

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**

FACULTAD DE AGRONOMÍA Y ZOOTECNIA

CARRERA PROFESIONAL DE ZOOTECNIA



TESIS

**“EVALUAR LA PRODUCCIÓN DE CUYES EN LAS
COMUNIDADES CAMPESINAS DE CHICNAYHUA, KASCANI Y
PONGOÑA DEL DISTRITO DE YANAOCA, PROVINCIA DE
CANAS, REGIÓN CUSCO.”.**

PRESENTADO POR EL BACHILLER:

CESAR ALONZO ECHEGARAY PONCE DE LEON

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO ZOOTECNISTA**

ASESORES:

ING. MIGUEL AYALA CALDERON

ING. JHON RIVERA DEL CARPIO A.

CUSCO - 2014

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	2
1.1 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	2
1.2 PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.3 ÁREA GEOGRÁFICA.....	3
1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.6.1. OBJETIVO GENERAL.....	5
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.8. HIPOTESIS.....	6
1.8.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	6
1.8.2. HIPOTESIS SECUNDARIAS.....	6
CAPITULO II	8
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	8
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	8
2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.2.1. UNIDAD DE ANÁLISIS.....	8
2.2.2. UNIDAD DE OBSERVACIÓN.....	9
2.3. MÉTODO.....	9
2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	9
2.4.1. Población.....	9
CUADRO N° 01.....	10
2.4.2. Muestra.....	10
CUADRO N° 02.....	11
2.4.3. Duración de la investigación:.....	11
2.5. METODOLOGÍA.....	11
2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.....	12
2.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	12
CAPITULO III	14

3. MARCO TEORICO	14
3.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	14
3.1.1 Comercio Justo	14
3.1.2 Comercio Solidario.-	15
3.1.3 Economía Solidaria.-	17
3.1.4 Competitividad.-	18
3.1.5. Articulación.-	19
3.1.6. Redes de Comercio.-	19
3.1.7 Pequeño Productor.-	21
3.2. MARCO CONTEXTUAL	23
3.3. TÉCNICA DEL FODA	24
3.3.1 Matriz FODA para la formulación de estrategias	26
3.3.2 La Estrategia DA (Mini-Mini)	27
3.3.3 La Estrategia DO (Mini-Maxi)	28
3.3.4 La Estrategia FA (Maxi-Mini).	28
3.3.5 La Estrategia FO (Maxi-Maxi).	29
CUADRO N° 03	29
3.4 MATRIZ FODA	29
3.5 MARCO CONCEPTUAL	30
3.5.1. Economía Solidaria.-	30
3.5.2. Comercio Justo.-	30
3.5.3 Comercio Solidario.-	31
3.5.4 Competitividad.-	31
3.5.5 Capacidades Productivas.-	31
3.5.6 Estrategias Productivas.-	31
3.5.7 Articulación.-	31
3.5.8 Cadenas Productivas.-	32
3.5.9 Pequeño Productor Agropecuario.-	32
CAPITULO IV	33
4.1. DIAGNÓSTICO GENERAL DEL DISTRITO DE YANAOCA Y SUS COMUNIDADES CAMPESINAS DE CHICNAYHUA, KASCANI Y PONGOÑA	33
4.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA	33
4.3 ÁMBITO DE ESTUDIO	36
4.3.1 Límites y División Política:	36
4.3.2 La provincia de Canas está conformada por los siguientes distritos:	36
4.3.3 Vías de Comunicación	37
4.3.4 CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA DE ESTUDIO GEOLOGÍA Y GEOMORFOLOGÍA	37
4.3.4.1 TERRITORIO	37

4.3.4.2 CLIMA	38
4.3.4.3 MICROCLIMA.....	39
4.3.4.4 SUELOS.....	39
4.3.4.5 HIDROLOGÍA.....	41
4.3.4.6 VEGETACIÓN.....	41
4.3.4.7 FAUNA.....	42
4.3.4.8 RECURSOS MINEROS.....	42
4.3.5 CARACTERISCTICAS SOCIODEMOGRAFICAS	43
4.3.5.1 POBLACIÓN Y DENSIDAD	43
4.3.5.2 DENSIDAD POBLACIONAL.....	44
4.3.5.3 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	44
4.3.5.4 INDICADORES EDUCATIVOS DE LA POBLACIÓN	44
CUADRO N° 04.....	45
4.3.5.5 SALUD	47
4.3.5.6 ASPECTOS ECONOMICOS	49
CUADRO N° 05.....	54
4.3.5.7 VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	56
CAPITULO V.....	58
5. CARACTERISTICAS DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS.....	58
5.1 COMUNIDAD DE CHICNAYHUA	58
5.1.1 TRAZABILIDAD DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – CHICNAYHUA	58
CUADRO N° 06.....	59
5.1.2. RESUMEN:	59
5.2. COMUNIDAD DE KASCANI.....	60
5.2.1 TRAZABILIDAD DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – COMUNIDAD DE KASCANI.....	61
CUADRO N° 07	61
5.2.2. RESUMEN	62
5.3. COMUNIDAD PONGOÑA	62
5.3.1. TRAZABILIDAD OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – COMUNIDAD DE PONGOÑA	63
a. OBJETIVO:.....	63
CUADRO N°08.....	63
5.3.2. RESUMEN	64
CUADRO N° 09.....	64
COMPARATIVO DE PRECIOS.....	64
5.4. SISTEMATIZACIÓN DEL ANALISIS DE TRAZABILIDAD COMERCIAL ..	64

5.4.1. VENDEDOR DE REPRODUCTORES	64
5.4.2. PRODUCTOR DE CUYES	65
5.4.3. COMPRADOR INTERMEDIARIO (acopiador)	65
5.4.4. MERCADO Y DISTRIBUCION	66
5.4.5. CONSUMIDOR	66
5.4.6. FLUJO GRAMA DEL ANÁLISIS DE TRAZABILIDAD:	67
GRAFICO N° 01	67
5.5. ANALISIS FODA DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS	68
5.5.1 Lluvia de ideas:	68
5.5.2. Seguidamente el facilitador y los dirigentes ordénanos el FODA y es como sigue:	70
CUADRO N° 10.....	70
5.5.3. Lluvia de ideas en la comunidad de Kascani:	73
5.5.4. Seguidamente el facilitador y los dirigentes de la comunidad de Kascani ordenamos el FODA y es como sigue:	76
CUADRO N° 11.....	76
5.5.5. Lluvia de ideas en la comunidad de Pongoña:	79
5.5.6. Seguidamente el facilitador y los dirigentes de la comunidad de Pongoña ordenamos el FODA y es como sigue:	82
CUADRO N° 12.....	82
CAPITULO VI.....	87
DISCUSION	87
6.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNIDADES CAMPESINAS ESTUDIADAS	87
6.1.1 POBLACION	87
CUADRO N° 13.....	87
GRAFICO N°02.....	87
6.1.2 GÉNERO	88
CUADRO N° 14.....	88
GRAFICO N° 03.....	88
6.1.3 EDUCACION	89
CUADRO N° 15.....	89
GRAFICO N° 04.....	89
6.1.4 FORRAJE	90
CUADRO N° 16.....	90
GRAFICO N° 05.....	90
6.1.5 TERRENO	91
CUADRO N° 17.....	91
GRAFICO N° 06.....	91
6.1.6 POBLACIÓN DE CUYES	92

CUADRO N° 18.....	92
GRAFICO N° 07.....	92
6.1.7 EDAD.....	93
CUADRO N° 19.....	93
GRAFICO N° 08.....	93
6.1.8 PRECIOS.....	94
CUADRO N° 20.....	94
GRAFICO N° 09.....	94
6.1.9 PROMEDIO DE INGRESOS ANUALES POR COMUNIDAD.....	95
CUADRO N° 21.....	95
GRAFICO N° 10.....	95
6.2 ANALISIS FODA DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS.....	96
6.2.1 COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA: Resumimos las siguientes:.....	96
6.2.2 COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI: Resumimos las siguientes:.....	96
6.2.3 COMUNIDAD CAMPEISINA DE PONGOÑA.....	97
6.3 ANÁLISIS DE TRAZABILIDAD.....	97
6.3.1 COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA: En ella determinamos los canales y es como sigue:.....	97
6.3.2 COMUNIDAD CAMPESINA DE PONGOÑA: En ella determinamos los canales y es como sigue:.....	98
6.3.3 COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI: En ella determinamos los canales y es como sigue:.....	99
CONCLUSIONES:.....	101
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS.....	105
ANEXO N° 01.....	106
ANEXO N° 02.....	112
ANEXO N° 03.....	123
ANEXO N° 04.....	125
ANEXO N° 05.....	145
ANEXO N° 06.....	148

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realizó en el marco del enfoque del desarrollo humano sostenible y de la lucha contra la pobreza en los sectores rurales de la provincia de Canas, Región Cusco, con el fin de contribuir al fortalecimiento de las estrategias del mejoramiento en el desarrollo económico de las familias pobres, y esto se aplicó en las Comunidades Campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.

El Municipio del distrito de Yanaoca, busco alianzas estratégicas para aplicar y validar la estrategia de desarrollo económico local concertado y la articulación de las redes de comercio a las cadenas productivas competitivas, y estratégicas identificadas en el sub corredor económico del espacio de intervención de este distrito, para el desarrollo de las actividades necesarias y el logro de los fines y objetivos esperados en la crianza de cuyes.

La población meta, son las familias pobres de las comunidades campesinas mencionadas del distrito de Yanaoca, provincia de Canas Región Cusco, con potencialidades de articularse y mantenerse en el mercado local, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado regional a partir de los subsistemas urbanos o sistemas de ciudades intermedias y fortaleciendo el desarrollo de las cadenas estratégicas como son la actividad agropecuaria, turismo, la minería, entre otros.

El Municipio Provincial de Canas lleva a cabo cada año el presupuesto participativo y este trabajo será presentado a esta instancia y a diferentes instituciones para que sea optada como alternativa en la zona, para mejorar el tipo de estado situacional en el que se encuentran los pobladores, sobre todo en la crianza de cuyes.

CAPITULO I

1.1 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

1.2 PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Las Comunidades Rurales del distrito de Yanaoca, son comunidades del Ande peruano que atraviesan una serie de problemas y necesidades que no permiten su desarrollo.

Siendo importante conocer las actividades económicas de las comunidades campesinas del distrito de Yanaoca, para luego proponer alternativas en la provincia, siempre en base a estas actividades que realizan los comuneros de la zona a intervenir.

Las comunidades campesinas del distrito, tienen una actividad económica que es la crianza de cuyes, que es la base del sustento económico de las familias rurales, pero que esto tiene una serie de problemas y necesidades que los criadores campesinos no pueden como mejorar, ya que sus recursos no les permite.

Así mismo, es necesario señalar que en las comunidades ya mencionadas no realizan ningún tipo de trabajo o investigación referentes a esta actividad económica tan importante para las familias campesinas de estas comunidades.

Es por ello, muy importante realizar una investigación, para poder conocer toda la problemática a cerca de esta actividad económica de las familias campesinas, como es la comercialización, manejo, sanidad y muchos otros factores que no permiten un buen desempeño de esta actividad económica en las condiciones que tiene esta en la crianza de cuyes.

1.2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo se realizó en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña en el ámbito del distrito de Yanaoca, en la provincia de Canas de la Región Cusco, ubicada predominantemente en el piso altitudinal Suni o Jalca que significa región alta, con respecto a la Quechua, situada entre los 3,500 m. y los 4,000 m.s.n.m., que corresponde a los valles interandinos que rodean la región Cusco; los suelos son principalmente aluviales y el clima que define el carácter eminentemente agrícola y poco pecuaria, determinando que las actividades económicas desarrolladas estén circunscritas a la agropecuaria y artesanal, ofertando productos poco competitivos y destinados mayormente al autoconsumo.

El trabajo se desarrolló con la población rural, que al menos presenta una o varias necesidades básicas insatisfechas, entre ellas el limitado acceso a servicios básicos, servicios de salud a educación y/o formación formal y técnica para la vida con perspectiva empresarial, así como enfrentan fuertes restricciones en sus niveles de ahorro/capitalización y acceso al crédito.

1.3 ÁREA GEOGRÁFICA.

El trabajo se desarrolló en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña en el ámbito del distrito de Yanaoca, en la provincia de Canas de la Región Cusco.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

Está relacionado a las necesidades estratégicas del Municipio de Canas y a los sistemas de producción de las familias del sector rural, sin visión empresarial y poco competitiva.

Las familias del sector rural con apoyo de los Municipios vienen orientando el desarrollo de sus actividades productivas agropecuarias con el objetivo de incrementar el acceso, la disponibilidad y oportunidad de su producción para la seguridad alimentaria. Sin embargo no impulsan, complementariamente a esta estrategia, la producción de bienes y servicios agropecuarias competitivos, fácilmente convertibles en el mercado, cuyos ingresos podrían ser invertidos en la adquisición de alimentos básicos que no pueden ser producidos directamente por las familias, como las frutas que son fuentes de vitaminas, los azúcares, los lípidos, los aceites, entre otros. Las unidades productivas agropecuarias y los emprendimientos empresariales enfrentan problemas relacionados a la falta de desarrollo del potencial y capital humano, al desarrollo de sus capacidades gerenciales, de acceso a la incorporación y/o adaptación de las innovaciones tecnológicas y financieras, a los procesos de producción competitivo, a los sistemas de información y comunicaciones, identificación, prospección y su articulación a mercados.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación de las redes de comercio solidario para el marco de desarrollo local y Regional, con una estrategia de sostenibilidad socio cultural, económico, ambiental y político:

- Socio cultural, considerando aspectos culturales y sociales locales, reconociendo los roles de mujeres, hombres, adolescentes y jóvenes en las actividades económicas, desarrollar sus capacidades y apuntar a su empoderamiento con equidad de oportunidades, apuntando a una gestión democrática y transparente.

- Económico, logrando la rentabilidad de las unidades productivas y emprendimientos empresariales, apostando a su autogestión y generación de ingresos y el acceso a servicios de calidad aptos y oportunos que van a promover la demanda de la producción de las unidades productivas y emprendimientos empresariales.
- Ambiental, reduciendo riesgos y garantizando el uso productivo y sostenible de los RRNN (Recursos Naturales).
- Político, promoviendo la buena gobernabilidad local para generar condiciones favorables para el desarrollo de los negocios y el grupo entorno a ellos, como factor de la sostenibilidad.

1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. OBJETIVO GENERAL

- Evaluar las redes solidarias de la producción de Cuyes en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña del distrito de Yanaoca, provincia de Canas, región Cusco.

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar las bases de las redes solidarias en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.
- Elaborar el análisis FODA en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.
- Analizar las Redes de Comercio Solidario en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias campesinas y también la competitividad económica del gobierno local, mediante la búsqueda estratégica de oportunidades de mercado, servicios de asesoramiento técnico y acceso a información de mercados en beneficio de los pequeños productores de las redes de comercio solidario promovidas por la presente investigación, mediante el fortalecimiento de las estrategias de acceso al mercado de los pequeños productores.

Este trabajo dará nuevas ideas para contribuir y manejar de mejor manera el presupuesto económico designado a los Municipios por el MEF (Ministerio de Economía y Finanzas) para que los presupuestos participativos sean equitativos en su distribución económica y se financie proyectos que mejoren la calidad de vida de los pobladores del ámbito de trabajo del Municipio en mención.

1.8. HIPOTESIS.

1.8.1. HIPÓTESIS GENERAL

La implementación de las Redes Solidarias mejorara la economía de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.

1.8.2. HIPOTESIS SECUNDARIAS

- Se lograra elevar el nivel de adquisición económica del productor así como también potenciar sus capacidades productivas.

- Los productores al terminar estarán en la capacidad de apoyar la gestión de las oficinas de Desarrollo Económico Local del Municipio, para el beneficio de los miembros de las Redes de Comercio Solidario.
- La investigación fortalecerá las estrategias de acceso al mercado de los pequeños productores a través de las Redes de Comercio Solidario.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación será descriptiva, toda vez que estará encaminada a especificar las propiedades más importantes de la comunidad y de sus miembros, que integran el área de influencia del objeto de la evaluación, así como la del fenómeno sometido al análisis, es decir el impacto que tendrá nuestro aporte.

Este trabajo de investigación, es del tipo básico o pura, por cuanto todos los aspectos son teorizados, aunque sus alcances serán prácticos en la medida que se aplique la nueva propuesta estratégica para la gestión y el control de las Redes de Comercio Solidario que llevara a cabo en la Región.

2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación corresponde al diseño descriptivo y analítico de la población de productores de cuyes de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Pongoña y Kascani aplicando la formula estadística de la curva de la normal. Y que consiste en extrapolar los resultados obtenidos y hacer generalizaciones acerca de la población.

2.2.1. UNIDAD DE ANÁLISIS

- a. Familias campesinas productores de Cuy de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.
- b. Instituciones que apoyan directa e indirectamente a las familias campesinas productores del Cuy.

2.2.2. UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Trabajos, actividades y estrategias que realizan las familias campesinas productoras de cuy.

2.3. MÉTODO

Se ha trabajado con un conjunto de procedimientos que han permitido abordar el tema de investigación, que es la de “Evaluar las redes solidarias de la producción de cuyes en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña del distrito de Yanaoca, provincia de Canas, Región Cusco.”. En el desarrollo de la tesis se ha aplicado el método científico porque es fiable y se ha adaptado a la particularidad del tema.

Como técnicas, se han utilizado la observación, la entrevista, talleres participativos y el FODA, para en base a ello caracterizar la producción de cuyes en las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña del distrito de Yanaoca, todo esto como fuente primaria y como fuente secundaria los documentos existentes con relación al tema de investigación.

Para el proceso de análisis de los resultados, se ha utilizado la estadística descriptiva, que ha servido para la elaboración de cuadros que permiten una interpretación cuantitativa y cualitativa.

2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.4.1. Población

Está conformada por todos los productores de cuyes de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña que consta de 71 productores de cuyes.

CUADRO N° 01

Familias productoras de Cuy de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña.

Comunidad	Productores
Chicnayhua	10
Kascani	22
Pongoña	39
TOTAL	71

Fuente: Elaboración propia

2.4.2. Muestra

La muestra es probabilística estratificada y seleccionada al azar de la totalidad de las familias productores de Cuy de las comunidades campesinas de Chicnayhua, Kascani y Pongoña del distrito de Yanaoca. Para esto se hizo un censo de todos los productores de Cuy de las 3 comunidades campesinas.

La muestra seleccionada está conformada por 61 socios o familias productores de Cuy.

Para la determinación de la muestra para la investigación, se ha realizado un cálculo estadístico para determinar la muestra, aplicando la formula estadística de la curva normal y es como sigue:

$$N = \text{Población}$$
$$n = \frac{71(0,5)(0,5)}{\left[\frac{0,05^2}{1,96^2} \right] (71-1) + (0,5)}$$

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{\left[\frac{ME^2}{NC^2} (N-1) \right] + p \cdot q}$$

n = muestra

p = 0,5

q = 0,5

ME = 0,05

NC = 95%

Zc = 1,96

$$n = \frac{71(0,25)}{\frac{0,0025}{3,84}(70) + (0,25)}$$

$$n = \frac{17,75}{0,00065 \times 70 + (0,25)}$$

$$n = \frac{17,75}{0,046 + (0,25)} \quad n = \frac{17,75}{0,29} = 61 \quad n = \frac{n}{N} = \frac{61}{71} = 0,86$$

Muestra según el Tamaño de la Muestra por Estrato

CUADRO N° 02

Comunidades (Estrato)	Muestra (Población)	Proporción de la estratificación	Tamaño de la muestra (Pobladores)
Chicnayhua	10	0.86	9
Kascani	39	0.86	33
Pongoña	22	0.86	19
TOTAL	71		61

2.4.3. Duración de la investigación:

La investigación se realizó desde el mes de diciembre del 2012 hasta marzo del 2013.

2.5. METODOLOGÍA

La investigación busca el fortalecimiento del Municipio, también está orientado a asesorar acciones que contribuyan en el éxito de las redes de comercio solidario.

Desarrollamos el diseño de la metodología de la siguiente manera:

1. Tres talleres sobre el FODA en la comunidad de Chicnayhua el 13 de diciembre del 2012; en la comunidad de Kascani el 20 de diciembre del 2012 y por último en la comunidad de Pongoña el 27 de diciembre del 2012.

2. Desarrollamos tres talleres sobre "Análisis de territorio, cadenas y líneas de negocio de cuyes en la comunidad de Chicnayhua el día 04 de enero del 2013 en la comunidad de Kascani el 10 de enero del 2013 y por último en la comunidad de Pongoña el 24 de enero del 2013.

2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.

Encuestas.-

Se aplicó encuestas a los pequeños productores de acuerdo a la muestra estadística, estos productores son potenciales miembros de las Redes de Comercio Solidario, el objeto de la práctica de la encuesta es obtener información sobre los aspectos relacionados con la investigación tales como identificar el estatus educativo socio-económico y conocer las capacidades de los pequeños productores, además mediante esta encuesta se realizó el mapeo de actores, potencialidades y de territorios.¹

Análisis documental.-

Se utilizó esta técnica para analizar las normas y operacionalizar las variables (diseño de trazabilidad) así como también se hizo una revisión bibliográfica de algunos autores que dieron luces sobre el tema de Redes Solidarias y otros aspectos relacionados con la investigación.

2.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Las técnicas de análisis y procesamiento de la información se analizó a través de los métodos, de análisis cualitativo.

- Aplicación de encuestas

¹ Revisar Anexo N°1

- Ordenamiento y clasificación de encuestas.
- Presentación, análisis e interpretación de datos.
- Registro manual de datos.
- Redacción del documento.

CAPITULO III

3. MARCO TEORICO

3.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Comercio Justo

Aparece en Europa para identificar a un movimiento social que busca incorporar justicia y solidaridad en los intercambios comerciales de carácter internacional. La solidaridad de los consumidores europeos y norteamericanos con los pequeños productores de algunos países de Asia, África y América Latina se basa en los siguientes criterios mínimos:

- a) Establecer una relación directa entre productores y consumidores, evitando en lo posible la intervención de intermediarios y especuladores.
- b) Brindar un precio justo que permita al productor y su familia vivir dignamente de los frutos de su trabajo.
- c) Respetar las condiciones de trabajo de los productores (cuando son trabajadores asalariados) correspondientes al mínimo de las normas internacionales de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) o de las normas del país, si éstas son superiores a las de la OIT, así como respetar el derecho de asociación y prohibir el trabajo forzado.
- d) Autorizar financiamientos parciales antes de la cosecha, si los productores así lo piden.
- e) establecer relaciones contractuales de largo plazo, basadas en el respeto mutuo y los valores éticos.

El Comercio Justo, no es sólo una relación comercial, busca ser una relación de cooperación y colaboración entre los productores del Sur y los importadores del Norte, basada en la igualdad y el respeto mutuo. En el Comercio Justo, el

consumidor consciente adquiere no sólo productos, sino también relaciones de compromiso con los productores al estar informado del origen del producto, del contenido y principios ético, social y medioambiental. (COTERA FRETTEL. Alfonso Comercio Justo Sur-Sur, Lima 2009)

Como se sabe el comercio equitativo o solidario es una alianza comercial que busca mayor equidad en el comercio Norte-Sur. Contribuye a solventar las desventajas de productores desfavorecidos, incrementando el acceso a mercados y promoviendo un proceso de desarrollo sostenible. El comercio equitativo trabaja creando medios y oportunidades, mejorando condiciones de vida y de trabajo. El movimiento de comercio equitativo está involucrado en forma activa en apoyar a productores, realizar acciones de sensibilización y cabildeo para lograr cambios en las normas y prácticas del comercio nacional e internacional.

La esencia de lo que es el Comercio Justo es trabajar con los productores y trabajadores marginados para ayudarles a salir de una posición de exclusión y vulnerabilidad y para que logren una posición de mayor seguridad y autosuficiencia económica a través del gradual empoderamiento hacia un papel activo en un comercio más equitativo. (COSCIONE Marco. Comercio Justo, Una Alianza Estratégica para el Desarrollo de América Latina, Lima 2008)

3.1.2 Comercio Solidario.-

La red de comercio solidario aglutina a productores, importadores, empresas y consumidores de más de 40 países en África, Asia, América Latina, Europa, Estados Unidos, Japón, Australia y Nueva Zelanda. Los productos del comercio solidario son vendidos a través de Tiendas Mundiales, supermercados, e

importadores que poseen sus propias tiendas al detalle y además abastecen el mercado institucional. El volumen total del Comercio Solidario tan sólo en Europa representa aproximadamente 300 millones de dólares.

Los productores, importadores, tiendas mundiales e instancias de registro y certificación del comercio equitativo, están organizadas a nivel internacional en cuatro instancias: FLO (Organización Internacional para Sellos de Comercio Equitativo), IFAT (Federación Internacional de Comercio Equitativo), NEWS (Red de Tiendas Mundiales Europeas) y EFTA (Asociación Europea de Comercio Equitativo), quienes en 1998 han conformado FINE, una iniciativa para mejorar y promover una cooperación más cercana para todo el comercio equitativo, desarrollando un sistema de monitoreo armonizado e integrado basado en la definición de criterios comunes de comercio equitativo.

En los últimos años, el comercio equitativo ha venido encaminando acciones concretas para el desarrollo de estándares internacionales, los cuales deberán ser enlazados con indicadores y con mecanismos de monitoreo y verificación para garantizar la credibilidad ante los consumidores del cumplimiento de los principios y criterios del comercio equitativo:

Cumplimiento y condiciones mínimas laborales, transparencia, ética, empleos e igualdad de oportunidades, protección de la niñez, mejora de la posición de la mujer, preocupación por el medio ambiente, respeto a la identidad cultural de los productores, educación y capacitación, acceso al mercado, relaciones en el marco de solidaridad, confianza y respeto mutuo. Estos estándares de comercio equitativo deberán a su vez considerar normas internacionales, estándares de calidad de productos y procesos, logística, legislación, etc.

(CORDÓN Ileana. Comercio Solidario Para Los Productos De La Microempresa, Lima 2001.)

