del Presidente José Pardo y Barreda.

El Pueblo de Pitumarca es un Distrito de la Provincia de Canchis, en la Región del Cusco. Se ubica en el valle interandino de Ausangate que nace en el majestuoso Nevado de Ausangate y se prolonga hacia el Valle de Vilcanota en el distrito de Checacupe. Esta irrigado por el rio de pitumarca que nace en la parte baja del nevado de Ausangate y converge al rio de Vilcanota en Checacupe. Pitumarca fue reconocido como distrito en el año de 1907 por ley N0 629, a los 11 días del mes de noviembre, durante el gobierno de José Pardo.

El Distrito de Pitumarca está constituido por once comunidades campesinas y sus respectivos anexos y sectores. La capital del distrito está conformado por cuatro comunidades que son las siguientes: Pitumarca (consachapi),

<sup>47</sup> Tripod - Build a Free Website with Web Hosting. [En línea]. Dirección URL: <http://ciev.pe.tripod.com/pitumarca/id1.html>. (Consultado el 19 de setiembre del 2016).



Qapaqchapi e llave en el margen izquierdo del río; Pampachiri y parte de llave en el margen derecho. El río serpentea por el medio del pueblo. Los ayllus se conectan con dos puentes, uno colonial y el otro de construcción de material noble.

El pueblo está circundado por los cerros: Uyayoc, Qespiyoc, Wancarani, Lantawiorqo, Tambokunka, Altarqaca, Phusnunkunka, Phallcha qaca y p'ichu. Las casas son de construcción de adobe, techo de teja, calamina y paja. Las calles son angostas y largas. La plaza de armas tiene una pileta de agua al medio, parques con jardines, la iglesia colonial, puesto policial y un local del consejo distrital. Sus alrededores del pueblo están llenos de árboles de eucalipto y junto a las casas típicas pintan el panorama de Pitumarca.

## **3.2. RECURSOS DEL DISTRITO DE PITUMARCA**

### **3.2.1. Recursos turísticos<sup>48</sup>**

Iglesia de San Miguel: la iglesia de San Miguel de Pitumarca es un monumento arquitectónico de la época colonial, construida en forma rectangular con seis capillas laterales, adosadas a la nave principal, y una torre del campanario, con un patio al frente. Su fachada es típica de las iglesias andinas, con cimientos de piedra, muros de adobe y teja andina, sostenido por tijerales.

Santuario de Machupitumarca: Ubicado en la comunidad de Consachapi, a una altura de 3465msnm. La construcción pertenece a la cultura pre inca Canchis de Arquitectura. Estilo Pirca, posteriormente tiene influencia inca, el santuario está dividido en tres sectores:

- Sector I: Está a una altura de 3850 metros de altura, en el lado sur, está conformado por seis recintos de plantas rectangulares, emplazadas en tres hileras en forma horizontal y dividida por pasajes verticales.
- Sector II: ubicado en la parte media, ocupando un pequeño montículo que ha sido adecuado de construcción de muros, culminando en un espacio plano, donde se ubica evidencias de un pequeño recinto. Corresponde, al

---

<sup>48</sup> Flora Beltran Supo (14 de diciembre de 2012). En línea]. Dirección URL: <http://canchisciudadelaturistica.blogspot.pe/2012/12/distrito-de-sicuani.html>. (Consultado el 19 de setiembre del 2016)

parecer, a un espacio ceremonial y, a la vez, utilizado como punto de observación.

- Sector III: ubicado en la parte baja, lado noreste, conformado por pequeños recintos que se emplazan en diferentes niveles sobre los muros de contención. Dado a la morfología esta corresponde a estructuras habitacionales de la época inca.

Laguna de sibiracocha: Se encuentra ubicado sobre los 4800msnm. En la comunidad campesina de Phinaya, albergando a sus orillas a las comunidades de Sallma, Shuachua, Pichuchani, Canllini, Sora e Inguyo Chico. La laguna es muy extensa, abarca un área aproximada de 25m. El Es un paisaje impresionante por su regulación térmica adaptable. Que permite la vida a esas alturas, albergando una gran diversidad de flora y fauna silvestre. El acceso por casi desaparecidas desde las comunidades de Chillca y Ananizo.

Nevado de Ausangate: Montaña representativa de los andes del sur y la más alta cordillera del Vilcanota, está a una altura de 6382 msnm. Está ubicado entre los distritos de Ocongate y Pitumarca; el lado suroeste le corresponde al distrito de Pitumarca. La zona se caracteriza por contar con extensas lagunas de color turquesa, planicies altas y bosques de piedra. El periplo hacia el nevado de Ausangate se puede realizar en cualquier época del año, pero es recomendable entre los meses de mayo y setiembre, debido a que el clima es más favorable para que se pueda disfrutar el paisaje.

Cañón de Ananiso: Se encuentra a 4000 msnm., presenta gran diversidad paisajista, cuenta con fauna y flora variada; destaca el recurso turístico natural del cañón de Ananiso, una de las maravillas naturales que evidencia de la erosión pluvial de millones de años, que ha formado estos cañones. Consta de un paso estrecho y cortado entre dos montañas, que encausan al Rio Ananiso, perteneciente a la cuenca del Rio Pitumaraca. Desde el cañon se puede divisar al nevado de Ausangate, y para completar la vista, se puede observar pinturas rupestres cruzando el Rio Llamapampa. Se dice grupos de los K´anas y Qanchis con características de vida nomada, se sustentaban de la caza y la recolección de plantas silvestres, hipótesis que explica el sentido de estas

pinturas rupestres en el cañón de Ccaccapunco, que cuenta con una belleza paisajista.

### **3.2.2. Vegetación<sup>49</sup>**

Las especies que existen en la cuenca son las siguientes:

- Plantas arbustiva: lloque, llaulli, roque, mutuy, muña, chillca, cactus, agave, chinchircuma, rupo, kinsacucho, achanqaray, kishuar, cocacoca, tankar, tara, quisa, y otros.
- Plantas forestales nativas: queuña, quishuar, sauco, chachacomo, capulí, molle, retama, zabilaa.
- Exóticas: eucalipto, retamo, ciprés, pino y ceticius.
- Plantas frutales: capulí, manzana, pera, ciruela, tin-tin.
- Pastos: paja, gramíneas, plantas herbáceas.

### **3.2.3. Fauna**

En la zona se tiene el cóndor cernícalo, comadreja, vizcacha, zorro, zorrino, culebras, águila, ganado vacuno, ovino, caprino, camélidos.

### **3.2.4. Recursos mineros**

Como recursos minerales del distrito de Pitumarca son: el yeso, arcilla, cobre, bronce, tierra blanca, chhacco negro, talco, caulli, tierras de color ocre, materiales para construcción (arena, pedra, hormigón), estos minerales tienen diferentes usos y su explotación será de vital importancia para el desarrollo del micro cuenca.

### **3.2.5. Recursos Hídricos.**

Existen gran cantidad de agua durante el año que recorre por toda la cuenca, el principal río es el Pitumarca que nace de los riachuelos del Ausangate y el Sallani. Los riachuelos que afluyen al Pitumarca son Uchulluclo, Labraco Congomiri, Huyto, Chacco, Huayllasca, Huatabamba, y Cari. También existen lagunas que se ubican en la parte alta como son Uchulluclo, Pampachiri, Cari, Accotocco, Labraco, Llaulliri, Huasapampa. Existen manantes a lo largo de toda la cuenca que sirven para el consumo humano de los animales.

---

<sup>49</sup> Tripod - Build a Free Website with Web Hosting. [En línea]. Dirección URL: <http://ciev.pe.tripod.com/pitumarca/id1.html>. (Consultado el 19 de setiembre del 2016).

### 3.3. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

#### 3.3.1. Población total del distrito de Pitumarca

##### POBLACIÓN TOTAL

Según INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) - Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda, la población total del distrito de Pitumarca es de 7 068 habitantes, con una tasa de crecimiento de 0,3%. La población actualizada al 2016 vendría ser de 7 241 habitantes.

Cuadro 4: Población del distrito de Pitumarca

Categorías	1993	2007	Tasa de crecimiento promedio (%)	Población actualizada al 2016
Hombre	3 320	3 448	0,3	3533
Mujer	3 487	3 620	0,3	3708
<b>Total</b>	<b>6 807</b>	<b>7 068</b>	<b>0,3</b>	<b>7241</b>

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

##### POBLACIÓN SEGÚN GÉNERO

A nivel distrital, en promedio la población femenina (51,2%) registra una mayor presencia que el masculino (48,8%). En espacios comunales fuera del hogar, las mujeres tienen importante participación, como en las organizaciones sociales del vaso de leche, organizaciones productivas, organizaciones de programas sociales, etc.; además, mediante actividades como artesanía, crianza de animales menores y otros, generan ingreso para el sustento de sus hogares. Mientras que, los hombres se dedican a actividades productivas, que les generan ingresos, reproduciendo sus roles de proveedores.

Cuadro 5: Población según género

Categorías	1993	2007	Tasa de crecimiento promedio (%)
Hombre	3 320	3 448	0,3
Mujer	3 487	3 620	0,3
<b>Total</b>	<b>6 807</b>	<b>7 068</b>	<b>0,3</b>

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

##### POBLACIÓN SEGÚN ÁMBITO DE RESIDENCIA GRUPOS DE EDAD

El distrito de Pitumarca cuenta con un total de 7 068 habitantes, de los cuales el 56,2% reside en la zona rural y el 43,8% en la zona urbana. La mayor concentración de la población distrital se encuentra en la categoría de 0 a 14

años, que representa el 38,1% de la población, seguido categoría de 5 a 29 años de edad (22,9%)

Cuadro 6: Población por ámbito de residencia y edad

DISTRITO	TOTAL	%	URBANA	%	RURAL	%
<b>PITUMARCA</b>	<b>7068</b>	<b>100,0</b>	<b>3096</b>	<b>43,8</b>	<b>3972</b>	<b>56,2</b>
De 0 a 14 años	2692	38,1	1103	41,0	1589	59,0
De 15 a 29 años	1622	22,9	762	47,0	860	53,0
De 30 a 44 años	1239	17,5	559	45,1	680	54,9
De 35 a 64 años	1008	14,3	448	44,4	560	55,6
De 65 y más años	507	7,2	224	44,2	283	55,8

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

### POBLACIÓN POR CUMUNIDAD CAMPESINA

La Municipalidad Distrital de Pitumarca para determinar la población, ha utilizado el padrón general de comunidades campesinas, información obtenida en talleres participativos, constatando el número de familias empadronadas, así como el promedio de miembros por familia quedando como resultado una población promedio para el año 2016 de 7633 habitantes en Pitumarca. Mayores detalles ver el siguiente cuadro.

Cuadro 7: Población por comunidad

Distrito	Comunidad	N° de Familias	N° de miembros de familia	Población Total	%
<b>Pitumarca</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1 558</b>		<b>7 633</b>	<b>100</b>
	Pitumarca	218	5	1 090	14,3
	Pampachiri I	374	5	1 870	24,5
	Pampachiri II	119	5	595	7,8
	Pampachiri III	12	5	60	0,8
	Ccapacchapi	140	5	700	9,2
	Ilave	212	5	1 060	13,9
	Uchulluclo	138	5	690	9,0
	Ananiso	122	3	366	4,8
	Osefina	87	6	522	6,8
	Chillca	93	5	465	6,1
	Sallani	43	5	215	2,8

Fuente: Municipalidad distrital de Pitumarca

### **3.3.2. Población económicamente activa (PEA) del distrito de Pitumarca**

#### PEA OCUPADA

La población económicamente activa del distrito de Pitumarca en el 2007 fue de 2340 pobladores de 14 años a más, que representa el 51,6%; de la población, el 95,8% está ocupada y el 4,2% es población desocupada. De la PEA, el 66,7%

son varones y 33,3% son mujeres, y el 98,3% y el 96,6% de mujeres y varones de la PEA están ocupados, respectivamente.

Cuadro 8: Población económicamente activa

Categorías	Casos	%
<b>Población de 14 años a más</b>	<b>4535</b>	<b>-</b>
<b>PEA</b>	<b>2340</b>	<b>51,6</b>
Hombres	1560	66,7
Mujeres	780	33,3
<b>Ocupada</b>	<b>2274</b>	<b>50,1</b>
Hombres	1507	96,6
Mujeres	767	98,3
<b>Desocupada</b>	<b>100</b>	<b>2,2</b>
Hombres	69	4,4
Mujeres	31	4,0

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

### PEA POR ACTIVIDAD

El sector que más ocupa la PEA es la actividad agropecuaria que representa el 67,8%, esto nos demuestra que el distrito es de vocación agropecuaria y dentro de esto en la zona ecológica de quechua baja es agrícola extensiva y las partes altas es de vocación pecuaria extensiva; en cuanto a comercio, el 5,0% de la PEA se dedica a esta actividad, siendo principalmente el comercio al por menor; por otro lado, otra actividad que resalta en el distrito de Pitumarca es construcción (4,7%) e industrias manufactureras (4,6%)

Cuadro 9: PEA por actividad

DISTRITO	TOTAL	%
PITUMARCA	<b>2340</b>	<b>100,0</b>
Agric., ganadería, caza y silvicultura	1586	67,8
Explotación de minas y canteras	1	0,0
Industrias manufactureras	107	4,6
Suministro de electricidad, gas y agua	3	0,1
Construcción	111	4,7
Comerc., rep. veh. autom.,motoc. efect. pers.	116	5,0
Venta, mant.y rep. veh.autom.y motoc.	3	2,6
Comercio al por mayor	4	3,4
Comercio al por menor	109	94,0
Hoteles y restaurantes	41	1,8
Trans., almac. y comunicaciones	32	1,4
Activid.inmobil., empres. y alquileres	12	0,5
Admin.pub. y defensa; p. segur.soc.afil	79	3,4
Enseñanza	53	2,3
Servicios sociales y de salud	6	0,3
Otras activ. serv.comun.soc y personales	30	1,3
Hogares privados con servicio doméstico	14	0,6
Actividad economica no especificada	49	2,1
Desocupado	100	4,3

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

### 3.3.3. Educación

#### ANALFABETISMO

Según el censo 2007, en el distrito de Pitumarca el porcentaje de varones analfabetos de 3 a años a más, es el 11,3% y de las mujeres el 23,3%, categorizando por edad, entre 3 a 4 años de edad es el rango con mayor número de personas analfabetas; por otro lado, se puede apreciar que gran porcentaje de la población de 40 a 64 años edad son analfabetas, en caso varones el 22,1% y caso mujeres el 33,5%.

Cuadro 10: Analfabetismo

Indicador	Total		Hombres				Mujeres			
	Población	%	Sabe leer y escribir	%	No sabe leer ni escribir	%	Sabe leer y escribir	%	No sabe leer ni escribir	%
3 a 4 años	413	6,23	0	0	207	27,7	0	0,0	206	13,4
5 a 9 años	964	14,5	343	13,8	169	22,6	275	14,8	177	11,5
10 a 14 años	877	13,2	426	17,1	3	0,4	435	23,5	13	0,8
15 a 20 años	622	9,38	294	11,8	10	1,3	282	15,2	36	2,3
21 a 29 años	1000	15,1	450	18,1	34	4,5	385	20,8	131	8,5
30 a 39 años	849	12,8	369	14,8	46	6,1	247	13,3	187	12,1
40 a 64 años	1398	21,1	509	20,5	165	22,1	207	11,2	517	33,5
65 a más años	507	7,65	95	3,82	114	15,2	22	1,2	276	17,9
<b>Total</b>	<b>6630</b>	<b>100,0</b>	<b>2486</b>	<b>37,5</b>	<b>748</b>	<b>11,3</b>	<b>1853</b>	<b>27,9</b>	<b>1543</b>	<b>23,3</b>

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

#### ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS QUE APROBÓ

Con respecto a la población de 3 años a más del distrito de Pitumarca, el 45,9% tiene estudios primaria, el 29,8% no tiene ningún nivel de estudios, el 17,5% curso estudios de nivel secundaria, 4,0% nivel inicial; y el resto ha tenido educación superior no universitaria y universitaria.

Cuadro 11: Nivel de estudios

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Sin Nivel	1 967	29,8	29,8
Educación	267	4,0	33,8
Primaria	3 027	45,9	79,7
Secundaria	1 152	17,5	97,2
Superior No	63	1,0	98,1
Superior No	65	1,0	99,1
Superior Univ.	28	0,4	99,5
Superior Univ.	31	0,5	100,0
<b>Total 1/</b>	<b>6 600</b>	<b>100,0</b>	

1/ Población de 3 años a más

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007

## INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y PROGRAMAS

El Distrito de Pitumarca cuenta con los siguientes centros educativos:

- Inicial: 26 centros educativos
- Primaria: 13 centros educativos
- Secundaria: 03 centros educativos

Cuadro 12: Instituciones educativas

Etapa, modalidad y nivel educativo	Total	Gestión		Área		Pública		Privada	
		Pública	Privada	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Básica Regular</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Inicial	26	26	0	12	14	12	14	0	0
Primaria	13	13	0	1	12	1	12	0	0
Secundaria	3	3	0	1	2	1	2	0	0
<b>Básica Alternativa</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Básica Especial</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Técnico-Productiva</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Superior No Universitaria</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Pedagógica	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tecnológica	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Artística	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Padrón de Instituciones Educativas-2015

## MATRÍCULA

Para el 2015, el número de matriculados a nivel básico regular fue de 2 041 alumnos, del cual 428 en nivel inicial, 899 en nivel primaria y 714 en nivel secundaria.

Cuadro 13: Número de alumnos matriculados

Etapa, modalidad y nivel educativo	Total	Gestión		Área		Sexo		Pública		Privada	
		Pública	Privada	Urbana	Rural	Masculino	Femenino	Urbana	Rural	Urbana	Rural
<b>Total</b>	<b>2,041</b>	<b>2,041</b>	<b>0</b>	<b>1,287</b>	<b>754</b>	<b>1,019</b>	<b>1,022</b>	<b>1,287</b>	<b>754</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Básica Regular</b>	<b>2,041</b>	<b>2,041</b>	<b>0</b>	<b>1,287</b>	<b>754</b>	<b>1,019</b>	<b>1,022</b>	<b>1,287</b>	<b>754</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Inicial	428	428	0	246	182	216	212	246	182	0	0
Primaria	899	899	0	479	420	436	463	479	420	0	0
Secundaria	714	714	0	562	152	367	347	562	152	0	0
<b>Básica Alternativa</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Básica Especial</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Técnico-Productiva</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Superior No Universitaria</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Pedagógica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tecnológica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Artística	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: MINISTERIO DE EDUCACIÓN - Censo Escolar - 2015



### 3.3.4. Desarrollo humano

Los datos de los índices de Desarrollo Humano (IDH) nos revelan, a través de varios indicadores sociales, que en el distrito de Pitumarca está ubicado en el lugar 1573, por debajo de nivel de desarrollo de la provincia Canchis y de la región Cusco.

La esperanza de vida al nacer es de 73 años en promedio, dicha cifra está por encima de nivel provincial, pero por debajo del promedio de años de nivel nacional; el distrito de Pitumarca en esperanza de vida se ubica en el lugar 929. La población con educación secundaria del distrito de Pitumarca, representa el 22, 2%; mientras que, el promedio de años de educación (población de 25 años a más) es de 3,9.

Con respecto a ingreso familiar per cápita al mes, se tiene que en promedio es de S/.194,8, monto por debajo del ingreso promedio mensual provincial, departamental y nacional.

Cuadro 14: Índice de Desarrollo Humano

Ubigeo 2010	DEPARTAMENTO		Población		Índice de Desarrollo		Esperanza de vida al nacer		Población con Educ. secundaria		Años de educación (Poblac. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
	Provincia	Distrito	habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	años	ranking	N.S. mes	ranking
000000	PERÚ	al	30 135 875		0,5058		74,31		67,87		9,00		696,9	
080000	CUSCO		1 292 175	7	0,4434	11	69,98	22	69,50	10	8,07	14	552,7	10
080600		Canchis	102 826	58	0,3992	72	74,13	77	60,55	55	7,18	89	434,8	83
080601	1	Sicuani	59 649	98	0,4616	352	74,57	742	66,94	370	8,44	412	559,7	391
080602	2	Checacupe	5 091	856	0,2955	1012	72,49	1054	50,23	748	5,60	1246	254,1	1137
080603	3	Combapata	5 449	820	0,3145	886	74,95	682	66,69	384	5,94	1118	244,0	1190
080604	4	Marangani	11 486	459	0,3045	956	75,21	638	52,93	692	5,61	1241	255,9	1129
080605	5	Pitumarca	7 534	648	0,2110	1573	73,29	929	22,23	1505	3,87	1759	194,8	1413
080606	6	San Pablo	4 927	877	0,2909	1041	72,23	1088	46,24	852	5,26	1370	264,8	1099
080607	7	San Pedro	2 948	1162	0,3057	948	70,53	1318	64,35	440	6,31	978	240,1	1205
080608	8	Tinta	5 742	787	0,3787	588	73,46	900	58,95	571	6,86	802	396,8	673

Fuente: PNUD-Perú

### 3.3.5. Salud

Todo el distrito de Pitumarca cuenta con 4 centros de salud, los pobladores del centro poblado urbano de Pitumarca acuden al centro de Salud del lugar, cuando se presentan casos graves, éstos son derivados a la ciudad de Sicuani.

En el siguiente cuadro se puede apreciar los principales indicadores de salud del distrito de Pitumarca. El 44,1% de los niños menores a 5 años sufren de desnutrición crónica y una tasa de mortalidad infantil de 28,8%; según estas cifras existe una alta tasa de desnutrición crónica y mortalidad infantil.

Cuadro 15: Tasa de mortalidad, fecundidad y desnutrición crónica

Ubigeo	Departamento, provincia y distrito	Tasa de Mortalidad Infantil <sup>1/</sup> 2007	Tasa Global de Fecundidad <sup>2/</sup> 2007	Desnutrición Crónica en Menores de 5 años <sup>3/</sup> (Patrón OMS)
<b>080600</b>	<b>Canchis</b>	<b>28,3</b>	<b>2,4</b>	<b>41,9</b>
080601	Sicuani	27,9	2,3	41,5
080602	Chacacupe	29,7	2,5	45,2
080603	Combapata	28,9	2,4	41,4
080604	Marangani	28,3	2,3	44,0
080605	Pitumarca	28,8	2,5	44,1
080606	San Pablo	29,7	2,5	42,7
080607	San Pedro	29,1	2,4	36,5
080608	Tinta	27,7	2,3	36,8

1/ Fuente: INEI. Perú: Mortalidad Infantil y sus Diferenciales por Departamento, Provincia y Distrito 2007.

2/ Fuente: Perú: Fecundidad y sus Diferenciales por Departamento, Provincia y Distrito 2007

3/ Fuente: Mapa de Desnutrición Crónica en Niños Menores de Cinco Años a nivel Provincial y Distrital, 2009

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI.

### 3.3.6. Características de las viviendas y servicios básicos

El material de construcción predominante en los pisos en el distrito de Pitumarca es tierra, el 95,7% de las viviendas tiene el piso de este tipo de material.

Cuadro 16: Características del piso de la vivienda

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Tierra	1 880	95,7	95,7
Cemento	38	1,9	97,6
Parquet o madera pulida	4	0,2	97,8
Madera, entablados	42	2,1	99,9
Laminas asfálticas	1	0,1	100,0
<b>Total</b>	<b>1 965</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007

El material predominante de las paredes en el distrito de Pitumarca es adobe o tapia, el 87,5% de las viviendas la pared está con este tipo de material.

Cuadro 17: Características de paredes de la vivienda

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Ladrillo o Bloque de cemento	10	0,5	0,5
Adobe o tapia	1 720	87,5	88,0
Madera	2	0,1	88,1
Quincha	1	0,1	88,2
Estera	3	0,2	88,3
Piedra con barro	206	10,5	98,8
Piedra o sillar con cal	4	0,2	99,0
Otro Material	19	1,0	100,0
<b>Total</b>	<b>1 965</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: INEI – Censos Nacionales 2007

Con respecto a servicios básicos de la vivienda, para el 2007 el 26,7% cuenta con alumbrado eléctrico, asimismo el 20,2% y 39,1% cuenta con red pública de desagüe dentro de la vivienda y red pública de agua potable dentro de la vivienda, respectivamente.

Cuadro 18: Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS DE LA VIVIENDA</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
<b>La vivienda tiene alumbrado eléctrico</b>	<b>1965</b>	<b>100,0</b>
Si	524	26,7
No	1441	73,3
<b>Servicio Higiénico que tiene la vivienda</b>	<b>1965</b>	<b>100,0</b>
Red pública de desagüe dentro de la Viv.	396	20,2
Red pública de desagüe fuera de la Viv.	81	4,1
Pozo séptico	49	2,5
Pozo ciego o negro / letrina	211	10,7
Río, acequia o canal	32	1,6
No tiene	1196	60,9
<b>Abastecimiento de agua en la vivienda</b>	<b>1965</b>	<b>100,0</b>
Red pública Dentro de la viv.(Agua potable)	769	39,1
Red Pública Fuera de la vivienda	198	10,1
Pilón de uso público	28	1,4
Pozo	20	1,0
Río,acequia,manantial o similar	841	42,8
Vecino	57	2,9
Otro	52	2,6

Fuente: INEI – Censos nacionales 2007

### 3.3.7. Actividades económicas

Según censo de centros poblados - 2007, una de las actividades principales del distrito de Pitumarca es la agricultura y la ganadería, el 71,1% de la población del distrito de Pitumarca se dedica a esta actividad. Sin embargo, en los últimos años la actividad ha ido diversificándose, gran parte de las familias se dedican a actividades como: artesanía, crianza de animales menores, construcción y otras actividades.

Cuadro 19: Actividades económicas

Categorías	Casos	%
Agríc., ganadería, caza y silvicultura	1616	71,1
Explotación de minas y canteras	1	0,0
Industrias manufactureras	109	4,8
Suministro de electricidad, gas y agua	3	0,1
Construcción	111	4,9
Comerc., rep. veh. autom., motoc. efect. pers.	116	5,1
Venta, mant.y rep. veh.autom.y motoc.	3	2,6
Comercio al por mayor	4	3,4
Comercio al por menor	109	94,0
Hoteles y restaurantes	41	1,8
Trans., almac. y comunicaciones	33	1,5
Activid.inmobil., empres. y alquileres	12	0,5
Admin.pub. y defensa; p. segur.soc.afil	79	3,5
Enseñanza	53	2,3
Servicios sociales y de salud	6	0,3
Otras activ. serv.comun.soc y personales	30	1,3
Hogares privados con servicio doméstico	15	0,7
Actividad economica no especificada	49	2,2
<b>Total</b>	<b>2274</b>	<b>100,0</b>

Fuente: INEI – Censos nacionales 2007

### **Actividad Agrícola**

La agricultura es una de las principales actividades económicas de Pitumarca, dicha actividad es mayormente practicada en la zona quechua, y en poca media en altitudes, el limitante en el desarrollo de la agricultura es el clima. Los principales productos cultivados son los siguientes: papa, cebada, trigo, habas, arvejas, tarwi, quinua, olluco, oca, maíz amiláceo, etc.

La actividad agrícola es la principal fuente de ingreso para los pobladores del distrito de Pitumarca, la producción agrícola está orientada principalmente al autoconsumo, los cultivos que es de modalidad de sistema en seco y el cultivo se realiza en meses de precipitaciones pluviales. Se emplea técnicas agrícolas tradicionales, como el uso de herramientas como son la: Lampa, pico, chaquitacla, el arado andino, segadera, allachu y entre otros.

El Valor Bruto de la Producción del sector agrícola del distrito de Pitumarca en el año 2014 fue de S/. 2004,2 miles; mientras que, para el año 2015 aumentó a S/. 3116,7 miles, un crecimiento de 55,5%; lo cual fue como consecuencia de mayor producción de alfalfa, maíz amiláceo, haba grano seco y entre otros productos; sin embargo, el principal producto, la papa, su producción disminuye en 2,0%.

Cuadro 20: Valor Bruto de la Producción del sector agrícola - distrito de Pitumarca (Miles de soles a precio constante)

SECTOR	2014	2015	Var. %
<b>Sector agrícola</b>	<b>2004,2</b>	<b>3116,7</b>	<b>55,5</b>
Papa 1/	3003	2944	-2,0
Alfalfa 1/	572	1386	142,3
Avena forrajera 1/	500	375	-25,0
Cebada forrajera 1/	500	350	-30,0
Maiz amiláceo 1/	275	648,5	135,8
Haba grano seco 1/	108	430,2	298,3
Olluco 1/	105	114	8,6
Mashua o izano 1/	39	36	-7,7
Oca 1/	36	42	16,7
Quinoa 1/	18,4	23,6	28,3
Cebolla 1/	12	12	0,0
Capuli 1/	4	2	-50,0
Arveja grano seco 1/	0	19,5	.-
Avena grano 1/	0	9	.-
Cebada grano 1/	0	405	.-
Chocho o tarhui grano seco 1/	0	5,6	.-
Trigo1/	0	210	.-

1/ Miles de toneladas.

Fuente: Dirección Regional de Agricultura - Cusco.

Elaboración propia

### **Actividad pecuaria**

La actividad pecuaria en el distrito de Pitumarca es complementaria a la agricultura en algunas comunidades y actividad principal en otras, los principales animales de crianza son: ovejas, llama, alpaca, ganado vacuno, caballar, equino, porcino, aves y cuyes; los tres primeros son de crianza en las partes altas de la zona y los últimos en zonas bajas; la alimentación en la zona alta está determinada por pastos naturales como el ichu y la paja; mientras que, en las partes bajas, es pastos naturales más pastos cultivados.

Las comunidades en las que la actividad pecuaria es principal es en: Osefina, Uchulluclo, Chillca, Sallani, Ananiso y Phinaya; en las comunidades mencionadas la disponibilidad de recursos naturales, de topografía, clima y pastos son favorables en gran manera la crianza de ovinos, alpacas y llamas.

Con respecto a Valor Bruto de la producción de dicho sector, para el 2015 se ha incrementado en 2,5%, llegando a ser S/. 3435,3 miles; el comportamiento positivo se debió a la mayor producción de alpaca, leche fresca, ovino y otros productos.

Cuadro 21: Valor Bruta de la Producción del sector pecuario– distrito de Pitumarca (Miles de soles a precio constante)

SECTOR	2014	2015	Var.%
<b>Sector pecuario 2/</b>	<b>3345,5</b>	<b>3435,3</b>	<b>2,7</b>
Alpaca 1/	460,3	497,0	8,0
Leche fresca 2/	233,9	250,7	7,2
Ovino 1/	121,3	122,4	0,9
Llama 1/	64,7	68,1	5,2
Fibra Alpaca 2/	58,1	58,1	0,0
Vacuno 1/	40,0	37,8	-5,5
cuy 2/	16,2	14,9	-7,7
Ave 1/	7,4	13,4	81,6
Porcino 1/	11,1	9,8	-11,8
Lana 2/	7,5	7,5	0,0
Huevo 2/	2,8	3,4	20,3
Fibra Llama 2/	6,0	0,5	-90,9
Caprino 1/	0,0	0,0	-.-

1/ Peso de animal en pie.

2/ Toneladas métricas

3/ A precios del 2007

Fuente: Dirección Regional de Agricultura - Cusco.

Elaboración propia

### **Actividad comercial y de servicios**

La actividad comercial, en el distrito de Pitumarca no es de mucha relevancia, debido a que la producción es mayormente orientada para el autoconsumo. En el centro poblado de Pitumarca es donde está ubicado la mayor parte de tiendas comerciales, y locales a fines. En cuanto al rubro de servicios se puede considerar que aún no está desarrollada.

