

# Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Gestión del Desarrollo y Gerencia Social



## INFLUENCIA DE LA INTERVENCIÓN DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO PERUANO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL ARTESANAL EN AREQUIPA METROPOLITANA 2015

Tesis presentada por la Bachiller:

**Fernández Mendoza, Milagros del Carmen**

Para optar por el Grado Académico de:

**Maestro en Gestión del Desarrollo y Gerencia  
Social**

Asesor: **Dr. Ruiz Vílchez, Willy Alejandro**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2018**

## DICTÁMEN

(Borrador de Tesis)

**Al** : **Doctor Hugo Tejada Pradell**  
Director de la Escuela de Postgrado

**Del** : Dr. Eliseo Chávez Chávez

**Asunto** : Dictamen del Borrador de Tesis: "INFLUENCIA DE LA INTERVENCIÓN DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO PERUANO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL ARTESANAL EN AREQUIPA METROPOLITANA 2015"

**Presentado** : Por la Bachiller, **Milagros del Carmen, Fernández Mendoza**, para optar el Grado Académico de **MAESTRO EN GESTIÓN DEL DESARROLLO Y GERENCIA SOCIAL**

**Fecha** : 16 de Octubre del 2017

.....

Es grato dirigirme a su persona, para saludarlo y en referencia al Borrador Tesis presentado por la Bachiller, Milagros del Carmen, Fernández Mendoza, el que ha sido revisado y se le hace las siguientes observaciones y sugerencias:

- En la presentación de los resultados, en cuadros y/o tablas, debe aplicarse un solo criterio, siendo el que se viene utilizando comúnmente, el de Tablas. En las tablas presentadas debería de anotarse la fuente, tanto en los resultados como en el proyecto como anexo.
- En el cuadro de análisis de variables como de técnicas e instrumentos, en la variable independiente: las instituciones del Estado no se hace mención cuáles son; como se mencionan en la variable dependiente: Desarrollo del sector textil.
- La numeración de las conclusiones deben hacerse en mayúscula, recomendando que las conclusiones estén respondiendo a los objetivos.
- La bibliografía presentada debe de tener un orden.  
Una vez que sean resueltas las sugerencias y observaciones, puede pasar a la fase de sustentación de la Tesis, no necesitando de un nuevo dictamen

Atentamente.



Dr. Eliseo Chávez Chávez

Arequipa. 17 de Octubre de 2017

Señor Doctor:

**HUGO TEJADA PRADELL**

Director de la Escuela de Postgrado

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

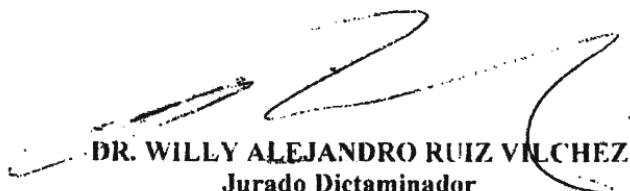
Presente.-

Dictamen para el Borrador de Tesis titulada: ***"INFLUENCIA DE LA INTERVENCIÓN DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO PERUANO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL ARTESANAL EN AREQUIPA METROPOLITANA 2015"***

Me es muy grato dirigirme a usted para informarle que he revisado el Borrador de Tesis presentado por la Bachiller **FERNÁNDEZ MENDOZA, Milagros del Carmen** para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión del Desarrollo y Gerencia Social

Al respecto, la autora debe considerar en la introducción los métodos y procedimientos para abordar la investigación. En cuanto a gramática se debe inscribir en tercera persona. Si se considera objetivos generales y objetivos específicos, se debe considerar formulación del problema general y formulación de los problemas específicos; por lo que se recomienda en el anexo incluir la matriz de consistencia. En la bibliografía deberá incluir la informatografía. Realizando estas mejoras deberá proceder a la defensa de su informe de investigación.

Atentamente,



**DR. WILLY ALEJANDRO RUIZ VILCHEZ**  
Jurado Dictaminador

Arequipa, diciembre 01 de 2017.

**DR. HUGO TEJADA PRADELL**

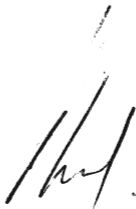
**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

Presente.-

Me dirijo a usted en relación al dictamen del borrador de tesis de la Bachiller FERNÁNDEZ MENDOZA MILAGROS DEL CARMEN, borrador al que, en dictamen anterior, se le hicieran observaciones. La Bachiller Fernández Mendoza ha levantado las observaciones y considero que el trabajo está en condiciones de continuar con los trámites respectivos.

Es todo cuanto informo a usted Señor Director.

Atentamente,



Mg. Marcos Obando Aguirre  
Dictaminador





## AGRADECIMIENTOS

*“Agradezco a mi madre Grimanesa y a mi hermana Rocío por todo el amor que me brindan y por su apoyo incondicional en todo momento. Siempre he recibido sus palabras reconfortantes para seguir adelante y lograr todo lo que me proponga en la vida”.*

## INDICE

Resumen	
Glosario de términos	
Summary (Abstract)	
Glossary Of Terms	
Introducción	
CAPITULO I: Resultados de la Investigación	01
1. Resultados de la Investigación	02
1.1. Datos Generales del Artesano	02
1.1.1. Genero	02
1.1.2. Lugar de nacimiento	03
1.1.3. Distrito	04
1.1.4. Edad	06
1.1.5. Años de desempeño	07
1.2. Aspectos Sociales	08
1.2.1. Vivienda	08
1.2.2. Servicios Básicos	09
1.2.3. Servicios de Salud	10
1.3. Aspectos Técnico Productivos	11
1.3.1. Taller Productivo	11
1.3.2. Conocimiento y Dominio de Técnicas Productivas de Tejido	12
1.3.3. Conocimiento y Dominio en Acabados de productos textiles	13
1.3.4. Conocimiento y Dominio en Diseño de productos textiles	14
1.3.5. Participación en capacitaciones del Estado a nivel técnico productivo	15
1.3.6. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación	

Técnico productivo	16
1.3.7. Mejora de desempeño técnico productivo por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	17
1.4. Aspectos de Gestión Empresarial	18
1.4.1. Formalización	18
1.4.2. Régimen tributario	19
1.4.3. Beneficios obtenidos por trabajar en Asociatividad	20
1.4.4. Nivel de conocimiento en costos y tributación	21
1.4.5. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Empresarial	22
1.4.6. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial	23
1.4.7. Mejora de desempeño en gestión Empresarial por capacitaciones recibidas por las instituciones del Estado	24
1.5. Aspectos comerciales	25
1.5.1. Ingreso por ventas locales y Nacionales	25
1.5.2. Realizó exportaciones con apoyo de una institución del Estado	26
1.5.3. Institución de la que recibió apoyo para exportar productos textiles	27
1.5.4. Monto de exportación	28
1.5.5. Participación en ferias con apoyo del Estado	29
1.5.6. Institución de la que recibió apoyo para participar en Ferias	30
1.5.7. En qué tipo de feria logró participar el artesano	31
1.5.8. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Comercial	32
1.5.9. Institución de la que recibió capacitación en Gestión Comercial	33
1.5.10. Mejora de desempeño en gestión comercial por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	34

1.6. Aspectos Financieros	35
1.6.1. Ha recibido Financiamiento por una Institución del Estado	35
1.6.2. Institución del Estado de la que recibió apoyo en financiamiento	36
1.6.3. Motivo por el que solicito el crédito a la Institución del Estado	37
1.7. Consideraciones finales	38
1.7.1. Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector	39
1.8. Análisis de resultados	39
1.8.1. Institución que brinda apoyo en capacitación Técnico productiva y la capacitación recibida mejoró su desempeño	39
1.8.2. Institución que brinda apoyo en capacitación en Gestión Empresarial y la capacitación recibida mejoró su desempeño	40
1.8.3. Institución que brinda apoyo en Exportación e ingreso obtenido	41
1.8.4. Institución que brinda apoyo en Ferias y en Tipo de Ferias participa el sector artesanal textil	42
1.8.5. Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Comercial y mejora del desempeño del Artesano Textil	44
1.8.6. Institución que brinda apoyo en financiamiento y el motivo de solicitud de financiamiento	45
1.9. Aplicación de la Entrevista	46
1.10. Análisis del nivel de coordinación entre las instituciones del Estado para el desarrollo del sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana	66
 CAPITULO II Discusión de Resultados	 68
2. Discusión de Resultados	69

CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	78
PROPUESTA	80
PROPUESTA DE CAPACITACIONES QUE DEBEN REALIZARSE EN EL SECTOR	81
BIBLIOGRAFIA	83
INFORMATOGRAFIA	85

### **ANEXOS**

1. Plan de Tesis	94
2. Matriz de consistencia	157
3. Formato de Encuesta y Entrevista	160
4. Fotos de la aplicación de la entrevista a los funcionarios públicos de las instituciones del estado que operan en Arequipa metropolitana.	168
5. Tabla SPSS (procesamiento de datos – encuestas)	170

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1.1. Genero	02
Tabla 1.1.2. Lugar de nacimiento	03
Tabla 1.1.3. Distrito	04
Tabla 1.1.4. Edad	06
Tabla 1.1.5. Años de desempeño	07
Tabla 1.2.1. Vivienda	08
Tabla 1.2.2. Servicios Básicos	09
Tabla 1.2.3. Servicios de Salud	10
Tabla 1.3.1. Taller Productivo	11
Tabla 1.3.2. Conocimiento y Dominio de Técnicas Productivas de Tejido	12
Tabla 1.3.3. Conocimiento y Dominio en Acabados de productos textiles	13
Tabla 1.3.4. Conocimiento y Dominio en Diseño de productos textiles	14
Tabla 1.3.5. Participación en capacitaciones del Estado a nivel técnico productivo	15
Tabla 1.3.6. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Técnico productivo	16
Tabla 1.3.7. Mejora de desempeño técnico productivo por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	17
Tabla 1.4.1. Formalización	18
Tabla 1.4.2. Régimen tributario	19
Tabla 1.4.3. Beneficios obtenidos por trabajar en Asociatividad	20
Tabla 1.4.4. Nivel de conocimiento en costos y tributación	21
Tabla 1.4.5. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Empresarial	22
Tabla 1.4.6. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial	23
Tabla 1.4.7. Mejora de desempeño en gestión Empresarial por capacitaciones recibidas por las instituciones del Estado	24
Tabla 1.5.1. Ingreso por ventas locales y Nacionales	25
Tabla 1.5.2. Realizó exportaciones con apoyo de una institución	

del Estado	26
Tabla 1.5.3. Institución de la que recibió apoyo para exportar productos textiles	27
Tabla 1.5.4. Monto de exportación	28
Tabla 1.5.5. Participación en ferias con apoyo del Estado	29
Tabla 1.5.6. Institución de la que recibió apoyo para participar en Ferias	30
Tabla 1.5.7. En qué tipo de feria logró participar el artesano	31
Tabla 1.5.8. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Comercial	32
Tabla 1.5.9. Institución de la que recibió capacitación en Gestión Comercial	33
Tabla 1.5.10. Mejora de desempeño en gestión comercial por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	34
Tabla 1.6.1. Ha recibido Financiamiento por una Institución del Estado	35
Tabla 1.6.2. Institución del Estado de la que recibió apoyo en financiamiento	36
Tabla 1.6.3. Motivo por el que solicito el crédito a la Institución del Estado	37
Tabla 1.7.1. Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector	38
Tabla 1.8.1 Institución que brinda apoyo en capacitación Técnico productiva y la capacitación recibida mejoró su desempeño	39
Tabla 1.8.2. Institución que brinda apoyo en capacitación en Gestión Empresarial y la capacitación recibida mejoró su desempeño	40
Tabla 1.8.3. Institución que brinda apoyo en Exportación e ingreso obtenido	41
Tabla 1.8.4. Institución que brinda apoyo en Ferias y en Tipo de Ferias participa el sector artesanal textil	42
Tabla 1.8.5. Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Comercial y mejora del desempeño del Artesano Textil	44
Tabla 1.8.6. Institución que brinda apoyo en financiamiento y el motivo de solicitud de financiamiento	45

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Genero	02
Gráfica 2. Lugar de nacimiento	03
Gráfica 3. Distrito	05
Gráfica 4. Edad	06
Gráfica 5. Años de desempeño	07
Gráfica 6. Vivienda	08
Gráfica 7. Servicios Básicos	09
Gráfica 8. Servicios de Salud	10
Gráfica 9. Taller Productivo	11
Gráfica 10. Conocimiento y Dominio de Técnicas Productivas de Tejido	12
Gráfica 11. Conocimiento y Dominio en Acabados de productos textiles	13
Gráfica 12. Conocimiento y Dominio en Diseño de productos textiles	14
Gráfica 13. Participación en capacitaciones del Estado a nivel técnico productivo	15
Gráfica 14. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Técnico productivo	16
Gráfica 15. Mejora de desempeño técnico productivo por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	17
Gráfica 16. Formalización	18
Gráfica 17. Régimen tributario	19
Gráfica 18. Beneficios obtenidos por trabajar en Asociatividad	20
Gráfica 19. Nivel de conocimiento en costos y tributación	21
Gráfica 20. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Empresarial	22
Gráfica 21. Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial	23
Gráfica 22. Mejora de desempeño en gestión Empresarial por capacitaciones recibidas por las instituciones del Estado	24
Gráfica 23. Ingreso por ventas locales y Nacionales	25

Gráfica 24. Realizó exportaciones con apoyo de una institución del Estado	26
Gráfica 25. Institución de la que recibió apoyo para exportar productos textiles	27
Gráfica 26. Monto de exportación	28
Gráfica 27. Participación en ferias con apoyo del Estado	29
Gráfica 28. Institución de la que recibió apoyo para participar en Ferias	30
Gráfica 29. En qué tipo de feria logró participar el artesano	31
Gráfica 30. Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Comercial	32
Gráfica 31. Institución de la que recibió capacitación en Gestión Comercial	33
Gráfica 32. Mejora de desempeño en gestión comercial por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado	34
Gráfica 33. Ha recibido Financiamiento por una Institución del Estado	35
Gráfica 34. Institución del Estado de la que recibió apoyo en financiamiento	36
Gráfica 35. Motivo por el que solicito el crédito a la Institución del Estado	37
Gráfica 36. Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector	38

## RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar en qué aspectos intervienen los organismos del estado peruano en el desarrollo de textil artesanal, en Arequipa metropolitana y determinar el nivel de desarrollo del sector, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero.

En tal sentido, se realizó el levantamiento de información a 310 artesanos textiles de Arequipa Metropolitana empadronados e identificados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de igual forma se aplicó entrevista a tres instituciones representativas en el sector: CITE Arequipa, PROMPERU y PRODUCE, de esta manera se obtuvo información apreciable que posteriormente se contrastó con toda la información recogida a través de la encuesta.

De los resultados se obtuvieron las principales conclusiones:

1. El Sector textil artesanal de Arequipa metropolitana contó con un nivel de desarrollo en “vías de mejorar” en el aspecto social, aspecto técnico productivo y acabados. Sin embargo, contaron con un “nivel regular” de conocimiento en diseño y un “nivel deficiente” en el aspecto empresarial. Por otro lado, en el aspecto comercial el sector contó con un “nivel en vías de mejorar” y en el aspecto financiero el sector se encontró con un nivel “deficiente”.
2. Las instituciones del estado que intervinieron en el sector promoviendo su desarrollo en determinados aspectos son: CITE AREQUIPA, PRODUCE Y PROMPERU, en aspectos técnico productivos, gestión empresarial y gestión comercial respectivamente. Así mismo, estas instituciones a través de sus actividades intervinieron en el aspecto social.

Finalmente, la obtención de los resultados de este proyecto investigativo permitirá a las instituciones, involucrados y miembros de este sector productivo, conocer el nivel de desarrollo en el que se encontró el sector y que instituciones del estado intervinieron. Así también, con la propuesta de capacitaciones en diversos aspectos podrán tomar acciones para su fortalecimiento.

**PALABRAS CLAVE:** Organismos del Estado – Sector Textil Artesanal – Aspectos de Gestión

## GLOSARIO DE TÉRMINOS:

### ➤ **Arequipa Metropolitana**

Es un área metropolitana, que funcionan como verdaderos centros de innovación, cultural, social y demográfica, y en ellas radican importantes centros de decisión que de un modo u otro influyen en los diversos componentes en su área de influencia. Está conformada por los distritos: Arequipa, Jacobo Hunter, José Luis Bustamante y Rivero, Sachaca, Socabaya, Tiabaya y Yanahuara y por las áreas urbanas conurbadas o semiconurbadas de los distritos de Alto Selva Alegre, Cayma, Characato, Cerro Colorado, Mariano Melgar, Miraflores, Mollebaya, Paucarpata, Sabandía, Quequeña, Uchumayo, Yarabamba y Yura .

### ➤ **Sobresaliente:**

Capacidad general que se encuentra por encima de la media, presenta conocimiento, dominio, habilidad y altos niveles de creatividad y compromiso con la tarea.

### ➤ **En vías de mejorar:**

Desarrolla acciones con conocimientos definidos, que deben ser reforzados para el fortalecimiento, perfeccionamiento y mejora de capacidades.

### ➤ **Regular:**

Posee conocimientos básicos de un tema para ejecutar actividades esenciales, y necesita fortalecer capacidades que le permitan desempeñarse de manera eficiente.

### ➤ **Pobre:**

Conocimiento parcial y débil de un determinado tema y presenta pocas habilidades para desarrollarse y realizar determinada actividad.

### ➤ **Deficiente:**

Conocimiento insuficiente, no posee habilidades ni destrezas para realizar actividades, carece de información impidiendo su adecuado desempeño.

## SUMMARY

The purpose of the research work was to determine in which aspects the Peruvian state organisms intervene in the development of artisanal textiles, in metropolitan Arequipa and to determine the level of development of the sector, in the social, technical, productive, business, commercial and financial aspects.

In this regard, information was collected from 310 textile artisans from Arequipa Metropolitan registered and identified by the Ministry of Foreign Trade and Tourism, as well as an interview with three representative institutions in the sector: CITE Arequipa, PROMPERU and PRODUCE, In this way, appreciable information was obtained that was later contrasted with all the information collected through the survey.

The main conclusions were obtained from the results:

1. The textile industry of Arequipa metropolitan had a level of development in "ways to improve" in the social aspect, technical production and finishing. However, they had a "regular level" of knowledge in design and a "deficient level" in the business aspect. On the other hand, in the commercial aspect the sector had a "level in the process of improving" and in the financial aspect the sector was found to be "deficient".
2. The state institutions that intervened in the sector promoting their development in certain aspects are: CITE AREQUIPA, PRODUCE AND PROMPERU, in technical production, business management and commercial management respectively. Likewise, these institutions through their activities intervened in the social aspect.

Finally, obtaining the results of this research project will allow the institutions, stakeholders and members of this productive sector to know the level of development in which the sector was found and which state institutions intervened. Also, with the proposal of training in various aspects may take actions for strengthening.

**KEYWORDS:** State Organizations - Artisanal Textile Sector - Management Aspects

## GLOSSARY OF TERMS:

- Arequipa Metropolitan**  
It is a metropolitan area, which function as true centers of innovation, culture, social and demographic, and they are important decision centers that in one way or another influence the various components in their area of influence. It is made up of the districts: Arequipa, Jacobo Hunter, José Luis Bustamante and Rivero, Sachaca, Socabaya, Tiabaya and Yanahuara and the urban areas of the conurbated or semi-urban areas of the Alto Selva Alegre, Cayma, Characato, Cerro Colorado, Mariano Melgar, Miraflores, Mollebaya, Paucarpata, Sabandía, Quequeña, Uchumayo, Yarabamba and Yura.
- Outstanding:**  
General ability that is above the average, presents knowledge, mastery, skill and high levels of creativity and commitment to the task.
- In the process of improving:**  
It develops actions with defined knowledge, which must be reinforced for the strengthening, improvement and improvement of capacities.
- Regular:**  
He has basic knowledge of a subject to carry out essential activities, and needs to strengthen capacities that allow him to perform efficiently.
- Poor:**  
Partial and weak knowledge of a certain topic and has few skills to develop and perform certain activity.
- Deficient:**  
Insufficient knowledge, it does not possess skills or abilities to carry out activities, it lacks information preventing its adequate performance

## INTRODUCCIÓN

Sabiendo que la artesanía es un sector importante en toda economía, sobre todo en economías en vías de desarrollo, ya que representa una oportunidad para las personas de escasos recursos que al integrarse a este sector artesanal pueden acceder a mercados locales, regionales, turísticos e internacionales, lo cual les permite mejorar sus ingresos y finalmente puedan mejorar su calidad de vida.

En el Perú, el sector textil artesanal es una fuente de oportunidades como revalorar el trabajo manual, transmitir tradición, identidad y calidad, esto se debe al vínculo con el turismo que es un poderoso motor económico y base del desarrollo sostenible, por lo cual a lo largo de los años este sector artesanal textil ha ido creciendo y se ha convertido en un importante generador de empleo; según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha existido en los últimos años mayor participación del sector artesanal en las exportaciones.

En nuestro país, el desarrollo del sector requiere de la voluntad política, sensibilización de las autoridades regionales y del compromiso de los principales actores públicos y privados vinculados al desarrollo artesanal.

Es por ello que, la presente investigación tiene por finalidad determinar la influencia de la intervención de los organismos del estado peruano en el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa metropolitana en el año 2015. Para ello, se utilizará la técnica de “Encuesta” que serán aplicadas a los artesanos textiles de Arequipa metropolitana con ello se definirá que instituciones gubernamentales intervienen de forma activa en el sector textil artesanal, señalando su ámbito y nivel de intervención en aspectos técnico productivo, empresarial, comercial y/o financiero.

También, se determinará el nivel de desarrollo que ha experimentado el sector por la intervención del estado; así mismo, identificar cuál de estos toma mayor relevancia para el desarrollo del sector.



**CAPITULO I**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:

### 1.1. Datos personales:

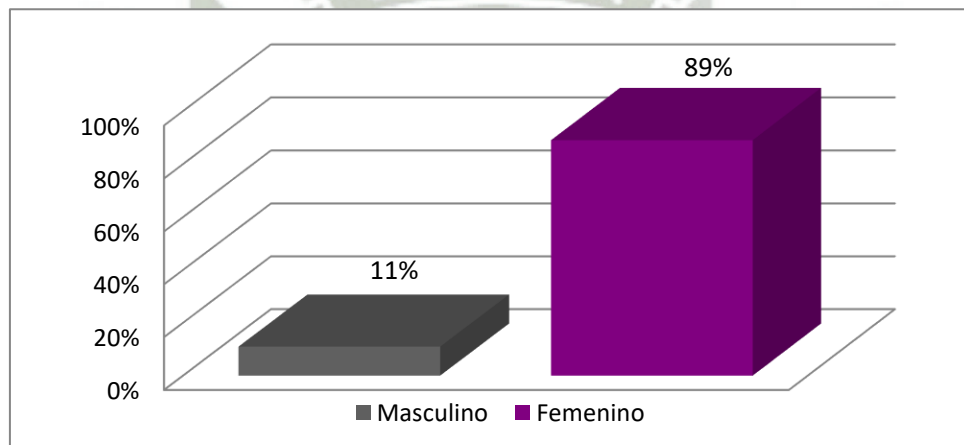
#### 1.1.1 Género:

**Tabla Nº 1 Género**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	34	11%
Femenino	276	89%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.9, cuadro Nro.1)

**Gráfica Nº 1 Género**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.9, cuadro Nro.1)

En la **tabla y gráfica N°1** Con relación al género de los artesanos textiles, se aprecia que el género femenino representa el 89% del sector, por lo cual se puede denotar que resalta el género femenino debido a que este arte se transmite en la unidad familiar de generación en generación.

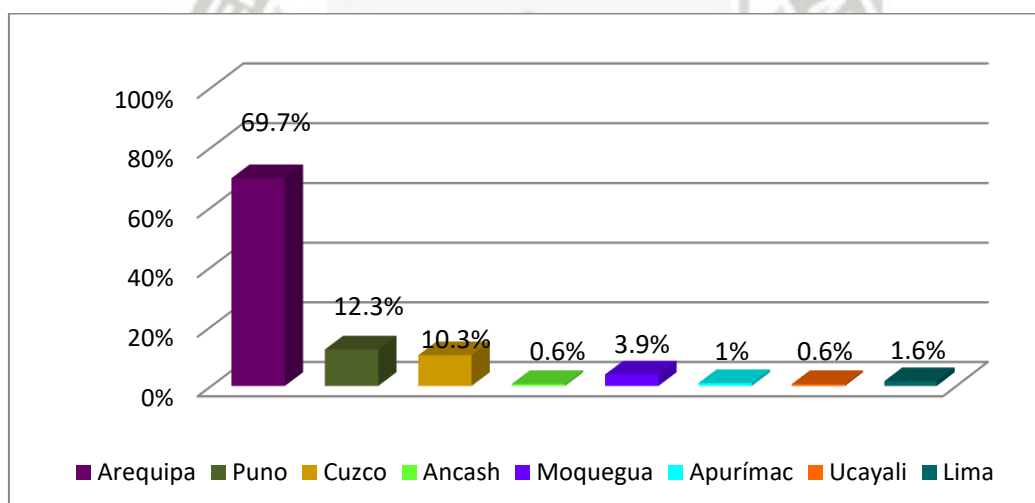
### 1.1.2 Lugar de Nacimiento:

**Tabla Nº 2 Lugar de Nacimiento**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Arequipa	216	69.7%
Puno	38	12.3%
Cuzco	32	10.3%
Ancash	2	0.6%
Moquegua	12	3.9%
Apurímac	3	1%
Ucayali	2	0.6%
Lima	5	1.6%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.10, cuadro Nro.2)

**Gráfica Nº 2 Lugar de Nacimiento**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.10, cuadro Nro.2)

En la **tabla y gráfica Nº2** Con relación al lugar de nacimiento de los artesanos del sector textil, se destaca que este sector productivo está conformado por artesanos nacidos en Arequipa, puno y cuzco principalmente.

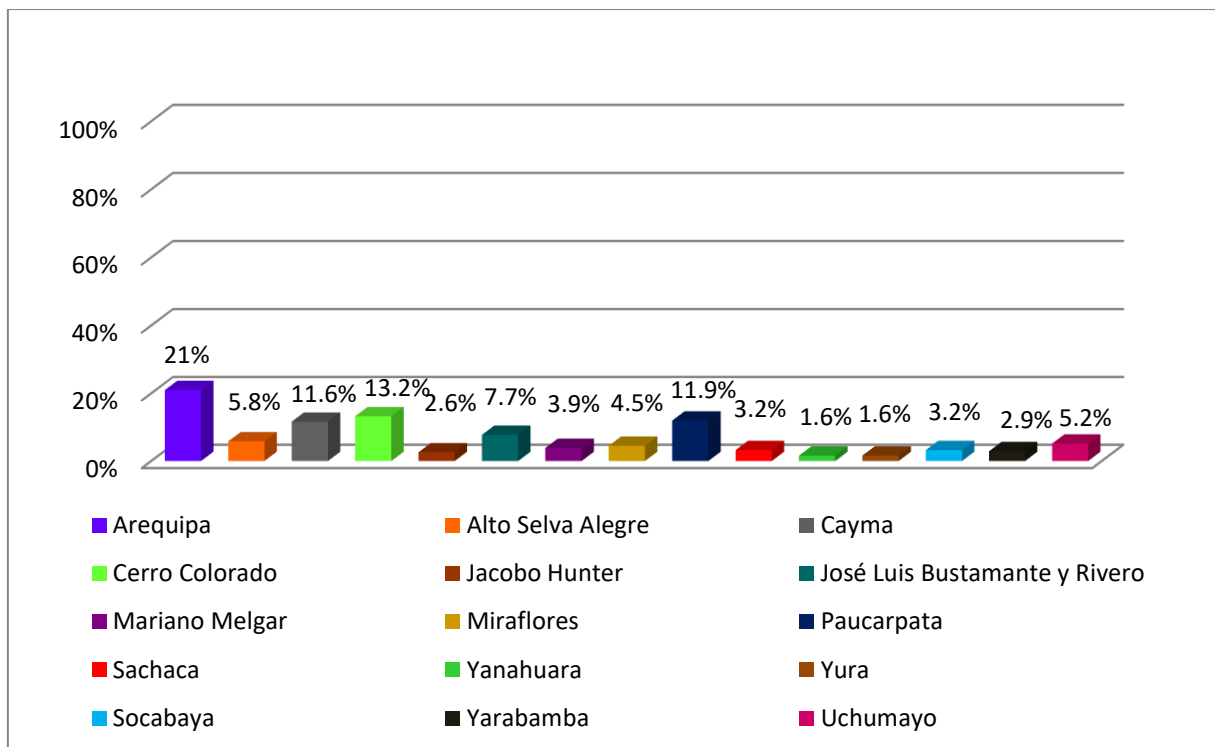
### 1.1.3 Distrito:

**Tabla Nº 3 Distrito de domicilio y taller del Artesano**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Arequipa	65	21%
Alto Selva Alegre	18	5.8%
Cayma	36	11.6%
Cerro Colorado	41	13.2%
Jacobo Hunter	8	2.6%
José Luis Bustamante y Rivero	24	7.7%
Mariano Melgar	12	3.9%
Miraflores	14	4.5%
Paucarpata	37	11.9%
Sachaca	10	3.2%
Yanahuara	5	1.6%
Yura	5	1.6%
Socabaya	10	3.2%
Yarabamba	9	2.9%
Uchumayo	16	5.2%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.11-12, cuadro Nro.3)

**Gráfica N° 3 Distrito de domicilio y taller del Artesano**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.11-12, cuadro Nro.3)

En la **tabla y gráfica N°3** Con relación al distrito de domicilio y taller del artesano textil de Arequipa Metropolitana, podemos resaltar que los artesanos del sector textil domicilian y realizan sus actividades productivas en los distritos de Arequipa, Cerro Colorado, Paucarpata y Cayma, en donde en algunos casos cuentan con un taller de producción textil implementado. Es importante resaltar que en estos lugares no se realiza la venta de productos textiles.

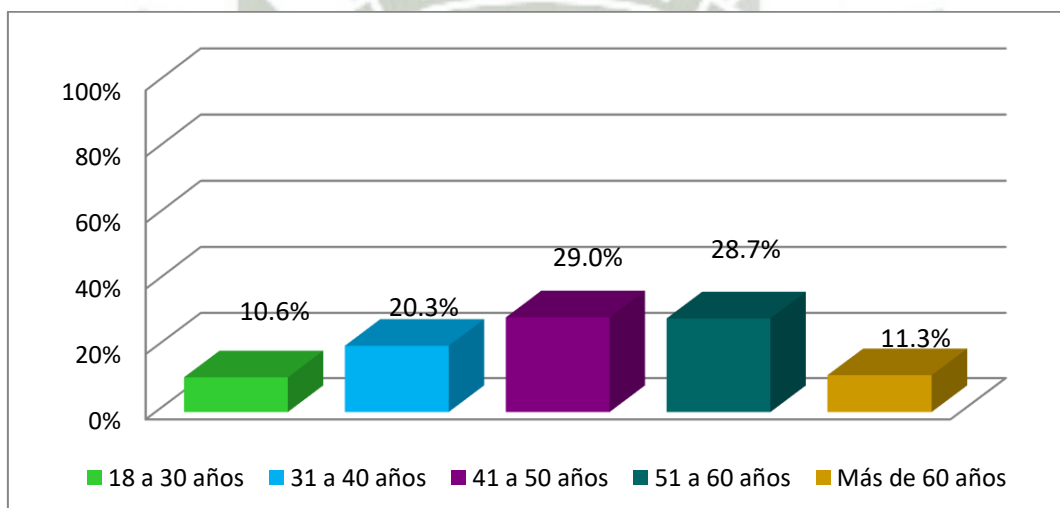
### 1.1.4 Edad:

**Tabla N° 4 Edad**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años	33	10.6%
31 a 40 años	63	20.3%
41 a 50 años	90	29%
51 a 60 años	89	28.7%
Más de 60 años	35	11.3%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.13, cuadro Nro.4)

**Gráfica N° 4 Edad**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.13, cuadro Nro.4)

En la **tabla y gráfica N°4** Con relación a la edad de los artesanos del sector textil de Arequipa metropolitana encuestados, se aprecia que el 58% del sector esta compuesto por adultos y adultos mayores entre 41 a 60 años, quienes vienen trabajando principalmente en el sector desde ya varios años debido a que ha sido una actividad familiar que se ha heredado, o ha sido un medio de generar ingresos que se realiza en su localidad.

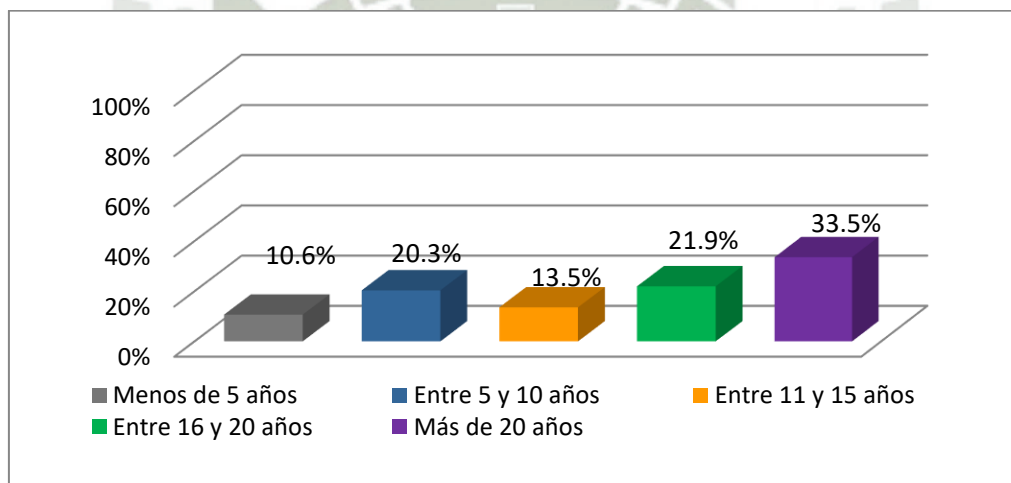
### 1.1.5 Años de desempeño:

**Tabla Nº 5 Años de Desempeño como Artesano Textil**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5 años	33	10.6%
Entre 5 y 10 años	63	20.3%
Entre 11 y 15 años	42	13.5%
Entre 16 y 20 años	68	21.9%
Más de 20 años	104	33.5%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.14, cuadro Nro.5)

**Gráfica Nº 5 Años de Desempeño como Artesano Textil**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.14, cuadro Nro.5)

En la **tabla y gráfica N°5** Con relación a los años de desempeño del sector textil de Arequipa metropolitana se puede resaltar que un 33.5% cuenta con 20 años de experiencia en el sector, un 21.9% tiene entre 16 y 20 años de experiencia, siendo ambos porcentajes los más significativos, debido a que las mujeres artesanas vienen desarrollando y experimentando el arte textil heredado por su familia.

## 1.2 Aspectos Sociales:

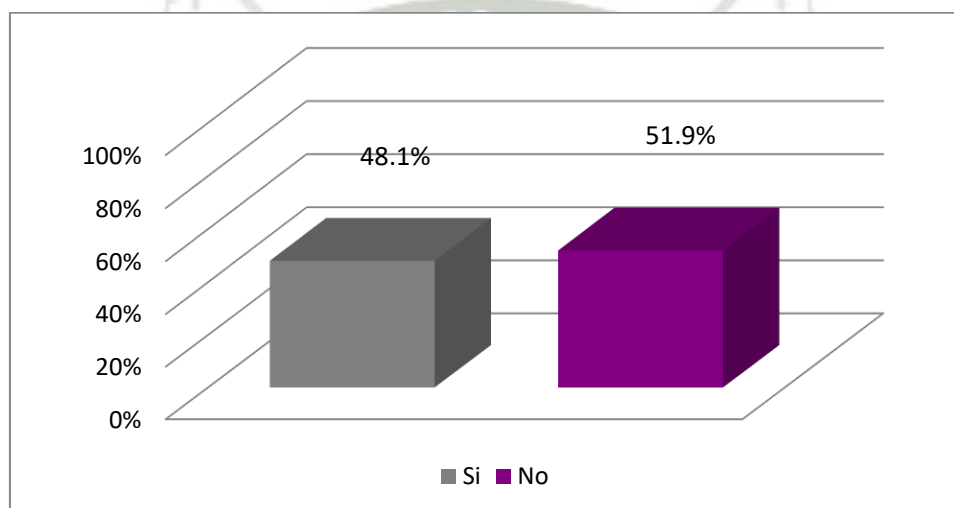
### 1.2.1 Vivienda:

**Tabla N° 6 Vivienda Propia**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	48.1%
No	161	51.9%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.40, cuadro Nro.24)

**Gráfica N° 6 Vivienda Propia**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.40, cuadro Nro.24)

En la **tabla y gráfica N°6** Con relación a la vivienda podemos decir que más de la mitad de artesanos del sector textil que desarrolla actividad en Arequipa metropolitana, aún no cuenta con vivienda propia debido a que su nivel de ingresos no es suficiente como para adquirir una propiedad. Además es un sector no formal y las instituciones bancarias no les otorgan acceso a crédito y las propiedades en esta región han sufrido un alza en sus precios por la minería.

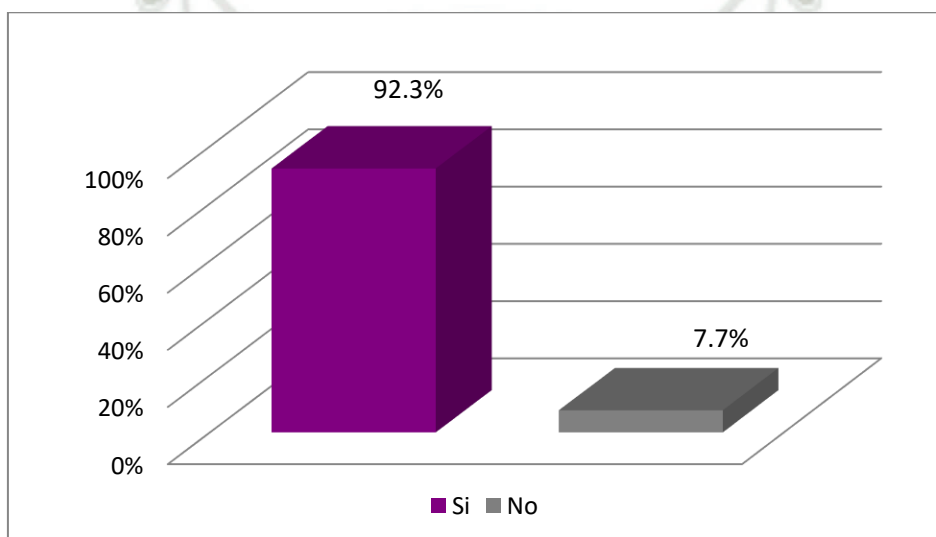
### 1.2.2 Servicios básicos:

**Tabla N° 7 Acceso a Servicios Básicos**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	286	92.3%
No	24	7.7%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.41, cuadro Nro.25 y p.44, cuadro Nro. 28)

**Gráfica N° 7 Acceso a Servicios Básicos**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.41, cuadro Nro.25 y p.44, cuadro Nro. 28)

En la **tabla y gráfica N°7** Con relación a los servicios básicos de luz, agua y desagüe, podemos decir que gracias a los ingresos obtenidos por esta actividad la mayoría de artesanos del sector textil paga y cuenta con acceso a estos servicios básicos, lo que garantiza un mínimo de calidad de vida y a partir de ahí logren su desarrollo tanto personal, familiar y del propio sector artesanal textil.