3.1.3 Economía Solidaria.-

La economía solidaria en el Perú y en la mayoría de países del sur del hemisferio surge a partir de las experiencias de pobladores y pobladoras de la ciudad y el campo en su lucha cotidiana por sobrevivir y mejorar sus condiciones de vida en base al apoyo mutuo, organizándose de muy variadas formas para acceder a un espacio en la economía existente, compartiendo los beneficios económicos, sociales, culturales de esa participación pequeña aún en dicha economía.

Surge a partir de la economía popular definida ésta como el conjunto de actividades de producción, distribución o consumo que realizan estas personas y organizaciones sea para auto-generar ingresos, empleo o bien para reducir los costos de vida accediendo a bienes básicos (alimentos, medicinas, vivienda, servicios básicos, etc.).

Cuando la economía popular antes descrita pone en juego como elemento central el apoyo mutuo, la cooperación y diversas formas de compartir (conocimientos, mercados, tecnología), coloca en escena una "Economía Popular Solidaria"; en cuyo caso las personas que participan en ella cultivan y desarrollan, a diversos grados, el VALOR de la SOLIDARIDAD. La estrategia en este caso es maximizar el factor solidario para lograr la satisfacción de las necesidades básicas y generar acumulativamente procesos de desarrollo. (ORTIZ ROCA Humberto. Economía Popular, Economía Solidaria, Fuerza Para El Desarrollo Humano en el Perú Y en el Sur del Mundo, Lima 2005).

3.1.4 Competitividad.-

En estas instancias se realizara una planificación que facilita al pequeño productor de forma asociativa para alcanzar la competitividad necesaria, ya que le permite definir la cantidad y el momento de ofrecer sus productos, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes y el equilibrio que debe haber entre la producción y los recursos disponibles (IICA/PRODAR. Curso de Gestión de Agro negocios en Empresas Asociativas Rurales, Lima 2008.).

Se presenta que la competitividad es la capacidad de un producto para mantenerse en el mercado través del tiempo, una forma de alcanzarla es mediante la acción y esfuerzo eficiente de los componentes involucrados en la producción y en las actividades que ocurren hasta llegar al consumidor final.

Uno de los elementos claves en el incremento de la competitividad de los negocios agrícolas en las Américas y el Caribe es, sin duda, la información de mercado, entendida como aquella información que puede ayudar a los tomadores de decisiones en la producción y comercialización de productos agrícolas e integra datos acerca de las necesidades de los consumidores. Esta información incluye, además, referencias acerca del comportamiento de los precios y volúmenes de los productos agrícolas, reportes empresariales de mercado, estimaciones de cosecha y hasta reportes climatológicos, entre otros.

El personal de las agro empresas debe desarrollar constantemente sus capacidades. En la medida en que no desarrollen sus conocimientos y destrezas, perderán competitividad y tendrán menos posibilidades de posicionarse en los mercados. Las capacitaciones en el uso y mantenimiento de los equipos y la infraestructura, así como en la propia gestión agro empresarial, son necesarias y deben ser planificadas y aprovechadas todos los

años. Al mismo tiempo, existe el riesgo del abandono de labores por parte del trabajador, por lo que la agro empresa deber disponer de gente capacitada para el relevo y así evitar efectos negativos en las actividades técnicas y administrativas por este motivo. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe.)

3.1.5. Articulación.-

Proceso amplio que une a organizaciones de productores y facilita los mecanismos para el fortalecimiento efectivo de sus capacidades de negociación, experiencia que ha reducido el círculo de dependencia con los intermediarios. Se garantiza así el incremento efectivo de sus ingresos familiares netos, el desarrollo de capacidades profesionales y el fortalecimiento de sus experiencias asociativas. (COTERA FRETTEL Alfonso. Comercio Justo Sur-Sur, Lima 2009).

3.1.6. Redes de Comercio.-

Una de las estrategias centrales de los proyectos es acercar a las organizaciones de productores con las instituciones públicas y privadas que prestan servicios de apoyo, con el objetivo de facilitar el conocimiento y el acceso a programas e instrumentos de capacitación, asistencia técnica y financiamiento. Esto se efectuó a través de las redes de cooperación local.

Desde esta perspectiva, merece destacarse el proceso por medio del cual se facilitó la articulación entre el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y las organizaciones de productores de melocotón y palta, así como con los

criadores de ganado vacuno para aplicar y mejorar el control de sanidad vegetal y animal, respectivamente.

Del mismo modo, mediante la generación de capacidades y el acercamiento, se promovió y se facilitó la participación de productores y emprendedores rurales en espacios de concertación local, como la Mesa de Diálogo Agraria de la Provincia de Huaura, la Mesa de Desarrollo Agrario de Huaura y la Mesa de Desarrollo de las Comunidades Campesinas. Esto permitió la identificación y gestión de proyectos de inversión y, a mediano y largo plazo, un fortalecimiento del capital social del territorio.

Desde un principio, las redes prestaron apoyo para que las organizaciones de crianza de cuyes y ganado, y productores de palta, melocotón, vid y vino, y artesanía de junco se contactaran con instituciones públicas y privadas, a fin de que estas les brinden servicios de capacitación y asistencia técnica. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe).

Así en Huaura implemento el proyecto “Red de pueblos-fortalecimiento de capacidades económico - productivas locales en la provincia de Huaura”. Para ello se dispuso del financiamiento y apoyo técnico de la Corporación Andina de Fomento (CAF) de acuerdo con los principios del enfoque territorial de desarrollo rural, definido como “un proceso de transformación multidimensional (económica, socio-cultural, ambiental y político institucional) que se centra en el individuo, que busca competitividad, equidad en las relaciones, identidad cultural, sostenibilidad en el empleo de los recursos y gobernabilidad democrática, y que basa su accionar en el aprovechamiento de los recursos

locales, la inclusión, la cooperación público-privada y la corresponsabilidad en la gestión del desarrollo local.”

Una de las estrategias centrales de nuestra investigación fue acercar a las organizaciones de productores con las instituciones públicas y privadas que prestan servicios de apoyo, con el objetivo de facilitar el conocimiento y el acceso a programas e instrumentos de capacitación, asistencia técnica y financiamiento. Esto se efectuó a través de las redes de cooperación local.

Desde esta perspectiva, merece destacarse el proceso por medio del cual se facilitó la articulación entre el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y las organizaciones de productores de melocotón y palta, así como con los criadores de ganado vacuno para aplicar y mejorar el control de sanidad vegetal y animal, respectivamente.

Del mismo modo, mediante la generación de capacidades y el acercamiento, se promovió y se facilitó la participación de productores y emprendedores rurales en espacios de concertación local, como la Mesa de Diálogo Agraria de la Provincia de Huaura, la Mesa de Desarrollo Agrario de Huaura y la Mesa de Desarrollo de las Comunidades Campesinas. Esto permitió la identificación y gestión de proyectos de inversión y, a mediano y largo plazo, un fortalecimiento del capital social del territorio. (PANCORBO Gina Y FEBRES María. Fortalecimiento de Negocios Rurales en Huaura – Perú 2004).

3.1.7 Pequeño Productor.-

Las iniciativas promovidas desde programas como PRODERM² durante la década de los ochenta, generaron cambios sustantivos en la estructura

² PRODERM (Proyecto de Desarrollo Rural en Microrregiones) fue un proyecto de desarrollo rural financiado por Holanda, la Comunidad Económica Europea y el estado peruano, operando en el Departamento de Cusco

productiva de la región mucho más en los pequeños productores ya que estos comenzaron a obtener mayores beneficios por parte de diferentes instituciones y el mismo estado. Dichos programas de desarrollo privilegiaron en una primera etapa las iniciativas de crédito supervisado para luego poner mayor énfasis en inversión en infraestructura, capacitación técnica y promoción de las organizaciones locales.

Tal como se señala la articulación comercial del territorio depende de manera crítica de la vía que une a Cusco con Sicuani. En términos de accesibilidad a mercados regionales, cabe mencionar que los tiempos de transporte de Canas a Cusco se han reducido apreciablemente en los últimos 15 años. En visitas años atrás (1989 -1994) se realizaban con una duración promedio de 5 horas, Actualmente, por el contrario, fuera del tramo de camino afirmado de razonable calidad que articula Canas con la carretera principal, todo el resto de la vía es una vía departamental asfaltada en muy buen estado de conservación, lo que permite que se pueda llegar al Cusco en alrededor de tres horas. Sicuani se encuentra también a tres horas de distancia aproximadamente. Estos cambios en accesibilidad habrían generado importantes cambios en las dinámicas económicas y sociales de la zona. El mercado local más importante es aquel que se desarrolla en el distrito de Combapata³, mientras que los mercados regionales relevantes son el de Sicuani al sur y el de la ciudad del Cusco al norte.

Con relación a Combapata, la feria de los domingos no se limita al intercambio comercial, sino que incorpora actividades sociales, culturales y religiosas. La feria se organiza en tres espacios, el primero ubicado en la plaza reservado

³ Distrito Combapata es uno de los ocho distritos de la Provincia de Cuzco, ubicada en el Departamento de Cusco, perteneciente a la Región Cuzco.

para la venta de vestidos y alimentos preparados, el segundo es el mercado de frutas y verduras (incluidos los insumos para los pagos a la tierra y otros rituales) donde coexisten la compra-venta y el trueque, y un tercero en la parte baja del pueblo que se denomina La Tablada reservado para la compraventa de ganado, especialmente ganado vacuno. (ESCOBAL Javier. Una mirada de largo Plazo a la Economía Campesina en los Andes, CIES 2010).

Las políticas son la base para disponer de estrategias para la gestión alimentaria de largo plazo y tácticas para la gestión operativa o de corto plazo. Con estos elementos se facilita la seguridad alimentaria del país. (MEDINA PAJARES, Carla Andrea Tesis: "Seguridad Alimentaria: Políticas, Estrategias y Tácticas para su efectividad social", Lima 2004).

.Se buscan la filosofía, principios, políticas y estrategias para llevar a cabo la gestión corporativa como forma de alcanzar el mejoramiento continuo en el Programa Nacional de Apoyo Alimentario. (VEGA MONTEAGUDO, Pamela Daniela Tesis: "PRONAA: Gestión corporativa para el mejoramiento continuo" Lima 2003.)

3.2. MARCO CONTEXTUAL

No hay duda que estas zonas, como buena parte del sector rural de la sierra del Perú han enfrentado numerosos eventos en las últimas tres décadas que deben haber generado profundas transformaciones en la estructura familiar, en la estructura económica y social y en las formas de articulación de la economía de la "comunidad campesina"⁴ a los mercados de productos y factores. Por

⁴ **Comunidad Campesina** es el conjunto de familias que viven en un territorio delimitado, donde la propiedad de la tierra pertenece al grupo de familias. Las comunidades se caracterizan por: el control de un espacio físico que permite a sus miembros acceder al recurso tierra de ese espacio; el mantenimiento de una forma comunal, basada en un orden y sistema de parentesco, en la reciprocidad y en la prestación de servicios; y la preservación de rasgos socioculturales, que les permiten mantener un patrón estructural que las identifica dentro de la estructura social peruana, y por la cual mantienen una identidad propia.

citar solo algunos de los eventos más importantes cabría señalar aquí la guerra interna desatada por Sendero Luminoso que afectó severamente a las diferentes zonas de intervención de la investigación; la hiperinflación, crisis y ajuste macroeconómico ocurrido durante la segunda mitad de la década de los ochenta y primera mitad de la década de los noventa que afectó fuertemente la estructura de precios relativos que enfrenta la economía campesina; y, los profundos cambios demográficos, vinculados a una reducción en la tasa de natalidad, cambio en los patrones migratorios y fenómenos como el de la doble residencia que amplían el abanico de opciones de la población campesina. Cada uno de estos fenómenos por su magnitud debe haber tenido impactos importantes en la manera de articulación de la economía campesina con los mercados.

3.3. TÉCNICA DEL FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y debilidades de la organización, así como las Oportunidades y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización interna, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre las cuales la organización no tiene ningún control. Para analizar el FODA institucional debe realizarse siguiendo un orden primero las Fortalezas y oportunidades y segundo las amenazas y debilidades, porque al detectar primero las amenazas que las debilidades, la organización pone atención a las amenazas y desarrolla las estrategias convenientes para poderlas contrarrestar y con ello va

disminuyendo el impacto de las debilidades. Así cuando la organización toma conciencia de las amenazas, ésta aprovecha de manera más integral las fortalezas como las oportunidades que tiene.

Por otro lado las fortalezas y debilidades incluyen también los aspectos fuertes y débiles de la organización y de sus productos. Asimismo algunas oportunidades y amenazas se desarrollarán en base a las fortalezas y debilidades de la organización y sus productos, aunque la mayoría derivan del ambiente del mercado y de la competencia presente y futura.

Sin embargo el FODA como técnica para la planificación, permite a la organización contar con información proveniente de las personas involucradas con la organización, quienes aportan ideas con intuición y creatividad, que son la parte fundamental para el proceso de análisis.

Así el FODA es una técnica para el análisis de problemas de contexto de la planeación en las organizaciones, que requiere del análisis de los diferentes elementos que forman parte del funcionamiento interno de la organización y que puedan tener implicaciones en su desarrollo, como pueden ser los tipos de productos o servicios que ofrece la organización, determinando en cuáles se tiene ventaja comparativa con relación a otros proveedores, ya sea debido a las técnicas desarrolladas, calidad, cobertura, costos, reconocimiento por parte de los clientes, etc.; la capacidad gerencial con relación a la función de dirección y liderazgo; así como los puntos fuertes y débiles de la organización en las áreas administrativas. Los ítems pueden incrementarse de acuerdo a las percepciones que se tengan del entorno organizacional por parte de quienes realicen el diagnóstico. Por otro lado para el diseño de estrategias, en actualidad existen un buen número de matrices para la detección de las

relaciones entre las variables más importantes. (<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/141/14100903.pdf>, capturado en línea el 19 de marzo del 2011) .

3.3.1 Matriz FODA para la formulación de estrategias

Una vez que se obtenga las Oportunidades y Amenazas, las Debilidades y Fortalezas, y la Matriz de Perfil Competitivo, ya se puede diseñar el plan estratégico, es decir, proponer los Objetivos Estratégicos y diseñar las estrategias a mediano y largo plazo; las metas y las políticas a corto plazo.

Con todos los elementos mencionados anteriormente, se construye recién el matriz FODA, que viene de F: Fortalezas; O: oportunidades; D: Debilidades; A: Amenazas. Esta matriz consiste en una tabla de doble entrada y nos permite contrastar los factores clave externos: oportunidades y amenazas con los factores internos: las fortalezas y debilidades, para con ello plantear los objetivos y diseñar las acciones de acción que son las estrategias. Así la matriz FODA consiste en cruzar toda esta información.

La Matriz FODA es un marco conceptual para un análisis sistemático que facilita el apareamiento entre las amenazas y oportunidades externas con las debilidades y fortalezas internas de la Organización.

(García López, teresa y Milagros Cano Flores. El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. En <http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/foda1999-2000.pdf>, capturado en línea el 19 de marzo del 2011).

La identificación de las fortalezas y debilidades de las compañías, así como de las oportunidades y amenazas en las condiciones externas, se considera como

una actividad común de las Empresas. Sin embargo lo que generalmente se ignora es que la combinación de estos factores puede requerir de distintas decisiones estratégicas. El punto de partida del modelo son las amenazas dado que en muchos casos las compañías proceden a la planeación estratégica como resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas. (Alvarado Martínez, Tomas Everand. Metodología para la elaboración de un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria. México, 2001).

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

La Matriz FODA nos indica cuatro estrategias alternativas conceptualmente distintas. En la práctica, algunas de las estrategias se traslapan o pueden ser llevadas a cabo de manera concurrente y de manera concertada. Pero para propósitos de discusión, el enfoque estará sobre las interacciones de los cuatro conjuntos de variables.

(García López, teresa y Milagros Cano Flores. El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. En <http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/foda1999-2000.pdf>, capturado en línea el 19 de marzo del 2011).

3.3.2 La Estrategia DA (Mini-Mini)

El objetivo de la ESTRATEGIA DA (Debilidades –vs.- Amenazas), es minimizar tanto las debilidades como las amenazas. Una institución que se enfrenta sólo

a amenazas externas y debilidades internas, puede encontrarse en una situación totalmente precaria, tendrá que luchar por su supervivencia o llegar hasta su liquidación. Sin embargo, existen alternativas, por ejemplo, reducir operaciones buscando sobreponerse a sus debilidades o esperando tiempos mejores, cuando desaparezcan esas amenazas (a menudo esas son falsas esperanzas). Sin embargo, cualquiera que sea la estrategia seleccionada, la posición DA se deberá siempre tratar de evitar.

3.3.3 La Estrategia DO (Mini-Maxi)

La segunda estrategia, DO (Debilidades –vs- Oportunidades), intenta minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. Una institución podría identificar oportunidades en el medio ambiente externo pero tener debilidades organizacionales que le eviten aprovechar las ventajas del mercado.

3.3.4 La Estrategia FA (Maxi-Mini).

Esta estrategia FA (Fortalezas –vs- Amenazas), se basa en las fortalezas de la institución que pueden copar con las amenazas del medio ambiente externo. Su objetivo es maximizar las primeras mientras se minimizan las segundas. Esto, sin embargo, no significa necesariamente que una institución fuerte tenga que dedicarse a buscar amenazas en el medio ambiente externo para enfrentarlas. Por lo contrario, las fortalezas de una institución deben ser usadas con mucho cuidado y discreción.

3.3.5 La Estrategia FO (Maxi-Maxi).

A cualquier institución le agradecería estar siempre en la situación donde pudiera maximizar tanto sus fortalezas como sus oportunidades, es decir aplicar siempre la estrategia FO (Fortalezas –vs- Oportunidades) Tales instituciones podrían echar mano de sus fortalezas, utilizando recursos para aprovechar la oportunidad del mercado para sus productos y servicios. (INVESCA S.A.C. Productos y servicios para las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú. (García López, teresa y Milagros Cano Flores. El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. En <http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/foda1999-2000.pdf>, capturado en línea el 19 de marzo del 2011).

CUADRO N° 03

3.4 MATRIZ FODA

Factores Externos	Factores Internos	Lista de Fortalezas	Lista de Debilidades
		F 1 F 2 Fn	D 1 D 2 D r
Lista de Oportunidades O1 O2... Op		FO (Maxi-Max) Estrategia para maximizar tanto las F como las O 1. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx ⁵ (O1, O2, F1, F3	DO (Mini-Maxi) Estrategia para minimizar D y maximizar las O 1. Xxxxxxxxxxxxxxxxxx (O1, O2, D1, D3...)
Lista de Amenazas A1 A2...		FA (Maxi-Mini) Estrategia para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas 1. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	DA (Mini-Mini) Estrategia para minimizar tanto las A como las D 1. Xxxxxxxxxxxxxxxxxx (O1, O2, A1, A3...)

Fuente: <http://www.invesca.com/capacitacion-pyme/INVESCA-PLANEAMIENTO-ESTRATEGICO/INVESCA-PLANEAMIENTO-ESTRATEGICO-GUIA>

⁵ (xxxxxx) en la investigación significa número de fortalezas o debilidades que existen.

Hasta aquí, los factores expuestos de la matriz FODA atañen al análisis de un punto temporal en particular. Pero las condiciones externas e internas son dinámicas: algunos factores cambian con el paso del tiempo, mientras que otros sufren modificaciones mínimas. A causa de éste dinamismo, los diseñadores de estrategias deben elaborar varias matrices FODA correspondientes a distintos puntos temporales. (PAZ GUILLEN Guillermo y MELGAR PAZ Walter 2002, Planificación Estratégica del Desarrollo Local”).

3.5 MARCO CONCEPTUAL

3.5.1. Economía Solidaria.-

La economía solidaria es favorecer la expansión de cada ser humano y permitir que cada uno obtenga lo mejor posible, a lo largo de su vida, el tiempo dedicado a la formación, a una actividad remunerada, al voluntariado y a la vida familiar o personal así también la economía solidaria es una vía alternativa y prometedora para el conjunto de la sociedad, está basada en la tolerancia, la libertad, la democracia, la transparencia, la igualdad y la salida hacia un mundo mejor y más repartido económicamente.

3.5.2. Comercio Justo.-

El comercio justo es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

3.5.3 Comercio Solidario.-

Comercio Solidario pretende ayudar recaudando dinero y/o haciendo colectas para apoyar a los más necesitados.

3.5.4 Competitividad.-

Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

3.5.5 Capacidades Productivas.-

El término "capacidad" denota aptitud, talento o cualidad que dispone a alguien para el buen ejercicio de algo. Ese algo a los fines de esta ponencia se refiere a la producción de bienes y servicios, por lo cual para darle la significación pretendida se utiliza el adjetivo "productiva" en su acepción referida a la virtud de producir, es decir, engendrar, procrear, criar, no limitándose tan solo a la transformación de bienes sino, también, incluyendo al intercambio.

3.5.6 Estrategias Productivas.-

Conjunto de decisiones sobre los objetivos, políticas y programas de acción en producción, coherentes con la misión del negocio, a través de las cuales una empresa compite y trata de obtener cierta ventaja sobre la competencia.

3.5.7 Articulación.-

Se orienta a lograr que los pequeños comerciantes del sector comercio, mercados de abasto en específico, implementen un sistema de compras en

conjunto que les permita negociar con el proveedor precios más competitivos y productos de calidad.

3.5.8 Cadenas Productivas.-

Se refiere a todas las etapas comprendidas en la elaboración, distribución y comercialización de un bien o servicio hasta su consumo final.

3.5.9 Pequeño Productor Agropecuario.-

Es quien dirige la explotación agropecuaria, trabaja directamente en ella y no posee trabajadores no familiares remunerados permanentes.

CAPITULO IV

4.1. DIAGNÓSTICO GENERAL DEL DISTRITO DE YANAOCA Y SUS COMUNIDADES CAMPESINAS DE CHICNAYHUA, KASCANI Y PONGOÑA

4.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA

El nombre original o autóctono de CANAS es K'ANA (Angles 1983), esta palabra es de origen Aymara y Significa LUZ, CLARIDAD, LUMINOSIDAD. En Quechua K'ana es equivalente a Kánchay que Significa ALUMBRAR, ILUMINAR.

La Actual palabra de Canas deriva de la voz Aymara y no así de la voz quechua Kánchay. La voz aymara K'ana está vigente en el vocabulario de los pueblos que todavía hablan este idioma. En cambio en el quechua no existe la palabra K'ana con el sonido enfatizado en la letra "K" otros autores como Germán Linares Gutiérrez nos dice: "la palabra Canas deriva de la voz quechua Kanac, que significa Incendiario nombre que dieron a los de la región por la forma que tenían que combatir incendiando a su contrincantes"

Es así que de la provincia de Canas ha tenido variaciones a través de la Historia, en la época pre-hispánica se denominaba K'ana Waman o K'ana k'iti que quiere decir Provincia de K'ana.

En la época de la colonia se denominó Provincia de Canas - Canchis o corregimiento de Canas - Canchis, con su capital Tinta debido a su similitud étnica, geográfica - Histórica y raíz común cultural.

En la época Republicana la provincia tomo las siguientes denominaciones:

En los primeros años de la República desde el 26 de abril de 1822 hasta el 14 de Octubre de 1833 se le denomino Provincia de Tinta según el Decreto de José Torre Tagle, siendo su Capital Tinta. Luego por ley N° 1352 de la fecha 14

de Octubre de 1833, fraccionó a la Provincia de Tinta en dos Provincias: Canas y Canchis.

Por ley de 13 de agosto de 1834 se designó al pueblo de Coporaque, como Capital de la Provincia de Canas. Por ley del 17 de Enero de 1863 elevó al pueblo de Yanaoca a la categoría de Villa, disponiéndose como nueva capital de la Provincia de Canas. De lo expuesto se infiere que el pueblo de Coporaque fue capital de la Provincia de Canas por un lapso de 29 años desde 1834 - 1863. Se tiene conocimiento que desde el 14 de octubre de 1833 hasta el 14 de octubre de 1834 la capital de la Provincia de Canas fue Instalada en el pueblo de Checca, actual Distrito de Checca de la Provincia de Canas.

Los distritos con que fue creado la Provincia de Canas en un primer instante fueron: Yanaoca, Checca, Langui, Coporaque, Pichigua y Yauri.

Con posterioridad en 1833 fueron creados los distritos: Pampamarca por ley del 29 de agosto de 1834, que pertenecía a la Jurisdicción de Canchis: por ley N° 2542 del 17 de noviembre de 1917, el indicado distrito fue anexado a la Provincia de Canas; por esta misma ley fue creado el distrito de Quehue separándose del Distrito de Checca y por Ley N° 1963 de la fecha 01 de setiembre de 1941 fue creado el distrito de Túpac Amaru teniendo como capital al pueblo de Tungasuca. Por ley del 02 de enero de 1957 fue creado el distrito de Layo. Así por ley del 26 de Octubre de 1868 se creó el distrito de Langui; por ley N° 13484 de fecha 07 de enero de 1961 fue creado el último distrito de la Provincia de Canas que corresponde al Distrito de Kunturkanqui, y el distrito más antiguo de la Provincia de Canas es Checca, el mismo que fue creado en 1595.

Como veremos Espinar siempre fue K'ana desde los inicios de la cultura Inca. A pesar de la separación de las Provincias de Canas y Espinar se mantiene vigente el sentimiento caneño de ambas Provincias hermanas y la demostración más objetiva lo constituyen sus innatos orígenes de etnia cultural. Por disposición de ley N° 2542 de fecha 17 de noviembre de 1917 la Provincia de Canas debido a las motivaciones Políticas fue nuevamente fraccionada en dos Provincias Canas y Espinar. La primera con su capital de Yanaoca y la segunda con su capital de Yauri, como consecuencia de este fraccionamiento Canas quedo conformado por distritos de Yanaoca, Pampamarca, Túpac Amaru, Langui, Layo, Checca, Quehue y Kunturkanqui.

La provincia de Canas Se encuentra ubicada a cuatro horas del Cusco cerca de los 4.000 metros de altura. Para llegar se toman unos ómnibus que salen una vez por semana o vehículos que solo llegan hasta el distrito de Combapata en la provincia de Canchis. De allí, por solo dos soles, deben tomarse otro transporte para llegar a destino.