### **Actividad artesanal**

El distrito de Pitumarca tiene un gran potencial en este rubro pues el tejido en telar<sup>50</sup> y de forma tradicional está arraigado en muchas familias. Los principales insumos naturales usados son las plantas tintóreas; existe un intenso comercio de prendas y mantas tejidos a mano.

La actividad del tejido y alfarería en el distrito ha impulsado iniciativas locales destinadas a mejorar la calidad de los productos y las condiciones de comercialización, que han resultado en asociaciones de artesanos<sup>51</sup>.

<sup>50</sup> Solicitud de aprobación de estudios de aprovechamiento hídrico del proyecto de la central hidroeléctrica central hidroeléctrica Pitumarca. 2011. Pag.15.

<sup>51</sup> Solicitud de aprobación de estudios de aprovechamiento hídrico del proyecto de la central hidroeléctrica central hidroeléctrica Pitumarca. 2011. Pag.14

El principal proveedor en el fortalecimiento de la actividad es la municipalidad distrital de Pitumarca, dicho gobierno local viene apoyando a las asociaciones de artesanos, ejecutando obras como locales comunales especialmente para los artesanos, para que puedan exhibir y vender o hacer capacitaciones. También hay personas que median entre las comunidades y los turistas para la comercialización de artesanía local.

#### **Otras actividades complementarias**

Las actividades complementarias están relacionadas a la transformación de productos, así se tiene la elaboración de: moraya, chuño, queso, vayetas de lana de ovino, pantalones, chaquetas, polleras de lana, charqui de ovino y la alpaca e hilo de oveja y alpaca.

#### **3.3.8. Organizaciones existentes**

La base organizacional del distrito de Pitumarca está conformada por organizaciones e instituciones gubernamentales, privada, no gubernamentales y organizaciones sociales, a continuación, se tiene:

En cuanto a la estructura de la organización comunal es la siguiente: Asamblea General, máxima instancia para la toma de decisiones, norma de comportamiento económico, social y político de la comunidad, la Junta Directiva es la encargada de hacer cumplir los acuerdos tomados en la asamblea general: constituida por un presidente, vicepresidente, secretario de actas, tesorero, y 2 vocales, elegidos por un período de 2 años. Por otro lado, la Ronda Campesina es una de las organizaciones más importantes del distrito está conformada por las 11 comunidades, la organización ha sido formada con la finalidad de enfrentar el robo de ganado, productos agrícolas, delincuencia, terrorismo y el asalto a las viviendas.

Comités Especializados, órganos de gestión del gobierno comunal, las mismas que surgen de acuerdo a las necesidades de la comunidad. Tienen como autoridades también a un representante del Gobierno Central representado por teniente gobernador en comunidades, gobernador y juez de paz en el capital del distrito.

Organizaciones productivas, son organizaciones que se van formando en función a un interés común. Por su naturaleza estas pueden representar a un pequeño grupo de comuneros dentro de la comunidad o a un grupo más grande a nivel de un distrito o provincia motivada por razones económicas de todas ellas destacan la organización de asociación de artesanos, de camélidos y otras organizaciones.

Cuadro 22: Organizaciones existentes

<b>ORGANIZACIONES</b>
ORGANIZACIÓN COMUNAL
ORGANIZACIONES ESPECIALIZADAS
Consejo Menor
Municipalidad Distrital de Pitumarca
Comité de crianza de vicuñas
Comité Crianza de alpacas
JASS (Junta Administrativa de los Servicios de Saneamiento)
Comité de vaso de leche
Promotor de salud
AMAPAFA
Comité de juntas vesinales
Comité de regantes
Club Deportivo
ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS
Asociaciones de productores de artesanía
Centro de Reproducción de Alpaca (AYRIA)
Asociación Alpa Inka
APCSA Asociación de Productores Camélidos Sud.
Asociación de porteadores camino "Apu Ausangate"
Comité de Productores Agropecuarios Ecológicos
ORGANIZACIONES GREMIALES
FDCC(Federación de Campesinos del Cusco)
Rondas campesinas
Frente de defensa de los intereses de los distritos
Empresa de Transporte "Valle del Ausangate"
Empresa de Transportes Victoria
ORGANIZACIONES DE POGRAMAS SOCIALES
Programa Juntos
Programa Pensión 65
Programa Cuna más
OTRAS ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES
Policía Nacional del Perú
Centro de Salud de Pitumarca
Parroquia San Miguel de Pitumarca
Gobernador
Juez de paz

*Fuente: Municipalidad Distrital de Pitumarca*



Las organizaciones gremiales más importantes del distrito de Pitumarca son las siguientes: Frente de Defensa de los intereses de los distritos, se creó en capital de distrito como una alternativa de centralización de diferentes organizaciones alrededor de algunas demandas de desarrollo local; rondas campesinas y empresas de transporte.

#### **3.4. ASOCIACIONES PRODUCTORES DE ARTESANIA TEXTIL**

Los productores de artesanía se organizan en asociaciones, tienen diversos niveles de desarrollo y también diversos canales de comercialización. Las organizaciones ubicadas en la capital distrital de Pitumarca poseen una importante capacidad de producción (en términos de cantidad y calidad) y de articulación con el mercado mediante intermediarios; mientras que, las artesanas y artesanos ubicados en las comunidades campesinas de Pitumarca están menos articulados al mercado y muchas de ellas ofrecen productos que necesitan mejorar su calidad.

Los productores de artesanía textil tradicional del distrito de Pitumarca fueron aprendiendo las distintas técnicas de elaborar tejidos de sus antepasados, y las prendas son una forma de mostrar su cultura, vivencias y creencias; además es una actividad de sustento económico para muchas familias; aunque aún no se tiene información sobre cuán rentable es dicha actividad y cuanto representa en el ingreso total de las familias. Las carencias principales de los productores de artesanía textil del distrito son muchas; como es la capacitación, tecnología, nivel organización y otros factores que influyen en el ingreso y utilidad de la artesanía textil.

En los últimos años la Municipalidad Distrital de Pitumarca viene trabajando a con 19 asociaciones de artesanos del distrito de Pitumarca, en mejora de la calidad de producción textiles y venta de los productos.

La tienda de artesanía de la Municipalidad Distrital de Pitumarca viene ofreciendo la venta de productos textiles como chompas, chalinas, chullos, pasadizos, chales, ponchos, etc. En su nuevo local ubicado en la entrada del local de la Municipalidad de Pitumarca; que está abierta para todo público visitante ya sea local, nacional o extranjero.

Imagen 1: Tienda de la Municipalidad



Fuente: Municipalidad de Pitumarca – ODEL

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco (DIRCETUR Cusco) en la actualidad promueve la inscripción de los artesanos y artesanas en el Registro Nacional del Artesano (RNA). Este registro les brinda reconocimiento estatal como constructores de identidad y tradiciones culturales, así como derecho para participar en actividades tales como las ferias promovidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), recibir boletines de información, entre otros. Según información de DIRCETUR, hasta la fecha se tiene solo una asociación inscrita del distrito de Pitumarca y 4 de toda la provincia de Canchis, quienes acceden y son beneficiarios de los servicios brindados inscritos en RNA<sup>52</sup>.

En todo el distrito de Pitumarca existen aproximadamente 19 organizaciones de productores de artesanía textil, y en total se tiene 414 artesanos organizados; los socios de la asociación Munay Ticlla representan el 17,9% del total.

Las asociaciones están ubicadas en distintas comunidades del distrito de Pitumarca, la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla está ubicada en el centro poblado de Pitumarca, y como se aprecia en el cuadro 23 es la asociación con mayor número de socios.

---

<sup>52</sup> Mapeo participativo del Mercado de artesanías textiles en el distrito de Pitumarca.2013. Pág. 19

Cuadro 23: Asociaciones de artesanía textil del distrito de Pitumarca

N°	ASOCIACIÓN	N° DE SOCIOS/AS	%
1	Asoc. de artesanías Munay Ticlla de Pitumarca	74	17,9
2	Asociación de Inka pachakuteq de Pitumarca	15	3,6
3	Asociación Apu Los Auquis de Pitumarca	18	4,3
4	Asociación de ASOTEX de Ccapacchapi	22	5,3
5	Asociación Antesuyo Huana Pitumarca	10	2,4
6	Asociación las Ñustas Serenitas de Pitumarca	15	3,6
7	Asociación Agroecológicos artesanal de anexo Huito	22	5,3
8	Asociación Puka pallcha de Pitumarca	35	8,5
9	Asociación Santa Ana de Huasapampa	10	2,4
10	Asociación Ñaupá Away de Anexo Karwi	25	6,0
11	Asociación Munay Tika de Anexo Karwi	8	1,9
12	Asociación Munay Cha'ska de Ucholluclo	12	2,9
13	Asociación de Productores Ucholluclo	22	5,3
14	Asociación Palmay Ramos de Anexo Japura	18	4,3
15	Asociación Huayna Anta de Osefina	25	6,0
16	Asociación Huaman Ticlla de Chillca	30	7,2
17	Asociación Alpaqueritas de Phinaya	35	8,5
18	Asociación Adianes de Phinaya	10	2,4
19	Asociación Maripositas de Pampachiri	8	1,9
TOTAL		414	100,0

Fuente: Municipalidad Distrital de Pitumarca

### 3.5. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍA TRADICIONAL

#### 3.5.1. Antecedentes de la asociación

##### 3.5.1.1. Reseña histórica

La asociación Munay Ticlla de Pitumarca tiene como precedente la organización social del programa Club de Madres, desde el año 1983 las beneficiarias de dicho programa realizaban actividades de artesanía textil en el centro poblado de Pitumarca hasta el año 1988; después se independizaron y han ido organizándose en grupos o asociaciones de artesanía textil.

En el año 1996 bajo iniciativa del señor Timoteo Ccarita Sacaca de Pitumarca (tejedor de productos artesanales) y Nilda Callañaupa Álvarez del Chinchero (estudiante de la facultad de Turismo), realizan la inscripción y reconocimiento del Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC), como una organización sin fines de lucro; bajo estas condiciones el CTTC forma organizaciones en diferentes distritos del departamento de Cusco y es así que nace la asociación Munay Ticlla en el año 1996 como una organización informal; sin embargo, es

constituido de manera formal e inscrita en los registros públicos en el año 2000, a esa fecha solo contaba con 15 asociados. Desde el año 1996, la asociación Munay Ticlla viene proveyendo productos artesanales al Centro Tradicional Textil del Cusco.

La asociación Munay Ticlla en los primeros 7 años de operación no contaba con un local propio, el lugar de reunión y actividades de la asociación realizaban en un lugar prestada por un socio, en el año 2003 la organización logra que la municipalidad distrital de Pitumarca done un terreno; posteriormente el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco a petición de la asociación consigue financiamiento de la Fundación Interamericana de los Estados Unidos para la construcción del local de la asociación, la obra inicia en el año 2004 y es finalizada en el año 2006.

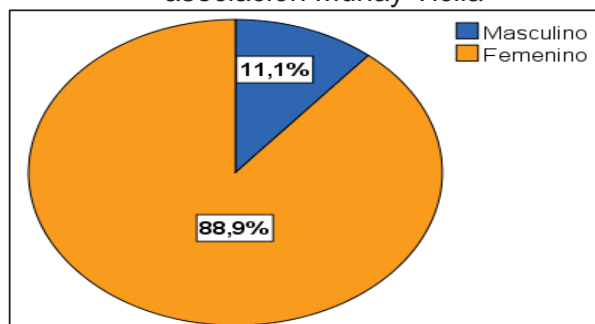
Actualmente la asociación ya tiene 16 años de operación desde su constitución formal, y sigue proveyendo sus productos elaborados al CTTC, organización encargada de proveer mano de obra técnica en el teñido de hilos y el hilo de alpaca y oveja en cono.

### 3.5.2. Situación socioeconómica

#### GÉNERO DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

Con respecto a género, la asociación Munay Ticlla en base a la encuesta está conformada por un gran porcentaje de tejedoras (femenino), el 88,9% de los productores son mujeres y solo el 11,1% son varones. Esto es evidencia de que la actividad artesanal es más practicada por el género femenino a diferencia del género masculino.

Gráfica 4: Género de los productores de la asociación Munay Ticlla

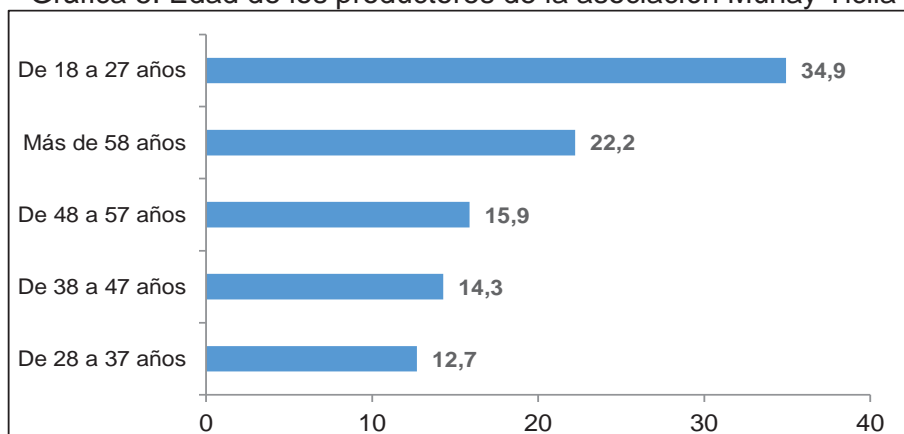


Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### EDAD DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

Según la encuesta realizada al tamaño de muestra de productores de la asociación Munay Ticlla de Pitumarca, se obtuvo que el 34,9% de los socios tienen de 18 a 27 años de edad, seguido de los productores de más de 58 años (22,2%), el 15,9% tiene de 48 a 57 años y el resto está entre los 28 a 47 años de edad. En resumen existe mayor cantidad de productores jóvenes.

Gráfica 5: Edad de los productores de la asociación Munay Ticlla

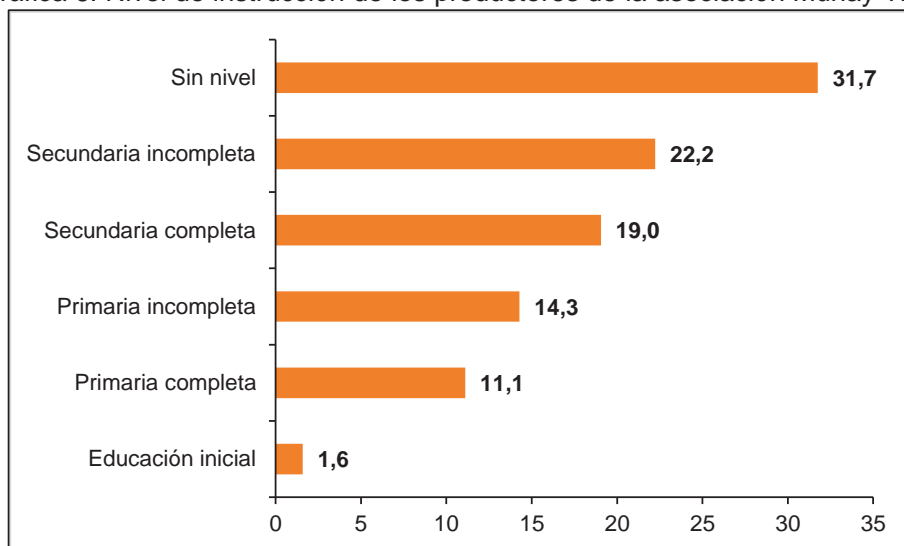


Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

El análisis de nivel instrucción es muy importante, ya que es un factor determinante del capital humano. En la asociación Munay Ticlla, el 31,7%, cifra mayor, de los productores no tienen ningún nivel de instrucción, siendo un factor limitante para en el mejor desempeño en la producción; el 22,2% tiene secundaria incompleta; 19,0% secundaria completa, el 14,3%, 11,1% y 1,6% tiene primaria incompleta, primaria completa y educación inicial, respectivamente.

Gráfica 6: Nivel de instrucción de los productores de la asociación Munay Ticlla



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

De los productores sin nivel de educación (31,7%), el 17,5% tienen más de 58 años de edad; la situación educacional de este rango de edad es de un nivel muy bajo, como se podrá observar, solo el 3,2% y 1,6% tienen educación primaria completa e incompleta, respectivamente. Sin embargo de los productores de 18 a 27 años de edad, el 20,6% tiene nivel de educación secundaria incompleta y el 9,5% secundaria completa, cada uno; y el número total de productores de este rango de edad representa el 34,9%.

Cuadro 24: Tabla de contingencia nivel de instrucción \* edad

			Edad					Total
			De 18 a 27 años	De 28 a 37 años	De 38 a 47 años	De 48 a 57 años	Más de 58 años	
Nivel de instrucción	Sin nivel	Recuento	0	0	4	5	11	20
		% del total	0,0%	0,0%	6,3%	7,9%	17,5%	31,7%
	Educación inicial	Recuento	0	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	1,6%
	Primaria incompleta	Recuento	2	0	2	4	1	9
		% del total	3,2%	0,0%	3,2%	6,3%	1,6%	14,3%
	Primaria completa	Recuento	1	3	0	1	2	7
		% del total	1,6%	4,8%	0,0%	1,6%	3,2%	11,1%
	Secundaria incompleta	Recuento	13	1	0	0	0	14
		% del total	20,6%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%
	Secundaria completa	Recuento	6	4	2	0	0	12
		% del total	9,5%	6,3%	3,2%	0,0%	0,0%	19,0%
Total		Recuento	22	8	9	10	14	63
		% del total	34,9%	12,7%	14,3%	15,9%	22,2%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

Realizando una tabla de contingencia de nivel de instrucción con género, nos resulta que los productores sin nivel de instrucción, el 30,2% son de género femenino y tan solo el 1,6% es de género masculino.

Cuadro 25: Tabla de contingencia de nivel de instrucción \* género

			Género		Total
			Masculino	Femenino	
Nivel de instrucción	Sin nivel	Recuento	1	19	20
		% del total	1,6%	30,2%	31,7%
	Educación inicial	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	1,6%	1,6%
	Primaria incompleta	Recuento	0	9	9
		% del total	0,0%	14,3%	14,3%
	Primaria completa	Recuento	2	5	7
		% del total	3,2%	7,9%	11,1%
	Secundaria incompleta	Recuento	2	12	14
		% del total	3,2%	19,0%	22,2%
	Secundaria completa	Recuento	2	10	12
		% del total	3,2%	15,9%	19,0%
Total		Recuento	7	56	63
		% del total	11,1%	88,9%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación  
Munay Ticlla – agosto 2016

### ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada; la actividad principal de 87,3% de los productores de la asociación Munay Ticlla es la producción artesanal; mientras que, de un 11,1% de los socios de la asociación su actividad principal es la producción pecuaria, y del 1,6% la producción agrícola.

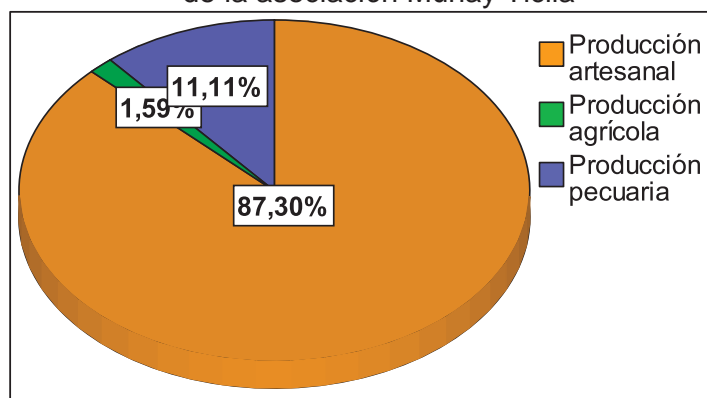
Cuadro 26: Actividad principal de los productores de la asociación Munay Ticlla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Producción artesanal	55	87,3	87,3	87,3
	Producción agrícola	1	1,6	1,6	88,9
	Producción pecuaria	7	11,1	11,1	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación  
Munay Ticlla – agosto 2016

Haciendo una deducción, para el 12,7% de los productores o socios de la asociación Munay Ticlla la producción artesanal viene a ser su actividad complementaria. Debido a que su principal actividad es producción pecuaria o agrícola.

Gráfica 7: Actividad Principal de la productores de la asociación Munay Ticlla



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

FUENTE DE INGRESO DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

El principal fuente de ingreso del 85,7% de los productores de la organización es la producción artesanal; sin embargo, del 12,7% de los socios el principal fuente de ingreso es la actividad pecuaria y del 1,6% la actividad agrícola.

Cuadro 27: Fuente de ingreso de los productores de la asociación Minay Ticlla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Producción artesanal	54	85,7	85,7	85,7
	Producción agrícola	1	1,6	1,6	87,3
	Producción pecuaria	8	12,7	12,7	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

TABLA DE CONTINGENCIA DE PRINCIPAL ACTIVIDAD CON FUENTE DE INGRESO

El 87,3% de productores tienen como actividad principal la producción artesanal, de este porcentaje del 4,8% su principal fuente de ingreso es la producción pecuaria y del 1,6% su principal fuente de ingreso de la producción agrícola. Se puede concluir, que la producción artesanal, a pesar de ser una actividad principal no siempre es la principal fuente de ingreso.



Cuadro 28: Tabla de contingencia de actividad principal \* fuente de ingreso

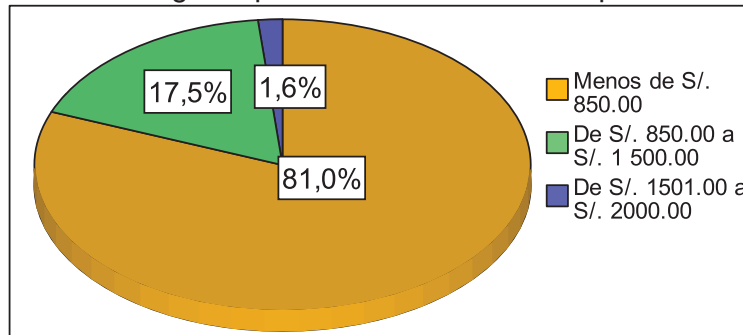
			Fuente de ingreso			Total
			Producción artesanal	Producción agrícola	Producción pecuaria	
Actividad principal	Producción artesanal	Recuento	51	1	3	55
		% del total	81,0%	1,6%	4,8%	87,3%
	Producción agrícola	Recuento	1	0	0	1
		% del total	1,6%	0,0%	0,0%	1,6%
	Producción pecuaria	Recuento	2	0	5	7
		% del total	3,2%	0,0%	7,9%	11,1%
Total	Recuento	54	1	8	63	
	% del total	85,7%	1,6%	12,7%	100,0%	

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### INGRESO PROMEDIO MENSUAL

El ingreso promedio mensual se obtuvo a partir de la encuesta realizada, el 81,0% de los productores de la asociación Munay Ticlla tiene un ingreso menor al mínimo vital (S/. 850.00); sin embargo, el 17,5% obtiene un ingreso mensual de S/. 850.00 a S/. 1 500.00, y el 1,6% tiene un ingreso de S/. 1 501.00 a S/. 2000.00.

Gráfica 8: Ingreso promedio mensual de los productores



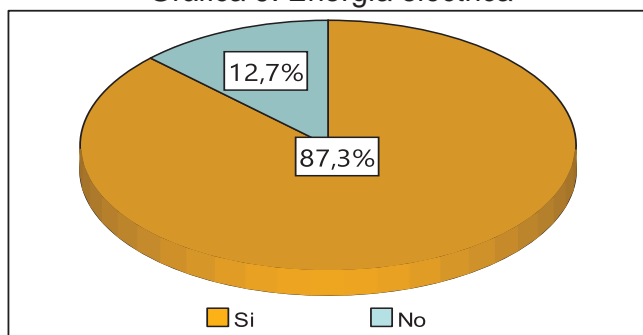
Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### SERVICIOS BÁSICOS DE LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

Con respecto a servicios básicos de la vivienda de los productores, actualmente el servicio de agua potable y desagüe es administrado por la Municipalidad Distrital de Pitumarca y que además tiene como apoyo la Junta Administrativa de los Servicios de Saneamiento (JASS); el servicio de electricidad de las viviendas es administrada por Electro Sur. A continuación detalla el acceso a los servicios:

El 87,3% de las viviendas de los productores cuenta con servicio de energía eléctrica, este porcentaje de hogares generalmente están ubicadas en la parte central del centro poblado; no obstante el 12,7% de las familias de la asociación aún no tiene acceso a este servicio, las cuales se encuentran ubicadas en la periferia del centro poblado, son viviendas que se han construido en los últimos años y debido a que aún el servicio no se ha ampliado imposibilitada que dichas familias de productores tengan acceso al servicio de electricidad.

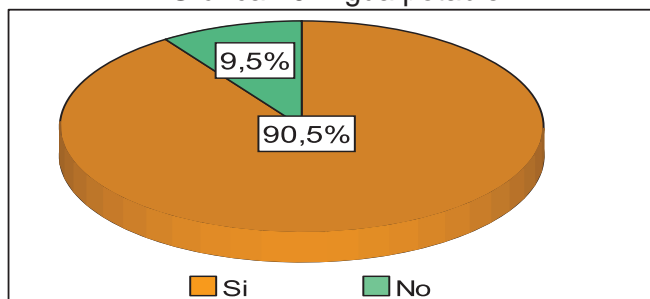
Gráfica 9: Energía eléctrica



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

El acceso a agua potable se da en un 90,5%, son viviendas que están ubicadas en la parte central del distrito; mientras que, el 9,5% de los productores no tienen acceso al servicio, siendo aquellas ubicadas en la periferia del distrito o viviendas recientemente construidas; como consecuencia de la falta de ampliación del servicio por parte de la municipalidad distrital.

Gráfica 10: Agua potable

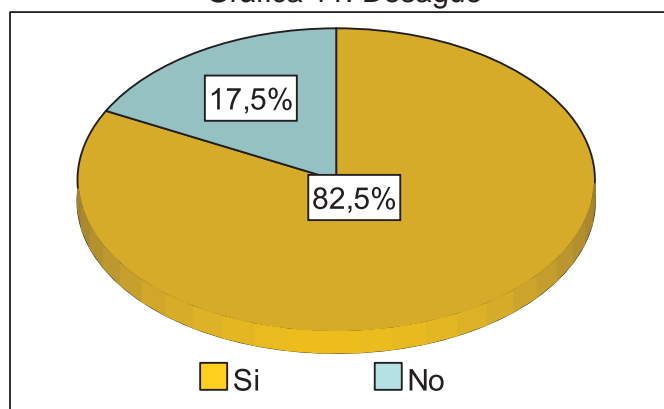


Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

Según resultado de la encuesta, el 82,5% de los productores de la asociación cuentan con el servicio de desagüe; dicho cifra está relacionado con el acceso a servicio de agua potable; por lo que el 17,5% aún no cuenta con desagüe en sus

hogares, y tiene que hacer uso de otros servicios sustitos como: letrina; pozo séptico y otros.

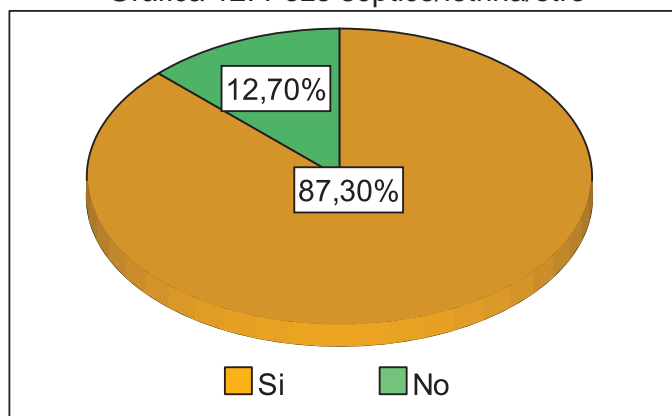
Gráfica 11. Desagüe



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

De los productores de artesanía textil de la asociación Munay Ticlla que no cuentan con desagüe, el 87,3% cuentan con pozo séptico/letrina/otros y el 12,70% no tiene acceso a ningún tipo de servicio de saneamiento y además no cuentan por lo general con agua potable y son familias que están ubicadas en las partes altas del centro poblado de Pitumarca.

Gráfica 12: Pozo séptico/letrina/otro

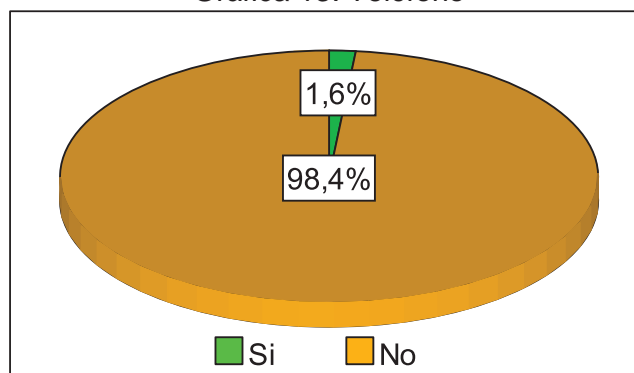


Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

El acceso a medios de comunicación como teléfono y celular es fundamental para una mejor comunicación y coordinación con familiares, clientes y socios. De la asociación Munay Ticlla, el 98,4% de los productores no poseen un teléfono en su vivienda; sin embargo, en la última década el uso del teléfono ha sido

sustituido por los teléfonos móviles por lo que no es un factor limitante como medio de comunicación.

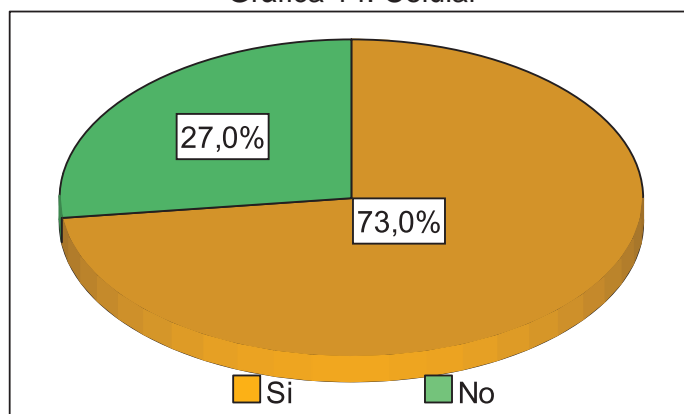
Gráfica 13: Teléfono



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

En los últimos años el celular se ha convertido en un aparato más usado, medio de comunicación más utilizado y fácil acceso de la población. En la asociación Munay Ticlla de Pitumarca el 73,0% de los productores poseen celular, siendo gran ventaja para la asociación porque es posible comunicarse de forma más rápida y fácil en caso de acuerdos, coordinación y consultas a la junta directiva y entre socios; no obstante el 27,0% los productores aún no tiene acceso a este dispositivo, siendo aquellas de edad muy avanzada y que no tuvieron la posibilidad de contar con este servicio.