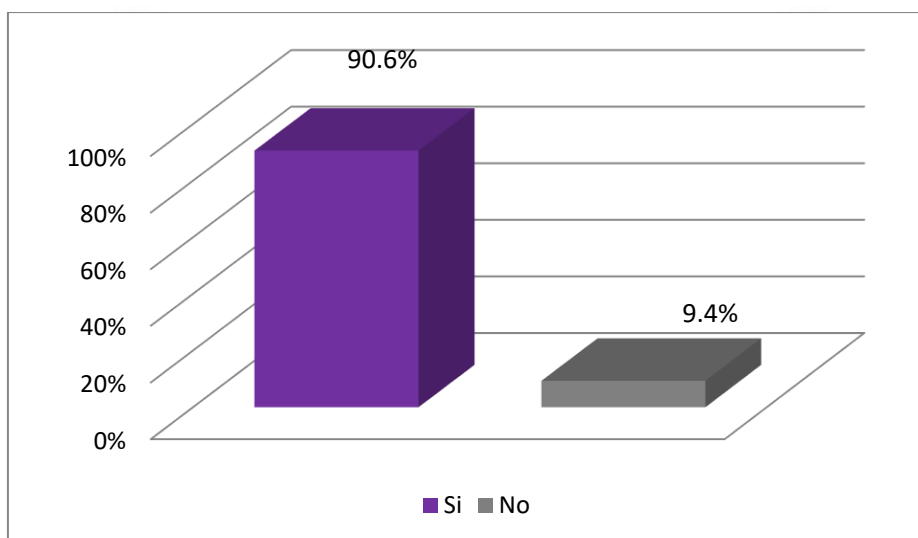
### 1.2.3 Servicios de Salud:

**Tabla N° 8 Acceso a Servicios de Salud**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	281	90.6%
No	29	9.4%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 2, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 8 Acceso a Servicios de Salud**



Fuente: Tabla N° 8, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°8** se puede observar que un 90.6% de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana si cuentan con acceso a servicios de salud, esto se debe a que la mayoría de artesanos del sector textil están afiliados a un seguro de salud como EsSalud, Seguro Integral de Salud (SIS) o un servicio privado, para atender una enfermedad, o un accidente o se requiera de controles preventivos prenatal, dental, entre otros, conservando así su salud física para el desarrollo de sus actividades como artesano.

### 1.3 Aspectos técnico productivos :

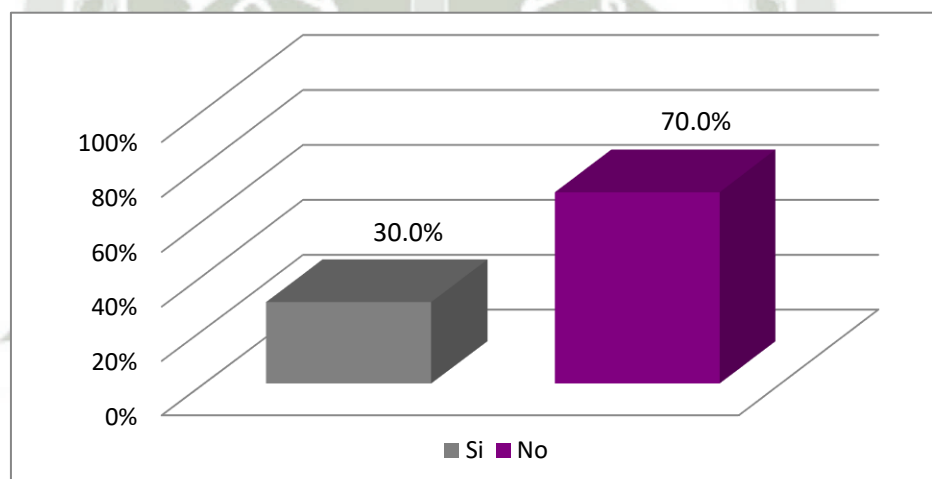
#### 1.3.1 Taller productivo

**Tabla N° 9 Artesanos que cuentan con Taller Productivo propio**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	30.0%
No	217	70.0%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.46, cuadro Nro.30)

**Gráfica N° 9 Artesanos que cuentan con Taller Productivo propio**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.46, cuadro Nro.30)

En la **tabla y gráfica N°9** Con relación al taller productivo, se puede resaltar que en su mayoría un 70% de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana no posee un taller productivo propio, debido a sus altos costos al implementarlo con herramientas, maquinaria y equipos, y trabajan en el taller de un tercero o empresa para aumentar la producción del sector y en consecuencia generar mayores ingresos.

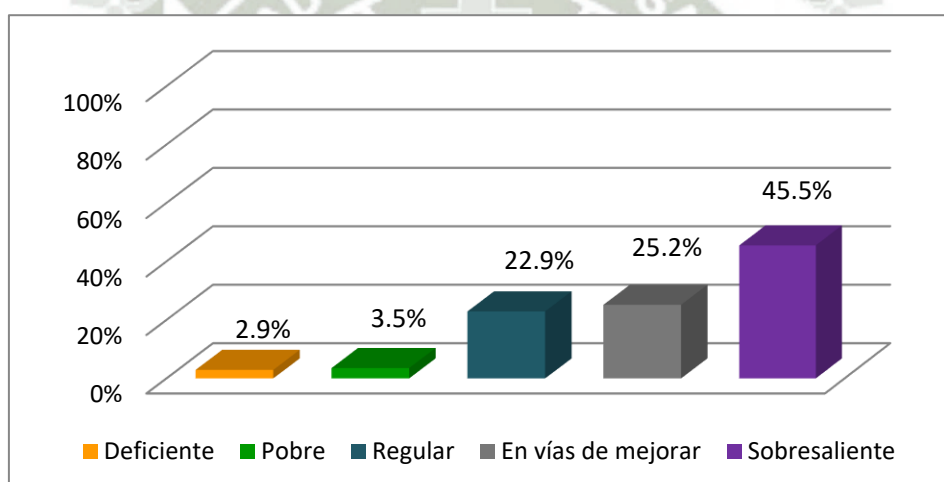
### 1.3.2 Conocimiento y Dominio de Técnicas Productivas de Tejido

**Tabla N° 10 Nivel de conocimiento y dominio de Técnicas Productivas**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	9	2.9%
Pobre	11	3.5%
Regular	71	22.9%
En vías de mejorar	78	25.2%
Sobresaliente	141	45.5%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3.2, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 10 Nivel de conocimiento y dominio de Técnicas Productivas**



Fuente: Tabla N° 10, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°10** Se puede notar que más de la mitad de artesanos 70.7% posee capacidades para desarrollar adecuadamente las técnicas productivas de tejido como son: tejido a palitos, tejido a crochet, Macramé, Tramado, Horquilla, entre otros. Sin embargo, una minoría de artesanos alcanzan un nivel regular, pobre y deficiente en el aspecto técnico productivo, esto puede deberse a que al ser un conocimiento transmitido dentro de la familia sólo posee un conocimiento elemental del tema, o también por la falta de capacitaciones.

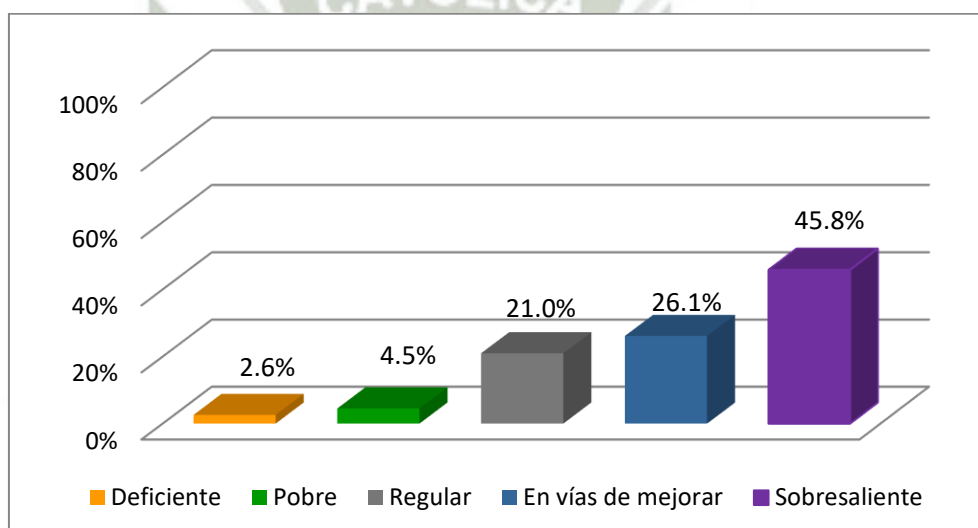
### 1.3.3 Conocimiento y Dominio en Acabados de productos textiles

**Tabla Nº 11 Nivel de conocimiento y dominio en Acabados Textiles**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	8	2.6%
Pobre	14	4.5%
Regular	65	21.0%
En vías de mejorar	81	26.1%
Sobresaliente	142	45.8%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta Nº 3.3, Elaboración: PROPIA

**Gráfica Nº 11 Nivel de conocimiento y dominio en Acabados Textiles**



Fuente: Tabla Nº 11, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica Nº11** se puede observar que el 71.9 % de artesanos de Arequipa Metropolitana cuenta con un conocimiento sobresaliente y en vías de mejorar en acabados textiles lo que les permite llegar a mercados nacionales ofreciendo un producto de calidad y un grupo de artesanos que representan el 28.1% que cuentan con conocimiento y dominio de técnicas en acabados regular, pobre y deficiente, debido a que no reciben capacitación específica en este aspecto que les permita diferenciar sus productos en el mercado nacional e internacional.

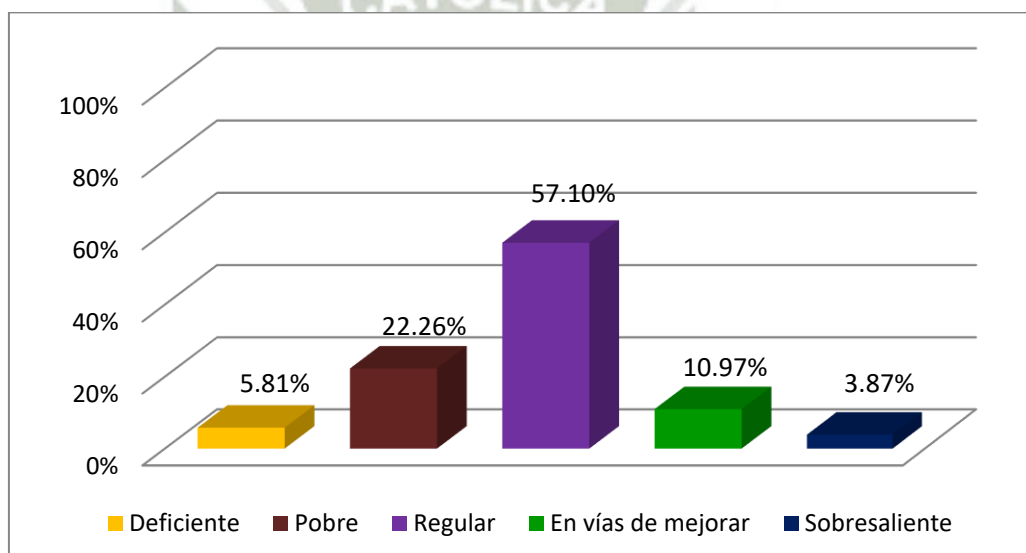
### 1.3.4 Conocimiento y Dominio en Diseño de productos textiles

**Tabla N° 12 Nivel de conocimiento y dominio en Diseño Textil**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	18	5.81%
Pobre	69	22.26%
Regular	177	57.10%
En vías de mejorar	34	10.97%
Sobresaliente	12	3.87%
Total	310	100.00%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3.4, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 12 Nivel de conocimiento y dominio en Diseño Textil**



Fuente: Tabla N° 12, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°12** se puede observar que el 57.1% de artesanos de Arequipa Metropolitana cuenta con un conocimiento regular en diseño de productos, por lo que se requiere fortalecer este aspecto para mejorar sus textiles con mezclas, uso de colores, tendencias, moda y lograr obtener mayores ventas nacionales e ingresar a mercados internacionales que valoran el producto final a ofrecer, esto se debe a que existe poca intervención en este aspecto al ser costoso y especializado.

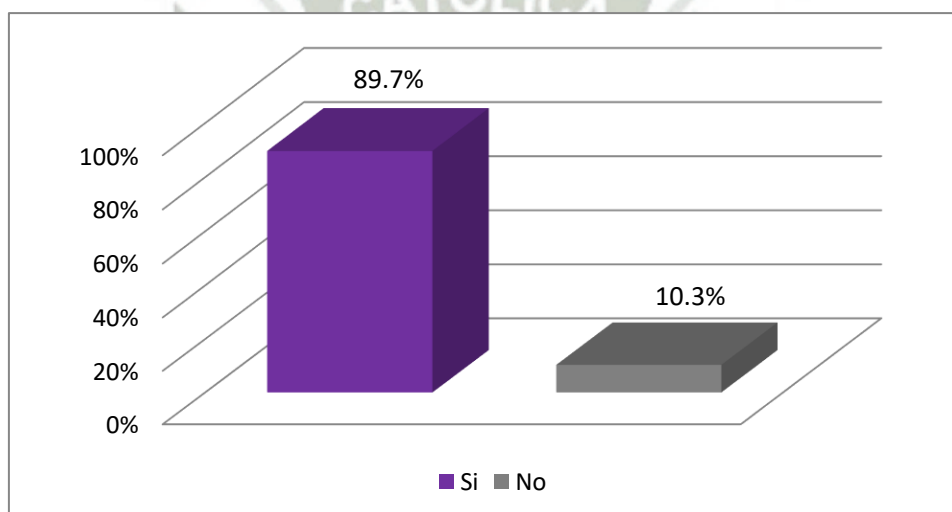
### 1.3.5 Participación en capacitaciones del Estado a nivel técnico productivo

**Tabla N° 13 Participación en capacitaciones Técnico Productivas**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	278	89.7%
No	32	10.3%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3.5, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 13 Participación en capacitaciones Técnico Productivas**



Fuente: Tabla N° 13, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°13** se puede observar que el 89.7% de artesanos de Arequipa Metropolitana participan de forma regular a capacitaciones impartidas por instituciones del estado, como cursos, talleres, charlas, entre otros relacionadas a la enseñanza de técnicas productivas y los artesanos textiles participan activamente en las mismas procurando la mejora de sus conocimientos y mejor dominio de técnicas productivas de tejido.

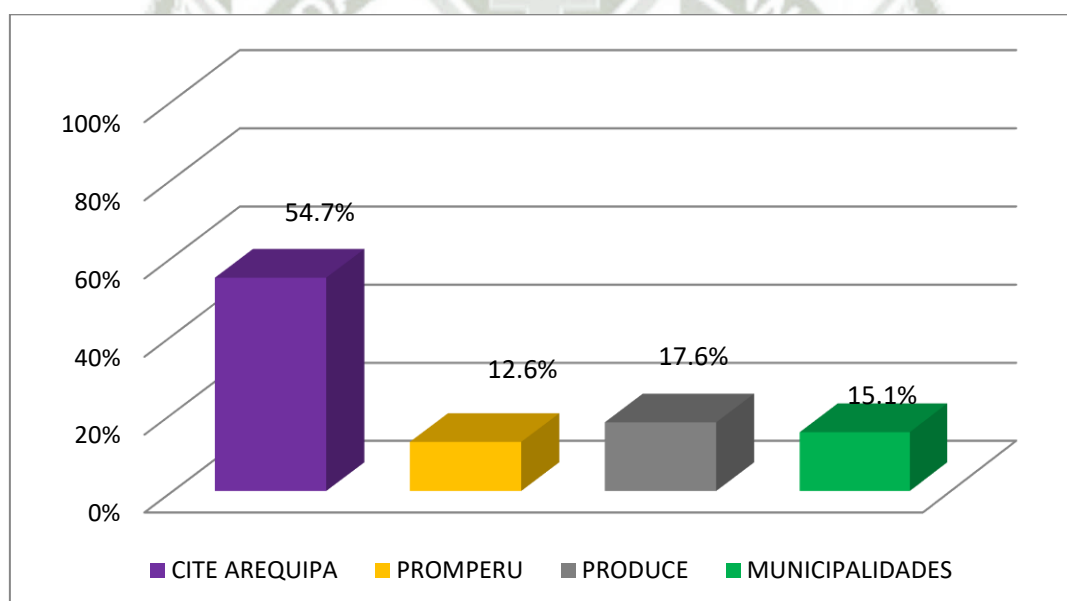
### 1.3.6 Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Técnico Productivo

**Tabla N° 14 Institución de la que recibió apoyo Capacitación Técnico productivo**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
CITE AREQUIPA	152	54.7%
PROMPERU	35	12.6%
PRODUCE	49	17.6%
MUNICIPALIDADES	42	15.1%
Total	278	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3.6, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 14 Institución de la que recibió apoyo Capacitación Técnico productivo**



Fuente: Tabla N° 14, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°14** Se puede notar que el sector artesanal textil en su mayoría si cuenta con el apoyo de capacitaciones técnicos productivos principalmente por el CITE AREQUIPA Y PRODUCE, quienes vienen trabajando en estos aspectos para mejorar los conocimientos y dominio de técnicas productivas del sector artesanal de Arequipa metropolitana.

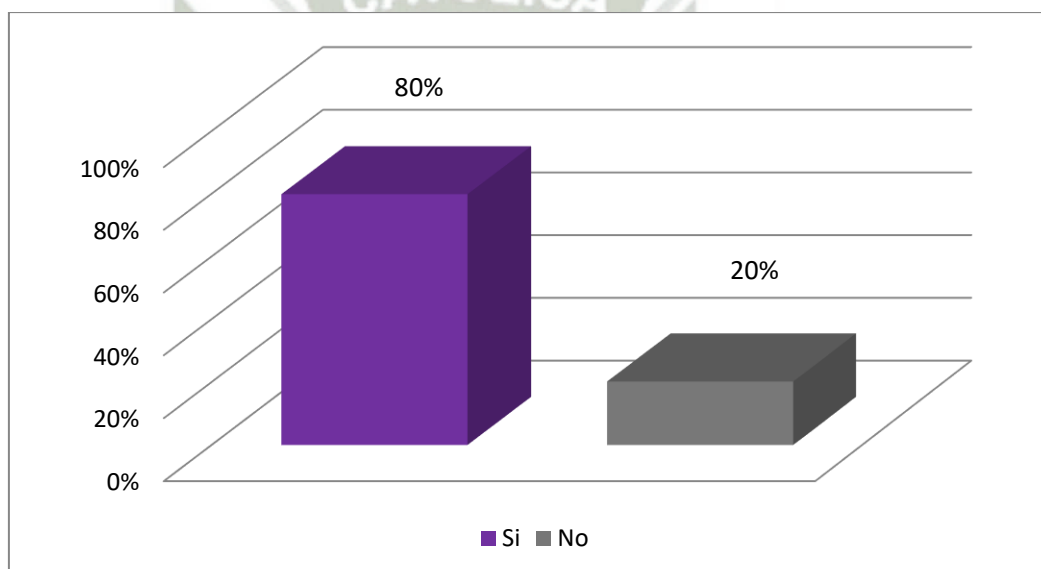
### 1.3.7 Mejora de desempeño técnico productivo por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado

**Tabla N° 15 Las capacitación recibida mejoró su desempeño técnico productivo**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	222	80%
No	56	20%
Total	278	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3.7, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 15 Las capacitación recibida mejoró su desempeño técnico productivo**



Fuente: Tabla N° 15, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°15** se puede observar que el 80% de artesanos de Arequipa Metropolitana cuenta con una mejora en su desempeño para desarrollar adecuadamente sus técnicas productivas de tejido, gracias a la capacitación recibida principalmente por CITE AREQUIPA, seguido de PRODUCE y un 20% aún no considera haber mejorado su desempeño porque recibieron capacitaciones esporádicas por otras instituciones y aún tienen un conocimiento regular.

## 1.4 Aspectos de Gestión empresarial:

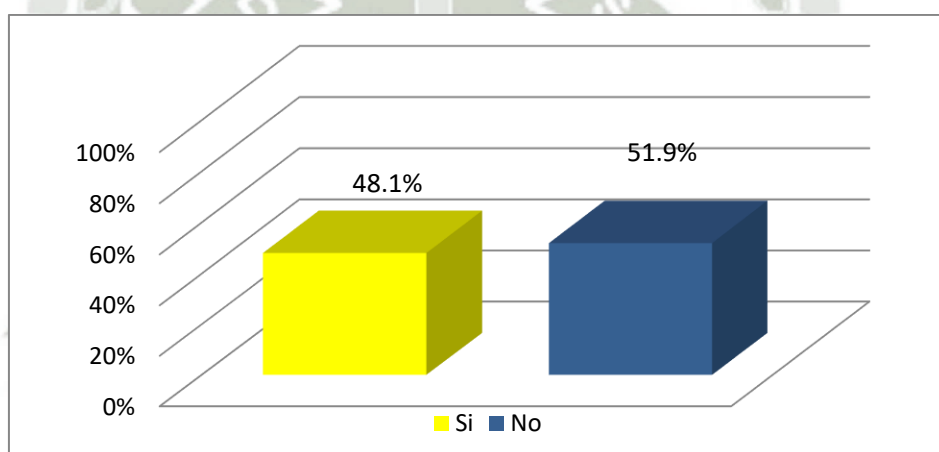
### 1.4.1 Formalización

**Tabla N° 16 Trabaja bajo la Formalidad Empresarial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	48.1%
No	161	51.9%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.1, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 16 Trabaja bajo la Formalidad Empresarial**



Fuente: Tabla N° 16, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°16** se puede observar que el 51.9% de artesanos de Arequipa Metropolitana no se encuentra debidamente formalizado, es así que no cumple con la entrega de boleta o factura, así mismo no paga impuestos al estado y el personal que trabaja con ellos desarrollando actividades textiles no cuentan con los beneficios laborales. Esto se debe a que no tienen la cultura de trabajar en formalidad, además que los costos que se genera por la planilla son elevados y el margen de utilidad obtenido se reduce.

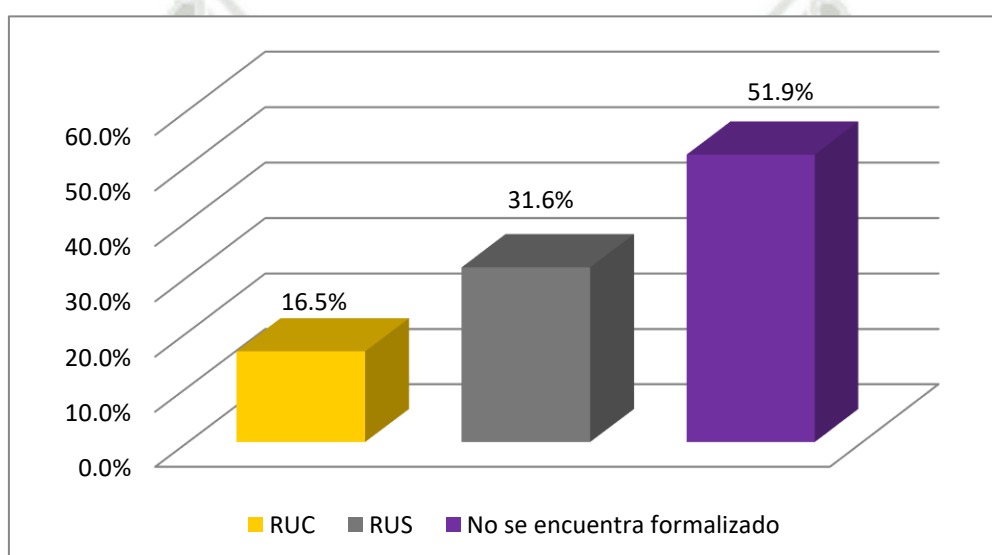
### 1.4.2 Régimen tributario

**Tabla N° 17 Bajo que Régimen Tributario Trabaja**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
RUC	51	16.5%
RUS	98	31.6%
No se encuentra formalizado	161	51.9%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.2, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 17 Bajo que Régimen Tributario Trabaja**



Fuente: Tabla N° 17, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°17** se puede observar que de los artesanos de Arequipa Metropolitana que se encuentran debidamente formalizado, un 31.6% están trabajando con RUS por que perciben ingresos menores a 5000 soles; Y sólo el 16.5% trabajan con RUC por el nivel de ingresos por ventas que obtienen, porque trabajan con otras empresas, atienden pedidos y exportan. Aun así, el nivel de informalidad es alto, evitando que puedan acceder a beneficios como acceso a crédito, atender grandes volúmenes de pedido y entrar a nuevos mercados, entre otros.

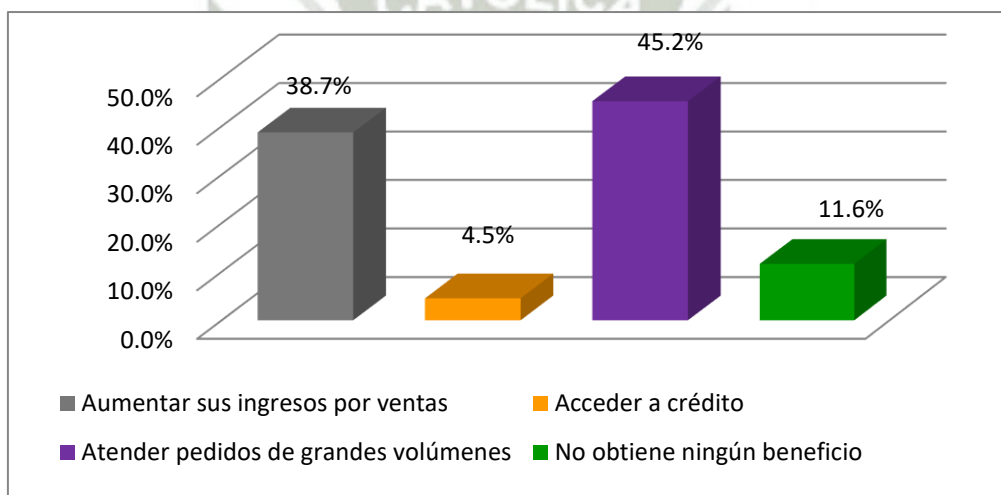
### 1.4.3 Beneficios obtenidos por trabajar en Asociatividad

**Tabla N° 18 Beneficios obtenidos por Trabajar en Asociatividad**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar sus ingresos por ventas	120	38.7%
Acceder a crédito	14	4.5%
Atender pedidos de grandes volúmenes	140	45.2%
No obtiene ningún beneficio	36	11.6%
Total	310	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.3, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 18 Beneficios obtenidos por Trabajar en Asociatividad**



Fuente: Tabla N° 18, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°18** se puede observar que un 45.2% de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana al trabajar de manera asociada pudo atender pedidos de grandes volúmenes, un 38.7 logró aumentar sus ingresos por ventas y un porcentaje mínimo 4.5% pudo acceder a crédito. Sin embargo, un 11.6% de artesanos opinan que no obtienen ningún beneficio al trabajar en asociatividad, esto se debe al temor de copia de diseños, productos, o llevarse los contactos de clientes con los que vienen trabajando, creencias, diferencias en temas de diseño, acabados, entre otros.

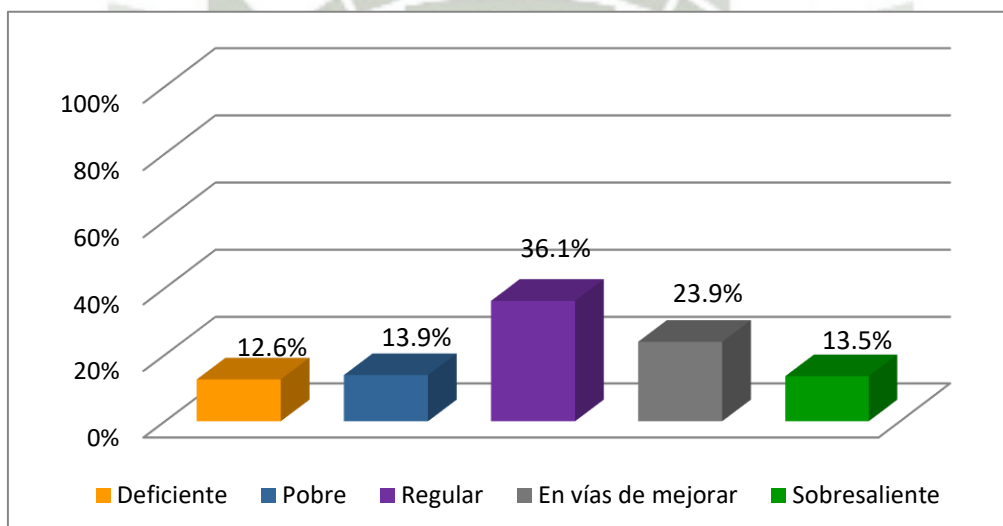
#### 1.4.4 Nivel de conocimiento en Costos y Tributación

**Tabla N° 19 Nivel de conocimiento en Costos y Tributación**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	39	12.6%
Pobre	43	13.9%
Regular	112	36.1%
En vías de mejorar	74	23.9%
Sobresaliente	42	13.5%
Total	310	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.4, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 19 Nivel de conocimiento en Costos y Tributación**



Fuente: Tabla N° 19, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°19** se puede observar que la mayoría de artesanos de Arequipa Metropolitana cuenta con un conocimiento regular y en vías de mejorar para calcular sus costos y pagar sus tributos. En tal sentido, se puede inferir que el sector artesanal textil requiere capacitarse en gestión de costos para producir sus textiles, margen de ganancia y así también cálculo de impuestos el cual repercute en la gestión administrativa de su negocio productivo e ingresos.

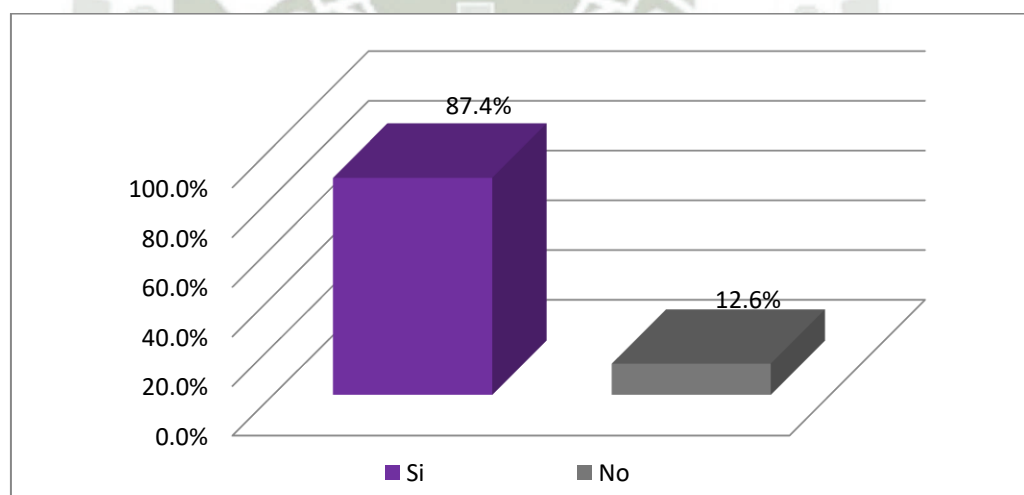
### 1.4.5 Participación en capacitaciones realizadas por las instituciones del Estado a nivel Gestión Empresarial

**Tabla N° 20 Participación en capacitaciones realizadas por las instituciones del Estado a nivel Gestión Empresarial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	87.4%
No	39	12.6%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.5, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 20 Participación en capacitaciones realizadas por las instituciones del Estado a nivel Gestión Empresarial**



Fuente: Tabla N° 20, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°20** Se puede notar que el sector artesanal textil si cuenta con el acceso a capacitaciones de gestión empresarial por parte de las instituciones del estado, permitiéndoles administrar mejor sus recursos y tener un mejor manejo de sus ingresos que les permita crecer dentro del sector.

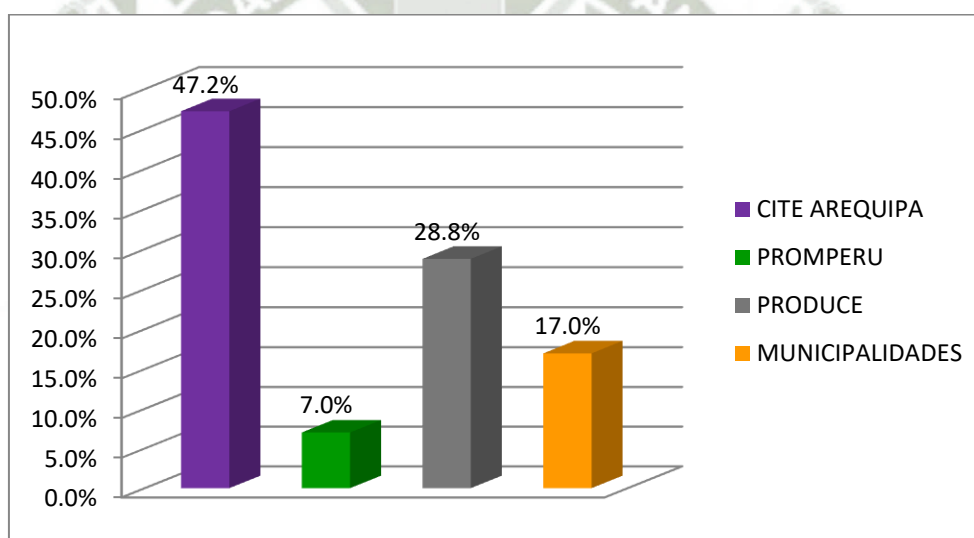
### 1.4.6 Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial

**Tabla N° 21 Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
CITE AREQUIPA	128	47.2%
PROMPERU	19	7.0%
PRODUCE	78	28.8%
MUNICIPALIDADES	46	17.0%
Total	271	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.6, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 21 Institución de la que recibió apoyo en Capacitación Gestión empresarial**



Fuente: Tabla N° 21, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°21** Se puede notar que el sector artesanal textil de Arequipa metropolitana si cuenta con el apoyo de capacitaciones en gestión empresarial principalmente por las instituciones del estado: CITE AREQUIPA Y PRODUCE, quienes vienen trabajando en estos aspectos para mejorar la eficiencia en la gestión de sus unidades de negocio del sector artesanal de Arequipa Metropolitana.

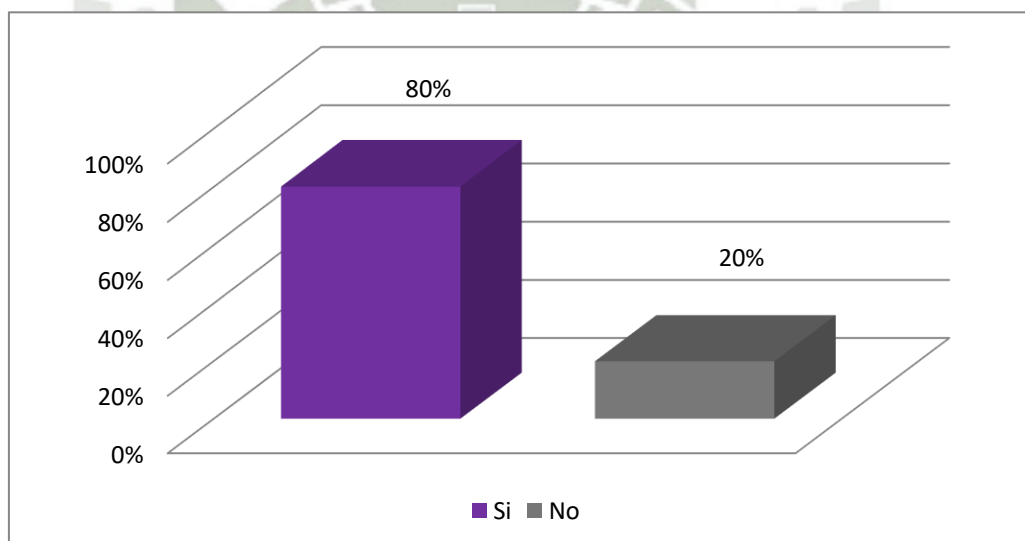
### 1.4.7 Mejora de desempeño en gestión Empresarial por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado

**Tabla N° 22 La capacitación recibida mejoró su desempeño en Gestión Empresarial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	217	80%
No	54	20%
Total	271	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4.7, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 22 La capacitación recibida mejoró su desempeño en Gestión Empresarial**



Fuente: Tabla N° 22, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°22** se puede observar que el 80% de artesanos de Arequipa Metropolitana cuenta con una mejora en su desempeño en Gestión empresarial gracias a la capacitación recibida por las instituciones del estado, principalmente por CITE AREQUIPA seguido de PRODUCE, ya que saben cómo gestionar correctamente su unidad de negocio, administrar sus recursos, tratar con personal de trabajo, proveedores y clientes.

## 1.5 Aspectos comerciales:

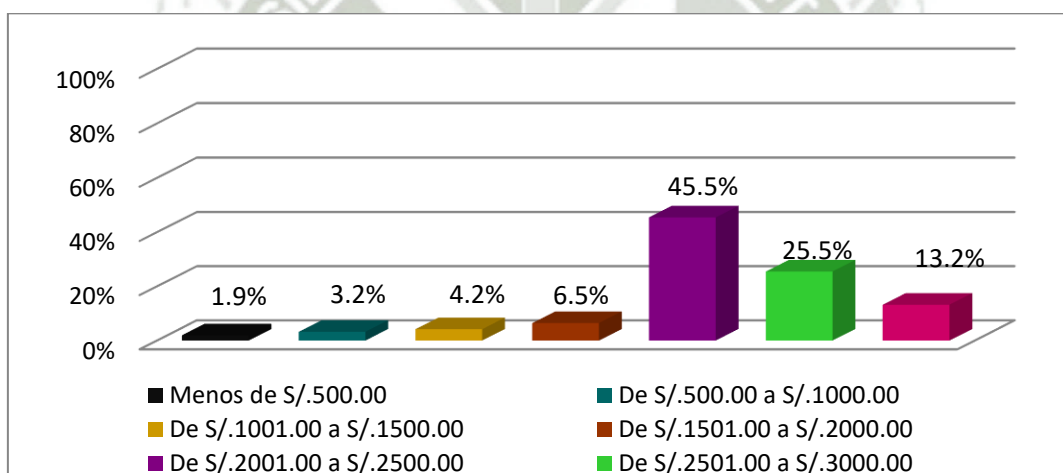
### 1.5.1 Ingreso por ventas locales y Nacionales

**Tabla N° 23 Ingreso promedio mensual por ventas Locales y Nacionales**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de S/.500.00	6	1.9%
De S/.500.00 a S/.1000.00	10	3.2%
De S/.1001.00 a S/.1500.00	13	4.2%
De S/.1501.00 a S/.2000.00	20	6.5%
De S/.2001.00 a S/.2500.00	141	45.5%
De S/.2501.00 a S/.3000.00	79	25.5%
Más de S/.3000.00	41	13.2%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.27, cuadro Nro.17)

**Gráfica N° 23 Ingreso promedio mensual por ventas Locales y Nacionales**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.27, cuadro Nro.17)

En la **tabla y gráfica N°23** Con relación al ingreso por ventas promedio mensual por ventas Locales y Nacionales, se resalta que la mayoría de artesanos 45.5% tiene un ingreso promedio mensual por ventas entre S/.2001.00 a S/.2500.00 soles obtenido entre los años 2014-2015, gracias a sus capacidades en la producción de textiles y el trabajo asociativo.