Yanaoca es un pueblo hecho de adobe, que cuenta con electrificación y solo dos horas diarias de agua potable. Debido a las heladas se minó la producción agrícola y ganadera con la que subsiste su población. Sin embargo, sus más de 11.000 habitantes demuestran su capacidad de emprendimiento, ya que en esta zona no solo se encuentran ganado y productos agrícolas. Los tejidos y textiles hechos a mano o con telares tradicionales son típicos del lugar ubicándose entre las coordenadas 71°25'50" longitud oeste y 14°12'50"latitud sur. La Provincia de Canas Limita al norte con la provincia de Acomayo, al este con la provincia de Canchis y la Región Puno, al sur con la provincia de Espinar y al oeste con la provincia de Chumbivilcas.

La provincia tiene una extensión de 2.103.76 kilómetros cuadrados. Se encuentra dividida en ocho distritos:

Yanaoca Checca, Kunturkanqui, Langui, Layo, Pampamarca, Quehue y Túpac Amaru.

4.3 ÁMBITO DE ESTUDIO

La provincia de Canas se ubica dentro del departamento del Cusco en la parte sur oriental del departamento del Cusco, su capital Yanaoca está a 129 km. de la ciudad del Cusco. (ESCOBAL Javier. Una mirada de largo Plazo a la Economía Campesina en los Andes, CIES 2010.).

4.3.1 Límites y División Política:

- Norte : Acomayo
- Sur : Departamento de Puno y parte de Espinar
- Este : Canchis
- Oeste : Espinar

4.3.2 La provincia de Canas está conformada por los siguientes distritos:

1. Yanaoca
2. Checca
3. Kunturkanqui
4. Langui
5. Layo
6. Pampamarca
7. Quehue
8. Túpac Amaru

4.3.3 Vías de Comunicación

La infraestructura vial de acceso a los sectores donde se enmarca la investigación, desde el principal mercado regional (Cusco), se realiza mediante la carretera asfaltada Cusco – Sicuani - Yanaoca, en una distancia de 133.00 km, todo el tramo es una carretera asfaltada en perfecto estado de conservación, los demás tramos (hacia las comunidades) siguientes corresponden a una serie de carreteras afirmadas en regular estado de conservación. En total, partiendo desde el Cusco se efectúa todo el recorrido aproximadamente en un tiempo estimado de viaje en camioneta de 3: 30 horas hasta el sector más alejado de Yanaoca.

4.3.4 CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA DE ESTUDIO GEOLOGÍA Y GEOMORFOLOGÍA

4.3.4.1 TERRITORIO

La provincia de Canas es de 2,103.76 km. oscilando la altitud de los distritos entre 3,675 y 3,900 m.s.n.m., (IICA.Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe 2008) sin embargo se tienen zonas que sobrepasan los 4,000 m.s.n.m. dando lugar a las siguientes regiones:

- **Suni.**- Que incluye las áreas de cinco distritos Túpac Amaru (Tungasuca), Pampamarca, Yanaoca, Langui, Layo. Dentro de ellas se especifican algunas sub unidades como: La meseta occidental del Vilcanota, la depresión de lagos entre Pampamarca, Yanaoca, Langui, Layo y la puna montañosa de la cordillera occidental. Existen algunas quebradas, las que

por su ubicación tienen microclimas favorables al cultivo de productos, como maíz o algunos frutales que no se desarrollan en ambientes fríos, siendo los más importantes Surimana, Machacchoyo, Ccochapata (Túpac Amaru), Churanami, Hatunorcco, Patactira, Irumocco, (Checca), Hercca- (Langui), Vaquería, Ayarhuarcuna, Churicani (Yanaoca - Pampamarca) y la Quebrada que baja a Combapata.

- **Quechua.**- Entre los 2,800 y 3,500 m.s.n.m., donde se encuentran las comunidades ubicadas hacia la margen del río Apurímac como las de Surimana, Ccochapata, Ccotaña, Machacchoyo y Huinchiri.

- **Puna o Jalca.**- Extensiones de tierra que se ubican sobre los 4,000 m.s.n.m., siendo el área más importante en la producción ganadera de la zona (vacunos, alpacas, llamas, ovinos) y comprende principalmente los distritos de Checca, Layo, Kunturkanqui, Quehue y Langui, no es zona agrícola, pero con una producción básica de autoconsumo donde se cultiva: papa, olluco, oca, mashua, cebada, haba, quinua y cañihua.

4.3.4.2 CLIMA

Presenta intensas heladas, las lluvias se distribuyen en periodo de secas con lluvias ocasionales entre abril a septiembre y un periodo de lluvias con precipitaciones moderadas entre octubre y marzo, estas características hacen que esta zona presente un grado de favorabilidad malo para las actividades agrícolas y regular para las actividades pecuarias.

4.3.4.3 MICROCLIMA.

Sub húmedo frío, es el clima dominante a nivel macro, con deficientes lluvias en invierno. Este tipo de clima determina condiciones adversas para las actividades agrícolas, debido principalmente a la presencia de heladas y un largo periodo de secas. Estas mínimas características determinan condiciones no menos favorables para la actividad pecuaria.

El sondeo realizado respecto a necesidad de leña por familia arroja una demanda promedio entre 3 a 6 kg/día, aparentemente la tasa de consumo de madera es mayor a la capacidad de regeneración o producción de biomasa, factor que junto al sobre pastoreo de zonas altas genera cambios tanto en la densidad como en las características de las asociaciones vegetales, ganando espacio especies espinosas de poco valor de uso, con implicancias negativas en el medio que se manifiestan en la baja cobertura que propicia a su vez una pérdida en la capacidad de absorción del agua de lluvia por los suelos y mayor intensidad y velocidad de la escorrentía; de ese modo, el arrastre de suelos es mayor, generando en diferentes puntos la activación permanente de cárcavas y deslizamientos.

4.3.4.4 SUELOS

El suelo es uno de los recursos renovables de mucha importancia ambiental, es decir, teóricamente tiene una duración eterna; sin embargo es el recurso que se usa y explota con mayor intensidad pudiendo generar su extinción. Se utiliza para buscar satisfacer las necesidades del hombre puesto que constituye como materia prima para desarrollar las actividades agropecuarias, mineras, industriales, de expansión urbana y otras.

El suelo de la Provincia de Canas está ubicado dentro del paisaje de alta montaña, con predominancia de superficies planas a onduladas de origen lacustre, terrazas de origen aluvial o coluvio - aluvial.

La Provincia de Canas tiene mayor potencial agrícola por el tipo de suelos que posee aunque muchas de ellas tienen varias restricciones de acuerdo a su uso a lo cual se agrega el aspecto del clima que es frío que constituye una de sus principales restricciones sin embargo existen cultivos resistentes a bajas temperaturas tales como la haba, cebada, cañihua, quinua, avena forrajera y otros que se cultivan en la zona en pequeñas extensiones las mismas que se pueden incrementar. Esta Provincia cuenta con significativas áreas de pastos naturales y suelos aptos para pastos cultivados con lo que se puede aumentar significativamente la ganadería y la crianza de animales menores acompañándolo de un manejo más técnico.

Uso actual de los suelos

Al igual que en toda la zona andina, las características climáticas han determinado formas de uso de la tierra diferenciados a lo largo de la provincia; las cabeceras de cuencas son utilizadas para el pastoreo extensivo, apreciándose praderas sobre pastoreadas ya sea por una sobrecarga animal y/o a un deficiente sistema de manejo de praderas. Por otro lado ya sea por la escasez de áreas de cultivo o por las condiciones de pobreza extrema, en esta zona existe una tendencia a la incorporación de nuevas zonas a la agricultura en el sistema de rotación colectiva (muyus) en muchos casos con cultivos no aptos para las condiciones climáticas de este piso: cebada, papa dulce, etc.

4.3.4.5 HIDROLOGÍA

El río más importante es el Apurímac que nace en las alturas de la laguna Vilabro (Caylloma-Arequipa) recorriendo sus aguas de sur a norte, en la mayor parte de su recorrido su cauce es encajonado, no siendo aprovechadas las aguas en la agricultura. En su recorrido por la provincia recibe aguas de diferentes riachuelos que se originan en la laguna de Ccochapata (cuyas aguas en parte son aprovechadas en riego por la comunidad), del riachuelo Machaccoyo y de los ríos Huacrahuachos, Ccollamayo y Laramani.

Hacia la cuenca del Vilcanota está el río Hercca, con origen en la desembocadura de la laguna de Langui y los ríos Jaruma y Pallachuma con orígenes en las partes altas colindantes con Puno.

En la provincia existen importantes lagunas y otras pequeñas. La de Langui-Layo que tiene dos afluentes mayores Jaruma y Payachuma y algo de 29 afluentes menores, la laguna de Pampamarca ubicada en el distrito del mismo nombre, cuyo caudal es regulado por el proyecto de riego de Tinta mediante un canal revestido para irrigar un total de 966 Has. La laguna de Ccochapata, donde se ha construido una pequeña represa que permite utilizar sus aguas para el riego.

Existe escases del recurso hídrico en las fuentes de manantes, tanto para consumo humano y riego.

4.3.4.6 VEGETACIÓN

Los diferentes tipos de cobertura vegetal y su extensión en la Provincia de Canas determinan las posibilidades de su uso, los pastizales (70.7% asociaciones de gramínea,) junto con las áreas de césped de puna y ciertas

zonas de áreas de descanso, se hallan soportando una importante población pecuaria (ovinos, vacunos, camélidos, equinos y otros). Por otro lado, existe la gran variedad de flora que es utilizada en la medicina natural (tradicional), así como insumos para la construcción y fabricación de herramientas, aperos y en algunos casos son materia prima para la cestería y artesanía.

4.3.4.7 FAUNA

La fauna silvestre en esta Provincia ha disminuido en las últimas décadas enormemente por varias razones:

- Depredación de la vegetación (avance de la frontera agrícola, sobrepastoreo, extracción de madera, demanda por leña), y así de los hábitats y de la base de alimentación de los animales.
- Nuevas infraestructuras (sobretudo carreteras)
- Quemas e incendios
- La caza indiscriminada

Así se han reducido drásticamente las poblaciones de mamíferos, como el venado, el zorro, el puma, zorrino, gato montés (Oscoco Missi) y otros. La fuerte contaminación de los ríos y riachuelos de la región ha disminuido.

4.3.4.8 RECURSOS MINEROS

El potencial minero de la Provincia de Canas se desconoce o carece de estudios es así que la Dirección Regional de Minería no tiene registrado informes sobre el potencial minero.

Según autoridades del municipio se dispone de minerales no metálicos en la Comunidad de Hampatura que es de la jurisdicción del distrito de Yanaoca

existe un área aproximada de 14 400 has de piedra caliza que es el principal implemento para la fabricación de cemento.

También expresan que existe yacimientos Metálicos una en Pachacona de oro, en Layo de oro y plata una tercera de cobre, oro y plata ubicada en Laramani en el distrito de Kunturkanqui.

4.3.5 CARACTERISCTICAS SOCIODEMOGRAFICAS

4.3.5.1 POBLACIÓN Y DENSIDAD

La provincia de Canas cuenta con una población de 38,293 habitantes según Censo de población del año 2007, que representa el 3.3 % respecto a la población regional de Cusco, con una tasa de crecimiento promedio intercensal de 1.45, el 84 % habitan en la zona rural y el 16 % en la zona urbana.

Yanaoca tiene una población de 9.701 habitantes según datos del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática).

De los 9.701 habitantes de Yanaoca, 4.892 son mujeres y 4.809 son hombres. Por lo tanto, el 49,57 por ciento de la población son hombres y el 50,43 mujeres.

Si comparamos los datos de Yanaoca con los del departamento de Cusco concluimos que ocupa el puesto 29 de los 108 distritos que hay en el departamento y representa un 0,8282 % de la población total de ésta.

A nivel nacional, Yanaoca ocupa el puesto 494 de los 1.833 distritos que hay en Perú y representa un 0,0354 % de la población total del país.

4.3.5.2 DENSIDAD POBLACIONAL

La densidad poblacional actual de la Provincia Canas es de 18.2 ha/km², relativamente baja ya que la mayoría de la población se encuentra en la zona rural y no en la zona urbana.

4.3.5.3 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

La población económicamente activa en la provincia se dedica mayormente a la actividad agropecuaria - extractiva en 74 %, seguida de los servicios y comercio en 9 % y la industria manufacturera en 6 %, actividades que dinamiza la economía de Canas, en estos últimos años se observa mayor dinámica el sector de transportes y servicios de restaurantes y conexos. El trabajo familiar incluye mayormente a los niños menores de 6 años.

4.3.5.4 INDICADORES EDUCATIVOS DE LA POBLACIÓN

La tasa de analfabetismo de 15 a más años de edad es de 19.4% dentro de la población, lo que está por encima del promedio de la Provincia. Asimismo, el 30.3% de la población de mujeres mayores de 15 años también es analfabeta y el 11.4% posee educación superior, que está muy por debajo del promedio de la Provincia, lo que se explica por qué en el distrito se encuentra la capital de la provincia.

CUADRO N° 04

Indicadores de Educación	
Tasa de analfabetismo - De 15 y más años	19.4%
Tasa de analfabetismo - De las mujeres de 15 y más años	30.3%
% de la población de 15 y más años con educación superior	11.4%
% de la población de 6 a 24 años con asistencia al sistema educativo regular	82.9%
% de la población de 6 a 16 años en edad	0.7%

Fuente: INEI; Elaboración Propia. (7)

El analfabetismo por desuso es otro aspecto observado en muchas comunidades, donde tanto varones como mujeres en algún momento aprendieron a leer y escribir, pero que por falta de práctica de lectura y escritura fueron olvidando parcial o totalmente lo aprendido.

Los programas de alfabetización no han logrado satisfacer las expectativas y demandas de la población analfabeta, se evidencia indecisión política que evalúe y considere las zonas efectivamente críticas, que defina el perfil de los promotores de alfabetización, determinando criterios claros para la evaluación de resultados e impactos. Así mismo la presencia del Estado en la aplicación

de estos programas es deficiente y en la mayoría de los distritos de la provincia es inexistente.

Niveles de Pobreza.

Los indicadores sociales y económicos analizados y sistematizados por FONCODES para la provincia de Canas y los indicadores analizados en títulos anteriores sobre los aspectos de educación, salud, y productivos, muestran que efectivamente es una de las provincias mas pobres del país, siendo catalogados dos de sus distritos como de extrema pobreza, cuatro como muy pobres y dos como pobres. Dicha clasificación efectuada por FONCODES es la siguiente:

- Extrema Pobreza: Checca y Quehue.
- Muy pobres: Túpac Amaru, Langui, Layo y Yanaoca.
- Pobres: Pampamarca y Kunturkanqui.

En situación de pobreza extrema podemos identificar en la provincia a los distritos de Checca y Quehue, cuyos indicadores mostrados en el cuadro anterior y desarrollados en el diagnóstico corroboran la situación de extrema necesidad, adicionalmente se puede manifestar que estos dos distritos son los que cuentan con poca red vial en relación a su territorio, lo cual es una de las causas que ha limitado su desarrollo, por tanto las autoridades deberán poner énfasis en la ejecución de proyectos viales y de desarrollo integral. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe.).

4.3.5.5 SALUD

ESTABLECIMIENTOS DE SALUD

Los servicios de salud que presta el Ministerio de Salud en la Provincia de Canas se encuentra considerada dentro de la Red Asistencial Canas – Canchis. Este sector cuenta con 12 establecimientos de salud de ellos solo un centro de Salud que está ubicado en la Capital Provincial y 11 postas sanitarias, generalmente ubicadas en las capitales distritales. Los distritos que cuentan con dos postas sanitarias son Checca, Langui y Túpac Amaru.

La infraestructura física que se dispone es de regular a deficiente, tres de ellos son regulares Yanaoca, Layo y Descanso y las más deficientes requieren mejoramiento de sus estructuras y en cuanto a su equipamiento cuentan con instrumental así con inmobiliario esencial.

Estos establecimientos requieren de una mejora sustantiva tanto en infraestructura como en equipamiento, ya que el 60% cuenta con agua no potable, el 40% con luz eléctrica y solo el 55% poseen desagüe.

El personal con que funcionan estos establecimientos es reducido, que no guarda relación con estándares mínimos de atención que señala la Organización Mundial de la Salud, por ejemplo en el caso de médicos la relación debe ser por lo menos de un medico por cada 500 habitantes y en la Provincia la relación es de 6000 habitantes por médico.

Se puede mencionar que todas las localidades donde se ubican los establecimientos de salud se encuentran articuladas por la red vial, sin embargo el mayor problema es el escaso y deficiente servicio de transporte que no facilita el acceso de la población a los servicios, más aun si se tiene en cuenta que no existen carreteras hacia las comunidades por lo que la población

para ser atendida se desplaza mayormente a pie o en acémila. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe.).

MEDICINA TRADICIONAL

Mayormente en la provincia de Canas el poblador accede tanto a la medicina moderna como a la tradicional, sin embargo es un porcentaje considerable de la población que de primera intención accede a las bondades de la medicina tradicional basadas en el uso y manejo fundamentalmente de yerbas, y prácticas mágico religiosos, reconocidos también como la medicina del saber popular que son transmitidos de generación en generación. Las razones por las que la población accede en porcentajes considerables a la medicina natural son por factores principalmente económicos culturales y geográficas, acudiendo a la medicina moderna solo en casos de gravedad. Es por este primer contacto que toma la población con la medicina tradicional que consideramos, que esta constituye la atención primaria e inmediata de salud.

Un aspecto importante observado durante el trabajo de campo es la flexibilidad de parte de algunos profesionales de salud respecto de la medicina tradicional, lo que consideramos positivo en la posibilidad de articular en un propósito de salud integral tanto la medicina académica como la tradicional, acogándose a los parámetros señalados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) entre ellos el acopio y difusión de la información sobre medicina tradicional, su aplicación en la atención primaria de la salud y el desarrollo de programas de investigación multidisciplinaria, lo que permitiría desarrollar iniciativas y soluciones más ecológicas para la salud en una intención mas de reconciliación con la naturaleza, y por qué se tiene la constatación de que la

medicina tradicional es utilizada por factores diversos ya mencionados por un alto porcentaje de la población.

4.3.5.6 ASPECTOS ECONOMICOS

Estructura de la Producción

La provincia de Canas, tiene como principal actividad económica la agropecuaria y dentro de ésta la pecuaria, las actividades secundarias son mínimas y está referido básicamente a la artesanía, industria molinera y en cuanto a actividades terciarias se tiene fundamentalmente al comercio.

Agricultura

Se caracteriza por ser una actividad medianamente estancada que se desarrolla en un promedio de 2,500 Has por año, a pesar de que se dispone de mayores áreas con aptitud agrícola, ello principalmente debido a la escasez de áreas con riego y al clima frío de la zona.

Los distritos que destacan por su mayor producción son Yanaoca y Kunturkanqui, los distritos con menos producción agrícola son Langui y Quehue.

Esta actividad se realiza bajo condiciones desfavorables como la atomización de las tierra que fluctúan de 0.5 a 4.9 Has y distribuidos de manera dispersa por unidad familiar, escasez de agua para riego y el clima.

Los rendimientos que obtienen se encuentran por debajo de los promedios departamentales, inciden en estos rendimientos factores como clima, fertilidad de los suelos, tecnología utilizada.

El estancamiento de esta actividad, se debe principalmente a la baja rentabilidad de los cultivos, como consecuencia de los bajos niveles de productividad, precios imperantes en el mercado y deficiente organización de los productores. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe.).

Volúmenes de Producción por Productos

En la provincia durante la campaña agrícola 2001- 2002 y según información proporcionada por la Dirección Regional de Agricultura , se ha llegado a una producción Total de 12,492 TM de productos entre los que destacan papa, alfalfa, avena forrajera, cebada, cebada, trigo, haba, maíz y han generado un valor Bruto de 1'598,627 nuevos soles en esta campaña.

En la producción a nivel de distritos, destacan Yanaoca con el 19% Kunturkanqui con el 17%, Pampamarca y Túpac Amaru con el 14% cada uno. En cuanto a volúmenes a nivel de productos, destaca la alfalfa que con 4,639 Tn. que cubre el 38% del total, seguido de la papa (31%) con 3,991 Tn. y avena forrajera que con 2,840 Tn. alcanza al 22%.

Volúmenes de Comercialización por Productos

La venta de productos agrícolas es menor al 50% de la producción total, diferenciando que en las comunidades se tiene un mayor nivel de autoconsumo, destinando al mercado sólo un 20%, mientras que a nivel de pequeños y medianos agricultores sucede lo contrario.

El mayor volumen de comercialización corresponde al distrito de Yanaoca con el 29%, le siguen Pampamarca con 17%, Kunturkanqui y Túpac Amaru con un

14% cada uno. Los distritos que registran menor volumen de comercialización es Quehue con 5% y Langui con 6%, siendo los principales productos de comercialización la papa, alfalfa, avena forraje.

Flujos de Comercialización

Los flujos de comercialización vienen a constituir el movimiento de salida de productos de los centros de producción en la provincia, a los mercados de consumo tanto internos como externos, Al interior de la provincia diremos que, las ventas se realizan en las ferias semanales locales existiendo dos centros de mayor importancia que son, el primero Yanaoca y el segundo Descanso.

Hacia la ciudad de Yanaoca, concurren los productores con pequeños volúmenes de producción sobre todo de la parte norte de la provincia, como son, los de Quehue, Pampamarca, Túpac Amaru y partes altas de Langui, los productores de estas mismas localidades llevan la mayor parte de su producción hacia la ciudad de Combapata y en menor volumen a la de Sicuani.

El centro poblado de Descanso que es capital del distrito de Kunturkanqui, se comporta como el primer centro de acopio y tránsito de productos de la zona hacia ciudades mayores como Sicuani (Canchis) y Yauri (Espinar). A la ciudad de El Descanso concurren a comercializar principalmente los productores de los distritos de Langui, Layo, Checca y anexos y comunidades de Kunturkanqui, así como también concurren comerciantes de Sicuani y Yauri principalmente.

Otros lugares de comercialización son las ferias locales así se tiene, al centro poblado de Quehue, se concentran comerciantes de Yanaoca, El Descanso, Yauri y Sicuani y los de la parte suroeste de la provincia, es un mercado relativamente pequeño donde se intercambian productos de mayor necesidad;

a Pampamarca fluyen comunidades circundantes y también del extremo sur de la provincia de Acomayo; a Tungasuca en Túpac Amaru, fluyen comuneros de la cuenca del Apurímac en la parte nor-este de la provincia y de algunas comunidades de la provincia de Chumbivilcas. A Partir de las ciudades de El Descanso, Yauri, Sicuani, Combapata la producción de la provincia, se orienta hacia las ciudades de Cusco, Arequipa, el departamento de Madre de Dios, Lima, Apurímac. (MEDINA PAJARES, Carla Andrea Tesis: "Seguridad Alimentaria: Políticas, Estrategias y Tácticas para su efectividad social", Lima 2004.).

Mercados Internos y Externos

En la provincia el mercado interno está constituido principalmente por la población urbana de las capitales distritales destacando entre ellas por su mayor consumo las ciudades de Yanaoca y El Descanso donde se vende en mayores volúmenes sobre todo en la segunda que además se comporta como un lugar de tránsito de bienes y personas.

Respecto al mercado externo está constituido principalmente por los comerciantes intermediarios de Combapata, Sicuani y Yauri, de donde la producción se orienta a mercados de consumo mayores como son Cusco, Arequipa, Lima y los departamentos de Puno y Madre de Dios.

Ferias de Importancia

Las ferias tienen diversa frecuencia, destacando las ferias semanales, que generalmente se realizan los domingos, sábado y viernes, días en los que el flujo comercial es intenso.

En el circuito de Yanaoca destacan las ferias de Yanaoca y Hampatura, dos veces por semana los miércoles y domingos, así como las de Quehue, Pampamarca, las mismas que son relativamente pequeñas y se vende productos agropecuarios y también abarroses, ferretería, plásticos entre otros.

En la ciudad de El Descanso, los días sábados se realiza la feria semanal más importante de la provincia, donde se vende productos agropecuarios, abarroses, ferretería etc.

En cuanto a ferias anuales las más importantes son la feria de Langui que es de carácter Agropecuario y Folklórico de Semana Santa y la de la Candelaria en Yanaoca, las mismas que se encuentran consideradas dentro del Calendario de Ferias que publica el Ministerio de Agricultura, además se tienen las ferias del 30 de Agosto en El Descanso, la del 25 de Julio en Yanaoca, la del 16 de octubre en Layo.

Actividad Pecuaria

La actividad pecuaria se sustenta en la existencia de pastos naturales que cubren el 82% del territorio provincial con 135,798 Has., predominando los pisos de puna alta seca y baja húmeda. En la parte baja se cría el ganado vacuno y ovino y en la alta con pastos duros se crían ovejas y camélidos (alpacas y llamas).

Comparando con la población pecuaria departamental Canas aporta con el 12% referido a vacunos y ovinos y el 46% de camélidos sudamericanos.

La población pecuaria para el año 2002, a nivel distrital, se presenta en el cuadro N° 02, destacando los distritos de Checca con 81,690 cabezas de

ovinos, y más de 8,190 vacunos, Kunturkanqui con 65,982 ovinos y 19,800 camélidos, y Yanaoca con 53,412 ovinos y 7759 vacunos.

CUADRO N° 05

Distritos	Vacunos*	Ovinos*	Camélidos*
Yanaoca	7,759	53,412	6,598
Checca	8,190	81,690	8,247
Kunturkanqui	9,573	65,982	19,795
Langui	8,100	25,135	2,062
Layo	4,742	28,277	1,238
Pampamarca	861	25,135	412
Quehue	1,722	18,851	2,061
Túpac Amaru	2,155	15,709	824
TOTAL	43,102	314,191	41,237
% por Especie	11	79	10

FUENTE: Dirección Regional de Agricultura (10)

* En número de cabezas

Actividades de Transformación

La actividad de transformación es muy poco significativa en la provincia, pero podemos decir que se desarrollan algunas actividades artesanales.