Gráfica 14: Celular



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. ANÁLISIS DE VARIABLES

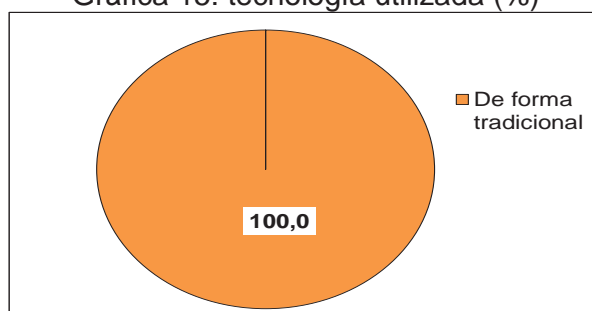
##### 4.1.1. Tecnología

##### 4.1.1.1. Tecnología utilizado en la producción

La asociación Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, actualmente viene elaborando productos de artesanía textil; según la encuesta realizada en agosto del 2016, se tiene que el 100% de los productores de Munay Ticlla utilizan tecnología tradicional, el cual no tiene fundamento científico, sino es una actividad que fue heredado de sus antepasados, un conocimiento que ha ido evolucionando por el ingenio de los pobladores que se dedicaban a dicha actividad.

Según entrevista al señor Timoteo Ccarita Sacaca, uno de los fundadores del Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC) principal comprador de productos artesanales de la asociación, las prendas elaborados de forma tradicional son más acogidas y valoradas por los turistas extranjeros; sin embargo, según la entrevista a la Sra. Aquilina Castro Navarro, una de las productores de la asociación con mayor conocimiento sobre artesanía textil y una de las socias más antiguas de la asociación, la utilización de tecnología tradicional es un limitante para obtener un nivel de producción a escala, debido principalmente a la menor productividad, por la demora en la elaboración de productos por el uso de tecnología tradicional. Además, hace que los costos en mano de obra sean más altos, influyendo directamente en la rentabilidad.

Gráfica 15: tecnología utilizada (%)



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

Por otro lado, según el diagnóstico realizado, la tecnología tradicional utilizada por la asociación Munay Ticlla tiene limitaciones de cambio, porque los productos realizados requieren de ese tipo de tecnología, ya que existe un mercado de tejidos tradicionales, siendo los consumidores los turistas extranjeros y nacionales.

Imagen 2: Tecnología tradicional



Fuente: Trabajo de campo

#### 4.1.1.2. Herramientas y/o equipos utilizados en el proceso productivo

Durante el proceso productivo la asociación Munay Ticlla utiliza distintas herramientas y/o equipos; dividiéndose en dos grupos; las que se usan en el teñido de hilo y en las que se usan en la elaboración de las prendas o productos.

##### 4.1.1.2.1. Herramientas y/o equipos utilizadas en el teñido de hilo

Para el teñido de hilos (oveja y alpaca) se hace uso de equipos y/o herramientas que facilitan el proceso de dicha actividad. La asociación Munay Ticlla posee las herramientas detalladas en el siguiente cuadro:

Cuadro 29: Requerimiento de equipos y/o herramientas en el teñido

EQUIPOS Y/O HERRAMIENTAS	CANT.
Palo	10
Olla	10
Tina	15
Fogón	10

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016

#### PALO

El palo, llamado káspi en quechua, sirve para remover el hilo dentro de la olla, esto se realiza para hacer que el teñido salga de color uniforme y así evitar problemas posteriores de estandarización.

### OLLA

La asociación tiene dos ollas con capacidad de 20 kilos de hilo. Las ollas tienen que ser de aluminio para evitar algún problema en el hervido del agua y del hilo.

### TINA

Las tinas son de número 18 de tamaño bastante grande, de material plástico y es utilizada para colocar los hilos después de sacar de la olla para luego llevar al río y proceder con el lavado.

### FOGÓN

La asociación cuenta con 10 fogones hechos de arcilla y adobe; resistentes para ollas grandes.

#### **4.1.1.2.2. Herramientas y/o equipos utilizadas en la elaboración de productos artesanales**

Durante el proceso de elaboración de los tejidos, los productores de artesanía textil tradicional de la asociación Munay Ticlla utilizan diversas herramientas y/o equipos que les permite elaborar los tejidos. En el siguiente cuadro se tiene las herramientas y/o equipos utilizados:

Cuadro 30: Requerimiento de equipos y/o herramientas la elaboración de los productos artesanales

<b>REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y/O HERRAMIENTAS</b>
Tacarpu
Wich'una o tullurukí
Toqoro
Uña toqoro
Tupachina k'aspi
Illawa k'aspi
Awa k'api
Pallana
P'ita k'aspi o wañuchina
P'ita yauri
Cjusma o cjumana
Khallhua
Allwina
Aguja
Sinchu
Soga o awa watana
Tijera
Palitos de tejer

Fuente: *Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016*

### TACARPU

El tacarpu o también llamado estacas se utilizan en el urdido y durante el tejido; en la primera actividad mencionada se utiliza cuatros estacas, las cuales tienen que estar plantados al suelo de forma vertical para sostener los palos de forma horizontal; en segunda actividad, se utiliza dos estacas para sostener el tejido. Este instrumento es de material madera, la medida varía según la medida de la prenda a tejer.

Imagen 3: Tacarpu



*Fuente: Trabajo de campo*

### TULLURUK'I O WICH'UNA

Esta herramienta es de hueso, obtenido del pie posterior de la llama, el nombre se origina del idioma quechua (wich'u = hueso tibia). El Wich'una se utiliza para ajustar o apretar el tejido.

Para ajustar el tejido se da pequeños golpes al tejido, con el propósito de que la prenda quede bien alineado, ajustado y de calidad.

Imagen 4: Tulluruk'i o wic'huna



*Fuente: Trabajo de campo*

### TOQORO

El toqoro generalmente se utiliza en tejidos de tamaño grande, como poncho, lliclla, mantos, etc. Está hecha de caña hueca y es que separa la urdimbre en dos planos, cual permanece hasta antes del acabado.



Imagen 5: Toqoro



*Fuente: Trabajo de campo*

### UÑA TOQORO

El uña torqoro, es similar al toqoro, pero de tamaño mucho más pequeño. Esta herramienta está hecha de carrizo o tubo de plástico y se utiliza en el acabado del tejido.

Imagen 6: Uña toqoro



*Fuente: Trabajo de campo*

### TUPACHINA K'ASPI

Es el instrumento que lleva trama de varios colores, es aquello que se usa para combinar los colores en aquellos tejidos con trama de colores.

Imagen 7: Tupachina k'aspi



*Fuente: Trabajo de campo*

### ILLAWA K'ASPI

El illawa k'aspi es un palo delgado que se utiliza para sostener el illawa. El tamaño del palo depende del tamaño y tipo de tejido.

Imagen 8: Illawa k'aspi



*Fuente: Trabajo de campo*

### AWA KÁSPI

El awa k'aspi, es el instrumento que sujeta el urdido y mientras el tejido se va avanzando se envuelve a este palo.

Imagen 9: Awa k'aspi



Fuente: Trabajo de campo

### PALLANA

Consiste en un palo pequeño de madera, se utiliza para escoger los colores y con ello realizar distintas figuras en el tejido.

Imagen 10: Pallana



Fuente: Trabajo de campo

### P'ITA K'ASPI O WAÑUCHINA

Consiste en un palo muy delgado similar a una aguja, con un orificio es uno de los extremos y puntiagudo en el otro. Esta herramienta se utiliza en el acabado del tejido. Pueden ser de distintos tamaños y grosor según requerimiento.

Imagen 11: P'itana k'aspi



Fuente: Trabajo de campo

### P'ITA YAURI

Es similar p'itana k'aspi, pero el material es de alambre. Cumple con las mismas funciones del p'itana k'aspi.

Imagen 12: P'ita yauri

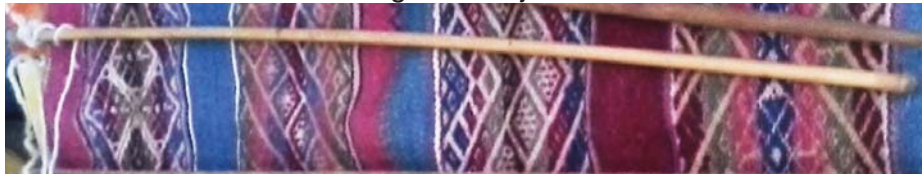


*Fuente: Trabajo de campo*

### CJUSMA O MINI CJUMA

Es un palo delgado, en el cual se envuelve cierta cantidad de hilo para mini, es el hilo con el cual se teje.

Imagen 13: Cjusma



*Fuente: Trabajo de campo*

### KHALLWA

Es una herramienta utilizada para apretar a justar el tejido. El tamaño del khayhua dependerá del tamaño de urdimbre y el material de dicho instrumento es de madera de forma plana con puntas en los dos extremos.

Imagen 14: Khallwa



*Fuente: Trabajo de campo*

### ALLWINA

La herramienta está hecha de fierro que fue inventada por los productores, tiene cuatro patas, en los dos lados se amarra dos palos, en estas se clava clavos en una distancia uniforme para tener en la superficie yauris formadas en cierta distancia igual de forma vertical, permitiendo realizar el urdido de distintas figuras. El allwina se utiliza en tejidos con figuras muy difíciles de realizar que en un simple urdido.

Imagen 15: Allwina



*Fuente: Trabajo de campo*

### AGUJAS

Las agujas se utilizan en el acabado, generalmente se requiere cuando ya no es posible realizar el tejido con el p'ita yauri.

### SINCHU o VATÍCULA

Está hecho de hijo de oveja, tejido de forma rustica, es similar a un chumpi. En los dos extremos lleva dos sogas o watus, sirve para sujetar la urdimbre y así evitar el dolor de cintura del que teje.

Imagen 16: Sinchu o vaticola



*Fuente: Trabajo de campo*

### SOGA O AWA WATANA

Esta herramienta se utiliza para amarrar la urdimbre a las estacas o tacarpus. El material generalmente es de hilo de oveja o sintética.

### TIJERA

Es un instrumento de trabajo muy útil en todo el proceso de producción, se utiliza para cortar el hilo cuando sea necesario, principalmente en el acabado del tejido.

### PALITOS DE TEJER

Este instrumento consiste en cuatro palitos de tamaño aproximadamente 20 a 25 centímetros, principalmente se utiliza en el tejido de chullos. El material esta hecho de alambre de diámetro aproximado de medio centímetro.

Imagen 17: Tejido a punto



*Fuente: Trabajo de campo*

### 4.1.1.3. Insumos utilizados

#### 4.1.1.3.1. Teñido de hilos

La asociación Munay Ticlla utiliza dos grupos de insumos, plantas y fijadores o mordientes; en el primer grupo están las plantas tintóreas de la zona y los fijadores es subsidiado por el Centro de textiles Tradicionales del Cusco.

La chillca, colle o especies son recolectadas por los socios; mientras que, el kinsak'uchu y qaqasunkha es comprado por la junta directiva con fondos de la asociación.

Cuadro 31: Requerimiento de insumos para el teñido

<b>INSUMOS</b>
<b>Plantas</b>
Chillca
Colle o especies
Kinsak'uchu
Qaqasunkha
<b>Fijadores o mordiente</b>
Sal de alumbre
Vinagre rojo
Vinagre blanco
Cochinilla
Qollpa

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016*

#### 4.1.1.3.2. Elaboración de productos textiles

El principal insumo para elaborar los tejidos es el hilo; los productores de la asociación Munay Ticlla elaboran sus prendas de cuatro tipos de hilo: hilo de oveja hilado a mano e hilado de forma industrial e hilo de alpaca hilado a mano e hilado de forma industrial.

El hilo de oveja y alpaca hilado a mano es obtenido de las hilanderas del distrito de Pitumarca; no obstante, el hilo de oveja y alpaca hilado de forma industrial es proveído por Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC).

Según la entrevista, el CTTC para proveer hilos a la asociación compra de Top Mishell, tienda ubicada en el centro de la ciudad del Cusco.

Cuadro 32: Requerimiento de insumo para la elaboración de los tejidos

INSUMOS
Hilo de oveja (hilado a mano)
Hilo de oveja (hilado de forma industrial)
Hilo de alpaca (hilado a mano)
Hilo de alpaca (hilado de forma industrial)

Fuente: *Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016*

#### 4.1.1.4. Proceso productivo

El proceso productivo de la asociación en la elaboración de productos textiles inicia con la obtención de hilo y termina con el producto final. La compra de hilos se realiza de dos mercados, los hilos hilados a mano de las hilanderas del distrito y los hilos hilados de forma industrial de CTTC. Enseguida se realiza las distintas actividades hasta obtener el producto final, a continuación se detalla cada actividad.

#### A. HILO

##### Enmadejado

Esta actividad en el proceso productivo se realiza con el propósito de facilitar el teñido, consiste en poner las dos manos de forma vertical en una distancia de 80 cm aproximadamente y hacer dar vueltas a las manos; esto se realiza debido a que los hilos son comprados en conos y curur (hilos enrollados en forma de una bola). El enmadejado de un kilo de hilo, según la entrevista efectuada se puede realizar en un promedio de 45 minutos.

##### Teñido

Según la encuesta aplicada a los productores, el 100.0% realiza el teñido de sus hilos en el local de la organización, es decir lo realiza toda la asociación, actualmente lo ejecutan el teñido una vez al año.

Cuadro 33: Lugar del teñido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Local de la organización	63	100,0	100,0	100,0

Fuente: *Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016*

El teñido es realizado por todo los integrantes de la asociación, dicha actividad empieza desde las 8am y termina a las 4pm, los socios forman grupos de 15 personas haciendo por lo general 5 grupos. Al año en promedio se tiñe 480 kilos de hilo.

Los colores naturales no requieren ser teñidos, entre los principales se tiene: marrón, negro, blanco y plomo. Sin embargo, los otros colores utilizados por la asociación se tienen que teñir de hilo blanco.

Para el teñido se tiene que tener todos los equipos y/o herramientas ya mencionados. Primero se procede con el hervido del agua, posteriormente se agrega las plantas tintóreas para luego hervir de 3 a 5 minutos, después introducir el hilo en la olla y hervir de 10 a 15 minutos; cuando ya haya hervido el hilo con la planta se mescla el fijador dependiendo del color par el correspondiente hervido de 5 a 6 minutos según al color. Por último tiene que sacarse el hilo a una tina para su posterior lavado y secado. En el siguiente cuadro está la cantidad de insumos utilizados según teñido de color del hilo.

Cuadro 34: Cantidad de insumo utilizado por color de hilo

COLOR	Cant. (Kg)	INSUMO Y CANTIDAD
Amarillo	20	Qaqasunkha (1 800 gr)
Verde oscuro	20	Chillca (6 kg), qollpa (500 gr)
Verde Limón	20	Qollpa (30 gr), quinsak'uchu (3 kg)
Verde claro	20	Qollpa (50 gr), quinsak'uchu (3 kg)
Naranja	20	Especies (6 kg), cochinilla (100 gr)
Rosado	20	Sal de alumbre (400 gr), vinagre blanco (1500 ml)
Violeta azulino	20	Sal de alumbre (100 gr), Qollpa (100 gr), vinagre rojo (500 ml)
Rojo sangre	20	Sal de alumbre (400 gr), vinagre rojo (1 lts), cochinilla (1 200 gr)
Rojo vivo	20	Colle (4 kg), cochinilla (1 kg)
Rojo claro	20	Sal de alumbre (200 gr), vinagre rojo (100 ml), cochinilla (500 gr)
Morado	20	Qollpa (500 gr), cochinilla (1500 gr)
Guinda	20	Sal de alumbre (250 gr), cochinilla (1800 gr)

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.*

### Lavado y secado

Luego de haber teñido los hilos, después de que enfrié el hilo se procede con el lavado, dicha actividad se realiza en el rio. Cuando ya estén lavado los hilos se expone al sol para su secado.



## B. TORCIDO DE HILO

El torcido realizan cuando el hilo este teñido y seco; los productores van torciendo en sus tiempos libres, cuando están caminando, cuando pastan sus ganados cuando van de visita, etc. es una actividad complementaria a las labores diarias. El instrumento para realizar el torcido es el pushka o rueca, que consiste en una madera delgado de uno 20 a 25 cm de largo de grosor bastante delgado similar al de un lápiz, viene introducido una rueda que permite sujetar el hilo.

Este procedimiento es con el fin de evitar que el hilo se rompa en los siguientes procesos, haciéndolo más resistente y fino. En la siguiente imagen se muestra la forma de la rueca:

Imagen 18: Rueca



*Fuente: Trabajo de campo*

## Enrollado de hilo

Esta actividad se realiza para facilitar el urdido, consiste en enrollar el hilo torcido en forma de bolas o bolitas. En el idioma quechua este hilo enrollado se dice “curur”.

Imagen 19: Curur



*Fuente: Trabajo de campo*

## **C. TEJIDO CRUDO**

### **Urdido**

El urdido es la primera fase de la elaboración de tejido, esta actividad requiere de uno a más personas dependiendo del tipo de prenda producto que se espera elaborar, se realiza utilizando tacarpu o el allwina; la primera herramienta generalmente es cuando el tejido no contiene figuras complejas; mientras que, la segunda herramienta es para tejidos que no es posible urdir con el tacarpu.

El número de personas requeridas en el urdido en tacarpu es de dos a tres; no obstante, el número de personas para el urdido en allwina es de cuatro a más porque generalmente es para diseños más complejos.

### **Hillahuado**

Para poder empezar a tejer se requiere el hillahuado, este procedimiento demanda de dos materiales, hilo y el illawa k'aspi. El hillahuado sirve para poder tejer la urdimbre, que permite intercalar el hilo de parte superior e inferior.

### **C'hucurjata**

Consiste en separar el hilo en cierta cantidad igual, dependiendo del tamaño del tejido, al inicio y final de la urdimbre, es con el objetivo de evitar que se junten los hilos y para mantener el tamaño del tejido. La cantidad de hilo a separar generalmente es de 5 a 10 hilos.

### **Tejeduría**

La tejeduría consiste el enlazar los hilos de la urdimbre, este proceso debe realizarse una y otra vez hasta convertir el hilo en prendas. El diseño, las formas y figuras a añadir dependen de los productos que se desea obtener.

Las herramientas que se utilizan en la tejeduría son:

- Tulluruk'i o wich'una
- Khallwa
- Toqoro
- Pallana
- Cjusma o cjumana

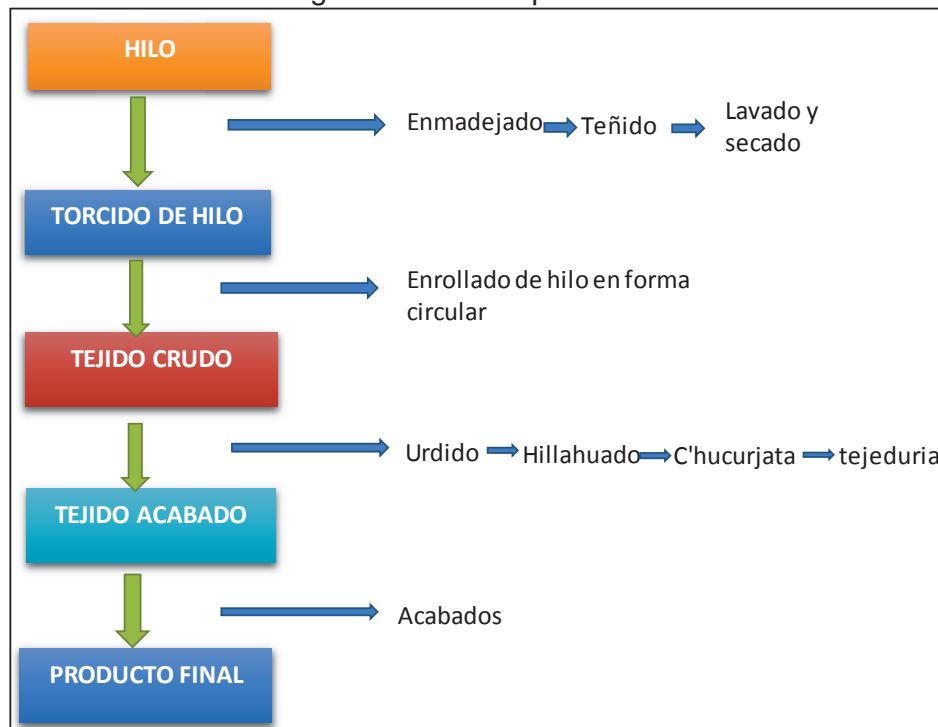
## D. Tejido acabado

### Acabado

Es el último proceso del tejido, comienza cuando ya no es posible tejer con el cjusma; la primera parte del acabado se realiza con yauri o p'ita yauri, y la última parte ya para terminar del tejido se utiliza aguja.

El acabado es un procedimiento que demanda de mucho esfuerzo y tiempo, ya que la urdimbre ya no tiene illawa, el productor se ve obligado a intercalar o enlazar el hilo uno por uno hasta terminar el tejido. Según algunas entrevistas a los productores es el proceso más complicado de la elaboración de tejidos artesanales.

Figura 6: Proceso productivo



Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.1.5. Nivel de educación de los asociados

El nivel de educación de los productores viene a ser un factor determinante en su desempeño durante la adquisición de insumos, elaboración de productos y en la comercialización, siendo el capital humano o factor trabajo principal en la

tecnología de producción de artesanía textil. Según la encuesta realizada se pudo llegar al siguiente resultado:

Cuadro 35: Nivel de instrucción de los productores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin nivel	20	31,7	31,7	31,7
	Educación inicial	1	1,6	1,6	33,3
	Primaria incompleta	9	14,3	14,3	47,6
	Primaria completa	7	11,1	11,1	58,7
	Secundaria incompleta	14	22,2	22,2	81,0
	Secundaria completa	12	19,0	19,0	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016*

Según la encuesta se tiene que casi la tercera (31,7%) parte de la asociación no tiene ningún nivel de instrucción, lo cual es una desventaja y una debilidad durante la adquisición de insumos, proceso de producción y la comercialización de sus productos, según la entrevista al representante de la asociación, los productores que no saben leer ni escribir tienen problemas al momento de realizar la adquisición de hilos y que muchas veces son engañados por sus proveedores; de igual forma, durante la elaboración de tejidos en donde se requiere un conteo y medidas exactas, tanto en el urdido y tejeduría, genera a no cumplir con los estándares requeridas por el comprador, realizando productos de mala calidad; lo cual afecta en la comercialización, donde CTTC determina los precios según la calidad y tamaño de los tejidos; además al momento de la entrega de los pagos a los productores con bajo nivel de instrucción se genera una cierta desconfianza.

El capital humano de un productor de artesanía textil es muy importante en todo el proceso de su actividad, ya que permitirá su buen desempeño y resolución de problemas en el proceso de producción y comercialización.

#### **4.1.1.6. Diseños y tipos de tejido**

##### **A) Diseños**

La asociación Munay Ticlla, es una organización que tiene como prioridad conservar las técnicas tradicionales y revalorar los antiguos tejidos, los diseños de sus productos representa la cultura, flora y fauna del distrito de Pitumarca, los

diseños más importantes y las más utilizadas son: lie, patapallay, amapolas y palmay ramos.

El diseño lie es de una sola cara y se divide en dos tipos, lie de dos colores y de tres colores; de igual forma, el diseño patapallay es de doble cara, al igual que el anterior diseño hay de dos y tres colores; el caso del diseño amapolas también de doble cara al igual que palmayramos.

Cuadro 36: Diseños empleados por la asociación

DISEÑOS	PALLAY	IMAGEN
Lie	Harpa	
	Papa T'ica	
	Trigo	
	Chili	
	Llama sillu	
	Puma maqui	
	C'hiqta rosas	
	Bizcacha	
	Haujt'ay rosas	
Patapallay	Kuty	
	C'huru pallay	
	Chili	
	Q'enqo chili	
	Quinray t'ica	
	Saya t'ica	
	Tumbos t'ica	
	C'hunchu	
	Chacana	
	Pacha mama	
	Q'ente	
	Caballo	
	Coya	
	Pichincu	
Amapolas	Harpa	
	Papa T'ica	
	Trigo	
	Chili	
	Llama sillu	
	Puma maqui	
	C'hiqta rosas	
	Haujt'ay rosas	
	Palmay ramos	
Harpa		
Raqui raqui		

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016

A parte de los diseños ya mencionados, diseños originarios del distrito de Pitumarca, la asociación Munay Tillca ha incorporado nuevos diseños como son: la chacana, cultura Nazca y diseño de manto de momia Juanita.

## **B) Tipos de tejido**

La asociación Munay Ticlla elabora dos tipos de tejido: tejido plano y tejido a punto/palitos; en el primer tipo estas las mantas, poncho, pasadizos, lliclla, chall, chalin, otros; en caso del segundo grupo la asociación solo elabora chullos.

### **4.1.1.7. Número de capacitaciones, participación a ferias y encuentro de artesanos**

En todo tipo, nivel y tamaño de organización/institución la constante capacitación, mejora e innovación se debe dar para su permanencia en el mercado y un crecimiento sostenible en el tiempo. Por lo que es necesario el análisis de la situación actual de la asociación Munay Ticlla. En los aspectos mencionadas.

#### **A. CAPACITACIÓN**

En base a resultados de la encuesta aplicada a la muestra, el 92,1% de los productores encuestados afirmaron no recibir ningún tipo de capacitación por parte de la asociación; sin embargo, en un 7,9% de productores dicen haber recibido capacitación de la asociación; según entrevista a los socios ésta capacitación consiste en la producción de tejido, se da entre compañeros de trabajo; generalmente ocurre cuando ingresa un nuevo productor; en dicho caso los antiguos socios están en la obligación de enseñar a los nuevos.

Según el representante de la organización, es verdad que en los 3 últimos años los productores no recibieron capacitación de ninguna institución a fines, pero hace 6 años atrás si accedieron a capacitaciones brindadas por la Municipalidad distrital de Pitumarca; por otro lado, CTTC actualmente brinda taller de capacitación a los miembros de la junta directiva en temas de organización.

Como se pudo observar los productores de la organización Munay Ticlla no tienen acceso a capacitación en temas de producción, adecuado uso de factores de producción, mercado, innovación, diseños, costeo, etc. que pueda fortalecer el conocimiento y talento de los productores, lo cual ocasiona altos costos de

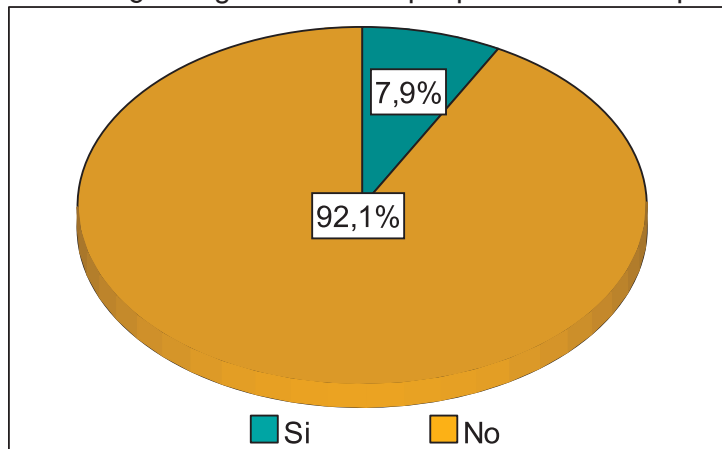
producción, el bajo poder de negociación con el intermediario y menor competencia en el mercado; haciendo que los productores por falta de conocimiento y asimetría de información estén sujetos a las decisiones del intermediario..

Cuadro 37: ¿la organización al que pertenece les capacita?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	5	7,9	7,9	7,9
No	58	92,1	92,1	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

Gráfica 16: ¿La organización al que pertenece les capacita?



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

## B. PARTICIPACIÓN A FERIAS

La participación a ferias no es de manera individual sino se forma una comisión de la organización; esta participación es mayormente con el propósito de exhibir y promocionar los mejores tejidos de la asociación, así poder competir con las otras organizaciones del mismo rubro y poder ganar el concurso; pero si hubiera demanda de los productos al final de la exhibición es posible venderlas. Las principales ferias a los que participa la asociación son:

- Feria de Chincheros
- Feria artesanal de Cusco

- Feria de Chahuaytiri

### C. ENCUENTRO DE ARTESANOS

El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco cada año organiza un encuentro de artesanos con las asociaciones que viene trabajando. El propósito del encuentro es realizar un intercambio de conocimiento entre artesanos de distintas lugares y es una forma de promocionar el arte textil tradicional; este evento es un espacio donde los productores exponen sus mejores tejidos, con diseños innovados; donde las artesanas(os) tienen la oportunidad de aportar algunas sugerencias para la mejora de los productos elaborados. El encuentro no solo está orientado a realizar el intercambio de conocimiento sino también con fines de socialización, donde se desarrolla juegos deportivos, reconocimiento de los esfuerzos de las artesanas y un momento de compartir algún refrigerio entre todos los asistentes.

A partir de resultados de la encuesta, del total de productores de la asociación Munay Ticlla, el 73,0% participa en el encuentro de artesanos.

Cuadro 38: Participación en el encuentro de artesanos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	46	73,0	73,0	73,0
No	17	27,0	27,0	100,0
Total	63	100,0	100,0	

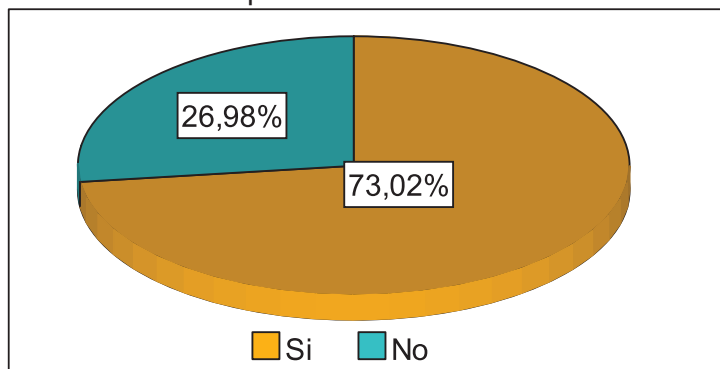
*Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016*

El 27,0% de los productores que no participan en el encuentro de artesanos organizado por CTTC, mayormente son personas que tiene las condiciones para ser exonerados de no participar en el dicho encuentro, como personas de avanzada edad, permisos por motivos de salud o viaje, etc. mientras que los productores que tengan las condiciones están obligadas a ser partícipes del encuentro.

Al encuentro no solo participa CTTC y las asociaciones, también hay concurrencia de turistas con interés de poder apreciar y comprar los tejidos elaborados.



Gráfica 17: Participación en el encuentro de artesanos



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

#### 4.1.2. Asociatividad

El análisis de la variable asociatividad se realizara desde un enfoque limitado, donde desde el punto de vista neoclásica sobre la organización, la empresa o en caso de la investigación la asociación Munay Ticlla estudiado como un empresa, bajo los supuestos de racionalidad de los agentes, información perfecta y sin costos de transacción, el objetivo principal de la unidad productora (empresa) es maximizar el beneficio a través de la minimización de costos.

##### 4.1.2.1. Número de productores según género

Para el año 2016, la asociación Munay Ticlla tiene 74 productores en padrón y activos, 66 productores del total, que representa el 89,2% son de género femenino y solo el 10,8% son de género masculino. Esta brecha, resultado de la entrevista, es debido a los costos de oportunidad, muchas veces los de género masculino prefieren realizar otras actividades por la mayor remuneración; mientras que, los de género femenino están de ama de casa en sus hogares y es conviene dedicarse a la artesanía textil, ya que pueden administrar su tiempo según sus prioridades.

Cuadro 39: Productores de la asociación según género

ASOCIACIÓN	PRODUCTORES				TOTAL	%
	MASCULINO	%	FEMENINO	%		
Munay Ticlla	8	10,8	66	89,2	74	100,0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>10,8</b>	<b>66</b>	<b>89,2</b>	<b>74</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

#### **4.1.2.2. Organigrama de la asociación**

La asociación Munay Ticlla, hasta el momento no cuenta con un organigrama; sin embargo, con la información brindada por la representante de la organización respecta a las funciones y dependencias de los miembros de la junta directiva y los socios se pudo elaborar un organigrama.

