

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO - ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**“INFLUENCIA DE LOS FACTORES EMPRESARIALES ASOCIADOS A  
LOS ARTESANOS TEXTILES, EN SUS INGRESOS; PROVINCIA DE  
AREQUIPA 2011-2012”**

**Tesis presentada por las Bachilleres:**

Rocio del Carmen Fernández Mendoza  
Milagros del Carmen Fernández Mendoza

Ingeniería Comercial en la Especialidad de  
Economía

**AREQUIPA – PERÚ**

**2013**



## DEDICATORIA

*“Agradecemos primero a Dios por todo lo que nos ha dado, a nuestros padres por su apoyo incondicional en todos estos años, y a todos los que de alguna u otra manera han participado en el desarrollo de este trabajo de investigación.”*

## RESUMEN

En el presente proyecto de investigación queremos determinar la influencia de los factores empresariales asociados a los artesanos textiles, en sus ingresos; Provincia de Arequipa 2011 -2012.

Para ello vamos a analizar diversos factores asociados a los artesanos textiles de la provincia de Arequipa como son: factor técnico productivo, factor de gestión empresarial y factor comercial; y así poder medir su influencia en el ingreso de los artesanos textiles.

Primero para poder determinar la influencia del factor técnico productivo, analizaremos el nivel de conocimiento en técnicas productivas de tejido, nivel de conocimiento en acabados y control de calidad de productos textiles, nivel de conocimiento en diseño de productos textiles, nivel tecnológico y maquinaria disponible.

Para determinar la influencia del factor gestión empresarial en los ingresos de los artesanos textiles, analizaremos el nivel de conocimiento de costos y tributación, nivel de conocimiento de ventas y atención al cliente, nivel de conocimiento sobre beneficios de la formalización y asociatividad.

Para determinar la influencia del factor comercial en los ingresos de los artesanos textiles, analizaremos el número de ferias y ruedas de negocio, nivel de conocimiento en tic's.

Además se entrevistará a expertos del sector, es decir a aquellos artesanos textiles que se vengan desempeñando por muchos años en este sector productivo, que sean reconocidos y vistos como ejemplo de perseverancia, buen desempeño y destreza por los demás artesanos textiles de la provincia de Arequipa, logrando así recoger apreciaciones críticas y objetivas, conocimientos y experiencias referentes a factores empresariales para poder obtener resultados más precisos y medir dicha influencia en sus ingresos.

Finalmente, luego de la obtención de los resultados y conclusiones de este proyecto investigativo, se presentará una propuesta de intervención que responda a las deficiencias encontradas, a los requerimientos y a las oportunidades existentes, con la finalidad de fortalecer a los artesanos textiles de la provincia de Arequipa, de tal manera que logren alcanzar una mejoría en la gestión integral de sus negocios e incrementen sus ingresos.

## SUMMARY

In this research project we want to determine the influence of business factors associated with textile artisans, in their income; Arequipa province 2011-2012.

We are going to analyze several factors associated with textile artisans in the province of Arequipa as: technical productive factor, business management factor and commercial factor, to measure their influence on the income of textile artisans.

First, in order to determine the influence of technical productive factor, we analyze the level of knowledge in productive techniques of weaving, level of knowledge in neat finishing and quality control of textiles, level of knowledge in textile design, technological level and machinery available.

To determine the influence of business management factor in incomes of textile artisans, analyze the level of knowledge of costs and taxation, level of knowledge about sales and customer service, and knowledge level about benefits of formalization and associativity.

To determine the influence of commercial factor in the incomes of textile artisans, analyze number of fairs and business conferences, level of knowledge in information and communication technologies (ICT).

In addition, a group of industry experts will interviewed, it means, those textile artisans who came performing for many years in this productive sector and to be recognized and seen as an example of perseverance, good performance and skill by other textile artisans of Arequipa, achieving critical and objective assessments, knowledge and experience in the subjects in order to obtain more accurate results and measure this influence on income.

Finally, after obtaining the results and conclusions of this research project, will present a proposal for action to respond to the deficiencies found, to the requirements and opportunities, with the purpose of strengthen the textile artisans of Arequipa province, so that they can achieve an improvement in the management of their businesses and increase this income.

## INDICE

### CAPITULO I ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. ARTESANÍA .....	02
1.1 Importancia de la Artesanía .....	02
1.2 Características del Sector Artesanal .....	03
2. ARTESANÍA TEXTIL.....	03
2.1. Potencial de la Artesanía Textil .....	04
3. FACTOR .....	05
4. FACTORES EMPRESARIALES .....	05
4.1 Factores Técnico Productivos.....	05
4.1.1. Técnicas Productivas de Textil .....	06
4.1.2. Acabado de los textiles .....	07
4.1.3. Diseño de los textiles .....	08
4.2. Gestión Empresarial .....	08
4.2.1. El Costo Económico .....	10
4.2.2. La Tributación .....	11
4.2.3. La Venta.....	12
4.2.4. La Atención al Cliente .....	13
4.2.5. Formalización de Empresas .....	14
4.2.6. Asociatividad Empresarial.....	15
4.3. Gestión Comercial .....	15
4.3.1. Volumen de Ventas .....	16
4.3.2. Exportación .....	17
4.3.3. Feria Comercial .....	18
4.3.4. Rueda de Negocios.....	19
4.3.5. Tecnologías de Información y Comunicación (Tics) .....	19
5. INGRESOS .....	20
6. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	21
6.1. Resumen del Trabajo de Investigación .....	21

### CAPITULO II

### RESULTADOS

1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	24
1.1. Género .....	24
1.2. Edad .....	25
1.3. Lugar de Nacimiento .....	26
1.4. Número de años de desempeño .....	27
1.5. Conocimiento en Técnicas Productivas de Tejido .....	28
1.6. Conocimiento en Acabados de Productos Textiles.....	29