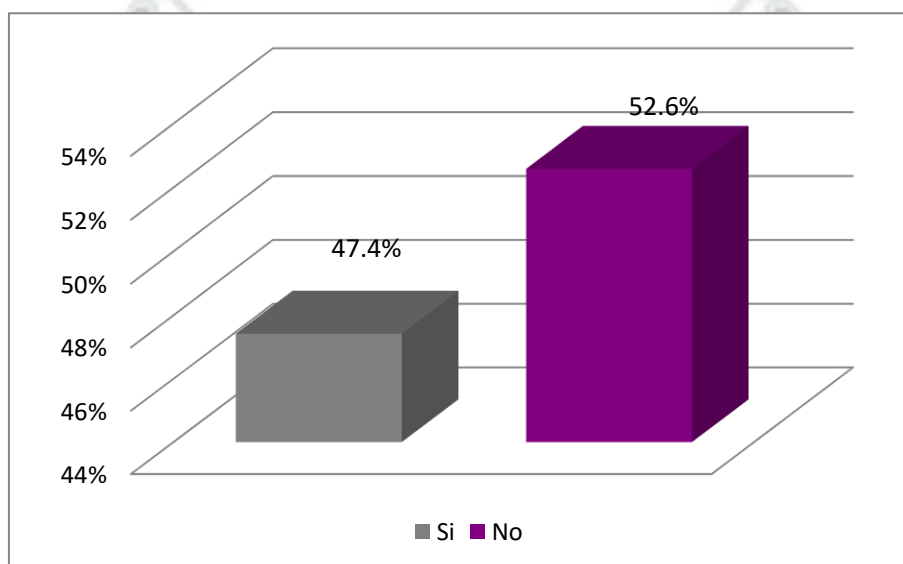
### 1.5.2 Realizó exportaciones con apoyo de una institución del Estado

**Tabla N° 24 Exportaciones con apoyo de una institución Estado**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	147	47.4%
No	163	52.6%
Total	310	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.31, cuadro Nro.19)

**Gráfica N° 24 Exportaciones con apoyo de una institución Estado**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.31, cuadro Nro.19)

En la **tabla y gráfica N°24** Con relación a la exportación de productos, se resalta que la mayoría de artesanos del sector textil de Arequipa Metropolitana, siendo el 52.6% no ha logrado exportar sus textiles, porque cuentan con deficiencias como es trabajar en informalidad, habilidad en negociación, precios no competitivos, estándar de calidad, volumen de producción, y escasos mecanismos que ofrece el estado para que una empresa artesanal pueda exportar sus productos.

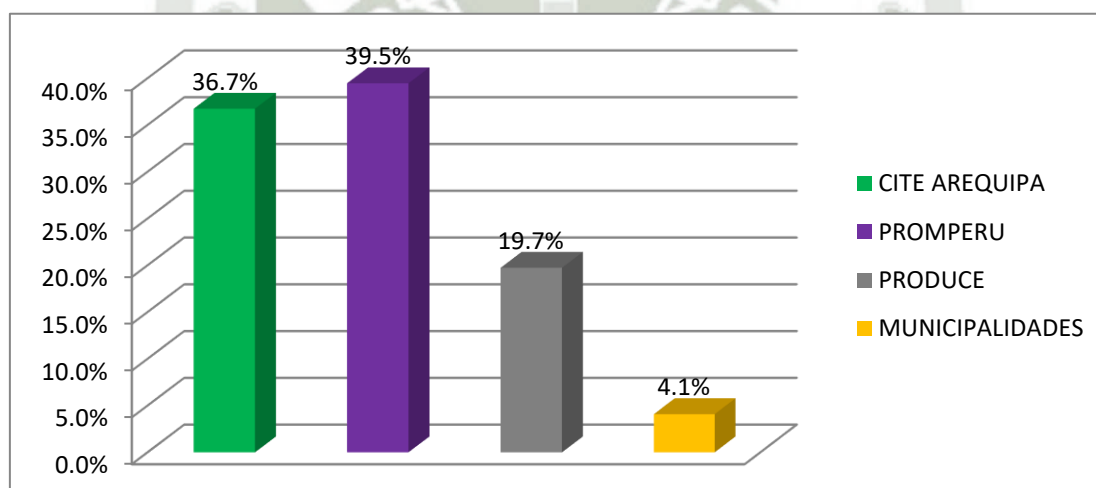
### 1.5.3 Institución de la que recibió apoyo para exportar productos textiles

**Tabla N° 25 Institución de la que recibió apoyo para Exportar productos textiles**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
CITE AREQUIPA	54	36.7%
PROMPERU	58	39.5%
PRODUCE	29	19.7%
MUNICIPALIDADES	6	4.1%
Total	147	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.3, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 25 Institución de la que recibió apoyo para Exportar productos textiles**



Fuente: Tabla N° 25, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°25** Se puede observar que el 39.5% de artesanos de Arequipa Metropolitana accedió a facilidades y orientación para exportar sus productos textiles gracias al apoyo de la institución PROMPERU, un 36.7% por CITE AREQUIPA para llegar a mercados internacionales y en menor porcentaje un 19.7% PRODUCE y un 4.1% Municipalidades quienes les brindaron talleres de exporta fácil y cursos dictados en algún evento.

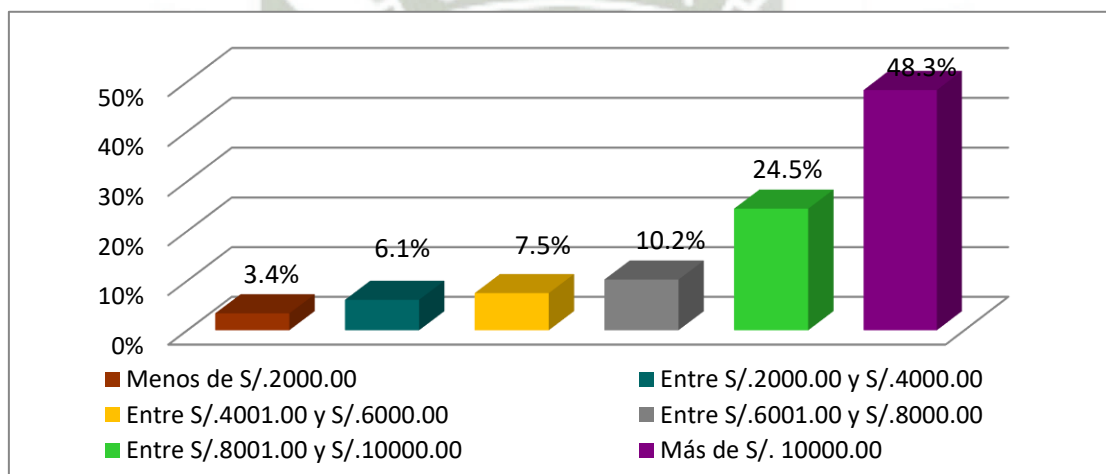
### 1.5.4 Monto de exportación

**Tabla N° 26 Monto de Exportación**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de S/.2000.00	5	3.4%
Entre S/.2000.00 y S/.4000.00	9	6.1%
Entre S/.4001.00 y S/.6000.00	11	7.5%
Entre S/.6001.00 y S/.8000.00	15	10.2%
Entre S/.8001.00 y S/.10000.00	36	24.5%
Más de S/. 10000.00	71	48.3%
Total	147	100%

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.32, cuadro Nro.20)

**Gráfica N° 26 Monto de Exportación**



Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015" (p.32, cuadro Nro.20)

En la **tabla y gráfica N°26** Se puede denotar que un grupo de artesanos que logró exportaren el periodo 2014-2015, obtuvo ingresos importantes por dicha exportación entre s/.8001.00 y más de s/.10,000.00 soles , y los que no obtuvieron un mayor ingreso puede deberse a factores como competencias de negociación, falta de mano de obra calificada para atender pedidos internacionales, poca capacidad de dinero para compra de insumos y materia prima, no cumplir con las fechas de entrega, evitando que se realicen nuevos pedidos y contratos.

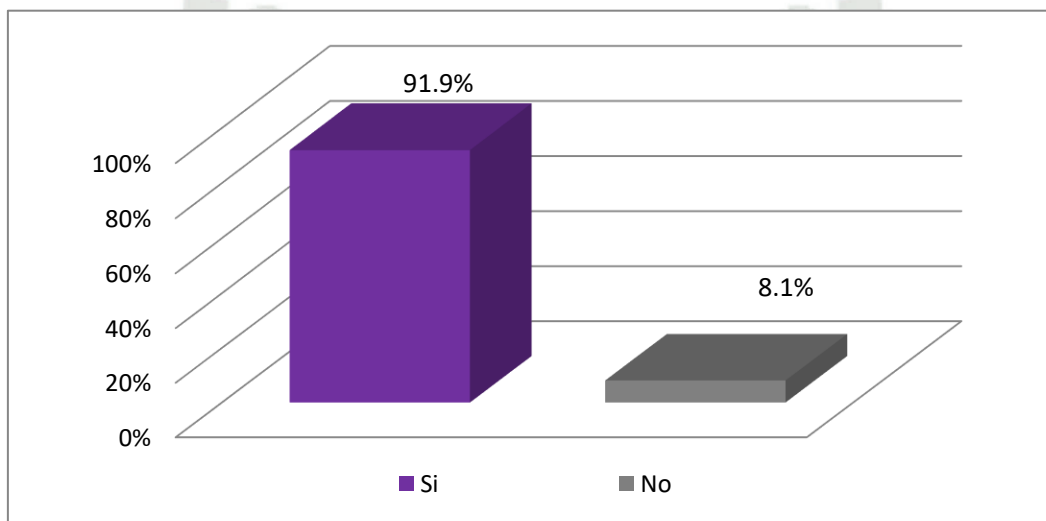
### 1.5.5 Participación en ferias con apoyo del Estado

**Tabla N° 27 Participación en Feria con apoyo del Estado**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	91.9%
No	25	8.1%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.5, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 27 Participación en Feria con apoyo del Estado**



Fuente: Tabla N° 27, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°27** Se puede mencionar que el sector recibe un gran apoyo de instituciones del estado para que puedan acceder a ferias ya sean nacionales o internacionales para hacer conocido el producto, así mismo obtener mayores ingresos por los contactos y pedidos recibidos de empresas en mercados extranjeros, mientras que una minoría no ha participado en ferias debido a recién están desarrollándose activamente en el sector; por tal motivo las instituciones del estado deberían continuar con el apoyo en brindar facilidades a los artesanos en lo que respecta a ferias que es una ventana a futuros compradores de productos altamente valorados como son las prendas artesanales de textiles peruanos.

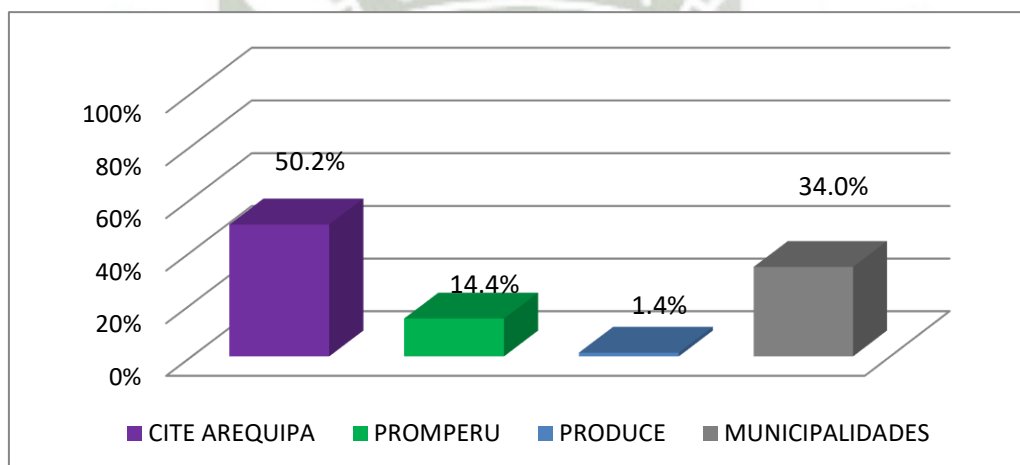
### 1.5.6 Institución de la que recibió apoyo para participar en Ferias

**Tabla Nº 28 Institución del Estado que le brindó apoyo para participar en Feria**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
CITE AREQUIPA	143	50.2%
PROMPERU	41	14.4%
PRODUCE	4	1.4%
MUNICIPALIDADES	97	34.0%
Total	285	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta Nº 5.6, Elaboración: PROPIA

**Gráfica Nº 28 Institución del Estado que le brindó apoyo para participar en Feria**



Fuente: Tabla Nº 28, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica Nº28** Se puede observar que la mayoría de artesanos 84.2% de artesanos de Arequipa Metropolitana recibió facilidades y orientación para participar en ferias nacionales o internacionales y poder ofrecer sus productos textiles gracias al apoyo de la institución CITE AREQUIPA y MUNICIPALIDADES quienes promueven ferias locales; y en menor porcentaje por parte de PROMPERU que promueve ferias nacionales e internacionales y PRODUCE en alguna oportunidad promovió la participación en alguna feria local o nacional.

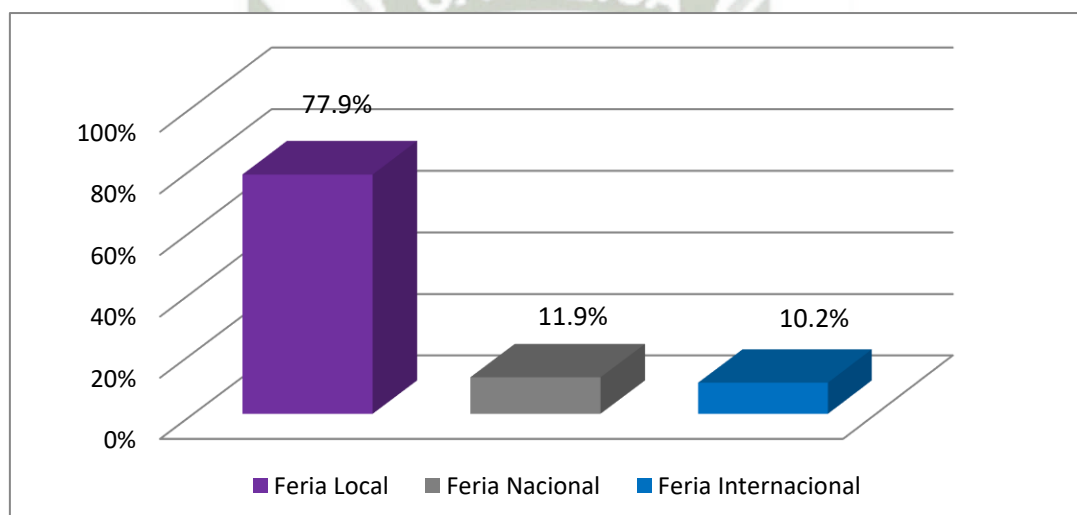
### 1.5.7 En qué tipo de feria logró participar con apoyo de una Institución del Estado

**Tabla N° 29 Tipo de Feria en la cual participó el artesano**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Feria Local	222	77.9%
Feria Nacional	34	11.9%
Feria Internacional	29	10.2%
Total	285	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.7, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 29 Tipo de Feria en la cual participó el artesano**



Fuente: Tabla N° 29, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°29** Se puede observar que la mayoría de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana logró participar en una feria local. Cite Arequipa y La municipalidades son las principales instituciones que apoyan a los artesanos textiles promoviendo ferias locales, que han sido muy bien aceptadas por los artesanos que al participar en ellas ven que es una oportunidad de hacer conocido su producto y aumentar sus ingresos por ventas. Sin embargo, una minoría muestra que aún existen dificultades en aspectos de capacitación y mecanismos que le permitan al artesano lograr entrar a una feria de exposición y venta de productos nacional e internacional.

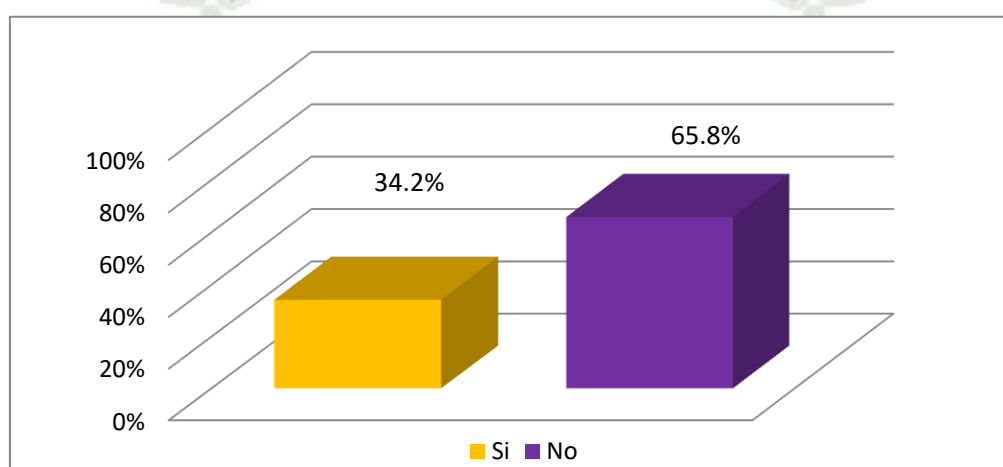
### 1.5.8 Participación en capacitaciones del Estado a nivel Gestión Comercial

**Tabla N° 30 Participación en capacitaciones en Gestión Comercial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	106	34.2%
No	204	65.8%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.8, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 30 Participación en capacitaciones en Gestión Comercial**



Fuente: Tabla N° 30, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°30** Se puede observar que la mayoría de artesanos textiles 65.8%, no ha participado de capacitaciones relacionadas a temas de gestión comercial, es por ello que aún les es difícil entrar a mercados nacionales e internacionales a ofrecer sus productos textiles, ya que no tienen un claro conocimiento de cuáles son las exigencias internacionales y que es lo más demandado por los países, a fin de potenciar sus capacidades en tejido orientados a atender esos mercados.

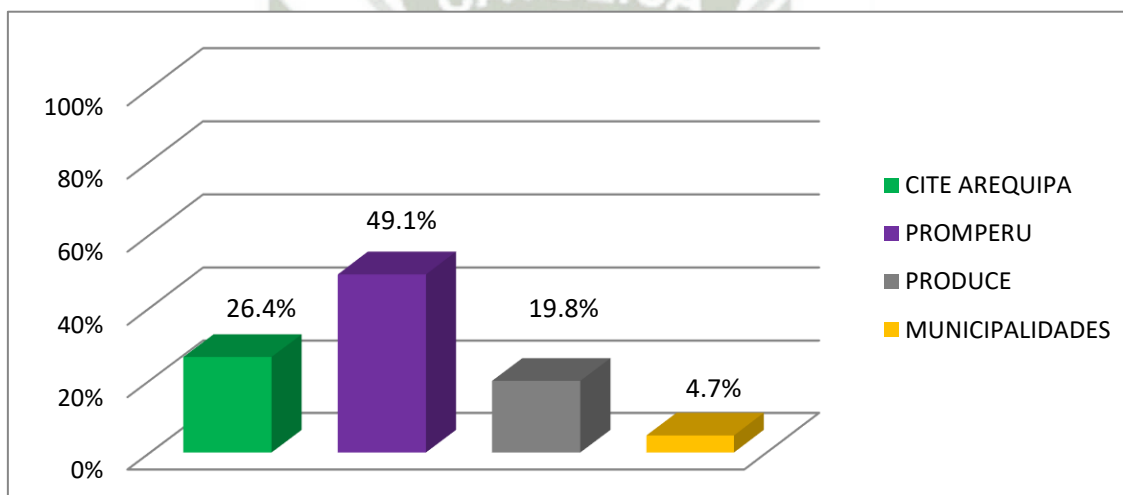
### 1.5.9 Institución de la que recibió capacitación en Gestión Comercial

**Tabla N° 31 Institución de la que recibió apoyo en Gestión Comercial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
CITE AREQUIPA	28	26.4%
PROMPERU	52	49.1%
PRODUCE	21	19.8%
MUNICIPALIDADES	5	4.7%
Total	106	100.0%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.9, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 31 Institución de la que recibió apoyo en Gestión Comercial**



Fuente: Tabla N° 31, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°31** Se puede observar que los artesanos de Arequipa Metropolitana recibieron capacitación en gestión comercial por PROMPERU y CITE AREQUIPA, lo cual le permite gestionar sus ventas y hacer conocido sus productos a nivel local, nacional e internacional. Sin embargo, una mayoría aún del sector no se encuentra técnica y productivamente preparados para atender pedidos internacionales pues presentan deficiencias en diseño de producto, técnicas y métodos de comercialización impidiéndoles entrar a mercados internacionales.

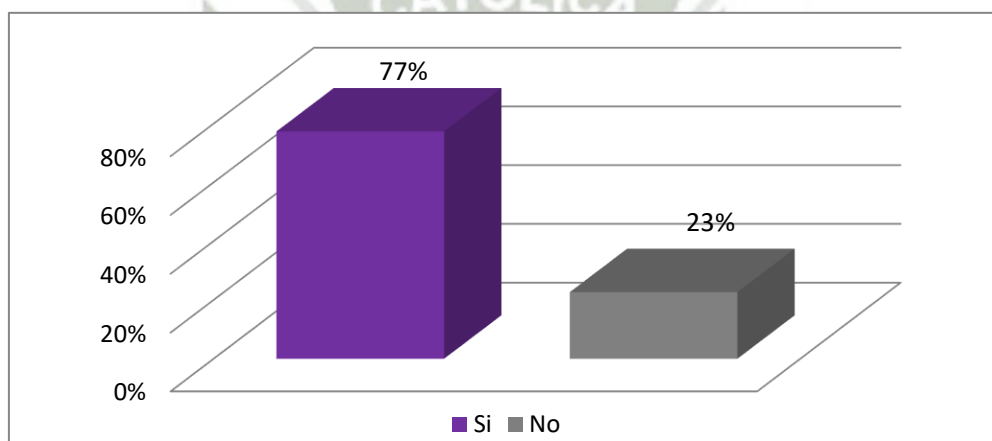
### 1.5.10 Mejora de desempeño en gestión comercial por las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado

**Tabla N° 32 La capacitación recibida mejoró su desempeño en Gestión Comercial**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	77%
No	24	23%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5.10, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 32 La capacitación recibida mejoró su desempeño en Gestión Comercial**



Fuente: Tabla N° 32, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°32** Se puede observar que de los artesanos de Arequipa Metropolitana que recibieron capacitación en Gestión comercial, la mayoría recibió apoyo por PROMPERU y CITE AREQUIPA lo cual les permitió mejorar su desempeño en gestión y aumentar sus ventas, mientras que una minoría no mejoró su desempeño pues las capacitaciones son insuficientes y aún presentan deficiencias en gestionar sus ventas, negociar con clientes, proveedores y no conocen mecanismos para hacer conocido producto en el mercado Nacional e Internacional.

## 1.6 Aspectos Financieros:

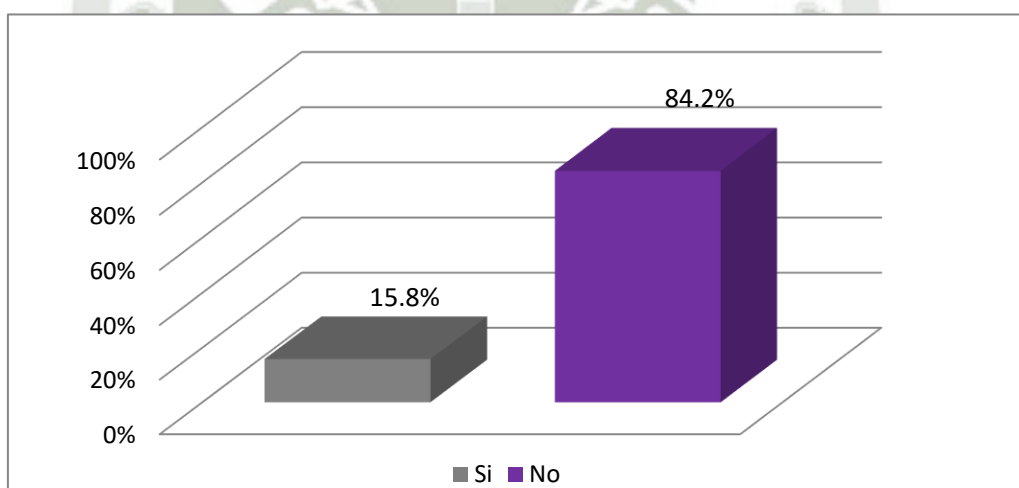
### 1.6.1 Ha recibido Financiamiento por una Institución del Estado

**Tabla Nº 33 Recibió Financiamiento por una Institución del Estado**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	15.8%
No	261	84.2%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta Nº 6.1, Elaboración: PROPIA

**Gráfica Nº 33 Recibió Financiamiento por una Institución del Estado**



Fuente: Tabla Nº 33, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica Nº33** Se puede observar que una minoría el 16% de artesanos de Arequipa Metropolitana ha recibido apoyo por lo menos de una institución del estado en temas de financiamiento, crédito semilla u otro, que le permitieron continuar desarrollando actividades artesanales textiles. Y un 84.2% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana indica que no ha recibido financiamiento por Instituciones del Estado, Bancos o Cajas Municipales no otorgan financiamiento al sector textil artesanal como tal, pues ellos deben encontrarse debidamente formalizados para acceder a un crédito para Mypes.

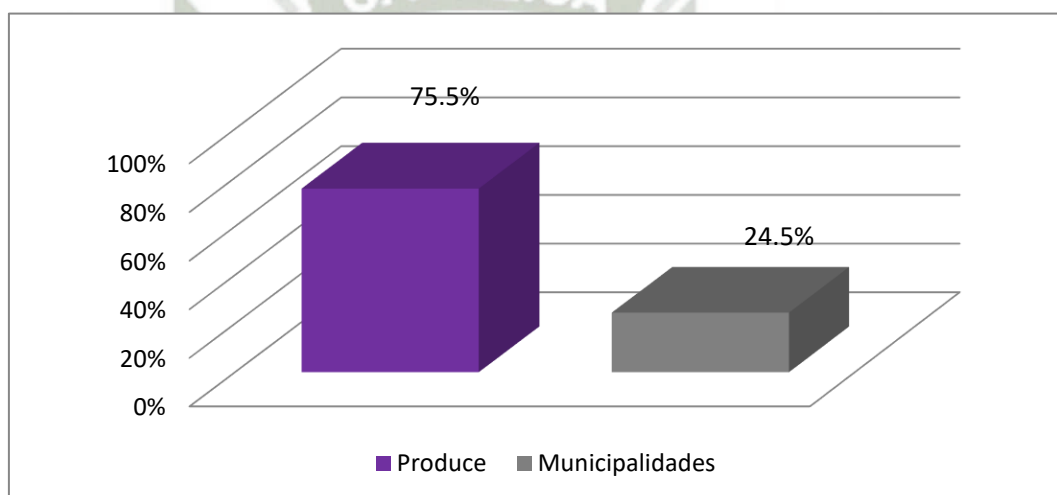
### 1.6.2 Institución del Estado de la que recibió apoyo en financiamiento

**Tabla N° 34 Institución del Estado del que recibió apoyo en  
Financiamiento**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Produce	37	75.5%
Municipalidades	12	24.5%
Total	49	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 6.2, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 34 Institución del Estado del que recibió apoyo en  
Financiamiento**



Fuente: Tabla N° 34, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°34** Se puede observar que los artesanos textiles han recibido apoyo en tema de financiamiento por la institución PRODUCE – Dirección mi empresa lo que le ha permitido desarrollarse en el sector y continuar produciendo textiles, mientras que una minoría señala que ha recibido financiamiento de proyectos municipales en los cuales participaron.

En ese sentido, podemos indicar que el estado no interviene en temas de financiamiento en el sector, y si alguna vez lo hizo fue como una especie de subvención-financiamiento, no llegó a beneficiar a un gran número de artesanos para desarrollar sus negocios.

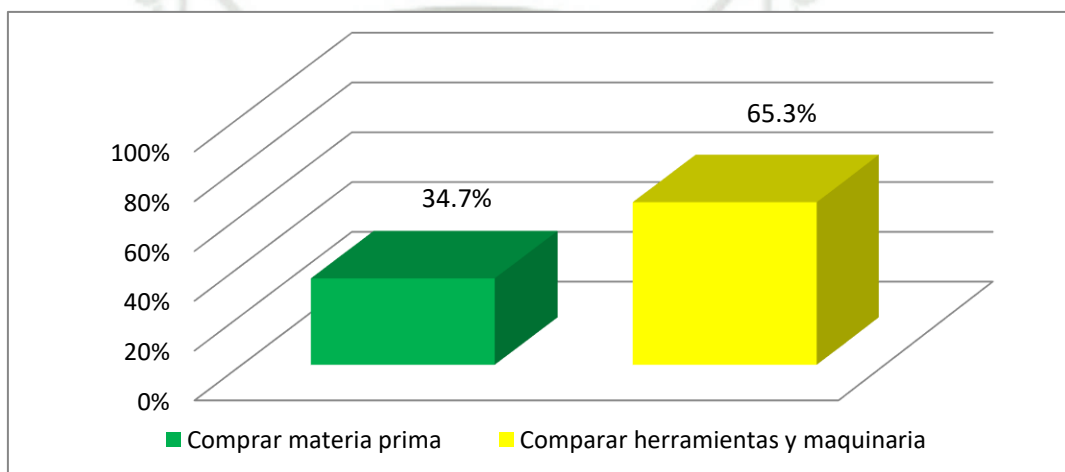
### 1.6.3 Motivo por el que solicitó el crédito a la Institución del Estado

**Tabla N° 35 Motivo de la solicitud del financiamiento**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Comprar materia prima	17	34.7%
Comparar herramientas y maquinaria	32	65.3%
Total	49	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 6.3, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 35 Motivo de la solicitud del financiamiento**



Fuente: Tabla N° 35, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°35** Se puede observar que de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana que recibieron financiamiento por parte de una institución del Estado un 65.3% recibió financiamiento para comprar herramientas y maquinaria, y un 34.7% solicitó el financiamiento para comprar materia prima, entendiéndose que ambas solicitudes eran necesarias para echar andar su unidad de negocio de producción de textiles artesanales. En ese sentido, es importante que el estado tome atención en la parte de acceso al crédito de este sector, viabilizando mecanismos para que puedan acceder a crédito, sabiendo que estos negocios no son constituidos como empresa y mantienen su línea artesanal.

## 1.7 Consideraciones finales:

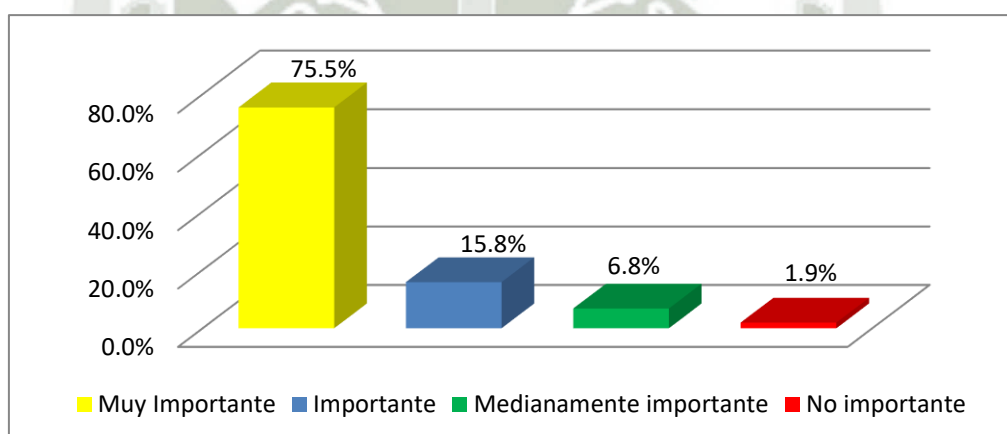
### 1.7.1 Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector

**Tabla N° 36 Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector**

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	234	75.5%
Importante	49	15.8%
Medianamente importante	21	6.8%
No importante	6	1.9%
Total	310	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 7.1, Elaboración: PROPIA

**Gráfica N° 36 Importancia de la intervención de las Instituciones del Estado en el Sector**



Fuente: Tabla N° 36, Elaboración: PROPIA

En la **tabla y gráfica N°36** se puede observar que la mayoría de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana, consideran muy importante la intervención del estado, pues vienen desarrollándose una serie de actividades como capacitaciones, talleres, ferias locales y nacionales, ruedas de negocio, actividades de promoción de textiles, etc., en los cuales el sector se ve favorecido y fortalecido cada vez más con el pasar de los años gracias a las instituciones públicas que operan en la localidad principalmente CITE AREQUIPA y PROMPERÚ quienes intervienen directamente en el sector. Mientras que el resto considera que es medianamente importante la participación del estado en el sector, porque no todos los servicios que brindan han llegado a beneficiar a todos, o quizá el nivel de capacitación no cala en el artesano logrando consolidar sus conocimientos.

## 1.8 Análisis de resultados :

### 1.8.1 Institución que brinda apoyo en capacitación Técnico productiva y mejora del desempeño del Artesano Textil En este ítem se ha relacionado las variables (3.6) y (3.7)

**Tabla Nº 37 Institución que brinda apoyo en capacitación Técnico productiva y mejora del desempeño del Artesano Textil**

**CAPACITACION\_TECNICO\_PRODUCTIVA\_INSTITUCION\_APOYO \*  
CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_TECNICO\_PRODUCTIVO**

		CAPACITACIONES_MEJORAR_DESEMPEÑO_TECNICO_PRODUCTIVO			Total
		Si	No	No participó en capacitaciones a nivel técnico productivo	
CAPACITACION TECNICO_PRODUCTIV A INSTITUCION_APOYO	CITE AREQUIPA	100%			100%
	PROMPERU	100%			100%
	PRODUCE	71,4%	28,6%		100%
	MUNICIPALIDADES		100%		100%
	No participó en Capacitaciones a nivel técnico productivo			100%	100%
Total		71,6%	18,1%	10,3%	100%

Fuente: variables (3.6) y (3.7), Elaboración: PROPIA

En la **tabla N°37** se puede observar la relación entre la Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana en aspectos Técnico Productivo y el resultado de su intervención en relación al desempeño del Sector, podemos decir que el 100% de artesanos que han participado en capacitaciones brindadas por el CITE AREQUIPA y PROMPERU han mejorado su desempeño a nivel técnico productivo, principalmente en técnicas y acabados. Por otra parte, podemos mencionar que el 71.4% de artesanos que han participado de capacitaciones en PRODUCE si han mejorado su desempeño, mientras que un 28.6% indica que no considera una mejora en su desempeño, debido a que los cursos no son específicos y no toman la realidad del sector. Mientras que el 100% de los

artesanos que han participado en capacitaciones ofrecidas por Municipalidades no considera que hay mejora en su desempeño, debido a que se impartieron pocas veces y son temas básicos ya conocidos. Se puede aseverar que las instituciones CITE AREQUIPA Y PROMPERU vienen impartiendo capacitaciones al sector de manera óptima que le permite al artesano afianzar y consolidar sus conocimientos en aspectos técnico productivo, traduciéndose en una mejorar significativa de sus capacidades.

**1.8.2 Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Empresarial y mejora del desempeño del Artesano Textil.** En este ítem se ha relacionado las variables (4.6) y (4.7)

**Tabla N° 38 Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Empresarial y mejora del desempeño del Artesano Textil**

**CAPACITACION\_GESTION\_EMPRESARIAL\_INSTITUCION\_APOYO \*  
CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_GESTION\_EMPRESARIAL**

		CAPACITACIONES_MEJORAR_DESEMPEÑO_GESTION_EMPRESARIAL			Total
		Si	No	No participó en capacitaciones a nivel de gestión empresarial	
CAPACITACION GESTION_EMPRESARIAL INSTITUCION_APOYO	CITE AREQUIPA	100%			100%
	PROMPERU	100%			100%
	PRODUCE	88,5%	11,5%		100%
	MUNICIPALIDADES	2,2%	97,8%		100%
	No participó en capacitaciones a nivel de gestión empresarial			100%	100%
<b>Total</b>		<b>70%</b>	<b>17,4%</b>	<b>12,6%</b>	<b>100%</b>

Fuente: variables (4.6) y (4.7), Elaboración: PROPIA

En la **Tabla N°38** se puede observar la relación entre la Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana en aspectos de Gestión Empresarial y el resultado de su intervención en relación al desempeño del Sector. Podemos decir que del

100% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana que han participado de capacitaciones en Gestión Empresarial, el 70% menciona que la capacitación recibida le ha permitido mejorar su desempeño en este aspecto.

En tal sentido podemos decir que el 100% de artesanos que han participado en capacitaciones brindadas por el CITE AREQUIPA y PROMPERU han mejorado su desempeño a nivel de gestión empresarial, principalmente en costos y tributación. Por otra parte podemos mencionar que el 88.5% de artesanos que han participado de capacitaciones en PRODUCE, si han mejorado su desempeño, mientras que un 11.5% indica que no considera una mejora en su desempeño. Mientras que el 97.8% de los artesanos que han participado en capacitaciones ofrecidas por Municipalidades no considera que haya una mejora en su desempeño. Se puede aseverar que las instituciones CITE AREQUIPA, PROMPERU Y PRODUCE vienen impartiendo capacitaciones al sector de manera óptima que le permite al artesano afianzar y consolidar sus conocimientos en aspectos de gestión empresarial, traducándose en una mejora significativa de sus capacidades.

### 1.8.3 Institución que brinda apoyo en Exportación e ingreso obtenido.

En este ítem se ha relacionado las variables (5.3) y (5.4)

**Tabla N° 39 Institución que brinda apoyo en Exportación e ingreso obtenido**

INSTITUCION\_APOYO\_EXPORTACION \* MONTO\_EXPORTACION

		MONTO_EXPORTACION						Total	
		No exportó	Menos de S/.2000 soles	Entre S/.2000 y S/.4000 soles	Entre S/.4001 y S/.6000 soles	Entre S/.6001 y S/.8000 soles	Entre S/.8001 y S/.10000 soles		Más de S/.10 000 soles
INSTITUCION_APOYO_EXPORTACION	CITE AREQUIPA					9,3%	66,7%	24,1%	100%
	PROMPERU							100%	100%
	PRODUCE		17,2%	31%	17,2%	34,5%			100%
	MUNICIPALIDAD				100%				100%
	No ha exportado	100%							100%
<b>Total</b>		<b>52,6%</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3,5%</b>	<b>4,8%</b>	<b>11,6%</b>	<b>22,9%</b>	<b>100%</b>

Fuente: variables (5.3) y (5.4), Elaboración: PROPIA

En la tabla **N°39** se puede observar la relación entre las Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana en temas de Exportación y el resultado de su intervención en relación a los ingresos percibidos por dicha actividad. Podemos decir que del

100% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana, el 52.6% no ha logrado exportar sus productos, mientras que sólo un 47.3% si logró exportar.