La junta directiva nombrada por la asociación tiene una vigencia es de dos años, según la entrevista realizada los socios para elegir sus líderes toman en cuenta el nivel de instrucción y generalmente escogen a personas que sepan leer y escribir; y cada miembro tiene distintas funciones y atribuciones.

##### PRESIDENTA

La presidenta es la máxima autoridad de la asociación Munay Ticlla, las funciones más principales son:

- Participar a las charlas de CTTC, en temas de organización
- Coordinar con los miembros de la junta para convocar una asamblea
- Informar a los socios todo acto ocurrido y temas de interés de la asociación
- Coordinar con Centro de Textiles Tradicionales del Cusco
- Realizar trámites a otras organizaciones y/o instituciones
- Recibir todo los reclamos, problemas y sugerencias de los socios.

##### VICE PRESIDENTE(A)

Es el segundo miembro de la junta directiva y depende del presidente(a), sus funciones son:

- Asumir toda las responsabilidades de la presidente(a) en su ausencia
- En las reuniones o tramites documentarios apoya al presidente(a)
- En caso del retiro o renuncia de la presidenta asumir automáticamente la presidencia.

##### SECRETARIO(A)

Para que un productor o socio pueda ser secretario debe de saber leer y escribir necesariamente debido a las funciones que a continuación se detalla:

- Redactar la acta en toda las reuniones de la asociación
- Realizar el padrón de socios
- Llamar lista antes y después de la reunión para verificar el número de asistentes
- Realizar el cobro de las tardanzas y faltas a las reuniones, juntamente con el tesorero

### TESORERO

El tesorero cumple las siguientes funciones:

- Realizar todo tipo de cobros.
- Realizar el arqueo de caja de forma anual y en casos especiales cuando se requiera
- Recibir dinero o pago del CTTC para su respectivo reparto del dinero a los socios por sus productos vendidos
- Administrar los ingresos y egresos de la asociación

### VOCAL 1

En reuniones u otras actividades que realice la asociación los vocales están de apoyo a los otros miembros de la junta directiva, convoca a los socios en caso de asambleas extraordinarias y puede asumir el cargo de secretario o tesorero si es que uno de ellos se retira o abandono el cargo.

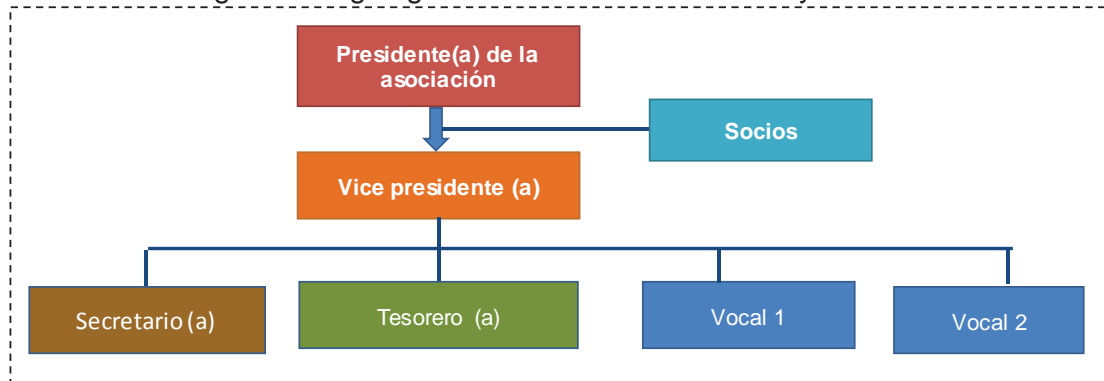
### VOCAL 2

El vocal 2 tiene las mismas funciones y atribuciones del vocal 1

### SOCIOS

Los socios tienen la obligación de participar en toda las reuniones y actividades de la asociación, en igual medida tiene los derechos para poder opinar y ser escuchados por la junta directiva y sus compañeros de trabajo. La junta directiva sin la aprobación de los socios, por mayoría, no puede decidir ni ejecutar ningún trámite u otra actividad que involucre a la asociación.

Figura 7: Organigrama de la asociación Munay Tcilla



Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista de la representante de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.2.3. Estructura organizacional durante el proceso productivo y comercialización

La estructura organizacional de la asociación Munay Tcilla está conformada por la junta directiva y los socios; donde cada miembro y los socios cumplen diversas funciones y desarrollan varias actividades en el proceso productivo y en la comercialización de los productos.

Durante el proceso productivo, los hilos se adquieren de dos tipos de proveedores; el hilo hilado a mano es comprada por productores de forma individual de las hilanderas del distrito de Pitumarca; mientras que, el hilo en cono es proveído por CTTC; en el último caso el tesorero juntamente con los vocales son los encargados de realizar la recepción de los hilos del CTTC para su posterior entrega a los socios según su requerimiento, también son los mismo miembros en realizar la cobranza y la entrega respectivo a CTTC el dinero por la compra de los hilos. La compra de hilos de CTTC es generalmente en los primeros meses del año.

La presidenta de la asociación en coordinación con los otros miembros, luego de realizar la entrega de hilos, convoca a una asamblea para acordar la fecha del teñido y realizar la designación de recojo de plantas tintóreas, después de los acuerdos la presidenta tiene que comunicar al CTTC para que disponga un técnico(a) en teñido de hilos y proveer con la donación de fijadores o mordientes.

La asociación Munay Tcilla tiene en su agenda de actividades realizar el proceso de producción sea urdido, tejeduría y acabado en el local de la organización todo

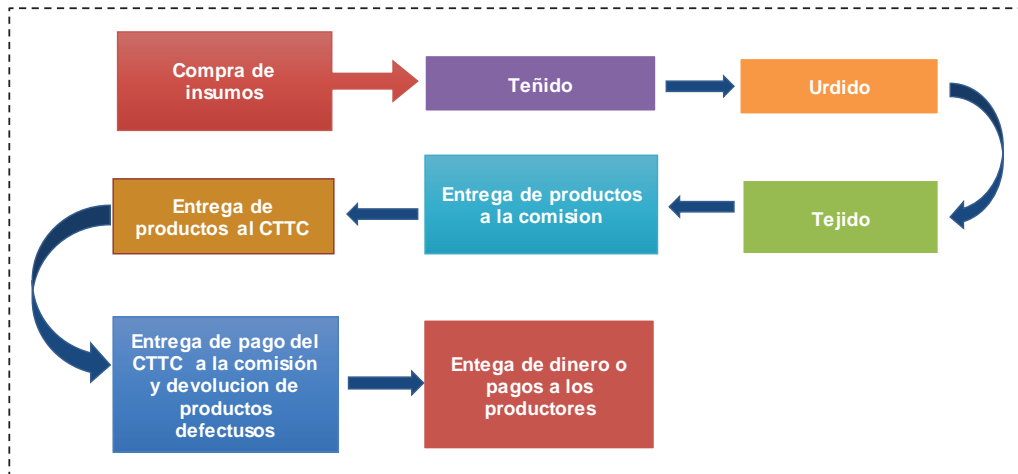
los días sábados, donde los productores van con sus ropas típicas del lugar llevando sus labores de artesanía, es un momento de socialización. Los días sábados son espacios donde se forman grupos de productores dentro de la asociación, sea por afinidad o por otras razones, es así que el proceso de urdido se realiza de forma grupal, debido al requerimiento del proceso de 2 a más personas; asimismo los días sábados un productor nuevo tiene la oportunidad de pedir apoyo a sus compañeros de trabajo y solicitar que le enseñen a tejer.

Realizar el urdido en el local de la organización es opcional, porque si el productor tiene familiares o personas con disponibilidad de apoyar lo puede hacer en su domicilio. De igual forma, el proceso de tejeduría y acabado de los productos es realizado en cada domicilio, los días sábados solo es por temas de socialización e identificación con la asociación debido a las posibles visitas de extranjeros y turistas nacionales con interés en artesanía textil

Para la recepción de productos elaborados y la entrega al CTTC, la presidenta de la asociación en base al padrón de socios designa cada mes una comisión, quienes se encargaran de recibir los tejidos la primera semana del mes, la recepción es el local de la asociación, donde cada prenda se tiene que medir, ver la calidad y el tipo de hilo para calcular su precio, utilizando la lista de precios dados por el CTTC; al día siguiente la comisión tiene que realizar un viaje hasta el local del CTTC para la entrega de los productos, de igual forma se tiene que medir, ver la calidad y tipo de hilo para consolidar el precio; si el tejido no cumple con los estándares necesarias el CTTC devuelve y solo realiza el pago por los productos que se recibió; la comisión recibe el pago por las prendas y el día sábado de la semana tiene que repartir el dinero a los productores según a los productos que elaboraron y descontando el 2% para fondos de la asociación; además devuelva las prendas que el CTTC no recibió.

El nivel de organización de los productores de la asociación Munay ticlla es buena, desde la adquisición de insumos hasta la venta de productos la asociación realiza de forma conjunta, se puede decir que existe una buena organización.

Figura 8: Estructura organizacional en el proceso productivo y comercialización



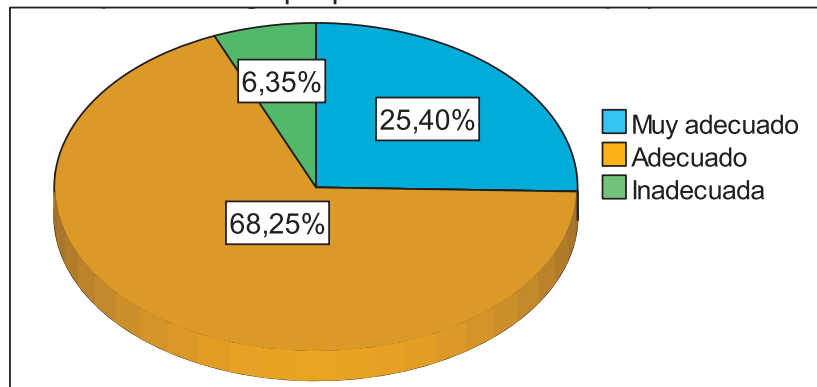
Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista de la representante de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.2.4. Opinión y satisfacción de los productores respecto a la organización

##### NIVEL DE ORGANIZACIÓN

En base a la encuesta realizada, el 68,5% de los productores opinan que el nivel de organización en la asociación es adecuada; mientras que, el 25,4% opina que es muy adecuada; no obstante, el 6,4% de los productores perciben un nivel de organización es inadecuada. En resumen el grado de organización en la asociación Munay ticlla es adecuada; lo cual es un factor positivo y favorable para la asociación.

Gráfica 18: En su opinión. La organización en la asociación al que pertenece es:

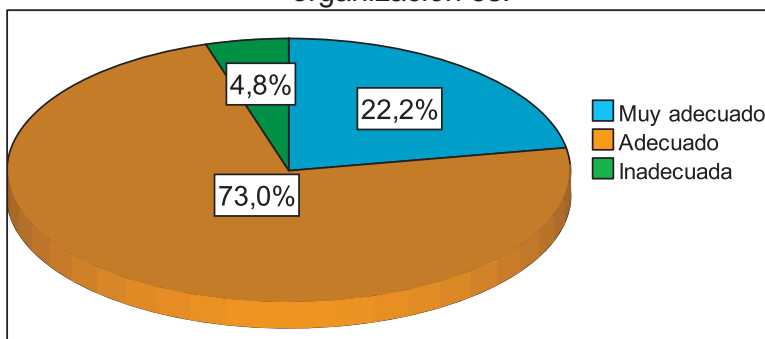


Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

## COORDINACIÓN

La coordinación entre la junta directiva y los socios según resultado de la encuesta, para el 73,0% de los productores es adecuada, de igual forma el 22,2% afirman que existe una coordinación muy adecuada y tan solo para un porcentaje menor a 5% de productores es inadecuada. Los resultados nos indican que existe una comunicación adecuado entre los miembros de la asociación, generando un buen ambiente de trabajo.

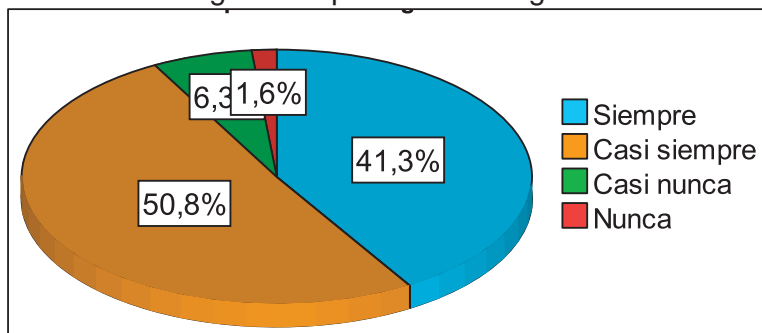
Gráfica 19: La coordinación entre los asociados de la organización es:



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

En base a resultados de la encuesta, el 50,8% de los productores indican que sus dirigentes casi siempre les piden su opinión para algunos cambios o actividades de la organización, el 41,3% afirma que siempre le piden su opinión; sin embargo, el 6,3% y 1,6% dice que casi nunca y nunca le piden su opinión, estos porcentajes indican que una parte de los productores no se sienten escuchados e incluidos en la toma de decisiones que la organización efectúa.

Gráfica 20: ¿Le piden su opinión sus directivos, para cambiar algunos aspectos de la organización?



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

Realizando una tabla de consistencia, entre si le piden opinión o no con la edad, de los productores que consideran no tener petición de su opinión, en un gran

porcentaje (3,2%) son de más de 58 años de edad, según algunas entrevistas se pudo constatar que las personas de edad avanzada muchas veces se sienten aludidas en las reuniones o actividades de la asociación.

Cuadro 40: Tabla de contingencia edad \* ¿Le piden opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?

			¿Le piden su opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?				Total
			Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca	
Edad	De 18 a 27 años	Recuento	12	9	1	0	22
		% del total	19,0%	14,3%	1,6%	0,0%	34,9%
	De 28 a 37 años	Recuento	3	5	0	0	8
		% del total	4,8%	7,9%	0,0%	0,0%	12,7%
	De 38 a 47 años	Recuento	3	5	0	1	9
		% del total	4,8%	7,9%	0,0%	1,6%	14,3%
	De 48 a 57 años	Recuento	5	4	1	0	10
		% del total	7,9%	6,3%	1,6%	0,0%	15,9%
	Más de 58 años	Recuento	3	9	2	0	14
		% del total	4,8%	14,3%	3,2%	0,0%	22,2%
Total		Recuento	26	32	4	1	63
		% del total	41,3%	50,8%	6,3%	1,6%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación  
Munay Ticlla – agosto 2016

Con respecto a la tabla de contingencia de nivel de instrucción con petición de opinión por parte de los dirigentes, los productores que afirman no ser consideradas en la petición de opiniones, el 3,2% del total son aquellos que no tienen ningún nivel de instrucción.

Cuadro 41: Tabla de contingencia nivel de instrucción \* ¿Le piden opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?

			¿Le piden su opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?				Total
			Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca	
Nivel de instrucción	Sin nivel	Recuento	5	13	2	0	20
		% del total	7,9%	20,6%	3,2%	0,0%	31,7%
	Educación inicial	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
	Primaria incompleta	Recuento	4	3	1	1	9
		% del total	6,3%	4,8%	1,6%	1,6%	14,3%
	Primaria completa	Recuento	6	1	0	0	7
		% del total	9,5%	1,6%	0,0%	0,0%	11,1%
	Secundaria incompleta	Recuento	6	7	1	0	14
		% del total	9,5%	11,1%	1,6%	0,0%	22,2%
	Secundaria completa	Recuento	4	8	0	0	12
		% del total	6,3%	12,7%	0,0%	0,0%	19,0%
Total		Recuento	26	32	4	1	63
		% del total	41,3%	50,8%	6,3%	1,6%	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación  
Munay Ticlla – agosto 2016

Según los anteriores resultados para la toma de decisiones en la asociación, tiene más validas opiniones de personas con cierto nivel de instrucción, además

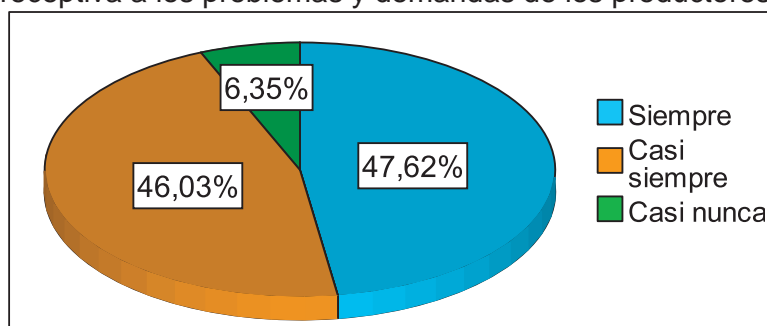


se puede observar que las personas de edad avanzada se sienten aludidos. Una parte de los integrantes de la asociación, aunque es una cantidad mínima, cree no ser consideradas para dar una opinión por parte de sus dirigentes, esto influye en la satisfacción e identificación con la asociación, asimismo es un factor que debilita la organización.

### SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y DEMANDA DE LOS SOCIOS

Todo líder de una organización debe de ser receptivo a los problemas y demandas de los integrantes para poder lidiar y solución dicha petición. Para poder ver el nivel de recepción de problemas y demandas por parte de la junta directiva de la asociación Munay Ticlla se ha realiza una encuesta, teniendo el siguiente resultado: el 47,6% de productores dicen que los directivos siempre son receptivos, para el 46,0% es casi siempre receptivo y solo para 6,4% de los productores los directivos nunca son receptivos a los problemas y demandas, es un porcentaje no muy grande pero existe productores que no son escuchadas dentro de la asociación, por lo que es posible que el nivel organización y la satisfacción de los socios sea afectada.

Gráfica 21: ¿Crees que la junta directiva de la asociación es receptiva a los problemas y demandas de los productores?



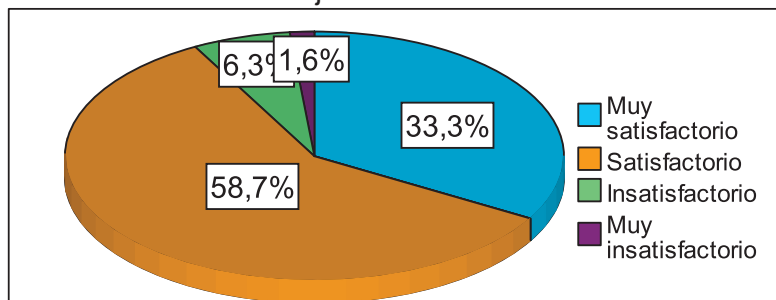
Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### AMBIENTE DE TRABAJO Y TRATO ENTRE SOCIOS

El ambiente de trabajo y el trato dentro de una institución, organización o empresa es muy importante, ya que de ello depende la voluntad, identificación y motivación de los miembros; que permitirá mayor logro en toda organización. En la asociación Munay Ticlla el 58,7% de los productores afirma tener una buena relación con sus compañeros y está satisfecha con el ambiente de trabajo existente en la asociación, el 33,3% está muy satisfecho; sin embargo en un

7,9% de los socios están insatisfecho y muy insatisfecho, y por lo general con aquellos que no son escuchados e incluidos en las decisiones de la organización.

Gráfica 22: En general. La relación entre compañeros y el ambiente de trabajo existente en tu asociación es:



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### TOMA DE DECISIONES

En base a la encuesta, para el 100% de las artesanas(os), la toma de decisiones en la asociación se lleva en una asamblea con participación de la junta directiva y los socios, todo problema y demanda se lleva a una asamblea de debate, donde la decisión es por la mayoría. Aunque en un menor porcentaje de productores indican no ser incluidos en la toma de dichas decisiones y son principalmente las de edad avanzada y aquellos que no cuentan con ningún nivel de instrucción.

Cuadro 42: ¿Quién toma las decisiones de la asociación?

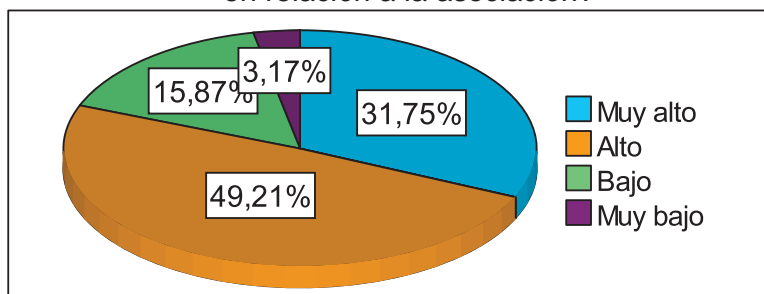
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos La junta directiva y socios	63	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### SATISFACCIÓN DE LAS SOCIAS (OS) SON RESPECTO A LA ASOCIACIÓN

Con respecto a nivel de satisfacción general con la organización, junta directiva, ambiente de trabajo y compañeros de trabajo; el 49,2% de las artesanas(os) tiene satisfacción alta; en un 31,8% tiene satisfacción muy alto; 15,9% satisfacción baja y el 3,2% satisfacción muy bajo.

Gráfica 23: Teniendo en cuenta sus respuestas a todo lo anterior. ¿Cuál es el grado de satisfacción general que tiene en relación a la asociación?



Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

En el siguiente cuadro se puede apreciar que las artesanas(os) con nivel de satisfacción bajo y muy bajo son aquellos que tiene más de 58 años edad, del total de personas del rango de edad, el 12,7% tiene nivel de satisfacción entre bajo y muy bajo.

Cuadro 43: Tabla de contingencia teniendo en cuenta sus respuestas a todo lo anterior. ¿Cuál es el grado de satisfacción general que tiene en relación a la asociación? \* Edad

			Edad					Total	
			De 18 a 27 años	De 28 a 37 años	De 38 a 47 años	De 48 a 57 años	Más de 58 años		
Teniendo en cuenta sus respuestas a todo lo anterior. ¿Cuál es el grado de satisfacción general que tienes en relación a la asociación?	Muy alto	% del total	12,7%	4,8%	6,3%	6,3%	1,6%	31,7%	
	Alto	% del total	17,5%	7,9%	6,3%	9,5%	7,9%	49,2%	
	Bajo	% del total	4,8%	0,0%	1,6%	0,0%	9,5%	15,9%	
	Muy bajo	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	3,2%	
Total			% del total	34,9%	12,7%	14,3%	15,9%	22,2%	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

#### 4.1.3. Niveles de producción

##### 4.1.3.1. Productos elaborados

La asociación Munay Ticlla de Pitumarca elabora distintos productos de artesanía textil, siendo aquellas vestimentas y/o tejidos que utilizaban toda la población de Pitumarca hace unos años atrás; sin embargo, con el paso del tiempo el uso de dichas vestimentas típicas del lugar han ido disminuyendo. La asociación Munay Ticlla es una de las asociaciones que trata de revalorar la cultura y de igual forma hacer conocer al mundo el arte textil del distrito de Pitumarca, tejidos de hilo de oveja y alpaca tenidos con tinte natural; asimismo

se ha convertido en una actividad potencial de fuente de ingreso para las familias.

En el siguiente cuadro se tiene el listado de los 19 productos elaborados por la asociación Munay Ticlla:

Cuadro 44: Productos elaborados

N°	PRODUCTO
1	Chumpi o faja
2	Chullo
3	Chuspa
4	Ticllas de 4 colores y 8 colores
5	Manta de 4 ticllas
6	Lliclla
7	Unkjuña
8	Chalina
9	Chall
10	Poncho
11	Pasadizo
12	Cojin
13	Tapiz
14	Mantos chacana
15	Poncho chacana
16	Manto de cultura Nazca
17	Manto de la momia Juanita
18	Acso de Momia Juanita
19	Huatos

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016*

Los productos son elaborados de forma diaria y entregada mensualmente según el pedido de Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, y cada producto lleva distintos diseños, tamaño y colores según sea el pedido, además están elaborados de distintas 4 tipos de hilos. De lo descrito se puede visualizar el álbum de imágenes o fotografías en el anexo correspondiente.

#### **4.1.3.2. Producción mensual**

La producción de la asociación Munay Ticlla es diaria; mientras que la entrega de los productos es de forma mensual cada inicio del mes a Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, por lo que el registro de producción y venta es mensual, en el siguiente cuadro observamos que la producción en el mes de diciembre y enero están sumadas, esto es debido a que CTTC no realiza la compra de los productos en el mes de enero, debido a la menor demanda como consecuencia de la baja temporada del turismo en el departamento del cusco; por dicha causa el CTTC posterga la compra de los productos al mes febrero, que vendría a ser la producción de 2 meses anteriores (enero y diciembre), las artesanas(os) en diciembre y enero siguen elaborando sus productos y lo guardan para la entrega en el mes de febrero.

La elaboración de productos textiles de la asociación Munay Ticlla está determinada en gran parte por el pedido del CTTC; no obstante, los productores tienen la opción de realizar una producción mayor al pedido y poder siempre introducir nuevos diseños innovados. Según la entrevista al representante de la asociación se pudo deducir que los productores no tienen la capacidad de realizar más productos, como resultado de la laboriosidad del trabajo por el uso de una tecnología tradicional.

Con respecto a la entrega de productos, dos personas comisionadas realizan la recepción en el local de la asociación cualquier día de la primera semana del mes y al día siguiente se dirigen al local de CTTC para su respectivo entrega, donde se llena la ficha de producción y pago mensual de cada producto según su tamaño y precio; esto es con el propósito de contabilizar el número de productos elaborados en el mes y para poder realizar el pago a cada socio según le corresponda por el producto elaborado.

Luego de haber entregado los productos, la primera semana de cada mes las artesanas(os) se juntan en el local de la asociación, donde realizan el urdido según a los pedidos que se haya tenido del CTTC; esto se ejecuta en grupos de productores según afinidad.

Cuadro 45: Producción total mensual, 2014 -2015  
(Unidades)

PRODUCTO	2014												2015												2016						
	D.13 +E.14	F.14	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D.14 +E.15	F.14	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D.15 +E.16	F.14	M	A	M	J	J		
Chumpi o faja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
Chullo	39	19	29	36	20	24	21	35	35	30	30	57	29	37	40	25	34	35	43	27	29	37	39	28	29	23	38	24	21	0	0
Chuspa	14	0	0	2	7	4	0	7	3	3	0	4	3	0	3	6	0	0	14	3	13	0	0	0	0	0	30	5	0	0	0
Ticllas de 4 colores y 8 colores	7	14	13	14	11	6	7	10	15	10	8	15	7	12	7	38	15	15	6	14	10	22	11	11	0	17	41	4	5	0	0
Manta de 4 ticllas	4	4	4	5	3	2	1	5	2	3	2	4	3	2	5	2	6	1	2	2	5	5	10	1	2	4	0	2	0	0	0
Liclla	10	0	2	1	2	1	0	3	2	5	4	4	1	2	0	3	1	0	7	1	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0
Unkjuña	3	4	3	2	5	1	4	3	4	5	4	7	4	12	7	3	2	4	14	7	2	8	7	3	4	14	6	5	1	1	0
Chalina	25	4	3	5	8	5	1	5	12	11	4	7	6	7	2	6	1	8	5	1	5	4	2	3	0	7	3	5	0	0	0
Chall	5	1	1	2	1	5	0	2	0	0	2	4	2	5	1	5	2	3	4	2	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Poncho	1	2	1	1	1	0	0	0	0	3	5	1	2	1	1	0	0	1	1	5	4	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Pasadizo	4	8	6	4	5	0	3	4	5	6	11	3	2	12	7	8	6	8	9	6	0	2	9	0	0	4	5	6	7	2	0
Cojin	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tapiz	2	2	3	2	1	2	0	1	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	1	1	4	6	0	2	2	4	2	0	0	0
Mantos chacana	6	0	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	0	2	4	2	6	8	2	4	2	2	8	2	0	0	6	0	0	0	0
Poncho chacana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Manto de cultura Nazca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Manto de la momia Juanita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arso de Momia Juanita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Huatos	33	17	25	27	52	15	20	70	15	22	25	30	20	8	25	38	20	37	25	13	30	20	8	5	1	47	37	18	11	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>75</b>	<b>92</b>	<b>103</b>	<b>116</b>	<b>66</b>	<b>59</b>	<b>148</b>	<b>97</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>144</b>	<b>82</b>	<b>103</b>	<b>107</b>	<b>140</b>	<b>99</b>	<b>123</b>	<b>137</b>	<b>82</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>107</b>	<b>54</b>	<b>44</b>	<b>121</b>	<b>176</b>	<b>74</b>	<b>42</b>		

Fuente: Elaboración propia en base a las fichas de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

Los niveles de producción mensual de la asociación Munay Ticlla determina el nivel de ingreso y los costos mensuales, como resultado de la diferencia se tendrá la utilidad bruta, el cual influye en la rentabilidad de la asociación, y en el nivel de ingreso de los socios.

#### 4.1.3.3. Producción anual

Para determinar la producción anual se ha recurrido a las fichas de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla; como se podrá observar en el siguiente cuadro la producción para el año 2014 ha sido de 1111 unidades de distintas tejidos artesanales, en el año 2015 fue de 1234 unidades y para el año 2016, hasta el mes de julio, la producción llegó a 616 unidades de tejidos artesanales.

#### PRODUCCION POR TIPO DE TEJIDO

La producción de poncho chacana, manto de cultura Nazca, manto y arso de momia Juanita, solo se realiza una vez al año, y generalmente es al mes de octubre; estos productos se elaboran principalmente para la exposición en la feria artesanal de chinchero.

Cuadro 46: Producción por tipo de tejido  
(Unidades)

PRODUCTO	2014	2015	2016(D.15 - J.16)	PART.%2015
Chumpi o faja	0	2	0	0,2
Chullo	318	393	202	31,8
Chuspa	40	44	34	3,6
Ticllas de 4 colores y 8 colores	114	165	92	13,4
Manta de 4 ticllas	32	33	17	2,7
Liclla	28	20	8	1,6
Unkjuña	38	70	40	5,7
Chalina	82	49	19	4,0
Chall	19	29	8	2,4
Poncho	19	25	5	2,0
Pasadizo	59	66	32	5,3
Cojin	3	7	0	0,6
Tapiz	18	32	17	2,6
Mantos chacana	15	30	15	2,4
Poncho chacana	1	1	0	0,1
Manto de cultura Nazca	1	1	0	0,1
Manto de la momia Juanita	1	0	0	0,0
Arso de Momia Juanita	1	1	0	0,1
Huatos	322	266	127	21,6
<b>TOTAL</b>	<b>1111</b>	<b>1234</b>	<b>616</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia en base a las fichas de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

La elaboración de los tejidos artesanales de la asociación Munay Ticlla para el año 2015 se ha incrementado en 10,8%, con respecto al año 2014. Este comportamiento positivo se debió principalmente a la mayor producción de chullo (23,6%), ticllas de 4 y 8 colores (40,0%), unkjuña (84,2%) y pasadizo (12,5%).

Sin embargo, dicho incremento fue contrarrestado por la menor producción de huatos (-17,1%), chalina (-37,3%) y lliclla (-28,6%).