1.7. Conocimiento en Diseño de Productos Textiles.....	30
1.8. Nivel Tecnológico y Maquinaria disponible.....	31
1.9. Conocimiento sobre Costos .....	32
1.10. Conocimiento sobre Tributación.....	33
1.11. Conocimiento sobre Ventas y Técnicas de Atención al Cliente .....	34
1.12. Conocimiento sobre los beneficios de la Formalización .....	35
1.13. Conocimiento sobre los beneficios de la Asociatividad .....	36
1.14. Máximo volumen promedio mensual de ventas locales .....	37
1.15. Mínimo volumen promedio mensual de ventas locales .....	38
1.16. Exportación de textiles artesanales .....	39
1.17. Mayor volumen de exportación realizada .....	40
1.18. Participación en Ferias.....	41
1.19. Tipo de feria en la que participó .....	42
1.20. Uso de Tecnologías de Información .....	43
1.21. Tecnologías de Información más usadas .....	44
<b>2. RESULTADOS DE TABLAS CRUZADAS .....</b>	<b>45</b>
2.1. Tabla cruzada de Sexo/Conocimiento en Diseño de productos textiles .....	45
2.2. Tabla cruzada de Conocimiento en Diseño de productos textiles/Máximo volumen promedio mensual de Ventas Locales ....	46
2.3. Tabla cruzada de Conocimiento sobre ventas y técnicas de Atención al cliente/ Máximo volumen promedio mensual de Ventas Locales.....	47
2.4. Tabla cruzada de Uso de Tecnologías de información / Máximo volumen promedio mensual de Ventas Locales .....	48
2.5. Tabla cruzada de Nivel Tecnológico y maquinaria disponible/Conocimiento en Acabados de productos textiles.....	49
2.6. Tabla cruzada de Nivel Tecnológico y maquinaria disponible/ Máximo volumen promedio mensual de Ventas Locales .....	50
2.7. Tabla cruzada de Conocimiento sobre Tributación /Participación en Ferias.....	51
2.8. Tabla cruzada de Conocimiento sobre Tributación /Exportación de Textiles Artesanales .....	52
2.9. Tabla cruzada de Conocimiento sobre los beneficios de la Asociatividad/ Exportación de Textiles Artesanales .....	53
<b>3. RESULTADOS DE ENTREVISTAS.....</b>	<b>54</b>
3.1. Preguntas (Aspectos Técnico Productivos).....	54
3.2. Preguntas (Aspectos de Gestión Empresarial) .....	56
3.3. Preguntas (Aspectos Comerciales).....	58
3.4. Consideraciones Finales.....	60
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>62</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....</b>	<b>67</b>
• Cuadro Nro 1: Marco Lógico.....	67
• Cuadro Nro 2: Resumen de Actividades.....	69

- Cuadro Nro 3: Presupuesto del Proyecto ..... 71
- Cuadro Nro 4: Indicadores de Rentabilidad ..... 76

BIBLIOGRAFÍA..... 77

## ANEXOS

1. Plan de Tesis.
2. Base de datos de los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.
3. Fotos de la Aplicación de Encuestas a Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.
4. Fotos de la Entrevista a Artesanos Textiles Representativos de la Provincia de Arequipa.





# **CAPITULO I**

## **ASPECTOS METODOLÓGICOS**

## 1. ARTESANÍA: <sup>1</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.

### 1.1. Importancia de la Artesanía: <sup>2</sup>

La artesanía es importante en varios aspectos como:

- 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 dos millones de personas, ubicadas en las zonas rurales y urbanas marginales del país.
- Existen alrededor de cien mil (100,000) talleres artesanales principalmente, micro y pequeñas empresas.

---

<sup>1</sup> Ley N<sup>o</sup> 29073

2007 "Artesanía" En: "Ley del Artesano y del desarrollo de la actividad artesanal", capítulo II, artículo 5.

<sup>2</sup> Ricardo limo del castillo –Prompex

2005 "Importancia de la artesanía "En : Oportunidad de negocios en la sierra exportadora artesanías pp 4,5 <[http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra\\_exportadora/05\\_artesania.pdf](http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra_exportadora/05_artesania.pdf)>

## 1.2. Características del Sector Artesanal: <sup>3</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. ARTESANÍA TEXTIL: <sup>4</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 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

---

<sup>3</sup> Mariola Fernández V. (Funcionaria del MINCETUR)  
s.f "Características del sector artesanal" En : Importancia del Sector artesanía en el comercio exterior"  
fecha de consulta :07/09/2012  
<[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>4</sup> Cesar P. Rios  
s.f "Artesanía textil" En : Peru Tourism Bureau fecha de consulta :  
07/09/2012<[http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art\\_80](http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art_80)>

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.

## 2.1 Potencial de la Artesanía Textil: <sup>5</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 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.

---

<sup>5</sup> Comexperu“ Potencial de la artesanía textil “En: Textiles peruanos Hilando el crecimiento fecha de consulta : 07/09/2012<<http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cportada.pdf>>

### 3. FACTOR:<sup>6</sup>

En un nivel general, un factor es un elemento o una concausa (cosa que, junto con otra, es la causa de un efecto): *“El tabaquismo es un factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades coronarias”, “Varios factores incidieron en la derrota del seleccionado argentino”.*

### 4. FACTORES EMPRESARIALES:<sup>7</sup>

Son todos aquellos elementos referidos a la gestión y administración de una unidad productiva de bienes o servicios; que 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.

#### 4.1. Factores Técnico Productivos:<sup>8</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

---

<sup>6</sup> Definición de 2008, “Definición de Factor” En : Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos  
fecha de consulta : 07/09/2012<<http://definicion.de/factor/>>

<sup>7</sup> Access my library  
s.f “Factores empresariales” En: Factores del crecimiento empresarial  
fecha de consulta : 07/09/2012  
< <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-161601381/factores-del-crecimiento-empresarial.html> >

<sup>8</sup> Gestipolis  
s.f “Factores técnico productivo” En: Factores de producción  
fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> >

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.

#### 4.1.1. Técnicas Productivas de Textil:<sup>9</sup>

Este ítem esta referido a todos los diversos métodos y procedimientos conocidos que son necesarios llevar a cabo por el artesano para la producción de textiles, entre los más conocidos se tiene:

**Espuma:** Se forman introduciéndole aire caliente a una sustancia elástica. Son telas de bajo peso esponjosas y elásticas.

**Fieltro:** Las fibras se cardan, se peinan y se rocian, luego se las aplica en una plancha donde se las agita. Son telas que no se deshilachan, ni tienen grano y no se rasgan, tienen mala caída.

**Entretejido o trencilla:** Este tipo de tejido se elabora con hilos que se entrelazan a lo largo y en diagonal.

---

<sup>9</sup> Albaro Higuera  
2005 “Técnicas productivas de Textil En: Textiles Prehispánicos -textiles fecha de consulta:07/09/2012<[http://www.tiwanakuarcho.net/13\\_handicrafts/textiles\\_tec.html](http://www.tiwanakuarcho.net/13_handicrafts/textiles_tec.html)>

**Tejido de punto:** Uno o más hilos forman bucles que se entrelazan entre sí. Son telas porosas que se estiran y son resistentes.