En cuanto a actividades de transformación se observa una producción incipiente de derivados lácteos principalmente queso, en los distritos de Yanaoca, Langui y Layo, mediante asociaciones de pequeños y medianos productores, también existen 3 molinos comunales que proporcionan servicios a sus asociados. Así mismo se tienen otros 3 molinos de propiedad de Clubes de Madres- que han sido implementados con el apoyo de PRONAA, pero que igualmente no son manejados como empresa, dedicándose al servicio comunitario. Los molinos de propiedad privada se encuentran en su mayoría paralizados por el elevado costo de la energía eléctrica que no cubre el costo de los servicios y en segundo lugar por la competencia de molinos en el eje Cusco- Sicuani.

La actividad artesanal se realiza en la mayoría de los casos como un complemento a la actividad agropecuaria aunque se desarrolla en muy pequeña escala; destacando los distritos de Yanaoca en las líneas de cerámica, confección de prendas, de instrumentos musicales; el distrito de Pampamarca con floristería, y fabricación de instrumentos de labranza, de instrumentos musicales, en Langui cordelería y confección de prendas, en Layo cordelería y manualidades, en Túpac Amaru labrado en piedra, en Kunturkanqui, confección de prendas y de instrumentos musicales, en Quehue sombreros y textilería. (Información proporcionada por la Dirección de Industria y Turismo- Cusco.).

El volumen de producción de la actividad artesanal es reducido, puesto que se realiza en forma espontánea y empírica, con tecnología tradicional y poco conocimiento del mercado por tanto son pequeños y vendidos en cantidades reducidas.

Los productos artesanales son comercializados generalmente en ferias o bien son elaborados a pedido, es el caso de textiles, cerámica, alfarería, fabricación de instrumentos musicales, que generalmente son solicitados y comprados por acopiadores. Por las características de la actividad no es posible determinar los volúmenes pero se puede manifestar que son orientados principalmente a los mercados de Cusco y Sicuani. (IICA. Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe).

4.3.5.7 VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS

Características de las edificaciones.

Las construcciones en general conservan marcada influencia de tipologías rurales, tanto en la utilización del adobe como material estructural predominante, así como en la cobertura de tejas, paja y carpintería de madera, que son respuestas a las condiciones climáticas de zonas andinas. (PANCORBO Gina Y FEBRES María. Fortalecimiento de Negocios Rurales en Huaura – Perú 2004.).

En la elaboración de los adobes, se han omitido los procesos tecnológicos tradicionales, las dimensiones de los mismos han disminuido y la calidad y resistencia de este elemento han decaído. Las zonas de mayor demanda de materiales de construcción debido al crecimiento y/o consolidación de sus áreas urbanas son las capitales distritales de Yanaoca, Langui, Descanso, Pampamarca, Túpac Amaru.

Servicio de Agua Potable

El servicio de agua potable en el Distrito de Yanaoca fue ampliado el año 2008 ya que se estaba comenzando a incrementar las enfermedades parasitarias en la población especialmente en niños menores de edad es por tal motivo que se comienza obras de potabilización del agua. Para el día de hoy el distrito en si tiene problemas de falta de agua potable ya que el Recurso Vital es escaso, paradójicamente tienen a pocos kilómetros de distancia el circuito de Cuatro Lagunas la gestión actual desliza proyectos de inversión para la conexión de tubos que vendrán de dicho lugar para cubrir las necesidades hídricas de la población.

Servicio de Desagüe

El 75% de las localidades de la provincia carecen de sistemas de alcantarillado. En algunos casos las letrinas sustituyen este tipo de servicio, especialmente en áreas rurales, debido a la facilidad de su instalación en zonas con alta dispersión de viviendas.

Se ha verificado la evacuación informal de las aguas servidas a través de improvisados canales abiertos que se realizan directamente en la vía pública; evidenciándose problemas de sistemas inconclusos y redes abiertas. En la mayoría de las localidades en las que se cuenta con el servicio de desagüe se carece de sistemas de tratamiento de las aguas servidas.

Saneamiento Básico

a.- Saneamiento.- El 95% de las comunidades cuenta con letrinas y con baños secos. El agua en el sector de Chicnayhua es potabilizada dando el uso en un 50% aproximadamente y el resto 50% no tiene acceso por distanciamiento de las casas. En la Comunidad de Pongoña el agua es entubada y no es potabilizada, en Comunidad de Kascani tienen agua entubada a la gran mayoría de casas.

b.- Energía. Se cuenta con energía eléctrica en los sectores de Chicnayhua, así como en las comunidades de Pongoña y Kascani.

Actualmente solo algunos comuneros usan vestimenta típica de la zona, confeccionado con fibra de alpaca o lana de oveja, manteniendo las costumbres ancestrales de corte, hilado, teñido, emparejado y tejido de esta fibra ().

CAPITULO V

5. CARACTERISTICAS DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS

5.1 COMUNIDAD DE CHICNAYHUA

Se encuentra en la margen izquierda del río K'ana, la población de la comunidad campesina de Chicnayhua, de acuerdo a información de campo según el Censo Nacional por el INEI realizado del mes de octubre del año 2007, es de 468 habitantes, de los cuales el 71% son de cero hasta catorce años, el 29% de la población son mayores de quince años, el número de viviendas existentes es de 147. La mayoría de familias tienen un promedio de cinco miembros.

5.1.1 TRAZABILIDAD DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – CHICNAYHUA

a. **OBJETIVO:** Se identificó los clientes potenciales de los productos, precios de los productos a nivel del mercado, características del producto, fechas, plazos, lotes y puntos de venta del producto.

CUADRO N° 06

Canales de Trazabilidad

CLIENTE:	CLIENTES :	CARACTERÍSTICAS	PRECIOS	FECHAS/FRECUENCIA	LOTES
	¿Saben a quién venden?	¿Saben tipificar sus productos?	¿Saben a cuánto venden?	¿En qué fechas vende?	Cantidad por tipo (peso)
ACOPIADOR:	Yanaoca	Por tipos (I)	SE ADJUNTA A CUADRO (con precio)	01 - 02 VECES POR MES	Según necesidad del acopiador
		Por Razas (Inti, Perú)			
TRANSFORMADOR :	No	No	No	No	No
CONSUMIDOR	Municipalidad de Yanaoca	Al barrer	SE ADJUNTA A CUADRO (con precio)	No especifica	1kg. O mas
	Mercados Locales				

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

PUNTO DE VENTA: ¿Donde venden?
Comunidad, Casas, Ferias en Canas
Mercado Comunal (ferias):
Mercado Distrital: Canas, ferias distritales Yanaoca mensuales
Mercado Provincial: Canas - Yanaoca
Mercado Regional(Cusco)

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

5.1.2. RESUMEN:

El 100% de los productores venden en ferias ya sean dominicales o sabatinas de la comunidad campesina de Chicnayhua.

5.2. COMUNIDAD DE KASCANI

Los pobladores de la comunidad de Kascani en la actualidad se dedican a la actividad agropecuaria, principalmente al engorde de ganado vacuno, sin embargo esta actividad provoca demasiadas pérdidas anuales por las intensas heladas que tiene la zona. Porque esta actividad era poco productiva, por ello los comuneros deciden cambiar este tipo de crianza por la de cuyes, el manejo sería más adecuado con el apoyo de la actividad agrícola, la producción de papa, cebada, haba, maíz, trigo, avena para forraje, alfalfa y demás pastos cultivados.

Esta comunidad ya posee un sistema de riego, aunque es precario, pero necesita instalar nuevas áreas de pastos con actividad permanente luego reemplazar los existentes. Por otro lado, con respecto a la infraestructura productiva pecuaria, ya cuentan con cobertizos y comederos, que les ayuda en gran medida para mejorar los rendimientos de esta actividad. Los pobladores de la comunidad de Kascani utilizan el manante "untuosa" desde hace 05 años, el recurso hídrico lo llevan entubado hasta el mismo sector por un sistema de línea, los pobladores llevan agua a sus parcelas por un canal artesanal, lo riegan por el sistema de gravedad, con este sistema riegan aproximadamente dos hectáreas. Por otro lado en el sector de Madre Central también captan agua que resume de los manantes Untuosa, Quellayaje y Miccayo, donde en un punto las aguas se juntan y de ahí llevan agua a sus parcelas.

La actividad pecuaria es la principal actividad económica de la comunidad, requiriendo así cultivar pastos mejorados para el sostenimiento de dicha actividad también necesitan la capacitación en la crianza de animales menores los cuales son más fáciles de criar por su difícil geografía porque se encuentra

en una pendiente de difícil acceso y la ganadería es muy insipiente en esta comunidad. Los miembros de esta comunidad son quienes podrán obtener recursos económicos al disponer de una producción agrícola y ganadera, tanto para su consumo propio y para su comercialización.

5.2.1 TRAZABILIDAD DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – COMUNIDAD DE KASCANI

- a. **OBJETIVO:** Identificamos quiénes son sus clientes, precios, características, fechas, plazos, lotes y puntos de venta.

CUADRO N° 07

Canales de Trazabilidad

CLIENTE:	CLIENTES:	CARACTERISTICAS	PRECIOS	FECHAS/FRE C	LOTES
	¿Saben a quién venden?	¿Saben tipificar sus productos?	¿Saben a cuánto venden?	¿En qué fechas vende?	Cantidad por tipo (peso)
ACOPIADOR:	Yanaoca	Por tipos (I)	se adjunta cuadro (CON PRECIO)	02 VECES POR MES	Según necesidad del acopiador
	Cusco	Por Razas (Inti, Perú)			
	Combapata				
TRANSFORMADOR :	No	No	No	No	No
CONSUMIDOR	Municipalidad de Yanaoca	Al barrer	SE ADJUNTA CUADRO (con precio)	No especifica.	1kg. O mas
	Mercados Locales				

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

5.2.2. RESUMEN

La comunidad campesina de Kascani, destina el 33% de su producción a la venta a intermediarios, el 48% de su producción es llevado a mercados nacionales tales como Cusco y Arequipa y solo el 18% de su producción se queda en la localidad.

PUNTO DE VENTA: ¿Donde venden?
Comunidad, Casas, Canas Ferias
Mercado Comunal (ferias):
Mercado Distrital: Canas, ferias distritales Yanaoca mensuales
Mercado Provincial: Canas – Yanaoca
Mercado Regional(Cusco)

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

5.3. COMUNIDAD PONGOÑA

Esta comunidad se encuentra en la trocha carrozable Yanaoca – Livitaca esta aproximadamente a unos 45 minutos de viaje en carro posee un clima más agradable a comparación de las otras comunidades ya que se encuentra rodeada de unas pequeñas montañas haciendo un poco más templado el ambiente haciendo posible el cultivo de diferentes vegetales como la cebada, papa, cebolla, alfalfa, capulí y otros. Su población aproximada es de 659 personas su principal ingreso lo obtienen de la agricultura como la papa y la ganadería siendo ganado vacuno y ovino el primordial. En esta comunidad existe una escuela que es solo de educación primaria. Cuentan con posta de salud y el apoyo de algunas ONGs. La población en su gran mayoría es de personas adultas ya que los jóvenes migran a las grandes poblaciones para mejorar su calidad de vida.

5.3.1. TRAZABILIDAD OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS – COMUNIDAD DE PONGOÑA

a. OBJETIVO:

Identificar quiénes son los potenciales clientes, precios, características, fechas, plazos, lotes y puntos de venta.

CUADRO N°08

Canales de Trazabilidad

CLIENTE:	CLIENTES:	CARACTERISTICAS	PRECIOS	FECHAS/FREC	LOTES
	¿Saben a quién venden?	¿Saben tipificar sus productos?	¿Saben a cuánto venden?	¿En qué fechas vende?	Cantidad por tipo (peso)
ACOPIADOR:	Yanaoca	Por tipos (I)	SE ADJUNTA CUADRO (con precio)	01 VEZ POR MES	Según necesidad del acopiador
	Combapata	Por Razas (Inti, Perú)			
TRANSFORMADOR:	No	No	No	No	No
CONSUMIDOR	Municipalidad de Yanaoca	Al barrer	SE ADJUNTA CUADRO (con precio)	No especifica.	1kg. O mas
	Mercados Locales				

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

PUNTO DE VENTA: ¿Donde venden?
Comunidad, Casas, Canas Ferias
Mercado Comunal (ferias):
Mercado Distrital: Canas, ferias distritales Yanaoca mensuales
Mercado Provincial: Canas – Yanaoca
Mercado Regional(Cusco)

FUENTE: Pobladores de Comunidad Campesina Chicnayhua (Encuesta)

5.3.2. RESUMEN

El 74% de los productores solo venden en Ferias ya sean dominicales o sabatinas de la localidad, es decir no pasan de ser productores de la zona, Yanaoca- Canas, el 26 % de esta producción está destinada a mercados regionales.

CUADRO N° 09
COMPARATIVO DE PRECIOS
EN COMUNIDADES DE YANAOCA – CANAS

PESO promedio del CUY	COMUNIDAD CHICNAYHUA	COMUNIDAD KASCANI	COMUNIDAD PONGOÑA
800 Gr.	S/. 16.00	S/18.00	S/17.50
1000Gr. a mas	S/. 20.00	S/. 23.00	S/. 22.50

FUENTE; Elaboración propia (utilizando precios que los comuneros manejan)

5.4. SISTEMATIZACIÓN DEL ANALISIS DE TRAZABILIDAD COMERCIAL

5.4.1. VENDEDOR DE REPRODUCTORES

Los proveedores de reproductores de cuy son criadores que cuentan con una granja de crianza de cuy reconocida y son ellos quienes realizan la venta de reproductores en su misma granja y/o en mercados locales como Feria Dominical de Combapata, Yanaoca, y Sicuani; de quienes se adquieren los Cuyes reproductores hembras o machos. Los precios son variables de acuerdo al tipo, edad, sexo y características Fenotípicas y genotípicas del Cuy.

5.4.2. PRODUCTOR DE CUYES

Los pequeños productores de Cuyes de las Comunidades seleccionadas, (Kascani, Pongoña, Chicnayhua), actualmente vienen produciendo cuyes en distintas cantidades poblacionales de acuerdo al tiempo en el que vienen incursionándose en la crianza de cuyes y a la disposición de área forrajera con que cuentan.

En algunos casos, los pequeños productores de Cuyes, compran reproductores en Combapata, Yanaoca, Sicuani y de algunos criadores líderes que se dedican años a la producción de Cuyes, para realzar su población de cuy y realizar el refrescamiento de sangre y evitar la consanguinidad. El precio varía de acuerdo a la época del año y la calidad fenotípica y genotípica del Cuy.

El pequeño productor realiza labores Manejo (limpieza por bioseguridad, destete, Empadre, Selección de Cuyes reemplazo de hembras reproductoras, Selección de cuyes para venta), Mejoramiento genético, Infraestructura, Sanidad y Alimentación (FORRAJES: Preparación del terreno, abonamiento, sembrado de alfalfa, deshierbo, riego, control fitosanitario y cosecha).

5.4.3. COMPRADOR INTERMEDIARIO (acopiador)

El comprador intermediario generalmente va a Yanaoca, Combapata y Sicuani para comprar los Cuyes de los pequeños productores que son traídos de Zonas alejadas y Comunidades Campesinas, luego se trasladan hacia los mercados locales de Puerto Maldonado, Tipón o los comercializan con los Mayoristas donde realizan sus transacciones comerciales, también son vendidos directamente a la población de Cusco y por otro lado a los dueños de los

restaurantes Turísticos, quienes adquieren los cuyes para preparar los diferentes Platos de Comida Típica a base de la carne de cuy.

5.4.4. MERCADO Y DISTRIBUCION

Existen mercados locales dentro del ámbito distrital como Yanaoca, donde se realiza las transacciones comerciales, es allí donde los intermediarios y consumidores locales adquieren los cuyes de los pequeños productores en cantidades variables de acuerdo al requerimiento y preferencia del consumidor, los precios son fluctuantes de acuerdo a las épocas del año, al peso y conformación cárnica del cuy.

5.4.5. CONSUMIDOR

Los consumidores locales acuden al mercado local en este caso a Yanaoca en horas de la mañana entre las 7 y las 11 de la mañana, los consumidores realizan sus compras de Cuyes de acuerdo a sus preferencias que pueden variar desde fechas festivas patronales o cumpleaños, las cantidades de compra generalmente van de acuerdo al número de miembros de la familia, invitados, o participantes del evento.

5.4.6. FLUJO GRAMA DEL ANÁLISIS DE TRAZABILIDAD:

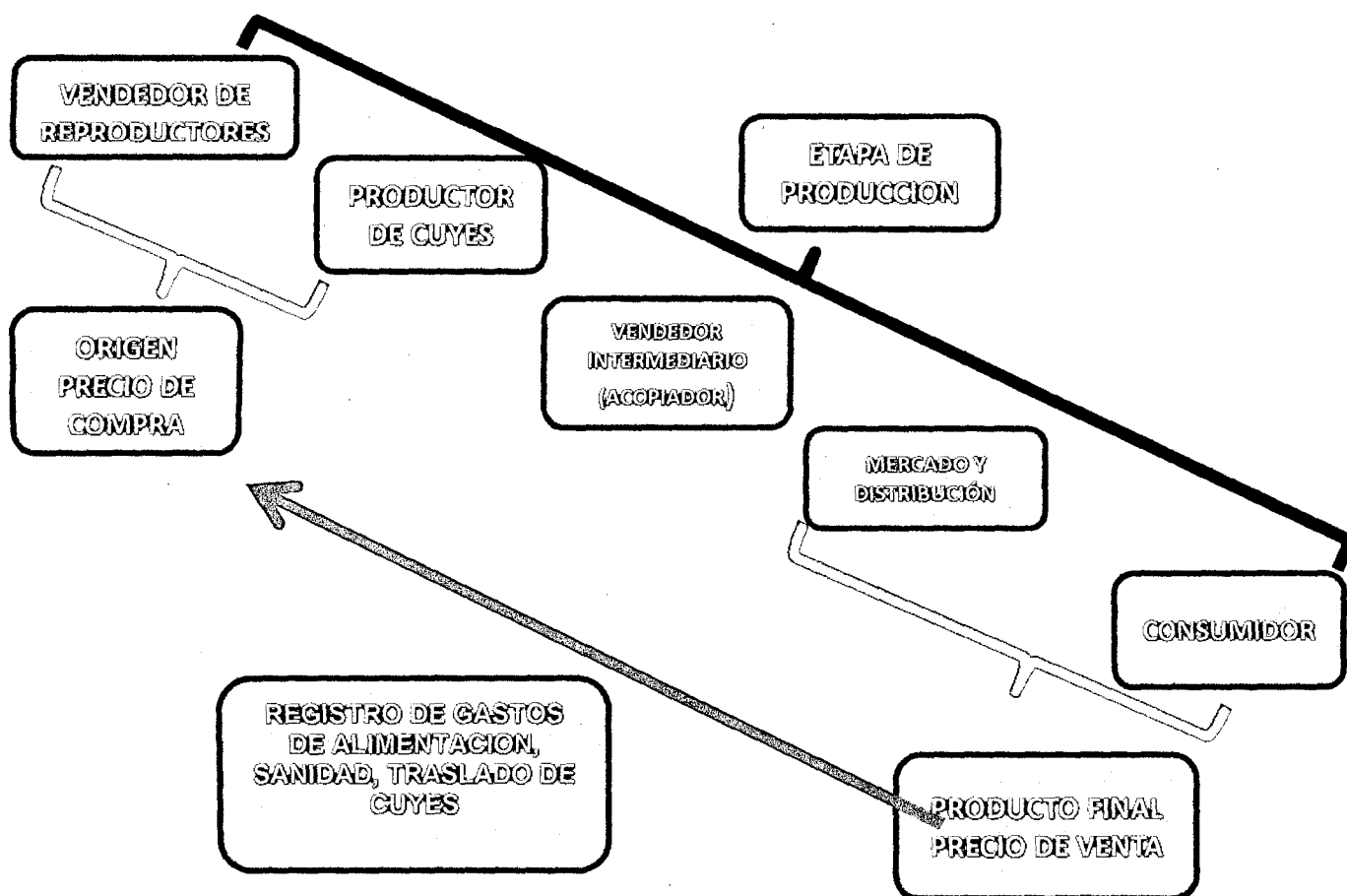


GRAFICO N° 01

Con flujo grama económico, se demuestra que para las tres comunidades mencionadas es el mismo sistema de trazabilidad económica, es decir desde el vendedor inicial hasta el consumidor final, como está demostrado en los anteriores cuadros mencionados donde el precio juega un rol importante en el mercado.

5.5. ANALISIS FODA DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS

5.5.1 Lluvia de ideas:

Con esta metodología se logró que los participantes pudieran aportar de acuerdo a su conocimiento de la realidad, en este Taller participativo que se llevó a cabo el 20 de diciembre del 2012 se observó los siguientes aportes:

1. La construcción de sus galpones de cuyes es con el apoyo de la ONG. **WORLD VISION** y fueron construidos con los interesados de la Comunidad (O).
2. La intervención del municipio es importante (O).
3. No estamos organizados como Asociación. (A).
4. Tienen diversas actividades en sus parcelas, **ESTO NO PERMITE ORGANIZARCE.** (A).
4. La lluvia también nos perjudica. (D).
5. Es fuerte la migración. (D).
6. Hay de ferias y mercados tradicionales, en su distrito y en la capital de la provincia - Canas. (O).
7. Hay disponibilidad de terrenos destinados para la producción de alfalfa y otros forrajes para la alimentación de los cuyes. (F).
8. Hay apoyo de ONGs en la comercialización. (O).
9. Muchos acopiadores nos visitan para comprar cuyes. (O).
11. Sabemos los precios de mercados. (O).
12. Reconocen que necesitan capacitación, los socios de la comunidad para que la investigación sea más viable. (F).
13. Tienen base en el manejo y crianza de cuyes a través de la intervención de otras instituciones que intervinieron anteriormente en iniciativas similares con capacitación. (F).

14. Hay apoyo de ASODECO Perú en la comercialización. (O).
15. Muchos acopiadores nos visitan para comprar cuyes. (O).
16. Sabemos los precios de mercados. (O).
17. Hay competencia por los precios y esto nos perjudica. (A).
18. En la comunidad consumimos otras carnes. (A).
19. No tenemos tecnología para la crianza de cuye. (A).
21. Muchos acopiadores nos visitan para comprar cuyes. (O).
22. Sabemos los precios de mercados. (O).
23. Hay voluntad de los socios por articularse al mercado y realizar las ventas conjuntas y/o asociativas. (F).
24. No tenemos crédito de instituciones financieras. (A).
25. No sabemos comercializar. (A).
26. No sabemos gestionar. (A).
27. No presentamos al mercado cuyes de calidad. (A).
28. No tenemos crédito de instituciones financieras. (A).
29. No sabemos comercializar. (A).
30. No sabemos gestionar. (A).
31. No presentamos al mercado cuyes de calidad. (A).
32. Criar cuyes en la comunidad es por tradición. (F).
33. Hay prolificidad y es de fácil manejo. (F).
34. Tiene proteína y eso necesitan los productores. (F).

5.5.2. Seguidamente el facilitador y los dirigentes ordenamos el FODA y es como sigue:

CUADRO N° 10

ORDENAMIENTO DEL ANALISIS FODA – COMUNIDAD CHICNAYHUA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. La construcción de sus propios galpones en 25 % de los PPP – cuyes; a través del apoyo de WORLD VISION y que fueron contruidos en contrapartida con los interesados de la Comunidad. 2. La disponibilidad de terrenos destinados para la producción de alfalfa y otros forrajes para la alimentación de los cuyes. 3. Reconocen la necesidad de recibir capacitación. 4. Cuentan con una capacitación base en el manejo y crianza de cuyes a través de la intervención de otras instituciones que intervinieron anteriormente en iniciativas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La intervención de ASODECO Perú, que más adelante contribuirá a generar más recursos económicos a los PPP CUYES a través de la comercialización asociativamente de animales menores. 2. Existencia de ferias y mercados tradicionales, en su distrito y en la capital de la provincia - Canas. 3. Crear nuevas actividades económicas, como por ejemplo la venta de platos típicos a base de la carne de cuy. 4. A través de múltiples ferias y otros en la provincia existe una creciente relevancia acerca de

<p>similares.</p> <p>5. Existe una plena voluntad de los socios de la comunidad por articularse al mercado y realizar las ventas conjuntas y/o asociativas..</p> <p>6. La crianza de cuyes en la comunidad se da por tradición.</p> <p>7. En la crianza de cuyes la ventaja que se tiene es la prolificidad y fácil manejo.</p> <p>8. El contenido de proteína en la carne de cuy el alto con un 20.3 %, sin colesterol. Lo cual promueve el consumo de los pobladores.</p>	<p>la crianza de cuyes, como parte de la diversificación de la oferta y también como actividad complementaria a sus actividades para generar más ingresos.</p> <p>5. El apoyo de la municipalidad Provincial a través del convenio Marco.</p> <p>6. El trabajo con el área de operador comercial de ASODECO Perú.</p> <p>7. La visita de acopiadores a la zona.</p> <p>8. Cuentan con información de precios de mercados otorgados por ASODECO Perú.</p>
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>1. La Poca disponibilidad de recursos hídricos, para riego de sus parcelas de forrajes.</p> <p>2. Los pequeños productores de cuy aun no están constituidos como Asociación solo son un</p>	<p>1. En ésta época la presencia de lluvias no permiten un fácil recorrido por sus parcelas para el corte de pastos y/o alfalfa, la presencia de temblores que ocurre en la zona.</p>

<p>grupo organizado.</p> <p>3. Tienen diversas actividades a lo largo del año en sus parcelas, lo cual hace limitada su participación cuando se necesitan realizar reuniones o visitas a cada uno de los socios.</p> <p>4. La falta de recursos económicos para la adquisición de alimento balanceado.</p> <p>5. La incidencia de enfermedades con altos índices de morbilidad y mortalidad.</p> <p>6. No mantienen una producción constante de cuyes en diversas épocas del año.</p> <p>7. Desconocimiento para la preparación y racionamiento de alimento balanceado.</p> <p>8. Inadecuado manejo de desechos en sus galpones.</p> <p>9. Acceso limitado a créditos de instituciones financieras.</p> <p>10. Existe una comercialización</p>	<p>2. Migración del poblador local por falta de oportunidades de trabajo.</p> <p>3. Elevado grado de competencia de otras zonas en precios más bajos respecto a la venta de cuyes con respecto a la provincia de Canas.</p> <p>4. El alto consumo de otras carnes, por el desconocimiento de las bondades proteínicas de la carne de cuy.</p> <p>5. Falta de tecnologías para la crianza de cuyes.</p>
--	--

<p>deficiente pues las ventas que se realizan no son constantes.</p> <p>11. Débil capacidad de gestión.</p> <p>12. No cumplen con estándares de calidad que no permiten ofertar animales de calidad a los diferentes mercados.</p>	
--	--

FUENTE: Elaborado por el facilitador y los dirigentes 2013.