Cuadro 47: Variación anual de la producción

PRODUCTO	2014	2015	Var.% anual
Chullo	318	393	23,6
Huatos	321	266	-17,1
Ticllas de 4 colores y 8 colores	115	161	40,0
Unkjuña	38	70	84,2
Pasadizo	56	63	12,5
Chalina	83	52	-37,3
Chuspa	40	46	15,0
Manta de 4 ticllas	35	37	5,7
Mantos chacana	22	34	54,5
Tapiz	18	32	77,8
Chall	19	29	52,6
Lliclla	28	20	-28,6
Poncho	14	17	21,4
Cojin	0	6	-.-
Chumpi o faja	0	2	-.-
Poncho chacana	1	1	0,0
Manto de cultura Nazca	1	1	0,0
Arso de Momia Juanita	1	1	0,0
Manto de la momia Juanita	1	0	-100,0
<b>TOTAL</b>	<b>1111</b>	<b>1231</b>	<b>10,8</b>

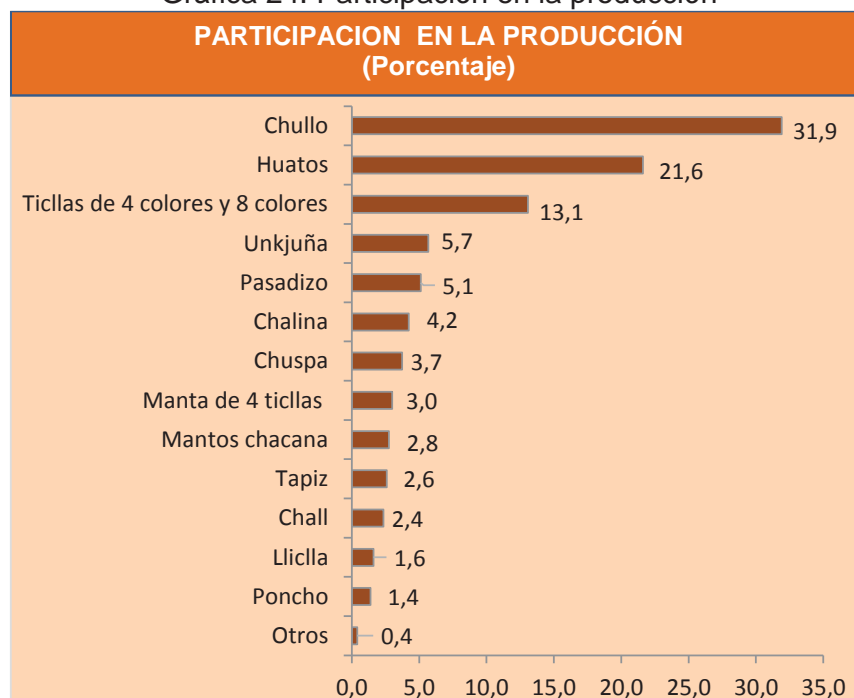
Fuente: Elaboración propia en base a las fichas de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

El nivel de producción en el año 2015 ha sido mayor que el año anterior; no obstante, según información de la representante de la asociación y algunos socios, dicha producción con respecto a años atrás ha disminuido, uno de los factores es por la disminución de socios y la otra porque algunas artesanas ya llegaron a tener edad avanzada y su nivel de productividad ha disminuido significativamente.

Con respecto a participación en la producción total, el principal producto elaborado de la asociación Munay Ticlla es el chullo, representa el 31,9%, seguido huatos (21,5%), ticllas de 4 y 8 colores (13,1%), unkjuña (5,7%), pasadizo (5,1%) y chalina (4,2%). Por tanto el ingreso y costos de producción de la asociación también esta afecta a las fluctuaciones de los principales productos mencionados.



Gráfica 24: Participación en la producción



Fuente: Elaboración propia en base a las ficha de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

### PRODUCCION POR TIPO DE HILO

La asociación Munay Ticlla elabora sus productos de cuatro tipos de hilos: hilo de oveja hilado a maño o pushkado, hilo de oveja cono, hilo de alpaca hilado a mano e hilo de alpaca cono; del primer tipo de hilo se producen los siguientes tejidos: ticllas de 4 y 8 colores, pasadizo, chuspa, tapiz, poncho, chumpi o faja y arso de momia juanita; los productos que se elaboran de hilo de oveja en cono: huatos, ticlla de 4 y 8 colores, inkjuña, pasadizo, chuspa, mantos chacana, tapiz, chall, lliclla, poncho y cojín; del hilo de alpaca pushkado: chullo, huatos, ticlla de 4 y 8 colores, pasadizo, chalina, chuspa, manto chacana, tapiz, poncho, cojin y manto de momia juanita; y del hilo de alpaca en cono: chullo, huatos, ticlla de 4 y 8 colores, unkjuña, pasadizo, chalina, manto de 4 ticllas, manto chacana, chall, lliclla, poncho, cojin y poncho chacana.

En el siguiente cuadro se tiene la información detallada de la cantidad de productos los elaborados anualmente por tipo de hilo.

Cuadro 48: Producción anual por tipo de hilo y tejido

AÑO PRODUCTO	2014					2015					2016 (D.15 -J.16)				
	Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)	TOTAL	Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)	TOTAL	Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)	TOTAL
Chullo	0	0	89	229	318	0	0	108	285	393	0	0	56	146	202
Huatos	0	63	129	129	321	0	54	106	106	266	0	27	51	49	127
Ticllas de 4 y 8 colores	14	33	35	33	115	25	45	45	46	161	14	26	24	25	89
Unkjuña	0	11	0	27	38	0	20	0	50	70	0	13	0	27	40
Pasadizo	12	19	13	12	56	19	23	9	12	63	10	11	6	6	33
Chalina	0	0	29	54	83	0	0	19	33	52	0	0	6	14	20
Chuspa	13	16	11	0	40	15	19	12	0	46	10	16	9	0	35
Manta de 4 ticllas	0	27	0	8	35	0	29	0	8	37	0	15	0	4	19
Mantos chacana	0	10	12	0	22	0	13	19	2	34	0	6	7	3	16
Tapiz	12	0	6	0	18	23	0	9	0	32	9	0	7	0	16
Chall	0	0	6	13	19	0	0	7	22	29	0	0	2	6	8
Liclla	0	22	0	6	28	0	13	0	7	20	0	7	0	1	8
Poncho	3	7	2	2	14	2	10	3	2	17	1	1	1	0	3
Cojin	0	0	0	0	0	0	3	1	2	6	0	0	0	0	0
Chumpi o fajá	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3	1	1	0	0	2
Poncho chacana	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
Manto de cultura Nazca	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Manto de la momia Juanita	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Arso de Momia Juanita	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>209</b>	<b>333</b>	<b>514</b>	<b>1111</b>	<b>87</b>	<b>231</b>	<b>339</b>	<b>576</b>	<b>1233</b>	<b>45</b>	<b>123</b>	<b>169</b>	<b>281</b>	<b>618</b>
<b>Par. %</b>	<b>5,0</b>	<b>18,8</b>	<b>30,0</b>	<b>46,3</b>	<b>100,0</b>	<b>7,1</b>	<b>18,7</b>	<b>27,5</b>	<b>46,7</b>	<b>100,0</b>	<b>7,3</b>	<b>19,9</b>	<b>27,3</b>	<b>45,5</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia en base a las fichas de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

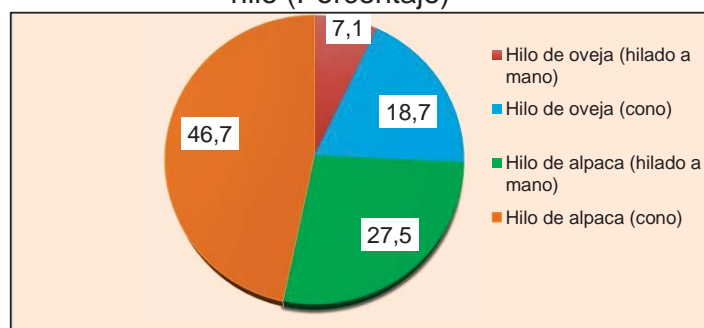
La producción del año 2015 fue de 1233 unidades de distintos tipos de tejido, del cual el 46,7% fueron elaborados de hilo de alpaca cono, el 27,5% de hilo de alpaca hilado a mano, 18,7% en base a hilo de oveja cono y el 7,1% de hilo de oveja hilado a mano; cono se podrá observar casi el 50% de los productos elaborados son de alpaca cono. Con respecto a los principales productos de la asociación; el 72,5% de los chullos están elaborados con hilo de alpaca cono, huatos el 39,8% y ticllas de 4 y 8 colores el 28,6%.

Cuadro 49: Participación en la producción por tipo de hilo

TIPO DE HILO PRODUCTO	Hilo de pveja (hilado a mano)		Hijo de oveja (cono)		Hilo de alpaca (hilado a mano)		Hilo de alpaca (cono)		Prod. Total del 2015	
	cant.	%	cant.	%	cant.	%	cant.	%	cant.	%
Chullo	0	0,0	0	0,0	108	27,5	285	72,5	393	100,0
Huatos	0	0,0	54	20,3	106	39,8	106	39,8	266	100,0
Ticllas de 4 y 8 colores	25	15,5	45	28,0	45	28,0	46	28,6	161	100,0
Unkjuña	0	0,0	20	28,6	0	0,0	50	71,4	70	100,0
Pasadizo	19	30,2	23	36,5	9	14,3	12	19,0	63	100,0
Chalina	0	0,0	0	0,0	19	36,5	33	63,5	52	100,0
Chuspa	15	32,6	19	41,3	12	26,1	0	0,0	46	100,0
Manta de 4 ticllas	0	0,0	29	78,4	0	0,0	8	21,6	37	100,0
Mantos chacana	0	0,0	13	38,2	19	55,9	2	5,9	34	100,0
Tapiz	23	71,9	0	0,0	9	28,1	0	0,0	32	100,0
Chall	0	0,0	0	0,0	7	24,1	22	75,9	29	100,0
Liclla	0	0,0	13	65,0	0	0,0	7	35,0	20	100,0
Poncho	2	11,8	10	58,8	3	17,6	2	11,8	17	100,0
Cojin	0	0,0	3	50,0	1	16,7	2	33,3	6	100,0
Chumpi o faja	2	66,7	1	33,3	0	0,0	0	0,0	3	100,0
Poncho chacana	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Manto de cultura Nazca	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
Manto de la momia Juanita	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Arso de Momia Juanita	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>7,1</b>	<b>231</b>	<b>18,7</b>	<b>339</b>	<b>27,5</b>	<b>576</b>	<b>46,7</b>	<b>1233</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia en base a las ficha de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

Gráfica 25: Participación en la producción por tipo de hilo (Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 28

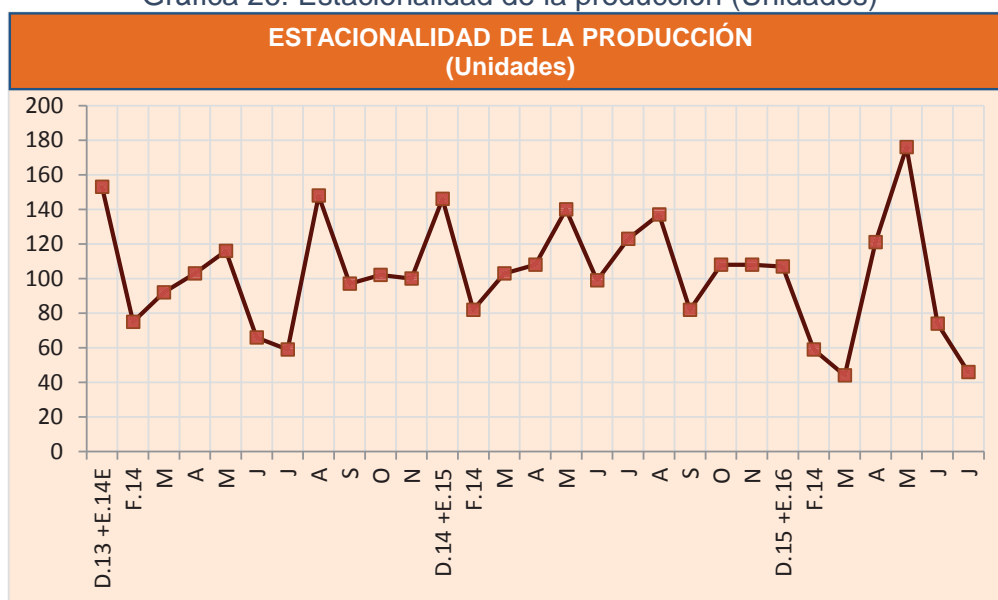
#### 4.1.3.4. Estacionalidad de producción

En la gráfica 27 se puede apreciar la estacionalidad de la producción, y los picos más altos o mayor producción viene a ser en el mes de abril, mayo y agosto, de ello se deduce que la producción esta correlacionada con la temporada alta de turismo, en el mes de abril y mayo debido a las fiestas del Cusco y en agosto por la temporada; por otro lado, se tiene que en los meses de enero, febrero y marzo el nivel de producción tiende a disminuir, debido al bajo turismo en el departamento de Cusco.

Además se puede observar que en el mes de julio también la producción es menor, esto es producto de stock de los meses posteriores; abril, mayo y junio, el CTTC prefiere aun no hacer los pedidos hasta agotar el stock de los productos.

Cabe aclarar que la producción de enero y diciembre están registradas en una sola, debido a la menor venta en enero, por ello el CTTC opta por no comprar los productos a la asociación;

Gráfica 26: Estacionalidad de la producción (Unidades)



Fuente: Elaboración propia en base a las ficha de producción y pago mensual de la asociación Munay Ticlla

#### **4.1.4. Productividad**

En este ítem se analizará la productividad de mano de obra y la productividad de materia prima, siendo los factores que casi en su totalidad influyen de los costos incurridos durante el proceso productivo de la asociación Munay Ticlla.

Es necesario recordar que la productividad tiene que estar ligada al tipo de tecnología utilizada, al proceso productivo, al tipo de producto, a los insumos utilizados y otros factores relacionadas al producto.

##### **4.1.4.1. Índice de productividad de mano de obra**

La productividad de mano de obra es un factor que influye en la rentabilidad de la asociación Munay Ticlla, debido a que mide de cuan eficiente y eficaz o cuanto rinden los productores en la elaboración de sus productos, en el siguiente cuadro se puede apreciar el nivel de productividad de los socios en horas/hombre; datos obtenidos de las entrevistas a la representante y a algunos productores expertos de la asociación.

Como se observa en el cuadro, la productividad de mano de obra en la asociación está determinada por tipo de tecnología utilizada, proceso productivo, el tipo del producto y tamaño de las prendas. Los productos que requieren más horas/hombre son los de tamaño más grande, por ejemplo para producir el manto de cultura nazca se requiere de 533 hrs/h; en caso de poncho con la tecnología tradicional se requiere de 413 y 357 horas según su tamaño; por otro lado los productos de menor tamaño requieren menos horas/hombre.

Con respecto a horas/hombre por actividad en el proceso productivo, como son: el urdido, hillahuado, c'hukunjata, tejeduría y acabado; las actividades que demandan más horas es el urdido y tejeduría y acabado, el urdido debido al uso de más de una persona por tipo de producto y tejeduría y acabado por ser la actividad más larga del proceso. Para el caso de chullo solo se requiere mano de obra en tejeduría y acabado, siendo la única actividad, esto se debe al tipo de tejido del chullo (tejido a punto).

Cuadro 50: Productividad de mano de obra

Producto	Tamaño promedio	Urdido			Hillahuado	C'hukurjata	Tejeduría y acabado		Total
		N° personas	Día	Hrs/día	Hrs	Hrs	Días	hrs/día	
Chumpi o faja	200cm x 8cm	2	1	4	0,5		2	8	25
	150cm x 8cm	2	1	4	0,5		2	7	23
Chullo	Grande						4	8	32
	Mediano						3	8	24
	Pequeño						3	8	24
Chuspa	25cm x 18cm	2	1	3	0,5	0,3	4	8	39
	20cm x 15cm	2	1	3	0,5	0,2	3	8	31
	17cm x 15cm	2	1	3	0,4	0,2	2	8	23
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	1	1	4	0,5	0,5	3,5	8	33
	41cm x 40cm	1	1	4	0,5	0,4	3	8	29
	36cm x 32cm	1	1	4	0,5	0,4	2	8	21
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	3	1	8	1,0	1,0	40	8	346
	150cm x 150cm	3	1	8	3,0	1,0	30	8	268
	106cm x 100cm	3	1	8	3,0	1,0	20	8	188
Lliclla	120cm x 50cm	3	1	8	0,3	0,2	25	8	225
	100cm x 45cm	3	1	8	0,3	0,2	22	8	201
	80cm x 40cm	3	1	8	0,3	0,2	20	8	185
Unkjuña	148cm x 123cm	3	1	8	3,0	1,5	25	8	229
	83cm x 54cm	3	1	8	3,0	1,4	22	8	204
	54cm x 47cm	3	1	8	3,0	1,3	20	8	188
Chalina	174cm x 20cm	2	1	3	0,3		6	8	54
	160cm x 20cm	2	1	3	0,3		6	8	54
	107cm x 20cm	2	1	3	0,3		5	8	46
Chall	250cm x 60cm	2	1	8	2,0		28	8	242
	220cm x 55cm	2	1	8	2,0		25	8	218
	220cm x 50cm	2	1	8	2,0		24	8	210
Poncho	220cm x 210cm	3	1	8	3,5	1,5	45	8	389
	200cm x 180cm	3	1	8	3,4	1,4	40	8	349
	180cm x 100cm	3	1	8	3,3	1,3	38	8	333
Pasadizo	250cm x 60cm	2	1	4	3,0	1,5	38	8	317
	200cm x 50cm	2	1	4	3,0	1,4	30	8	252
	150cm x 50cm	2	1	4	3,0	1,3	28	8	236
Cojin	50cmx50cm	2	1	4	3,0	1,5	28	8	237
Tapiz	200cm x 23	1	1	1		0,5	25	8	202
	172cm x 26	1	1	1		0,5	20	8	162
	68cm x 64	1	1	1		0,5	18	8	146
Mantos chacana	180cm x 180cm	3	1	8	20,5	2,0	35	8	327
	92cm x 53cm	3	1	8	20,4	2,0	30	8	286
	61cm x 45cm	3	1	8	20,3	2,0	25	8	246
Poncho chacana	180cm x 160cm	4	1	8	3,0	2,0	30	8	277
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm	3	1	8	2,5	2,0	60	8	509
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm	3	1	8	2,5	2,0	50	8	429
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	2	1	8	2,5	2,0	20	8	181
Huatos	150cm x 3cm	1	1	5	0,1		1	8	13

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### 4.1.4.2. Índice de productividad de insumo

Cuadro 51: Productividad de insumo

Producto	Tamaño promedio	TIPO DE HILO (gr)			
		Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	190	190		
	150cm x 8cm	140	140		
Chullo	Grande			80	80
	Mediano			70	70
	Pequeño			60	60
Chuspa	25cm x 18cm	45	45	50	
	20cm x 15cm	40	40	45	
	17cm x 15cm	35	35	40	
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	200	200	220	220
	41cm x 40cm	180	180	200	200
	36cm x 32cm	150	150	170	170
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm		1000		1200
	150cm x 150cm		900		1100
	106cm x 100cm		800		1000
Liclla	120cm x 50cm		600		700
	100cm x 45cm		500		600
	80cm x 40cm		450		550
Unkjuña	148cm x 123cm		950		1000
	83cm x 54cm		800		900
	54cm x 47cm		750		850
Chalina	174cm x 20cm			250	250
	160cm x 20cm			200	200
	107cm x 20cm			180	180
Chall	250cm x 60cm			1100	1100
	220cm x 55cm			1000	1000
	220cm x 50cm			950	950
Poncho	220cm x 210cm	2000	2000	2500	2500
	200cm x 180cm	1950	1950	2300	2300
	180cm x 100cm	1800	1800	2200	2200
Pasadizo	250cm x 60cm	1200	1200	1500	1500
	200cm x 50cm	1000	1000	1300	1300
	150cm x 50cm	900	900	1200	1200
Cojin	110cmx50cm		200	250	250
Tapiz	200cm x 23	500	500	550	550
	172cm x 26	400	400	450	450
	68cm x 64	350	350	400	400
Mantos chacana	180cm x 180cm		2100	2500	2500
	92cm x 53cm		850	900	900
	61cm x 45cm		500	550	550
Poncho chacana	180cm x 160cm		2000		2200
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm		2500		
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm			1100	
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	2000			
Huatos	150cm x 3cm		30	35	35

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

La productividad de materia prima está medido en gramos por producto, las cifras del cuadro 51 fueron obtenidos de la entrevista al representante de la asociación, por lo que son datos aproximados.

El tipo de hilo utilizado influyen en la productividad; el hilo de oveja es más productivo que el hilo de alpaca, debido a las diferencias en la calidad del hilo y el grosor del hilo. Por otro lado, el tamaño y el tipo del producto determinan la cantidad de materia prima utilizada.

En el cuadro 51 los espacios vacíos, indica que el producto no se realiza de dicho tipo de hilo.

#### **4.1.4.3. Productos defectuosos**

Según la entrevista a la representante de la asociación los productos defectuosos son devueltas por CTTC a los productores, en algunos casos es para que puedan realizar los arreglos pertinentes y en otras la devolución es definitiva; el caso no es muy frecuente; en dos a tres meses solo ocurre en un producto, además no afecta mucho a la asociación, ya que el productor lo puede vender en las ferias, a turistas que visitan Pitumarca y/o a otros compradores intermediarios.

#### **4.1.5. Costos de producción**

##### **4.1.5.1. Costos de acuerdo con la función en la que se originan**

###### **4.1.5.1.1. Costo del hilo antes del urdido**

###### **A) Costo del teñido**

Los productores de la asociación adquieren los hilos de dos formas; los hilos hilados a mano son comprados individualmente de las hilanderas del distrito de Pitumarca y los hilos en cono son comprados por toda la organización, proveídos por CTTC. Además los hilos adquiridos aún no están teñidos, por lo que dicha actividad es realizada por la asociación, incurriendo a costos que serán incluidos en el precio del hilo.

###### *A.1. Precio del hilo en el momento de compra*

Como resultado de la encuesta aplicado a los productores, en promedio el precio de compra del hilo hilado a mano de oveja y alpaca, e hilo en cono de oveja y alpaca de tiene en el siguiente cuadro.



Cuadro 52: Precio promedio de los hilos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Precio de un kilogramo de hilo de oveja (hilado a mano)	32	30,00	60,00	37,8125	7,28869
Precio de un kilogramo de hilo de oveja (Hilado de forma industrial - cono)	63	40,00	60,00	51,7460	4,13080
Precio de un kilogramo de hilo de alpaca (Hilado de forma industrial)	63	60,00	120,00	90,7778	15,48302
Precio de un kilogramo de hilo de alpaca (Hilado a mano)	34	50,00	70,00	60,1471	5,43352
N válido (según lista)	31				

Fuente: Encuesta realizada a los productores de la asociación Munay Ticlla – agosto 2016

### A.2. Costo del enmadejado

Antes de realizar el teñido los productores tienen que elaborar madejas, debido a que el hilo comprado está en cono y curur (hilo enrollado). Dicha actividad demanda 40 minutos por un kilogramo de hilo; y es con el objetivo de obtener hilo de un color estandarizado.

Cuadro 53: Costo de enmadejado

Minutos	40
Jornal promedio (8 hrs)	S/. 15,54
Jornal promedio ( Minuto)	S/. 0,0324
Costo del enmadejado de un Kg de hilo	S/. 1,2950

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

### A.3. Costo por el uso de las plantas tintóreas o insumos

Para el teñido se utiliza 4 plantas tintóreas, fijadores y otros materiales indirectos; las plantas como especies y c'hilca son recogidas por los productores; mientras que el qaqasunkja y kinsak'uchu es comprada por la junta directiva con fondos de la asociación; en caso de los fijadores o mordientes, es subsidiada por el CTTC. Para recoger especies en promedio se necesita 13,1 hrs/h y c'hilca 1,5 hrs/h.

Cuadro 54: Horas/hombre en encojo de planta tintórea

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Especies	59	4,00	30,00	13,1356	5,46606
C'hilca	62	,50	5,00	1,4516	,93085
N válido (según lista)	59				

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

El costo promedio del jornal de una hora/hombre es resultado del producto del jornal del género femenino y porcentaje de socios femenino más el producto de jornal del género masculino y porcentaje de socios masculino; con ello el costo por horas/hombre viene a ser la división de costo promedio del jornal y número horas por jornal.

Cuadro 55: Productores por género

ASOCIACIÓN	PRODUCTORES				TOTAL	%
	MASCULINO	%	FEMENINO	%		
Munay Ticlla	8	10,8	66	89,2	74	100,0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>10,8</b>	<b>66</b>	<b>89,2</b>	<b>74</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

Según la encuesta a los socios el pago de jornal en el distrito de Pitumarca para el género masculino es de S/. 20.00 y para el género femenino S/. 15.00, el producto de S/. 20.00 por 10,8% más el producto de S/. 15.00 por 89,2% resulta un promedio de S/. 15,5 por jornal; el número de horas de un jornal es 8 horas entonces haciendo la división de S/. 15,5 entre las 8 horas se tiene el costo de una hora/hombre, S/. 1,9; cifra que se será utilizado en todo el costeo cuando se utiliza el factor trabajo.

Cuadro 56: Costo de una hora/hombre

Concepto	Jornal
Varon	S/. 20,0
Mujer	S/. 15,0
<b>Promedio</b>	<b>S/. 15,5</b>
<b>N° de horas</b>	<b>8</b>
<b>Costo por hrs/h</b>	<b>S/. 1,9</b>
<b>Costo por min/h</b>	<b>S/. 0,03</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

El costo de c'hilca y especies es el producto de 13,1 hrs/h promedio utilizadas en su recojo por el costo de una hora/hombre; para el caso de qaqasunkja y kinsaku'chu se ha tomado en cuenta la información de la representante de la asociación, el qaqasunkja es comprada en montones, estas contienen la cantidad de 150gr y tiene un costo unitario de S/. 1,50; con respecto a kinsak'uchu, también se adquiere por montones, los cuales contiene 200gr y su costo por montón es S/. 2.00.

Cuadro 57: Costo por planta tintórea

Planta	Costo (S./kg)	Costo (S./gr)
C'hillca	S/. 2,82	S/. 0,00
Colle o especies	S/. 25,52	S/. 0,03
Qaqasunkja	S/. 10,00	S/. 0,01
kinsak'uchu	S/. 10,00	S/. 0,01

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

En el cuadro 58 se observa la cantidad de insumo utilizada para teñir 20 kilos de hilo, y que por lo general en una olla de hilo; para teñir hilo de color amarillo se requiere 6000 gr de c'hillca; de igual forma para otros colores se requiere distintas insumos, plantas y mordientes.

Cuadro 58: Cantidad de insumo por 20 kilogramos de hilo (gramos)

INSUMO (gr/ml)	COLORES											
	Amarillo	Verde oscuro	Verde limón	Verde claro	Anaranjado	Rojo sangre	Rojo vivo	Rojo claro	Rosado	Violeta	Morado	Guinda
<b>Plantas</b>												
Chillca		6000										
Colle o especies					6000		4000					
Qaqasunkja												
Kinsak'uchu	1800		3000	3000								
<b>Fijadores</b>												
Sal de alumbre						400		200	400	100		250
Vinagre blanco									1500			
Vinagre rojo						1000		100		500		
Cochinilla					100	1200	1000	500			1500	1800
Qollpa		500	30	50						100	500	

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

El costo de insumo por 20 kilos de hilos es resultado de la multiplicación de cantidad de insumo utilizada por costo del insumo en gramos, como se podrá apreciar en el cuadro 59. El hilo teñido de color rojo claro, rosado, morado y guinda no tiene costo, esto debido a que para teñir estos colores solo se requiere fijadores o mordientes, insumos que son donados o subsidiados por el CTTC.

El costo por un kilogramo de kilo es la división de costo total de 20 kilos de hilo entre 20 kilos de hilo, los colores más caros de teñir es anaranjado y rojo vivo.

Cuadro 59: Costo de insumo por 20 kilos de hilo y de un kilogramo de hilo(S/)

INSUMO	COLORES											
	Amarillo	Verde oscuro	Verde limón	Verde claro	Anaranjado	Rojo sangre	Rojo vivo	Rojo claro	Rosado	Violeta	Morado	Guinda
<b>Plantas</b>												
Chillca	S/. 0,0	S/. 16,9	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Colle o especies	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 153,1	S/. 0,0	S/. 102,1	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Qaqasunkja	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Kinsak'uchu	S/. 18,0	S/. 0,0	S/. 30,0	S/. 30,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
<b>Fijadores</b>												
Sal de alumbre	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Vinagre blanco	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Vinagre rojo	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Cochinilla	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
Qollpa	S/. 0,0	S/. 1,4	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0	S/. 0,0
<b>Costo total</b>	<b>S/. 18,0</b>	<b>S/. 18,3</b>	<b>S/. 30,0</b>	<b>S/. 30,0</b>	<b>S/. 153,1</b>	<b>S/. 0,0</b>	<b>S/. 102,1</b>	<b>S/. 0,0</b>	<b>S/. 0,0</b>	<b>S/. 0,0</b>	<b>S/. 0,0</b>	<b>S/. 0,0</b>
<b>Costo por kg</b>	<b>S/. 0,90</b>	<b>S/. 0,92</b>	<b>S/. 1,50</b>	<b>S/. 1,50</b>	<b>S/. 7,66</b>	<b>S/. 0,00</b>	<b>S/. 5,10</b>	<b>S/. 0,00</b>	<b>S/. 0,00</b>	<b>S/. 0,00</b>	<b>S/. 0,00</b>	<b>S/. 0,00</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### A.4. Mano de obra directa utilizada en el día del teñido

En el teñido asisten todo los productores de la asociación, para el año 2016 son aproximadamente 74 socios; esta actividad se realiza en un día, aproximadamente 8 horas y se tiñe 480 kilogramos de hilo aproximadamente.

Cuadro 60: Numero de kilogramos teñidos a año

<b>JORNAL PROMEDIO</b>	<b>S/. 15,54</b>
<b>TOTAL SOCIOS</b>	<b>74</b>
<b>DIAS DE TEÑIDO</b>	<b>1</b>
<b>Hrs/día</b>	<b>8</b>
<b>Numero de kilogramos teñidos</b>	<b>480</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

El costo de mano de obra por un kilogramos de hilo teñido es de S/.2,4; dicho monto es resultado del producto de un jornal, por 74 socios y por un día, entre 480 kilogramo de hilo.

Cuadro 61: Costo mano de obra directa para un kilogramo de hilo

CONCEPTO	Costo (kg)
Mano de obra directa	2,4

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### A.5. Otros costos

Otros costos incurridos en el teñido es por el uso de leña para hervir el agua, en el año 2016 se tuvo que comprar 40 kilogramos de leña aproximadamente a un precio unitario de S/. 3,00; y el costo por leña en teñir un kilogramo de hilo sería S/.0.25, cual se obtuvo del producto de la cantidad de leña por el precio unitario, entre 480 kilogramos de hilo teñido.

Cuadro 62: Costo de leña

Leña	40
precio	S/. 3,00
Costo (s/.)	S/. 120,00
Costo por kilogramo (s/.)	S/. 0,25

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### A.6. Precio promedio del hilo teñido

##### COSTO PROMEDIO DEL TEÑIDO

El costo total promedio del teñido de un kilogramo de hilo, es el costo total de un kilo de hilo entre el número de colores que se ha teñido, en nuestro caso son 12 colores. Y el costo total del teñido de un kilogramo de hilo es la suma de los costos de insumo, mano de obra y otros costos.