**Encaje:** Los hilos se anudan y se entrelazan para formar diferentes diseños; es un tejido abierto.

**Tejido en telar:** Este es un tejido que se forma a partir de dos o más conjuntos de hilos que se entrelazan de manera perpendicular. Este tipo de tejido se desteje, tiene grano y no se estiran.

**Telas compuestas:** Espuma y fibra, se mezcla la solución con las fibras se mezclan en un tambor y la tela queda en ambos lados con pelillos. Simil gamuza.

**Flocadura:** A una tela de base a través de adhesivo se le agregan diferentes fibras, estas telas quedan con una apariencia aterciopelada.

**Tejido revestido:** A una tela que actúa como base se le agrega cloruro de polivinilo o de poliuretano.

#### 4.1.2. Acabado de los textiles:<sup>10</sup>

El acabado es el proceso que se realiza sobre el tejido para modificar su comportamiento, tacto o apariencia, ya que durante los procesos como hilatura, tejeduría, lavado, teñido se eliminan ceras y grasas naturales que tienen las fibras, también otros aditivos usados para procesarlos, con lo que resulta un textil con tacto nada agradable y débil.

Los acabados químicos y físicos en los textiles, consisten en aumentar la funcionalidad de los tejidos y hacerlos más agradables a la hora de usarlos.

---

<sup>10</sup> "Acabado de los textiles" En: Mundo de la tintorería y lavandería fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.tintoreriaylavanderia.com/tintoreria/analisis-de-prendas/632-acabados-textiles.html>>

#### 4.1.3. Diseño de Textiles:<sup>11</sup>

El diseño textil es la disciplina involucrada en la elaboración de productos para la industria textil, tales como fibras, hilos, tejidos y tejidos con propiedades y características específicas, con el fin de satisfacer diversas necesidades humanas, como la obtención de insumos para el desarrollo de otros productos en los campos de la confección y decoración.

Como también la creación de diseños que "se estampan" y adornan este tejido y fibras para ser parte de los insumos.

El diseñador, como un profesional capaz de entender y resolver de manera creativa y técnica los diferentes problemas de diseño en la industria textil y de la confección, interviene en los procesos de tejido, estampado, corte y confección de telas.

#### 4.2. Gestión Empresarial:

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

La entrada en el nuevo siglo y el panorama cambiante del mercado, sumado al apareamiento y desarrollo de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's) ha hecho que las empresas tengan que desenvolverse en un entorno cada vez más complejo; por lo tanto la empresa moderna debe asumir el enorme desafío de

<sup>11</sup> "Diseño de textiles" En : Portal del Arte fecha de consulta: 07/09/2012 <[http://www.portaldearte.cl/terminos/textil\\_diseno.htm](http://www.portaldearte.cl/terminos/textil_diseno.htm)>  
"Diseño de textiles" En: Portal Centros de Estudios en comunicación 2011 fecha de consulta:07/09/2012<[http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=169:diseño-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26](http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=169:diseño-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26)>

modificar su gestión para competir con éxito en el mercado. Se puede decir entonces que la mayor parte de las empresas se han visto en la necesidad de abrazar una gestión de adaptación a los cambios y a las nuevas circunstancias venideras.<sup>12</sup>

El concepto de gestión empresarial aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa; la primera de esas funciones es la planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados. La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la organización en donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

En tercer lugar la dirección de la empresa, la cual en base al concepto de gestión empresarial implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.

El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de este modo se podrá cuantificar

---

<sup>12</sup> Enciclopedia virtual ,Gestión empresarial  
2007 "TICs" En: la gestión empresarial fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.eumed.net/libros/2007c/318/la%20gestion%20empresarial.htm>, Eumed.net, "La enciclopedia Virtual", La Gestión Empresarial.>

el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio.

Teniendo todo esto que ha sido mencionado en cuenta, podemos notar la eficiencia que posee el hecho de llevar a cabo la administración de empresas en base al concepto de gestión. El mismo aporta un nivel mucho más alto de organización permitiendo así que la empresa pueda desempeñarse muy bien en su área de trabajo. En el caso de que emprenda un nuevo negocio o una empresa, con el objetivo de que la misma llegue a grandes estatutos empresariales, le recomendamos entonces que la administración correspondiente a su empresa se encuentre regida por el concepto de gestión, y de esta manera se aumentaran los niveles de posible éxitos que se pueda tener en la empresa.<sup>13</sup>

#### **4.2.1. El Costo Económico:<sup>14</sup>**

SCHEIFLER (1999), concluye que los costos económicos entre otros términos, son abordados como:

El desembolso de dinero o valores, que se efectúa para llevar a cabo el proceso de producción, ya sea por compra de material, pago de mano de obra u otros gastos y se computa dentro del valor del bien o servicio producido u obtención del objeto económico procesado.

El valor de los factores de producción empleados en la producción.

La porción del precio de venta que no considera la ganancia o margen de utilidad de un bien o servicio.

---

<sup>13</sup> WEB dedicada a la Gestión y Administración de Empresas.  
s.f "Gestión Empresarial" En : gestión y administración , fecha de consulta :07/09/2012  
<<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gestion.html>>

<sup>14</sup> Ecc worl  
2009 "Costo económico" En : Actualidad economica -peru , fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://eccoworld.blogspot.com/2009/05/los-costos-economicos.html> > ,

- **Clasificación de Costos Económicos:** DOMINICK (1996), nos permite precisar que los costos económicos se clasifican en:

**Costos fijos:** Son aquellos que permanecen invariables durante todo el proceso productivo, serán los mismos, tanto si el volumen de producción o cantidades producidas son de una unidad, como de cientos, miles, etc.

**Costos variables:** Son aquellos que varían directamente con el volumen de producción o cantidades producidas; crecen si se produce más y disminuyen si se produce menos. Son ejemplos de costos variables, los desembolsos por mano de obra directa y las materias primas. Lo que en términos contables, es el costo primo, en términos económicos es costo variable por excelencia.

**Costo total:** Es el monto que resulta de sumar el costo fijo más el costo variable, es decir constituye el desembolso total que exige producir un determinado volumen de productos en un tiempo dado.

**Costo medio:** Es el desembolso por unidad producida, se le conoce como costo unitario, o costo promedio, o costo per cápita. Su cálculo se efectúa dividiendo el costo total entre el volumen de producción. El costo medio también se obtiene de sumar el costo fijo medio con el costo variable medio.

#### 4.2.2. La Tributación:<sup>15</sup>

Cuando hablamos sobre tributación nos referimos tanto el tributar, o pagar impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación

---

<sup>15</sup> Ecco finanzas

s.f "Tributación" En : Web dedicada a la Economía y Finanzas , Fecha de consulta : 07/09/2012  
< <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TRIBUTACION.htm> >

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 desestímulos 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.