En tal sentido podemos decir que el CITE AREQUIPA brindo apoyo en temas de exportación a los artesanos textiles, siendo el 66.7% quienes lograron obtener ingresos entre S/.8001 y S/.10000 soles y un 24.1% más de S/.10000 soles. Mientras que el 100% de artesanos que recibieron apoyo de PROMPERU obtuvieron ingresos de más de S/.10000 soles. En menor proporción, los artesanos textiles que fueron apoyados por PRODUCE Y MUNICIPALIDADES tuvieron ingreso menores a S/.8000 soles.

Se puede concluir que existe intervención por parte de las instituciones del estado en el sector textil artesanal de Arequipa metropolitana en temas de exportación, principalmente por PROMPERU Y CITE AREQUIPA. Lo que permite que este sector pueda ingresar a mercados internacionales ofertando productos acorde a las exigencias del mercado, logrado de esta manera generar ingresos por ventas y por ende una mejor calidad de vida para sus familias.

**1.8.4 Institución que brinda apoyo en Ferias y Tipo de Ferias en que participa el sector artesanal textil.** En este ítem se ha relacionado las variables (5.6) y (5.7)

**Tabla Nº 40 Institución que brinda apoyo en Ferias y Tipo de Ferias en que participa el sector artesanal textil**

PARTICIPACION\_FERIA\_APOYO\_INSTITUCION \* TIPO\_DE\_FERIA

		TIPO_DE_FERIA				Total
		Feria Local	Feria Nacional	Feria Internacional	No ha participado en ferias	
PARTICIPACION FERIA_APOYO INSTITUCION	CITE AREQUIPA	65%	22,4%	12,6%		100%
	PROMPERU	68,3%	4,9%	26,8%		100%
	PRODUCE	100%				100%
	MUNICIPALIDADES	100%				100%
	No ha participado en ferias				100%	100%
Total		71,6%	11%	9,4%	8,1%	100%

Fuente: variables (5.6) y (5.7), Elaboración: PROPIA

En la tabla **N°40** se puede observar la relación entre las Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana y su intervención en la participación del sector en Ferias Locales, Nacionales e Internacionales.

Podemos decir que del 100% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana, el 71.6% de artesanos participaron de una feria local, un 11% en una feria nacional y un 9.4% en una feria internacional y en menor porcentaje 8.1% no lograron participar en una feria.

Dentro de las instituciones del estado, el CITE AREQUIPA brindó apoyo a un 65% de artesanos del sector para acceder a ferias locales, a un 22.4% a ferias nacionales y un 12.6% a ferias internacionales. Por otra parte, PROMPERU brindó apoyo al sector siendo el 68.3% los artesanos que participaron en ferias locales, un 26.8% en ferias internacionales y en menor porcentaje 4.9% en ferias nacionales.

Así mismo, se puede observar que los artesanos que participan en las actividades de PRODUCE y MUNICIPALIDADES el 100% asistió a una feria local. Se puede concluir que el sector textil de Arequipa metropolitana viene participando en actividades de gestión comercial en ferias locales, nacionales e internacionales, promovidas principalmente por PROMPERU y el CITE AREQUIPA.

**1.8.5 Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Comercial y mejora del desempeño del Artesano Textil.** En este ítem se ha relacionado las variables (5.9) y (5.10)

**Tabla N° 41 Institución que brinda apoyo en capacitación Gestión Comercial y mejora del desempeño del Artesano Textil**

**Tabla de contingencia CAPACITACION\_GESTION\_COMERCIAL\_INSTITUCION\_APOYO \*  
CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_GESTION\_COMERCIAL**

		CAPACITACIONES_MEJORAR_DESEMPEÑO_GESTION_COMERCIAL			Total
		Si	No	No participó en capacitaciones a nivel de gestión comercial	
CAPACITACION_GESTION_COMERCIAL_INSTITUCION_APOYO	CITE AREQUIPA	85,7%	14,3%		100%
	PROMPERU	90,4%	9,6%		100%
	PRODUCE	38,1%	61,9%		100%
	MUNICIPALIDADES	60%	40%		100%
	No participó en capacitaciones a nivel de gestión comercial			100%	100%
Total		26,5%	7,7%	65,8%	100%

Fuente: variables (5.9) y (5.10), Elaboración: PROPIA

En el **Tabla N°41** se puede observar la relación entre la Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana en aspectos de Gestión Comercial y el resultado de su intervención en relación al desempeño del Sector. Podemos decir que del 100% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana que han participado de capacitaciones en Gestión Comercial, el 26.5% menciona que la capacitación recibida le ha permitido mejorar su desempeño en este aspecto, así mismo se puede observar que un gran porcentaje de artesanos de este sector 65.8% no ha participado de capacitaciones en gestión comercial en instituciones del estado.

Podemos decir que, el 85.7% de artesanos que han participado en capacitaciones brindadas por el CITE AREQUIPA han mejorado su

desempeño a nivel de gestión comercial, participando en ferias y logrando vender sus productos en mercados nacionales e internacionales. Por otra parte podemos mencionar que el 90.4% de artesanos que han participado de capacitaciones en PROMPERU, si han mejorado su desempeño. Además, el 61.9% de artesanos que han asistido a capacitación en gestión comercial en la institución PRODUCE indica que no considera una mejora en su desempeño, mientras que un 38.1% si ha logrado una mejora en este aspecto. Y el 60% de los artesanos que han participado en capacitaciones ofrecidas por Municipalidades si considera que hay mejora en su desempeño, mientras que un 40% no lo considera así.

Se puede concluir que el sector artesanal textil de Arequipa metropolitana, no participa de los servicios ofrecidos por parte de las Instituciones del Estado en temas de gestión comercial, lo cual repercute en la promoción comercial de sus productos, y por ende su nivel de ingresos por ventas no se incrementa.

**1.8.6 Institución que brinda apoyo en financiamiento y el motivo de solicitud de financiamiento.** En este ítem se ha relacionado las variables (6.2) y (6.3)

**Tabla N° 42 Institución que brinda apoyo en financiamiento y el motivo de solicitud de financiamiento**

**Tabla de contingencia FINANCIAMIENTO\_APOYO\_INSTITUCION \* MOTIVO\_DEL\_FINANCIAMIENTO**

		MOTIVO_DEL_FINANCIAMIENTO			Total
		Comprar materia prima	Comprar herramientas y maquinaria	No recibió financiamiento	
FINANCIAMIENTO APOYO_INSTITUCION	PRODUCE	29,7%	70,3%		100%
	MUNICIPALIDADES	50%	50%		100%
	No recibió financiamiento			100%	100%
Total		5,5%	10,3%	84,2%	100%

Fuente: variables (6.2) y (6.3), Elaboración: PROPIA

En el **Tabla N°42** se puede observar la relación entre las Instituciones del Estado Peruano que brindan apoyo al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana y su intervención en temas de financiamiento.

Podemos decir que del 15.8% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana que reciben financiamiento, el 5.5% de artesanos solicita financiamiento para compra de materia prima, mientras que un 10.3% lo solicita para comprar herramientas y maquinaria para su unidad de negocio. Así también, podemos decir que un 84.2% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana no ha recibido apoyo en financiamiento por parte de instituciones del Estado, lo cual repercute en el crecimiento de sus unidad productiva.

Podemos ver que del 100% de artesanos textiles que recibieron apoyo en financiamiento, por parte de las MUNICIPALIDADES mediante programas o bonos que otorgados, un 50% de artesanos destino el financiamiento para compra de materia prima y resto para comprar de herramientas y maquinaria. Así mismo, del 100% de artesanos que obtuvieron financiamiento por parte de PRODUCE por concursos de crédito semilla o por el programa Innóvate Perú el 29.7% utilizó dicho financiamiento para compra de materia prima y el 70.3% para compra de herramientas y maquinarias.

En ese sentido, podemos señalar que las instituciones del estado no intervienen brindando financiamiento al sector, debido a que aún son unidades de negocio muy pequeñas. Es por ello que dichas instituciones deben ofrecer alternativas asociativas que permitan acceder a este tipo de beneficios como es el “crédito” para que su unidad de negocio crezca y pueda desempeñarse con producción artesanal valorada de acuerdo a las exigencias del mercado.

### **1.9 Aplicación de la Entrevista:**

Se aplicó la siguiente entrevista a los funcionarios de los organismos del estado más representativos que operan Arequipa metropolitana en beneficio del sector textil artesanal.

Las entrevistas desarrolladas tuvieron por finalidad recoger la apreciación crítica y objetiva de funcionarios de los organismos del estado referidos a la intervención e influencia de su institución en materia de desarrollo social,

productivo, comercial y financiero en el sector textil artesanal en Arequipa metropolitana, en el año 2015.

Luego de su ejecución se obtuvieron los resultados que se detallan a continuación, los mismos que han sido comparados con los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas.

### 1.9.1 Datos generales:

Se realizó encuesta a tres funcionarios públicos de acuerdo al siguiente detalle:

- 1.1 Nombre: Ignacio Rivera Castillo  
Sexo: masculino  
Institución a la que representa: comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo – PROMPERU  
Cargo que desempeña en la institución pública: director regional  
Nro. de años desempeñándose como funcionario de la institución (11)
- 1.2 Nombre: Leonardo López Zegarra  
Sexo: masculino  
Institución a la que representa: Centro De Innovación Tecnológica de Artesanías Y Turismo Arequipa - CITE AREQUIPA  
Cargo que desempeña en la institución pública: director ejecutivo  
Nro. de años desempeñándose como funcionario de la Institución (2)
- 1.3 Nombre: José Luis Bonilla Galindo  
Sexo: masculino  
Institución a la que representa: Ministerio De La Producción - PRODUCE  
Cargo que desempeña en la institución pública: Coordinador Sectorial  
Nro. de años desempeñándose como funcionario de la institución (11)

## 1.9.2 Preguntas:

### 2.1 ¿Cuál es la misión de la institución, enfocadas a este rubro artesanal textil? Explique.

- Los funcionarios entrevistados manifestaron que tienen una misión global para el desarrollo del sector artesanal de la región, previendo de servicios de gestión empresarial, articulación comercial y mecanismos de financiamiento.

Es así que, **CITE AREQUIPA** ofrece sus servicios de innovación tecnológica articulación comercial y transferencias de capacidades técnico productivas, **PRODUCE** ejecuta actividades de promoción de la formalización, y busca dotar de herramientas de gestión administrativa y productiva a unidades de negocio del sector para que estas puedan acceder a nuevos mercados, permitiendo que desarrollen sus capacidades a través de los servicios que les brinda el estado peruano.

**PROMPERU**, como institución promueve las exportaciones de los productos de empresas de diferentes sectores, en particular de sector textil y confecciones procurando la exportación de productos con valor agregado, es decir tomamos productos de calidad garantizada en toda la cadena productiva.

**PRODUCE**, como institución ofrece servicios de gestión empresarial y en algunas ocasiones ha ofrecido mecanismos de financiamiento “crédito semilla” para unidades de negocio artesanal.

**MUNICIPALIDAD**, Área de Desarrollo Social y Educación, es un órgano de Línea, encargada de planificar, organizar, dirigir, evaluar, y supervisar los servicios sociales en los aspectos de bienestar social y desarrollo social, los programas sociales de complementación y difusión de los derechos de la mujer. (Información obtenida de fuente primaria Municipalidad Provincial de Arequipa)

-Dichas apreciaciones tienen una alta coincidencia con los resultados obtenidos en la segunda parte de este capítulo (resultados de la encuesta), en la Tabla N°14 establece que un 54.7% y un 17.6% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana, se ven favorecidos de recibir capacitación en aspectos técnico

productivo principalmente por CITE AREQUIPA y PRODUCE respectivamente. Así también, en la Tabla N°21, establece que un 47.2% y el 28.8% de artesanos se ven favorecidos por capacitaciones en gestión empresarial ofrecidas por CITE AREQUIPA Y PRODUCE. Así también, en la Tabla N°31 señala que solo un 49.1% de artesanos textiles recibe apoyo en gestión comercial por PROMPERU principalmente, y en la Tabla N°33 señala que un porcentaje mínimo 16% de artesanos recibe apoyo en aspecto financiero y las instituciones que intervinieron en este aspecto fueron PRODUCE Y MUNICIPALIDADES.

Es así que podemos concluir que la misión de las instituciones CITE AREQUIPA, PROMPERU, PRODUCE están en concordancia con las acciones de intervención que viene recibiendo el sector por parte de estas instituciones, pues tienen un ámbito de influencia importante y la mayoría de artesanos han participado en las actividades ofrecidas al sector o usado sus servicios. Se denota que existe un grado de coordinación entre CITE AREQUIPA Y PROMPERU en algunas actividades, como es la de Gestión Comercial debido a que están bajo mando del mismo Organismo del Estado MINCETUR. Sin embargo, no hay un grado de coordinación entre instituciones debido a que cada una cumple una misión distinta dentro del sector y/o su intervención es parcial en el sector pues no es su razón de ser y sólo actúan en ocasiones en el sector porque es parte del desarrollo social de la Provincia.

## 2.2 ¿Cuál es la situación actual del sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana?

**PROMPERU** realiza una medición a través del mapa de competitividad, y ve que en el sector textil en alpaca específicamente, hay una caída en la competitividad del sector textil, porque todavía somos un país que desarrolla outsourcing y produce marcas blancas para que otros compradores extranjeros vengan a adquirir el servicio de confección. Es por ello que, se propone comenzar a generar más valor a través de las actividades que Promperu ofrece a las empresas para llegar al mercado internacional y obviamente concretando negocios con el mercado internacional.

**PRODUCE** al igual que **PROMPERU**, considera que la actividad artesanal es poco promocionada por el estado, por entidades culturales y artesanales, no

tenemos mano calificada para poder afrontar grandes volúmenes de pedidos y no existe un tema asociativo fuerte. La falta de reconocimiento y apoyo al sector en estos aspectos ha hecho que estas empresas no puedan crecer y las personas vean esta actividad como lucrativa y al menos pueda solventar sus servicios principales como salud, vivienda y puedan llegar a tener un taller de producción propio, logrando un buen nivel y calidad de vida.

**CITE AREQUIPA**, menciona que el sector artesanal textil está sufriendo desde hace años atrás un importante crecimiento en el desarrollo de productos, como innovación en los diseños de textiles.

Es por ello que CITE AREQUIPA, hace tres años inició operaciones a través de la capacitación técnica y desarrollo de técnicas productivas con los artesanos. Actualmente, el sector viene gozando el desarrollo de producto el cual no tiene nada que envidiar a la gran empresa, así mismo, se está buscando el potenciamiento de los productos y apertura de mercado no solo nacional, sino a nivel internacional.

- Dichas apreciaciones tienen una alta coincidencia con los resultados obtenidos en la segunda parte de este capítulo (resultados de las encuesta), las Tablas N°6, 7, 8 y 9 establecen que un 51.9% no tienen vivienda propia, más del 90% de artesanos textiles tienen acceso a servicios básicos y salud, y sólo un 30% cuentan con un taller productivo propio. Así mismo, en la tabla N°23 establece que más de la mitad de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana obtiene un ingreso promedio mensual por ventas entre S/.1500 a S/.3000 soles. En ese sentido, se considera que el sector aún se encuentra en crecimiento y que las instituciones gubernamentales deben trabajar en aspectos técnico productivo “Acabados y Diseño” y en Gestión Comercial para potenciar al sector artesanal textil de Arequipa metropolitana.

### 2.3 ¿Qué percepción tiene en relación a la sostenibilidad y competitividad el sector textil artesanal en Arequipa metropolitana?

**PROMPERU:** menciona que actualmente el sector se encuentra en una base solamente productiva, que ofrece básicamente producción, confección y se vende esta prendas a importadores de diferentes partes del mundo que muchas veces colocan sus marcas o lo llevan a sus tiendas por departamentos diferentes niveles de negocios que existen y llegan con la marca e imagen propia de cada uno de estos compradores. Como institución busca que el sector artesanal textil por medio de las empresas peruanas constituidas puedan llegar cada vez más al punto de distribución y comercialización, pero es un camino largo todavía.

**CITE AREQUIPA:** Menciona que actualmente una de las grandes brechas y problemas que tiene es la competencia desleal por la gran empresa, estas empresas contratan los servicios de los medianos y los pequeños productores textiles de Arequipa metropolitana, pagando precios no justos, no se está aplicando el comercio justo y se está favoreciendo a la gran empresa y no se está buscando potenciar a los pequeños artesanos.

**PRODUCE:** Considera que en Arequipa, se tiene un tema arraigado bastante fuerte con la artesanía que transmite cultura, es así que la artesanía textil arequipeña pasa por un proceso productivo que se debería revalorar, lo que han hecho en otras regiones como en el caso de Cusco, Puno, Ucayali, Piura. La artesanía arequipeña está un poco relegado dentro del ranking de artesanías nacionales, precisamente porque no se ha revalorado el tema cultural, lo que es el primer arraigo del sistema productivo artesanal.

Por lo que, los órganos competentes como es MINCETUR, debe proponer programas de revaloración cultural de textiles por localidad, porque cada una representa una cultura propia.

- Dichas apreciaciones tienen una alta coincidencia con los resultados obtenidos en la segunda parte de este capítulo (resultados de las encuesta), la Tabla N°2, indica que un 69.7% de los artesanos textiles de Arequipa metropolitana han nacido en Arequipa, por lo que se

supone que en sus producciones transmiten cultura propia de Arequipa; así mismo en la Tabla N°5, establece que un 33.5% de artesanos textiles viene desempeñándose en el sector más de 20 años. Así también en la tabla N°10 podemos indicar que un 45.5% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana tiene un dominio sobresaliente de técnicas productivas, y que más del 50.2% (cuadro N°28) ha participado en ferias gracias al apoyo de una institución de estado y sólo un 58% (Tabla N°25) de artesanos del sector tienen participación en pedidos de exportación gracias a PROMPERU y un 54% por el CITE AREQUIPA. (Estas instituciones trabajan en conjunto para capacitar y apoyar a los artesanos en el aspecto de gestión comercial) Se puede concluir que, el sector se encuentra en una base solamente productiva, que ofrece básicamente producción a mercado nacional e internacional, aún no se encuentra consolidada como una empresa productiva y comercializadora capaz de atender a mercados extranjeros.

#### **2.4 ¿Qué actividades, programas, proyectos viene ejecutando la institución en los últimos años para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa metropolitana? Explique.**

**PROMPERU:** Trabaja básicamente en 4 líneas: capacitación, asistencia técnica, asesoría, brindar información a empresas (trasladar información).

La primera a través de una serie de actividades, para organizar sus servicios, ha creado la “ruta exportadora”, que consta de diferentes servicios que brinda la institución, partimos por las actividades básicas de asesoría, asistencia técnica. Luego viene temas de capacitación más especializados como es Comercio exterior y ahí cabe resaltar el cor business de PROMPERU que es específicamente promoción de comercio, no entramos a temas productivos, no entramos a temas gestión productiva, estamos más centrados a gestión comercial y mercado internacional.

PROMPERU, trabaja fortaleciendo algunas asociaciones y/o organizaciones, pero no es nuestro foco, nuestro foco son empresas, las empresas constituyen asociaciones, nuestro fortalecimiento va individual para llegar al fortalecimiento grupal o asociativo. Estas acciones de fortalecimiento lo hace, a través de las

diferentes capacitaciones en temas de promoción, de gestión comercial, en temas de negociación, marketing internacional, gestión de calidad, y asistencia técnica individual como es: desarrollo de imagen corporativa, desarrollo de páginas web, capacitación en presentaciones “información eficaz”, que se hace por lo general en sus propios talleres de las empresas grandes.

Así también, PROMPERU realiza eventos de diferentes tipos para incentivar la actividad del sector, en diferentes momentos, y es una forma de saber si las empresas están preparadas para llegar al mercado internacional.

Internas: Ferias y Ruedas de negocio (PROMPERU participa y apoya, siempre y cuando existan compradores internacionales)

Internacionales: Eventos y Ferias internacionales. Para el sector textil, apoyamos a las empresas a llegar al mercado internacional a ferias en las vegas, en Francia, existe un calendario de ferias internacionales que promovemos para que las empresas textiles participen en esas ferias.

El empresario textil de alpaca, para participar en estas ferias, debió haber recorrido esa ruta, haberse capacitado, haber realizado asesoría, para garantizar que su potencial esta al máximo, y puedan así realizar negocios.

**CITE AREQUIPA**, como asociación civil sin fines de lucro que recibe financiamiento y subvención del estado por medio del *Ministerio de Comercio Exterior Y Turismo*, subvencionan al año proyectos de desarrollo para el sector artesanal textil de Arequipa, ejecutando capacitaciones para el desarrollo de capacidades técnicas productivas en los artesanos textiles y gestionando eventos y mecanismos para la comercialización e introducción de estos productos en mercados internacionales.

Es así que, genera cursos y estrategias de capacitación, procesos de innovación mediante la trasferencia de conocimiento tanto en el diseño como en técnicas productivas y buscando el desarrollo no sólo de capacidades sino el desarrollo empresarial de cada uno de los artesanos textiles de Arequipa metropolitana y Arequipa. Considerando a los artesanos no sólo productores, sino empresarios y emprendedores, para que tomen conciencia de su profesión en el mercado actual.

**PRODUCE:** Ha desarrollado 2 tipos de cursos en temas técnico productivos.

Cuando hablamos de artesanía no hablamos de tema industrial sino de mano, sin embargo en los últimos años las empresas artesanales se han convertido en empresas semi industriales, a raíz del programa "Compras Mi Perú. Por este programa se ha producido chompas, suéter, etc, estas empresas artesanales textiles se han mesclado con empresas textiles semi industriales de Arequipa.

Así también, PRODUCE ha desarrollado los cursos de diseño: modelaje y patrón, que son dos elementos esenciales para la producción de textiles; para que los artesanos textiles de Arequipa metropolitana puedan producir prendas más funcionales en el mercado local. La intervención fue alrededor de 60 empresas textiles en Arequipa que desarrollaron el modelaje y patrón, se realizó en diciembre 2015 y enero 2016.

Además en el mismo año, PRODUCE realizó capacitaciones en temas transversales, habilidades blandas, articulación de mercado, están enfocados en gestión empresarial, de todos los participantes el 10% se presentó como empresa artesanal textil. Denotando la participación insípida del sector, por el modo viviendo que tiene el artesano textil, sus actividades que no les permite asistir a capacitaciones, pues en su mayoría son mujeres, tienen hijos.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°13, que indica que 89.7% de artesanos textiles participa de capacitaciones a nivel técnico productivas por parte de las instituciones del estado, Así también en la tabla N°20 un 87.4% de artesanos recibe capacitación en gestión empresarial por parte de instituciones del Estado. Además en la Tabla N°27, se muestra que un 91.9% de artesanos ha participado de ferias nacionales e internacionales con apoyo de una institución del estado, así también en la Tabla N°31 señala que un 49.1% ha recibido capacitación en gestión comercial por parte de una institución del estado PROMPERÚ y en porcentaje menor en la Tabla N°33 señala que un 15.8% de artesanos han recibido apoyo en financiamiento por parte de instituciones del estado nombrando a PRODUCE quien en alguna ocasión ofreció por un programa crédito semilla, y la MUNICIPALIDAD mediante concursos de bonos para iniciar un negocio.

Por ende podemos mencionar que el sector se viene recibiendo apoyo de diversas instituciones del estado que ofrecen sus servicios relacionados a aspectos productivos, gestión empresarial, comercial y financiero al año 2015. Cada institución trabaja de forma independiente y busca potenciar al sector en diversos ámbitos, y así obtener un producto de calidad, siendo estos demandados por los diferentes mercados nacionales e internacionales que desean comprar prendas y productos de alpaca.

## 2.5 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano textil, para desarrollar y potenciar su nivel técnico -productivo?

**PROMPERU:** Ninguna, solo trasmite información que nos llegan de otras instituciones que si hacen la parte productiva.

**CITE AREQUIPA:** Ha adquirido equipos y maquinarias, que muchos artesanos por el costo no podrían adquirirlo. También trae capacitadores de otras ciudades tanto del Perú y en el caso de diseño con trayectoria internacional, importante para desarrollar el sector textil de Arequipa.

**PRODUCE:** Desarrolla cursos técnico productivos principalmente en diseño y patrón, tiene beneficiarios a empresas textiles y en porcentaje menor la participación de artesanos textiles de Arequipa metropolitana.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°14, que indica que el 54.7% de artesanos textiles ha recibido capacitación a nivel técnico productivo por parte de CITE AREQUIPA y en menor proporción un 17.6% por PRODUCE y en menor proporción por parte de una MUNICIPALIDAD y PROMPERÚ. Así también, en la Tabla N°15, denota que un 80% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana mencionan que las capacitaciones recibidas por las instituciones del estado, principalmente por CITE AREQUIPA Y PRODUCE, si les ha servido para mejorar su desempeño técnico productivo, pues poseen las capacidades necesarias para desarrollar adecuadamente sus técnicas productivas de Tejido

## 2.6 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano textil, para desarrollar una oferta artesanal competitiva?

### **CITE AQP:**

Los mecanismos que ofrece son la capacitación y el diseño, se produce colecciones por parte de los artesanos con apoyo de especialistas que se contratan, entonces esto nos ayuda a introducir diseños de vanguardia y tendencias internacionales dentro de los productos que los artesanos desarrollan, logrando que sean atractivos a nivel internacional y nacional.

Así también, desarrolla normas técnicas, procedimientos para mejorar la calidad de sus productos, en marzo de 2016 CITE AREQUIPA obtuvo el ISO 9001, y hay dos técnicos en las líneas joyería y textil que tienen más de 25 años de experiencia los cuales no solo dictan cursos de capacitación, sino que continuamente están asesorando en lo que necesite el artesano para poder desarrollar el producto, es decir que los artesanos textiles pueden solicitar el servicio de capacitación y asesoramiento para mejorar sus productos y levantar alguna observación técnica que hayan encontrado y desarrollar productos de calidad de exportación.

Por otro lado, también CITE AREQUIPA desarrolla colecciones de la mano de los diseñadores, no solo transfieren conocimientos de forma teórica, sino práctica, logrando posicionar nuestros productos en el mercado.

**PROMPERU:** Realiza capacitaciones en temas de exportación y asesoría especializada para empresas textiles que desean exportar sus productos. Las empresas deben estar debidamente constituidas y contar con un respaldo económico para asegurar que puede cubrir los pedidos del cliente extranjero, garantizando la calidad de la producción.

**PRODUCE:** No realizan ninguna acción en este aspecto.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°14, que indica que el 54.7% de artesanos textiles recibe

capacitación a nivel técnico productivo por parte del CITE AREQUIPA, y un 17.6% PRODUCE; Así también en la Tabla N°11 un 45.8% de artesanos indica que cuenta con un nivel de conocimiento sobresaliente en acabados textiles y en la Tabla N°12 un 57.1% de artesanos indica que cuenta con un nivel de conocimiento regular en acabados textiles. En la Tabla N°21, indica que el 47.2% y el 28.8% de artesanos textiles recibieron capacitación en gestión empresarial por parte de CITE AREQUIPA y PRODUCE. Así también, en la Tabla N°22 un 80% de artesanos mencionaron que las capacitaciones recibidas en gestión empresarial si le ayudaron en mejorar su desempeño empresarial. Podemos concluir que las acciones de intervención en el sector artesanal textil en Arequipa metropolitana de la institución CITE AREQUIPA principalmente, no son suficientes para lograr una oferta artesanal competitiva, por lo cual se necesita que otras instituciones también intervengan en este aspecto el sector como PRODUCE y MUNICIPALIDADES, ya que una adecuada gestión empresarial de sus unidades de negocio garantiza la permanencia en el sector productivo y que se logre obtener ingresos óptimos, además del correcto pago de sus impuestos, el cálculo de sus costos, para poder continuar con el negocio de manera eficiente.

## **2.7 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano textil, en relación a articulación comercial?**

**PROMPERU:** Las experiencias y resultados obtenidos, son positivos, siempre se ganan millones de dólares, la última rueda de negocio fue en puno, se cerró con 17 millones con participación de 60 empresas peruanas exportadoras. En la anterior rueda, se dio la participación de 90 empresas peruanas de diferentes regiones, se ofertaron prendas de alpaca y se trajo 40 empresas compradores de diferentes países, y se cerraron ventas por 17 millones de dólares en intenciones de compra.

Al realizar el seguimiento y vemos que se caen los procesos de venta en el curso y por el tiempo en responder mails, capacidad de negociación y

cumplimiento de acuerdos, absurdo retraso en correo de respuesta, rompe la posibilidad de negocios.

Fallas del mismo sector, de las empresas, falta de la mano de obra, tecnología, respuestas rápidas, el mundo de la moda ahora se mueve más rápido que antes.

Los pedidos son en temporadas y entre temporadas, sabiendo que en estos países a los que llegamos pueden tener un cambio radical entre verano e invierno. Entonces existen ciertas colecciones, este sector trabaja en función del pedido internacional y no en función a lo que los empresarios desearían relacionarlo con su entorno.

**CITE AREQUIPA:** Promociona la participación a los artesanos en dos ferias nacionales importantes, una de ellas de categoría internacional Perumoda - Peru Gif Show, proporcionamos los ambientes para que ellos puedan exponer sus productos y puedan generar ventas, también promociona mediante el Mincetur la “Feria de nuestras manos”, una feria netamente artesanal desarrollada en la ciudad de lima, donde participan diferentes líneas artesanales a nivel nacional.

Existen ruedas de negocio, en las cuales participó el Cite Arequipa en representación de los artesanos de Arequipa metropolitana y Arequipa.

Cite Arequipa ha participado de una feria internacional en Alemania de la cual hemos podido recoger los productos de cuatro artesanos y hemos desarrollado unos cuantos productos más de la mano del diseñador logrando concretar la venta del producto y acercando al artesano textil al mercado internacional.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°24, que indica que el 47.4% de artesanos textiles Logró exportar sus productos textiles y en la Tabla N° 25 se muestra que un 39.5% y 36.7% de artesanos textiles recibieron apoyo para exportar por parte de CITE AREQUIPA Y PROMPERU respectivamente. Así también en la TablaN°26 un 24.5% de los artesanos que lograron exportar mencionan que el monto de exportación promedio obtenido fue más de s/.8000 soles. Por otro lado, la participación en ferias con apoyo de una institución del estado principalmente el apoyo fue recibido por CITE

AREQUIPA con 50.2%(TablaN°28), y seguidamente con un 34% por Municipalidades locales. Concluyendo que el sector viene recibiendo apoyo de instituciones del estado en aspecto comerciales como son CITE AREQUIPA Y PROMPERU , las cuales aúnan esfuerzos capacitando, asesorando y ofreciendo mecanismos viables para que la artesanía textil pueda acceder a mercados nacionales e internacionales.

## **2.8 ¿La institución brinda financiamiento para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa metropolitana? Explique.**

**PROMPERU:** No, sólo brinda información, mas no deriva; considera que las empresas textiles buscan por su propio interés de financiamiento.

Sin embargo, en el aspecto comercial, para las Ferias ellos tienen que cubrir un costo normalmente, subvencionamos de alguna manera el costo de stand porque se alquilan islas en las ferias internacionales, parte la asume el estado y parte el empresario.

En estos 2 últimos años, los organizadores si está dando esta facilidad en algún tipo de ferias y Promperú está transmitiendo esas facilidades. No se hace usualmente así, porque se considera que el empresario tiene condiciones económicas para llegar al mercado internacional, si no tienen capacidad para llegar a un mercado internacional, no cuentan con capital de trabajo, no podrán afrontar un pedido. Detrás de todo ello está la imagen del empresario peruano, si se falla en el pedido esto se generaliza para en el mundo.

Promperu hace filtros, se hace convocatorias masivas, y nuestros aliados difunden estas actividades, pasan un proceso de evaluación, si no tienen capacidad, más bien no los excluye sino los llama a pensar en otras alternativas como asociatividad.

**PRODUCE:** Si, otorga financiamiento a través de concursos Innóvate Perú, STRAC, pero se ha tenido participación muy baja, casi nula del sector textil y textil artesanal en estos dos concursos.

PRODUCE financia proyectos de 50 000 a 250 000, concurso de emprendimiento de corte tecnológico, no solo de maquinaria, se enfoca al tema de transmisión de conocimiento, desarrollo de procesos, etc.

Pueden desarrollarse propuestas en el tema artesanal textil con tecnología, hornos de teñido, formas de hilado, revalorar técnicas para teñido natural. Esto tiene una gran demanda en el sector artesanal.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°33, que indica que sólo una minoría 15.8% de artesanos textiles ha recibido apoyo en el aspecto financiero, principalmente por parte de PRODUCE y un 84.2% no ha recibido apoyo de instituciones del estado en este aspecto. En ese sentido, se puede aseverar que las instituciones del estado no viabilizan los mecanismos necesarios para que las unidades de negocio textil artesanal de Arequipa metropolitana puedan acceder a financiamiento ya sea para comprar materia prima, herramientas o maquinaria y con ello puedan acceder a mercado nacional e internacional atendiendo producción de grandes volúmenes y con estándar de calidad. A diferencia de otros sectores económicos que si tienen acceso al crédito, este es un importante dificultad que enfrenta el sector evitando su crecimiento como unidad de negocio.

## **2.9 ¿Considera que su institución aporta de manera positiva al desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa metropolitana?, fundamente su respuesta.**

**PRODUCE:** Considera que si, aporta de manera positiva en el sector artesanal textil, porque ha dado algo importante “conciencia de mercado”, con ejemplos pausibles, tangibles, sin embargo el artesano no está utilizando los programas que hay en el estado, se les brinda capacitación a diversos distritos donde aún ejercen la actividad, pero no hay un porcentaje alto de interés y asistencia.

**PROMPERU:** Si considera que aporta de manera positiva en el desarrollo del sector, como institución nosotros somos el soporte. El empresario es empresario y gracias al estado puede continuar con su labor, es un esquema más de desarrollo individual, depende las políticas individuales que tenga cada empresa y ahí nosotros aportamos en esa política, en esa intención.

**CITE:** Si, ya que viene realizando la implementación de campañas de difusión para posicionar la artesanía arequipeña, se está potenciando actualmente con las redes sociales, creemos que puede haber un rol importante en el desarrollo del marketing como lo conocemos actualmente.

Por otro lado también se está enfocando en sacar notas de prensa y difundir las actividades que nosotros estamos haciendo en diarios de renombre de nuestra ciudad. Además gracias a nuestro contacto con diseñadores, se ha logrado generar contactos con revistas en Lima como caretas y con diarios de carácter nacional. En el mercado nacional es un mercado bastante competitivo y copado, además de la intervención de productos chinos que nos hacen competencias en precios, nosotros no valoramos nuestra artesanía como otros países y es así que el sector artesanal textil cuenta con las condiciones para entrar al mercado internacional dado que las condiciones han cambiado a nivel internacional y ya no ven sólo al Perú como un productor étnico de artesanías, souvenir, sino que ya ven al Perú con un grado de tecnificación en el desarrollo de productos de calidad. Y ven la fibra de alpaca como un potencial competidor de la fibra por excelencia la cual es el casimire, están conociendo lo que es la alpaca y una de las labores principales del cite es aprovechar esta oportunidad y potenciar esta fortaleza que es la fibra de alpaca.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°36, que indica que un 75.5% de artesanos textiles considera muy importante la intervención de las instituciones del estado en el sector y un 15.8% lo considera importante, ya que mejoran su desempeño tanto en aspecto empresarial, técnico productivo y comercial principalmente; y en menor porcentaje un 6.8% y un 1.9% lo consideran mediamente importante y no importante, tal vez se deba a que no han sido artesanos beneficiados por todas las capacitaciones, programas o proyectos que vienen desarrollándose en el sector por las intuiciones le estado, lo cual no les ha permitido hacer crecer a sus unidades de negocio y obtener beneficios de sus ingresos por ventas, mejorar su producción, capacitarse en técnicas productivas y tener acceso a nuevos mercados.

## **2.10 Definir si fuera posible las principales oportunidades y riesgos que se vienen dando en el sector textil artesanal en Arequipa metropolitana.**

**PROMPERU:** Como institución de soporte no les generamos oportunidad, la oportunidad se genera la empresa por el nivel de competitividad que logra. Esa oportunidad es a través de las ventas en el mercado internacional, para poder dar mejores elementos y asistencias, capacitaciones y la marca país, como elemento externo a la empresa, como una responsabilidad que está asumiendo el estado en dar a conocer esta fibra, en función a eso están vendiendo.

**CITE AREQUIPA:** Nuestro producto tiene que tener valor cultural, propiamente del artesano, y este se va a transmitir nuestra cultura a nuestros clientes internacionales, la artesanía si trasmite cultura, historia, pero no necesariamente por eso tienen que guardar los diseños ancestrales culturalmente hablando.

Nosotros transmitimos la cultura en base al diseño, por eso el proceso de diseño es un proceso innovador, no dejamos de lado la parte étnica, no dejamos de lado la parte cultural, sino que enseñamos al artesano a utilizar esto para embellecer las prendas.

### **Principales oportunidades del sector**

- Mercado internacional está enfocado en comercio justo
- Consumidores cada vez más buscan desarrollo sostenible
- Que el producto textil tiene gran potencial, porque la fibra de alpaca está introduciéndose al mercado internacional y nuestra fibra es muy fina tanto como un casimire. Tanto así que el mercado internacional está viendo el mercado peruano.
- El Perú se ha posicionado como marca a través de los diferentes programas del estado.
- Se ha creado la marca quirao que es una plataforma con la cual se busca posicionarla en el mercado y esta es respaldado por los artesanos productores de Arequipa Metropolitana y Arequipa Región, es así que si

una de las prendas tiene un han tac que diga Quirao le da la seguridad al comprador que es 100% Alpaca.

**Riegos:**

- Competencia desleal del mercado chino que producen productos reemplazables.
- El participar en ferias, muchas veces se llevan nuestras muestras y pueden reproducir nuestras prendas y reproducirlas copiando el diseño más no la fibra
- Se ha perdido la confianza de algunos productos peruanos, por productos chinos que se introducen como fibra de alpaca pero no lo son y eso ha afecto a nuestros productos que sí lo son.
- Se puede denotar que, si bien es cierto nuestro producto es único por la fibra de alpaca, las técnicas y diseños utilizados en su producción, la mayoría de artesanos tienen deficiencia en la parte comercial, esto se debe a que aún son unidades de negocio productores más no comercializadores, si bien es cierto participan en ferias, pero muy pocos son los que ofrecen productos al extranjero como se puede ver en la Tabla Nro. 29 sólo un 10.2% de artesanos participa en ferias internacionales, y en la Tabla Nro.24 un 52.6% de artesanos no ha logrado exportar sus productos textiles. Esto se debe a una serie de factores como las insuficientes actividades que promueven la venta y conocer el producto en mercados nacionales e internacionales, falta de interés por parte de los artesanos en capacitarse para poder estandarizar y ofrecer un producto de calidad al mercado extranjero, representado un riesgo de que el sector textil sea categorizado como productor de prendas textiles y no pueda ser capaz de llegar a mercados extranjeros como comercializador a grandes escalas.