5.5.3. Lluvia de ideas en la comunidad de Kascani:

1. La intervención de ASODECO Perú, para más adelante generara más recursos económicos a través de la comercialización asociativa de animales menores como cuyes. (O).
2. La Construcción de sus propios galpones que tuvieron apoyo por parte de WORLD VISION y que fueron realizados en contrapartida con los interesados en distintas comunidades. (F).
3. La disponibilidad de terrenos destinados para la producción de alfalfa y otros pastos cultivables. (F).
4. Existencia de ferias y mercados tradicionales, en otros distritos y en la capital de la provincia - Canas. (O).
5. Adoptar nuevas actividades económicas, como por ejemplo la gastronomía. (O).

6. A través de múltiples ferias y otros en la provincia existe una creciente relevancia acerca de la crianza de cuyes, como parte de la diversificación de la oferta y también como actividad complementaria a sus actividades para generar más ingresos. (O).
7. El apoyo de la municipalidad provincial. (O).
8. Los socios de la comunidad tienen diversas actividades a lo largo del año en sus parcelas, lo cual hace limitada su participación cuando se necesitan realizar reuniones o visitas a sus domicilios y galpones. (D).
9. La existencia de enfermedades con altos índices de morbilidad y mortalidad. (D).
10. La falta de recursos económicos para la adquisición de alimento balanceado. (D).
11. El alto consumo de otras carnes, por el desconocimiento de las bondades proteínicas de la carne de cuy. (A).
12. Falta de tecnologías para la crianza de cuyes. (A).
13. No mantienen una producción constante de cuyes en las diversas épocas del año. (D).
14. Desconocimiento para la preparación y racionamiento de alimento balanceado. (D).
15. Existe una comercialización deficiente pues las ventas que se realizan no son constantes. (D).
16. No cumplen con estándares de calidad lo que no permiten ofertar animales de calidad a los diferentes demandas de mercados. (D).
17. Lejanía a la capital de la provincial (D).

18. La venta de sus animales menores en la capital de la Provincia los últimos miércoles de cada mes. (O).
19. La visita de acopiadores a la zona. (O).
20. Cuentan con información de precios de mercados otorgados por ASODECO Perú(O).
21. La Mínima cantidad de recursos hídricos, para uso en riego de sus parcelas. (F).
22. La existencia de un sistema de irrigación por aspersión para sus parcelas. (F).
23. Reconocimiento de la necesidad de capacitación, por parte de los socios de la comunidad para que nuestra investigación sea sostenible. . (F).
24. El apoyo anteriormente de otras instituciones en proyectos similares. . (F).
25. Existe una plena voluntad de los socios de la comunidad por articularse al mercado y realizar ventas conjuntas. . (F).
26. En la crianza de cuyes la ventaja que se tiene es la prolificidad y fácil manejo. (F).
27. Realizan ventas de manera individual, que no cubren con las expectativas de los compradores. (D).
28. Algunos socios que son relativamente nuevos dentro de la asociación, no cuentan con galpones. (D)
29. Migración del poblador local por falta de oportunidades de trabajo. (A)
30. Elevado grado de competencia de otras zonas en precios más bajos respecto a la venta de cuyes con respecto a la provincia de Canas. (A).

5.5.4. Seguidamente el facilitador y los dirigentes de la comunidad de Kascani ordenamos el FODA y es como sigue:

CUADRO N° 11

ANALISIS FODA – COMUNIDAD KASCANI

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>1. La Construcción de sus propios galpones que tuvieron apoyo por parte de WORLD VISION y que fueron realizados en contrapartida con los interesados en distintas comunidades.</p> <p>2. La disponibilidad de terrenos destinados para la producción de alfalfa y otros pastos cultivables.</p> <p>3. La Mínima cantidad de recursos hídricos, para uso en riego de sus parcelas.</p> <p>4. La existencia de un sistema de irrigación por aspersion para sus parcelas.</p> <p>5. Reconocimiento de la necesidad de capacitación, por parte de los socios de la</p>	<p>1. La intervención de ASODECO Perú, para más adelante generar más recursos económicos a través de la comercialización de animales menores asociativamente.</p> <p>2. Existencia de ferias y mercados tradicionales, en otros distritos y en la capital de la provincia - Canas.</p> <p>3. Adoptar nuevas actividades económicas, como por ejemplo la gastronomía.</p> <p>4. A través de múltiples ferias y otros en la provincia existe una creciente relevancia acerca de la crianza de cuyes, como parte de la diversificación de la oferta y también como actividad complementaria a sus</p>

<p>comunidad para que sea mas sostenible en el tiempo.</p> <p>6. El apoyo anteriormente de otras instituciones en proyectos similares.</p> <p>7. Existe una plena voluntad de los socios de la comunidad por articularse al mercado y realizar ventas conjuntas.</p> <p>8. En la crianza de cuyes la ventaja que se tiene es la prolificidad y fácil manejo.</p>	<p>actividades para generar más ingresos.</p> <p>5. El apoyo de la municipalidad Provincial.</p> <p>6. La venta de sus animales menores en la capital de la Provincia los últimos miércoles de cada mes.</p> <p>7. La visita de acopiadores a la zona.</p> <p>8. Cuentan con información de precios de mercados otorgados por ASODECO Perú.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1. Realizan ventas de manera individual, que no cubren con las expectativas de los compradores.</p> <p>2. Algunos socios que son relativamente nuevos dentro de la asociación, no cuentan con galpones.</p> <p>3. Los socios de la comunidad tienen diversas actividades a lo</p>	<p>1. Migración del poblador local por falta de oportunidades de trabajo.</p> <p>2. Elevado grado de competencia de otras zonas en precios más bajos respecto a la venta de cuyes con respecto a la provincia de Canas.</p> <p>3. El alto consumo de otras</p>

<p>largo del año en sus parcelas, lo cual hace limitada su participación cuando se necesitan realizar reuniones o visitas a sus domicilios y galpones.</p> <ol style="list-style-type: none">4. La existencia de enfermedades con altos índices de morbilidad y mortalidad.5. La falta de recursos económicos para la adquisición de alimento balanceado.6. No mantienen una producción constante de cuyes en las diversas épocas del año.7. Desconocimiento para la preparación y racionamiento de alimento balanceado.8. Existe una comercialización deficiente pues las ventas que se realizan no son constantes.9. No cumplen con estándares de calidad lo que no permiten ofertar animales de calidad a los diferentes demandas de	<p>carnes, por el desconocimiento de las bondades proteínicas de la carne de cuy.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Falta de tecnologías para la crianza de cuyes.
--	---

<p>mercados.</p> <p>10. Lejanía a la capital de la provincia.</p>	
---	--

FUENTE: Elaborado por el facilitador y los dirigentes 2013.

5.5.5. Lluvia de ideas en la comunidad de Pongoña:

1. La intervención de ASODECO Perú, para más adelante generar más recursos económicos a través de la comercialización de animales menores asociativamente. (O).
2. Existencia de ferias y mercados tradicionales, en otros distritos y en la capital de la provincia - Canas. . (O)
3. Crear nuevas actividades económicas, como por ejemplo la gastronomía. . (O).
4. A través de múltiples ferias y otros en la provincia existe una creciente relevancia acerca de la crianza de cuyes, como parte de la diversificación de la oferta y también como actividad complementaria a sus actividades para generar más ingresos. . (O).
5. La construcción de sus propios galpones en 25 % de los PPP – cuyes; a través del apoyo de WORLD VISION y que fueron construidos en contrapartida con los interesados de la Comunidad (F).
6. Cuentan con recursos hídricos, para uso en riego de sus parcelas. (F).
7. La existencia de un sistema de irrigación por aspersión para sus parcelas. (F).
8. Conciencia de la necesidad de capacitación, por parte de los socios de la comunidad para que nuestro aporte sea más rentable y sostenible. (F).

9. Los socios de la comunidad tienen diversas actividades a lo largo del año en sus parcelas, lo cual hace limitada su participación cuando se necesitan realizar reuniones o visitas a sus domicilios y galpones. . (O).
10. La realización de diversas obras tanto en la comunidad, como la carretera que se dirige hacia el distrito de Yanaoca, hace que las personas de la zona y la comunidad presten servicios a éstas por lo cual descuidan la crianza de sus animales. . (O).
11. Realizan ventas de manera individual, que no cubren con las expectativas de los compradores. . (O).
12. La existencia de enfermedades con altos índices de morbilidad y mortalidad. . (O).
13. La falta de recursos económicos para la adquisición de alimento balanceado. . (O).
14. Dentro de la asociación hay familias debidamente identificadas que son muy entusiastas y que desean trabajar constantemente. (F)
15. El apoyo que tuvieron anteriormente de otras instituciones en proyectos similares. (F).
16. Existe una plena voluntad de los socios de la comunidad por articularse al mercado. (F).
17. En la crianza de cuyes la ventaja que se tiene es la prolificidad y fácil manejo. (F).
18. Es sabido que en la crianza de cuyes se tiene alta calidad nutricional, baja en grasas y sin colesterol. (F).
19. El apoyo de la municipalidad Provincial. . (O).

20. La mejora de la carretera que va hacia el distrito de Lares es oportuna para el acortamiento de tiempo y distancias con respecto a la capital de la provincia, para la movilización de animales y productos. (O).
21. El trabajo con el área de operación comercial de ASODECO Perú. (O)
22. No mantienen una producción constante de cuyes en las diversas épocas del año (O).
23. Desconocimiento para la preparación y racionamiento de alimento balanceado. . (O).
24. Algunos de los socios no viven en la comunidad, viven en Yanaoca y solo visitan la comunidad para dar alimento a sus animales. . (O).
25. Los socios manifiestan que no cuentan con muchos terrenos destinados a la siembra de pastos y/o alfalfa. (O).
26. Existe una comercialización deficiente pues las ventas que se realizan no son constantes. (O).
27. La visita de acopiadores a la zona. . (O).
28. La venta de sus animales menores en la capital de la Provincia los últimos miércoles de cada mes. (O).
29. Cuentan con información de precios de mercados otorgados por ASODECO Perú. (O).
30. Débil capacidad de gestión. . (O).
31. No cumplen con estándares de calidad que no permiten ofertar animales de calidad a los diferentes mercados. . (O).
32. Migración del poblador local por falta de oportunidades de trabajo. (A).
33. Elevado grado de competencia de otras zonas en precios más bajos respecto a la venta de cuyes con respecto a la provincia de Canas. (A).

34. El alto consumo de otras carnes, por el desconocimiento de las bondades proteínicas de la carne de cuy. (A).

35. Falta de tecnologías para la crianza de cuyes. (A).

5.5.6. Seguidamente el facilitador y los dirigentes de la comunidad de Pongoña ordenamos el FODA y es como sigue:

CUADRO N° 12

ANALISIS FODA – COMUNIDAD PONGOÑA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. La construcción de sus propios galpones en 25 % de los PPP – cuyes; a través del apoyo de WORLD VISION y que fueron construidos en contrapartida con los interesados de la Comunidad. 2. Cuentan con recursos hídricos, para uso en riego de sus parcelas. 3. La existencia de un sistema de irrigación por aspersión para sus parcelas. 4. Conciencia de la necesidad de capacitación, por parte de los socios de la comunidad para 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La intervención de ASODECO Perú, para más adelante generar más recursos económicos a través de la comercialización de animales menores asociativamente. 2. Existencia de ferias y mercados tradicionales, en otros distritos y en la capital de la provincia - Canas. 3. Crear nuevas actividades económicas, como por ejemplo la gastronomía. 4. A través de múltiples ferias y otros en la provincia existe una creciente relevancia acerca de la crianza de cuyes, como

<p>que nuestro aporte sea sostenible.</p> <p>5. Dentro de la asociación hay familias debidamente identificadas que son muy entusiastas y que desean trabajar constantemente.</p> <p>6. El apoyo que tuvieron anteriormente de otras instituciones en proyectos similares.</p> <p>7. Existe una plena voluntad de los socios de la comunidad por articularse al mercado..</p> <p>8. En la crianza de cuyes la ventaja que se tiene es la prolificidad y fácil manejo.</p> <p>9. Es sabido que en la crianza de cuyes se tiene alta calidad nutricional, baja en grasas y sin colesterol.</p>	<p>parte de la diversificación de la oferta y también como actividad complementaria a sus actividades para generar más ingresos.</p> <p>5. El apoyo de la municipalidad Provincial.</p> <p>6. La mejora de la carretera que va hacia el distrito de Lares es oportuna para el acortamiento de tiempo y distancias con respecto a la capital de la provincia, para la movilización de animales y productos.</p> <p>7. El trabajo con el área de operación comercial de ASODECO Perú.</p> <p>8. La visita de acopiadores a la zona.</p> <p>9. La venta de sus animales menores en la capital de la Provincia los últimos miércoles de cada mes.</p> <p>10. Cuentan con información de precios de mercados otorgados</p>
---	---

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1. Los socios de la comunidad tienen diversas actividades a lo largo del año en sus parcelas, lo cual hace limitada su participación cuando se necesitan realizar reuniones o visitas a sus domicilios y galpones.</p> <p>2. La realización de diversas obras tanto en la comunidad, como la carretera que se dirige hacia el distrito de Yanaoca, hace que las personas de la zona y la comunidad presten servicios a éstas por lo cual descuidan la crianza de sus animales.</p> <p>3. Realizan ventas de manera individual, que no cubren con las expectativas de los compradores.</p> <p>4. La existencia de enfermedades</p>	<p>por ASODECO Perú.</p> <p>1. Migración del poblador local por falta de oportunidades de trabajo.</p> <p>2. Elevado grado de competencia de otras zonas en precios más bajos respecto a la venta de cuyes con respecto a la provincia de Canas.</p> <p>3. El alto consumo de otras carnes, por el desconocimiento de las bondades proteínicas de la carne de cuy.</p> <p>4. Falta de tecnologías para la crianza de cuyes.</p>

con altos índices de morbilidad y mortalidad.

5. La falta de recursos económicos para la adquisición de alimento balanceado.
6. No mantienen una producción constante de cuyes en las diversas épocas del año.
7. Desconocimiento para la preparación y racionamiento de alimento balanceado.
8. Algunos de los socios no viven en la comunidad, viven en Yanaoca y solo visitan la comunidad para dar alimento a sus animales.
9. Los socios manifiestan que no cuentan con muchos terrenos destinados a la siembra de pastos y/o alfalfa.
10. Existe una comercialización deficiente pues las ventas que se realizan no son constantes.
11. Débil capacidad de gestión.
12. No cumplen con estándares de

calidad que no permiten ofertar animales de calidad a los diferentes mercados.	
--	--

FUENTE: Elaborado por el facilitador y los dirigentes 2013.

CAPITULO VI

DISCUSION

6.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNIDADES CAMPESINAS

ESTUDIADAS

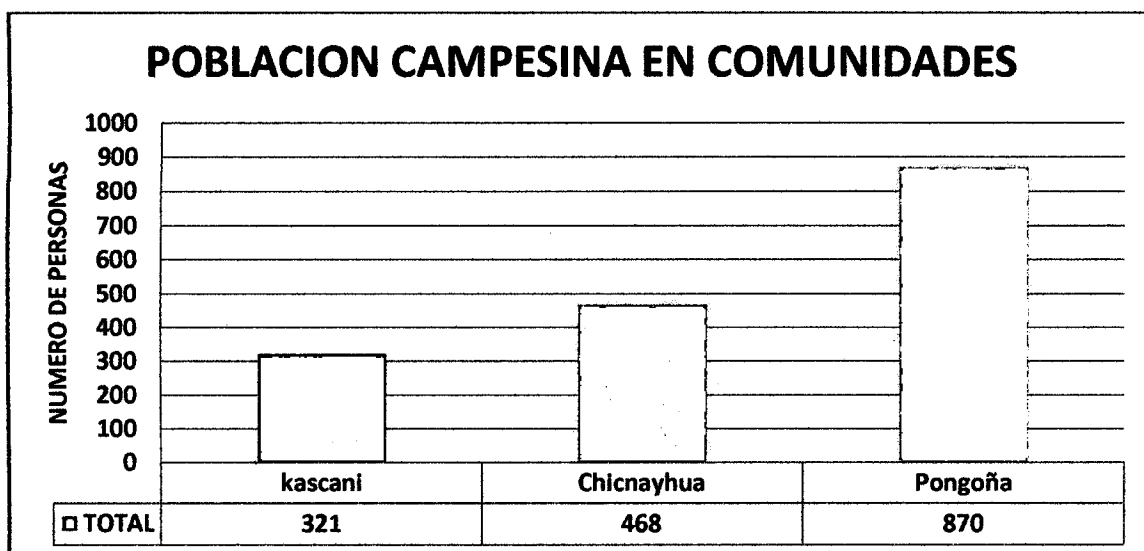
6.1.1 POBLACION POR COMUNIDAD

CUADRO N° 13

COMUNIDAD	TOTAL
Kascani	321
Chicnayhua	468
Pongoña	870

FUENTE: Análisis de Trazabilidad ASODECO
Elaboración Propia.

GRAFICO N°02



Elaboración Propia.

Como se ve en el gráfico 02, la población más numerosa es la comunidad campesina de Pongoña con 870 comuneros, la que sigue es la comunidad de Chicnayhua con 468 comuneros y la comunidad campesina de Kascani es la de menor cantidad de comuneros con 321; distribución que se debe al tamaño

geográfico que ocupa cada comunidad y ala dispersión que existe específicamente en la comunidad de Pongoña.

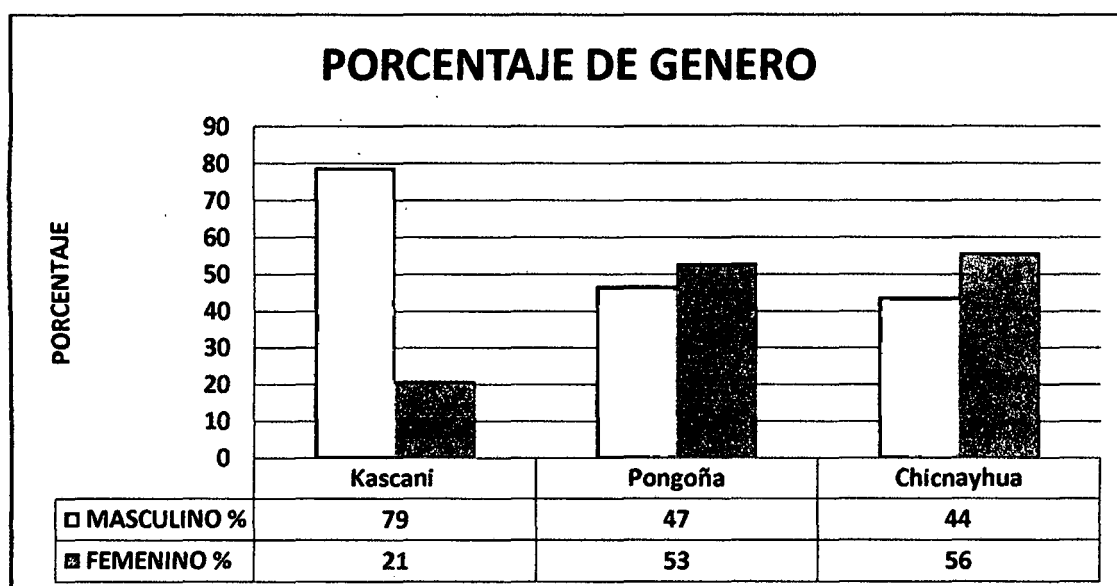
6.1.2 GÉNERO

CUADRO N° 14

COMUNIDAD	MASCULINO %	FEMENINO %
Kascani	79	21
Pongoña	47	53
Chicnayhua	44	56

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 03



Elaboración Propia.

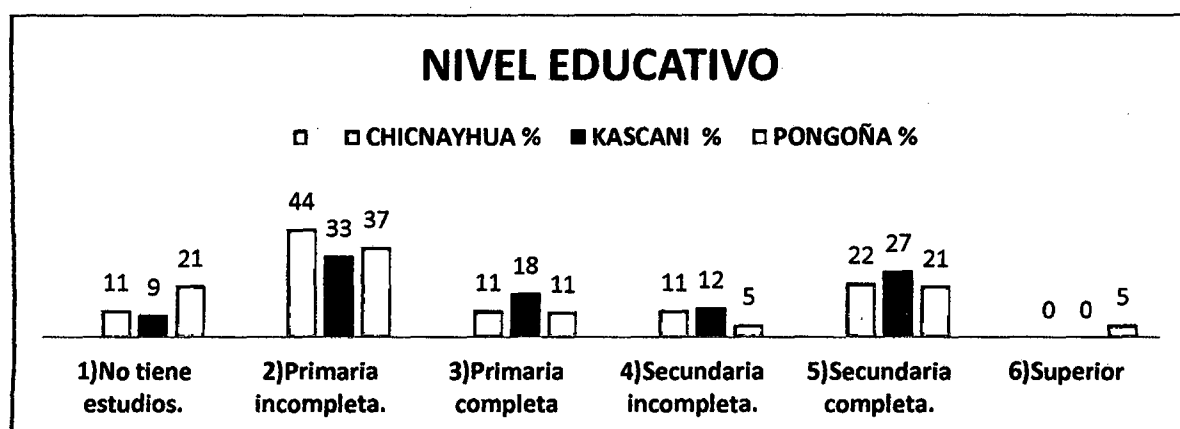
En el gráfico 03, podemos apreciar que en las comunidades campesinas de Pongoña y Chicnayhua, el porcentaje entre comuneros varones y mujeres es casi equitativo, fenómeno que no ocurre en la comunidad de Kascani, pues el número de comuneros varones supera en casi tres veces al de comuneros mujeres.

6.1.3 EDUCACION

CUADRO N° 15

NIVEL EDUCATIVO	CHICNAYHUA %	KASCANI %	PONGOÑA %
1)No tiene estudios.	11	9	21
2)Primaria incompleta.	44	33	37
3)Primaria completa	11	18	11
4)Secundaria incompleta.	11	12	5
5)Secundaria completa.	22	27	21
6)Superior	0	0	5

GRAFICO N° 04



Elaboración Propia.

Podemos apreciar en el grafico número 04, que los habitantes de la comunidad de Kascani en comparación con los habitantes de las otras dos comunidades han logrado en un porcentaje mayor la culminación de sus estudios secundarios, lo que nos hace pensar que tienen mejores perspectivas para el desarrollo de su comunidad.

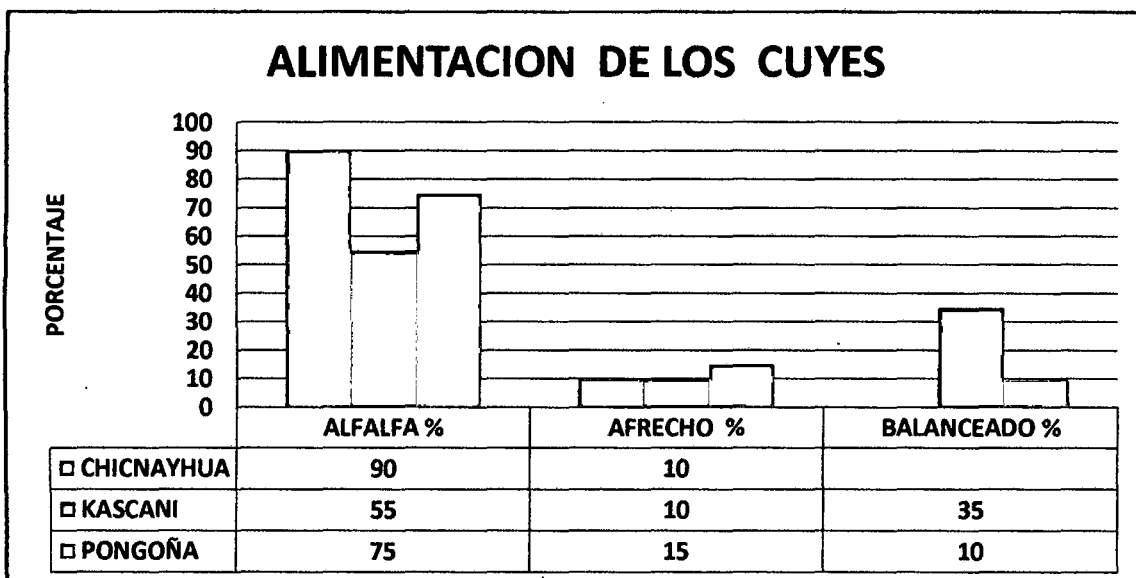
6.1.4 ALIMENTACION DE LOS CUYES

CUADRO N° 16

COMUNIDAD	ALFALFA %	AFRECHO %	BALANCEADO %
CHICNAYHUA	90	10	
KASCANI	55	10	35
PONGOÑA	75	15	10

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 05



Elaboración Propia.

En el grafico N°05 se puede apreciar, que el uso de pasto (alfalfa) es esencial en la dieta de los cuyes, sin embargo en las comunidades de Kascani y Pongoña ya se ha incorporado el uso de suplementos alimenticios pero en porcentajes aun menores.