Cuadro 63: Costo total promedio del teñido

COLOR	Costo del teñido (kg)			
	Hilo de oveja (hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Amarillo	S/. 3,5	S/. 3,5	S/. 3,5	S/. 3,5
Verde oscuro	S/. 3,6	S/. 3,6	S/. 3,6	S/. 3,6
Verde limón	S/. 4,1	S/. 4,1	S/. 4,1	S/. 4,1
Verde claro	S/. 4,1	S/. 4,1	S/. 4,1	S/. 4,1
Anaran-jado	S/. 10,3	S/. 10,3	S/. 10,3	S/. 10,3
Rojo sangre	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Rojo vivo	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Rojo claro	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Rosado	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Violeta	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Morado	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
Guinda	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6	S/. 2,6
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/. 3,7</b>	<b>S/. 3,7</b>	<b>S/. 3,7</b>	<b>S/. 3,7</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

## PRECIO PROMEDIO DEL HILO TEÑID

El precio promedio del hilo teñido por tipo de hilo se tiene en el cuadro 64, para el hilo de oveja hilado a mano y cono es de S/. 54,1 y S/. 68,1, respectivamente; del hilo de alpaca hilado a mano y cono es S/. 76,5 y s/. 107,1, cada uno. Dichas datos se obtuvieron del costo del teñido de un kilogramo más el costo de hilo antes de teñir, y para el promedio se tuvo que hacer la sumatoria de todos los colores de hilo, incluido los hilos de color natural, entre los 16 colores.

Cuadro 64: Costo promedio del hilo teñido

HILO	Hilo de oveja (hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Colores teñidos	Precio del hilo teñido (kg)			
Amarillo	S/. 59,4	S/. 73,4	S/. 81,8	S/. 112,4
Verde oscuro	S/. 59,4	S/. 73,4	S/. 81,8	S/. 112,4
Verde limón	S/. 60,0	S/. 74,0	S/. 82,4	S/. 113,0
Verde claro	S/. 60,0	S/. 74,0	S/. 82,4	S/. 113,0
Anaran-jado	S/. 66,2	S/. 80,1	S/. 88,5	S/. 119,1
Rojo sangre	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Rojo vivo	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Rojo claro	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Rosado	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Violeta	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Morado	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Guinda	S/. 58,5	S/. 72,5	S/. 80,9	S/. 111,5
Colores naturales	Precio del hilo de color natural (kg)			
Blanco	S/. 37,8	S/. 51,7	S/. 60,1	S/. 90,8
Marrón	S/. 37,8	S/. 51,7	S/. 60,1	S/. 90,8
Negro	S/. 37,8	S/. 51,7	S/. 60,1	S/. 90,8
Plomo	S/. 37,8	S/. 51,7	S/. 60,1	S/. 90,8
<b>PRECIO PROMEIDO DEL HILO (kg)</b>	<b>S/. 54,1</b>	<b>S/. 68,1</b>	<b>S/. 76,5</b>	<b>S/. 107,1</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

## B) Costos del torcido y enrollado

Los costos incurridos en el torcido y enrollado solo es por el uso de mano de obra directa, el torcido de un kilogramo de hilo demanda 10 días, 8 horas/día, que vendría a ser en total 80 horas; y para el enrollado de un kilogramo de hilo se requiere 45 minutos.

Cuadro 65: Torcido y enrollado

Actividad	Cant. (Kg)	Costo en MOD (S/.)
Torcido	1	S/. 155,41
Enrollado	1	S/. 1,46
Total (S/.)		S/. 156,86

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

### C) Costo o precio del hilo antes del urdido

Antes del urdido se realiza distintas actividades que están relacionadas con el color y calidad del hilo, lo cual es desarrollada por los productores, como son: el teñido, torcido y enrollado; la sumatoria de los costos incurridos en dichas actividades más el costo inicial del hilo viene a ser precio del hilo antes del urdido o listas para realizar el tejido. En el siguiente cuadro se tiene precio del hilo por kilogramos y gramos.

Cuadro 66: Costo del hilo antes del urdido

HILO	Hilo de oveja (hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Precio promedio de hilo previo al Urdido (kg)	S/. 198,41	S/. 212,34	S/. 220,74	S/. 251,38
Precio promedio de hilo previo al Urdido (gr)	S/. 0,20	S/. 0,21	S/. 0,22	S/. 0,25

Fuente: *Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.*

#### 4.1.5.1.2. Costo de la elaboración del producto

##### 1) COSTOS DE FABRICACION

Los costos de fabricación o de producción de la asociación Munay Ticlla son aquellos costos incurridos que están directamente relacionados con los productos que elabora, en tal caso vendría a ser el costo en insumo y el costo de mano de obra directa. El principal y único insumo es el hilo antes del urdido, y mano de obra son las horas utilizadas desde el urdido hasta el acabado de los tejidos.

En el cuadro 67 se tiene la cantidad de insumo utilizado por una unidad del producto y por tipo de hilo, el insumo esta medido en gramos y las celdas vacías en el cuadro es porque no se realizan dichos tejidos de ese tipo de hilo. Y en el cuadro 68 está el costo de insumo por una unidad, el cual se obtuvo realizando el producto de cantidad de insumo por el precio o costo del hilo antes del urdido

En los cuadros 69 y 70 están la cantidad de hrs/h requeridas y el costo de mano de obra directa por una unidad del producto. En el primer cuadro esta las hrs/h desde el urdido hasta el acabado, actividades en el proceso productivo; y en el segundo cuadro se aprecia el costo de mano de obra directa; cifras que resultan de la multiplicación de la cantidad de hrs/h por su costo.

## a) Costos de insumo

Cuadro 67: Cantidad de insumo por producto

Producto	Tamaño promedio	TIPO DE HILO (gr)			
		Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	190	190		
	150cm x 8cm	140	140		
Chullo	Grande			80	80
	Mediano			70	70
	Pequeño			60	60
Chuspa	25cm x 18cm	45	45	50	
	20cm x 15cm	40	40	45	
	17cm x 15cm	35	35	40	
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	200	200	220	220
	41cm x 40cm	180	180	200	200
	36cm x 32cm	150	150	170	170
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm		1000		1200
	150cm x 150cm		900		1100
	106cm x 100cm		800		1000
Liclla	120cm x 50cm		600		700
	100cm x 45cm		500		600
	80cm x 40cm		450		550
Unkjuña	148cm x 123cm		950		1000
	83cm x 54cm		800		900
	54cm x 47cm		750		850
Chalina	174cm x 20cm			250	250
	160cm x 20cm			200	200
	107cm x 20cm			180	180
Chall	250cm x 60cm			1100	1100
	220cm x 55cm			1000	1000
	220cm x 50cm			950	950
Poncho	220cm x 210cm	2000	2000	2500	2500
	200cm x 180cm	1950	1950	2300	2300
	180cm x 100cm	1800	1800	2200	2200
Pasadizo	250cm x 60cm	1200	1200	1500	1500
	200cm x 50cm	1000	1000	1300	1300
	150cm x 50cm	900	900	1200	1200
Cojin	110cmx50cm		200	250	250
Tapiz	200cm x 23	500	500	550	550
	172cm x 26	400	400	450	450
	68cm x 64	350	350	400	400
Mantos chacana	180cm x 180cm		2100	2500	2500
	92cm x 53cm		850	900	900
	61cm x 45cm		500	550	550
Poncho chacana	180cm x 160cm		2000		2200
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm		2500		
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm			1100	
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	2000			
Huatos	150cm x 3cm		30	35	35

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.



Cuadro 68: Costo de insumo por producto

Producto	Tamaño promedio	TIPO DE HILO			
		Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	37,7	40,3	-.-	-.-
	150cm x 8cm	27,8	29,7	-.-	-.-
Chullo	Grande	-.-	-.-	17,7	20,1
	Mediano	-.-	-.-	15,5	17,6
	Pequeño	-.-	-.-	13,2	15,1
Chuspa	25cm x 18cm	8,9	9,6	11,0	-.-
	20cm x 15cm	7,9	8,5	9,9	-.-
	17cm x 15cm	6,9	7,4	8,8	-.-
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	39,7	42,5	48,6	55,3
	41cm x 40cm	35,7	38,2	44,1	50,3
	36cm x 32cm	29,8	31,9	37,5	42,7
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	-.-	212,3	-.-	301,7
	150cm x 150cm	-.-	191,1	-.-	276,5
	106cm x100cm	-.-	169,9	-.-	251,4
Liclla	120cm x 50cm	-.-	127,4	-.-	176,0
	100cm x 45cm	-.-	106,2	-.-	150,8
	80cm x 40cm	-.-	95,6	-.-	138,3
Unkjuña	148cm x 123cm	-.-	201,7	-.-	251,4
	83cm x 54cm	-.-	169,9	-.-	226,2
	54cm x 47cm	-.-	159,3	-.-	213,7
Chalina	174cm x 20cm	-.-	-.-	55,2	62,8
	160cm x 20cm	-.-	-.-	44,1	50,3
	107cm x 20cm	-.-	-.-	39,7	45,2
Chall	250cm x 60cm	-.-	-.-	242,8	276,5
	220cm x 55cm	-.-	-.-	220,7	251,4
	220cm x 50cm	-.-	-.-	209,7	238,8
Poncho	220cm x 210cm	396,8	424,7	551,9	628,4
	200cm x 180cm	386,9	414,1	507,7	578,2
	180cm x 100cm	357,1	382,2	485,6	553,0
Pasadizo	250cm x 60cm	238,1	254,8	331,1	377,1
	200cm x 50cm	198,4	212,3	287,0	326,8
	150cm x 50cm	178,6	191,1	264,9	301,7
Cojin	110cmx50cm	-.-	42,5	55,2	62,8
Tapiz	200cm x 23	99,2	106,2	121,4	138,3
	172cm x 26	79,4	84,9	99,3	113,1
	68cm x 64	69,4	74,3	88,3	100,6
Mantos chacana	180cm x 180cm	-.-	445,9	551,9	628,4
	92cm x 53cm	-.-	180,5	198,7	226,2
	61cm x45cm	-.-	106,2	121,4	138,3
Poncho chacana	180cm x 160cm	-.-	424,7	-.-	553,0
Manto de cultura Nazca	180cm x180cm	-.-	530,9	-.-	-.-
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm	-.-	-.-	242,8	-.-
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	396,8	-.-	-.-	-.-
Huatos	150cm x 3cm	-.-	6,4	7,7	8,8

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

## b) Costo de mano de obra directa (MOD)

Cuadro 69: Cantidad de mano de obra directa por producto (hrs/h)

Producto	Tamaño promedio	Urdido			Hillahuado	C'hukurjata	Tejeduría y acabado		Total
		N° personas	Día	Hrs/día	Hrs	Hrs	Días	hrs/día	
Chumpi o faja	200cm x 8cm	2	1	4	0,5		2	8	25
	150cm x 8cm	2	1	4	0,5		2	7	23
Chullo	Grande						4	8	32
	Mediano						3	8	24
	Pequeño						3	8	24
Chuspa	25cm x 18cm	2	1	3	0,5	0,3	4	8	39
	20cm x 15cm	2	1	3	0,5	0,2	3	8	31
	17cm x 15cm	2	1	3	0,4	0,2	2	8	23
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	1	1	4	0,5	0,5	3,5	8	33
	41cm x 40cm	1	1	4	0,5	0,4	3	8	29
	36cm x 32cm	1	1	4	0,5	0,4	2	8	21
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	3	1	8	1,0	1,0	40	8	346
	150cm x 150cm	3	1	8	3,0	1,0	30	8	268
	106cm x 100cm	3	1	8	3,0	1,0	20	8	188
Lliclla	120cm x 50cm	3	1	8	0,3	0,2	25	8	225
	100cm x 45cm	3	1	8	0,3	0,2	22	8	201
	80cm x 40cm	3	1	8	0,3	0,2	20	8	185
Unkjuña	148cm x 123cm	3	1	8	3,0	1,5	25	8	229
	83cm x 54cm	3	1	8	3,0	1,4	22	8	204
	54cm x 47cm	3	1	8	3,0	1,3	20	8	188
Chalina	174cm x 20cm	2	1	3	0,3		6	8	54
	160cm x 20cm	2	1	3	0,3		6	8	54
	107cm x 20cm	2	1	3	0,3		5	8	46
Chall	250cm x 60cm	2	1	8	2,0		28	8	242
	220cm x 55cm	2	1	8	2,0		25	8	218
	220cm x 50cm	2	1	8	2,0		24	8	210
Poncho	220cm x 210cm	3	1	8	3,5	1,5	45	8	389
	200cm x 180cm	3	1	8	3,4	1,4	40	8	349
	180cm x 100cm	3	1	8	3,3	1,3	38	8	333
Pasadizo	250cm x 60cm	2	1	4	3,0	1,5	38	8	317
	200cm x 50cm	2	1	4	3,0	1,4	30	8	252
	150cm x 50cm	2	1	4	3,0	1,3	28	8	236
Cojin	50cmx50cm	2	1	4	3,0	1,5	28	8	237
Tapiz	200cm x 23	1	1	1		0,5	25	8	202
	172cm x 26	1	1	1		0,5	20	8	162
	68cm x 64	1	1	1		0,5	18	8	146
Mantos chacana	180cm x 180cm	3	1	8	20,5	2,0	35	8	327
	92cm x 53cm	3	1	8	20,4	2,0	30	8	286
	61cm x 45cm	3	1	8	20,3	2,0	25	8	246
Poncho chacana	180cm x 160cm	4	1	8	3,0	2,0	30	8	277
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm	3	1	8	2,5	2,0	60	8	509
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm	3	1	8	2,5	2,0	50	8	429
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	2	1	8	2,5	2,0	20	8	181
Huatos	150cm x 3cm	1	1	5	0,1		1	8	13

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

Cuadro 70: Costo de mano directa por producto

Producto	Tamaño promedio	Urdido	Hillahuado	C'hukurjata	Tejeduría y acabado	Costo Total en MOD (S/.)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	S/. 15,54	S/. 0,97	S/. -	S/. 31,08	S/. 47,59
	150cm x 8cm	S/. 15,54	S/. 0,97	S/. -	S/. 27,20	S/. 43,71
Chullo	Grande	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 62,16	S/. 62,16
	Mediano	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 46,62	S/. 46,62
	Pequeño	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 46,62	S/. 46,62
Chuspa	25cm x 18cm	S/. 11,66	S/. 0,97	S/. 0,49	S/. 62,16	S/. 75,27
	20cm x 15cm	S/. 11,66	S/. 0,97	S/. 0,39	S/. 46,62	S/. 59,64
	17cm x 15cm	S/. 11,66	S/. 0,81	S/. 0,32	S/. 31,08	S/. 43,87
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	S/. 7,77	S/. 0,97	S/. 0,97	S/. 54,39	S/. 64,10
	41cm x 40cm	S/. 7,77	S/. 0,97	S/. 0,81	S/. 46,62	S/. 56,17
	36cm x 32cm	S/. 7,77	S/. 0,97	S/. 0,74	S/. 31,08	S/. 40,57
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	S/. 93,24	S/. 1,94	S/. 1,94	S/. 621,62	S/. 718,75
	150cm x 150cm	S/. 93,24	S/. 5,83	S/. 1,94	S/. 466,22	S/. 567,23
	106cm x 100cm	S/. 93,24	S/. 5,83	S/. 1,94	S/. 310,81	S/. 411,82
Lliclla	120cm x 50cm	S/. 93,24	S/. 0,65	S/. 0,32	S/. 388,51	S/. 482,73
	100cm x 45cm	S/. 93,24	S/. 0,65	S/. 0,32	S/. 341,89	S/. 436,11
	80cm x 40cm	S/. 93,24	S/. 0,65	S/. 0,32	S/. 310,81	S/. 405,03
Unkjuña	148cm x 123cm	S/. 93,24	S/. 5,83	S/. 2,91	S/. 388,51	S/. 490,50
	83cm x 54cm	S/. 93,24	S/. 5,83	S/. 2,75	S/. 341,89	S/. 443,71
	54cm x 47cm	S/. 93,24	S/. 5,83	S/. 2,59	S/. 310,81	S/. 412,47
Chalina	174cm x 20cm	S/. 11,66	S/. 0,58	S/. -	S/. 93,24	S/. 105,48
	160cm x 20cm	S/. 11,66	S/. 0,58	S/. -	S/. 93,24	S/. 105,48
	107cm x 20cm	S/. 11,66	S/. 0,58	S/. -	S/. 77,70	S/. 89,94
Chall	250cm x 60cm	S/. 31,08	S/. 3,89	S/. -	S/. 435,14	S/. 470,10
	220cm x 55cm	S/. 31,08	S/. 3,89	S/. -	S/. 388,51	S/. 423,48
	220cm x 50cm	S/. 31,08	S/. 3,89	S/. -	S/. 372,97	S/. 407,94
Poncho	220cm x 210cm	S/. 93,24	S/. 6,80	S/. 2,91	S/. 699,32	S/. 802,28
	200cm x 180cm	S/. 93,24	S/. 6,64	S/. 2,75	S/. 621,62	S/. 724,25
	180cm x 100cm	S/. 93,24	S/. 6,48	S/. 2,59	S/. 590,54	S/. 692,85
Pasadizo	250cm x 60cm	S/. 15,54	S/. 5,83	S/. 2,91	S/. 590,54	S/. 614,82
	200cm x 50cm	S/. 15,54	S/. 5,83	S/. 2,75	S/. 466,22	S/. 490,34
	150cm x 50cm	S/. 15,54	S/. 5,83	S/. 2,59	S/. 435,14	S/. 459,09
Cojin	50cmx50cm	S/. 5,83	S/. 0,97	S/. 0,97	S/. 46,62	S/. 54,39
Tapiz	200cm x 23	S/. 1,94	S/. -	S/. 0,97	S/. 388,51	S/. 391,43
	172cm x 26	S/. 1,94	S/. -	S/. 0,97	S/. 310,81	S/. 313,72
	68cm x 64	S/. 1,94	S/. -	S/. 0,97	S/. 279,73	S/. 282,64
Mantos chacana	180cm x 180cm	S/. 93,24	S/. 39,82	S/. 3,89	S/. 543,92	S/. 680,87
	92cm x 53cm	S/. 93,24	S/. 39,66	S/. 3,89	S/. 466,22	S/. 603,01
	61cm x 45cm	S/. 93,24	S/. 39,50	S/. 3,89	S/. 388,51	S/. 525,14
Poncho chacana	180cm x 160cm	S/. 124,32	S/. 5,83	S/. 3,89	S/. 466,22	S/. 600,25
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm	S/. 93,24	S/. 4,86	S/. 3,89	S/. 932,43	S/. 1 034,42
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm	S/. 93,24	S/. 4,86	S/. 3,89	S/. 777,03	S/. 879,01
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	S/. 31,08	S/. 4,86	S/. 3,89	S/. 310,81	S/. 350,63
Huatos	150cm x 3cm	S/. 9,71	S/. 0,26	S/. -	S/. 15,54	S/. 25,51

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

En el siguiente cuadro tenemos el costo de producción por una unidad de producto, por tipo de hilo y tamaño, los datos que observamos en dicho cuadro son resultado de la suma de costo de insumo y costo de mano obra directa.

### c) Costos de producción (Costo unitario)

Cuadro 71: Costo de producción por producto

Producto	Tamaño promedio	TIPO DE HILO			
		Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	S/. 85,29	S/. 87,94	-.-	-.-
	150cm x 8cm	S/. 71,49	S/. 73,44	-.-	-.-
Chullo	Grande	-.-	-.-	S/. 79,82	S/. 82,27
	Mediano	-.-	-.-	S/. 62,07	S/. 64,22
	Pequeño	-.-	-.-	S/. 59,87	S/. 61,70
Chuspa	25cm x 18cm	S/. 84,20	S/. 84,83	S/. 86,31	-.-
	20cm x 15cm	S/. 67,57	S/. 68,13	S/. 69,57	-.-
	17cm x 15cm	S/. 50,81	S/. 51,30	S/. 52,70	-.-
Ticllas de 4 colores y 8 colores	48cm x 44cm	S/. 103,79	S/. 106,57	S/. 112,67	S/. 119,41
	41cm x 40cm	S/. 91,89	S/. 94,39	S/. 100,32	S/. 106,45
	36cm x 32cm	S/. 70,33	S/. 72,42	S/. 78,09	S/. 83,30
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	-.-	S/. 931,09	-.-	S/. 1 020,40
	150cm x 150cm	-.-	S/. 758,34	-.-	S/. 843,74
	106cm x 100cm	-.-	S/. 581,70	-.-	S/. 663,20
Lliclla	120cm x 50cm	-.-	S/. 610,13	-.-	S/. 658,69
	100cm x 45cm	-.-	S/. 542,28	-.-	S/. 586,93
	80cm x 40cm	-.-	S/. 500,58	-.-	S/. 543,28
Unkjuña	148cm x 123cm	-.-	S/. 692,22	-.-	S/. 741,87
	83cm x 54cm	-.-	S/. 613,59	-.-	S/. 669,95
	54cm x 47cm	-.-	S/. 571,73	-.-	S/. 626,14
Chalina	174cm x 20cm	-.-	-.-	S/. 160,67	S/. 168,33
	160cm x 20cm	-.-	-.-	S/. 149,63	S/. 155,76
	107cm x 20cm	-.-	-.-	S/. 129,67	S/. 135,19
Chall	250cm x 60cm	-.-	-.-	S/. 712,92	S/. 746,61
	220cm x 55cm	-.-	-.-	S/. 644,22	S/. 674,85
	220cm x 50cm	-.-	-.-	S/. 617,65	S/. 646,75
Poncho	220cm x 210cm	S/. 1 199,10	S/. 1 226,97	S/. 1 354,14	S/. 1 430,72
	200cm x 180cm	S/. 1 111,15	S/. 1 138,32	S/. 1 231,97	S/. 1 302,42
	180cm x 100cm	S/. 1 049,99	S/. 1 075,07	S/. 1 178,49	S/. 1 245,87
Pasadizo	250cm x 60cm	S/. 852,91	S/. 869,63	S/. 945,94	S/. 991,89
	200cm x 50cm	S/. 688,75	S/. 702,68	S/. 777,30	S/. 817,12
	150cm x 50cm	S/. 637,66	S/. 650,20	S/. 723,99	S/. 760,74
Cojin	50cmx50cm	-.-	S/. 96,86	S/. 109,58	S/. 117,24
Tapiz	200cm x 23	S/. 490,63	S/. 497,60	S/. 512,84	S/. 529,68
	172cm x 26	S/. 393,09	S/. 398,66	S/. 413,06	S/. 426,84
	68cm x 64	S/. 352,09	S/. 356,96	S/. 370,94	S/. 383,19
Mantos chacana	180cm x 180cm	-.-	S/. 1 126,79	S/. 1 232,73	S/. 1 309,31
	92cm x 53cm	-.-	S/. 783,50	S/. 801,68	S/. 829,24
	61cm x 45cm	-.-	S/. 631,31	S/. 646,55	S/. 663,40
chacana	180cm x 160cm	-.-	S/. 1 024,94	-.-	S/. 1 153,28
Manto de cultura	180cm x 180cm	-.-	S/. 1 565,28	-.-	-.-
Manto de la momia	150cm x 130cm	-.-	-.-	S/. 1 121,83	-.-
Arso de Momia	180cm x 50cm	S/. 747,45	-.-	-.-	-.-
Huatos	150cm x 3cm	-.-	S/. 31,88	S/. 33,24	S/. 34,31

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

## 2) Gastos operativos

Los gastos operativos están conformadas por los gastos de venta, gasto de administración y otros gastos que están relacionadas con el funcionamiento de la asociación,

Cuadro 72: Gastos operativos

RUBRO	U.M	CANT.	P.UNIT.	SUB TOTAL
<b>Gastos de la asociación</b>				
Alquiler de local	Mes	1	S/. 300,00	S/. 300,00
Agua	Mes	1	S/. 2,00	S/. 2,00
Electricidad	Mes	1	S/. 12,00	S/. 12,00
Gasto de Viaje	Mes	1	S/. 20,00	S/. 20,00
Amortización de intangible	Mes	1	S/. 29,17	S/. 29,17
<b>Gastos de los productores</b>				
Electricidad (promedio por productor)	Mes	1	S/. 15,18	S/. 15,18
Agua (promedio por productor)	Mes	1	S/. 2,00	S/. 2,00
Alimentación (promedio por productor)	Mes	1	S/. 40,00	S/. 40,00
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>			<b>S/. 420,35</b>	<b>S/. 420,35</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación y la encuesta aplicada a los productores – agosto 2016.*

Los gastos de la asociación como son: de alquiler del local S/. 300.00, agua S/. 2.00, electricidad S/. 12.00, gasto de viaje S/. 20.00 y amortización de intangible; fueron obtenidos de la entrevista al representante de la asociación. Mientras que, los gastos de los productores durante el proceso de producción mensual fueron obtenidos de la encuesta aplicada a los productores.

### 4.1.6. Mercado

#### 4.1.6.1. Precio de venta

El precio de venta es determinada por el comprador, el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, y las características de los productos que más influyen son: el tamaño del producto y el tipo de hilo del que está elaborado. Los precios que se observan en el cuadro 73 se obtuvo de la entrevista a la representante de la asociación, por lo que son datos aproximados.

Los productos elaborados de hilo de alpaca hilado a mano son los que tiene mayor precio que del hilo de alpaca en cono; en cambio los productos de hilo de oveja ocurrido lo contrario, el precio de los tejidos hechos de hilo de oveja en cono es mayor al de hilo de oveja hilado a mano. Y comparando hilo de oveja y alpaca, el segundo tiene mayor precio.

Cuadro 73: Precio de comercialización de la asociación a CTTC

Producto	Tamaño promedio	PRECIO			
		Hilo de oveja (Hilado a mano)	Hilo de oveja (cono)	Hilo de alpaca (hilado a mano)	Hilo de alpaca (cono)
Chumpi o faja	200cm x 8cm	S/. 35,0	S/. 45,0	S/. -	S/. -
	150cm x 8cm	S/. 28,0	S/. 35,0	S/. -	S/. -
Chullo	Grande	S/. -	S/. -	S/. 68,0	S/. 60,0
	Mediano	S/. -	S/. -	S/. 55,0	S/. 45,0
	Pequeño	S/. -	S/. -	S/. 40,0	S/. 35,0
Chuspa	25cm x 18cm	S/. 40,0	S/. 45,0	S/. 60,0	S/. -
	20cm x 15cm	S/. 38,0	S/. 40,0	S/. 55,0	S/. -
	17cm x 15cm	S/. 32,0	S/. 35,0	S/. 50,0	S/. -
Ticllas de 4 colores	48cm x 44cm	S/. 45,0	S/. 58,0	S/. 65,0	S/. 60,0
	41cm x 40cm	S/. 40,0	S/. 50,0	S/. 60,0	S/. 55,0
	36cm x 32cm	S/. 38,0	S/. 38,0	S/. 45,0	S/. 40,0
Manta de 4 ticllas	160cm x 160cm	S/. -	S/. 550,0	S/. -	S/. 650,0
	150cm x 150cm	S/. -	S/. 500,0	S/. -	S/. 550,0
	106cm x 100cm	S/. -	S/. 350,0	S/. -	S/. 400,0
Lliclla	120cm x 50cm	S/. -	S/. 350,0	S/. -	S/. 380,0
	100cm x 45cm	S/. -	S/. 300,0	S/. -	S/. 330,0
	80cm x 40cm	S/. -	S/. 250,0	S/. -	S/. 280,0
Unkjuña	148cm x 123cm	S/. -	S/. 450,0	S/. -	S/. 550,0
	83cm x 54cm	S/. -	S/. 350,0	S/. -	S/. 400,0
	54cm x 47cm	S/. -	S/. 300,0	S/. -	S/. 350,0
Chalina	174cm x 20cm	S/. -	S/. -	S/. 120,0	S/. 100,0
	160cm x 20cm	S/. -	S/. -	S/. 90,0	S/. 85,0
	107cm x 20cm	S/. -	S/. -	S/. 75,0	S/. 60,0
Chall	250cm x 60cm	S/. -	S/. -	S/. 480,0	S/. 450,0
	220cm x 55cm	S/. -	S/. -	S/. 400,0	S/. 400,0
	220cm x 50cm	S/. -	S/. -	S/. 320,0	S/. 300,0
Poncho	220cm x 210cm	S/. 1 200,0	S/. 1 300,0	S/. 1 500,0	S/. 1 400,0
	200cm x 180cm	S/. 750,0	S/. 800,0	S/. 1 200,0	S/. 1 000,0
	180cm x 100cm	S/. 700,0	S/. 780,0	S/. 950,0	S/. 850,0
Pasadiso	250cm x 60cm	S/. 320,0	S/. 350,0	S/. 400,0	S/. 390,0
	200cm x 50cm	S/. 280,0	S/. 300,0	S/. 350,0	S/. 340,0
	150cm x 50cm	S/. 240,0	S/. 250,0	S/. 280,0	S/. 260,0
Cojin	50cmx50cm	S/. -	S/. 70,0	S/. 80,0	S/. 70,0
Tapiz	200cm x 23	S/. 600,0	S/. 800,0	S/. 950,0	S/. 900,0
	172cm x 26	S/. 450,0	S/. 500,0	S/. 550,0	S/. 600,0
	68cm x 64	S/. 280,0	S/. 300,0	S/. 400,0	S/. 420,0
Mantos chacana	180cm x 180cm	S/. 600,0	S/. 720,0	S/. 800,0	S/. 750,0
	92cm x 53cm	S/. 400,0	S/. 500,0	S/. 760,0	S/. 700,0
	61cm x 45cm	S/. 320,0	S/. 380,0	S/. 400,0	S/. 480,0
chacana	180cm x 160cm	S/. -	S/. 670,0	S/. -	S/. 700,0
Manto de cultura Nazca	180cm x 180cm	S/. -	S/. 4 000,0	S/. -	S/. -
Manto de la momia Juanita	150cm x 130cm	S/. -	S/. -	S/. 550,0	S/. -
Arso de Momia Juanita	180cm x 50cm	S/. 450,0	S/. -	S/. -	S/. -
Huatos	150cm x 3cm	S/. -	S/. 12,0	S/. 15,0	S/. 18,0

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### 4.1.6.2. Canales de comercialización

La asociación Munay Ticlla cuenta con un solo canal de comercialización, que vendría a ser de la asociación a un intermediario; desde que se ha constituido dicha organización hasta la actualidad el único comprador ha sido el CTTC, los productos elaborados de la asociación llegan al consumir mediante un intermediario.

Figura 9: Canal de comercialización



Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante de la asociación – agosto 2016.

#### 4.1.6.3. Demanda

Según la entrevista a Centro de Textiles tradicionales del Cusco los productos elaborados de la asociación Munay Ticlla representa el 25% de los productos ofrecidos por la tienda, y los principales compradores son los extranjeros, que proceden de los países: Estados Unidos, Argentina, Paraguay y Chile; y en menor cantidad también compran los turistas nacionales. Los precios a los que se venden en la tienda son bastantes elevados, y por dicha razón los demandantes de los productos de la asociación son generalmente turistas de tipo A, con ingresos altos, ocurre el mismo en caso de los turistas extranjeros.

La demanda es mayor en los meses de temporada alta de turismo, en los meses de abril, mayo, junio y agosto, mientras que en temporadas bajas del turismo, enero, febrero y marzo la demanda disminuye significativamente.

#### 4.1.6.4. Mercados de comercialización

Los mercados de comercialización son la ciudad de Cusco, mercado local, y en y en los viajes a las ferias internacionales de Estados Unidos, Argentina y California, realizado por la representante de CTTC, que ocurren una vez al año, con el fin de comercializar y promocionar los tejidos tradicionales del Cusco.