#### **4.2.3. La Venta:<sup>16</sup>**

Venta es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). El término se usa

---

<sup>16</sup> Definición de s.f "venta" En: Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos , fecha de consulta:07/09/2012 <<http://definicion.de/venta/> >

tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden.

Cuando hablamos de venta también nos podemos referir al contrato a través del cual se transfiere una cosa propia a dominio ajeno por el precio pactado. La venta puede ser algo potencial (un producto que está a la venta pero que aún no ha sido comprado) o una operación ya concretada (en este caso, implica necesariamente la compra).

Suele hablarse de compra-venta para hacer mención a la operación bilateral donde el vendedor entrega una cosa determinada al comprador, quien paga por ella un precio. Lo habitual es dicho pago se realice en dinero, ya que si se escoge otro objeto a cambio estamos ante un trueque.

La venta de productos o servicios constituye la base de las operaciones de las empresas. A través de estas ventas, las compañías obtienen ingresos. El hecho de ser rentables dependerá de muchos otros factores, como la gestión de costos.

Cabe destacar que pueden venderse cosas materiales o simbólicas.

#### **4.2.4. La Atención al Cliente:<sup>17</sup>**

Podemos definir la atención al cliente como la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes o público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial.

Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial, se encuentra en nuestro interior, tiene consecuencias

---

<sup>17</sup> Williestrada vera  
2007 "Atención al cliente" En: servicio y atención al cliente , fecha de consulta :07/09/2012 <<http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf> >

favorables en el cliente o público usuario y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona.

El cliente está impulsado por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución.

A esta persona la encontraremos no sólo en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, pacientes; ellos son los clientes o público usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.

#### **4.2.5. Formalización de Empresas:<sup>18</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 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>18</sup> Secretaría de Desarrollo económico  
2012 " Formalización de empresas" En: Política Económica , fecha de consulta :10/09/2012  
<<http://www.envigado.gov.co/Secretarias/SecretariadeDesarrolloEconomico/documentos/2012/POLITICA%20PUBLICA%20ECONOMICA%20PARA%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20ENVIGADO.pdf> >  
E Morera Guillen  
2011 "formalización de empresas" En: Política Pública Económica, pág. 16, fecha de consulta:  
10/09/2012 Institución Universitaria Esumer, Centro de Investigaciones y Prospectiva, Medellín (Ant.).  
Colombia

#### 4.2.6. Asociatividad Empresarial:<sup>19</sup>

El término asociatividad empresarial esta referido a la unión de dos o mas 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.

#### 4.3. Gestión Comercial:<sup>20</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

<sup>19</sup> Cristian Marcelo Riffo Cáceres  
s.f "Asociatividad" En: Una solución moderna para enfrentar este mundo globalizado". fecha de consulta:10/09/2012

<sup>20</sup> Guía empresas de España  
s.f "Gestión comercial "En: "Guía Empresas XXI", Guía de Empresas de España y Emprendedores.  
<<http://www.guiaempresaxi.com/docs-definicion-de-gestion-comercial.html> >

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.

#### **4.3.1. Volumen de Ventas:<sup>21</sup>**

Es una medida contable que recoge los ingresos que una empresa ha obtenido con motivo de una actividad durante un periodo determinado de tiempo.

El volumen de ventas es el total de ingresos recibidos por la realización de todas las transacciones económicas realizadas durante un periodo de tiempo específico.

Consiste en el valor total de los bienes vendidos y servicios prestados por la empresa dentro de su actividad diaria y principal.

---

<sup>21</sup> e-conomic  
s.f "Volumen de ventas En: Glosario de Definición : volumen de negocio o ventas; fecha de consulta :  
14 /09/2012 <<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-volumen-de-negocios> >

- **Características:**

Es importante resaltar que el volumen de negocio no es igual a los pagos recibidos.

Los ingresos se contabilizan cuando se realicen, con independencia del flujo monetario, es decir, sin tener en cuenta cuando se realiza el pago.

El volumen de negocio es relevante en cuanto a representar solvencia frente a futuros clientes o acreedores.

El volumen de negocio o de ventas se calcula multiplicando el número de unidades vendidas por el precio establecido de venta por unidad.

#### **4.3.2. Exportación:** <sup>22</sup>

En economía, una 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.

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.

---

<sup>22</sup> Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos  
s.f "Exportación" En: Definición de exportación ; fecha de consulta :14/09/2012  
<<http://definicion.de/exportacion/>>

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

s.f "Exportación" En: Glosario definición de Exportación; fecha:14/09/2012

<[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)>

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.).

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.

#### **4.3.3. Feria Comercial:<sup>23</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 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.

---

<sup>23</sup> Definición ABC”

s.f “Feria comercial “ En :Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos; fecha de consulta : 14/10/2012 <<http://www.definicionabc.com/social/feria.php> >

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

#### **4.3.4. Rueda de Negocios:**<sup>24</sup>

La Rueda de Negocios se podría definir como un mecanismo simple y de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones, de uno o más países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas.

La Rueda de Negocios es un instrumento que permite lograr transacciones inter empresariales en servicios y/o bienes para el desarrollo de aquellas empresas que participan en ella. Permite a las empresas iniciar actividades internacionales; realizar estudios de mercado a costos reducidos; conocer y acceder a nuevos mercados; a nuevas oportunidades de negocio; descubrir que se pueden realizar distribuciones cruzadas, inclusive con empresas competidoras; conocer las adaptaciones que deberán realizarse a los productos.

#### **4.3.5. Tecnologías de Información y Comunicación (Tics):**<sup>25</sup>

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC o bien NTIC para Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación o IT para «Information Technology») agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

El uso de las tecnologías de información y comunicación entre los habitantes de una población, ayuda a disminuir en un momento

---

<sup>24</sup> Consultora Empresarial "Recursos S.A.C.  
s.f "Rueda de Negocios En: Rueda de negocios ,Eduardo Burga Bartra ;Fecha de consulta :  
14/09/2012 <[http://www.recursossa.com/Documentos/5\\_2.htm](http://www.recursossa.com/Documentos/5_2.htm) >

<sup>25</sup> Comunicación organizacional Blogspot  
s.f "TICS"En:; Tics y nuevos métodos de aprendizaje ;fecha de consulta 14/09/2012  
< <http://comunicacion-oranizacional.blogspot.com/2011/12/tics-y-nuevos-metodos-de-aprendisaje.html>>

determinado la brecha digital existente en dicha localidad, ya que aumentaría el conglomerado de usuarios que utilizan las TIC como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades y por eso se reduce el conjunto de personas que no las utilizan.