## 2.11 ¿Cuántos son el nro. de artesanos beneficiarios de sus programas capacitaciones, actividades, por parte de su organización o institución pública?

**PROMPERU:** Tenemos un número de beneficiarios, no son nuestros ellos vienen cuando lo necesitan, trabajamos más con empresas repetitivas ya conocidas en algunas ocasiones. Sin embargo, se cuida mucho que sean varios beneficiarios, además que el mercado va a expulsando a esas empresas, ya que del 100% de empresas, el 50% trabajan en el mercado local y las demás desertaron.

**CITE AREQUIPA:** Contamos con 300 artesanos en la línea textil empadronados, el Cite Arequipa está bordeando entre los 450 y 500 artesanos de dos líneas atendidas: textil y joyería, que podemos denominarlos como beneficiarios directos.

La forma de beneficiar a los artesanos por medio del cite, es mediante convocatorias abiertas y nosotros respondemos a las demandas que ellos tengan.

Cite Arequipa atiende a asociaciones, artesanos y personas que quieran emprender en el mundo textil, no hay discriminación si es emprendedor, empresario, representantes de medianas empresas textiles, Cite Arequipa atiende a todos, porque desea impulsar el desarrollo textil de la región.

- Dichas opiniones coinciden con los resultados obtenidos en la Tabla N°14 donde señala que un 54.7% de artesanos textiles de Arequipa metropolitana son beneficiarios de capacitaciones técnico productivas, por parte del CITE AREQUIPA, un 47.2% en gestión empresarial por el CITE AREQUIPA (Tabla N°21), un 49.1% de artesanos recibieron apoyo en gestión comercial por parte de PROMPERÚ y un 26.4% por el CITE AREQUIPA (Tabla N°31). Así mismo, se beneficiaron de recibir apoyo en ferias Nacionales o Internacionales un total de 22.1% por parte de PROMPERÚ Y CITE AREQUIPA (Tabla N°29).

En ese sentido, podemos concluir que el artesano textil de Arequipa metropolitana recibe apoyo de dos instituciones del estado principalmente CITE AREQUIPA y PROMPERÚ, para capacitarse en varios aspectos importantes como son mejorar sus técnicas de producción, diseño, y comercialización, logrando realizar ventas al mercado nacional e internacional y lograr la consolidación de la actividad artesanal en Arequipa Metropolitana.

## **2.12 ¿Cómo visiona al sector textil artesanal en un futuro a 5 años?, en relación a su sostenibilidad y competitividad.**

**PROMPERU:** Ya están dando resultados las estrategias que se están aplicando, para darles soporte a estas empresas y en las mismas empresas se están optando por las oportunidades que el mercado abre y ellas mismas persiguen para concretar sus negocios.

No se tiene la expectativa de que hay más empresas exportadoras, no es necesario que haya más empresas sino que las que existen se sostengan en el mercado internacional, crezcan y generen más empleo, vayan especializándose, conociendo más mercados, logrando concretar mejor las oportunidades de negocio que se van persiguiendo.

**CITE AREQUIPA:** De acá 5 años, podamos contar con un volumen de exportación, y que la Fibra de alpaca tenga un posicionamiento en los mercados que hemos entrado, las políticas de estado no solo beneficie a las grandes productores y grandes empresas sino que continúen los proyectos como el que venimos realizando, dado que fuera de la minería somos un país turístico.

Si las cosas siguen andando como están, y la economía sigue creciendo, se puede asegurar que los artesanos puedan incrementar un 20 y 30% en las ventas y mejores su economía y puedan satisfacer sus necesidades, mejorando su calidad de vida.

**PRODUCE:** Que otros países puedan compartir su experiencia y ese brain time pueda maximizarse con otros países. Para el ministerio de producción es una propuesta desarrollar este tipo de proceso productivo, preparar a las asociaciones tanto en gestión como en tema productivo para que ellas puedan aprovechar estos mecanismos de cooperación que existe.

Se visiona que de acá 5 años, en la región Arequipa exista un book de los productos esenciales artesanales que tiene a región y tenga una marca regional, para que sea promocione por las embajadas y gobierno regional.

- Las tres instituciones entrevistadas CITE AREQUIPA, PROMPERÚ Y PRODUCE se encuentran visionando al sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana como un sector en desarrollo y que presenta oportunidades definidas para poder consolidarse en el mercado nacional e internacional. Es así que, continúan con su compromiso de ofrecer servicios a disposición del artesano para mejorar sus capacidades y puedan especializarse en la actividad que realizan y junto con el apoyo del estado se pueda lograr el desarrollo sostenible del sector resaltando su particularidad artesanal pero con visión global.

#### **1.10 Análisis del nivel de coordinación entre las instituciones del Estado para el desarrollo del sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana**

El Centro de innovación tecnológica de Artesanías y Turismo –**CITE AREQUIPA** tiene un nivel de coordinación alto con la institución Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Arequipa - **PROMPERÚ Arequipa**, ya que trabaja en actividades conjuntas en aspectos de gestión comercial entre estas la participación de artesanos en ferias locales, nacionales e internacionales que promueve esta institución. Además de la participación en talleres y seminarios relacionados a temas comerciales como estrategias de venta, aranceles, estrategias de negociación, registros y procedimientos para exportación, entre otros.

Por otro lado, el **CITE AREQUIPA** tiene un nivel de coordinación bajo con la institución Ministerio de la Producción Arequipa- **PRODUCE Arequipa** porque

esta institución trabaja principalmente con Mypes de diferentes rubros y sectores, por lo que no trabaja en temas especializados para cada sector, sino en temas generales de gestión empresarial, y en aspectos técnico productivos brinda capacitaciones esporádicas lo cual no permite hacer un trabajo conjunto y permanente con CITE AREQUIPA para el desarrollo del Sector Artesanal Textil.

El **CITE AREQUIPA** tiene un nivel de coordinación regular con las **MUNICIPALIDADES**, debido a que estas instituciones a través de su área de desarrollo económico y social realizan programas y actividades en beneficio de varios sectores económicos, entre estos está el textil cuyas actividades se dan de manera eventual como festividades de la localidad, sector, ferias y algunos talleres de aprendizaje textil. Es así que, considera la actividad textil como una fuente de generación de ingresos y en consecuencia mejora de la calidad de vida de las familias.

Entre las instituciones **PROMPERU Arequipa, PRODUCE Arequipa y MUNICIPALIDADES**, no existe un nivel de coordinación de programas, actividades en aspecto técnico productivo, de gestión empresarial y comercial que beneficien al sector, debido a que estas instituciones se desarrollan en líneas diferentes PROMPERU trabaja en comercio exterior, PRODUCE en temas empresariales con Mypes, MUNICIPALIDADES trabajan en desarrollo urbano, social, actividades de recreación para la población, entre otros.



## 2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

En esta última parte se ha procedido a relacionar los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, con los antecedentes investigativos encontrados.

El **primer antecedente investigativo** encontrado hace referencia la Tesis, Año 2017 “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” , realizado por Ing. Rocío del Carmen Fernández Mendoza Universidad Católica de Santa María - Escuela de Post Grado, Maestría en Gerencia Social y Recursos Humanos

El presente trabajo de investigación presenta similitud con la tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” en lo siguiente:

- La muestra de estudio es la misma 310 artesanos textiles empadronados en el RNA MINCETUR 2015, debido a que dicha investigación estudia al mismo sector productivo y se aplicó el instrumento encuesta en la misma temporalidad año 2015.
- En la estructura del instrumento del trabajo de investigación se utilizó la técnica encuesta siendo el instrumento el cuestionario, en el cual se consideró *las mismas preguntas en los datos personales* que abarca: genero, lugar de nacimiento, distrito, edad, años de desempeño. En los *aspectos sociales se guarda similitud* en las siguientes preguntas: cuenta con vivienda propia, cuenta con acceso a servicios básicos Luz, Agua y desagüe. En aspecto *técnico productivo se abarco la misma pregunta* en cuenta con un taller productivo propio. Y en *aspectos comerciales* hay igualdad en las preguntas ingreso promedio mensual por ventas locales y nacionales en los 2 últimos años, si logró exportar cuanto ganó aproximadamente por dicha exportación y guarda similitud con la pregunta alguna vez ha exportado sus productos textiles con una institución del estado.

Sin embargo, cabe resaltar que el presente estudio investigativo se diferencia de este antecedente investigativo en su finalidad, ya que el antecedente investigativo tiene como fin el estudio a los factores asociados a capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa metropolitana, en cuyo estudio se analizan las técnicas productivas del sector a detalle y los factores de transferencia económico y sociocultur

al que influyen en el desarrollo de las mismas; mientras que la presente investigación se analiza la influencia de la intervención de los organismos del estado peruano en el desarrollo del sector artesanal textil de Arequipa metropolitana, donde sus variables que contempla dicha investigación son diferentes, siendo sus variables organismos del estado y desarrollo del sector textil artesanal. Así mismo, en la presente investigación se ha analizado a profundidad la intervención de las instituciones del estado en este sector productivo en los aspectos sociales, técnico productivo, de gestión empresarial, comercial y financiero, para lo cual se entrevistó a funcionarios de las instituciones CITE AREQUIPA, PROMPERÚ Y PRODUCE que trabajan en beneficio del sector.

El **segundo antecedente investigativo** encontrado hace referencia al “Estudio de la línea de base de la artesanía textil” Unión Europea - PERU marzo del 2009, elaborado por el consultor Javier Zúñiga Quevedo, a través del Proyecto de Cooperación UE-Perú en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio – Apoyo al Programa Estratégico Nacional Exportador del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

- **En cuanto al nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana en el Aspecto Social, Técnico productivo, Empresarial, Comercial y Financiero.**

“En promedio, las empresas de artesanía textil en Arequipa tienen una antigüedad de 14 años; la mayor frecuencia declarada fue de 10 años, en gran medida la experiencia de los artesanos arequipeños es de 03 ó 10 años con un promedio de 8 años. Los artesanos de esta región en su mayoría completaron la secundaria ó culminaron

estudios primarios, pero menos de la mitad de ellos han recibido algún tipo de capacitación.

Cuentan con una fabricación diversificada y elaboran más de 3 tipos de productos, emplean como materia prima principal la lana de alpaca y la baby alpaca; según lo manifestado se diferencian de su competencia por la calidad del servicio brindado, por la variedad de sus productos.

Las empresas de artesanía textil en Arequipa en promedio emplean 21 trabajadores, pero son más las que cuentan sólo con 8.

Los artesanos afirman que sus productos cuentan con garantía; sin embargo, no cuentan con marca definida ni empaque, tampoco brindan el servicio de delivery. Así también, mencionan que las dos terceras partes de las empresas financian sus actividades con recursos propios y con lo obtenido en sus ventas, sólo una tercera parte acude al sistema financiero.

El monto promedio aproximado mensual que necesitan de financiamiento es de 6,849.00 nuevos soles; la mayoría de empresas utiliza el monto financiado básicamente en: Capital de trabajo, materiales y mercadería; muy pocas en insumos y mucho menos en activos fijos. “

- Dicha información presenta un alto grado de coherencia con los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, ya que se ha encontrado que más del 55.5% de artesanos textiles cuentan con más de 16 años de experiencia en el sector, también casi la mitad 48.1% cuenta con vivienda propia y más del 90% accede a servicios básicos y de salud. Un 89.7% participa en capacitaciones técnico productivas, un 87.4% participa en capacitaciones de gestión empresarial, un 34.2% participa en capacitaciones en aspecto de gestión comercial.

Un 45.2% trabaja en asociatividad para atender pedidos de grande volúmenes, también un 91.9% de artesanos participaron en ferias tanto locales como Nacionales e Internacionales. Un 47.4% de artesanos textiles ha podido realizar exportación de sus productos

textiles, de los cuales un 24.5% de artesanos ha obtenido un ingreso por exportación entre s/.8001 a S/.10000 soles.

Por otro lado, sólo un 15.8% de artesanos ha recibido apoyo en aspectos financieros por parte de una institución del estado. En tal sentido podemos decir que el sector artesanal textil se encuentra con conocimientos en vías de mejorar y sobresalientes en aspectos técnico productivos, su nivel de ingresos por ventas nacionales aún no es significativo para lograr una óptima calidad de vida, por lo que aún se califican que viven regularmente. Así mismo, existe un gran porcentaje de artesanos textiles que trabajan de manera asociativa logrando intervenir en pedidos de grandes volúmenes para exportar y han mejorado su nivel de ingresos significativamente. Aún queda, aspectos relevantes que afianzar y potenciar en el sector, como es en la parte productiva se debe potenciar la técnica de acabados en la cual se encuentran en vías de mejora y afianzar el Diseño de textiles ya que poseen un conocimiento regular y pobre, lo que no ha permitido que el sector crezca y en la parte comercial se debe trabajar la asociatividad, formalizar unidades de negocio y seguir una ruta de capacitaciones que permitan garantizar que el artesano ha sido capacitado para poder actuar en el mercado nacional e internacional de forma eficiente y garantizando la calidad de producto textil que ofrece.

Así mismo, se considera como **tercer antecedente investigativo** el Plan Estratégico Nacional de Artesanía PENDAR, el cual constituye un gran esfuerzo de concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía.

➤ **Acciones de instituciones del estado que permitan lograr el desarrollo de la artesanía**

El documento de trabajo del PENDAR, realizado por el Ministerio de comercio exterior y turismo , en administración de la directora de desarrollo Artesanal Mag.Cynthia Zavalla Puccio, en el año 2014,

contempla el análisis del macro y micro ambiente del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos, así como los Programas de Implementación que permitirán desarrollar acciones concretas para el logro de los objetivos estratégicos y alcanzar eficientes niveles de articulación entre las instituciones públicas y privadas involucradas en la promoción del sector, para contribuir al fortalecimiento de la descentralización, la generación de empleo y la lucha contra la pobreza.

Tiene como Misión “Organizar, orientar, promover, articular y monitorear las actividades del sector artesanía, con la participación concertada de los actores públicos y privados; a fin de generar una oferta competitiva , de acuerdo a las exigencias del mercado, e impulsar el empleo digno y decente del artesano; contribuyendo al desarrollo del país”.

Y la visión al 2021, es “El sector artesanía está posicionado con calidad, identidad y alto valor cultural; aporta al desarrollo sostenible e integral del país, con artesanos competitivos y protagonistas de su propio desarrollo”.

- Se plantearon 3 objetivos estratégicos:
  - Objetivo I. Crear valor económico en el sector artesanía
  - Objetivo II. Crear valor social en el sector artesanía
  - Objetivo III. Incrementar la competitividad de la artesanía en el mercado

Dentro del objetivo II, se tiene un programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía, este programa busca desde la intervención del Estado construir una oferta de artesanía adecuada a los requerimientos de los diferentes mercados. Este programa permitirá potenciar a los actores que desarrollan la oferta, con la intención de darles a conocer herramientas que los ayuden a ser más productivos y competitivos en el mercado, logrando así promover y mejorar las condiciones de innovación en el sector artesanía y a partir del desarrollo del producto,

mejorar las condiciones de calidad de la oferta de artesanía, mejorar las condiciones de los factores de producción de la oferta de artesanía, y mejorar las condiciones empresariales para el desarrollo de la oferta de artesanía.”

- Dicha información presenta un alto grado de coherencia con los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, ya que se ha encontrado que el sector artesanal textil de Arequipa metropolitana viene recibiendo apoyo de instituciones del Estado, como es CITE AREQUIPA en aspectos técnico productivo 54.7% y los artesanos del sector 80% consideran que su intervención ha logrado mejorar su desempeño permitiendo mejorar el producto, la calidad en diseño y acabado, también existe la intervención en menor proporción en gestión empresarial, viéndose beneficiados un 47.2% por CITE AREQUIPA seguidamente un 28.8% por PRODUCE considerando que un 80% de artesanos señala que las capacitaciones recibidas les permitieron mejorar su nivel de conociendo en costos y tributación, conocer los beneficios de la asociatividad 45.2% para lograr consolidar su unidad de negocio. Así también , se tiene como resultado que en el aspecto comercial se tienen la participación de la institución estatal PROMPERU quien viene actuando en el sector ofreciendo facilidades para insertar al sector textil artesanal al mercado haciéndolas participes de ferias nacionales e internacionales como Feria nuestras Manos , Alpaca moda, TEXTILE EXPO, entre otros, y brindando asesorías especializadas para atender a clientes para exportar contando con un 14.4% de beneficiarios del sector artesanal textil en Arequipa metropolitana y con un mayor grado de intervención en este aspecto es CITE AREQUIPA, que promueve la participación en ferias, ruedas de negocio y exportación a los artesanos textiles , gracias a las acciones de las instituciones del Estado y principalmente de CITE AREQUIPA Y PROMPERÚ un 77% de artesanos se han visto beneficiados de sus capacitaciones en aspecto comercial y un 39.5% recibieron facilidades para lograr exportar por parte de PROMPERÚ.

Por otro lado, la mayoría de artesanos no recibe apoyo relevante en el aspecto financiero, es así que sólo un 15.8% de artesanos textiles de Arequipa Metropolitana recibieron en alguna ocasión crédito semilla con programas del estado por parte de PRODUCE y también por concursos para empresas recibieron apoyo por parte de la Municipalidad Provincial. En ese sentido podemos concluir que la intervención de la Instituciones del Estado juegan un papel importante en el sector pues les ha permitido consolidar algunos aspectos para continuar desarrollándose, sin embargo sólo dos instituciones resaltan en este accionar son CITE AREQUIPA y PROMPERU a nivel de Arequipa Metropolitana, pues vienen realizando acciones concretas para mejorar la parte técnica productiva del sector y mejorar su desempeño comercial aún débil. Finalmente las instituciones deben continuar contribuyendo al sector y lograr su consolidación y competitividad a nivel nacional e internacional, buscando la especialización de la mano artesana y diferenciación de nuestros productos en el Mercado Internacional.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA,** Las instituciones que vienen desempeñándose con mayor representatividad dentro del sector artesanal textil en Arequipa metropolitana son CITE AREQUIPA, PROMPERU Y PRODUCE, mientras que las MUNICIPALIDADES no tienen un papel trascendental en acciones dirigidas al sector.

**SEGUNDA,** Los organismos del estado peruano por medio de sus instituciones intervienen en el sector artesanal textil de Arequipa metropolitana promoviendo su desarrollo en los siguientes aspectos: CITE AREQUIPA Y PRODUCE en aspectos técnico productivos y de gestión empresarial, CITE AREQUIPA Y PROMPERU en aspectos de gestión comercial. Y en consecuencia estas instituciones a través de sus actividades intervienen en el aspecto social.

**TERCERA,** El Sector textil artesanal de Arequipa metropolitana cuenta con un nivel de Desarrollo en vías de mejorar en el aspecto social, debido a que en su mayoría cuentan con servicios básicos, servicios de salud, vivienda y un nivel de ingresos promedio que le permite satisfacer sus necesidades; en el aspecto técnico productivo y acabados cuenta con un nivel de Desarrollo en vías de mejorar, debido a que están en una etapa de consolidación de conocimientos y habilidades para producir textiles con estándar de calidad. Sin embargo, cuenta con un nivel regular de conocimiento en diseño.

**CUARTA,** El Sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana cuenta con un nivel de Desarrollo deficiente en el aspecto empresarial debido a que el sector en su mayoría no se encuentra formalizado, no calculan correctamente sus costos, margen de ganancia y pago de impuestos. Sin embargo, en el aspecto comercial, el sector tiene un nivel de desarrollo en vías de mejorar debido a que existe el trabajo asociativo, lo cual le permite atender pedidos de gran volumen, participar en ferias locales, nacionales e internacionales lo cual genera un incremento de sus ingresos por ventas. En el aspecto financiero el sector se encuentra con un nivel de desarrollo deficiente, debido a que no

trabajan bajo la formalidad y las instituciones financieras otorgan créditos con tasas de interés altas y no existe intervención por parte de instituciones del estado en este aspecto.

**QUINTA,** Las instituciones de los Organismos del Estado gracias a sus actividades como capacitaciones, servicios de consultoría, promoción de ferias para el sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, han influenciado de manera significativa en el desarrollo de dicho sector, siendo considerado por los artesanos textiles de gran importancia su intervención , debido a que desde ya hace años atrás se han ido consolidando paulatinamente los conocimientos , capacidades y habilidades para producir y gestionar su unidad de negocio en el rubro textil artesanal.



## RECOMENDACIONES

**PRIMERA,** Se recomienda que los proyectos y programas de intervención realizados por los organismos del estado a través de sus instituciones, tengan mayor énfasis en el desarrollo de capacitaciones en Gestión empresarial y Gestión Comercial, ya que los miembros del sector cuentan con niveles de conocimiento y dominio regular y en vías de mejorar en estos aspectos; todo ello con el objetivo de mejorar sus capacidades para gestionar sus recursos y promocionar sus producto textil a mercados nacional e internacional.

**SEGUNDA,** Se recomienda que los proyectos y programas de intervención realizados por los organismos del estado a través de sus instituciones CITE AREQUIPA, PROMPERU, PRODUCE Y MUNICIPALIDADES, tengan un registro nacional compartido de beneficiarios, para que su alcance de intervención cale en el artesano y consolide todos los aspectos necesarios para desarrollarse en el sector de manera eficiente, como son aspectos técnico productivo, de gestión empresarial, comercial. Logrando una mano de obra altamente calificada.

**TERCERA,** Los organismos del estado a través de sus instituciones deben desarrollar programas de revaloración de las mujeres artesanas que transmiten cultura a través de sus tejidos y brindarles mecanismos para que sus unidades de negocio puedan crecer, como otorgarles líneas de crédito para invertir en materia prima, herramientas y maquinaria, darles facilidades para participar en ferias y hacer conocido el producto textil.

**CUARTA,** Se debe realizar un programa que desarrolle una articulación directa al mercado, a través de convenios, en donde directamente se intervenga de Estado a Estado, permitiendo que la artesanía textil sea vista como un medio de generación de ingresos atractiva, y se conserve el arte artesanal textil.

**QUINTA,** Establecer una ruta seguir para el artesano textil, que garantice que este cuenta con el nivel de conocimiento en la parte productiva, agrupándolos o categorizándolos según los conocimientos adquiridos en la parte técnico productiva. Es así que el artesano al recorrer una ruta se servicios ofrecidos por las instituciones del estado como son capacitaciones, asesorías, participación en ferias, entre otros, pueda garantizar que su potencial esta al máximo, y se encuentra preparado para realizar negocios a nivel nacional e internacional.





## PROPUESTA DE CAPACITACIONES QUE DEBERÁN REALIZARSE EN EL SECTOR ARTESANAL TEXTIL DE AREQUIPA METROPOLITANA

### ➤ **Aspecto Técnico productivo:**

- Curso de tejido con Palitos - Nivel Intermedio - avanzado
- Curso de Tejido a Crochet - Nivel Intermedio – avanzado
- Curso de Patronaje de prendas textiles
- Curso de acabados de prendas textiles – Nivel Básico-intermedio
- Capacitación especializada en Diseño a mano alzada
- Capacitación especializada en desarrollo de fichas técnicas
- Curso especializado en lavado de prendas de fibras con solventes líquidos
- Curso de teñido de prendas textiles con tintes naturales
- Capacitación en Tejido a máquina - Nivel Básico
- Curso de Remallado de Plato - Nivel Básico

### ➤ **Aspecto de Gestión Empresarial:**

- Curso Especializado en Gestión de Costos
- Curso de Informática - Nivel básico – Intermedio
- Curso de formalización de Mypes
- Curso de tributación para Mypes SUNAT

### ➤ **Aspecto de Gestión Comercial:**

- Curso de desarrollo de marca y producto
- Curso de estrategias de venta y negociación
- Capacitación en Gestión de Redes Sociales
- Curso de Fotografía básica
- Curso de exportación
- Curso de gestión logística
- Curso de inglés básico

- Curso técnico de inglés para artesanos textiles – Nivel Básico

➤ **Aspecto Financiero:**

- Taller de información sobre la evaluación de créditos para unidades productivas textiles.
- Taller de créditos grupales o asociativos otorgados por instituciones financieras.
- Taller de información sobre créditos otorgados para mujeres.



## I. BIBLIOGRAFÍA:

- Consultora Pillco, 2011  
“Creación de un centro de innovación tecnológica de artesanía y turismo para joyería y turismo en la ciudad de Arequipa, 2011”
- Cristian Marcelo Rifo Cáceres, s.f  
“Asociatividad”  
Art. Una solución moderna para enfrentar este mundo globalizado”
- Cynthia Zavalla Puccio, Mag. Octubre 2014  
Ministerio de comercio exterior y turismo , Desarrollo Artesanal doc pdf.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Puno (2014)  
“Plan Operativo Institucional 2014”(p.10)
- E Morera Guillen , (2011) (pag.16)  
“Formalización de empresas”  
Institución Universitaria Esumer, Centro de Investigaciones y Prospectiva, Medellín (Ant.). Colombia: Política Pública Económica
- José Luis Silva Martinot, MINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Claudia Cornejo Mohme, VICEMINISTRA DE TURISMO  
Madeleine Burns Vidaurrazaga, DIRECTORA NACIONAL DE ARTESANÍA  
PENDAR, 2011- 2021
- Ley N0 29073 ( 2007) , ( capítulo II, artículo 5)  
Artesanía” En: “Ley del Artesano y del desarrollo de la actividad artesanal”

- Leonardo Pineda Serna, Marcos Jara, (2010)  
“Prospectiva y vigilancia tecnológica en la cadena Fibra- Textil-  
confecciones”  
Universidad del Rosario, Colombia
  
- Trevijano Fos, José Antonio (1957)  
Principios jurídicos de la organización administrativa, Madrid (p. 88)
  
- Villegas Basavilbaso, t. 2, ( p. 530) S.F  
Introducción al derecho administrativo 1ª edición, (p. 10) S.F
  
- Diario El peruano (2007)  
Normas Legales: “ Ley del artesano y del desarrollo de la actividad  
artesanal
  
- Diario El peruano(2014)  
Proyecto de Ley N.3258/2013 – CR, Ley que incorpora el régimen  
Laboral y social del Artesano a la Ley N.29073, Ley del Artesano y del  
desarrollo de la actividad artesanal. ( Art. 2, p.2)
  
- 2012 García de los Reyes Arquitectos y Asociados, Memoria síntesis  
“Plan de Desarrollo Metropolitano de Arequipa”
  
- 2007, Ley 29073 “ Ley del Artesano y desarrollo de la actividad  
artesanal”, definiciones y clasificación de Artesanía, Art. 5.
  
- 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen  
Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los  
artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” , Universidad  
Católica de Santa María -Escuela de Post Grado, Maestría en Gerencia  
Social y recursos Humanos

## II. INFORMATOGRAFÍA

- Joseph Renzulli: DEFINICIÓN DEL SOBRESALIENTE, pdf (2000)  
<files.gtadealtascapacidades.webnode.es/200000123-45efb46edd/tª%20renzulli.doc>
- Definición A,B,C -Diccionario hecho fácil “Definición de mejorar” (2007-2017)  
<<https://www.definicionabc.com/general/mejorar.php>>
- Diccionario Actual, actualiza tu conocimiento “Definición de Regular” (2016)  
<<https://diccionarioactual.com/regular/>>
- Club ensayos “ Conocimiento frágil” (2013)  
<<https://www.clubensayos.com/Psicolog%C3%ADa/EI-Conocimiento-Fragil/928667.html>>
- Barcelona: Gedisa, - Adaptado de Perkins, David. La escuela inteligente.” Conocimiento inerte” (1995)  
<[https://cdn.educ.ar/dinamico/UnidadHtml\\_\\_get\\_\\_703a89ba-7a06-11e1-8133-ed15e3c494af/index2.html](https://cdn.educ.ar/dinamico/UnidadHtml__get__703a89ba-7a06-11e1-8133-ed15e3c494af/index2.html)>
- Access my library : Factores del crecimiento empresarial, s.f.  
“Factores empresariales”  
< <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-161601381/factores-del-crecimiento-empresarial.html> >
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU (2015)  
Institucional  
< <http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx> >

- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-  
PROMPERU (2015)  
Misión  
< <http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx> >
  
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-  
PROMPERU (2015)  
Visión  
< <http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx>>
  
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-  
PROMPERU (2015)  
Funciones  
< <http://www.promperu.gob.pe/imgs-pp/pp/3-institucional.jpg> >
  
- Centro de Innovación Tecnológica de Artesanías y Turismo  
Arequipa-CITE AREQUIPA (2016)  
“Nosotros”  
< <http://citearequipa.org/nosotros/> >
  
- Cesar P. Rios, s.f  
“Artesanía textil” Peru Tourism Bureau  
< [http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art\\_80](http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art_80) >
  
- Comexperu - Textiles peruanos Hilando el crecimiento,( 2008)  
“Potencial de la artesanía textil”  
<<http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cportada.pdf>>
  
- Definición ABC”, s.f  
Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos:  
“Feria comercial “  
<<http://www.definicionabc.com/social/feria.php>>
  
- Definición Legal: Organismos del Estado Peruano (2016)

<<https://definicionlegal.blogspot.pe/2012/11/los-organos-del-estado.html>>

- Definición de Artesanía, s.f  
< <https://es.scribd.com/doc/63425569/UNESCO-Definicion-de-Artesania>>
- Ecco finanzas , s.f  
Web dedicada a la Economía y Finanzas, “Tributación”  
< <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TRIBUTACION.htm> >
- Exposición “Hecho en Perú”, 2015  
< [http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/artesania/Convocatoria\\_Exposicion\\_Hecho\\_en\\_Peru.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/artesania/Convocatoria_Exposicion_Hecho_en_Peru.pdf)>
- Gestipolis , s.f  
Factores de producción: “Factores técnico productivo”  
<<http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> >
- Greene Francisca (2000)  
“Fomento de la artesanía - Experiencia normativa comparada”  
< <https://es.scribd.com/document/154200116/FOMENTO-A-LA-ARTESANIA-normativa-comparada> >
- “Guía Empresas XXI”, Guía de Empresas de España y Emprendedores, s.f  
“Gestión comercial “  
< <http://www.guiaempresaxxi.com/docs-definicion-de-gestion-comercial.html>. >
- Infoalpacas , (2016)  
< <http://infoalpacas.com.pe/sobre-infoalpacas/> >

- Infoalpacas, (2016)  
Fibra de alpaca y moda  
< <http://infoalpacas.com.pe/fibra/>
  
- LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES - LEY N° 27972, (2003)  
Artículo I .- GOBIERNOS LOCALES  
<<http://portal.jne.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>
  
- LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES,(2003)  
LEY N° 27972 ARTÍCULO VII.- RELACIONES ENTRE LOS  
GOBIERNOS NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL  
<<http://portal.jne.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>
  
- LEY ORGÁNICA DEMUNICIPALIDADES,(2003)  
ARTÍCULO VIII.- APLICACIÓN DE LEYES GENERALES Y  
POLITICAS Y PLANES NACIONALES  
<<http://portal.jne.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>
  
- Ley de promoción artesanal en el Perú , (1984)  
<<http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/24052-jan-4-1985.pdf>>
  
- Mariola Fernández V. (Funcionaria del MINCETUR) Importancia del  
Sector artesanía en el comercio exterior, s.f  
“Características del sector artesanal”  
<[http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo\\_2.htm](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo_2.htm)>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014)  
“ Mincetur reconoce labor de artesanos con Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana”  
< <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-reconoce-labor-de-artesanos-con-premio-nacional-amautas-de-la-artesania-peruana/> >
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f  
“Dirección Nacional de Artesanía”  
< <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/> >
- Ministerio de comercio Exterior y Turismo (2015)  
Artículo 5 Funciones  
<<https://www.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/funciones-y-normatividad/1362-2/> >
- Mincetur: Rumbos del Perú (2016)  
< <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-reconoce-labor-de-artesanos-con-premio-nacional-amautas-de-la-artesania-peruana/>>
- PROMPERU AREQUIPA (2016)  
< <https://promperuarequipa.wordpress.com/> >
- MINCETUR- Turismo- líneas de intervención –Desarrollo de la Artesanía- Centros de Innovación Tecnológica – CITES(2015)  
< <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/centros-de-innovacion-tecnologica-cites/> >
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN PERÚ (2016 )  
<[https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio de la Producci%C3%B3n \( Per%C3%BA\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_la_Producci%C3%B3n_Per%C3%BA) >
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN – PRODUCE (2016)

Acerca del Ministerio

< <http://www.produce.gob.pe/index.php/ministerio/acerca-de> >

- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN - PRODUCE , (2016)  
Funciones  
< <http://www.produce.gob.pe/index.php/ministerio/acerca-de> >
- Ministerio de la Producción( 2017)  
“Ministerio de la producción espera formalizar 60,000 mype en 2017, RPP- Noticia”  
< <http://rpp.pe/economia/economia/el-ministerio-de-la-produccion-espera-formalizar-60000-mype-en-2017-noticia-1020856>>
- MINCETUR : CONAFAR (2013)  
<[http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM\\_178\\_2013MINCETUR.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM_178_2013MINCETUR.pdf) >,  
<[http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM\\_200\\_2015MINCETUR.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM_200_2015MINCETUR.pdf)>
- MINETUR, (2015)  
TURISMO, LINEAS DE INTERVENCIÓN, DESARROLLO DE LA ARTESANÍA, EXPOSICIONES, VENTA  
< <http://ww2.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/exposiciones-venta-de-artesantias/> >
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), s.f  
Glosario definición de Exportación: “Exportación”  
<[http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52%3Aconoce-los-conceptos-basicos-para-comprender-la-economia-del-pais&catid=8%3Adestacados-ciudadanos&lang=es](http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=52%3Aconoce-los-conceptos-basicos-para-comprender-la-economia-del-pais&catid=8%3Adestacados-ciudadanos&lang=es) >
- Mincetur, (2009)  
“Estudio de la línea de base de la artesanía textil”

<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/94.pdf> >

- Ministerio de Comercio y Turismo (2015)  
Directorio Nacional de Artesanos  
<<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/directorio/infoartesantias.aspx>>
  
- MUNICIPALIDAD DE CAYMA, s.f  
Fortalecimiento de la competitividad de la mypes de confección textiles  
< <http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2015/12/FORTALECIMIENTO-DE-LA-COMPETITIVIDAD-DE-LAS-MYPES-DE-CONFECCIO%CC%81N-TEXTILES-DEL-DISTRITO-DE-CAYMA-%E2%80%93-AREQUIPA.pdf>>
  
- PROGRAMA NACIONAL INNOVACION E INDUSTRIA GANADERA ALTOANDINA (2015)  
<<http://www.sierraexportadora.gob.pe/programas/camelidos/conoce-nuestro-programa/>>
  
- Portal de Conceptos Económicos “MP Peru” s.f  
< [http://www.mp.peru-v.com/desempeno/ed\\_principal.htm](http://www.mp.peru-v.com/desempeno/ed_principal.htm) >
  
- PENDAR (2011)  
<<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/archivos/descargas/Pendar.pdf>  
>
  
- Registro Nacional del Artesano – RNA . s.f  
< <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/registro-nacional-de-artesanos-rna/>>
  
- Revista indexada Universidad ICESI. Bogota Colombia, Septiembre (2006)

“Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en un enfoque de Competencias”;

<[http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/198/html](http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198/html)>

- Secretaría de Desarrollo económico , (2012)  
Política Económica : “ Formalización de empresas”  
<<http://www.envigado.gov.co/Secretarias/SecretariadeDesarrolloEconomico/documentos/2012/POLITICA%20PUBLICA%20ECONOMICA%20PARA%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20ENVIGADO.pdf> >
- UNESCO, s.f  
IMPORTANCIA DE LA ARTESANIA  
< <https://es.scribd.com/doc/178653074/Importancia-de-La-Artesania> >
- Web informativa: Definiciones de diversas palabras y términos, s.f  
“Exportación” En: Definición de exportación  
< <http://definicion.de/exportacion/> >



# Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Gestión del Desarrollo y Gerencia Social



## INFLUENCIA DE LA INTERVENCIÓN DE LOS ORGANISMOS DEL ESTADO PERUANO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL ARTESANAL EN AREQUIPA METROPOLITANA 2015

Proyecto de Tesis presentado por la Bachiller:  
**Fernández Mendoza, Milagros Del Carmen**

Para optar por el Grado Académico de:  
**Maestro en Gestión del Desarrollo y  
Gerencia Social**

Asesor: **Dr. Ruiz Vílchez, Willy Alejandro**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2017**

## PLAN DE TESIS

### I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

#### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

##### 1.1 Enunciado del problema:

Influencia de la intervención de los organismos del estado peruano en el desarrollo del sector textil artesanal, en Arequipa metropolitana, 2015.

##### 1.2 Descripción del problema:

###### 1.2.1 Campo, Área y Línea de Acción:

- a. **Campo** : Ciencias Sociales
- b. **Área** : Gestión del Desarrollo y Gerencia Social
- c. **Línea** : Sector textil artesanal

###### 1.2.2 Análisis de las variables:

VARIABLE	INDICADORES	SUBINDICADORES
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b>  <b>Organismos del Estado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Instituciones del estado:</b></li> </ul> <b>CITE AREQUIPA PRODUCE PROMPERU MUNICIPALIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % de artesanos capacitados por las instituciones en técnicas productivas textiles.</li> <li>- % de artesanos capacitados por las instituciones en gestión empresarial.</li> <li>- % de artesanos capacitados por las instituciones en gestión comercial.</li> <li>- % de artesanos a quienes se otorgó financiamiento por parte de las instituciones.</li> <li>- Nivel de importancia de la intervención de las instituciones en el sector.</li> </ul>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> <b>Desarrollo del sector textil artesanal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Condiciones Sociales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % de artesanos que cuentan con vivienda</li> <li>- % de artesanos que cuentan con servicios básicos</li> <li>- % de artesanos que cuentan con seguro de salud</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Aspectos Técnico Productivos</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % de artesanos que cuentan con taller productivo</li> <li>- Nivel de conocimiento y dominio en técnicas productivas textiles</li> <li>- Nivel de conocimiento y dominio en acabados de productos textiles</li> <li>- Nivel de conocimiento y dominio en diseño textil</li> <li>- % de participación en capacitaciones técnico productivas</li> </ul>
<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE: Desarrollo del sector textil artesanal</b></p>	<p><b>Aspectos de Gestión Empresarial</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % de artesanos formalizados</li> <li>- Nivel de conocimiento sobre costos y tributación</li> <li>- % de artesanos beneficiados por trabajar en asociatividad</li> <li>- % de participación en capacitaciones de gestión empresarial</li> </ul>
	<p><b>Aspectos de Gestión Comercial</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de ingreso promedio mensual por ventas locales y Nacionales</li> <li>- Nivel de ingreso promedio mensual por ventas de exportación</li> <li>- % de participación en Ferias</li> <li>- % de participación en capacitaciones de gestión comercial</li> </ul>
	<p><b>Aspectos Financieros</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % de artesanos que han recibido financiamiento por el estado</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 1.2.3 Interrogantes Básicas:

- a. ¿En qué aspectos intervienen los organismos del estado peruano en el desarrollo de textil artesanal en Arequipa metropolitana?

- b. ¿Cuál es el nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero?

#### 1.2.4 Tipo y Nivel de problema:

El nivel de investigación es explicativo, dado que busca identificar los organismos públicos que intervienen en el sector textil artesanal y explicar cómo influye su intervención en el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa metropolitana.