#### **4.1.7. Rentabilidad**

##### **4.1.7.1. Flujo de caja operativo histórico de la asociación Munay Ticlla**

El flujo de caja operativo es una forma de mostrar la situación actual de una empresa o asociación, es donde se puede apreciar de cómo ha ido operando la empresa; en nuestra análisis la asociación Munay Ticlla se puede ver que los ingresos cubren solo el costo de materia prima y parte de los costos de mano de obra directa; ello implica que la asociación no tiene la capacidad de cubrir los otros gasto, administrativos, ventas e impuesto. Lo cual indica que la asociación Munay Ticlla no es rentable.

Si nos preguntamos el por qué los productores siguen elaborando los tejidos si ni siquiera cubre los costos de producción, es debido a que las artesanas(os) de la asociación Munay Ticlla solo contabilizan como costo la compra de hilo, mas no el teñido realizado antes de la producción, actividades que demandaron mano de obra directa (horas/hombre) en el proceso productivo, gastos operativos de la asociación e impuesto; cuando se contabilizan todo los costos y gastos de la asociación no es rentable.

Por otro lado el precio de los productos está determinada por el intermediario (Centro de Textiles Tradicionales del Cusco), quien decide cuanto pagar por cada prenda; como los productores de la asociación no tienen conocimiento de cuanto les cuesta producirlas y no tienen otro mercado donde comercializar sus productos se ven obligados a vender a un precio ya determinada sin poder exigir un pago mayor.

Según entrevista al Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, las prendas de la asociación Munay Ticlla son las más costosas, por lo que dichos productos se venden a un precio elevado con respecto a otros procedentes de otras asociaciones; esto se debe a la elaboración de forma tradicional y la mayor apreciación por parte de los turistas.

La no rentabilidad de la asociación está asociado a los altos costos de producción, debido al uso de tecnología tradicional, bajo nivel de productividad de mano de obra, por ende bajo nivel de producción, falta de capacitación y por ende bajo nivel de articulación al mercado.



Cuadro 74: Flujo de caja operativo - 2014

RUBROS/MESES	D.13 +E.14E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N
<b>INGRESOS</b>											
1.Ingreso por venta de productos	S/. 18 933,0	S/. 10 409,0	S/. 12 280,0	S/. 12 916,0	S/. 10 370,0	S/. 8 289,0	S/. 5 355,0	S/. 14 483,0	S/. 9 942,0	S/. 18 895,0	S/. 20 368,0
2.Ingreso por venta de subproductos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
3.Otros ingresos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Total ingresos</b>	S/. 18 933,0	S/. 10 409,0	S/. 12 280,0	S/. 12 916,0	S/. 10 370,0	S/. 8 289,0	S/. 5 355,0	S/. 14 483,0	S/. 9 942,0	S/. 18 895,0	S/. 20 368,0
<b>EGRESOS</b>											
<b>Costo de producción</b>	S/. 32 390,1	S/. 18 152,5	S/. 19 744,2	S/. 20 106,2	S/. 18 203,7	S/. 11 980,7	S/. 9 825,2	S/. 21 889,2	S/. 18 175,6	S/. 26 408,3	S/. 29 641,7
1.Costo de materia prima	S/. 9 602,8	S/. 5 968,6	S/. 6 325,7	S/. 6 403,0	S/. 5 608,7	S/. 3 525,4	S/. 2 927,7	S/. 6 461,4	S/. 5 870,0	S/. 8 765,1	S/. 9 378,5
2.Costo de mano de obra directa	S/. 22 787,3	S/. 12 184,0	S/. 13 418,6	S/. 13 703,3	S/. 12 595,0	S/. 8 455,3	S/. 6 897,6	S/. 15 427,8	S/. 12 305,6	S/. 17 643,1	S/. 20 263,2
3.Costos indirectos de fabricación	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Gastos administrativos y ventas</b>	S/. 3 164,9	S/. 2 593,1	S/. 2 879,0	S/. 2 764,7	S/. 3 107,7	S/. 2 250,1	S/. 1 964,2	S/. 2 879,0	S/. 2 536,0	S/. 3 050,6	S/. 3 107,7
4.Gastos de administración	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0
5.Gastos de ventas	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0
6.Amortización de intangible	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
7.Otros gastos	S/. 2 801,8	S/. 2 230,0	S/. 2 515,9	S/. 2 401,5	S/. 2 744,6	S/. 1 886,9	S/. 1 601,0	S/. 2 515,9	S/. 2 172,8	S/. 2 687,4	S/. 2 744,6
<b>Total egresos</b>	S/. 35 555,0	S/. 41 491,3	S/. 45 246,5	S/. 45 741,8	S/. 42 622,9	S/. 28 461,6	S/. 23 578,8	S/. 49 536,4	S/. 41 423,2	S/. 58 917,7	S/. 65 498,9
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	S/. -16 622,0	S/. -31 082,3	S/. -32 966,5	S/. -32 825,8	S/. -32 252,9	S/. -20 172,6	S/. -18 223,8	S/. -35 053,4	S/. -31 481,2	S/. -40 022,7	S/. -45 130,9
Impuesto(1,5%)	S/. -284,0	S/. -156,1	S/. -184,2	S/. -193,7	S/. -155,6	S/. -124,3	S/. -80,3	S/. -217,2	S/. -149,1	S/. -283,4	S/. -305,5
<b>UTILIDAD NETA</b>	S/. -16 906,0	S/. -31 238,5	S/. -33 150,7	S/. -33 019,6	S/. -32 408,4	S/. -20 296,9	S/. -18 304,1	S/. -35 270,6	S/. -31 630,3	S/. -40 306,1	S/. -45 436,4
(+)Depreciación y amortiz. Intangibl.	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	S/. -16 876,8	S/. -31 209,3	S/. -33 121,6	S/. -32 990,4	S/. -32 379,3	S/. -20 267,7	S/. -18 274,9	S/. -35 241,5	S/. -31 601,2	S/. -40 276,9	S/. -45 407,2

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

En el siguiente cuadro se tiene el flujo operacional de la asociación en el año 2015.

Cuadro 75: Flujo de caja operativo - 2015

RUBROS/MESES	D.14 +E.15	F	M	A	M	J	J	J	A	S	O	N
<b>INGRESOS</b>												
1.Ingreso por venta de productos	S/. 21 383,0	S/. 13 139,0	S/. 24 437,0	S/. 14 085,0	S/. 19 786,0	S/. 14 442,0	S/. 13 879,0	S/. 13 879,0	S/. 20 760,0	S/. 11 583,0	S/. 17 598,5	S/. 17 110,0
2.Ingreso por venta de subproductos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
3.Otros ingresos	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
<b>Total ingresos</b>	S/. 21 383,0	S/. 13 139,0	S/. 24 437,0	S/. 14 085,0	S/. 19 786,0	S/. 14 442,0	S/. 13 879,0	S/. 13 879,0	S/. 20 760,0	S/. 11 583,0	S/. 17 598,5	S/. 17 110,0
<b>EGRESOS</b>												
<b>Costo de producción</b>	<b>S/. 26 699,7</b>	<b>S/. 16 380,7</b>	<b>S/. 31 950,5</b>	<b>S/. 24 830,0</b>	<b>S/. 25 555,6</b>	<b>S/. 22 488,7</b>	<b>S/. 25 446,7</b>	<b>S/. 25 446,7</b>	<b>S/. 34 669,5</b>	<b>S/. 20 429,3</b>	<b>S/. 24 697,2</b>	<b>S/. 23 782,4</b>
1.Costo de materia prima	S/. 8 142,0	S/. 4 982,0	S/. 10 077,7	S/. 7 688,4	S/. 8 101,6	S/. 6 476,6	S/. 7 930,5	S/. 10 819,0	S/. 10 819,0	S/. 6 165,2	S/. 8 390,1	S/. 7 438,1
2.Costo de mano de obra directa	S/. 18 557,6	S/. 11 398,7	S/. 21 872,7	S/. 17 141,6	S/. 17 454,0	S/. 16 012,1	S/. 17 516,2	S/. 23 850,5	S/. 23 850,5	S/. 14 264,1	S/. 16 307,1	S/. 16 344,4
3.Costos indirectos de fabricación	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
<b>Gastos administrativos y ventas</b>	<b>S/. 2 478,8</b>	<b>S/. 2 364,4</b>	<b>S/. 2 650,3</b>	<b>S/. 2 821,8</b>	<b>S/. 3 050,6</b>	<b>S/. 2 593,1</b>	<b>S/. 2 536,0</b>	<b>S/. 2 536,0</b>	<b>S/. 2 650,3</b>	<b>S/. 2 593,1</b>	<b>S/. 2 764,7</b>	<b>S/. 3 050,6</b>
4.Gastos de administración	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0
5.Gastos de ventas	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0
6.Amortización de intangible	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
7.Otros gastos	S/. 2 115,6	S/. 2 001,3	S/. 2 287,1	S/. 2 458,7	S/. 2 687,4	S/. 2 230,0	S/. 2 172,8	S/. 2 287,1	S/. 2 287,1	S/. 2 230,0	S/. 2 401,5	S/. 2 687,4
<b>Total egresos</b>	<b>S/. 58 356,9</b>	<b>S/. 37 490,2</b>	<b>S/. 69 201,5</b>	<b>S/. 55 303,7</b>	<b>S/. 57 212,3</b>	<b>S/. 50 163,6</b>	<b>S/. 55 965,3</b>	<b>S/. 74 639,7</b>	<b>S/. 74 639,7</b>	<b>S/. 46 044,9</b>	<b>S/. 54 923,7</b>	<b>S/. 53 666,0</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. -36 973,9</b>	<b>S/. -24 351,2</b>	<b>S/. -44 764,5</b>	<b>S/. -41 218,7</b>	<b>S/. -37 426,3</b>	<b>S/. -35 721,6</b>	<b>S/. -42 086,3</b>	<b>S/. -53 879,7</b>	<b>S/. -53 879,7</b>	<b>S/. -34 461,9</b>	<b>S/. -37 325,2</b>	<b>S/. -36 556,0</b>
Impuesto(1,5%)	S/. -320,7	S/. -197,1	S/. -366,6	S/. -211,3	S/. -296,8	S/. -216,6	S/. -208,2	S/. -311,4	S/. -311,4	S/. -173,7	S/. -264,0	S/. -256,7
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. -37 294,6</b>	<b>S/. -24 548,3</b>	<b>S/. -45 131,1</b>	<b>S/. -41 429,9</b>	<b>S/. -37 723,1</b>	<b>S/. -35 938,2</b>	<b>S/. -42 294,5</b>	<b>S/. -54 191,1</b>	<b>S/. -54 191,1</b>	<b>S/. -34 635,7</b>	<b>S/. -37 589,1</b>	<b>S/. -36 812,6</b>
(+)Depreciación y amortiz. Intangibl.	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	<b>S/. -37 265,5</b>	<b>S/. -24 519,2</b>	<b>S/. -45 101,9</b>	<b>S/. -41 400,8</b>	<b>S/. -37 693,9</b>	<b>S/. -35 909,1</b>	<b>S/. -42 265,3</b>	<b>S/. -54 161,9</b>	<b>S/. -54 161,9</b>	<b>S/. -34 606,5</b>	<b>S/. -37 560,0</b>	<b>S/. -36 783,5</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

El cuadro 54 muestra el flujo de caja operativo del año 2016

Cuadro 76: Flujo de caja operativo - 2016

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
<b>INGRESOS</b>							
1.Ingreso por venta de productos	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
2.Ingreso por venta de subproductos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
3.Otros ingresos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Total ingresos</b>	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
<b>EGRESOS</b>							
<b>Costo de producción</b>	S/. 37 223,9	S/. 8 068,4	S/. 10 819,6	S/. 22 422,5	S/. 28 756,3	S/. 15 568,7	S/. 5 354,0
1.Costo de materia prima	S/. 10 943,8	S/. 2 323,7	S/. 3 164,8	S/. 7 027,8	S/. 8 886,5	S/. 4 644,8	S/. 1 576,7
2.Costo de mano de obra directa	S/. 26 280,1	S/. 5 744,7	S/. 7 654,8	S/. 15 394,7	S/. 19 869,8	S/. 10 923,9	S/. 3 777,4
3.Costos indirectos de fabricación	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Gastos administrativos y ventas</b>	S/. 3 222,1	S/. 2 078,5	S/. 1 792,6	S/. 3 222,1	S/. 3 164,9	S/. 2 478,8	S/. 1 849,8
4.Gastos de administración	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0	S/. 314,0
5.Gastos de ventas	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0	S/. 20,0
6.Amortización de intangible	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
7.Otros gastos	S/. 2 858,9	S/. 1 715,4	S/. 1 429,5	S/. 2 858,9	S/. 2 801,8	S/. 2 115,6	S/. 1 486,6
<b>Total egresos</b>	S/. 80 892,0	S/. 20 293,9	S/. 25 224,5	S/. 51 289,1	S/. 63 842,3	S/. 36 095,0	S/. 14 407,6
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	S/. -56 986,0	S/. -14 511,4	S/. -18 513,5	S/. -37 905,1	S/. -45 710,3	S/. -26 405,0	S/. -11 438,6
Impuesto(1,5%)	S/. -358,6	S/. -86,7	S/. -100,7	S/. -200,8	S/. -272,0	S/. -145,4	S/. -44,5
<b>UTILIDAD NETA</b>	S/. -57 344,6	S/. -14 598,1	S/. -18 614,2	S/. -38 105,9	S/. -45 982,3	S/. -26 550,4	S/. -11 483,2
(+)Depreciación y amortiz. Intangibl.	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2	S/. 29,2
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	S/. -57 315,4	S/. -14 569,0	S/. -18 585,0	S/. -38 076,7	S/. -45 953,2	S/. -26 521,2	S/. -11 454,0

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.7.2. Margen Bruto de la utilidad

El margen bruto de la utilidad resulta de la división de la utilidad bruta y las ventas obtenidas o llamados también ingresos operacionales, es un porcentaje de dinero que queda después de haber descontado de las ventas o ingreso el costo de venta, para el caso de la asociación el costo de venta será igual al costo de producción ya que no se tiene inventario de productos terminados. Por otro lado el margen bruto mide la posibilidad que tiene la asociación Munay Ticlla de cubrir los gastos operacionales y el gasto de financiamiento. Para el análisis de este margen y los demás se tomará en cuenta datos del año 2016.

Cuadro 77: Margen bruto de la utilidad

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ventas	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
(-) Costo de ventas	S/. 37 223,9	S/. 8 068,4	S/. 10 819,6	S/. 22 422,5	S/. 28 756,3	S/. 15 568,7	S/. 5 354,0
Utilidad bruta	S/. -13 317,9	S/. -2 285,9	S/. -4 108,6	S/. -9 038,5	S/. -10 624,3	S/. -5 878,7	S/. -2 385,0
<b>Margen bruto</b>	<b>-55,7%</b>	<b>-39,5%</b>	<b>-61,2%</b>	<b>-67,5%</b>	<b>-58,6%</b>	<b>-60,7%</b>	<b>-80,3%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

La margen bruta de la utilidad de la asociación es negativa, en un 30,3% a 80,3% el costo de ventas es mayor al ingreso; las ventas no cubren el costo de producción, por lo que la asociación no tiene la capacidad de cubrir los costos de ventas, menos los gastos operacionales.

#### 4.1.7.3. Margen Operacional de la utilidad

El margen bruto operacional viene a ser la relación entre la utilidad operacional y las ventas operacionales u obtenidas por la venta de los productos.

Cuadro 78: Margen operacional de la utilidad

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ventas	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
(-) Costo de ventas	S/. 37 223,9	S/. 8 068,4	S/. 10 819,6	S/. 22 422,5	S/. 28 756,3	S/. 15 568,7	S/. 5 354,0
Utilidad bruta	S/. -13 317,9	S/. -2 285,9	S/. -4 108,6	S/. -9 038,5	S/. -10 624,3	S/. -5 878,7	S/. -2 385,0
(-) Gasto administrativo y ventas	S/. 3 222,10	S/. 2 078,52	S/. 1 792,63	S/. 3 222,10	S/. 3 164,92	S/. 2 478,77	S/. 1 849,81
Utilidad operacional	S/. -16 540,01	S/. -4 364,45	S/. -5 901,26	S/. -12 260,56	S/. -13 789,17	S/. -8 357,51	S/. -4 234,82
<b>Margen operacional de la utilidad</b>	<b>-69,2%</b>	<b>-75,48%</b>	<b>-87,93%</b>	<b>-91,61%</b>	<b>-76,05%</b>	<b>-86,25%</b>	<b>-142,63%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

El margen operacional de la asociación aún es más negativo que el margen bruto, las ventas no cubre ni siquiera un porcentaje de los gastos operacionales.

#### 4.1.7.4. Margen neto de la utilidad

La utilidad neta es bastante negativo, ello hace que el margen neto de la asociación sea mucho más negativo, como consecuencia se tiene una perdida, y la asociación no es rentable, porque existe perdidas grandes desde el margen bruto.

Cuadro 79: Margen neta de la utilidad

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ventas	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
(-) Costo de ventas	S/. 37 223,9	S/. 8 068,4	S/. 10 819,6	S/. 22 422,5	S/. 28 756,3	S/. 15 568,7	S/. 5 354,0
Utilidad bruta	S/. -13 317,9	S/. -2 285,9	S/. -4 108,6	S/. -9 038,5	S/. -10 624,3	S/. -5 878,7	S/. -2 385,0
(-) Gasto administrativo y ventas	S/. 3 222,1	S/. 2 078,5	S/. 1 792,6	S/. 3 222,1	S/. 3 164,9	S/. 2 478,8	S/. 1 849,8
Utilidad operacional	S/. -16 540,0	S/. -4 364,4	S/. -5 901,3	S/. -12 260,6	S/. -13 789,2	S/. -8 357,5	S/. -4 234,8
(-) Impuesto	S/. -358,6	S/. -86,7	S/. -100,7	S/. -200,8	S/. -272,0	S/. -145,4	S/. -44,5
Utilidad Neta	S/. -16 898,6	S/. -4 451,2	S/. -6 001,9	S/. -12 461,3	S/. -14 061,2	S/. -8 502,9	S/. -4 279,4
Margen neto de la utilidad	-70,7%	-77,0%	-89,4%	-93,1%	-77,5%	-87,7%	-144,1%

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.7.5. Ratio beneficio costo

El ratio beneficio/costo mide la rentabilidad de un proyecto, y por lo general para hallar se utiliza los ingresos y egresos presentes netos, y mide el beneficio por cada un nuevo sol que se invierte. Para medir el ratio de la asociación en cada mes se tomará en cuenta el dato histórico mensual, para ello los datos de ingresos y egresos del mes serian presentes para poder hallar el ratio del mismo mes. Para el análisis se tomara en cuenta datos del año 2016.

Cuadro 80: Beneficio/costo

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ingreso	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
Egresos	S/. 40 804,6	S/. 10 233,7	S/. 12 712,9	S/. 25 845,3	S/. 32 193,2	S/. 18 192,9	S/. 7 248,4
B/C	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6	0,5	0,4

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

Hallando el ratio beneficio/ costo se obtiene que los ingresos obtenidos no cubre los egresos, siendo el indicado menor a 1 por lo que no es rentable la asociación, en el mes de julio del año 2016 solo fue de 0,4 y en los primera bimestre del año 2016 el indicador oscila de 0,5 a 0,6.

#### 4.1.7.6. Relación ingreso operacional/costo de ventas

La relación ingreso operacional/costo de ventas se ha determinada con el objetivo de analizar si el ingreso obtenido de la asociación Munay Ticlla cubre los costos de insumo y mano de obra directa; como se observa en el cuadro 79; el ingreso solo cubre el 64,2% del costo de venta, y desglosando por partes; el ingreso logra cubrir los costos de insumo y se tendría una ganancia más del 100%; sin embargo, descontando al ingreso el monto por insumo y determinando la relación ingreso que queda sobre el costo de mano obra directa solo cubriría menos del 50% de los costos incurridos.

Cuadro 81: Relación ingreso operacional/costo de ventas

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ingreso por ventas (Y)	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
Costo de ventas	S/. 37 223,9	S/. 8 068,4	S/. 10 819,6	S/. 22 422,5	S/. 28 756,3	S/. 15 568,7	S/. 5 354,0
Y/C (%)	64,2%	71,7%	62,0%	59,7%	63,1%	62,2%	55,5%
Costo de insumo (MP)	S/. 10 943,8	S/. 2 323,7	S/. 3 164,8	S/. 7 027,8	S/. 8 886,5	S/. 4 644,8	S/. 1 576,7
Y/MP (%)	218,4%	248,8%	212,0%	190,4%	204,0%	208,6%	188,3%
Costo de mano de obra directa (MOD)	S/. 26 280,09	S/. 5 744,69	S/. 7 654,78	S/. 15 394,65	S/. 19 869,78	S/. 10 923,93	S/. 3 777,36
Y/MOD(%)	49,3%	60,2%	46,3%	41,3%	46,5%	46,2%	36,9%

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

#### 4.1.7.7. Flujo operacional en la comercialización.

El flujo operacional en la comercialización se ha obtenido según a los gastos aproximados en base a la información brindado por el Centro de Textiles tradicionales del Cusco, el cálculo ha sido con el objetivo de determinar si en la comercialización la asociación Munay Ticlla podría ser rentable.

Cuadro 82: Flujo operacional de la comercialización

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
<b>INGRESOS</b>							
1.Ingreso por venta de productos	S/. 89 923,2	S/. 19 573,8	S/. 26 356,8	S/. 59 559,5	S/. 59 562,9	S/. 35 426,3	S/. 8 955,6
2.Ingreso por venta de subproductos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
3.Otros ingresos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Total ingresos</b>	S/. 89 923,2	S/. 19 573,8	S/. 26 356,8	S/. 59 559,5	S/. 59 562,9	S/. 35 426,3	S/. 8 955,6
<b>EGRESOS</b>							
1.Costo de compra	S/. 23 906,0	S/. 5 782,5	S/. 6 711,0	S/. 13 384,0	S/. 18 132,0	S/. 9 690,0	S/. 2 969,0
4.Gastos de administración	S/. 5 000,0	S/. 2 500,0	S/. 2 500,0	S/. 2 500,0	S/. 2 500,0	S/. 2 500,0	S/. 2 500,0
5.Gastos de ventas	S/. 20 000,0	S/. 10 000,0	S/. 10 000,0	S/. 10 000,0	S/. 10 000,0	S/. 10 000,0	S/. 10 000,0
7.Otros gastos	S/. 2 564,0	S/. 1 282,0	S/. 1 282,0	S/. 1 282,0	S/. 1 282,0	S/. 1 282,0	S/. 1 282,0
<b>Total egresos</b>	S/. 51 470,0	S/. 19 564,5	S/. 20 493,0	S/. 27 166,0	S/. 31 914,0	S/. 23 472,0	S/. 16 751,0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	S/. 38 453,2	S/. 9,3	S/. 5 863,8	S/. 32 393,5	S/. 27 648,9	S/. 11 954,3	S/. -7 795,4
Impuesto	S/. 6 921,6	S/. 1,7	S/. 1 055,5	S/. 5 830,8	S/. 4 976,8	S/. 2 151,8	S/. -1 403,2
<b>UTILIDAD NETA</b>	S/. 31 531,6	S/. 7,6	S/. 4 808,3	S/. 26 562,7	S/. 22 672,1	S/. 9 802,5	S/. -9 198,6
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	S/. 31 531,6	S/. 7,6	S/. 4 808,3	S/. 26 562,7	S/. 22 672,1	S/. 9 802,5	S/. -9 198,6

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016

Según resultados del anterior cuadro se puede apreciar que si existe utilidad neta, lo cual es muestra claro que si es rentable en la comercialización, aunque los márgenes de ganancia estarán directamente asociación con el nivel de ventas, por ende con el turismo.

Con respecto a los indicadores de rentabilidad en la comercialización, el margen bruta, margen operacional y el margen bruto son positivos, excepto en el mes agosto, siendo negativo debido a la menor producción y venta.

**Cuadro 83: Indicadores de rentabilidad en la comercialización**

INDICADOR/MES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Margen bruto	73,4%	70,5%	74,5%	77,5%	69,6%	72,6%	66,8%
Margen operacional de la utilidad	42,8%	0,05%	22,2%	54,4%	46,4%	33,7%	-87,0%
Margen neto de la utilidad	50,5%	0,1%	26,3%	64,2%	54,8%	39,8%	-102,7%

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016*

El ratio beneficio/costo en la comercialización es mayor a 1, lo cual indica que si es rentable.

**Cuadro 84: Beneficio/costo en la comercialización**

RUBROS/MESES	D.15 +E.16	F	M	A	M	J	J
Ingreso	S/. 89 923,2	S/. 19 573,8	S/. 26 356,8	S/. 59 559,5	S/. 59 562,9	S/. 35 426,3	S/. 8 955,6
Egresos	S/. 51 470,0	S/. 19 564,5	S/. 20 493,0	S/. 27 166,0	S/. 31 914,0	S/. 23 472,0	S/. 16 751,0
B/C	1,7	1,0	1,3	2,2	1,9	1,5	0,5

*Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista al representante y las fichas de producción y ventas de la asociación – agosto 2016*

## CONCLUSIONES

1. Los resultados del presente trabajo de investigación muestran que la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla viene operando pérdidas netas, y desde punto de vista económica no es rentable la asociación; el margen bruta de la utilidad es negativo, dicho indicador se encuentra entre 30,3% a 80,3%, como consecuencia de mayor costos de venta que ingreso operacional, ello implica a que el margen operacional (69,2% a 42,63%) y el margen neto (70,7% a 144,1%) sea aún más negativo; además se tiene que el beneficio/costo mensual oscila entre 0,4 a 0,6 lo cual indica que no es rentable la asociación, ya que el ratio es menor a uno por lo tanto los ingresos no cubren los egresos. Los resultados se deben al uso de una tecnología tradicional que genera bajos niveles de productividad y por ende altos costo de producción y hace que exista un limitado nivel de producción.

La asociación Munay Ticcla a pesar de las pérdidas netas sigue operando, debido a un comportamiento no empresarial, porque no carga todos los costos implícitos como: costos de sus propios recursos financieros o el de su trabajo y el de su familia; en ese sentido, la actividad se convierte en un espacio de autoempleo; en tal condición se da una lógica de supervivencia, donde el productor asegura el uso de sus propios recursos, como la mano de obra para generar ingreso.

Debido a la no rentabilidad en la producción se ha desarrollado un flujo operacional en la comercialización, con datos brindadas del Centro de 3Textiles Tradicionales del Cusco; lo cual nos muestra márgenes de utilidad positiva, margen bruto entre 66,8% a 77,5%, margen operacional (0,05% a 54,4%) y margen neta (0,1% a 64,2%) positivo; de igual forma el ratio beneficio/costo es mayor a 1 (1,0 a 2,2), por lo tanto es rentable en la comercialización.

2. El 100% de los productores entrevistadas de la asociación Munay Tillca utilizan tecnología tradicional, para elaborar los productos artesanales con este tipo de tecnología se demanda gran cantidad de horas/hombre entre



13 a 590 horas dependiendo del tipo y tamaño del producto; ello permite un rendimiento de la producción promedio anual de 1171 tejidos de las cuales el 31,9% son chullos y 21,6% son huatos; no obstante, la producción anual por socio sería entre 15 a 16 prendas, y mensual solo un productos aproximadamente. Por otra parte según a las entrevistas se tiene que la actividad artesanal con tecnología tradicional es muy laborioso y las jornadas de trabajo son muchos días; como consecuencia existe bajos rendimientos de la producción promedio

3. Existe altos de costos producción, que está relacionada principalmente a los costos de mano de obra; el ingreso mensual cubre al 100% de los costos de insumo más el 36,9% a 60,2% de los costos de mano obra, el comportamiento se debe al margen negativo entre los costos de producción unitaria y el precio unitario al que se comercializa. Los resultados de la variable son consecuencia del uso de una tecnología tradicional que repercute en el aprovechamiento inadecuado de mano de obra e insumos haciendo que en la elaboración de los productos sean a un costo mayor.
4. Según a los resultados existe bajo nivel de productividad de mano de obra, para elaborar los productos se requiere entre 13 a 509 horas/hombre según su tamaño y tipo; esto se debe por una parte a la escasa capacitación de los productores, ya que el 92,1% afirmaron no recibir ningún tipo de capacitación, lo cual influye en la rendimiento y capacidad de producir; por otro lado el uso de tecnología tradicional hace que se el rendimiento de mano de obra sea aún más bajo y exista ineficiencia del aprovechamiento de los recursos que posee la asociación.
5. La asociación Munay Ticlla tiene bajos niveles de producción, habiéndose producido 1111 y 1131 tejidos en el año 2014 y 2015 respectivamente, con respecto a estacionalidad de producción es mayor en los meses de abril, mayo y agosto. La producción mensual promedio es aproximadamente de 1 producto, como resultado de la baja productividad de mano de obra debido principalmente a la laboriosidad en la elaboración

de los productos. Los bajos niveles de producción influye de forma negativa en la rentabilidad de la asociación por medio de los bajos ingresos.

6. Con respecto a nivel de organización, se puede concluir que la asociación Munay Ticlla está constituida de manera formal y según resultados de la encuesta el 93,6% de productores afirman que la asociación tiene una adecuada organización y el 96,2% está satisfecho; no obstante en 3,2% de los socios están insatisfechos y son principalmente los productores de edad avanzada; por otra parte la estructura de la organizacional está dada con la participación de socios y miembros de la junta directiva, donde desde la compra de insumo hasta la comercialización cada miembro y socios cumplen con distintas funciones y obligaciones.
7. La asociación Munay Ticlla vende sus productos solo por un canal de comercialización, el 100% de los productos elaborados es vendida a los intermediarios; productores – intermediario - consumidor, los precios y el nivel de producción está determinada por el Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, como único comprador; por lo tanto los productores se tienen que adaptar de alguna forma a las exigencias del comprador en precio y cantidad; dicho comportamiento es la de un mercado monopsonio, como consecuencia de falta de conocimiento y capital humano de los productores, para poder buscar nuevos mercados y canales de comercialización.

## RECOMENDACIONES

1. En base a los resultados obtenidos, la asociación Munay Tilla para seguir elaborando sus productos artesanales debe de incluir sus costos implícitos (costo de mano de obra propia), y realizar un plan de negocio con apoyo de la Municipalidad distrital de Pitumarca o instituciones afines, y pasar de ser un productor no empresarial a productor empresarial y poder tener rentabilidad; por otro lado, la asociación tiene que generar espacios de negociación con el intermediario para poder llegar a un acuerdo en precio de los productos favorables a la asociación y obtener mayor ingreso.
2. Mantener la tecnología de producción que actualmente utiliza la asociación ya que existe un mercado de tejidos tradiciones con demanda segmentada de turistas; o si no buscar tecnología tradicional más sofisticada para poder aumentar el nivel de productividad, disminuyendo los tiempos de producción y por consiguiente disminuir los costos en mano de obra directa y aumentar sus niveles de producción para de esa forma generar rentabilidad.
3. En lo que es costos de producción es necesario que la asociación Munay Tilla y otros artesanos soliciten apoyo a las instituciones a fines para que les brinde capacitación en manejo de costos, en la determinación de la misma considerando los costos de mano de obra y todos los gastos; porque es necesario que conozcan los costos unitarios y globales a los que están incurriendo en la elaboración de su productos para así poder determinar un precio y margen de ganancia.
4. Buscar apoyo e intervención de algunas instituciones públicas y privadas como son: Cámara de comercio, DIRCETUR, ONGs, Municipalidades, entidades financieras y otros que estén orientadas a sector artesanía; para que les capacite a los productores en temas de gestión empresarial, procesos técnicos, innovación de productos dándole valor agregado,

manejo de costos, calidad de producto, calidad de servicio al cliente y búsqueda de mercado.