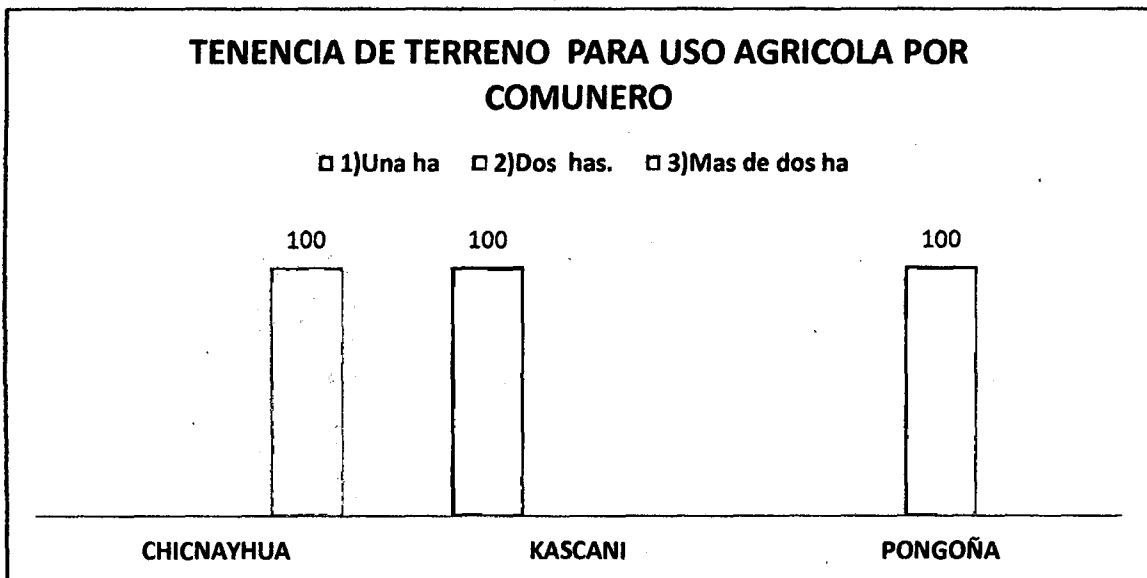
6.1.5 TERRENO DE USO AGRICOLA

CUADRO N° 17

EXTENSION	CHICNAYHUA	KASCANI	PONGOÑA
1)Una ha		100	
2)Dos has.			100
3)Mas de dos ha	100		

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 06



Elaboración Propia.

El grafico N° 06 nos muestra, que la tenencia de tierras de uso agrícola por comunero es equitativa en cada una de sus comunidades; explica que cada comunero de Kascani tiene entre 1 a 2 has, seguido por la comunidad Pongoña en la que cada comunero posee entre 2 y 3 has, y la comunidad con mayor tenencia de tierras es Chicnayhua con un promedio mayor a 3 has por comunero.

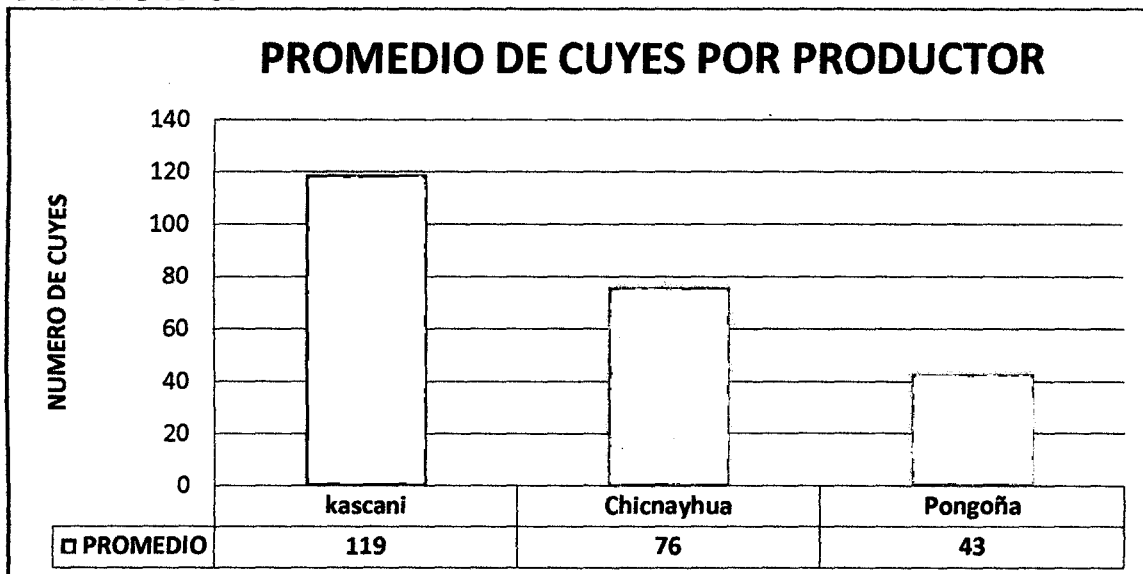
6.1.6 POBLACIÓN DE CUYES

CUADRO N° 18

COMUNIDAD	PROMEDIO
Kascani	119
Chicnayhua	76
Pongoña	43

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 07



Elaboración Propia.

En el grafico N° 07, muestra que en la comunidad de Kascani se concentra la mayor producción de cuyes con un promedio de 119 cuyes por productor, seguido de la comunidad de Chicnayhua con 76 cuyes por productor y finalmente la comunidad de Pongoña con 43 cuyes por productor en promedio.

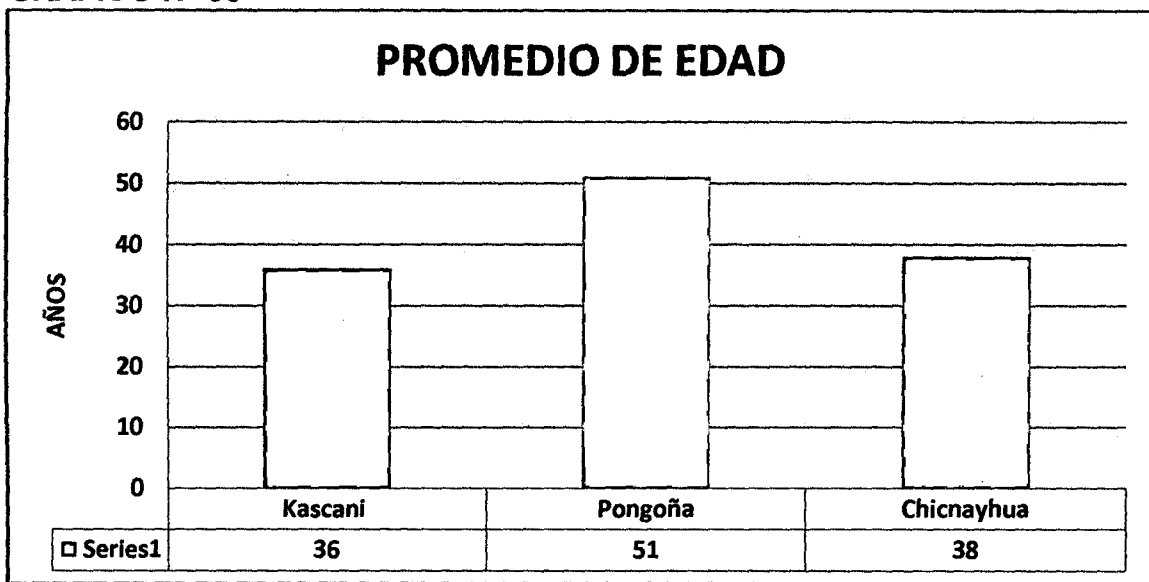
6.1.7 EDAD PROMEDIO POR PRODUCTOR

CUADRO N° 19

PROMEDIO	AÑOS
Kascani	36
Pongoña	51
Chicnayhua	38

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 08



Elaboración Propia.

En el grafico N° 08 nos muestra que la comunidad de Pongoña tiene un promedio de 51 años, seguido de la comunidad de Chicnayhua con un promedio de 38 años, y por último la comunidad de Kascani con un promedio de 36 años de edad.

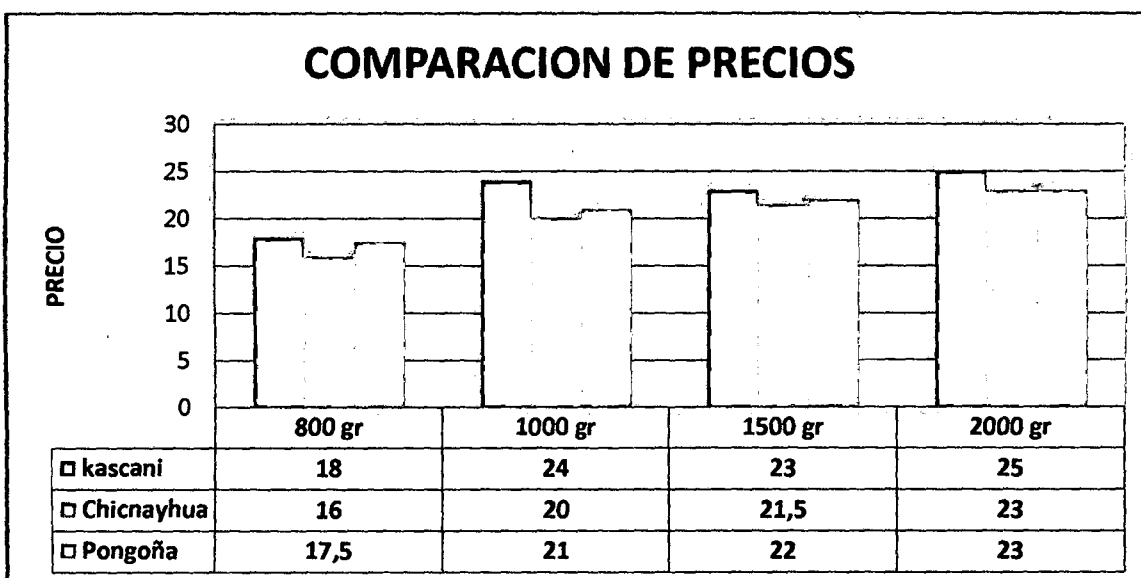
6.1.8 PRECIOS

CUADRO N° 20

PESOS	800 gr	1000 gr	1500 gr	2000 gr
Kascani	18	24	23	25
Chicnayhua	16	20	21.5	23
Pongoña	17.5	21	22	23

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 09



Elaboración Propia.

En este grafico nos demuestra, que la comunidad de Kascani oferta al mercado sus cuyes un promedio de: 800 gr a s/18 soles, los de 1000 gr a s/24 soles, 1500 gr a s/23 soles, 2000 gr a s/25 soles. La comunidad campesina de Chicnayhua un promedio de: 800 gr a s/16 soles, los de 1000 gr a s/20 soles, 1500 gr a s/21.5 soles, los de 2000 gr a s/23 soles, 1000 gr a s/21 soles, 1500 gr a s/22 soles, 2000gr a s/23 soles.

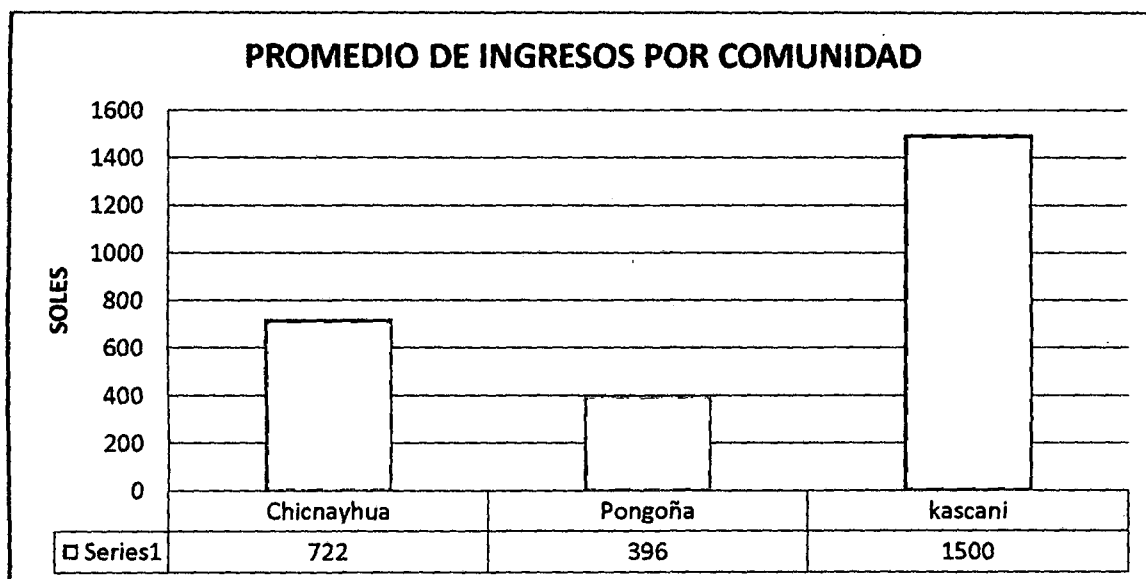
6.1.9 PROMEDIO DE INGRESOS ANUALES POR COMUNIDAD

CUADRO N° 21

Chicnayhua	722
Pongoña	396
kascani	1500

Elaboración Propia.

GRAFICO N° 10



Elaboración Propia.

En el grafico se puede apreciar según la encuesta realizada los ingresos per cápita por año producto de la venta de cuyes en la comunidad campesina de Kascani es de s/1500 soles; en la comunidad campesina de Chicnayhua es de s/722 soles; en la comunidad campesina de Pongoña es de s/396 soles.

6.2 ANALISIS FODA DE LAS COMUNIDADES INTERVENIDAS

6.2.1 COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA: Resumimos las siguientes:

Fortalezas

Apoyo de instituciones privadas y públicas.

Entusiasmo de los productores.

Terreno para el cultivo de pastos.

Oportunidades

Existencia de ferias y mercados tradicionales, en el distrito.

Visita de acopiadores a la zona.

Esta comunidad tiene una gran oportunidad a comparación de las otras dos comunidades ya que es la que se encuentra más cercana al distrito de Yanaoca, así como su extensión geográfica es propicia para el cultivo de forrajes aptos para la producción de cuyes.

6.2.2 COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI: Resumimos las siguientes:

Fortalezas

La construcción de sus propios galpones fue bajo el apoyo por de la ONG World Vision en contrapartida con los interesados de la propia comunidad.

Disponibilidad de terrenos y agua.

Existencia de un sistema de irrigación por aspersion para sus parcelas.

Juventud de sus comuneros.

Oportunidades

La intervención de organismos no gubernamentales, para más adelante generar más recursos económicos a través de la comercialización de animales

menores asociativamente hace posible una mejor integración al gran mercado regional y en expansión que tiene el cuy.

La existencia de ferias tradicionales.

6.2.3 COMUNIDAD CAMPESINA DE PONGOÑA

Fortalezas

Cuentan con recursos hídricos, para uso en riego de sus parcelas es la comunidad que más recurso hídrico posee lo cual es una gran fortaleza.

Conciencia de la necesidad de capacitación.

Gran voluntad de los comuneros por articularse al mercado.

Oportunidades

Posee un transporte urbano proporcionado por uno de los mismos comuneros.

Crianza factible para hogares rurales por el poco requerimiento de espacio y alta rusticidad.

6.3 ANÁLISIS DE TRAZABILIDAD

6.3.1 COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA: En ella determinamos los canales y es como sigue:

1.- VENDEDOR DE REPRODUCTORES

En esta comunidad la compra de animales reproductores es mínima, por la poca producción que se tiene, sin embargo se adquieren reproductores de las ferias semanales de Combapata, Sicuani y ferias mensuales de Yanaoca.

2.- PRODUCTOR DE CUYES

Los productores de esta comunidad son personas que todavía no llegan a la cantidad que se puede necesitar en el mercado porque su crianza todavía no

es tecnificada y a la vez es poco productiva. Su accesibilidad al distrito de Yanaoca es una gran oportunidad que poseen ya que toda la producción llega directo al mismo mercado de productores que posee el distrito.

3.- COMPRADOR INTERMEDIARIO (acopiador)

No existen compradores intermedios en esta comunidad por que no satisfacen la exigencia del mercado. Pero para los compradores eventuales que tiene los precios fluctúan entre s/16.00 soles los cuyes de 800 gr a s/20.00 soles el kilogramo de cuy.

4.- MERCADO Y DISTRIBUCION

Los comuneros de Chicnayhua hacen la distribución de los cuyes en el mismo distrito de Yanaoca y en su propia comunidad. Los precios en su propia zona son más bajo ya que necesitan que los cuyes salgan con rapidez porque cada día que se quedan de más es un gasto adicional a su economía.

5.- CONSUMIDOR

En este caso la comunidad tiene como principal consumidor a los pobladores de su propia comunidad y del distrito de Yanaoca.

6.3.2 COMUNIDAD CAMPESINA DE PONGOÑA: En ella determinamos los canales y es como sigue:

1.- VENDEDOR DE REPRODUCTORES

En Pongoña la compra de reproductores es constante, con el objetivo de evitar la consanguinidad, dichas compras se realizan en las ferias semanales de Combapata, en los centros de producción de cuyes del MINAG (granja Huayllarpata) y en el centro de producción de cuyes de k'ayra.

2.- PRODUCTOR DE CUYES

Un productor en la comunidad de Pongoña tiene a la venta un promedio de 25 cuyes al año lo cual hace que se pueda mejorar su producción con apoyo de capacitación.

3.- COMPRADOR INTERMEDIARIO (acopiador)

No tienen compradores intermedios en esta comunidad. Pero cuando hay los precios varían entre s/17.50 soles 800 gramos a s/22.50 soles el kilogramo.

4.- MERCADO Y DISTRIBUCION

Los productores hacen la distribución en el mismo distrito de Yanaoca y también llevan hacia la feria de Combapata que es una de las mas grandes en la Región Cusco.

5.- CONSUMIDOR

La comunidad tiene como principal consumidor a los pobladores del distrito de Yanaoca y de otros distritos ya que su producción es vendida en distintos mercados.

6.3.3 COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI: En ella determinamos los canales y es como sigue:

1.- VENDEDOR DE REPRODUCTORES

En la comunidad de Kascani los productores si se preocuparon para comprar reproductores para sus cranzas lo cual hizo una muy grande mejora en sus galpones de crianza. Los de donde compraron fueron en su gran mayoría del poblado de Marangani. Los precios en los que compraron los padrillos y madres reproductoras varían desde s/60 a s/180 soles cada uno dependiendo al tipo y o género.

2.- PRODUCTOR DE CUYES

Los productores están más capacitados en esta comunidad ya que tuvieron el apoyo de gran diversidad de instituciones públicas y privadas.

La producción en esta comunidad es de calidad ya que proporciona animales con buen peso adecuado para los acopiadores que vienen a la zona. En la comunidad de Kascani los precios pueden variar entre s/18.00 soles de 800 gramos a s/25.00 soles kilogramo.

3.- COMPRADOR INTERMEDIARIO (acopiador)

Poseen diversidad de acopiadores que vienen desde Cusco, Sicuani, etc. por la producción de calidad.

4.- MERCADO Y DISTRIBUCION

La distribución de sus cuyes la hacen llevando al distrito de Yanaoca o llevando a Combapata pero en general es el mercado cusqueño gracias a la llegada de acopiadores ya que estos distribuyen desde Tipòn hasta restaurantes como El Moqueguano.

5.- CONSUMIDOR

El principal consumidor es el poblador cusqueño y del valle del Vilcanota.

CONCLUSIONES:

1. Al caracterizar las Redes Solidarias de las tres comunidades campesinas, la comunidad de Kascani es la que sobresale en la producción de cuyes, debido a que posee mayor recurso hídrico y su población es más joven. La evidencia está demostrada en el grafico N° 08.
2. Al elaborar el análisis FODA la comunidad campesina de Kascani es la que tiene mayores fortalezas y oportunidades en la zona como se demuestra en la página N° 96 .
3. Al analizar las redes solidarias la mejor es la comunidad campesina de Kascani porque está bien organizada y esto es demostrado por el nivel educativo que se encuentra en el grafico N° 04. Por los índices de producción evidenciado en el cuadro N°07.

RECOMENDACIONES

1. Desarrollar actividades de capacitación para potenciar sus habilidades y destrezas de las comunidades campesinas estudiadas.
2. Desarrollar un ente financiero que les preste dinero para que les permita desarrollar y mejorar sus crianzas.
3. Apoyo por parte de la municipalidad o entidad privada para articular al mercado el producto, Cuy.

BIBLIOGRAFÍA

ALVARADO MARTÍNEZ, Tomas Everand

2001 Metodología para la elaboración de un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria. México

CORDÓN, Ileana

2001 Comercio Solidario Para Los Productos De La Microempresa. Lima.

COSCIONE Marco

2008 Comercio Justo, Una Alianza Estratégica para el Desarrollo de América Latina. Lima.

COTERA FRETTEL Alfonso

2009 Comercio Justo Sur-Sur. Lima

ESCOBAL Javier

2010 Una mirada de largo Plazo a la Economía Campesina en los Andes, CIES

GARCÍA LÓPEZ, Teresa & CANO FLORES Milagros

2011 El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. En:
<http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/foda1999-2000.pdf>

IICA.

2008 Desarrollo de los Agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe

IICA/PRODAR

2008 Curso de Gestión de Agro negocios en Empresas Asociativas Rurales, Lima

GARCÍA LÓPEZ, Teresa & CANO FLORES Milagros

- 2011 El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones. En:
<http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/foda1999-2000.pdf>,

MEDINA PAJARES, Carla Andrea

- 2004 Tesis: "Seguridad Alimentaria: Políticas, Estrategias y Tácticas para su efectividad social", Lima

MELGAR PAZ, Walter

- 2001 "Pensamiento y Planeamiento Estratégico" Material de Enseñanza del Programa de Planificación, Monitoreo y Evaluación Lima – Perú

ORTIZ ROCA Humberto

- 2005 Economía Popular, Economía Solidaria, Fuerza Para El Desarrollo Humano en el Perú Y en el Sur del Mundo, Lima

PANCORBO, Gina & FEBRES, María

- 2004 Fortalecimiento de Negocios Rurales en Huaura – Perú

PAZ GUILLEN Guillermo & MELGAR PAZ Walter

- 2002 Planificación Estratégica del Desarrollo Local

VEGA MONTEAGUDO, Pamela Daniela

- 2003 Tesis: "PRONAA: Gestión corporativa para el mejoramiento continuo" Lima

WEB

- 2011 <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/141/14100903.pdf>, capturado en línea el 19 de marzo del 2011

ANEXOS

ANEXO N° 01

**FICHA PARA DEFINIR EL PERFIL DEL PEQUEÑO PRODUCTOR
POTENCIAL**

Nombres y Apellidos:

Edad:**Sexo:** Masculino () Femenino ()

Comunidad:.....

1. ¿Te gustaría pertenecer a la Red de Comercio Solidario? Sí () No ()

2. ¿Qué nivel educativo tiene?

- 1) No tiene estudios.
- 2) Primaria incompleta.
- 3) Primaria completa
- 4) Secundaria incompleta.
- 5) Secundaria completa.
- 6) Superior

3. ¿Por qué te dedicaste a la producción de los cuyes?

- 1) Por necesidad / falta de trabajo
- 2) Dos personas
- 3) Entre tres y cinco personas
- 4) Entre cinco y diez personas

4. La distancia desde tu casa a la casa de otros miembros de la red es de.....min.

5. ¿Cuántas horas al DÍA le dedicas a la crianza de tus cuyes?

- 1) Menos de dos horas.
- 2) Entre dos a cinco horas.
- 3) Entre seis a diez horas.
- 4) Más de diez horas.

6. Cuántos CUYES tienes actualmente?.....

7. ¿Cuántos meses o años se dedica a la crianza de CUYES?.....

8. ¿Dónde cría sus Cuyes?

- 1) En cocina.
- 2) En galpón.
- 3) Otros

9. ¿Alguna vez ha tenido apoyo de una institución pública o privada en la crianza de Cuyes?

Sí ().....quienes No ()

10. ¿Qué tipo de apoyo recibió de la institución con la que se relacionó?

- 1) Capacitación.
- 2) Donación de materiales
- 3) Préstamo.
- 4) Otros.....

11. ¿Estaría dispuesto a invertir dinero para mejorar su crianza?

Sí ()

No ()

12. ¿Cuánto invertiría mensualmente?

.....

13. ¿Qué mejoras has implementado para la producción de tus cuyes el último año?

.....

14. ¿Estaría dispuesto(a) a invertir su tiempo en el trabajo de Redes de comercio solidario?

1) Muy poco.

2) Poca.

3) Regular.

4) Mucho.

15. El precio del producto que vende está en comparación al precio del mercado?

Sí ()

No ()

No sabe ()

16. ¿Cuántos cuyes llegó a producir el año pasado?.....

17. ¿Cuál es el ingreso total de dinero al año en tu hogar?.....

18. ¿Cómo fijas el precio del cuy?

- 1) Según el Mercado.
- 2) Por la Competencia.
- 3) Costos de producción.
- 4) No sabe

19. ¿Cómo esta implementado tu galpón de cuyes?

.....
.....

20. ¿Cómo adquirió los materiales para construir su galpón?

- 1) Con recurso propio.
- 2) Prestamos de familiares
- 3) Prestamos de ONG.
- 4) Prestamos de un banco.
- 5) Otro.....

21. ¿A quiénes vende sus cuyes?

- 1) Mercado Local.
- 2) Mercados Nacionales (Combapata o Cusco)
- 3) Extranjeros.
- 4) Intermediarios

22. ¿Pertenece a algún tipo de asociación? Si() No ()

¿cuál?.....

23. ¿Consume los cuyes que produce?

Si ()

No()

* si la respuesta es NO continuar con la subsiguiente pregunta

24. ¿Cuántos cuyes consume al mes?

1) 1-2

2) 2-3

3) 3-4

4) 4-5

25. ¿Obtuvo algún beneficio al pertenecer a esta asociación? ¿Que?

.....

.....

26. ¿Qué Otra actividad se realiza en su hogar para generar ingreso

1) Agricultor

2) Crianza de cuyes.

3) Artesanías.

4) Otros

27. ¿Qué tipo de CUYES produce?

1) Tipo I

2) Tipo II

3) Tipo III

4) Tipo IV

28. ¿Tu producción de cuyes es para?

- 1) Consumo.
- 2) Reproductores

Comercialización

- 3) Otro.....

29. ¿Qué líneas de Cuyes Produce o cría?