Técnicas usadas para conseguir, recibir, adquirir, procesar, guardar y diseminar información numérica, textual, pictórica, audible, visible (multimedia) a través de accesorios o dispositivos basados en combinación de la microelectrónica, la computación y las telecomunicaciones.

## 5. INGRESOS:<sup>26</sup>

Valor de las ventas o cifra de negocios. El ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta o compuesta.

Aunque los clientes que compraron la mercancía no hayan pagado, porque la venta ha sido efectuada a crédito, el ingreso ya ha sido devengado y se computa o contabiliza del mismo modo que si la venta hubiera sido efectuada al contado.

El concepto de ingreso hace referencia al ingreso total, si no se refiere a otro tipo de ingreso; en general el ingreso es todo flujo positivo de la cuenta de pérdidas y ganancias.

---

<sup>26</sup> “ Ingreso” En: La gran Enciclopedia de económica 2006-2009 Fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm> >

## 6. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS:

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

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

### 6.1. Resumen del Trabajo de Investigación:<sup>27</sup>

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.

---

<sup>27</sup> Mincetur  
2009 “Estudio de la línea de base de la artesanía textil” ; fecha de consulta :14/09/2012  
<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/94.pdf>>

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.



## 1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

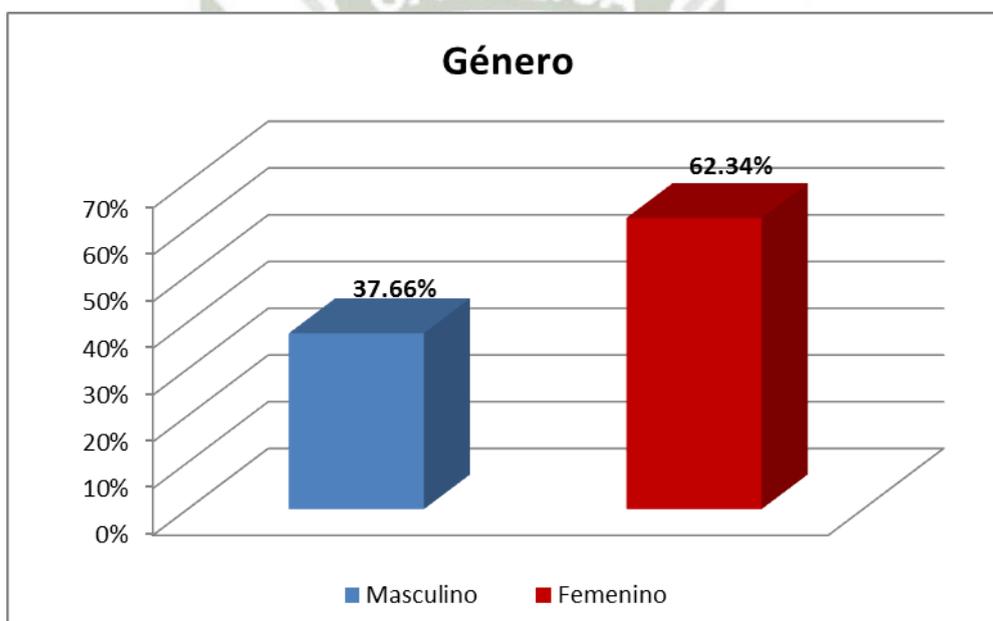
### 1.1. Género:

Cuadro N° 1

Sexo		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	119	37.66%
Femenino	197	62.34%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 1  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 1



Fuente: Cuadro N° 1

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°1** se puede observar que el 62.34% de los artesanos encuestados de la Provincia de Arequipa corresponden al género femenino, y el 37.66% corresponden al género masculino.

## 1.2. Edad:

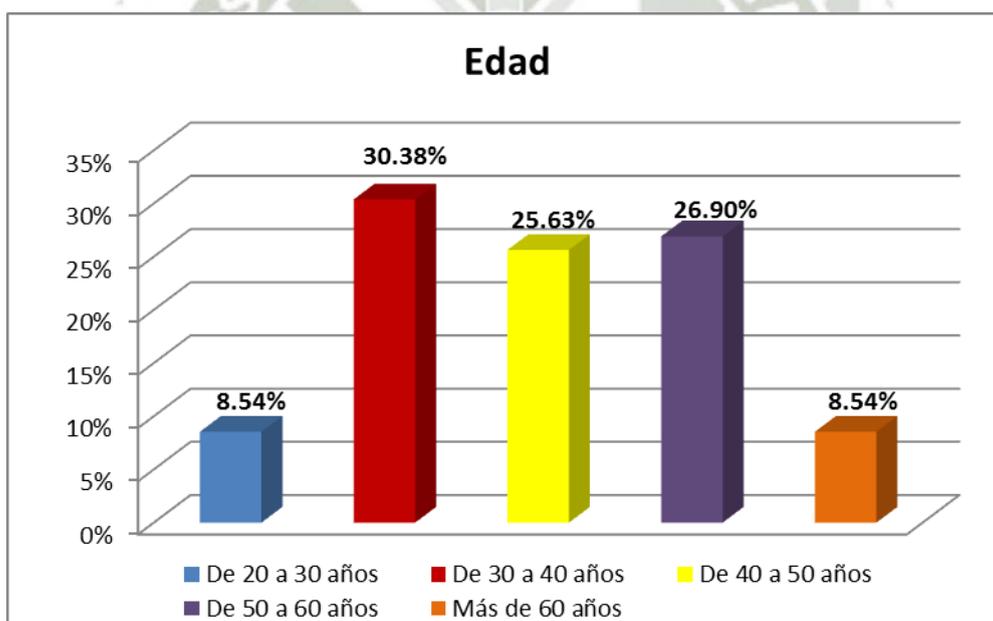
Cuadro N° 2

Edad		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 30 años	27	8.54%
De 30 a 40 años	96	30.38%
De 40 a 50 años	81	25.63%
De 50 a 60 años	85	26.90%
Más de 60 años	27	8.54%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 2

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 2



Fuente: Cuadro N° 2

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°2** se puede observar que el 30.38% de artesanos encuestados de la Provincia de Arequipa, tienen entre 30 y 40 años de edad, un 26.90% tienen de 50 a 60 años y un porcentaje de 25.63% de artesanos textiles se encuentran entre 40 y 50 años de edad, mientras que porcentajes menores con 8.54% están entre 20 y 30 años de edad y más de 60 años de edad.