Asimismo, con respecto al tipo de investigación, podemos afirmar que:

- a) **Por su finalidad:** Investigación aplicada
- b) **Por su alcance temporal:** Investigación seccional o sincrónica
- c) **Por su profundidad:** Explicativa
- d) **Por su amplitud:** Investigación micro social
- e) **Por su fuente:** Investigación mixta
- f) **Por su carácter:** Cuantitativo
- g) **Por su objeto:** Sector artesanal textil
- h) **Por su ambiente:** Investigación de campo

### 1.3 Justificación del problema

El enunciado del problema de investigación está claramente enmarcado en términos de tiempo y espacio, ya que por un lado la dimensión temporal se da en el periodo 2015, que se llevará a cabo el levantamiento de información; y el espacio comprendido como Arequipa metropolitana, que es la zona geográfica donde se desenvuelven las unidades de estudio artesanos textiles.

Así mismo, que entendida la existencia de un conjunto de indicadores propuestos más adelante en el ítem “Operacionalización de Variables”, que permitirán comprender el comportamiento y desarrollo obtenido de las variables que serán objeto de análisis.

La presente investigación es sobre un tema que tiene consecuencias en la vida económica y social importantes, de sectores de la sociedad peruana. En ese sentido, el desarrollo de la presente investigación es relevante y se justifica por las siguientes razones:

- a) **Importante**, permite establecer la influencia de la intervención de los organismos del estado peruano en el sector Artesanal Textil, lo cual posiblemente permite la obtención de niveles de ingreso adecuados a los miembros de este sector productivo; además es la gran oportunidad de desarrollo que podría significar para este sector productivo, el conocer de forma precisa su desempeño integral en todo lo relacionado a sus operaciones empresariales.
- b) **Novedosa**, debido a que no se han encontrado estudios relacionados a la influencia de los organismos públicos a través sus instituciones en el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa metropolitana.
- c) **Actual**, porque en la actualidad existen más de 100 micro y pequeñas empresas en este sector productivo en Arequipa metropolitana generando empleo, ingresos y desarrollo en varias familias.
- d) **Verificable**, ya que se puede comprobar en la misma realidad, a través de procedimientos metodológicos que van a servir en el desarrollo de la presente investigación.
- e) **Económico**, porque el sector textil artesanal participa activamente en la economía arequipeña y es una fuente de empleo.
- f) **Trascendente**: Porque determina cual es el ámbito de influencia de la intervención de los organismos del estado peruano, como es su operación en el sector textil artesanal en Arequipa metropolitana para lograr su desarrollo integral.

## 2. MARCO CONCEPTUAL:

En relación con los objetivos del presente estudio, es que se considera en el marco conceptual el siguiente temario:

## 2.1 Política de fomento de artesanías en el Perú <sup>1</sup>

Perú propugna el rol formalizador de las entidades descentralizadas, y en este sentido, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, en coordinación con los gobiernos regionales y los gobiernos locales, a través de sus órganos competentes, orienta a los artesanos en los actos de formalización, constitución, organización y acceso al mercado nacional e internacional ; además, la normativa peruana enfatiza la promoción y organización de ferias de artesanía, incluyendo la emisión de normativa de alcance nacional.

La política de apoyo a la actividad artesanal en el Perú, no excluye atender emprendimientos individuales, pero privilegia las diversas formas asociativas, constituidas o por constituirse como personas jurídicas domiciliadas en el país. Otro aspecto importante es la articulación que se realiza entre artesanía y turismo, al reconocer a la artesanía como un recurso turístico incorporable en todos los productos turísticos del Perú, siendo así que las distintas entidades públicas en los ámbitos nacional, regional y local, incorporan el componente artesanía en la normativa del sector turismo, en los programas, proyectos de desarrollo y de promoción de productos turísticos.

## 2.2 La Actividad artesanal en el Perú

- **Normada por la Ley N° 29073 del 23 de julio del 2007, Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y está reglamentada por el DS N° 008-2010-MINCETUR<sup>2</sup>**

De acuerdo a esta Ley, "se reconoce al artesano como constructor de identidad y tradiciones culturales, que regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal en todas sus modalidades, preservando para ello la tradición artesanal en todas sus expresiones propias de cada lugar"

---

<sup>1</sup> Greene Francisca : "Fomento de la artesanía - Experiencia normativa comparada" , 2000  
En: <<https://es.scribd.com/document/154200116/FOMENTO-A-LA-ARTESANIA-normativa-comparada>>

<sup>2</sup> Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Puno , "Plan Operativo Institucional " , 2014 (p.10)

- “La artesanía peruana, a través de los años ha ganado el reconocimiento internacional por su calidad y estilo propio, esto es resultado de la integración de las culturas peruanas que han aportado sucesivamente sus propias particularidades y mensajes a estas obras”, dijo Magali Silva Velarde-Álvarez, titular del MINCETUR<sup>3</sup>

### 2.3 Dirección Nacional de Artesanía<sup>4</sup>

Corresponde a la Dirección Nacional de Artesanía ejecutar las políticas de desarrollo de la actividad artesanal, formular sus normas reglamentarias, supervisar su cumplimiento, propiciar el desarrollo de las inversiones y la competitividad de la actividad artesanal en el mercado local e internacional.

#### **Funciones:**

- a) Ejecutar el plan estratégico de desarrollo de la actividad artesanal.
- b) Ejecutar la política nacional de desarrollo de la actividad artesanal.
- c) Fomentar, desarrollar y ejecutar proyectos, programas u otros mecanismos para promover la competitividad de la actividad artesanal.
- d) Promover el desarrollo de productos artesanales orientados a la exportación y al mercado turístico.
- e) Supervisar y evaluar el desarrollo de la actividad artesanal y la aplicación de las normas y procedimientos específicos.
- f) Promover y supervisar el desarrollo de centros de formación de artesanos a nivel académico y técnico.

---

<sup>3</sup> MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, “Mincetur reconoce labor de artesanos con Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana”, 2014.  
En: < <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-reconoce-labor-de-artesanos-con-premio-nacional-amautas-de-la-artesania-peruana/> >

<sup>4</sup>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo  
2015 , Dirección Nacional de Artesanía  
En : < <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/> >

- g) Promover la inversión privada en la actividad artesanal.
- h) Promover y orientar la actividad artesanal hacia la atención de la demanda nacional e internacional.
- i) Promover las exportaciones de artesanía.
- j) Gestionar recursos de cooperación técnica internacional para el desarrollo de la actividad artesanal, en coordinación con la Agencia Peruana de Cooperación Internacional - APCI.
- k) Propiciar la concertación entre el sector público y privado.
- l) Fomentar y promover la organización empresarial de los productores artesanales, y el fortalecimiento gremial a nivel nacional.
- m) Propiciar la conservación, preservación y rescate de las técnicas de producción tradicional.
- n) Promover mecanismos e instrumentos para el desarrollo de la actividad artesanal, vinculados a la actividad turística.
- o) Fomentar la formalización de los productores artesanales.
- p) Apoyar, orientar y supervisar a las Direcciones Regionales sectoriales en la aplicación de las políticas, normas e instrumentos de promoción y desarrollo de la artesanía.
- q) Propiciar y promover mecanismos para proteger la propiedad intelectual de las obras de artesanía.
- r) Declarar como eventos de interés artesanal aquellos orientados a promover el desarrollo de la actividad artesanal.
- s) Emitir opinión sobre los proyectos de normas legales, administrativas, acuerdos y convenios internacionales que tengan relación con la actividad artesanal.
- t) Asistir por encargo o delegación en representación del Sector a los eventos nacionales e internacionales vinculados a los asuntos materia de su competencia.

## 2.4 Ley N°29073 : “ Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal ” <sup>56</sup>

Establece el régimen jurídico que regula el desarrollo sostenible, la protección y promoción de la actividad artesanal, preservando la tradición artesanal en todas sus expresiones, reconociendo al artesano como constructor de su identidad y tradiciones culturales.

### - **Artículo 2. Finalidad :** <sup>7</sup>

“Son fines de la presente ley promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades , integrándolos al desarrollo del país; facilitar el acceso del artesano al financiamiento privado, mejorar sus condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado; fomentar la formación de artesanos y la divulgación de sus técnicas, desarrollando sus aptitudes o habilidades; y recuperar y promoverlas manifestaciones y valores culturales, históricos y la identidad nacional, con el fin de hacer de la actividad artesanal un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible.”

## 2.5 CONCEPTO DE ÓRGANO

El órgano es un conjunto de atribuciones o de competencias (algo así como un “cargo” “office,” “ufficio,” “Amt,” etc.) que será luego desempeñado o ejercido por una persona física determinada (el funcionario o agente del Estado), la que, al expresar su voluntad o realizar su actuación dentro del marco de las atribuciones o funciones que le han sido conferidas, produce la mencionada imputación. En este

---

<sup>5</sup> Diario El peruano

Normas Legales: “ Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal , 2007

<sup>6</sup> Diario El Peruano

Proyecto de ley Nro : 3258/2013-CR : “Incorpora el régimen laboral y social del artesano a la ley del artesano y desarrollo de la actividad artesanal”, 2014

<sup>7</sup> Diario El peruano

Normas Legales: “ Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal , 2007 ( Art. 2, p. 2)

concepto se distingue entre el “órgano jurídico” (el conjunto de competencias) y el “órgano físico” (la persona llamada a ejercer esas competencias) o, en otra terminología, entre el “órgano-institución” y el “órgano-individuo.”<sup>89</sup>

## 2.6 ORGANISMOS DEL ESTADO:<sup>10</sup>

Los órganos del Estado son considerados los instrumentos o medios que utiliza la administración pública para realizar una determinada función estatal: Órganos Legislativos, Órganos Ejecutivos y Órganos Judiciales.

En el órgano se distinguen dos elementos:

**Órgano Individuo:** Es la persona o personas que expresan la voluntad estatal.

Podemos decir entonces, que las personas individuos son las personas físicas que en un momento determinado ejercen la Presidencia de la República, El Ministerio de Educación, la Gobernación de un determinado Estado, entre otros.

**Órgano Institución:** Es el conjunto de atribuciones, competencias y poderes que individualizan al órgano dentro de la Estructura del Estado. El órgano institución es inseparable de la persona jurídica y forma parte de su propio ser. Tiene pues, carácter de permanencia. El órgano institución se manifiesta por medio del órgano .individuo, esto es, por medio del llamado titular del órgano.

Es esta competencia otorgada por la misma ley la que determinan la manera como se llevaran a cabo las funciones estatales. Al referirse a un órgano se habla de una regla de competencia, es decir, las normas que determinan su capacidad de acción e indica las condiciones de dicha capacidad. La Constitución viene a ser un sistema de distribución de competencia siendo la norma suprema que crea todos los órganos del Estado.

---

<sup>8</sup> Villegas Basavilbaso, 1ª edición, S.F  
Introducción al derecho administrativo (p. 10 , 530)

<sup>9</sup> Trevijano Fos, José Antonio (1957)  
Principios jurídicos de la organización administrativa, Madrid (p. 88)

<sup>10</sup> Definición Legal: Organismos del Estado Peruano (2016)

En: < <https://definicionlegal.blogspot.pe/2012/11/los-organos-del-estado.html> >

## 2.7 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR<sup>11</sup>

### MISIÓN

“Somos el Órgano Rector del Sector Comercio Exterior y Turismo que define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política del Sector. Tenemos la responsabilidad en materia de las negociaciones comerciales internacionales, así como de la promoción, orientación y regulación del comercio exterior, el turismo y la artesanía, para lograr el desarrollo sostenible del Sector”.

### VISIÓN

“Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva, diversificada y consolidada en los mercados internacionales; reconocido internacionalmente como destino turístico sostenible; donde el Comercio Exterior y el Turismo contribuyen a la inclusión social y a mejorar los niveles de vida de la población”.

### Objetivos:

“Lograr el incremento sostenido del intercambio comercial, con énfasis en las exportaciones de los sectores no tradicionales; y consolidar la imagen del Perú como país exportador de bienes y servicios competitivos”.

“Hacer del Turismo una actividad económica competitiva, socialmente inclusiva y ambientalmente responsable, a fin de que se convierta en herramienta de desarrollo sostenible para el país”.

## 2.8 MINCETUR : <sup>12</sup>

### Ley N°27790 " Ley de organización y funciones del ministerio de comercio exterior y turismo”

#### - Artículo 5. Funciones

Son funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo:

---

<sup>11</sup> Ministerio de comercio Exterior y Turismo , 2015  
<<https://www.mincetur.gob.pe/>>

<sup>12</sup> Ministerio de comercio Exterior y Turismo , 2015  
Artículo 5 Funciones, En: <<https://www.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/funciones-y-normatividad/1362-2/>>

1. Formular, dirigir, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comercio exterior, con excepción de la regulación arancelaria, así como la política de turismo, en concordancia con la política general del Estado y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito. En el caso de turismo se deberá tomar en cuenta su carácter multisectorial e independiente, así como los componentes sociales y culturales de las actividades de su competencia;

Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía.

2. Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades de comercio exterior coordinando con los sectores e instituciones que corresponda, así como para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia;

Representar al país en los foros y organismos internacionales de comercio, turismo, cooperación económica y esquemas de integración, debidamente coordinadas con el Ministerio de Economía y Finanzas. Actuar como órgano de enlace entre el Gobierno Peruano y los organismos internacionales de integración y de comercio internacional, en el ámbito de su competencia.

3. Negociar, suscribir y poner en ejecución los acuerdos o convenios internacionales en materia de comercio exterior, integración, cooperación económica y social y otros en el ámbito de su competencia: Asimismo, es responsable de velar por el cumplimiento de dichos acuerdos tanto en el ámbito nacional como en el internacional; y difundir los acuerdos comerciales suscritos, así como las negociaciones en proceso;

Establecer mecanismos o sistemas de coordinación intersectorial con las entidades involucradas en las actividades de su competencia; y orientar el funcionamiento de los Organismos Públicos Descentralizados

- correspondientes al Sector y Comisiones Sectoriales; Orientar y promover el desarrollo de las exportaciones, del turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad, en coordinación con las oficinas comerciales del Perú en el exterior cuando corresponda.
4. Apoyar al sector privado en la generación e identificación de nuevos productos de exportación y en el desarrollo de nuevos mercados, así como defender los intereses comerciales de los exportadores peruanos en el exterior ante los foros y organismos internacionales de comercio; Proponer la política de Zonas Francas, de Tratamiento Especial Comercial y de Zonas Especiales de Desarrollo. En lo que respecta a la actividad productiva que se realiza dentro de dichas zonas, ésta se regulará por la normativa sectorial correspondiente; Emitir opinión técnica vinculante e intervenir en la formulación de políticas, acciones y propuestas normativas que tengan incidencia determinante respecto a materias o actividades del ámbito de su competencia.
  5. Proponer y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendientes a la protección y conservación del medio ambiente, patrimonio cultural y recursos naturales vinculados con el desarrollo de las actividades turística y artesanal, supervisando su cumplimiento en coordinación con dichos órganos.
  6. Proponer la declaración de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, y de Reservas Turísticas.
  7. Promover el incremento del Turismo interno y receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines.
  8. Promover e incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo.
  9. Promover la capacitación, acceso a sistemas de información, asistencia técnica y asesoría del sector artesanal.
  10. Promover la constitución de Centros de Innovación Tecnológica -CITE artesanales y de actividades conexas.

11. Gestionar y canalizar la cooperación técnica internacional destinada al desarrollo del comercio exterior, turismo y artesanía.
12. Promover la imagen del Perú con el fin de incrementar el desarrollo del comercio exterior y el turismo incluyendo al artesanía.
13. Las demás funciones contempladas en la Ley N° 26961, Ley para el desarrollo de la Actividad turística, así como las que le sean asignadas.

## **2.9 PROGRAMAS, PROYECTOS Y EVENTOS DEL MINCETUR**

La Ministra Silva precisó que el MINCETUR viene desarrollando una serie de programas, proyectos y eventos para que la artesanía sea cada vez más apreciada en el Perú como el Programa “Incremento de la Competitividad en el Sector Artesanal”, que permite la mejora de la calidad de nuestros productos a través de la elaboración y aplicación de normas técnicas y el sistema de gestión de calidad; la Red Centros de Innovación Tecnológica, CITEs de Artesanía y Turismo que apoyan al desarrollo artesanal a través de la transferencia tecnológica, la capacitación integral del artesano y la articulación comercial; la Feria “De Nuestras Manos”, que es una vitrina del mejor trabajo artesanal de todo el país; y la campaña de difusión denominada “Artesanía de Vanguardia”, que tiene como objeto de que el peruano conozca y se sienta cada vez más orgulloso de la artesanía de su país, principalmente.

Recordó que el Concurso “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana” ha venido realizándose desde el año 2000 y a la fecha se ha reconocido a 19 artesanos peruanos.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Mincetur: Rumbos del Perú 2016

< <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-reconoce-labor-de-artesanos-con-premio-nacional-amautas-de-la-artesania-peruana/> >

## 2.10 PROMPERU<sup>14</sup>

Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen.

La Comisión de Promoción de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo- PROMPERÚ es un organismo técnico especializado con personería jurídica de derecho público interno que goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa. Se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y constituye un pliego presupuestal.

Es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportaciones, así como de turística y de exportaciones, de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales.

### 2.10.1.1 Misión Promperu <sup>15</sup>

Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.

### 2.10.1.2 Visión Promperu <sup>16</sup>

Ser la agencia de promoción de las exportaciones y el turismo número uno en Latinoamérica (en Resultados y en Reconocimiento).

### 2.10.1.3 Funciones<sup>17</sup>

- a) Formular, aprobar, ejecutar y evaluar el Plan Estratégico y Operativo institucional de promoción de las exportaciones,

---

<sup>14</sup> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU, 2015 Institucional, En: <<http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx> >

<sup>15</sup> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo- PROMPERU, 2015 Misión , En : < <http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx>>

<sup>16</sup> Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo- PROMPERU, 2015 Visión , En : < <http://www.promperu.gob.pe/ppInstitucional.aspx>>

<sup>17</sup>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo- PROMPERU, 2015 Funciones, En < <http://www.promperu.gob.pe/imgs-pp/pp/3-institucional.jpg> >

el turismo y la imagen país, en concordancia con las políticas Nacionales y sectoriales de comercio exterior y Turismo.

- b) Desarrollar, difundir, posicionar, administrar y supervisar el uso de la Marca País a nivel nacional e internacional.
- c) Desarrollar, gestionar y supervisar la ejecución de las actividades de promoción, inteligencia comercial e investigación de mercados, gestión de información, orientación, asistencia y capacitación empresarial, en materia de exportación, turismo e imagen país, a nivel nacional e internacional.
- d) Apoyar las actividades de las entidades del sector público y privado que tengan la potencialidad de reportar un retorno promocional de las exportaciones, el turismo y la imagen país, conforme a los planes, estrategias y lineamientos aprobados por la entidad.
- e) Coordinar con las distintas entidades del sector público y privado, las acciones necesarias para la consecución de sus objetivos estratégicos en materia de exportaciones, turismo e imagen país, en concordancia con la política del sector comercio exterior y turismo y de acuerdo con el marco legal vigente.

## 2.11 PROMPERU AREQUIPA<sup>18</sup>

### 2.11.1.1 Misión

“Liderar la promoción de la oferta exportable y del destino turístico peruano, contribuyendo a la internacionalización competitiva de las empresas así como al posicionamiento de la imagen del país en el exterior y promoviendo el turismo interno, con la participación concertada de todos los agentes

---

<sup>18</sup> 2016 Promperu Arequipa  
<<https://promperuarequipa.wordpress.com/>>

involucrados, utilizando los recursos de manera eficiente y eficaz”

#### **2.11.1.2 Visión:**

“Es la entidad líder, promotora del turismo y las exportaciones peruanas, que con eficiencia y eficacia posiciona la marca e imagen del Perú a nivel internacional”

### **2.12 CITES: CENTROS DE INNOVACION TECNOLOGICA <sup>19</sup>**

Los CITE Artesanales y Turísticos son instituciones cuyo objetivo principal es elevar la competitividad de la producción artesanal en los mercados externos, internos y turísticos. Para ello realizan un trabajo conjunto con los artesanos, con las asociaciones que los agrupan y con las empresas del rubro. En su acción enfatizan la capacitación integral que incluye cursos técnicos para el perfeccionamiento productivo, el mejoramiento de la organización empresarial, el conocimiento de técnicas de mercadeo y comercio exterior, entre otras.

Los CITE posibilitan ampliar y diversificar la oferta exportable de productos artesanales que tienen una demanda efectiva en los distintos mercados, a los que hace llegar a los artesanos promoviendo su participación en ferias y ruedas de negocios.

De esta forma, los CITE actúan como eficaces articuladores de la oferta y la demanda de productos artesanales y dan la posibilidad a sus productores de conseguir mayores ingresos que eleven su nivel de bienestar.

---

<sup>19</sup> MINCETUR- Turismo- líneas de intervención –Desarrollo de la Artesanía- Centros de Innovación Tecnológica – CITES , 2015  
< <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/centros-de-innovacion-tecnologica-cites/> >

### 2.12.1.1 LÍNEAS DE ACCIÓN CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA – CITES

#### - **Investigación aplicada en innovación tecnológica**

Se incorporarán nuevas tecnologías en productos y procesos en cuatro líneas artesanales: cerámica, peletería, filigrana y fibras de camélidos. Asimismo, se desarrollarán estudios sobre canteras de arcilla y estandarización de tintes naturales.

#### - **Normas técnicas, denominación de origen y propiedad intelectual**

Las acciones se orientarán hacia la difusión y capacitación de estos tópicos (que son poco conocidos en el medio) y a la aplicación de estrategias para la protección de marcas, marcas colectivas y certificación.

#### - **Promoción de la inversión privada**

Se realizarán estudios para identificar y canalizar líneas de financiamiento, en particular para la exportación.

#### - **Promoción comercial**

Incidirá en la identificación de canales de distribución y comercialización para la exportación; en el intercambio de experiencias sobre el desarrollo de nuevos productos; y, en la identificación de segmentos de mercado artesanal en Europa y los EE.UU., principalmente.

#### - **Equipamiento**

Se adquirirá maquinaria que fortalecerá a los CITE en las áreas de producción y certificación; y, se concluirá los sistemas informáticos que soportarán el funcionamiento de la Red tales como el portal de internet, el sistema de presupuesto, el sistema de indicadores y el sistema “Red de Artesanía”.

- **Fortalecimiento de capacidades locales e institucionales**

Se otorgarán pasantías internacionales para capacitar y entrenar a los mejores artesanos; se desarrollarán programas que promuevan la generación de líderes en los lugares en los que se asientan los CITEs; y, se convocará a un concurso nacional que premie la innovación artesanal.

### 2.13 CITE AREQUIPA<sup>20</sup>

El CITE AREQUIPA es una institución sin fines de lucro, que busca fortalecer el sector artesanal en la región Arequipa; la cual está conformada por instituciones líderes de la ciudad como: Universidad Nacional de San Agustín, Universidad Católica Santa María, Universidad Católica San Pablo, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Centro de Servicios Empresariales de Arequipa, y el Frente de Artesanos Peruanos (FREAP)

**2.13.1 Visión:** Constituirnos como la institución líder en el fortalecimiento y desarrollo del sector artesanal en la región sur del Perú

**2.13.2 Misión:** Contribuir al desarrollo del sector artesanal de la región, a través de la provisión de servicios de innovación tecnológica, articulación comercial y transferencia de capacidades técnico productiva

**2.13.3 El objetivo principal del CITE AREQUIPA:** Contribuir al desarrollo sostenible y aumento de la competitividad de nuestros artesanos, empresas y asociaciones involucradas en la cadena productiva de la artesanía textil y joyería artesanal; a través de la provisión y transferencia de servicios de innovación y capacidades técnico productivas.

---

<sup>20</sup> Centro de Innovación Tecnológica de Artesanías y Turismo Arequipa - CITE AREQUIPA, 2016

< <http://citearequipa.org/nosotros/> >

## 2.14 PRODUCE: <sup>21</sup>

- El Ministerio de la Producción del Perú es el sector del Poder Ejecutivo encargado de formular, aprobar, ejecutar y supervisar todos los niveles de producción, industria, manufacturera y pesquera. Su competencia se extiende a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades vinculadas a los subsectores Industria y Pesquería, contando con un Vice Ministro para cada subsector.

- **Acerca del Ministerio:** <sup>22</sup>

El Ministerio de la Producción fue creado por Ley 27779 del 10 de julio de 2002. Tiene como finalidad diseñar, establecer, ejecutar y supervisar, en armonía con la política general y los planes de gobierno, política nacionales y sectoriales aplicables a los sectores de pesquería y de MYPE e industria, asumiendo rectoría respecto de ellas. Dicta normas y lineamientos técnicos para la adecuada ejecución y supervisión de las políticas, la gestión de los recursos del Sector, así como para el otorgamiento, reconocimiento de derechos, la sanción, fiscalización y ejecución coactiva.

- **Estructura del Sector:** El sector Producción comprende al Ministerio de la Producción, a los Organismos Públicos Descentralizados, Proyectos y Comisiones bajo su jurisdicción. Su competencia se extiende a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades vinculadas a los subsectores pesquería y de micro y pequeña empresa (MYPE) e industria.

- **Ámbito del Sector :**

El ámbito del Ministerio de la Producción es el siguiente:

- Subsector MYPE e Industria: comprende el fomento de la iniciativa empresarial, la competitividad de la micro y

---

<sup>21</sup> MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN PERÚ, 2016

En: < [https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio\\_de\\_la\\_Producci%C3%B3n\\_\(Per%C3%BA\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_la_Producci%C3%B3n_(Per%C3%BA)) >

<sup>22</sup> MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN - PRODUCE , 2016

Acerca del Ministerio

En: < <http://www.produce.gob.pe/index.php/ministerio/acerca-de> >

pequeña empresa, la asociatividad y el cooperativismo, así como las actividades de industrialización, procesamiento y manufactura, velando por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la protección del ambiente.

- Subsector Pesquería: todos los recursos de origen hidrobiológico contenidos en las aguas marinas jurisdiccionales, ríos, lagos y otras fuentes hídricas del territorio nacional. Comprende la investigación científica y tecnológica del sector pesquería; así como las condiciones ecológicas de su hábitat; los medios para su conservación y explotación, la calidad, higiene y sanidad de los productos de procedencia acuática; la infraestructura pesquera, así como los servicios adicionales y complementarios para la realización de las actividades extractivas, acuícolas y del proceso pesquero en general. Postula las políticas para la promoción del Perú como país oceánico y el uso de recursos hidrobiológicos para el consumo humano.

- **Funciones** : <sup>23</sup>

El Ministerio de la Producción tiene las siguientes funciones generales:

- Formular, aprobar, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar la política y los planes nacionales de desarrollo de los subsectores pesquería e industria;
- Fomentar e incorporar la investigación, innovación y transferencia tecnológica, así como el planeamiento estratégico en los procesos productivos bajo el ámbito de su competencia, con la participación activa del sector privado, universidades y centros de investigación;

---

<sup>23</sup> MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN - PRODUCE , 2016  
Funciones  
En: < <http://www.produce.gob.pe/index.php/ministerio/acerca-de> >

- Mejorar y consolidar el sistema sectorial de gestión ambiental, proponiendo las políticas y normas de protección ambiental y de conservación de los recursos naturales, a través de la supervisión, monitoreo y control del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en el ámbito de los subsectores pesquería e industria, en el marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental;
- Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades extractivas, productivas y de transformación de los subsectores pesquería e industria, así como fiscalizar y supervisar el cumplimiento de las mismas, incluyendo las actividades productivas que se desarrollen en las Zonas Francas, Zonas de Tratamiento Especial Comercial y Zonas Especiales de Desarrollo, en coordinación con los organismos competentes en esta materia;
- Identificar oportunidades, difundir y promover el crecimiento de las inversiones, en el ámbito de los subsectores pesquería e industria, propiciando la descentralización productiva y el aprovechamiento de las ventajas comparativas y competitivas para el desarrollo de actividades y proyectos de pesquería e industria;
- Conducir y ejecutar en el ámbito sectorial las acciones referidas a los programas, actividades y proyectos de desarrollo social, en el marco de las políticas y planes nacionales sobre el particular;
- Expedir y administrar la normatividad, documentación técnica y de gestión, correspondiente al Sector, así como resolver las reclamaciones interpuestas contra las mismas;
- Establecer los objetivos y la política del sector de la micro y pequeña empresa y cooperativas, en función de la política general del Gobierno y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito, así como con los Gobiernos Regionales y Locales, supervisando su correcta aplicación.

- Formular, concertar y establecer las políticas de promoción y el acceso de la pequeña y mediana empresa, a los servicios financieros, de tecnología y de desarrollo empresarial que favorezcan su competitividad.
- Las demás funciones que le corresponda conforme a la legislación vigente.

## 2.15 MUNICIPALIDADES:<sup>24</sup>

- “Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines”.<sup>25</sup>

- ARTÍCULO VII.- RELACIONES ENTRE LOS GOBIERNOS NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL

El gobierno en sus distintos niveles se ejerce dentro de su jurisdicción, evitando la duplicidad y superposición de funciones, con criterio de concurrencia y preeminencia del interés público. Las relaciones entre los tres niveles de gobierno deben ser de cooperación y coordinación, sobre la base del principio de subsidiariedad.<sup>26</sup>

- ARTÍCULO VIII.- APLICACIÓN DE LEYES GENERALES Y POLITICAS Y PLANES NACIONALES

Los gobiernos locales están sujetos a las leyes y disposiciones que, de manera general y de conformidad con la Constitución Política del Perú, regulan las actividades y funcionamiento del Sector Público; así como a las normas técnicas referidas a los servicios y bienes públicos, y a los sistemas administrativos del Estado que por su naturaleza son de observancia y cumplimiento obligatorio. Las competencias y funciones específicas municipales

<sup>24</sup> LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES - LEY N° 27972, 2003

Artículo I.- GOBIERNOS LOCALES

En: <<http://portal.jne.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>

<sup>25</sup> El Ministerio de la Producción espera formalizar 60,000 mype en 2017, 2017

En: <<http://rpp.pe/economia/economia/el-ministerio-de-la-produccion-espera-formalizar-60000-mype-en-2017-noticia-1020856>>

<sup>26</sup> ARTÍCULO VII.- RELACIONES ENTRE LOS GOBIERNOS NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL, (2003)

En: <<http://portal.jne.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>

se cumplen en armonía con las políticas y planes nacionales, regionales y locales de desarrollo.<sup>27</sup>

- <sup>28</sup>La Municipalidad Distrital, cuenta con las siguientes gerencias:

- Gerencia de Desarrollo Económico: Su objetivo es generar políticas públicas que contribuyan a mejorar los ingresos y empleo de los habitantes del distrito, para cual formulan y ejecutan programas y proyectos productivos para apoyar las principales cadenas productivas del distrito.
- Gerencia de Desarrollo Social: A través de esta subgerencia se formulan y ejecutan proyectos de inversión pública para mejorar los niveles de salud y educación de la población.
- Gerencia de Medio Ambiente: Dedicado únicamente a gestionar proyecto de saneamiento básico a nivel de los centros poblados y comunidades; hasta el momento todavía no se generado políticas para la sustentabilidad ambiental
- Gerencia de planificación urbana: esta gerencia es la utiliza alrededor del 70% a 80% del presupuesto institucional, para la construcción y mantenimiento de infraestructura pública tales como: carreteras, pistas y veredas, centros educativos, canales de irrigación, etc.

## 2.16 REGISTRO NACIONAL DEL ARTESANO – RNA<sup>29</sup>

El Registro Nacional del Artesano, es un servicio que presta el Estado Peruano con el fin de brindar a los artesanos, sean personas naturales

<sup>27</sup> ARTÍCULO VIII.- APLICACIÓN DE LEYES GENERALES Y POLITICAS Y PLANES NACIONALES, (2003)

En: <<http://portal.ine.gob.pe/informacionlegal/Documentos/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY%20ORG%3%81NICA%20DE%20MUNICIPALIDADES%20LEY%20N%C2%BA%2027972.pdf>>

<sup>28</sup> MUNICIPALIDAD DE CAYMA

Fortalecimiento de la competitividad de la mypes de confección textiles

< <http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2015/12/FORTALECIMIENTO-DE-LA-COMPETITIVIDAD-DE-LAS-MYPES-DE-CONFECCIO%CC%81N-TEXTILES-DEL-DISTRITO-DE-CAYMA-%E2%80%93-AREQUIPA.pdf> >

<sup>29</sup> Registro Nacional del Artesano – RNA

< <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/registro-nacional-de-artesanos-rna/> >

o jurídicas, un elemento de identificación y reconocimiento de su desempeño en la actividad artesanal.

### 2.15.1 Beneficios para los artesanos:

- Promoción a través del Directorio Nacional de Artesanos en el portal Web, el cual es visitado tanto a nivel nacional como internacional.
- Permite promocionar y difundir sus eventos y actividades a través del Portal Web Artesanías del Perú.
- Es requisito para participar en los eventos y actividades que promueve el MINCETUR y las DIRCETUR.
- Podrá recibir boletines mensuales de información privilegiada de actividades de promoción y desarrollo.
- Podrá realizar consultas de índole comercial, legal y tributario relacionados al sector artesanal.
- Podrá publicar ofertas de sus productos o servicios en el Modulo de Oportunidades Comerciales en el Portal Web.
- Ser reconocido por el Estado peruano como constructor de identidad y tradiciones culturales.

## 2.17 CONSEJO NACIONAL DE FOMENTO ARTESANAL (CONAFAR)<sup>30</sup>

Conformación del CONAFAR para el periodo 2015-2017 de acuerdo a la Resolución Ministerial N° 200-2015-MINCETUR de fecha 10 de julio del 2015.

- **“PROCOMPITE**: Una herramienta poderosa de fomento del desarrollo económico regional y local, Ley N° 29337” a cargo del Ministerio de Economía y Finanzas durante la Segunda Sesión del CONAFAR, que tiene como objetivo buscar que los Gobiernos Regionales y Locales prioricen la cadena productiva de artesanía en su presupuesto.

<sup>30</sup>MINCETUR : CONAFAR (2013)

<[http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM\\_178\\_2013MINCETUR.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM_178_2013MINCETUR.pdf)>, <[http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM\\_200\\_2015MINCETUR.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/artesania/RM_200_2015MINCETUR.pdf)>

## 2.18 ARTESANÍA:<sup>31</sup>

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

## 2.19 UNESCO DEFINE ARTESANÍA :<sup>32</sup>

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles.

La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.”

---

<sup>31</sup> Ley N° 29073 , 2007

Artesanía” En: “Ley del Artesano y del desarrollo de la actividad artesanal”, capítulo II, artículo 5.

<sup>32</sup> UNESCO

Definición de Artesanía

< <https://es.scribd.com/doc/63425569/UNESCO-Definicion-de-Artesania> >

## 2.20 IMPORTANCIA DE LA ARTESANÍA:<sup>33</sup>

Uno de los aspectos más importantes de la artesanía es que esta directamente ligada a la actividad turística puesto que los artesanos, en la mayoría de casos mantienen relación directa con los turistas, quienes realizan diversas actividades en las localidades visitadas entre ellas el intercambio de expresiones culturales con los pobladores locales, siendo una de ellas la actividad artesanal.

En términos turísticos, la artesanía generalmente complementa el motivo de viaje ligado a un interés cultural. Se trata de un vehículo que genera indudable beneficios para las comunidades artesanas, con mínima participación de intermediarios y por tanto considerado de sumo interés para el país. Según PROMPERU más del 90% de los turistas culturales que viene al país compran artesanía durante su viaje, entre las que destacan prendas de vestir como chompas, gorros y chalinas (69%) artículos de piel de alpaca (44%) cerámicas (40%) joyería (36%) y tapices (26%) asimismo se precisa que el visitante, al momento de elegir una artesanía busca lo más representativo de la cultura del lugar y variedades y estilos propios.

Así mismo, mencionar que la relación entre el turismo y la actividad artesanal es esencial para el beneficio directo y concreto de los pobladores de zonas hacia donde confluyen turistas, que las visitan afín de conocer, no solo su belleza paisajística, sus atractivos arqueológicos o de biodiversidad, sino también la riqueza de su cultura viva .La artesanía es una de las manifestaciones más representativas de esa cultura, pues refleja la idiosincrasia, el espíritu y la cotidianidad de los pueblos. La importancia de valorar la artesanía peruana es indispensable para todo aquel que se considere hijo de esta patria ya que forma parte de su identidad. Además estos productos son únicos en el mundo. Así mismo, la Producción Artesanal da oportunidad a las personas que se encuentran en situación de pobreza a acceder a nuevas economías que les permita mejorar sus ingresos y por

---

<sup>33</sup> Consultora Pillco 2011

“Creación de un centro de innovación tecnológica de artesanía y turismo para joyería y turismo en la ciudad de Arequipa, 2011”

consecuencia mejorará su calidad de vida. Por tanto, el Perú es una mezcla de diversas culturas ancestrales que van de generación en generación, es por ellos que se conservan distintas costumbres que influyen en el modo de elaborar los productos artesanales, que son reconocidos a nivel nacional como internacional.

Según mi opinión, la artesanía peruana tiene un valor económico, cultural, social, ecológico, estético, un valor físico e intangible lo que hace de esta actividad algo virtuoso y más aún inigualable.

## 2.21 IMPORTANCIA DE LA ARTESANÍA A NIVEL NACIONAL <sup>34</sup>

- La artesanía es una actividad complementaria a la agricultura para generar más ingresos.
- Permite la expresión de la creatividad popular y la identidad peruana.
- Se constituye en una alternativa de empleo, sobre todo en la zona rural y urbana marginal. Incorpora a la mujer y a los jóvenes a las actividades productivas.
- Involucra casi a 2 millones de personas, ubicadas en las zonas rurales y urbanas marginales del país.
- Existe alrededor de 100,000 talleres artesanales, principalmente, micro y pequeñas empresas.
- Características de la Artesanía en el Perú
- Las principales características son
- Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido.
- En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
- El artesano elabora los productos con sus manos en su totalidad, seleccionando personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.

---

<sup>34</sup> IMPORTANCIA DE LA ARTESANIA, s.f  
< <https://es.scribd.com/doc/178653074/Importancia-de-La-Artesania> >

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

#### **2.21.1.1 Actividad Artesanal :<sup>35</sup>**

Entiéndase como actividad artesanal la producción de bienes o la prestación de servicios, en las que predomina el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio, que pueda realizarse en el domicilio del artesano o fuera de él.

#### **2.21.1.2 Características del Sector Artesanal:<sup>36</sup>**

Este sector artesanal cuenta con las siguientes características:

- Es intensiva en mano de obra.
- El costo por puesto de trabajo creado es relativamente bajo.
- Utiliza intensivamente los recursos propios de cada lugar de producción.
- Contribuye al desarrollo económico geográficamente equilibrado y genera divisas para el país.
- Posee un elevado potencial de crecimiento dada su innegable creatividad, diversidad en la producción.