- 1) Línea Perú
- 2) Línea inti
- 3) Línea Andina
- 4) Otros.....

30. ¿Qué tipo de alimentación reciben sus cuyes?

- 1) Alfalfa
- 2) Avena
- 3) Balanceado
- 4) Afrecho
- 5) Chala
- 6) Otros.....

31. ¿Qué enfermedades le afecta a sus cuyes?

- 1) Salmonelosis
- 2) Neumonía
- 3) Ectoparásitos
- 4) Endoparásitos
- 5) Otros.....

32. ¿Maneja registro de producción de sus cuyes?

Sí ()

No ()

33. ¿Qué área de terreno dispone para el cultivo de forraje?(hectáreas)

1) Una ha.

2) Dos has.

3) Más de dos ha.

34. ¿Tiene acceso a riego?

Sí ()

No ()

REGLAMENTO INTERNO PARA LAS REDES SOLIDARIAS

Para la RED SOLIDARIA de Cuyes uno de los recursos más importantes es su capital humano. Por ello desea que todos los miembros tengan pleno conocimiento de sus derechos y obligaciones en la realización de sus actividades dentro de la Red Solidaria, en un ambiente de comprensión y mutuo entendimiento. Debido a ello, se elaboró el presente Reglamento Interno, para que en forma conjunta y participativa sea aprobado el presente Reglamento Interno que consta de los siguientes puntos:

PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 1.

Objetivo del reglamento.

El presente REGLAMENTO INTERNO DE LA RED SOLIDARIA de Cuyes tiene por objetivo regular la conducción y administración de la Red, los compromisos institucionales frente a otras personas y/o instituciones, los derechos y obligaciones de sus socios y las sanciones en caso de incumplimiento del presente reglamento.

Establece las principales normas que regulan las relaciones entre los miembros de la Red, cuyo cumplimiento es obligatorio, sin distinción de condición económica, creencias religiosas, políticas, nacionalidad, raza, sexo, opinión o idioma.

Las disposiciones están orientadas a fomentar la solidaridad, confianza y armonía entre los miembros de la Red y la mejora de su productividad, competitividad y articulación.

Artículo 2.

ALCANCE

Las disposiciones establecidas en este reglamento rigen para todos los miembros de la Red, sin restricción alguna desde la fecha de su aprobación.

El presente Reglamento Interno podrá ser modificado parcial o totalmente cuando a criterio de los integrantes de la Red es necesaria su modificación, para optimizar su funcionamiento y desarrollo, poniendo en conocimiento de todos sus miembros.

La representación de la RED SOLIDARIA de Cuyes, ante sus miembros se encuentra a cargo del Presidente de la Red u otro miembro, previa delegación expresa del mismo.

A todo nuevo miembro que ingrese a la Red, se le proporcionará una copia del presente Reglamento, debiendo distribuirse también un ejemplar a todos los miembros ingresados con anterioridad a su entrada en vigencia, bajo cargo que constará en archivos de la Red. De este modo, todos los miembros de la Red están informados de su existencia y contenido, por lo que tienen la obligación de leerlo y conocerlo. En consecuencia, ningún miembro podrá decir que desconoce el reglamento, ya que sus normas tienen carácter obligatorio.

Artículo 3.

Denominación de la Red.

La Red Solidaria de Cuyes, DEBE SER DENOMINADA SEGÚN CONSENSO DE LOS MISMOS MIEMBROS.

Artículo 4.

Domicilio Social.

El domicilio de la Red se fija en la Comunidad Campesina (CHICNAYHUA, PONGOÑA, KASCANI) Distrito de Yanaoca, Provincia de Canas, Departamento del Cusco.

Artículo 5.

Duración y fecha de inicio de sus actividades.

La Red Solidaria que se constituye es de duración indefinida e inicia sus actividades a partir de su acta de constitución.

Artículo 6.

Del capital de la Red.

Son todos los aportes que los socios efectúan periódicamente conforme a sus acuerdos que consten en actas. Estos pueden ser aportes ordinarios (semanales, quincenales o mensuales) o extraordinarios (por acuerdo de Red). También constituye patrimonio de la Red todos los bienes muebles y/o inmuebles que la Red va ir adquiriendo previa a su consolidación y formalización como MYPE.

Artículo 7.

De las responsabilidades de los miembros de la Red.

Las integrantes de la Red Solidaria deberán promover:

- La salud, educación y el buen trato de sus miembros.
- La inclusión de pares (pequeños productores) en la red solidaria, que gestionan con bajos estándares de productividad, competitividad y articulación de la cadena productiva de cuyes.
- El cuidado y protección del medio ambiente, que contribuya en la sustentabilidad en beneficio de futuras generaciones.

- La equidad de género, respecto a las responsabilidades y roles de las mujeres y varones en la gestión de los eslabones de la cadena productiva, en la que se involucra la red solidaria.
- El relacionamiento armonioso, justo y pacífico entre los miembros de la red; los mismos que deben estar basados en: La Solidaridad, Honestidad, Responsabilidad, Respeto y Puntualidad.

Artículo 8.

De las obligaciones

Las integrantes de la Red Solidaria en pleno, se comprometen al trabajo bajo la Metodología de Redes Solidarias y todas las actividades que conlleven el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de los pequeños productores asociados en la Red Solidaria de Cuyes, los mismos que deben estar basados en los siguientes principios estratégicos:

- Promover el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes; priorizando su salud y educación.
- Proteger y conservar del medio ambiente; priorizando la gestión de procesos productivos orgánicos.
- En una gestión organizacional, productiva y comercial; en donde varones y mujeres asumen responsabilidades y roles con equidad de género.
- Promoviendo la inclusión social, en donde la Red prioriza el acceso a familias de bajos recursos de la comunidad.
- Promover relaciones armoniosas, justas y pacíficas; en donde primen valores como: La Solidaridad, Honestidad, Responsabilidad, Respeto y Puntualidad.

Así mismo en el cumplimiento de los siguientes principios operativos:

- Asistir puntualmente a las reuniones convocadas por el Presidente de la Red Solidaria.
- Participar activamente en los acuerdos asumidos por la Red Solidaria.
- Cumplir con los acuerdos para la generación de aportes ordinarios y extraordinarios en la generación de fondos para la Red Solidaria.
- Los socios se obligan a participar y aceptar las comisiones encomendadas por la Red Solidaria.

Artículo 9.

De los permisos

Los permisos o inasistencias justificadas deben de ser solicitados e informados a la junta directiva de la Red Solidaria.

Debe de efectuarse con un día de anticipación.

Cada integrante de la Red Solidaria tiene derecho a solicitar cuatro permisos por año según sea consensuado entre los miembros como máximo, a partir de quinto permiso pagara la multa correspondiente a S/. 2.00 (integrantes de la Red) y S/: 2.00 (junta directiva de la Red).

Se otorga permiso por emergencia, bajo las siguientes consideraciones:

- Salud del integrante de la Red o de un familiar.
- Actividad imprevista de su centro de estudios, trabajo.

Artículo 10.

De los reemplazos

Se acuerda en pleno, por la totalidad de los integrantes de la Red Solidaria de que si el integrante titular de la Red, no puede asistir a las reuniones puede enviar un reemplazante. (Padres, hermano (a) o algún integrante de su familia).

Artículo 11.

De las reuniones

Las reuniones ordinarias se realizarán una vez al mes según la propia red vea por conveniente priorizando los tiempos que ellos dedican a sus labores ya sea de crianza o domésticas según sea el caso, el local será pedido a la comunidad o presidente de la comunal en el salón comunal o PRONOI.

Artículo 12.

De los aportes ordinarios

La Red Solidaria acordará en pleno que el aporte periódico será: mensual un aporte de S/.0.50 (céntimos) o lo que ellos vean por conveniente en consenso con los miembros.

Artículo 13.

De las sanciones

Inasistencias:

Por falta a las reuniones ordinarias, la multa será de S/. 2.00 (junta directiva), S/. 2.00 (integrantes) o lo que ellos vean por conveniente en consenso con los miembros.

Tardanzas:

- Se va tener una tolerancia de 15 minutos pasado ese tiempo considerar las siguientes sanciones:
 - a.- 15 a 30 minutos = S/. 0.50
 - b.- A partir de 30 minutos se considera presente si el integrante de la red aporta S/.1.00.

Artículo 14.

Del retiro de los integrantes de la Red

Será causal para dejar de ser miembros de la Red Solidaria

- Por decisión voluntaria.
- Por falta de 03 aportes.
- Por cometer actos de indisciplina, o falta de respeto a algún integrante de la Red Solidaria.

Al dejar de ser miembro activo de la Red Solidaria, pierde derecho sobre todo lo obtenido como Red Solidaria y:

- Deja de contar con reportes de precios de mercado.
- Deja de tener beneficios a capacitación técnica sobre la cadena.
- Deja de percibir implementación de instrumentos de gestión productiva de la cadena.
- Deja de tener acceso a puntos y contratos de venta de la Red Solidaria.

Así mismo, deberá devolver todo los beneficios de implementación productiva recibidos como: mallas, maderamen, calamina, reproductores, herramientas, entre otros. Como consecuencia de ser miembro de la Red Solidaria; los que serán entregados a otro miembro de la Red, que se designe en reunión extraordinaria, convocada por el Presidente de la Red.

Artículo 15.

De los ingresos de nuevos integrantes

Para el posible ingreso de nuevos integrantes a la Red Solidaria, tendrá como plazo límite hasta la inscripción de la Red en Registros Públicos, previa presentación de documento de petición, con el aval respectivo de un integrante activo de la Red Solidaria.

De las funciones De la Junta Directiva.

Artículo 16.

Funciones del Presidente.

El presidente es el representante legal de la Red Solidaria de Cuyes, tiene todas las facultades para hacer cumplir los acuerdos adoptados en las Asambleas ordinarias y extraordinarias, son sus funciones:

1. Celebrar y ejecutar los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social de la Red.
2. Aperturar una cuenta bancaria mancomunada con el tesorero de la Red Solidaria.
3. Girar cheques, pagares, u otro título valor de la Red Solidaria.
4. Representar a la Red con las facultades generales y especiales previstas en el Código Procesal Civil.
5. Dirigir y convocar las Asambleas Generales ordinarias y extraordinarias y en ella dar los informes de la conducción y administración de la Red Solidaria.
6. Hacer cumplir los acuerdos adoptados en las Asambleas Generales ordinarias y extraordinarias.
7. Convocar a elecciones una vez concluido su periodo
8. Llevar conjuntamente a los demás integrantes de la Junta Directiva, el balance patrimonial de la Red, y brindar esta información cuando se lo soliciten, por escrito, los socios de la Red Solidaria.

Artículo 17.

Funciones del Vicepresidente.

El vicepresidente asume las funciones de presidente cuando este está ausente.

Artículo 18.

Funciones del Secretario.

1. Llevar adecuadamente, el libro de actas de la Red Solidaria, transcribiendo todos los acuerdos adoptados en las asambleas ordinarias o extraordinarias y custodiarlo bajo responsabilidad.
2. Colaborar con la Junta Directiva, en el manejo y conducción de la Red.
3. Representar al Presidente o al Tesorero la Red Solidaria, en caso de ausencia, licencia, o de vacancia, por el lapso máximo de 01 mes calendario.

Artículo 19.

Funciones del tesorero.

1. Llevar adecuadamente los libros contables de la Red Solidaria, con el asesoramiento de un profesional si fuese necesario, y custodiarlo bajo responsabilidad.
2. Colaborar con la Junta Directiva, en el manejo y conducción de la Red Solidaria.
3. Representar al secretario de la Red, en caso de ausencia, licencia, o de vacancia, por el lapso máximo de 01 mes calendario.

Artículo 20.

Funciones del Vocal

1. Reemplazar al vicepresidente, secretario, tesorero en caso de vacancia, licencia o ausencia temporal.
2. Comunicar a los integrantes de la red para las reuniones ordinarias y extra ordinarias convocados por la junta directiva.

3. Cautelar la conservación y defensa de los bienes de la red en colaboración con las autoridades correspondientes.

Artículo 21.

Funciones del Fiscal

1. Solicitar a la junta directiva información sobre el cumplimiento de sus funciones.
2. Conocer las reclamaciones y los recursos de reconsideración de los miembros de la red contra las decisiones de un órgano de la junta directiva informando a la asamblea general.
3. Denunciar ante la asamblea las irregularidades en que incurrieran la junta directiva.
4. Mantener el orden y la disciplina en la asamblea general, talleres y/o reuniones de la junta directiva y otras actividades de la red
5. Llevar el control de asistencia de los miembros de la red a las diferentes actividades y supervisar su ejecución remitiendo a la junta directiva la nómina de asistentes.
6. Comprobar la existencia y veracidad del padrón y otros documentos de la red.

ANEXO N° 03**SOCIOS COMUNIDAD DE CHICNAYHUA**

N°	NOMBRE	DNI
1	Mamani Condo Olger	41734236
2	Mamani Gonzales Alfredo	
3	Condo Condori Lucas	24582418
4	Alata Choqqe Samuel	80247616
5	Alata Choqqe Julio	24560083
6	Torres Cuito Beatriz	24564517
7	Condori Hanco Edilfonso	42930873
8	Alata Choqqe Beatriz	24562229
9	Isidora Choqqe	24564589
10	Mamani Pascuala	24560574
11	Gonzales Teofila	45690361
12	Choqqe Natividad	42220311
13	Condo Apaza Julio	24561016

SOCIOS COMUNIDAD DE PONGOÑA

N°	NOMBRE	DNI
1	Zarate Chinchazo Valentin	40411827
2	Caceres Palomino Isaias	24582763
4	Mamani Palomino Saturnina	24562596
5	Mejia Angulo Lorenzo	24582124
6	Surco Tupa Emilio	80169911
7	Armuto Puma Anastacia	24564932
8	Sencia Taype Francisca	24565546
9	Champi Lopez Victoria	42451955
10	Champi Surco Nieves	24563209
12	Soncco Ccoa Aurelio	24560343
13	Zarate Batallanos Raul	41696041
14	Zarate Caceres Roly	40463231
16	Zarate P Aristides	24564513
17	Condori Flores Eulogia	24564817
18	Tupa PaccoConza Bartolome	24560154
20	Soncco Clemente	24560693
21	Champi Camila	24561206
22	Caceres Sixto	24565327

SOCIOS COMUNIDAD DE KASCANI

Nº	NOMBRE	DNI
1	Ccoa Aquino Saturnina	24562815
2	Escobar Huillca Roberto	24583923
3	Ccoa Palomino Justino	42315846
4	Palomino Ccoa Jose	24583758
5	Champi Palomino Mario	42220306
6	Mamani Ccoa Erasmo	44660723
7	Palomino Ccoa Ciro	80060158
8	Mamani Aquino Zenon Cirilo	24561022
9	Palomino Ccoa Genaro	24562021
10	Escobar Huillca Claudio	80179734
11	Palomino Quispe Faustino	43801037
12	Palomino Quispe Percy	41732514
13	Palomino Aquino Vicentina	24581483
14	Escobar Huillca Ignacio	42586074
15	Ccama Palomino Salvador	24560931
16	Igme Mamani Zacarias	80181915
17	Palomino Aquino Florencio	24560287
18	Palomino Condori Marleni	45596715
19	Huillca Quispe Antonio	41154697
20	Caceres Quispe Justino	41734245
21	Huillca Palomino Seferino	24562747
22	Palomino Mamani Damaso	24564642
23	Martin Palomino Chapi	24562464
24	Ccoa Palomino Senon	43961420
25	Palomino Mamani Nicodemo	24583682
26	Palomino Ccoa Serafin	40862561
27	Mamani Palomino Victor	24583937
28	Palomino Ccoa Evaristo	24565222
29	Palomino Ksalle Saturnino	24562827
30	Igme Mamani Jose	24564518
31	Palomino Mamani Maximo	43893358
32	Palomino Mamani Juan	24583791
33	Aquino Palomino Teofilo	24565544
34	Aquino Palomino Jesus	42856072
35	Quispe Huillca Julian	24562529
36	Ccoa Mamani Modesto	24583092
37	Ccoa Mamani Gregorio	41732501

ANEXO N° 04

CUADROS REALIZADOS SEGÚN LAS ENCUESTAS

EDAD

PROMEDIO DE EDAD	41
Kascani	36
Pongoña	51
Chicnayhua	38

SEXO

Kascani		%
M =	26	79
F =	7	21
		100

Chicnayhua		%
M =	4	44
F =	5	56
		100

Pongoña		%
M =	9	47
F =	10	53
		100

NIVEL EDUCATIVO

Kascani	%	Nº
1) No tiene estudios.	9	3
2) Primaria incompleta.	33	11
3) Primaria completa	18	6
4) Secundaria incompleta.	12	4
5) Secundaria completa.	27	9
6) Superior	0	0
	100	33

Chicnayhua	%	Nº
1) No tiene estudios.	11	1
2) Primaria incompleta.	44	4
3) Primaria completa	11	1
4) Secundaria incompleta.	11	1
5) Secundaria completa.	22	2
6) Superior	0	0
	100	9

Pongoña	%	Nº
1) No tiene estudios.	21	4
2) Primaria incompleta.	37	7
3) Primaria completa	11	2
4) Secundaria incompleta.	5	1
5) Secundaria completa.	21	4
6) Superior	5	1
	100	19

POR QUE TE DEDICASTE A LA PRODUCCION

Kascani	%	Nº
1) Por necesidad / falta de trabajo	12	4
2) Obtener mejores ingresos	85	28
3) Por tradición familiar	3	1
4) Otro		0
	100	33

Chicnayhua	%	Nº
1) Por necesidad / falta de trabajo	22	2
2) Obtener mejores ingresos	67	6
3) Por tradición familiar	11	1
4) Otro		0
	100	9

Pongoña	%	Nº
1) Por necesidad / falta de trabajo	11	2
2) Obtener mejores ingresos	74	14
3) Por tradición familiar	11	2
4) Otro	5	1
	100	19

HORAS AL DÍA QUE LE DEDICAS A LA CRIANZA DE TUS CUYES

kascani		Nº
1) Menos de dos horas.		7
2) Entre dos a cinco horas.		26
3) Entre seis a diez horas.		0
4) Más de diez horas.		0
		33

Chicnayhua		Nº
1) Menos de dos horas.		0
2) Entre dos a cinco horas.		9
3) Entre seis a diez horas.		0
4) Más de diez horas.		0
		9

Pongoña		Nº
1) Menos de dos horas.		5
2) Entre dos a cinco horas.		14
3) Entre seis a diez horas.		0
4) Más de diez horas.		0
		19

PROMEDIO DE CUYES

PROMEDIO TOTAL		89
Kascani		119
Pongoña		43
Chicnayhua		76

LUGARES DONDE CRIAN LOS CUYES

Kascani	%	Nº
1) En cocina.	12	4
2) En galpón.	88	29
3) Otros		0
	100	33

Pongoña	%	Nº
1) En cocina.	11	2
2) En galpón.	84	16
3) Otros	5	1
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
1) En cocina.	11	1
2) En galpón.	89	8
3) Otros		0
	100	9

¿ALGUNA VEZ A TENIDO APOYO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA O PRIVADA EN LA CRIANZA DE CUYES?

Kascani	%	Nº
SI	91	30
NO	9	3
	100	33

Pongoña	%	Nº
SI	84	16
NO	16	3
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
SI	89	8
NO	11	1
	100	9

QUÉ TIPO DE APOYO RECIBE DE ALGUNA INSTITUCIÓN

Kascani	%	Nº
1) Capacitación.	82	27
2) Donación de materiales	18	6
3) Préstamo.		0
4) Otros		0
	100	33

Pongoña	%	Nº
1) Capacitación.	53	10
2) Donación de materiales	47	9
3) Préstamo.		0
4) Otros		0
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
1) Capacitación.	56	5
2) Donación de materiales	44	4
3) Préstamo.		0
4) Otros		0
	100	9

ESTARÍA DISPUESTO A INVERTIR DINERO PARA MEJORAR SU CRIANZA

Kascani	%	Nº
SI	79	26
NO	21	7
	100	33

Pongoña	%	Nº
SI	89	17
NO	11	2
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
-------------------	----------	-----------

SI	100	9
NO	0	0
	100	9

¿CUÁNTO INVERTIRÍA MENSUALMENTE?

Kascani	57.88
Pongoña	17.37
Chicnayhua	20.00

ESTARÍA DISPUESTO(A) A INVERTIR SU TIEMPO EN EL TRABAJO DE REDES DE COMERCIO

Kascani	%	Nº
1) Muy poco.		0
2) Poca.		0
3) Regular.	100	33
4) Mucho.		0
	100	33

Pongoña	%	Nº
1) Muy poco.		0
2) Poca.		0
3) Regular.	100	19
4) Mucho.		0
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
1) Muy poco.		0
2) Poca.		0
3) Regular.	89	8
4) Mucho.	11	1
	100	9

¿EL PRECIO DEL PRODUCTO QUE VENDE ESTÁ EN COMPARACIÓN AL PRECIO DEL MERCADO?

Kascani	%	Nº
Sí	55	18
No	24	8
No sabe	21	7
	100	33

Pongoña	%	Nº
Sí		0
No		0
No sabe	100	19
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
Sí		0
No		0
No sabe	100	9
	100	9

¿Cuántos cuyes llegó a producir el año pasado por productor?

Chicnayhua	39
Pongoña	25
kascani	142

¿CÓMO FIJAS EL PRECIO DEL CUY?

Kascani	%	Nº
1) Según el Mercado.	85	28
2) Por la Competencia.		0
3) Costos de producción.		0
4) No sabe	15	5
	100	33

Pongoña		%	Nº
1) Según el Mercado.		100	19
2) Por la Competencia.			0
3) Costos de producción.			0
4) No sabe			0
		100	19

Chicnayhua		%	Nº
1) Según el Mercado.		33	3
2) Por la Competencia.		11	1
3) Costos de producción.			0
4) No sabe		56	5
		100	9

¿CÓMO ADQUIRIÓ LOS MATERIALES PARA CONSTRUIR SU GALPÓN?

Kascani		%	Nº
1) Con recurso propio.		45	15
2) Prestamos de familiares			0
3) Prestamos de ONG.		55	18
4) Prestamos de un banco.			0
		100	33

Pongoña		%	Nº
1) Con recurso propio.		100	19
2) Prestamos de familiares			0
3) Prestamos de ONG.			0
4) Prestamos de un banco.			0
		100	19

Chicnayhua		%	Nº
1) Con recurso propio.		67	6
2) Prestamos de familiares			0
3) Prestamos de ONG.		33	3
4) Prestamos de un banco.			0
		100	9

¿A QUIÉNES VENDE SUS CUYES?

Kascani		%	Nº
1) Mercado Local.		18	6
2) Mercado Nacionales.		48	16
3) Extranjeros.			0
4) Intermediarios		33	11
		100	33

Pongofña		%	Nº
1) Mercado Local.		74	14
2) Mercado Nacionales.		26	5
3) Extranjeros.			0
4) Intermediarios			0
		100	19

Chicnayhua		%	Nº
1) Mercado Local.		100	9
2) Mercado Nacionales.		0	0
3) Extranjeros.			0
4) Intermediarios			0
		100	9

¿PERTENECE A ALGÚN TIPO DE ASOCIACIÓN?

kascani		%	Nº
SI		82	27
NO		18	6
		100	33

Pongoña	%	Nº
SI	42	8
NO	58	11
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
SI	56	5
NO	44	4
	100	9

¿CONSUME LOS CUYES QUE PRODUCE?

Kascani	%	Nº
SI	61	20
NO	39	13
	100	33

Pongoña	%	Nº
SI	16	3
NO	84	16
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
SI	22	2
NO	78	7
	100	9

CUANTOS CUYES CONSUME AL MES

Kascani		Nº
0) No consume	39	13
1) 1 - 2	58	19
2) 2 - 3	3	1
3) 3 - 4 a mas		
	100	33

Pongoña	%	Nº
0) No consume	84	16
1) 1 - 2	16	3
2) 2 - 3		
3) 3 - 4 a mas		
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
0) No consume	78	7
1) 1 - 2	22	2
2) 2 - 3		
3) 3 - 4 a mas		
	100	9

¿MANEJA REGISTRO DE PRODUCCIÓN DE SUS CUYES?

kascani	%	Nº
SI		0
NO		33
	100	33

Pongoña	%	Nº
SI		0
NO	100	19
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
SI		0
NO	100	9
	100	9

¿QUÉ LÍNEAS DE CUYES PRODUCE O CRÍA?