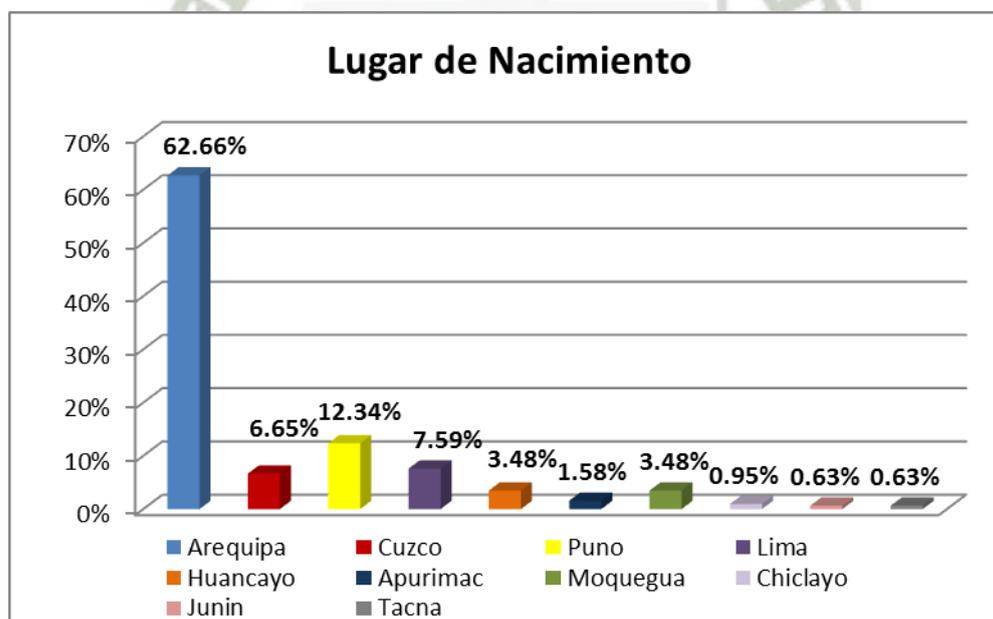
### 1.3. Lugar de Nacimiento:

Cuadro N° 3

Lugar de Nacimiento		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Arequipa	198	62.66%
Cuzco	21	6.65%
Puno	39	12.34%
Lima	24	7.59%
Huancayo	11	3.48%
Apurímac	5	1.58%
Moquegua	11	3.48%
Chiclayo	3	0.95%
Junín	2	0.63%
Tacna	2	0.63%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 3  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 3



Fuente: Cuadro N° 3  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°3** se puede observar que la mayoría de artesanos encuestados, son provenientes de la Provincia de Arequipa con un 62.66 %, seguidos de un 12.34 % que son provenientes de Puno, un 7.59 % son provenientes de Lima, y porcentajes menores son provenientes de ciudades como Cuzco, Huancayo, Apurímac, Moquegua, Chiclayo, Junín y Tacna.

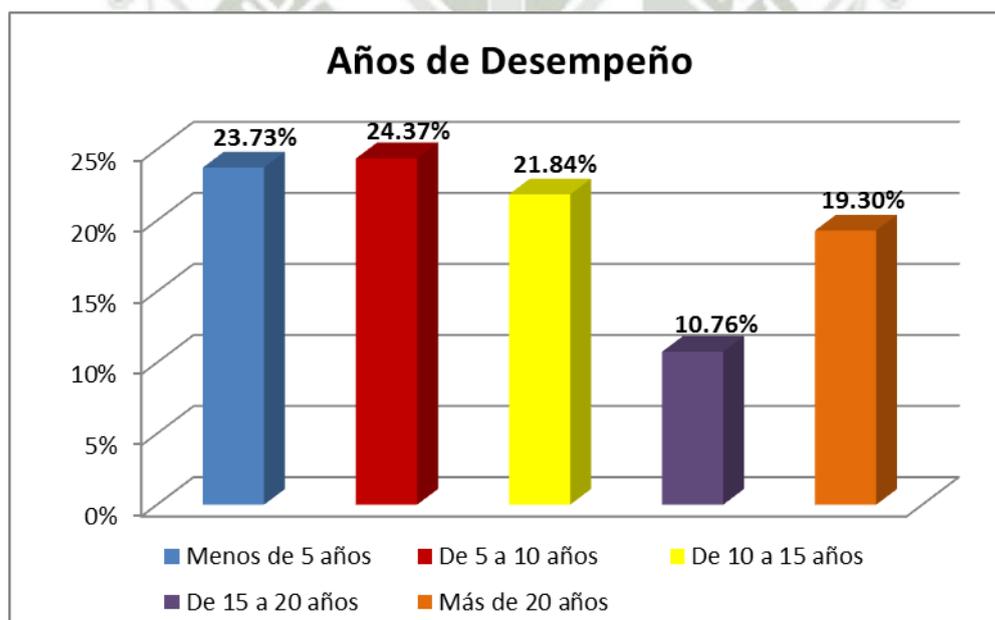
#### 1.4. Número de años de desempeño:

Cuadro N° 4

Años de Desempeño		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5 años	75	23.73%
De 5 a 10 años	77	24.37%
De 10 a 15 años	69	21.84%
De 15 a 20 años	34	10.76%
Más de 20 años	61	19.30%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 4  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 4



Fuente: Cuadro N° 4  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°4** se puede observar que un 24.37 % de los artesanos encuestados tienen entre 5 y 10 años de desempeño como tales, un 21.84 % tienen más de 10 años de desempeño, un 23.73 % tienen menos de 5 años de desempeño y porcentajes menores de 19.30% y 10.76%, tienen más de 20 años de desempeño y de 15 a 20 años de desempeño respectivamente en este sector.