#### **2.22 ARTESANÍA TEXTIL:<sup>37</sup>**

La artesanía textil permite utilizar y conjugar varias técnicas, disciplinas y materiales. El ámbito de aplicación es muy amplio, pues incluye desde la elaboración de la fibra misma hasta el armado y montaje final

---

<sup>35</sup> Ley de promoción artesanal en el Perú , 1984

En: < <http://docs.peru.justia.com/federales/leyes/24052-jan-4-1985.pdf> >

<sup>36</sup> Mariola Fernández V. (Funcionaria del MINCETUR) s.f

“Características del sector artesanal” En : Importancia del Sector artesanía en el comercio exterior”  
<[http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo\\_2.htm](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo_2.htm) >

<sup>37</sup> Cesar P. Rios, s.f

“Artesanía textil” En: Peru Tourism Bureau < [http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art\\_80](http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art_80) >

de la obra de arte, pasando por la manufactura de los tejidos y telas y la forma de dar color a telas y superficies. Se trata de un campo que permite una constante experimentación e investigación de nuevas técnicas que, conjugadas con la expresión personal, implican una constante regeneración dentro de este tipo de arte denominado arte textil, un arte muy especial.

El objetivo principal del arte textil es lograr una expresión plástica amplia, integrando disciplinas de las bellas artes como la pintura y la escultura, es decir, el arte textil aborda innumerables ámbitos estando su desarrollo íntimamente asociado con el desarrollo cultural de los pueblos.

Actualmente la artesanía textil es heredera de una larga tradición prehispánica desarrollada a lo largo de todo el país, entre los que destacan los mantos Paracas y los tejidos Inca y Wari ayacuchano. Los materiales –que se siguen utilizando en la actualidad- son preferentemente el algodón marrón y el blanco, las fibras de vicuña, alpaca y llama. Además, todavía se mantiene el uso de algunos tintes naturales que se combinan con la anilina y otros tintes industriales, y el telar vertical y el telar a pedales continúan siendo las herramientas con que se tejen la mayoría de mantas y telas.

### **2.23 Potencial de la Artesanía Textil:<sup>38</sup>**

No hay duda de la importancia del sector textil-confecciones para nuestro país. En el año 2007, las exportaciones textiles alcanzaron los US\$ 1,736 millones, superando en un 18% al año anterior. Entre nuestros destinos más importantes están EE.UU., Venezuela y Colombia. No obstante con las negociaciones comerciales actuales, contaremos con más mercados de destino que nos permitirán demostrar las virtudes de esta industria manufacturera.

Nuestra tradición textil no solo refleja el alto valor de nuestras materias primas, en el caso del algodón y el aprovechamiento de las fibras de

---

<sup>38</sup>2008 Comexperu“ Potencial de la artesanía textil “En: Textiles peruanos Hilando el crecimiento,  
< <http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cportada.pdf>>

camélidos, sino también otras oportunidades. Para ello es importante conocer nuestras capacidades y especializarnos. Competir en el nivel de costos puede resultar complicado; sin embargo, nuestro potencial en la confección de prendas de alta calidad y diseño debe ser uno de nuestros objetivos.

## 2.24 INFOALPACAS<sup>39</sup>

Nace con el fin de cubrir el gran déficit de información en la cadena productiva de camélidos sudamericanos, sector con gran potencial que involucra a más de 150.000 familias en situación de pobreza en Perú y Bolivia.

El portal se suma a otros 3 portales temáticos impulsados por *SOLUCIONESPRÁCTICAS:INFOLACTEA.COM, INFOCAFES.COM, INFOBOSQUES.COM*. Contamos con más de 300 documentos en distintos formatos que pueden ser consultados de manera gratuita y fácil, organizados según la cadena productiva: alimentación, reproducción, cuidados, tecnología, transformación y comercialización. Los servicios del portal incluyen noticias, eventos, estadísticas, directorio de especialistas, convocatorias, publicaciones y videos.

El portal basa su actividad en 3 importantes proyectos de Soluciones Prácticas: PAQOCHA, ALPACAS MELGAR y QUTAPIQIÑA Bolivia (vicuñas) y cuenta con el apoyo de instituciones como la Dirección Regional Agraria de Puno y el Centro de Innovación Tecnológica (CITE) de Camélidos sudamericanos.

## 2.25 FIBRA DE ALPACA Y MODA<sup>40</sup>

Los conquistadores comparaban la fibra que se extrae de la alpaca con la seda. “Cabello de Balboa” decían. Pueden competir con el fino *chameolote* de Chipre y aún con telas de *sedaberberisa*”.

---

<sup>39</sup>Infoalpacas , 2016

< <http://infoalpacas.com.pe/sobre-infoalpacas/> >

<sup>40</sup> Infoalpacas

Fibra de alpaca y moda

< <http://infoalpacas.com.pe/fibra/> >

La calidad de las fibra se mide por el diámetro, largo y variedad de colores. En tanto lo último, la alpaca presenta más de veinte colores naturales de fibra

En tanto diámetro y longitud, aquí un cuadro comparativo que ubica la calidad de la fibra de alpaca cerca al *cashmere*:

FIBRA	DIÁMETRO (MICRONES)	LONGITUD (MM)
Vicuña	10 a 15	15 a 40
Angora	11 a 15	25 a 50
Pacovicuña (cruce de vicuña y alpaca)	13 a 17	35 a 50
Cashmere	15 a 19	25 a 90
<b>ALPACA</b>	<b>18 A 40</b>	<b>75 A 400</b>
1 micrón = 0,001 mm. Pacovicuña = cruce entre alpaca y vicuña		Ver tabla completa

Fuente: Infoalpacas

No obstante lo anterior, la diferencia entre el precio del *Cashmere* (\$168 el kg.) y Angora (\$54 el kg.) respecto a la alpaca peruana (\$10 el Kg., no hace mucho el precio iba de \$1 a \$4 el kg.) es abismal, nos hace recordar los precios de la colonia. Si frente a este problema repasamos las cifras de producción y exportación del siguiente cuadro, la necesidad, quizá con miras al 2021, de tecnología y conocimiento que asegure una fibra de mayor calidad en cantidades exportables y el fomento de la industria de confección se hace dramáticamente evidente.

PRODUCTO	PRODUCCIÓN Miles de toneladas		EXPORTACIÓN Valor FOB en miles de dolares	
	2010	2011	2010	2011
<b>FIBRA DE ALPACA</b>	4352	4661	37445.6	44467088
Fuente: MINAG, SIICEX				

Fuente: MINAG, SICEX

Las principales empresas exportadoras son MICHELL Y CIA e INCA TOPS. Los principales destinos de nuestra fibra son Italia y China, en este orden, en la variedad de ‘pelo fin cardado o peinado’ aunque se prevee que la demanda del gigante asiático siga creciendo. Este último factor es el que está empujando al sector, no obstante, si consideramos el ‘boom’ exportador (¡US\$ 45726 millones en 2011) resulta poquísimos todavía lo que representa la exportación de fibra de alpaca en nuestra economía. Finalmente, debe considerarse el desarrollo del tejido y confección de los últimos años.

PRODUCTO	EXPORTACIÓN VALOR FOB EN MILES DE DOLARES, 2011
Abrigo de alpaca	2100362
Chaqueta de alpaca	1834324
Hilado de alpaca	56230895
Pantalón de alpaca	66300
Tejido de alpaca	3415782
Vestido de alpaca	1030042
<b>TOTAL</b>	<b>64677705</b>

Fuente: infoalpacas

Estos últimos productos tienen acogida principalmente en Estados Unidos, Italia y Corea. Las empresas que lideran su exportación son MICHELL CIA e INCAPALCA. Con estas exportaciones más las que genera la fibra de alpaca tenemos alrededor de US\$ 110000000 dólares que ingresan a nuestra economía gracias a los derivados de la alpaca. Ojalá en poco tiempo sea mucho más y beneficie directamente a la comunidad de alpaqueros.

## 2.26 SIERRAEXPORTADORA

El programa está impulsando el desarrollo de nuevos emprendimientos productivos con la fibra de alpaca, desde la promoción de los centros de acopio de fibra de alpaca y lana de oveja,

los procesos de categorización de la fibra al momento de la entrega por parte del productor alpaquero con el fin de tener lotes de fibra uniforme, además el productor alpaquero al vender fibra categorizada tendrá una referencia como se encuentra su rebaño alpaquero en cuanto a la producción de fibra, los procesos de generación de valor agregado como la clasificación de la fibra de alpaca en las comunidades o en los mismos centros de acopio con mano de obra de la mujeres de la zona, la transformación de la fibra en tops por servicio de maquila en plantas de textiles de la ciudad de Arequipa, todas estas acciones se vienen desarrollando con las organizaciones alpaqueras de las Regiones de Puno Cuzco, Apurímac, Huancavelica, Pasco, Huánuco, Ancash y Arequipa.

La asistencia técnica desarrollada con las organizaciones de productores alpaqueros inicia desde la esquila con el asesoramiento técnico en buenas prácticas de esquila mecánica de acuerdo a la NTP, evitando el doble corte, posteriormente se recomienda en tener un buen proceso de envellonado tipo tambor, para tener una buena presentación y evaluación en el proceso de categorizado en el centro de acopio y todo ello venga en beneficio económico del criador alpaquero, teniendo como meta obtener en los centros de acopio grandes volúmenes de acopio de fibra de alpaca como mínimo 200 quintales por centro de acopio, Además se tiene como aliado de los alpaqueros el Agrobanco quien a través de un fondo Agro Perú, tiene la opción las organizaciones formalizadas la obtención de un crédito previa verificación de la fibra.

La información de precios del mercado de la fibra de alpaca en sus diferentes presentaciones se les brinda semanalmente a los comités de acopio en campaña grande y chica, precios actualizados de la fibra de alpaca en los mercados con la finalidad de tener acopios con precios de mercado y así evitar pérdidas económicas al productor alpaquero.

La formación de Maestras categorizadoras y clasificadoras, es continua en las regiones de intervención del programa con la finalidad

de tener mano de obra calificada de las comunidades alpaqueras donde se ubican los centros de acopio y clasificado de fibra de alpaca, mujeres criadoras alpaqueras. Realizamos el acompañamiento a los directivos de los centros de acopio y organizaciones alpaqueras en los procesos de articulación y transformación de fibra de alpaca e igualmente en los procesos de exportación de tops a mercados internacionales.

### 2.26.1.1 Objetivos<sup>41</sup>

- Difundir a nivel regional el mensaje/legado del Programa Nacional de Innovación e industria en Ganadería Alto andina.
- Brindar asesoría especializada en el fortalecimiento de centros de acopio de fibra alpaca con precios del mercado con miras a la generación de valor agregado.. actividades
- Identificar y presentar el Directorio alpaquero nacional de centros de acopio de fibra de alpaca por las regiones alpaqueras del Perú diferencias los procesos que realizan con la fibra de alpaca.
- Desarrollar eventos masivos de capacitación en la formación de maestras categorizadoras y clasificadoras y técnicos de esquila electromecánica.
- Brindar acompañamiento a los Jefes de Sede y sus Equipos de Campo (DPT) para la obtención de créditos como capital de acopio de entidades públicas y privados.
- Asesoramiento a las organizaciones alpaqueras en procesos de transformación de fibra de alpaca en tops en la industria textil de la ciudad de Lima y Arequipa.

---

<sup>41</sup> PROGRAMA NACIONAL INNOVACION E INDUSTRIA GANADERA ALTOANDINA , 2015  
<<http://www.sierraexportadora.gob.pe/programas/camelidos/conoce-nuestro-programa/>>

## 2.27 MINETUR – TURISMO, LINEAS DE INTERVENCIÓN , DESARROLLO DE LA ARTESANÍA , EXPOSICIONES, VENTA

42

Como parte de su rol promotor, la Dirección General de Artesanía gestiona la participación de artesanos y asociaciones de artesanos, en eventos de índole comercial o cultural relacionados al sector artesanal, como una herramienta de articulación comercial.

Estos eventos son organizados por instituciones externas al MINCETUR o cuentan con su colaboración:

- Feria El Rastrillo 2016 (Agosto)
- Artesanos seleccionados para la participación en la Feria El Rastrillo
- Exposición “Hecho en Perú” (Agosto)<sup>43</sup>
- Convocatoria para participación en exposición “Hecho en Perú”

## 2.28 DESARROLLO EMPRESARIAL<sup>44</sup>

Cuando hablamos de desarrollo empresarial nos referimos a la obtención de un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida.

---

<sup>42</sup> MINETUR – TURISMO, LINEAS DE INTERVENCIÓN , DESARROLLO DE LA ARTESANÍA , EXPOSICIONES, VENTA, 2015  
< <http://ww2.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/exposiciones-venta-de-artesantias/>>

<sup>43</sup> - Exposición “Hecho en Perú”, 2015  
<[http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/artesania/Convocatoria\\_Exposicion\\_Hecho\\_en\\_Peru.pdf](http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/artesania/Convocatoria_Exposicion_Hecho_en_Peru.pdf)>

<sup>44</sup> Revista indexada Universidad ICESI. Bogota Colombia, Septiembre 2006  
“Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en un enfoque de Competencias”;  
En: <[http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/198/html](http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198/html)>

## 2.29 ASPECTOS ECONÓMICO Y FINANCIERO <sup>45</sup>

El concepto de desempeño ha sido tomado del inglés performance, aunque admite también la traducción como rendimiento, será importante conocer que su alcance original tiene que ver directamente con el logro de objetivos (o tareas asignadas). Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad. Bien pudiera decirse que cada empresa o sistema empresarial debiera tener su propia medición de desempeño.

De esto se establece que para tener una metodología general de medición, hay que contar con un modelo básico de funcionamiento de la empresa o sistema que objeto de evaluación.

El segundo aspecto a tomar en cuenta es ¿para qué necesitamos medir el desempeño de un ente empresarial? Postulamos lo siguiente

- De una parte, para conocer cómo opera, a su interior y en relación con su entorno.
- Para contrastar este funcionamiento con uno deseable, equilibrado en términos de comportamiento, gestión empresarial y gestión financiera.
- Para derivar recomendaciones hacia la mejora continua.
- Para utilizar el aprendizaje en nuevas experiencias.
- Para verificar y enriquecer la estrategia.

## 2.30 ASPECTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL.<sup>46</sup>

Son todos aquellos elementos referidos a la gestión y administración de una unidad productiva de bienes o servicios; está íntimamente ligado a la toma de decisiones respecto al rumbo de la empresa, es el factor generalmente más importante porque decide las estrategias y caminos que seguirá la empresa en el mercado, estos factores pueden ser conducidos tanto por los directivos de la empresa como asesores externos a ella, siendo especialistas en áreas específicas.

<sup>45</sup> s.f Portal de Conceptos Económicos “MP Peru”  
< [http://www.mp.peru-v.com/desempeno/ed\\_principal.htm](http://www.mp.peru-v.com/desempeno/ed_principal.htm)>

<sup>46</sup> s.f. Access my library : Factores del crecimiento empresarial  
“Factores empresariales”  
< <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-161601381/factores-del-crecimiento-empresarial.html> >

### 2.31 ASPECTOS TÉCNICO PRODUCTIVO:<sup>47</sup>

Son todos aquellos elementos referidos a las variables técnicas y productivas de la empresa.

En cuanto a las variables técnicas podemos decir que están comprendidas por todas aquellas estrategias que adopta una determinada empresa para lograr la plena satisfacción del cliente a través de procesos eficientes que generan valor para la organización. En cuanto a las variables productivas podemos decir que son todas aquellas que intervienen a lo largo del proceso de transformación de insumos y materia prima en el producto final o servicio que ofrece la empresa al mercado.

Según un artículo publicado en la web “Gestiopolis” por Alejandro Jáuregui G., experto en economía política, indica que los trabajos más complejos y de mayor valoración económica son los que provienen de la complejidad intelectual o el talento.

Además gracias a la tecnología, el hombre ha sido capaz de diversificar y ampliar sus horizontes, llegar cada día más rápido, mejor y más eficientemente en la búsqueda de sus objetivos.

A través del mejoramiento tecnológico, la humanidad ha mejorado su nivel de producción cada día más, e independientemente de la distribución del conocimiento hoy se produce más de mil veces más de lo que se producía hace mucho. Es decir la tecnología puede crear economías de escala.

### 2.32 LA TRIBUTACIÓN:<sup>48</sup>

Cuando hablamos sobre tributación nos referimos tanto el tributar, o pagar Impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una

---

<sup>47</sup> s.f Gestiopolis : “Factores técnico productivo” En: Factores de producción, En: <<http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> >

<sup>48</sup> Ecco finanzas  
s.f “Tributación” En : Web dedicada a la Economía y Finanzas ,  
En: < <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TRIBUTACION.htm> >

nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc.

Cuando la tributación es baja los gobiernos se ven sin Recursos para cumplir las funciones que se supone deben desempeñar; cuando la tributación es muy alta se crean auténticos des estímulos a la Actividad Productiva, pues las personas y las empresas pierden el aliciente de incrementar sus Rentas, con lo que se perjudica el producto nacional total. Por ello a veces los gobiernos obtienen mayores Ingresos cuando bajan los tipos de impuestos, ya que el menor porcentaje que se cobra es compensado con creces por el aumento de la producción y, en consecuencia, de la cantidad base sobre la que éstos se calculan. Lo anterior se cumple especialmente en el caso de los llamados Impuestos progresivos -cuya tasa impositiva va aumentando a medida que aumentan los Ingresos- que afectan de un modo muy agudo las Expectativas y actitudes de quienes tienen que pagarlos.

Muchas veces la tributación es considerada un problema tanto económico como político, pues en ella confluyen aspectos referidos a ambos campos de actividad: por una parte están los efectos de la tributación sobre las actividades productivas, sobre el nivel de Gasto del Estado y el Equilibrio de sus presupuestos, y sobre la Distribución de la Riqueza; por otra parte están las formas de consenso o de decisión política que se utilizan para determinar la magnitud, estructura y tipo de los impuestos que se cobran.

### **2.33 FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS:<sup>49</sup>**

La formalización representa el uso de normas en una organización. La formalización aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por el estilo de gestión o por condiciones de su entorno, algunas

---

<sup>49</sup> Secretaría de Desarrollo económico , 2012  
“ formalización de empresas” En: Política Económica  
<<http://www.envigado.gov.co/Secretarias/SecretariadeDesarrolloEconomico/documentos/2012/POLITICA%20PUBLICA%20ECONOMICA%20PARA%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20ENVIGADO.pdf>>

instituciones desarrollan características extremas, perdiendo flexibilidad.

Las sucesivas generaciones de dirigentes que la organización pone al frente crean condiciones de distorsión de la formalización.

En resumen la formalización es una técnica organizacional de prescribir como, cuando y quien debe realizar las tareas.<sup>50</sup>

### **2.34 ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL.<sup>51</sup>**

El término asociatividad empresarial está referido a la unión de dos o más unidades productivas con la finalidad de hacer frente a un objetivo en común y trae consigo conceptos como sinergia, solidaridad, conocimiento compartido, redes de apoyo, entre otros.

Sin embargo, siendo la asociatividad un pilar necesario en el mundo empresarial de hoy, en la actualidad es escasamente practicado.

A través de la asociatividad se podría llegar a mercados que hoy son inalcanzables. Si las empresas fueran capaces de verse no sólo como competencia sino como aliados, podrían alcanzar avances tecnológicos que permitirían mejorarlas en productividad y eficiencia.

En el último tiempo, aparte de las turbulencias naturales que deben enfrentar las microempresas, éstas tienen que saber enfrentar en igualdad de condiciones la competencia nacional y extranjera que ve con buenos ojos estos mercados que nunca han sido explotados en su totalidad.

Estudios recientes del mercado mundial señalan que la única manera de mejorar calidad y cantidad de productos es a través del concepto de asociatividad, o sea, la unión de pequeñas y medianas empresas que muchas veces no tienen relación con el sector en que se desenvuelven.

---

<sup>50</sup> E Morera Guillen , 2011  
“Formalización de empresas”  
Institución Universitaria Esumer, Centro de Investigaciones y Prospectiva , Medellín (Ant.). Colombia:  
Política Pública Económica , pag 16

<sup>51</sup> Cristian Marcelo Riffo Cáceres  
s.f “Asociatividad” En: Art. Una solución moderna para enfrentar este mundo globalizado”.

### 2.35 ASPECTO GESTIÓN COMERCIAL.<sup>52</sup>

La gestión comercial es un término usado para describir las disciplinas de negocios no técnicos de una empresa u organización, en particular la administración de los ingresos y gastos para generar un retorno financiero. Sus orígenes parecen remontarse a las industrias de defensa y la construcción en el Reino Unido en la década de 1950.

La definición de Gestión comercial dentro de una organización se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se relacionaran comercialmente con otras y bajo qué términos y condiciones.

Muchas de estas políticas se reflejan en los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación.

El instituto de Gestión Comercial define Gestión Comercial como: La identificación y desarrollo de oportunidades de negocio y la gestión rentable de los proyectos y contratos, de principio a fin.

### 2.36 EXPORTACIÓN:<sup>53</sup>

Exportación, es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado con propósitos comerciales.

---

<sup>52</sup>Guía empresas de España  
s.f “gestión comercial” En: “Guía Empresas XXI”, Guía de Empresas de España y Emprendedores.  
< <http://www.guiaempresaxxi.com/docs-definicion-de-gestion-comercial.html> .>

<sup>53</sup>Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos, s.f  
Definición de exportación  
En: < <http://definicion.de/exportacion/> >

Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden dar lugar, además, a toda una serie de fenómenos fiscales.

Por otro lado puede decirse que una exportación es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales.

El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede tratarse de una exportación de servicios que no implique el envío de algo físico. Ese es el caso de quienes ofrecen su trabajo a través de Internet y lo envían en formato digital (documentos de texto, imágenes, etc.).<sup>54</sup>

Las exportaciones siempre hacen referencia al tráfico legítimo de mercancías y servicios. Por eso, las condiciones están regidas por las legislaciones del país emisor (el exportador) y del país receptor (el importador).

Es habitual que las naciones incluyan distintas trabas a la importación para que no se perjudiquen los productores locales. Estas medidas, por supuesto, afectan a los países exportadores.

### **2.37 FERIA COMERCIAL:**<sup>55</sup>

Entendemos por feria comercial a cualquier evento social, económico y cultural que se lleva a cabo en una determinada sede, que puede tener una duración en el tiempo temporal, periódica o anual y que generalmente abarca un tema, temática o propósito común.

Una feria, por ejemplo, puede tener como tema o propósito la promoción de una cultura, una causa, un estilo de vida y casi siempre la manera de promoverlo y transmitir al mismo será a través de una

---

<sup>54</sup> Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), s.f

Glosario definición de Exportación ;

En: < [http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52%3Aconoce-los-conceptos-basicos-para-comprender-la-economia-del-pais&catid=8%3Adestacados-ciudadanos&lang=es](http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=52%3Aconoce-los-conceptos-basicos-para-comprender-la-economia-del-pais&catid=8%3Adestacados-ciudadanos&lang=es)>

<sup>55</sup> Definición ABC”

s.f “Feria comercial “ En :Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos;  
< <http://www.definicionabc.com/social/feria.php> >

forma variada y divertida, para de esta manera lograr atraer no solamente a la gente interesada en ese tema o propósito, sino también que aquellos que no lo son puedan sentirse motivados por alguna actividad o premio que en ellas se despliegue.

El objetivo principal de una feria comercial es generar ganancias para aquellas personas, entidades, organizaciones y empresas participantes y organizadoras de la misma.

### 3. ANALISIS DE ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS:

El primer antecedente investigativo encontrado hace referencia la Tesis, Año 2017 “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” , realizado por Ing. Rocío del Carmen Fernández Mendoza Universidad Católica de Santa María - Escuela de Post Grado, Maestría en Gerencia Social y Recursos Humanos

#### 3.1 Resumen del Trabajo de Investigación: <sup>56</sup>

El presente trabajo de investigación presenta similitud con la tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” en lo siguiente:

- La muestra de estudio es la misma 310 artesanos textiles empadronados en el RNA MINCETUR 2015, debido a que dicha investigación estudia al mismo sector productivo y se aplicó el instrumento encuesta en la misma temporalidad año 2015.
- En la estructura del instrumento del trabajo de investigación se utilizó la técnica encuesta siendo el instrumento el cuestionario, en el cual se consideró *las mismas preguntas en los datos personales* que abarca: genero, lugar de nacimiento, distrito, edad, años de desempeño. En los *aspectos sociales se guarda similitud* en las siguientes preguntas: cuenta con vivienda propia, cuenta con acceso a servicios básicos Luz, Agua y desagüe. En aspecto *técnico productivo se abarco la misma*

---

<sup>56</sup> 2017, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana” 2014 -2015” (p.9, cuadro Nro. 1)  
UCSM-Escuela de Post Grado, Maestría en Gerencia Social y recursos Humanos  
Fernández Mendoza Rocío del Carmen

*pregunta* en cuenta con un taller productivo propio. Y en *aspectos comerciales* hay igualdad en las preguntas ingreso promedio mensual por ventas locales y nacionales en los 2 últimos años, si logró exportar cuanto ganó aproximadamente por dicha exportación y *guarda similitud* con la pregunta alguna vez ha exportado sus productos textiles con una institución del estado.

Sin embargo, cabe resaltar que el presente estudio investigativo se diferencia de este antecedente investigativo en su finalidad, ya que el antecedente investigativo tiene como fin el estudio a los factores asociados a capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa metropolitana, en cuyo estudio se analizan las técnicas productivas del sector a detalle y los factores de transferencia económico y sociocultural que influyen en el desarrollo de las mismas; mientras que la presente investigación se analiza la influencia de la intervención de los organismos del estado peruano en el desarrollo del sector artesanal textil de Arequipa metropolitana, donde sus variables que contempla dicha investigación son diferentes, siendo sus variables organismos del estado y desarrollo del sector textil artesanal. Así mismo, en la presente investigación se ha analizado a profundidad la intervención de las instituciones del estado en este sector productivo en los aspectos sociales, técnico productivo, de gestión empresarial, comercial y financiero, para lo cual se entrevistó a funcionarios de las instituciones CITE AREQUIPA, PROMPERÚ Y PRODUCE que trabajan en beneficio del sector.

Al hacer la revisión de estudios de investigación se encontró un trabajo similar al presente “Estudio de la línea de base de la artesanía textil” UE- PERU marzo del 2009 que vale la pena dar cuenta por la relación que guarda con el tema de investigación.

### **3.2 Resumen del Trabajo de Investigación:<sup>57</sup>**

Este estudio ha sido elaborado con el financiamiento de la Unión Europea a través del Proyecto de Cooperación UE-Perú

---

<sup>57</sup> Mincetur

2009 “Estudio de la línea de base de la artesanía textil”,  
< <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/94.pdf>>

en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio – Apoyo al Programa Estratégico Nacional Exportador.

El contenido del mismo es responsabilidad exclusiva del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea.

El consultor encargado de este estudio es Javier Zúñiga Quevedo.

El estudio cubrió 8 localidades de la Región de Arequipa: Arequipa, Chivay-El Colca, Maca, Caima, Yanque, Patahuasi, Pinchollo y Cerro verde. Estas zonas fueron seleccionadas por información secundaria recogida en diferentes instituciones.

En promedio, las empresas de artesanía textil en Arequipa tienen una antigüedad de 14 años; la mayor frecuencia declarada fue de 10 años, en gran medida la experiencia de los artesanos arequipeños es de 03 ó 10 años con un promedio de 8 años.

Los cargos que ocupan los encuestados corresponden a socios del negocio, con orientación a la fabricación y compra – venta de productos.

Los productos que más fabrican en la región son: Abrigos, Chompas y Chalinas, además cuentan con una fabricación diversificada y elaboran más de 3 tipos de productos.

Los artesanos de esta región en su mayoría completaron la secundaria ó culminaron estudios primarios, pero menos de la mitad de ellos han recibido algún tipo de capacitación.

Las empresas de artesanía textil en promedio emplean 21 trabajadores, pero son más las que cuentan sólo con 8, el promedio es alto pues en varios lugares encuestados son asociaciones de artesanos.

Los artesanos afirman que sus productos cuentan con garantía; sin embargo, no cuentan con marca definida ni empaque, tampoco brindan el servicio de delivery.

Los artesanos arequipeños emplean como materia prima principal la lana de alpaca y la baby alpaca; según lo manifestado se diferencian de su competencia por la calidad del servicio brindado, por la variedad de sus productos.

La mayoría de empresas textiles cuentan con un solo proveedor en insumos, materiales y mercadería. Muy pocas empresas cuentan con distribuidores.

Las dos terceras partes de las empresas financian sus actividades con recursos propios y con lo obtenido en sus ventas, sólo una tercera parte acude al sistema financiero.

El monto promedio aproximado mensual que necesitan de financiamiento es de 6,849.00 nuevos soles; la mayoría de empresas utiliza el monto financiado básicamente en: Capital de trabajo, materiales y mercadería; muy pocas en insumos y mucho menos en activos fijos.

Así mismo, se considera como antecedente investigativo el Plan Estratégico Nacional de Artesanía PNDAR, el cual constituye un gran esfuerzo de concertación entre el sector público y privado, para la definición de las acciones necesarias que permitan lograr el desarrollo de la artesanía.

### **3.3 Resumen del Trabajo de Investigación PNDAR<sup>58</sup>**

El proceso de elaboración del PNDAR, demandó un trabajo de coordinación en cinco macro regiones a nivel nacional del Perú (Lima, Lambayeque, Ucayali, Junín y Cusco), a través de talleres con artesanos, proveedores, autoridades locales, regionales y líderes de opinión, de más de 25 ciudades de todo

---

<sup>58</sup> José Luis Silva Martinot, MINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Claudia Cornejo Mohme, VICEMINISTRA DE TURISMO  
Madeleine Burns Vidaurrazaga, DIRECTORA NACIONAL DE ARTESANÍA  
PNDAR, 2011- 2021

el país. En una primera fase se recopiló y analizó la información primaria y secundaria disponible para conocer a fondo el sector, llevándose a cabo entrevistas con expertos y referentes de artesanía y se revisaron el marco legal y los principales documentos existentes. En base a la información recogida se construyó la primera propuesta de diagnóstico estratégico FODA y la identificación de la problemática del sector. Posteriormente, en una segunda fase, se realizaron talleres macro regionales que permitieron que los artesanos y otros actores expresen sus problemas y sientan que su voz era escuchada e incorporada en un esfuerzo conjunto con los actores involucrados. El documento de trabajo del PENDAR, contempla el análisis del macro y micro ambiente del sector, el diagnóstico estratégico FODA, la misión, visión, objetivos estratégicos y planes de acción generales y específicos, así como los Programas de Implementación que permitirán desarrollar acciones concretas para el logro de los objetivos estratégicos y alcanzar eficientes niveles de articulación entre las instituciones públicas y privadas involucradas en la promoción del sector, para contribuir al fortalecimiento de la descentralización, la generación de empleo y la lucha contra la pobreza.

#### Misión del Pendar<sup>59</sup>

“ Organizar, orientar, promover, articular y monitorear las actividades del sector artesanía, con la participación concertada de los actores públicos y privados; a fin de generar una oferta competitiva , de acuerdo a las exigencias del mercado, e impulsar el empleo digno y decente del artesano; contribuyendo al desarrollo del país”

#### PENDAR- VISIÓN: 60

---

<sup>59</sup> Ministerio de comercio exterior y turismo , directora de desarrollo Artesanal Mag.Cynthia Zavalla Puccio, 28 de Octubre de 2014. – docpdf.

<sup>60</sup> Ministerio de comercio exterior y turismo , directora de desarrollo Artesanal Mag.Cynthia Zavalla Puccio, 28 de Octubre de 2014. – docpdf.

Al 2021, el sector artesanía está posicionado con calidad, identidad y alto valor cultural; aporta al desarrollo sostenible e integral del país, con artesanos competitivos y protagonistas de su propio desarrollo”.

61 Los objetivos estratégicos del PENDAR, responden a “qué necesita el sector para resolver su problemática, cubrir sus necesidades y lograr ser competitivo en el mercado y cumplir con la visión propuesta”. El PENDAR incluye 3 objetivos de impacto y 9 objetivos estratégicos para que el sector pueda desarrollarse, como se muestra en el Gráfica 1 – Mapa Estratégico del PENDAR.

Objetivo I. Crear valor económico en el sector artesanía

Objetivo II. Crear valor social en el sector artesanía

Objetivo III. Incrementar la competitividad de la artesanía en el mercado

Se tiene un programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía:<sup>62</sup>

Como se muestra en el Gráfica 2, el Programa de Desarrollo de Oferta de Artesanía tiene su centro de gravitación en el Objetivo 2 – Fortalecimiento de las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector- y en el Objetivo 4 – Innovación, calidad y productividad de la oferta de artesanía.

El objetivo del programa es contribuir, desde la intervención del Estado, a construir una oferta de artesanía adecuada a los requerimientos de los diferentes mercados. Este programa permitirá potenciar a los actores que desarrollan la oferta, con la intención de darles a conocer herramientas que los ayuden a ser más productivos y competitivos en el mercado. Este programa consta de 6 proyectos, el primer proyecto está referido a elaborar el diagnóstico de líneas artesanales, el segundo y tercero a promover y mejorar las condiciones de innovación en el sector artesanía y a partir del desarrollo del

---

<sup>61</sup> 2011, PENDAR < <http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/archivos/descargas/Pendar.pdf> >

<sup>62</sup> 2011, PENDAR < <http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/archivos/descargas/Pendar.pdf> >

producto, el cuarto a mejorar las condiciones de calidad de la oferta de artesanía, el quinto a mejorar las condiciones de los factores de producción de la oferta de artesanía, y el sexto a mejorar las condiciones empresariales para el desarrollo de la oferta de artesanía.

## Objetivos Estratégicos del PENDAR



Fuente: PENDAR 2011-2021, Perú. Mincetur

### 4. OBJETIVOS :

**4.1** Determinar en qué aspectos intervienen los organismos del Estado peruano en el desarrollo de textil artesanal, en Arequipa metropolitana.

**4.2** Determinar el nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero.

## 5. HIPOTESIS:

Dado que, los Organismos del Estado a través de sus instituciones direccionan actividades para el desarrollo del sector textil artesanal, con el fin de que los artesanos alcancen un óptimo desarrollo y a su vez mejoren su calidad de vida.

Es probable que, las instituciones de los organismos del estado peruano a través de la promoción de sus actividades para el sector textil artesanal de Arequipa metropolitana, estén influenciando de manera significativa en el desarrollo de dicho sector.



### III. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

#### 1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE VERIFICACIÓN:

##### 1.1 Técnicas:

Para la presente investigación, se realizará la recolección de datos utilizando la técnica de la “Encuesta y Entrevista”

##### 1.2 Instrumento:

Se utilizará el instrumento de “Cuestionario y guía de entrevista”, los mismos que serán elaborados en forma específica e inédita para el presente estudio.



### 1.2.1 Estructura del Instrumento

VARIABLE	INDICADORES Y SUBINDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO	ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO		
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> <b>Organismos del Estado</b>	<b>Instituciones del estado:</b> <b>CITE AREQUIPA , PROMPERÚ, PRODUCE, MUNICIPALIDADES</b>			<b>Cuestionario (1)</b>	<b>Guia de entrevista (2)</b>	
	% de artesanos capacitados por las instituciones en técnicas productivas textiles.			3.5 - 3.6	2.4 - 2-5	
	% de artesanos capacitados por las instituciones en gestión empresarial.			4.5 - 4.6	2.4 - 2.6	
	% de artesanos capacitados por las instituciones en gestión comercial.			5.2 - 5.3	2.4 - 2.7	
	% de artesanos a quienes se otorgó financiamiento por parte de las instituciones.			6.1 - 6.2	2.4 - 2.8	
	Nivel de importancia de la intervención de las instituciones en el sector.			7.1	2.9 - 2.11 - 2.12	
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> <b>Desarrollo del Sector Textil Artesanal</b>	<b>Condiciones Sociales</b>	Encuesta (1) y Entrevista(2)	Cuestionario (1) y Guia de entrevista (2)			
	% de artesanos que cuentan con vivienda			2.1	2.2 - 2.3 - 2.10	
	% de artesanos que cuentan con servicios básicos			2.2		
	% de artesanos que cuentan con seguro de salud	2.3				
	<b>Aspectos Técnico Productivos</b>					
	% de artesanos que cuentan con taller productivo				3.1	
	Nivel de conocimiento y dominio en técnicas productivas textiles				3.2	
	Nivel de conocimiento y dominio en acabados de productos textiles				3.3	
	Nivel de conocimiento y dominio en diseño textil				3.4	
	% de participación en capacitaciones técnico productivas				3.5 - 3.6 - 3.7	2.5
	<b>Aspectos de Gestión Empresarial</b>					
	% de artesanos formalizados				4.1 - 4.2	
	Nivel de conocimiento sobre costos y tributación				4.4	
	% de artesanos beneficiados por trabajar en asociatividad				4.3	
	% de participación en capacitaciones de gestión empresarial				4.5 - 4.6 - 4.7	2.6
	<b>Aspectos de Gestión Comercial</b>					
	Nivel de ingreso promedio mensual por ventas locales y Nacionales				5.1	
	Nivel de ingreso promedio mensual por ventas de exportación				5.2 - 5.3 - 5.4	
	% de participación en Ferias				5.5 - 5.6 - 5.7	
	% de participación en capacitaciones de gestión comercial				5.8 - 5.9 - 5.10	2.7
<b>Aspectos Financieros</b>						
% de artesanos que han recibido financiamiento por el estado			6.1 - 6.2 - 6.3	2.8		

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis "Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015"(p.124,preguntas 1.1, 1.2, 1.3, 1.4;p.125, pregunta 4.1; p.126, pregunta 4.2,4.3 5.4,5.5 ;p.127, pregunta 5.6;p.125 pregunta 4.1)

**ENCUESTA (1)<sup>63</sup>****INSTRUCCIONES:**

La presente encuesta tiene por finalidad recoger su apreciación crítica y objetiva en cuanto a las condiciones sociales, aspectos técnico productivo, de gestión empresarial, comercial y financiero con los que cuentan los artesanos textiles de Arequipa metropolitana, y su relación con los programas que brinda el estado peruano a favor de este sector productivo.

La información es completamente anónima por favor conteste con sinceridad marcando con una “x” en la opción que crea conveniente y completando los espacios en blanco.

Gracias por su colaboración.