5. Con respecto a nivel organización es conveniente seguir manteniendo el clima organizacional que actualmente se tiene en el proceso productivo y comercialización; sin embargo, existe en un 3,2% de socios insatisfechos y son principalmente los productores de edad avanzada, por lo cual es necesario que la junta directiva y los socios busquen mecanismos para involucrar en las decisiones y actividades a todos los miembros de la asociación.
6. Buscar nuevos mercados local, nacional e internacional, negociando con intermediarios a favor de los productores y a largo plazo generar nuevos canales de comercialización, como es la venta directa a consumidores mediante alquiler de un local de comercialización en la ciudad de Cusco y otros lugares con potencial demanda turística para obtener mayor ingreso y márgenes de utilidad.
7. Buscar alianzas con organizaciones o empresas que ya están exportando productos artesanales textiles y con organizaciones que apoyen a la exportación y así en el futuro tener la posibilidad de exportar.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros y publicaciones

- A. Figueroa (1989). *La economía campesina de la sierra del Perú (4 ed.)* Perú. PUCP.
- Aedo Yanqui A. y Apaza Huamán R. (2012). *Análisis del potencial productivo o comercialización de las prendas de vestir elaborados con fibra de alpaca, caso provincia de Canchis -Cusco*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.
- Bernal Torres C. A.(2006). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación.
- Faga Héctor A. & Ramos Mejía M. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales (2 ed.)*. Argentina. Ediciones Granica S.A.
- García Pacheco Bertha Mireya (2012). *Análisis de la producción de tejido plana tradicional "AWAY" en las comunidades campesinas de la provincia de Calca*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.
- Gutiérrez Apaza, Favio Edson (2015). *Factores que influyen en la rentabilidad de las microempresas de confección textil: Puno – 2014*. Tesis de la Escuela Profesional de Ingeniería Económica, Universidad del Altiplano de Puno, Puno, Perú
- Guillermo Guerra (1977). *Manual de administración de empresas agropecuarias (1 ed.)*. Costa rica. Matilde de la Cruz M.
- Hernández Sampieri (2006), *Roberto Metodología de la investigación (5 ed.)*.México. Mcgraw-hill / Interamericana editores, S.A. de C.V
- José Dávila y Lugo. (2004). *Introducción a la economía (3 ed.)*. México. Plaza y Valdez. S.A
- Karl E. Case & Ray C. Fair (2008). *Principios de microeconomía (8 ed.)*. México: Pearson educación S.A.
- Leland Blank, P.E. & Anthony Tarquin, P.E (2006). *Ingeniería económica (6ta ed.)*. México D.F. Editorial Interamericanos editores S.A. de C.V

- Manuel Pernaut Ardanaz, S.J. & Eduardo José Ortiz F. (2003). *Introducción a la Teoría Económica* (4 ed.). Caracas. Editorial texto S.A.
- Ore Rengifo Robinson (2008). *El sector artesanal, su revaloración y comercialización como factores de crecimiento económico de la provincia de Calca*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.
- Padilla Reyes, Ernesto Lenin (2012). *Desarrollo de los aspectos metodológicos para la implementación de un sistema integrado de gestión en la industria textil y confecciones*. Tesis de la Escuela Profesional de Administración, UNSAAC, Cusco, Perú
- Richard L Daft, (2011). *Teoría y Diseño Organizacional*. (10 ed.). México. Ediciones Paraninfo. S.A
- Rincon C. & Villareal F. (2012). *Costos: decisiones empresariales (2da ed.)*. Bogotá. Editorial ECOE.
- Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld (2009). *Microeconomía* (7ma ed.).Madrid: Pearson educación S.A.
- Robert H. Frank. (1996). Madrid: *Microeconomía y conducta*. España, Madrid. Impresos y revistas S.A.
- Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", [en línea]
- Salvatore Dominick. (1998). *Microeconomía* (3 ed.). México: Editorial Prentice Hall
- Toro Hardy, (2012). *Fundamentos de teoría económica: Conceptos Prácticos de Micro y Macroeconomía*. Cognitio,
- Zegarra Sánchez, José. (2012). La Tecnología. Pag.20
- Zvietcovich Aguirre, Javier (2003). Producción y comercialización de los tejidos tradicionales del distrito de Pitumarca, 2003. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.
- Zamalloa Dávila, Karina Renee (2012). *Deficiencia de los canales de comercialización para productores artesanales en la comercialización y forma de exportación (2000 -2007)*. Tesis de la Escuela Profesional de Economía, UNSAAC, Cusco, Perú.

## Referencias virtuales

- Alejandro Valle Baeza (junio de 1998). “*La productividad del trabajo al encuentro de la teoría Marxista*”. [en línea]. Dirección URL: <https://vallebaeza.files.wordpress.com/2015/01/valle-productividad-a-teoria.pdf>.
- Angelfire. [en línea]. Dirección URL: <http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo5.htm>.
- Clemente Valdés Herrera (18 de enero de 2006). [En línea]. Dirección URL: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-productividad-laboral-y-empresarial/com>.
- Ecured. “*Ley de la oferta*”. [En línea]. Dirección URL: [http://www.ecured.cu/Ley\\_de\\_la\\_oferta](http://www.ecured.cu/Ley_de_la_oferta).
- Federico Anzil (11 de Abr de 2012). “*Producto Total, Medio y Marginal*”. [En línea] Dirección URL: <http://www.zonaeconomica.com/producto-total-medio-marginal>.
- Francisco Javier Ribaya Mallada (13 de setiembre de 1999). Costos (Pág. 78 – 90). [En línea]. Dirección URL: [https://books.google.com.pe/books?id=cUoaC8ljmboC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=cUoaC8ljmboC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). (Consultado el 22 de setiembre del 2016).
- Gabriel Leandro. [En línea]. Dirección URL: <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>.
- Manuel Pernaut Ardanaz, S.J. y Eduardo José Ortiz F. Introducción a la Teoría Económica. Pág. 221 [http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf)
- Marysergia Peña Guerra. “Teoría de los costos” [en línea] Dirección URL: <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/marysergia/docus/microeconomia/TEOR%CDA%20DE%20LOS%20COSTOS%20%5BModo%20de%20compatibilidad%5D.pdf>.
- Oscar Perez (1 de Diciembre de 2012). “Productividad marginal”. [En línea]. Dirección URL: <https://prezi.com/0e9b2m1g4lgw/productividad-marginal/>.

- Plan de desarrollo integral del distrito de Pitumarca – 2010 [En línea].  
Dirección URL:  
[http://agruco.org/bioandes/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75:plan-de-desarrollo-integral-del-distrito-pitumarca&catid=27:revistas-informativas&Itemid=100033](http://agruco.org/bioandes/web/index.php?option=com_content&view=article&id=75:plan-de-desarrollo-integral-del-distrito-pitumarca&catid=27:revistas-informativas&Itemid=100033)
- Sachiko Nakata C.L. (agosto de 2014). [en línea]. Dirección URL:  
<http://es.slideshare.net/SachikoNakata/proceso-productivo-37783288..>
- User:SilcerStar(28 de noviembre del 2008). "Económico – surpluses.sug)  
[En línea]. Dirección URL:  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Economic-surpluses\\_es.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Economic-surpluses_es.svg)
- Wilber Lopez. "Diseño y estructura organizacional". [en línea]. Dirección URL:  
<http://www.monografias.com/trabajos94/disenio-organizaacional/disenio-organizaacional.shtml>.
- Zoraida de Jesús Ramírez Avalos (29 de setiembre 2009). "teoría de mercado". [en línea]. Dirección URL:  
<https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/03/u-4-04-0-temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado1.pdf>.



## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTO
<b>Rt</b>	¿Cuál es el grado de rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Determinar y analizar el grado de rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	Existe baja rentabilidad en la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, debido al bajo nivel de organización y por el uso de tecnología tradicional, los cuales generan altos costos de producción y baja productividad, limitando los niveles de producción e inserción al	<b>Variable dependiente: Rentabilidad</b>	Margen Bruto de la utilidad Margen Operacional de la utilidad Rentabilidad Neta de Ventas Rentabilidad Financiera	
<b>Tk</b>	¿De qué forma la utilización de la tecnología, materias primas e insumos utilizados en el proceso productivo, determina la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Describir la forma de utilización de la tecnología, materias primas e insumos en el proceso productivo de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	La tecnología tradicional utilizado por los artesanos de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, genera bajos rendimientos de la producción promedio.	<b>Variable independiente: Tecnología</b>	Tipos de tecnología utilizado para en la producción Insumo utilizados Herramientas utilizados en el proceso productivo Nivel de educación de los asociados Nuevos diseños obtenidos al mes y anual Número de capacitaciones al mes y anual Proceso productivo	Encuesta y entrevista
<b>Cp</b>	¿Cuáles son los costos de producción incurridos por la organización de productores tradicionales Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Estimar los costos de producción incurridos de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	Los altos costos de producción incurridos por la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca, están determinadas por la inadecuada combinación y uso de los factores productivos.	<b>Variable independiente: Costos de producción</b>	Costos de directos Costos indirectos Depreciación Gastos de administración Gastos de venta Costos medio o unitario Costo Variable Medio Costo Fijo Medio Volumen de producción vendida	Encuesta y entrevista

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INDICADORES
<b>Pd</b> ¿Cuáles son los niveles de productividad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Determinar los niveles de productividad de las de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	El bajo nivel de productividad se debe a la escasa capacitación de los productores y la ineficiencia del aprovechamiento de los recursos que poseen.	<b>Variable independiente: Productividad</b>	Índice de productividad de mano de obra Índice de productividad de materia prima Porcentaje de unidades defectuosas Porcentaje de unidades devueltas	Encuesta y entrevista
<b>Np</b> • ¿Cómo se determina los niveles de producción en la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Identificar los niveles de producción de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	Los bajos niveles de producción, influye de forma negativa en la rentabilidad de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	<b>Variable independiente: Niveles de producción</b>	Productos elaborados Producción mensual Producción anual Producto medio Estacionalidad de producción Valor de la producción	Encuesta y entrevista
<b>As</b> • ¿Cuál es el nivel de organización de los productores artesanales tradicionales de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Explicar el nivel de organización de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	EXISTE escasa nivel de organización de productores artesanales tradicionales de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del centro poblado de Pitumarca, lo que repercute en los beneficios de las organizaciones de los artesanos.	<b>Variable independiente: Asociatividad</b>	Número de personas por asociación Organigrama de las asociaciones Estructura organizacional en el proceso producto y comercialización Satisfacción y opinión de los asociados	Encuesta y entrevista
<b>Md</b> • ¿Cuál es la inserción al mercado por parte de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca?	Diagnosticar la inserción al mercado por parte de la asociación artesanal tradicional Munay Ticlla del distrito de Pitumarca.	La comercialización y los de precios de los productos artesanales es determinada por los intermediarios	<b>Variable independiente: Mercado</b>	Precio de venta Clientes Demanda Número de canales de comercialización Mercados de comercialización (local, regional y nacional)	Encuesta y entrevista

**ANEXO 2: ÁLBUM DE IMÁGENES O FOTOGRAFÍAS DE LOS PRODUCTOS DE ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA.**

IMAGEN 1: CHUMPI



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 2: CHULLO



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 3: TICLLA DE 4 COLORES



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 4: MANTA DE 4 TICLLAS



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 5: CHALINA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 6: MANTO CHACANA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 7: CHALL



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 8: HUATOS



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 9: LLICLLA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 10:



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 11: PONCHO



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 12: TAPIZ



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 13: MANTO DE CULTURA NAZCA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 14: UNKJUÑA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 15: MANTO DE MOMIA JUANITA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 16: MANTA ESPECIAL



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 17: ACSO DE MOMIA JUANITA



*Fuente: trabajo de campo*

IMAGEN 18: PASADIZO



Fuente: trabajo de campo

### ANEXO 3: ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACIÓN MUNAY TICLLA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA

#### ENCUESTA A LOS PRODUCTORES

Asociación: \_\_\_\_\_

Nombre del asociado: \_\_\_\_\_

Tiempo que pertenece a la asociación \_\_\_\_\_

#### I. INFORMACIÓN BÁSICA (marque con una aspa "X")

##### 1.1. Edad

Entre 18 y 27 años	1
Entre 28 y 37 años	2
Entre 38 y 47 años	3
Entre 48 y 57 años	4
Más de 58 años	5

##### 1.2. Género

Masculino	1
Femenino	2

##### 1.3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Sin nivel	1
Educación inicial	2
Primaria incompleta	3
Primaria completa	4
Secundaria incompleta	5
Secundaria completa	6
Sup. No universitaria incompleta	7
Sup. No universitaria completa	8
Sup. Universitaria incompleta	9
Sup. Universitaria completa	10

##### 1.4. ¿Cuál es su actividad principal?

Producción artesanal	1
Producción agrícola	2
Producción pecuaria	3
Ama de casa	4
Jornalero	5
Comerciante	6
Oficios (Carpintero, albañil,....)	7
Empleado de empresas privadas	8
Empleado de gobierno	9

Otra actividad.....	10
---------------------	----

##### 1.5. ¿Cuál es la principal fuente de ingreso de su familia?

Producción artesanal	1
Producción agrícola	2
Producción pecuaria	3
Ama de casa	4
Jornalero	5
Comerciante	6
Oficios (Carpintero, albañil,....)	7
Empleado de empresas privadas	8
Empleado de gobierno	9
Otra actividad.....	10

##### 1.6. ¿Cuál es su ingreso familiar promedio mensual?

Menos de S/. 850.00	1
De S/. 850.00 a S/. 1500.00	2
De S/. 1500.00 a S/. 2000.00	3
De S/. 2000.00 a más	4

##### 1.7. Acceso a servicios de su vivienda

SERVICIOS	SI	NO
Posee energía eléctrica		
Red de agua		
Red de desagüe		
Pozo séptico/letrina/otro		
Teléfono		
Celular		

## II. INFORMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍA TEXTIL TRADICIONAL

2.1. ¿Ud. elabora sus productos artesanales sólo de forma tradicional o emplea algún otro tipo de tecnología?

- a) Sólo de forma tradicional  
b) Otra tecnología

Si emplea más otra tecnología, indique cual: .....

2.1.1. ¿Cuáles son las herramientas y/o equipos que utiliza para elaborar los productos artesanales? Si es de forma tradicional

Tacarpu	1	Wich'huna o tullurukí	6	P'ita k'aspi o wañuchina	11	Tijera	16
Polos	2	Tupachina k'aspi	7	Cjusma	12		17
Ruk'i	3	Illawa k'aspi	8	Yauris	13		18
Aguja	4	Pallana	9	Sinchu	14		19
Toqoro	5	Uña ruk'i	10	Soga	15		20

2.1.2. Si en caso fuera otras tecnología

	1		4		7		10
	2		5		8		11
	3		6		9		12

2.2. ¿Qué insumos utiliza para la producción de los productos artesanales que Ud. elabora?

Insumo	U.M	Peso	Costo Unit.	Proveedor	Modalidad de compra	
					Individual	Organización
Hilo de oveja 1 (hilado a mano)						
Hilo de oveja 2 (hilado de forma industrial)						
Hilo de alpaca 1 (hilado a mano)						
Hilo de alpaca 2 (hilado de forma industrial)						

2.3. ¿Dónde realiza el teñido de hilo (oveja y alpaca)

Vivienda o domicilio	1
Local de la organización	2

2.4. ¿Qué productos y que cantidad promedio mensual Ud. elabora los productos artesanales para venta directa?

PRODUCTO	CANT. PROMEDIO	PRODUCTO	CANT. PROMEDIO
Chumpi o faja		Cojines	
Correa		Chullo	
Chuspa		Tapis	
Manta de 4 tiellas		Huatos	
Lliclla		Manto de cultura Nazca	
Unkjuña		Manto de la momia Juanita	
Chalina		Arso de momia Juanita	
Chall			
Poncho			
Pasadizo			
Poncho Chacana			
Llaveros			
Mantos chacana			

2.5. Su producción es:

Diaria	1
Semanal	2
Mensual	3
Anual	4

2.6. ¿Cuántos diseños nuevos implementa al año?

Ningún nuevo diseño	1
De 1 a 3 diseños	2
De 4 a 6 diseño	3
De 6 a más diseños	4

2.7. ¿Cuánto es el jornal en el centro poblado de Pitumarca?

Varón	
Mujer	

2.8. ¿Dónde realiza su producción diaria?

Vivienda	1
Local de la organización	2
Plaza	3
Otros	4

## III. RECOJO DE PLANTAS TINTÓREAS

3.1. ¿Cuántos días y cuantas horas al día realiza el recojo de un kilo de planta tintórea, para el teñido?

<b>MATERIA PRIMA</b>		
<b>Nº</b>	<b>PLANTAS</b>	
1	Eucalipto	
2	Chillca	
3	Kinsacucho	
4	Molle	
5	Achanqaray	
6	Muña	
7	Kishuar	
8	Palta	
9	Cocacoca	
10	Queuña	
11	Retama	
12	Tankar	
13	Tara	
14	Quisa	
15	Zabila	
16	Agua	
17		
18		
19		
20		

#### IV. GASTOS INCURRIDOS EN LA PRODUCCION

4.1. ¿Cuáles son los gastos mensuales incurridos en la elaboración de sus productos?

<b>Gasto de ventas</b>	UM.	CANT.	C.U (S/.)
Alumbrado de local			
Agua			
Alimentación			
Publicidad			
IGV			
Gastos de viaje			
<b>Gasto de administración</b>	UM.	CANT.	C.U (S/.)
Gasto de viaje			

#### V. COMERCIALIZACIÓN

5.1. ¿Cuál es la forma de comercialización? (Puede elegir más de una respuesta)

A partir de la organización	1
Venta directo (en el domicilio)	2
En ferias artesanales	3
En forma ambulatoria (Sicuani, Cusco)	4
En la tienda de la municipalidad de Pitumarca	5
Otros	6

5.2. ¿Cuáles son los precios de venta de sus productos, en caso de venta directa?

Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU
Chumpi o faja			Cojines					
Correa			Chullo					
Chuspa			Tapis					
Manta de 4 ticllas			Huatos					
Lliclla			Manto de cultura Nazca					
Unkjuña			Manto de la momia Juanita					



Chalina			Arso de momia Juanita					
Chall			Mantos chacana					
Poncho			Poncho Chacana					
Pasadizo			Llaveros					

## VI. CAPACITACION RECIBIDA

6.1. ¿La organización al que pertenece, los capacita?

Si ( ) No ( )

6.2. ¿Alguna institución pública y/o privada brinda capacitación a su organización? (solo si es SI, responder la Preg.5.3)

Si ( ) No ( )

6.3. ¿Qué instituciones brinda capacitación a su organización?

Municipalidad de Pitumarca	1
DIRCETUR	2
ONGs	3
Instituciones sin fines de lucro	4
Otros	5

6.4. ¿Cuántas veces al año recibe capacitación en temas relacionados a producción artesanal?

El año pasado cuantas veces se capacitó en los siguientes temas	Ninguno	1 vez	2 veces	3 veces	4 veces	Más de 4
Técnicas de producción						
Nuevos diseños						
Mercadeo de productos artesanales						
Clima organizacional						
En salud ocupacional						

6.5. ¿Ud. participa a los encuentros de las organizaciones de productores artesanales?

Si ( ) No ( )

## VII. PERCEPCION DE LA ORGANIZACIÓN

7.1. En tu opinión, la organización en la asociación al que pertenece es:

Muy adecuada	1
Adecuada	2
Inadecuada	3
Muy inadecuada	4
Sin opinión	5

7.2. La coordinación entre los asociados de la organización es:

Muy adecuada	1
Adecuada	2
Inadecuada	3
Muy inadecuada	4
Sin opinión	5

7.3. ¿Le piden su opinión sus dirigentes, para cambiar algunos aspectos de la organización?

Siempre	1
Casi siempre	2
Casi nunca	3
Nunca	4
Sin opinión	5

7.4. Consideras que las sugerencias y aportaciones que realizas para la mejora de la asociación son adecuadamente escuchadas y consideradas:

Siempre	1
Casi siempre	2
Casi nunca	3
Nunca	4
Sin opinión	5

7.5. En general, las decisiones que está tomando la directiva de la asociación, te parecen:

Muy adecuada	1
--------------	---

Adecuada	2
Inadecuada	3
Muy inadecuada	4
Sin opinión	5

7.6. Crees que el directivo de la asociación es receptiva a los problemas y demandas de los productores:

Siempre	1
Casi siempre	2
Casi nunca	3
Nunca	4
Sin opinión	5

7.7. En general, la relación entre compañeros y el ambiente de trabajo existente en tu asociación, es:

Muy satisfactorio	1
Satisfactorio	2
Insatisfactorio	3
Muy insatisfactorio	4
Sin opinión	5

7.8. El líder de la organización comparte la información de la organización

Siempre	1
Casi siempre	2
Casi nunca	3
Nunca	4
Sin opinión	5

7.9. ¿Quién toma las decisiones de la asociación?

El presidente	1
Toda la junta directiva	2
La Junta directiva y socios	3

7.10. Teniendo en cuenta tus respuestas a todo lo anterior ¿Cuál es el grado de SATISFACCIÓN GENERAL que tienes en relación a tu trabajo?:

Muy alto	1
Alto	2
Bajo	3
Muy bajo	4
Sin opinión	5

## ANEXO 4: ENTREVISTAS A LA REPRESENTANTE DE LA ASOCIACION MUNAY TICLLA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA  
ENTREVISTA

Asociación: \_\_\_\_\_

Nombre del asociado: \_\_\_\_\_

Tiempo que pertenece a la asociación \_\_\_\_\_

Cargo en la asociación: \_\_\_\_\_

### I. INFORMACIÓN DE LA ASOCIACION

1.1. ¿Cuántos años de operación tiene la asociación y hasta el momento cuantos socios tiene la organización?

.....

.....

.....

.....

### II. INFORMACIÓN DE LOS COSTOS INCURRIDOS EN EL TEÑIDO DE HILO

2.1. ¿Cuáles son los insumos y materia prima que utiliza la asociación para el teñido del hilo de oveja e hilo de alpaca?

Nº	MATERIA PRIMA PLANTAS	COLORES
1	Eucalipto	Plomo, amarillo
2	Chilca	Verde
3	Kinsacucho	Verde
4	Molle	Verde, amarillo, naranja
5	Achanqaray	Rojo, rosado

6	Muña	Marrón claro, plomo
7	Kishuar	Verde
8	Palta	Verde
9	Cocacoca	Violeta azulino
10	Queuña	Crema, beige, marrón
11	Retama	Crema
12	Tankar	Amarillo y verde
13	Tara	Negro y naranja
14	Quisa	Verde
15	Zabila	Crema y rosado
16	Palo palp	Carne
17	Qaqasunkha	Amarillo
18	Sasahui	Verde limón
19	Colle	Rojo vivo
20	Agua	

N°	INSUMO	UM	CANT.	P.U (S/.)
	FLJADOR O MORDIENTE			
1	Acido oxálico			
2	Ácido cítrico			
3	Hidróxido de sodio			
4	Sal de alumbre			
5	Vinagre rojo			
V	Vinagre blanco			
7	Cochinilla			
8	Qollpa			
9				
10				

Frecuencia de teñido al año, recolección de plantas y número de días para el teñido.

.....  
 .....  
 .....

2.2. ¿Materiales y herramientas utilizados para el teñido de hilos?

	Materiales y herramientas

2.3. ¿Cuál es el costo promedio de los hilos sin teñir?

HILO	UM	CANT.	P.U
Hilo de oveja 1 (hilado a mano)			
Hilo de oveja 2 (hilado de forma industrial)			
Hilo de alpaca 1 (hilado a mano)			
Hilo de alpaca 2 (hilado de forma industrial)			

2.4. ¿Qué cantidad de insumo se utiliza para el teñido de un kilogramo de hilo oveja y alpaca?

COLOR	INSUMO Y CANTIDAD
Amarillo	
Verde oscuro	
Verde Limón	
Verde claro	
Naranja	
Rosado	
Marrón claro	
Violeta azulino	
Crema	
Beige	
Rojo sangre	
Rojo vivo	
Rojo claro	
Morado	
Guinda	

2.5. ¿Cuántos días la asociación realiza el teñido de hilo?

.....  
 .....

2.6. Proceso de teñido de hilo

### III. INFORMACIÓN DE LA PRODUCCION DE ARTESANÍA TEXTIL TRADICIONAL

3.1. ¿La asociación elabora los productos artesanales sólo de forma tradicional o emplea algún otro tipo de tecnología?

- c) Sólo de forma tradicional
- d) Otra tecnología

Si emplea más otra tecnología, indique cual: .....

3.1.1. ¿Cuáles son las herramientas y/o equipos utilizados? Si es de forma tradicional

Tacarpu	1	Wich'huna o tullurukí	6	P'ita k'aspi o wañuchina	11	Tijera	16
Polos	2	Tupachina k'aspi	7	Cjusma	12		17
Ruk'i	3	Illawa k'aspi	8	Yauris	13		18
Aguja	4	Pallana	9	Sinchu	14		19
Toqoro	5	Uña ruk'i	10	Soga	15		20

3.1.2. Si en caso fuera otras tecnología

	1		4		7		10
	2		5		8		11
	3		6		9		12

3.2. ¿Cuáles son los diseños y figuras de los productos que elabora la asociación?

Diseño	Figuras

3.3. ¿Qué insumos utiliza la asociación para la elaboración de los productos artesanales; cuales son los diseños, con qué frecuencia lo elabora, en cuanto tiempo lo realiza y en cuales produjo el mes pasado?

PRODUCTO	Medida	Insumo					Tiempo	
		Hilo de oveja 1	Hilo de oveja 2	Hilo de alpaca 1	Hilo de alpaca 2	Hilo de alpaca 2 para mini	Día	Hrs/día
Chumpi o faja								
Correa								
Chuspa								
Manta de 4 ticllas								
Liclla								
Unkjuña								
Chalina								
Chall								
Poncho								
Pasadizo								
Cojines								
Chullo								
Tapis								
Huatos								
Manto de cultura Nazca								
Manto de la momia Juanita								
Arso de momia Juanita								
Mantos chacana								
Poncho Chacana								
Llaveros								

3.4. ¿Cuánto tiempo requieren en promedio en las siguientes actividades?

PRODUCTO	URDIDO	HILAHUADO	C'HUKUNJATA	TEJEDURIA Y ACABADO
Chumpi o faja				
Correa				
Chuspa				
Manta de 4 ticllas				
Lliclla				
Unkjuña				
Chalina				
Chall				
Poncho				
Pasadizo				
Cojines				
Chullo				
Tapis				
Huatos				
Manto de cultura Nazca				
Manto de la momia Juanita				
Arso de momia Juanita				
Mantos chacana				
Poncho Chacana				
Llaveros				

3.5. Su producción de la asociación es:

Diaria	1
Semanal	2
Mensual	3
Anual	4

3.6. ¿La organización cuenta con un local?

Si ( ) No ( )

3.6.1. El local de la organización es alquilada o propio?

Alquilad ( ) Propio ( )

3.6.2. ¿Si es alquilada, cuánto es el pago mensual?

3.6.3. ¿Si el propio el local, cuanto fue el costo del terreno y construcción?

- Terreno S/. \_\_\_\_\_
- Construcción S/. \_\_\_\_\_

#### IV. PROCESO PRODUCTIVO

4.1. Proceso de la producción artesanal.

#### V. ORGANIZACIÓN

5.1. Organigrama de la asociación.

5.2. Estructura organizacional de la producción y comercialización

5.3. ¿La asociación tiene misión, visión, metas y objetivos establecidos?

.....  
 .....

5.4. ¿Se sabe cuánto se gasta y el costo total de la producción?

.....  
 .....

5.5. ¿Cómo se mide los resultados de la asociación?

.....  
 .....

5.6. ¿Quién toma las decisiones en la asociación?

.....  
 .....

**VI. NIVELES PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

6.1. Volúmenes de producción de la asociación. (Copia de cuaderno de control)

6.2. Estacionalidad de producción. (Copia de cuaderno de control)

6.3. Cantidad de productos defectuosas (Copia de cuaderno control)

6.4. Cantidad de productos devueltas (Copia de cuaderno control)

6.5. ¿Existe pedidos no atendidos?, si es no pasar a la Preg 6.7.

.....  
 .....

6.6. ¿Cuánta cantidad de pedidos no se atendieron? (cuaderno de control o respuesta)

.....  
 .....

6.7. ¿Quiénes son los clientes, y como se comercializa?

.....  
 .....

6.8. ¿Cuáles son los precios de venta de los productos hechos de hilo de oveja hilado a mano?

Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU
Chumpi o faja			Cojines					
Correa			Chullo					
Chuspa			Tapis					
Manta de 4 ticllas			Huatos					
Lliclla			Manto de cultura Nazca					
Unkjuña			Manto de la momia Juanita					
Chalina			Arso de momia Juanita					
Chall			Mantos chacana					
Poncho			Poncho Chacana					



Pasadizo			Llaveros					

6.7. ¿Cuáles son los precios de venta de los productos hechos de hilo de oveja cono?

Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU
Chumpi o faja			Cojines					
Correa			Chullo					
Chuspa			Tapis					
Manta de 4 ticllas			Huatos					
Lliclla			Manto de cultura Nazca					
Unkjuña			Manto de la momia Juanita					
Chalina			Arso de momia Juanita					
Chall			Mantos chacana					
Poncho			Poncho Chacana					
Pasadizo			Llaveros					

6.8. ¿Cuáles son los precios de venta de los productos hechos de hilo de alpaca hilado a mano?

Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU
Chumpi o faja			Cojines					
Correa			Chullo					
Chuspa			Tapis					
Manta de 4 ticllas			Huatos					
Lliclla			Manto de cultura Nazca					
Unkjuña			Manto de la momia Juanita					
Chalina			Arso de momia Juanita					
Chall			Mantos chacana					
Poncho			Poncho Chacana					

Pasadizo			Llaveros					

6.9. ¿Cuáles son los precios de venta de los productos hechos de hilo de alpaca cono?

Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU	Producto	Medida	PU
Chumpi o faja			Cojines					
Correa			Chullo					
Chuspa			Tapis					
Manta de 4 ticllas			Huatos					
Lliclla			Manto de cultura Nazca					
Unkjuña			Manto de la momia Juanita					
Chalina			Arso de momia Juanita					
Chall			Mantos chacana					
Poncho			Poncho Chacana					
Pasadizo			Llaveros					

6.10. ¿Qué productos son los más demandados?

.....  
 .....

6.11. ¿Qué consideraría que es una desventaja en la producción que se elabora en la asociación?

.....  
 .....

6.12. ¿Cuál es la ventaja que Ud. Cree que tiene la asociación?

.....  
 .....

## 7. PARTICIPACIÓN A FERIAS E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS

7.7. ¿A qué ferias la asociación participa?

.....  
 .....

7.8. ¿La asociación participa a los encuentros de las organizaciones de productores artesanales?

.....  
 .....

## 8. GASTOS

8.7. Gasto de ventas

Concepto	UM	CANT.	C.U
Alumbrado de local			
Gastos de viaje			

Agua			
Publicidad			
IGV			

8.8. Gastos administración

Concepto	UM	CANT.	C.U
Gasto de viaje			
Útiles de escritorio			

8.9. Activos tangible e intangibles

Concepto	Descripción
Terreno	
Construcción	
Licencia	
Herramientas y equipos	
-	
-	
-	
-	
-	