Kascani	%	Nº
1) Línea Peru	100	33
2) Línea Inti		0
3) Línea andina		0
4) Otros		0
	100	33

Pongoña	%	Nº
1) Línea Peru	74	14
2) Línea Inti	26	5
3) Línea andina		0
4) Otros		0
	100	19

Chicnayhua	%	Nº
1) Línea Peru	56	5
2) Línea Inti		0
3) Línea andina	44	4
4) Otros		0
	44	9

¿QUÉ TIPO DE ALIMENTACIÓN RECIBEN SUS CUYES?

kascani	%	Nº
1) Alfalfa	55	18
2) Avena	6	2
3) Balanceado	27	9
4) Afrecho	12	4
5) Chala		
6) Otros		

Pongoña	%	Nº
1) Alfalfa	11	2
2) Avena	74	14
3) Balanceado	5	1
4) Afrecho		
5) Chala		
6) Otros	11	2

Chicnayhua	%	Nº
1) Alfalfa	56	5
2) Avena		
3) Balanceado		
4) Afrecho		
5) Chala		
6) Otros	44	4

ENCUESTA DE COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA

N°	Nombres y Apellidos	Edad (Años)	Sexo	Comunidad	1) ¿Te gustaría pertenecer a la Red de Comercio Solidario?	2) ¿Qué nivel educativo tiene?	3) ¿Por qué te dedicas a la producción de los cuyes?	4) La distancia desde tu casa a la casa de otros miembros de la red es demin.	5) ¿Cuántas horas al DÍA le dedicas a la crianza de tus cuyes?	6) ¿Cuántos CUYES tiene actualmente?	7) ¿Cuántos meses o años se dedica a la crianza de CUYES?	8) ¿Dónde crías tus Cuyes?	9) ¿Alguna vez a tenido apoyo de una institución pública o privada en la crianza de Cuyes?	10) ¿Qué tipo de apoyo recibió de la institución con la que se relacionó?	11) ¿Estaría dispuesto a Invertir dinero para mejorar su crianza?	12) ¿Cuánto invertiría mensualmente?	13) ¿Qué mejoras has implementado para la producción de tus cuyes el último año?
1	Mamani Condo Olger	28	1	Chicnayhua	1	3	1	15	2	50	4	2	1	1	1	50.00	Mallas, ventanas, puertas
2	Condo Condori Lucas	22	1	Chicnayhua	1	2	2	15	2	50	1	2	1	1	1	30.00	Mallas
3	Alata Choque Julio	21	1	Chicnayhua	1	4	2	15	2	40	4	2	1	1	1	10.00	Ninguna
4	Torres Cuito Beatriz	35	2	Chicnayhua	1	2	1	15	2	60	2	2	1	1	1	10.00	Mallas, ventanas, puertas
5	Condori Hanco Edilfonso	37	1	Chicnayhua	1	5	2	15	2	60	2	1	2	1	1	10.00	Selección de reproductores
6	Isidora Choque	34	2	Chicnayhua	1	1	2	15	2	100	7	2	1	2	1	10.00	Mallas, ventanas, puertas
7	Mamani Pascuala	37	2	Chicnayhua	1	5	2	15	2	90	1	2	1	2	1	40.00	Ninguna
8	Gonzales Teofila	66	2	Chicnayhua	1	2	2	15	2	120	1	2	1	2	1	10.00	Ninguna
9	Choque Natividad	60	2	Chicnayhua	1	2	3	15	2	110	1	2	1	2	1	10.00	Ninguna

ENCUESTA DE COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI

N°	Nombres y Apellidos	Edad (Años)	Sexo	Comunidad	1) ¿Te gustaría pertenecer a la Red de Comercio Solidario?	2) ¿Qué nivel educativo tiene?	3) ¿Por qué te dedicaste a la producción de los cuyes?	4) La distancia desde tu casa a la casa de otros miembros de la red es demin.	5) ¿Cuántas horas al día le dedicas a la crianza de tus cuyes?	6) ¿Cuántos CUYES tienes actualmente?	7) ¿Cuántos meses o años se dedica a la crianza de CUYES?	8) ¿Dónde crías tus Cuyes?	9) ¿Alguna vez a tenido apoyo de una Institución pública o privada en la crianza de Cuyes?	10) ¿Qué tipo de apoyo recibió de la Institución con la que se relacionó?	11) ¿Estaría dispuesto a invertir dinero para mejorar su crianza?	12) ¿Cuánto invertiría mensualmente?	13) ¿Qué mejoras has implementado para la producción de tus cuyes el último año?
21	Palomino Aquino Florencio	34	1	Kascani	1	2	2	10	2	100	1	2	1	1	2	60.00	Ninguna
22	Palomino Condori Marleni	39	1	Kascani	1	2	1	10	2	100	2	2	1	1	1	70.00	Ninguna
23	Huillca Quispe Antonio	22	1	Kascani	1	4	2	15	2	150	4	2	1	1	1	70.00	Ninguna
24	Caceres Quispe Justino	35	1	Kascani	1	2	1	15	2	90	2	2	1	1	1	70.00	Mallas, ventanas, puertas
25	Palomino Mamani Nicodemo	37	1	Kascani	1	5	2	15	2	110	2	1	2	1	1	70.00	Selección de reproductores
26	Palomino Ccoa Serafin	22	1	Kascani	1	4	2	15	2	200	4	2	1	1	1	70.00	Ninguna
27	Mamani Palomino Victor	35	1	Kascani	1	2	1	15	2	60	2	2	1	1	1	50.00	Mallas, ventanas, puertas
28	Chapi Mollo Macario	37	1	Kascani	1	5	2	15	2	120	2	1	2	1	1	50.00	Selección de reproductores
29	Mollo Aquino Gertrudes	34	2	Kascani	1	1	2	15	2	100	7	2	1	2	1	50.00	Mallas, ventanas, puertas
30	Palomino Ccoa Evaristo	37	1	Kascani	1	5	2	15	2	90	1	2	1	2	2	50.00	Ninguna
31	Palomino Ksalle Saturnino	37	1	Kascani	1	2	2	15	2	120	1	2	1	2	2	50.00	Mallas, ventanas, puertas
32	Igme Mamani Jose	57	1	Kascani	1	2	2	20	2	50	5	2	1	1	1	50.00	Ninguna
33	Quispe Mamani Edelvira	49	2	Kascani	1	3	2	10	2	150	5	2	1	1	2	50.00	Ninguna

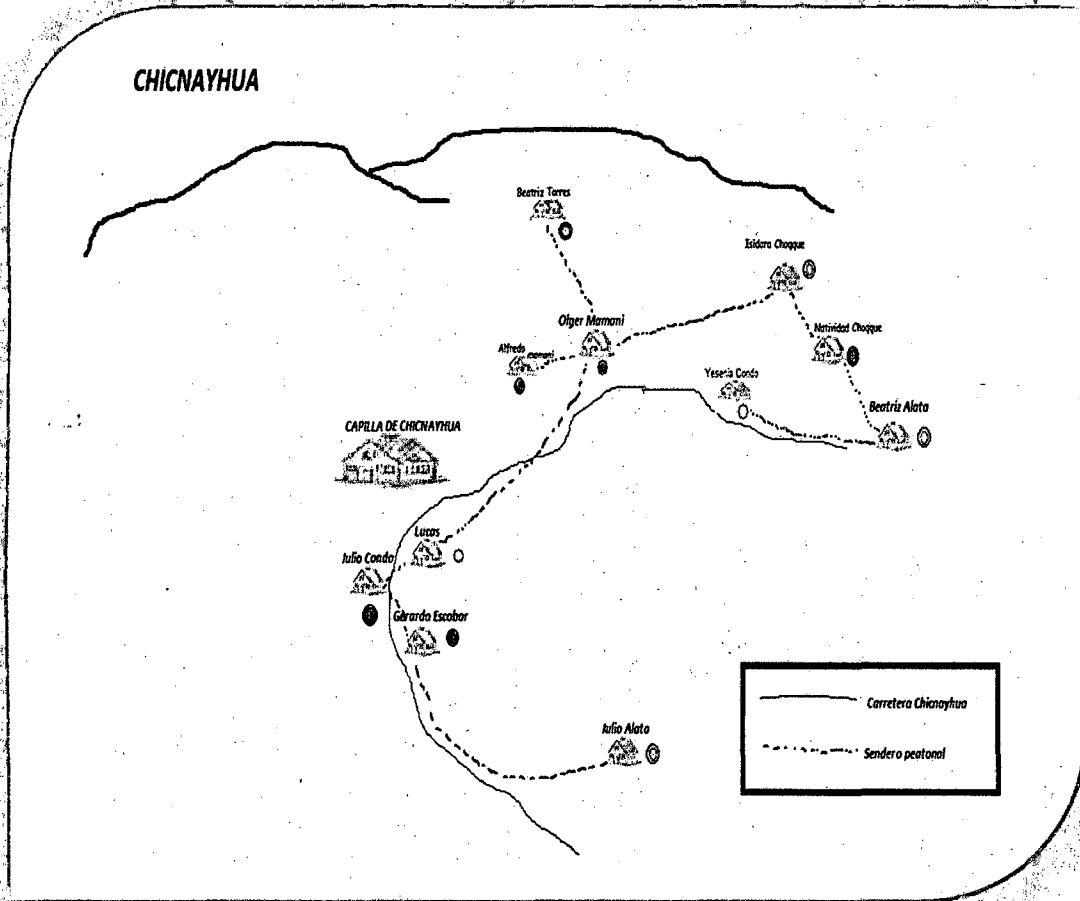
ENCUESTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI

14) ¿Estará dispuesto a invertir su tiempo en el trabajo de Redes de comercio solidario?	15) ¿El precio del producto que vende está en comparación al precio del mercado?	16) ¿Cuántos cuyes llegó a producir el año pasado?	17) ¿Cuál es el ingreso total de dinero al año en tu hogar?	18) ¿Cómo fijas el precio del cuy?	19) ¿Cómo esta implementado tu galpón de cuyes?	20) ¿Cómo adquirió los materiales para construir su galpón?	21) ¿A cuántas personas vende sus cuyes?	22) ¿Pertenece a algún tipo de asociación?	23) ¿Consumen los cuyes que produce?	24) ¿Cuántos meses?	25) ¿Obtuvo algún beneficio al pertenecer a esta asociación?	26) ¿Qué otra actividad se realiza en su hogar para generar ingresos?	27) ¿Maneja registro de producción de sus cuyes?	28) ¿Qué líneas de Cuyes Produce o cría?	29) ¿Tu producción de cuyes es para?	30) ¿Qué tipo de alimentación reciben sus cuyes?	31) ¿Qué tipo de CUYES produce?	32) ¿Qué área de terreno dispone para el cultivo de forraje?(hectáreas)	33) ¿Tiene acceso a riego?
3	3	50	1000.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	3	80	1200.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	3	40	600.00	1	pozas, jaulas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I, II	1	si
3	3	170	2000.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I	1	si
3	3	120	1500.00	1	pozas	1	4	1	1	2	Galpon	2	2	1	Consumo	4	Tipo I, II	1	si
3	3	200	1500.00	1	pozas	3	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I	1	si
3	3	100	1600.00	1	pozas	3	2	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	45	1800.00	1	pozas	3	4	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	150	1500.00	1	pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	2	150	2000.00	1	pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo	1	Tipo I, II	1	si
3	2	150	1500.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	2	150	1200.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	2	60	1000.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	2	300	4500.00	4	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I	1	si
3	2	250	1200.00	4	Pozas	1	2	1	2	0		2	2	1	Consumo	3	Tipo I, II	1	si
3	2	200	2000.00	4	Pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I	1	si
3	2	50	1500.00	4	jaulas	1	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	1	700	4500.00	4	jaulas pozas bebederos	1	1	1	1	1		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	50	1200.00	1	pozas	3	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	1	50	1000.00	1	jaulas	3	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo	3	Tipo I, II	1	si

14) ¿Estaria dispuesto a invertir su tiempo en el trabajo de Redes de comercio solidario?	15) ¿El precio del producto que vende está en comparación al precio del mercado?	16) ¿Cuántos cuyes llegó a producir el año pasado?	17) ¿Cuál es el ingreso total de dinero al año en tu hogar?	18) ¿Cómo fijas el precio del cuy?	19) ¿Cómo esta implementado tu galpón de cuyes?	20) ¿Cómo adquirió los materiales para construir su galpón?	21) ¿A quiénes vende sus cuyes?	22) ¿Pertenece a algún tipo de asociación?	23) ¿Consumen los cuyes que produce?	24) ¿Cuántos al mes?	25) ¿Obtuvo algún beneficio al pertenecer a esta asociación?	26) ¿Qué otra actividad se realiza en su hogar para generar ingresos?	27) ¿Maneja registro de producción de sus cuyes?	28) ¿Qué líneas de Cuyes Produce o cría?	29) ¿Tu producción de cuyes es para?	30) ¿Qué tipo de alimentación reciben sus cuyes?	31) ¿Qué tipo de CUYES produce?	32) ¿Qué área de terreno dispone para el cultivo de forraje?(hectáreas)	33) ¿Tiene acceso a riego?
3	3	50	1000.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	3	80	1200.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	3	40	600.00	1	pozas, jaulas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I, II	1	si
3	3	170	2000.00	1	pozas	1	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I	1	si
3	3	120	1500.00	1	pozas	1	4	1	1	2	Galpon	2	2	1	Consumo	4	Tipo I, II	1	si
3	3	200	1500.00	1	pozas	3	4	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	4	Tipo I	1	si
3	3	100	1600.00	1	pozas	3	2	2	2	0		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	45	1800.00	1	pozas	3	4	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	150	1500.00	1	pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	2	150	2000.00	1	pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo	1	Tipo I, II	1	si
3	2	150	1500.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	2	150	1200.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	2	60	1000.00	1	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	2	300	4500.00	4	pozas	1	1	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I	1	si
3	2	250	1200.00	4	Pozas	1	2	1	2	0		2	2	1	Consumo	3	Tipo I, II	1	si
3	2	200	2000.00	4	Pozas	1	2	1	1	1	Galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I	1	si
3	2	50	1500.00	4	jaulas	1	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	3	Tipo I, II	1	si
3	1	700	4500.00	4	jaulas pozas vedaderos	1	1	1	1	1		2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I, II	1	si
3	1	50	1200.00	1	pozas	3	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo, reproductores	1	Tipo I	1	si
3	1	50	1000.00	1	jaulas	3	2	1	1	1	galpon	2	2	1	Consumo	3	Tipo I, II	1	si

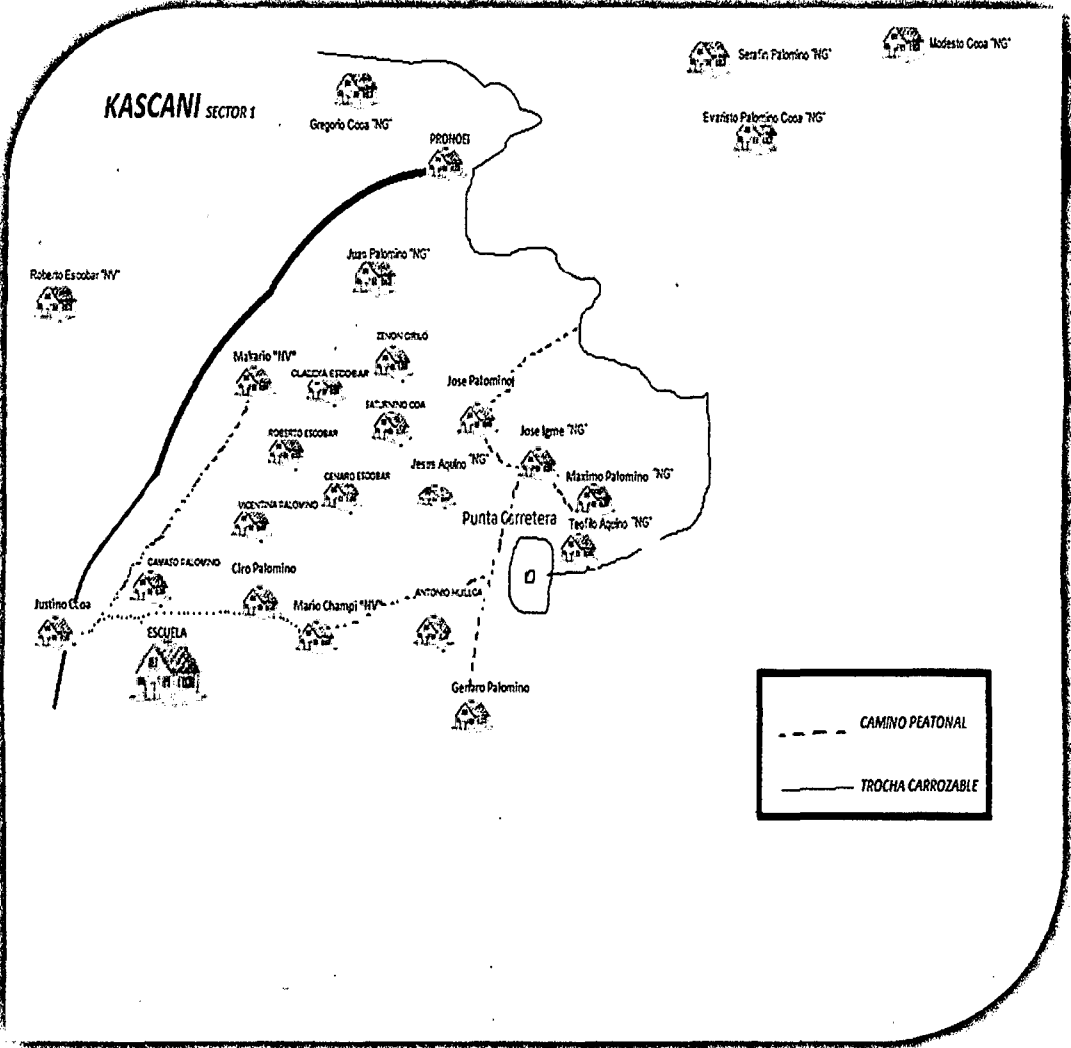
ANEXO Nº 05

MAPA DE CHICNAYHUA



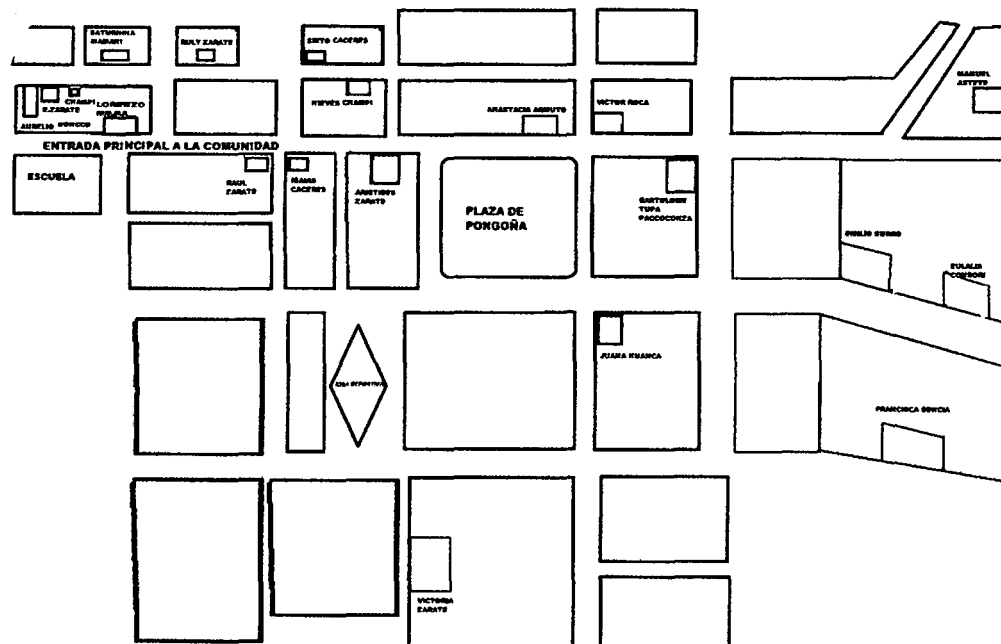
FUENTE: Elaboración Propia.

MAPA DE KASCANI



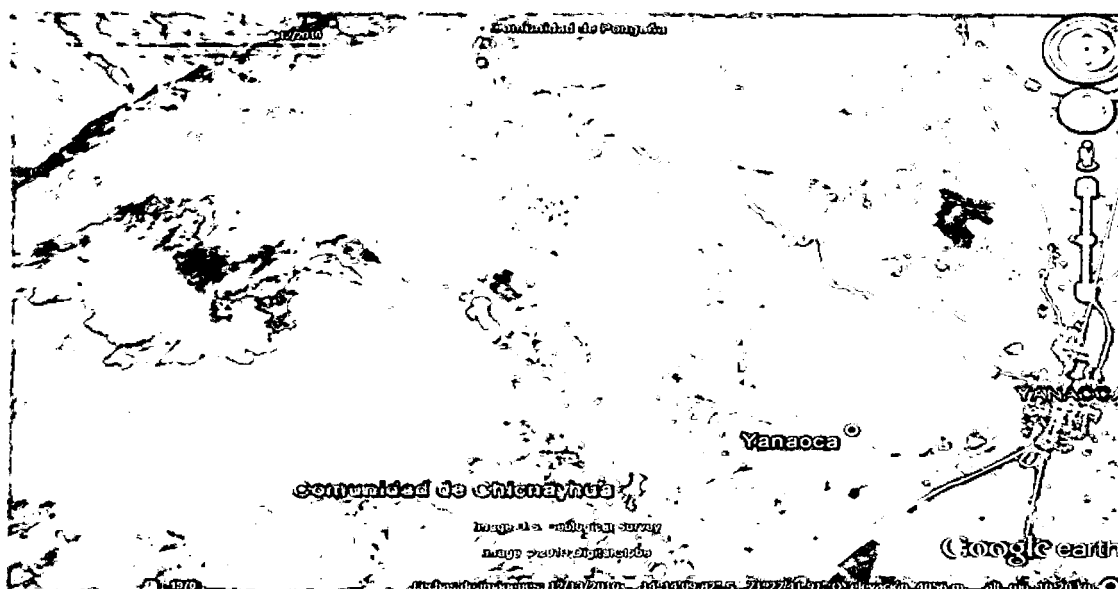
FUENTE: Elaboración Propia.

MAPEO DE PONGOÑA



FUENTE: Elaboración Propia.

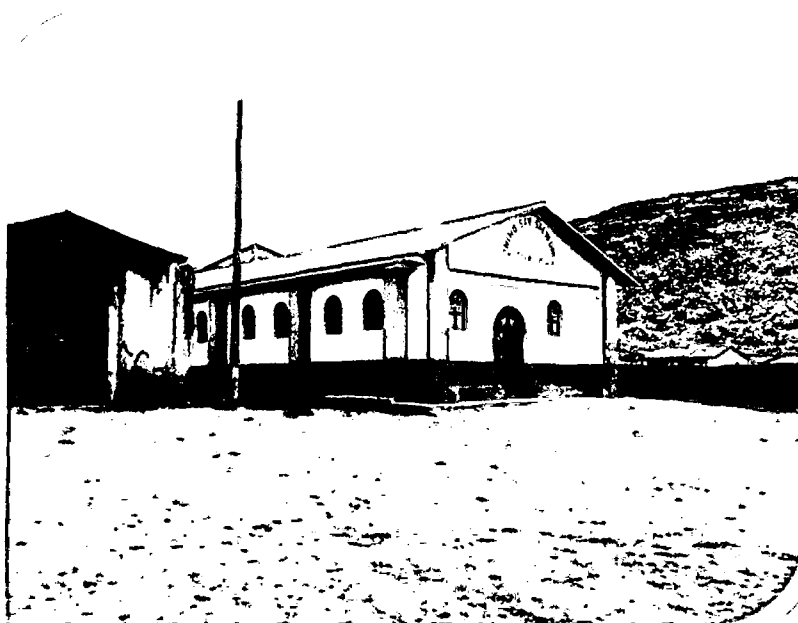
Ubicación de las comunidades en Yanaoca



Fuente: google eart

ANEXO N° 06

FOTOGRAFIAS COMUNIDAD CAMPESINA DE CHICNAYHUA



Centro educativo de Chicnayhua



Entrevista a pobladora de Chicnayhua

FOTOGRAFIAS COMUNIDAD CAMPESINA DE PONGOÑA

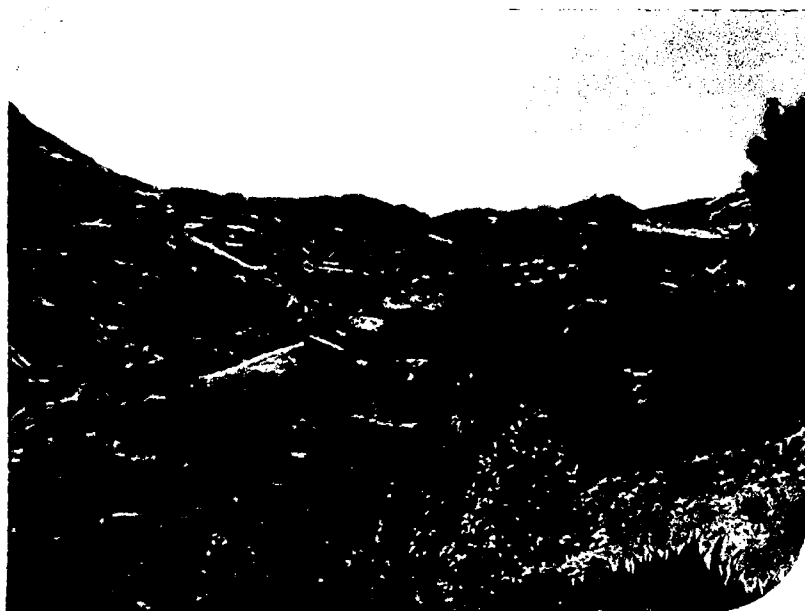


Salón comunal de la comunidad campesina de Pongoña

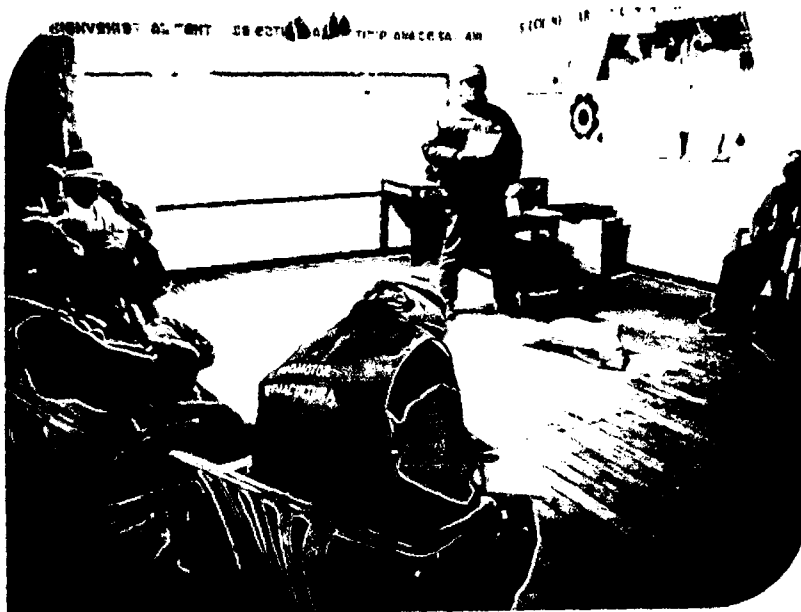


Reunión de Cesar Echegaray con la comunidad campesina de Pongoña

FOTOGRAFIAS DE COMUNIDAD CAMPESINA DE KASCANI



Comunidad campesina de Kascani



Reunión de Cesar Echegaray con la comunidad de Kascani para realizar las encuestas