**I. DATOS PERSONALES:**

1.1 Genero: ( M ) ( F )

1.2 Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

1.3 Distrito: \_\_\_\_\_

1.4 Edad: (     )

1.5 Número de años desempeñándose como artesano textil (     )

**II. ASPECTOS SOCIALES:**

2.1 Cuenta con vivienda propia: Si (     ) No (     )

2.2 Cuenta con acceso a servicios básicos (Luz, agua y desagüe): Si (     )  
No (     )

2.3 Cuenta con acceso a servicios de salud: Si (     ) No (     )

**III. ASPECTOS TÉCNICO PRODUCTIVOS:**

3.1 Cuenta con un taller productivo propio? Si (     ) No (     )

---

63

Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.124, preguntas 1.1, 1.2, 1.3, 1.4;p.125, pregunta 4.1; p.126, pregunta 4.2,4.3 5.4,5.5 ;p.127, pregunta 5.6;p.125 pregunta 4.1)

Calificar del 01 al 10 marcando con “X” según corresponda (Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto):

3.2 El nivel de conocimiento y dominio en técnicas productivas de tejido:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.3 El nivel de conocimiento y dominio en “Acabados de productos textiles”:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.4 El nivel de conocimiento y dominio en “Diseño de productos textiles”:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.5 Ha participado usted en capacitaciones a nivel técnico productivo realizadas por instituciones del estado? Si ( ) No ( )

3.6 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:  
( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE ( )  
MUNICIPALIDADES

3.7 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del estado le han permitido mejorar su desempeño técnico productivo? Si ( ) No ( )

#### IV. ASPECTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL:

4.1 Usted se encuentra formalizado: Si ( ) No ( )

4.2 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar que régimen tributario utiliza: RUC ( ) RUS ( )

4.3 Que beneficios ha obtenido de la asociatividad con otros artesanos de Arequipa Metropolitana:

- (    ) Aumentar sus ingresos por ventas      (    ) Atender pedidos de grandes volúmenes
- (    ) Acceder a crédito                      (    ) No obtiene ningún beneficio

Calificar del 01 al 10 marcando con “X” según corresponda (Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto):

4.4 El nivel de conocimiento en costos y tributación:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4.5 Ha participado usted en capacitaciones a nivel de gestión empresarial realizadas por instituciones del estado?    Si (    )    No (    )

4.6 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:  
(    ) CITE AREQUIPA    (    ) PROMPERU    (    ) PRODUCE    (    ) MUNICIPALIDADES

4.7 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del estado le han permitido mejorar su desempeño en gestión empresarial?  
Si (    )    No (    )

**V. ASPECTOS COMERCIALES:**

5.1Cuál es su ingreso promedio mensual por ventas locales y nacionales en los dos últimos años: S/.\_\_\_\_\_

5.2 Alguna vez ha exportado sus productos textiles con apoyo de una institución del estado?  
Si (    )    No (    )

5.3 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE ( )  
MUNICIPALIDADES

5.4 Si logró exportar, cuanto ganó aproximadamente por dicha exportación?  
(Tomar en cuenta la exportación de mayor volumen que usted tuvo en los dos  
últimos años)

S/.\_\_\_\_\_

5.5 Alguna vez ha participado en alguna feria con el apoyo de una institución  
del estado y ha podido exhibir y vender sus productos? Si ( ) No ( )

5.6 Si su respuesta anterior es "Si", indicar de que institución recibió apoyo:  
( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE ( )  
MUNICIPALIDADES

5.7 Si su respuesta en la pregunta 5.5 fue "Si", indicar en qué tipo de feria:  
Feria local ( ) Feria nacional ( ) Feria internacional ( )

5.8 Ha participado usted en capacitaciones a nivel de gestión comercial  
realizadas por instituciones del estado? Si ( ) No ( )

5.9 Si su respuesta anterior es "Si", indicar de que institución recibió apoyo:  
( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE ( )  
MUNICIPALIDADES

5.10 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del  
estado le han permitido mejorar su desempeño en gestión comercial? Si ( )  
No ( )

## VI. ASPECTOS FINANCIEROS:

6.1 Usted alguna vez ha recibido financiamiento por parte de una institución del estado?

Si ( ) No ( )

6.2 Si su respuesta anterior es "Sí", indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE ( )  
MUNICIPALIDADES

6.3 Si su respuesta en la pregunta 6.1 fue "Sí", indicar cuál fue el motivo principal por el cual solicitó el crédito:

( ) Comprar materia prima ( ) Comprar herramientas y maquinaria ( )  
) Otros

## VII. CONSIDERACIONES FINALES:

7.1 Considera que la intervención de los organismos del estado a través de sus instituciones son necesarios e importantes para el desarrollo de su sector.

( ) Muy importante ( ) Medianamente importante  
( ) Importante ( ) No importante

## CEDULA DE ENTREVISTA (2)

Se aplicara la siguiente entrevista a los directores, funcionarios de los organismos del estado que operan en beneficio del sector textil artesanal

**Muy buenos días/tardes/noches, ante todo muy agradecida por haber aceptado participar de la siguiente entrevista, la cual será vital para poder alcanzar los objetivos propuestos por este trabajo investigativo**

1.- Datos Generales:

1.1 Nombre de la institución que apoya al sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana: \_\_\_\_\_

1.2 Nombres y Apellidos del representante de la Institución:

\_\_\_\_\_

1.3 Sexo: ( M ) ( F )

1.4 Número de años desempeñándose como funcionario, director de la institución que apoya al sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana:

\_\_\_\_\_

1.5 Indicar el cargo que desempeña en la institución pública:

\_\_\_\_\_

2.- Preguntas:

2.1 ¿Cuál es la misión de la Institución, enfocadas a este rubro artesanal textil? Explique.

2.2 ¿Cuál es la situación actual del sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana?

2.3 ¿Qué percepción tiene en relación a la sostenibilidad y competitividad el sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana?

2.4 ¿Qué actividades, programas, proyectos viene ejecutando la Institución en los últimos años para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana? Explique.

2.5 ¿Qué mecanismos le brinda su Institución al artesano Textil, para desarrollar y potenciar su nivel Técnico -productivo?

- 2.6 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano Textil, para desarrollar una oferta artesanal Competitiva?
- 2.7 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano Textil, en relación a articulación comercial?
- 2.8 ¿La Institución brinda financiamiento para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana? Explique.
- 2.9 ¿Considera que su Institución aporta de manera positiva al desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana?, Fundamente su respuesta.
- 2.10 Definir si fuera posible las principales oportunidades y riesgos que se vienen dando en el sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana.
- 2.11 ¿Cuántos son el nro. de artesanos beneficiarios de sus programas capacitaciones, actividades, por parte de su organización o institución Pública?
- 2.12 ¿Cómo visiona al Sector Textil Artesanal en un futuro a 5 años?, en relación a su sostenibilidad y competitividad.

Despedida y agradecimiento.

#### **4. CAMPO DE VERIFICACIÓN <sup>64</sup>**

##### **2.1 Ubicación espacial:**

El estudio se realizará en Arequipa metropolitana, donde se encuentra un importante número de unidades de negocio artesanales textiles operando activamente.

##### **2.2 Ubicación temporal**

Es un estudio coyuntural, es decir está referido a un sector importante “Sector artesanal textil” que viene siendo apoyado por organismos del estado en el presente.

##### **2.3 Unidades de estudio**

Las unidades de estudio están constituidas por los Artesanos del Sector Textil que operan dentro de Arequipa Metropolitana (Se entiende por artesano textil a toda aquella persona que interviene en

---

<sup>64</sup> Fuente: 2017, Fernández Mendoza Rocío del Carmen, Tesis “Factores Asociados a las capacidades técnico productivas de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana 2014 -2015” (p.133)

uno o más procesos del ciclo productivo de un producto textil) y las instituciones públicas que intervienen en el sector:

**PROMPERU:** Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen. Es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportaciones, así como turística de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales.

**PRODUCE:** sector del Poder Ejecutivo encargado de formular, aprobar, ejecutar y supervisar todos los niveles de producción, industria, manufacturera y pesquera.

Comprende el fomento de la iniciativa empresarial, la competitividad de la micro y pequeña empresa, la asociatividad y el cooperativismo, así como las actividades de industrialización, procesamiento y manufactura, velando por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la protección del ambiente.

**MUNICIPALIDAD:** son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines”. Cuentan con la Gerencia de Desarrollo Económico y social generar políticas públicas que contribuyan a mejorar la educación, salud, ingresos y empleo de los habitantes del distrito, para cual formulan y ejecutan programas y proyectos productivos para apoyar las principales cadenas productivas del distrito.

**CITE AREQUIPA:** Es una institución público –privada sin fines de lucro, es supervisado y gestionado bajo la dirección del MINCETUR ejecutando sus actividades como institución del Estado. Sin embargo, sólo actúa como institución privada por la creación de la marca Quirao que está respaldada por artesanos de la Región Arequipa para la venta

de sus textiles a nivel nacional e internacional, buscando así fortalecer el sector artesanal en la región Arequipa.

Su objetivo es contribuir al desarrollo sostenible y aumento de la competitividad de nuestros artesanos, empresas y asociaciones involucradas en la cadena productiva de la artesanía textil y joyería artesanal; a través de la provisión y transferencia de servicios de innovación y capacidades técnico productivas.

### **2.3.1 Universo:**

Está conformado por 310 artesanos textiles, existentes en Arequipa Metropolitana, los cuales están empadronados e identificados por instituciones gubernamentales como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.<sup>65</sup>

### **2.3.2 Muestra:**

Teniendo en cuenta que el tamaño del universo es 310, siendo pequeño para fines de estudio no se tendrá muestra. Es decir el estudio alcanzará el 100% de artesanos textiles que desarrollan sus actividades en Arequipa Metropolitana año 2015.

## **5. Estrategia de recolección de datos**

Para la recolección de información la estrategia a utilizar implicara varios aspectos; en primer lugar se realizara la técnica documentaria para el desarrollo del marco teórico. Así mismo, se realizara una revisión de libros y artículos de revistas relacionados con el tema de estudio y al problema de investigación.

Se tienen acceso a una base de datos de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana, la cual ha sido recogida de la página web de artesanías del Perú oficial, publicada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Así mismo, se coordinará con instituciones del

---

<sup>65</sup> Ministerio de Comercio y Turismo: Directorio Nacional de Artesanos;  
En: <<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/directorio/infoartesanias.aspx>>

estado que brindan servicios a este sector para aplicar la encuesta del presente estudio a sus beneficiarios, lo cual permitirá determinar el nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero y de que manera las instituciones del Estado intervienen en su desarrollo.

Se realizará coordinación de entrevista con los representantes de las instituciones públicas Directores, Jefes, Administradores a fin de aplicar la entrevista planteada para recabar información válida sobre su intervención en el sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana en el año 2015.

Realizada la recolección de datos, se procederá a sistematizar estadísticamente dicha información, para de esta manera poder analizarla y obtener conclusiones finales del presente estudio.

#### **Recursos necesarios:**

##### **5.1.1 Recursos Humanos:**

Investigadora: Milagros del Carmen Fernández Mendoza

##### **5.1.2 Recursos Materiales:**

- Fichas de Trabajo
- Folders de Manila
- Copias e impresiones
- Internet
- lapiceros
- 1 Memoria USB
- Movilidad
- Tres Millares de papel bond A-4
- 1 Grabadora de voz

### 5.1.3 Financieros

El presupuesto del trabajo de investigación es de S/. 1500.00 (Mil quinientos y 00/100 nuevos soles). Este trabajo de investigación es financiado con recursos propios.

#### IV. CRONOGRAMA DE TRABAJO:

<div style="text-align: center;">Tiempo</div> <div style="text-align: left;">Actividad</div>	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
1.- Elaboracion del Proyecto	X	X	X									
2.- Desarrollo del Proyecto				X								
- Recoleccion de datos					X	X	X					
- Sistematizacion							X	X				
- Conclusiones y sugerencias									X	X		
3.- Elaboracion del informe										X	X	X



MATRIZ DE CONSISTENCIA				
"Influencia de la intervención de los Organismos del Estado Peruano en el desarrollo del Sector Textil Artesanal en Arequipa Metropolitana 2015"				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES Y SUBINDICADORES
¿Cuáles son los organismos públicos que intervienen en el sector artesanal textil en Arequipa metropolitana y como influye su intervención en el desarrollo del sector?	> Determinar en qué aspectos intervienen los organismos del estado peruano en el desarrollo de textil artesanal, en Arequipa metropolitana. > Determinar el nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero.	<b>Dado que</b> , los Organismos del estado a través de sus instituciones direccionan actividades para el desarrollo del sector textil artesanal, con el fin de que los artesanos alcancen un óptimo desarrollo y a su vez mejoren su calidad de vida.  <b>Es probable que</b> , las instituciones de los organismos del estado peruano a través de la promoción de sus actividades para el sector textil artesanal de Arequipa metropolitana, estén influenciando de manera significativa en el desarrollo de dicho sector.	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> Organismos del Estado	<p><b>Instituciones del estado:</b> CITE AREQUIPA PROMPERÚ PRODUCE MUNICIPALIDAD</p> <p>% de artesanos capacitados por las instituciones en técnicas productivas textiles. % de artesanos capacitados por las instituciones en gestión empresarial. % de artesanos capacitados por las instituciones en gestión comercial. % de artesanos a quienes se otorgó financiamiento por parte de las instituciones.</p> <p>Nivel de importancia de la intervención de las instituciones en el sector.</p>
				<p><b>Tipo y nivel de investigación</b> Por su finalidad: Investigación aplicada. Por su alcance temporal: Investigación seccional o sincrónica Por su fuente: Investigación Mixta (primaria y secundaria) Por su carácter: Cuantitativo Por su naturaleza: Investigación de campo y laboratorio.</p> <p><b>Campo de verificación</b> <b>Ubicación Espacial:</b> Ámbito Geográfico: Arequipa Metropolitana Ámbito Funcional: Sector artesanal Textil <b>Ubicación Temporal:</b> Es un estudio coyuntural, es decir está referido a un sector importante "Sector artesanal textil" que viene siendo apoyado por organismos del estado en el presente <b>Unidades de estudio:</b> Las unidades de estudio son las unidades de negocio del sector textil artesanal (de Arequipa metropolitana, de los cuales se obtendrá la información necesaria que permita medir la influencia de la intervención de las instituciones del Estado que operan en Arequipa metropolitana en el desarrollo de este sector productivo. <b>Población:</b> La población está constituida por todos los artesanos que se desempeñan en la producción de textiles artesanales, y teniendo en cuenta que la cantidad de artesanos existentes en la actualidad en Arequipa metropolitana no excede las 300 personas, no será necesario estimar una muestra.</p>

<p><b>Condiciones Sociales</b></p>	<p><b>Estrategia de recolección de datos</b> Para la recolección de información la estrategia a utilizar implicara varios aspectos: en primer lugar se realizara la técnica documentaria para el desarrollo del marco teórico. Así mismo, se realizara una revisión de libros y artículos de revistas relacionados con el tema de estudio y al problema de investigación. Se tienen acceso a una base de datos de los artesanos textiles de Arequipa Metropolitana, la cual ha sido recogida de la página web de artesanos del Perú oficial, publicada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Así mismo, se coordinará con instituciones del estado que brindan servicios a este sector para aplicar la encuesta del presente estudio a sus beneficiarios, lo cual permitirá determinar el nivel de desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana, en el aspecto social, técnico productivo, empresarial, comercial y financiero y de que manera las instituciones del Estado intervienen en su desarrollo. Se realizará coordinación de entrevista con los representantes de las Instituciones públicas Directores, Jefes, Administradores a fin de aplicar la entrevista planteada para recabar información valida sobre su intervención en el sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana en el año 2015. Realizada la recolección de datos, se procederá a sistematizar estadísticamente dicha información, para de esta manera poder analizarla y obtener conclusiones finales del presente estudio.</p>
<p>% de artesanos que cuentan con vivienda</p>	
<p>% de artesanos que cuentan con servicios básicos</p>	
<p>% de artesanos que cuentan con seguro de salud</p>	
<p><b>Aspectos Técnico Productivos</b></p>	
<p>% de artesanos que cuentan con taller productivo</p>	
<p>Nivel de conocimiento y dominio en técnicas productivas textiles</p>	
<p>Nivel de conocimiento y dominio en acabados de productos textiles</p>	
<p>Nivel de conocimiento y dominio en diseño textil</p>	
<p>% de participación en capacitaciones técnico productivas</p>	
<p><b>Aspectos de Gestión Empresarial</b></p>	
<p>% de artesanos formalizados</p>	
<p>Nivel de conocimiento sobre costos y tributación</p>	
<p>% de artesanos beneficiados por trabajar en asociatividad</p>	
<p>% de participación en capacitaciones de gestión empresarial</p>	
<p><b>Aspectos de Gestión Comercial</b></p>	
<p>Nivel de ingreso promedio mensual por ventas locales y Nacionales</p>	
<p>Nivel de ingreso promedio mensual por ventas de exportación</p>	
<p>% de participación en Ferias</p>	
<p>% de participación en capacitaciones de gestión comercial</p>	
<p><b>Aspectos Financieros</b></p>	
<p>% de artesanos que han recibido financiamiento por el estado</p>	

VARIABLE DEPENDIENTE:  
Desarrollo del Sector Textil  
Artesanal

### ANEXO 3 FORMATO DE ENCUESTA y ENTREVISTA

#### ENCUESTA<sup>66</sup>

##### INSTRUCCIONES:

La presente encuesta tiene por finalidad recoger su apreciación crítica y objetiva en cuanto a las condiciones sociales, aspectos técnico productivo, de gestión empresarial, comercial y financiero con los que cuentan los artesanos textiles de Arequipa metropolitana, y su relación con los programas que brinda el estado peruano a favor de este sector productivo.

La información es completamente anónima por favor conteste con sinceridad marcando con una "x" en la opción que crea conveniente y completando los espacios en blanco.

Gracias por su colaboración.

##### VIII. DATOS PERSONALES:

1.1 Genero: ( M ) ( F )

1.2 Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

1.3 Distrito: \_\_\_\_\_

1.4 Edad: (     )

1.5 Número de años desempeñándose como artesano textil (     )

##### IX. ASPECTOS SOCIALES:

2.1 Cuenta con vivienda propia: Si (     ) No (     )

2.2 Cuenta con acceso a servicios básicos (Luz, agua y desagüe): Si (     )  
No (     )

2.3 Cuenta con acceso a servicios de salud: Si (     ) No (     )

## X. ASPECTOS TÉCNICO PRODUCTIVOS:

3.1 Cuenta con un taller productivo propio? Si ( ) No ( )

Calificar del 01 al 10 marcando con “X” según corresponda (Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto):

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.3 El nivel de conocimiento y dominio en “Acabados de productos textiles”:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.4 El nivel de conocimiento y dominio en “Diseño de productos textiles”:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.5 Ha participado usted en capacitaciones a nivel técnico productivo realizadas por instituciones del estado? Si ( ) No ( )

3.6 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE  
( ) MUNICIPALIDADES

3.7 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del estado le han permitido mejorar su desempeño técnico productivo? Si ( )  
No ( )

**XI. ASPECTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL:**

4.1 Usted se encuentra formalizado: Si ( ) No ( )

184

4.2 Si su respuesta anterior es “Sí”, indicar que régimen tributario utiliza:

RUC ( ) RUS ( )

4.3 Que beneficios ha obtenido de la asociatividad con otros artesanos de Arequipa Metropolitana:

( ) Aumentar sus ingresos por ventas ( ) Atender pedidos de grandes volúmenes

( ) Acceder a crédito ( ) No obtiene ningún beneficio

Calificar del 01 al 10 marcando con “X” según corresponda (Siendo 1 el más bajo y 10 el más alto):

4.4 El nivel de conocimiento en costos y tributación:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4.5 Ha participado usted en capacitaciones a nivel de gestión empresarial realizadas por instituciones del estado? Si ( ) No ( )

4.6 Si su respuesta anterior es “Sí”, indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE  
( ) MUNICIPALIDADES

4.7 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del estado le han permitido mejorar su desempeño en gestión empresarial?

Si ( ) No ( )

## XII. ASPECTOS COMERCIALES:

5.1 Cuál es su ingreso promedio mensual por ventas locales y nacionales en los dos últimos años:

S/.\_\_\_\_\_

5.2 Alguna vez ha exportado sus productos textiles con apoyo de una institución del estado?

Si ( ) No ( )

5.3 Si su respuesta anterior es "Si", indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE  
( ) MUNICIPALIDADES

5.4 Si logró exportar, cuanto ganó aproximadamente por dicha exportación?  
(Tomar en cuenta la exportación de mayor volumen que usted tuvo en los dos últimos años)

S/.\_\_\_\_\_

5.5 Alguna vez ha participado en alguna feria con el apoyo de una institución del estado y ha podido exhibir y vender sus productos? Si ( )

No ( )

5.6 Si su respuesta anterior es "Si", indicar de que institución recibió apoyo:

( ) CITE AREQUIPA ( ) PROMPERU ( ) PRODUCE  
( ) MUNICIPALIDADES

5.7 Si su respuesta en la pregunta 5.5 fue “Si”, indicar en qué tipo de feria:

Feria local (     )            Feria nacional (     )    Feria internacional (     )  
(     )

5.8 Ha participado usted en capacitaciones a nivel de gestión comercial realizadas por instituciones del estado?    Si (     )    No (     )

5.9 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:  
(     ) CITE AREQUIPA    (     ) PROMPERU    (     ) PRODUCE  
(     ) MUNICIPALIDADES

5.10 Considera usted que las capacitaciones recibidas por instituciones del estado le han permitido mejorar su desempeño en gestión comercial?    Si (     )  
(     ) No (     )

### **XIII. ASPECTOS FINANCIEROS:**

6.1 Usted alguna vez ha recibido financiamiento por parte de una institución del estado?

Si (     )    No (     )

6.2 Si su respuesta anterior es “Si”, indicar de que institución recibió apoyo:

(     ) CITE AREQUIPA    (     ) PROMPERU    (     ) PRODUCE  
(     ) MUNICIPALIDADES

6.3 Si su respuesta en la pregunta 6.1 fue “Si”, indicar cuál fue el motivo principal por el cual solicitó el crédito:

(     ) Comprar materia prima    (     ) Comprar herramientas y  
maquinaria    (     ) Otros

#### XIV. CONSIDERACIONES FINALES:

7.2 Considera que la intervención de los organismos del estado a través de sus instituciones son necesarios e importantes para el desarrollo de su sector.

(     ) Muy importante  
importante

(     ) Medianamente

(     ) Importante

(     ) No importante



## FORMATO DE ENTREVISTA

### INSTRUCCIONES:

Se aplicara la siguiente entrevista a los directores, funcionarios de los organismos del estado que operan en beneficio del sector textil artesanal

**(Muy buenos días/tardes/noches, ante todo muy agradecida por haber aceptado participar de la siguiente entrevista, la cual será vital para poder alcanzar los objetivos propuestos por este trabajo investigativo)**

1.- Datos Generales:

1.1 Nombre de la institución que apoya al sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana: \_\_\_\_\_

1.2 Nombres y Apellidos del representante de la Institución:  
\_\_\_\_\_

1.3 Sexo: ( M ) ( F )

1.4 Número de años desempeñándose como funcionario, director de la institución que apoya al sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana:  
\_\_\_\_\_

1.5 Indicar el cargo que desempeña en la institución pública:  
\_\_\_\_\_

2.- Preguntas:

2.1 ¿Cuál es la misión de la Institución, enfocadas a este rubro artesanal textil?  
Explique.

2.2 ¿Cuál es la situación actual del sector artesanal textil de Arequipa Metropolitana?

2.3 ¿Qué percepción tiene en relación a la sostenibilidad y competitividad el sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana?

2.4 El desarrollo del sector Artesanal Textil de Arequipa Metropolitana, requiere de la voluntad política, sensibilización de las autoridades regionales y del compromiso de los principales actores públicos y privados vinculados al desarrollo artesanal, ¿Qué actividades, programas, proyectos viene ejecutando

su Institución en los últimos años para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana? Explique.

2.5 ¿Qué mecanismos le brinda su Institución al artesano Textil, para desarrollar y potenciar su nivel Técnico -productivo?

2.6 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano Textil, para desarrollar una oferta artesanal Competitiva?

2.7 ¿Qué mecanismos le brinda su institución al artesano Textil, en relación a articulación comercial?

2.8 ¿La Institución brinda financiamiento para el desarrollo del sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana? Explique.

2.9 ¿Considera que su Institución aporta de manera positiva al desarrollo del sector textil artesanal de Arequipa Metropolitana?, Fundamente su respuesta.

2.10 Definir si fuera posible las principales oportunidades y riesgos que se vienen dando en el sector textil artesanal en Arequipa Metropolitana.

2.11 ¿Cuántos son el nro. de artesanos beneficiarios de sus programas capacitaciones, actividades, por parte de su institución Pública?

2.12 ¿Cómo visiona al Sector Textil Artesanal en un futuro a 5 años?, en relación a su sostenibilidad y competitividad.

Despedida y agradecimiento.

#### ANEXO 4

### FOTOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS DE LAS INSTITUCIONES DEL ESTADO QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA.

-Leonardo López Zegarra

Director Ejecutivo

Centro De Innovación Tecnológica de Artesanías Y Turismo Arequipa –  
CITE AREQUIPA



- Ignacio Rivera Castillo

Director Regional- Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo –  
PROMPERU



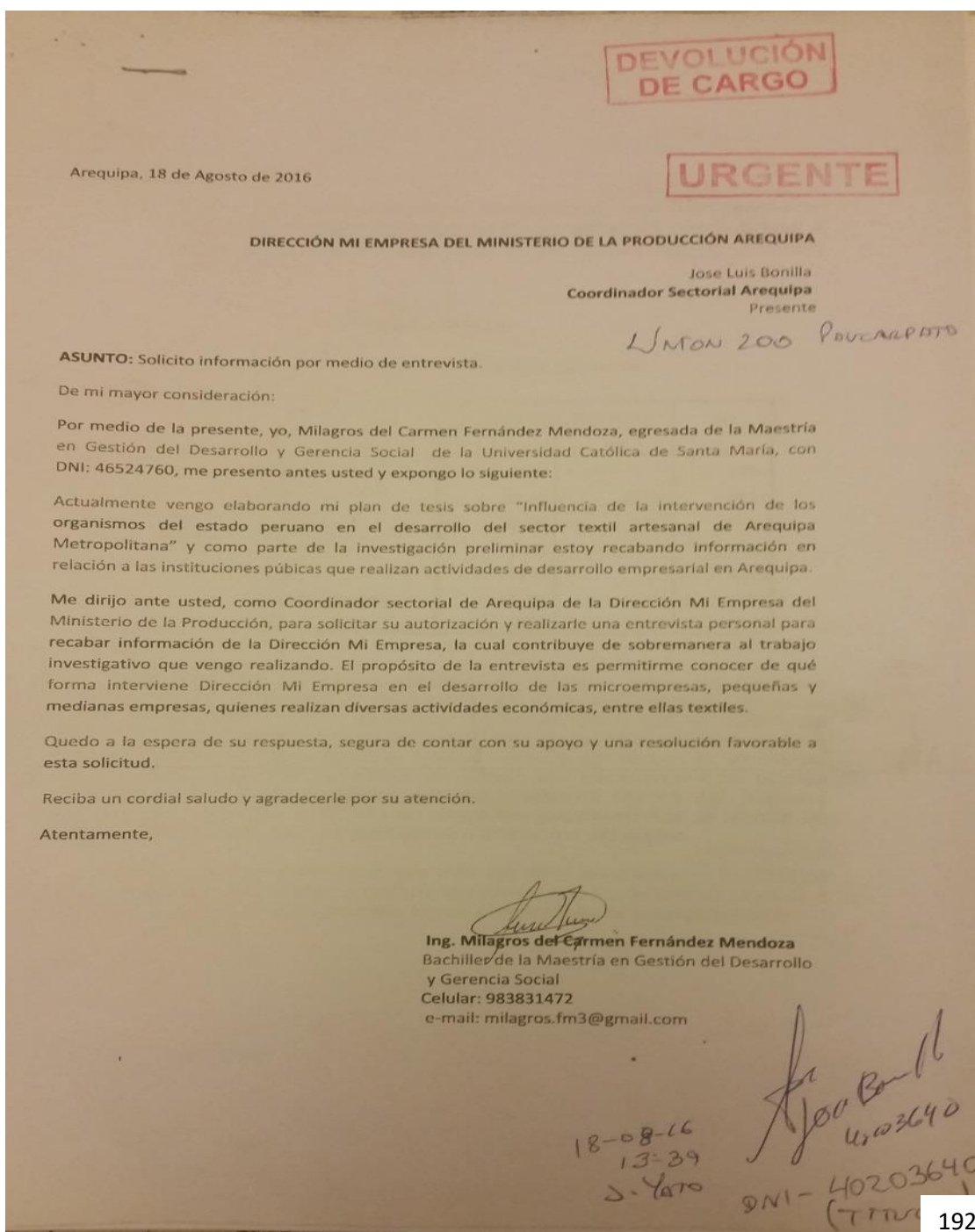
191

-José Luis Bonilla Galindo

Coordinador Sectorial

Ministerio De La Producción - PRODUCE

168





**GENERO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Masculino	34	11,0	11,0	11,0
Femenino	276	89,0	89,0	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 1.1

Elaboración: PROPIA

**LUGAR\_DE\_NACIMIENTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Arequipa	216	69,7	69,7	69,7
Puno	38	12,3	12,3	81,9
Cuzco	32	10,3	10,3	92,3
Ancash	2	,6	,6	92,9
Moquegua	12	3,9	3,9	96,8
Apurímac	3	1,0	1,0	97,7
Ucayali	2	,6	,6	98,4
Lima	5	1,6	1,6	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 1.2

Elaboración: PROPIA

**EDAD**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 18 a 30 años	33	10,6	10,6	10,6
De 31 a 40 años	63	20,3	20,3	31,0
Válidos De 41 a 50 años	90	29,0	29,0	60,0
De 51 a 60 años	89	28,7	28,7	88,7
Más de 60 años	35	11,3	11,3	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 1.4

Elaboración: PROPIA

**AÑOS DE DESEMPEÑO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 5 años	33	10,6	10,6	10,6
Entre 5 y 10 años	63	20,3	20,3	31,0
Válidos Entre 11 y 15 años	42	13,5	13,5	44,5
Entre 16 y 20 años	68	21,9	21,9	66,5
Más de 20 años	104	33,5	33,5	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 1.5

Elaboración: PROPIA

**DISTRITO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Arequipa	65	21,0	21,0	21,0
Alto Selva Alegre	18	5,8	5,8	26,8
Cayma	36	11,6	11,6	38,4
Cerro Colorado	41	13,2	13,2	51,6
Jacobo Hunter	8	2,6	2,6	54,2
Jose Luis Bustamante y Rivero	24	7,7	7,7	61,9
Mariano Melgar	12	3,9	3,9	65,8
Miraflores	14	4,5	4,5	70,3
Paucarpata	37	11,9	11,9	82,3
Sachaca	10	3,2	3,2	85,5
Yanahuara	5	1,6	1,6	87,1
Yura	5	1,6	1,6	88,7
Socabaya	10	3,2	3,2	91,9
Yarabamba	9	2,9	2,9	94,8
Uchumayo	16	5,2	5,2	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Válidos

Fuente: Encuesta, pregunta 1.3

Elaboración: PROPIA

**VIVIENDA\_PROPIA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	149	48,1	48,1	48,1
	No	161	51,9	51,9	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 2.1

Elaboración: PROPIA

**ACCESO\_A\_SERVICIOS\_BASICOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	286	92,3	92,3	92,3
	No	24	7,7	7,7	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 2.2

Elaboración: PROPIA

**ACCESO\_A\_SERVICIOS\_DE\_SALUD**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	281	90,6	90,6	90,6
	No	29	9,4	9,4	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 2.3

Elaboración: PROPIA

**CUENTA\_CON\_TALLER\_PRODUCTIVO\_PROPIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	93	30,0	30,0	30,0
	No	217	70,0	70,0	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 3.1

Elaboración: PROPIA

**NIVEL\_DE\_CONOCIMIENTO\_Y\_DOMINIO\_TECNICAS\_PRODUCTIVAS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	9	2,9	2,9	2,9
	Pobre	11	3,5	3,5	6,5
	Regular	71	22,9	22,9	29,4
	En vías de mejorar	78	25,2	25,2	54,5
	Sobresaliente	141	45,5	45,5	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 3.2

Elaboración: PROPIA

**NIVEL\_DE\_CONOCIMIENTO\_Y\_DOMINIO\_ACABADOS**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	8	2,6	2,6
	Pobre	14	4,5	7,1
	Regular	65	21,0	28,1
	En vías de mejorar	81	26,1	54,2
	Sobresaliente	142	45,8	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 3.3

Elaboración: PROPIA

**NIVEL\_DE\_CONOCIMIENTO\_Y\_DOMINIO\_DISEÑO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	18	5,8	5,8
	Pobre	69	22,3	28,1
	Regular	177	57,1	85,2
	En vías de mejorar	34	11,0	96,1
	Sobresaliente	12	3,9	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 3.4

Elaboración: PROPIA

**PARTICIPACION\_CAPACITACIONES\_TECNICO\_PRODUCTI  
VAS**

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	278	89,7	89,7	89,7
	No	32	10,3	10,3	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 3.5

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACION\_TECNICO\_PRODUCTIVA\_INSTITUCION\_APOYO**

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CITE AREQUIPA	152	49,0	49,0	49,0
	PROMPERU	35	11,3	11,3	60,3
	PRODUCE	49	15,8	15,8	76,1
	MUNICIPALIDADES	42	13,5	13,5	89,7
	No participó en Capacitaciones a nivel técnico productivo	32	10,3	10,3	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 3.6

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_TECNICO\_PRODUCTIVO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	222	71,6	71,6	71,6
No	56	18,1	18,1	89,7
Válidos No participó en capacitaciones a nivel técnico productivo	32	10,3	10,3	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 3.7

Elaboración: PROPIA

**SE\_ENCUESTRA\_FORMALIZADO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	149	48,1	48,1	48,1
Válidos No	161	51,9	51,9	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 4.1

Elaboración: PROPIA

**REGIMEN\_TRIBUTARIO\_UTILIZA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
RUC	51	16,5	16,5	16,5
RUS	98	31,6	31,6	48,1
No se encuentra formalizado	161	51,9	51,9	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 4.2

Elaboración: PROPIA

**BENEFICIOS\_DE\_LA\_ASOCIATIVIDAD**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Aumentar sus ingresos por ventas	120	38,7	38,7	38,7
Acceder a crédito	14	4,5	4,5	43,2
Atender pedidos de grandes volúmenes	140	45,2	45,2	88,4
No obtiene ningún beneficio	36	11,6	11,6	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 4.3

Elaboración: PROPIA

**NIVEL\_DE\_CONOCIMIENTO\_COSTOS\_Y\_TRIBUTACION**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	39	12,6	12,6
	Pobre	43	13,9	26,5
	Regular	112	36,1	62,6
	En vías de mejorar	74	23,9	86,5
	Sobresaliente	42	13,5	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 4.4

Elaboración: PROPIA

**PARTICIPACION\_CAPACITACIONES\_GESTION\_EMPRESARIAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	271	87,4	87,4
	No	39	12,6	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 4.5

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACION\_GESTION\_EMPRESARIAL\_\_INSTITUCION\_APOYO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CITE AREQUIPA	128	41,3	41,3	41,3
PROMPERU	19	6,1	6,1	47,4
PRODUCE	78	25,2	25,2	72,6
MUNICIPALIDADES	46	14,8	14,8	87,4
Válidos No participó en capacitaciones a nivel de gestión empresarial	39	12,6	12,6	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 4.6

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_GESTION\_EMPRESARIAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	217	70,0	70,0	70,0
No	54	17,4	17,4	87,4
Válidos No participó en capacitaciones a nivel de gestión empresarial	39	12,6	12,6	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 4.7

Elaboración: PROPIA

### INGRESO\_POR\_VENTAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de S/.500 soles	6	1,9	1,9
	De S/.500 a S/.1000 soles	10	3,2	5,2
	De S/.1001 a S/.1500 soles	13	4,2	9,4
	De S/.1501 a S/.2000 soles	20	6,5	15,8
	De S/.2001 a S/.2500 soles	141	45,5	61,3
	De S/.2501 a S/.3000 soles	79	25,5	86,8
	Más de S/.3000 soles	41	13,2	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 5.1

Elaboración: PROPIA

### EXPORTACION

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	147	47,4	47,4
	No	163	52,6	100,0
	Total	310	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, pregunta 5.2

Elaboración: PROPIA

**INSTITUCION\_APOYO\_EXPORTACION**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CITE	54	17,4	17,4	17,4
AREQUIPA				
PROMPERU	58	18,7	18,7	36,1
Válidos PRODUCE	29	9,4	9,4	45,5
MUNICIPALIDADES	6	1,9	1,9	47,4
No ha exportado	163	52,6	52,6	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.3

Elaboración: PROPIA

**MONTO\_EXPORTACION**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No exportó	163	52,6	52,6	52,6
Menos de S/.2000 soles	5	1,6	1,6	54,2
Entre S/.2000 y S/.4000 soles	9	2,9	2,9	57,1
Válidos Entre S/. 4001 y S/.6000 soles	11	3,5	3,5	60,6
Entre S/.6001 y S/.8000 soles	15	4,8	4,8	65,5
Entre S/.8001 y S/.10000 soles	36	11,6	11,6	77,1
Más de S/.10 000 soles	71	22,9	22,9	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.4

Elaboración: PROPIA

**PARTICIPACION\_FERIA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	285	91,9	91,9	91,9
	No	25	8,1	8,1	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.5

Elaboración: PROPIA

**PARTICIPACION\_FERIA\_APOYO\_INSTITUCION**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CITE AREQUIPA	143	46,1	46,1	46,1
	PROMPERU	41	13,2	13,2	59,4
	PRODUCE	4	1,3	1,3	60,6
	MUNICIPALIDADES	97	31,3	31,3	91,9
	No ha participado en ferias	25	8,1	8,1	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.6

Elaboración: PROPIA

**TIPO\_DE\_FERIA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Feria Local	222	71,6	71,6	71,6
Feria Nacional	34	11,0	11,0	82,6
Válidos Feria Internacional	29	9,4	9,4	91,9
No ha participado en ferias	25	8,1	8,1	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.7

Elaboración: PROPIA

**PARTICIPACION\_CAPACITACIONES\_GESTION\_COMERCIAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	106	34,2	34,2	34,2
No	204	65,8	65,8	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.8

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACION\_GESTION\_COMERCIAL\_INSTITUCION\_APOYO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	CITE AREQUIPA	28	9,0	9,0	
	PROMPERU	52	16,8	25,8	
	PRODUCE	21	6,8	32,6	
	MUNICIPALIDADES	5	1,6	34,2	
	No participó en capacitaciones a nivel de gestión comercial	204	65,8	65,8	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.9

Elaboración: PROPIA

**CAPACITACIONES\_MEJORAR\_DESEMPEÑO\_GESTION\_COMERCIAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Si	82	26,5	26,5	
	No	24	7,7	34,2	
	No participó en capacitaciones a nivel de gestión comercial	204	65,8	65,8	100,0
	Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 5.10

Elaboración: PROPIA

**RECIBIO\_FINANCIAMIENTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	49	15,8	15,8	15,8
Válidos No	261	84,2	84,2	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 6.1

Elaboración: PROPIA

**FINANCIAMIENTO\_APOYO\_INSTITUCION**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PRODUCE	37	11,9	11,9	11,9
MUNICIPALIDADES	12	3,9	3,9	15,8
Válidos No recibió financiamiento	261	84,2	84,2	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 6.2

Elaboración: PROPIA

**MOTIVO\_DEL\_FINANCIAMIENTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comprar materia prima	17	5,5	5,5	5,5
Válidos Comprar herramientas y maquinaria	32	10,3	10,3	15,8
No recibió financiamiento	261	84,2	84,2	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 6.3

Elaboración: PROPIA

**IMPORTANCIA\_DE\_INTERVENCION\_INSTITUCIONES\_EN\_SECTOR**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	234	75,5	75,5	75,5
Importante	49	15,8	15,8	91,3
Válidos Medianamente importante	21	6,8	6,8	98,1
No importante	6	1,9	1,9	100,0
Total	310	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, pregunta 7.1

Elaboración: PROPIA