### 1.5. Conocimiento en Técnicas Productivas de Tejido:

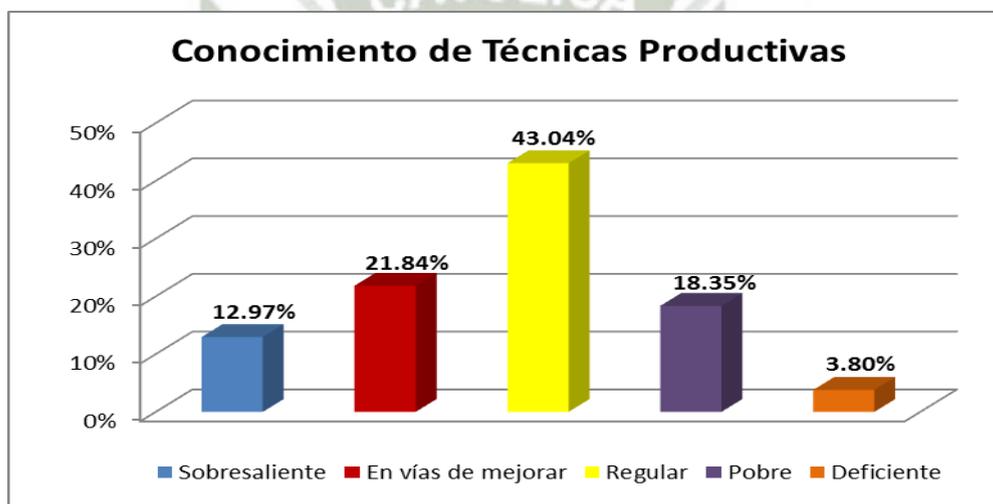
Cuadro N° 5

Conocimiento en Técnicas Productivas		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	41	12.97%
En vías de mejorar	69	21.84%
Regular	136	43.04%
Pobre	58	18.35%
Deficiente	12	3.80%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 5

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 5



Fuente: Cuadro N° 5

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°5** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre el conocimiento en técnicas productivas en los años 2011 -2012 que posee el artesano textil medida a través de una "escala de medición" que tiene un rango del 1 al 10, un porcentaje de 12.97% de los encuestados se encuentran en la posición 1 y 2 mostrando que tienen un conocimiento sobresaliente en técnicas productivas, un 21.84 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que sus conocimientos son buenos y están en vías de mejorar, mientras que en mayor porcentaje un 43.04% de los artesanos textiles encuestados están en la posición entre 4 y 6 lo que nos indica que tienen un conocimiento regular en técnicas productivas para la realización de tejidos; y en porcentajes menores tenemos que un 18.35 % de los artesanos encuestados están en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre sobre Técnicas Productivas de textiles, y que un 3.80% de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que sus conocimientos son deficientes en técnicas productivas para la realización de Tejidos.

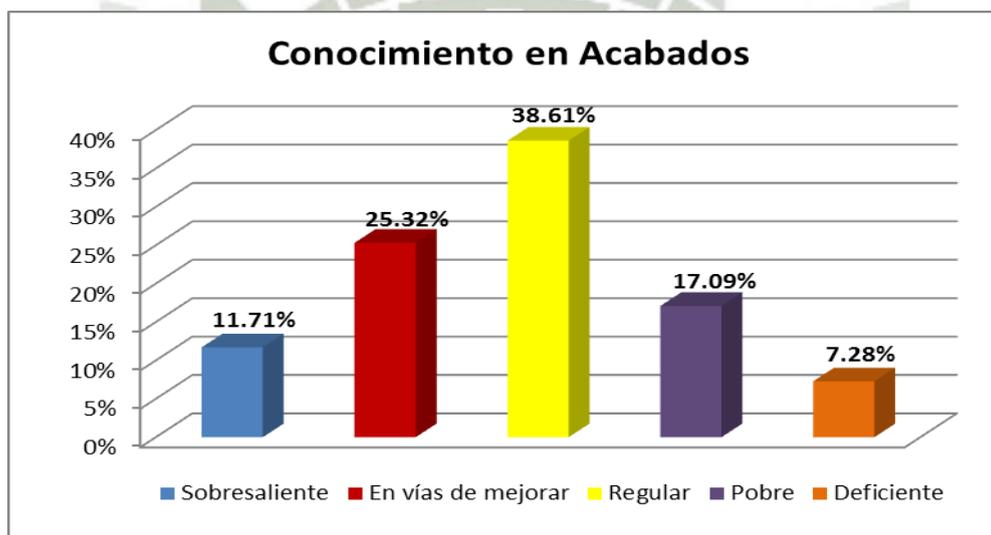
**1.6. Conocimiento en Acabados de productos textiles:**

**Cuadro Nº 6**

Conocimiento en Acabados		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	37	11.71%
En vías de mejorar	80	25.32%
Regular	122	38.61%
Pobre	54	17.09%
Deficiente	23	7.28%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta Nº 6  
Elaboración: PROPIA

**Gráfico Nº 6**



Fuente: Cuadro Nº 6  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico Nº6** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre el conocimiento en Acabados textiles que tiene en artesano textil en los años 2011-2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10 , se puede observar que un 38.61 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 , mostrando que tienen un conocimiento regular sobre acabados textiles , un 25.32% de los artesanos encuestados están en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que tienen un conocimiento bueno en vías de mejorar ,un 17.09% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 7 y 8 indicando que sus conocimientos son pobres en cuanto a acabados de textiles y un porcentaje menor 7.28% de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que tienen un conocimiento deficiente sobre Técnicas Productivas de textiles; finalmente solo un 11.71% de los artesanos textiles de la provincia de Arequipa están en la posición entre 1 y 2 lo que nos indica que tienen un conocimiento sobresaliente sobre Técnicas Productivas de textiles.

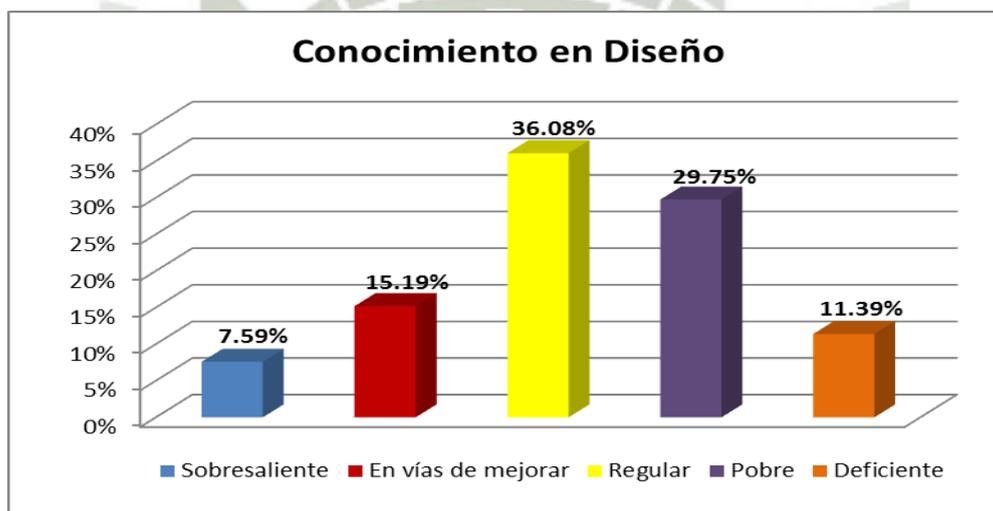
### 1.7. Conocimiento en Diseño de productos textiles:

Cuadro N° 7

Conocimiento en Diseño		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	24	7.59%
En vías de mejorar	48	15.19%
Regular	114	36.08%
Pobre	94	29.75%
Deficiente	36	11.39%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 7  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 7



Fuente: Cuadro N° 7  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°7** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre el conocimiento en Diseños Textiles que tiene en artesano textil en los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10 , se puede observar que un 36.08 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 lo que nos indica que tienen un conocimiento regular en diseño, un 29.75% de los artesanos encuestados están en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre en diseño y en porcentajes menores un 15.19% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 que indica que sus conocimientos están en vías de mejorar sobre diseño de textiles , un 11.39 % de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 9 y 10 mostrando que sus conocimientos son deficientes sobre diseños textiles, y solo un 7.59 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 1 y 2 mostrando que son muy pocos son los que tienen un conocimiento sobresaliente sobre diseño de textiles.

**1.8. Nivel Tecnológico y Maquinaria disponible:**

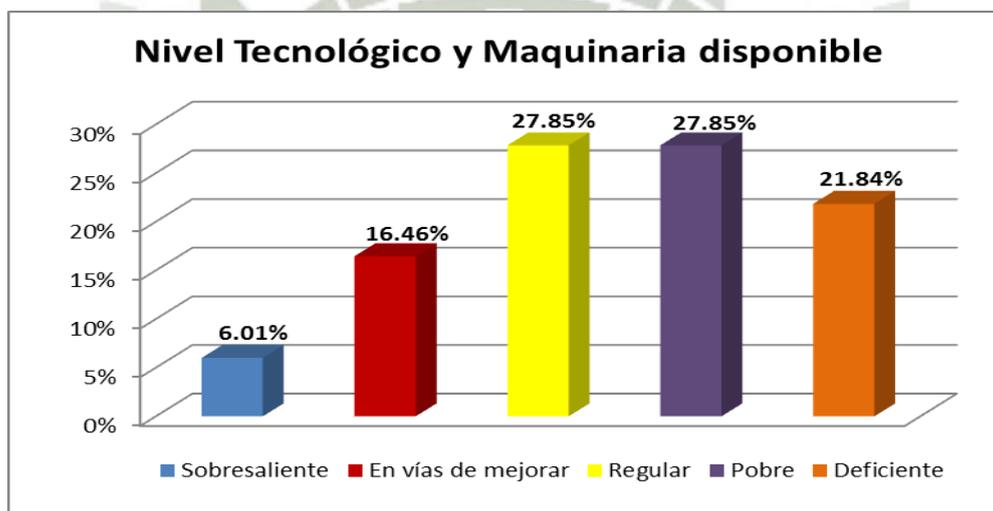
**Cuadro N° 8**

<b>Nivel Tecnológico y Maquinaria disponible</b>		
<b>Valor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sobresaliente	19	6.01%
En vías de mejorar	52	16.46%
Regular	88	27.85%
Pobre	88	27.85%
Deficiente	69	21.84%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 8

Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 8**



Fuente: Cuadro N° 8

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°8** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre el nivel tecnológico y maquinaria disponible con el que cuenta el artesano textil en los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10 , se puede observar que un 27.85% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 lo que nos indica que tienen una disposición regular de tecnología y maquinaria ,un porcentaje similar de los artesanos encuestados están en la posición entre 7 y 8 lo que muestra que su disposición de tecnología es pobre y un porcentaje menor de 21.84 % de los artesanos encuestados están en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que tienen una disposición deficiente de nivel tecnológico y maquinaria , un 16.46% de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que dispone de un nivel tecnológico y maquinaria bueno en vías de mejorar para la producción de textiles, , y solo un 6.01% de los artesanos indican que se encuentran en la posición entre 1 y 2 es decir que tienen una disposición sobresaliente a nivel tecnológico y de maquinaria para la producción de textiles.

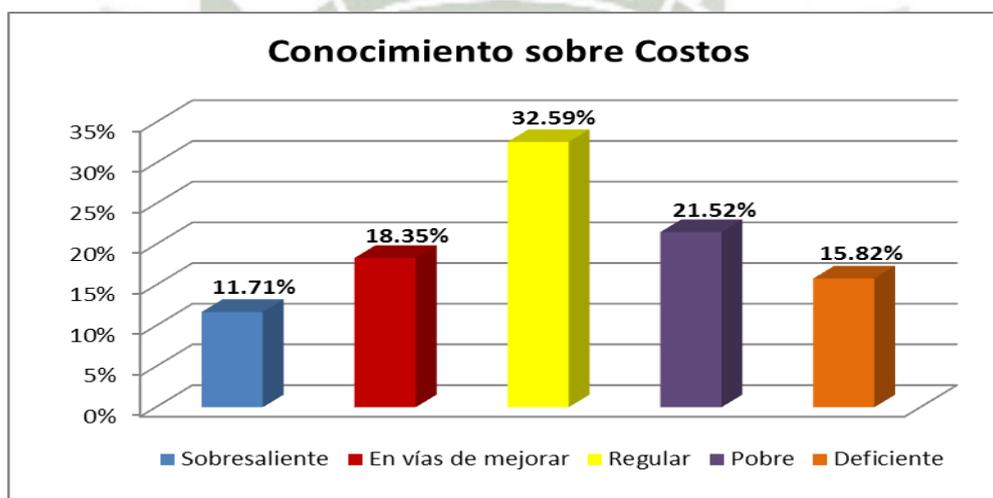
### 1.9. Conocimiento sobre Costos:

Cuadro N° 9

Conocimiento sobre Costos		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	37	11.71%
En vías de mejorar	58	18.35%
Regular	103	32.59%
Pobre	68	21.52%
Deficiente	50	15.82%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 9  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 9



Fuente: Cuadro N° 9  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°9** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre conocimiento en costos con el que cuenta el artesano textil en los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10, se puede observar que un 32.59% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 que señala que tienen un conocimiento regular para determinar los costos incurridos en la producción de textiles, un 21.52 % de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre sobre costos de producción, un 15.82 % de los artesanos encuestados están en la posición entre 9 y 10 lo que muestra que sus conocimientos son deficientes en cuanto a costos , además se puede observar que un porcentaje de 18.35 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 que muestra que sus conocimientos son buenos y están en vías de mejorar para determinar los costos de producción de textiles y un porcentaje menor de 11.71% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 1 y 2 que indica que tienen un conocimiento sobresaliente para determinar los costos incurridos en la producción de textiles.

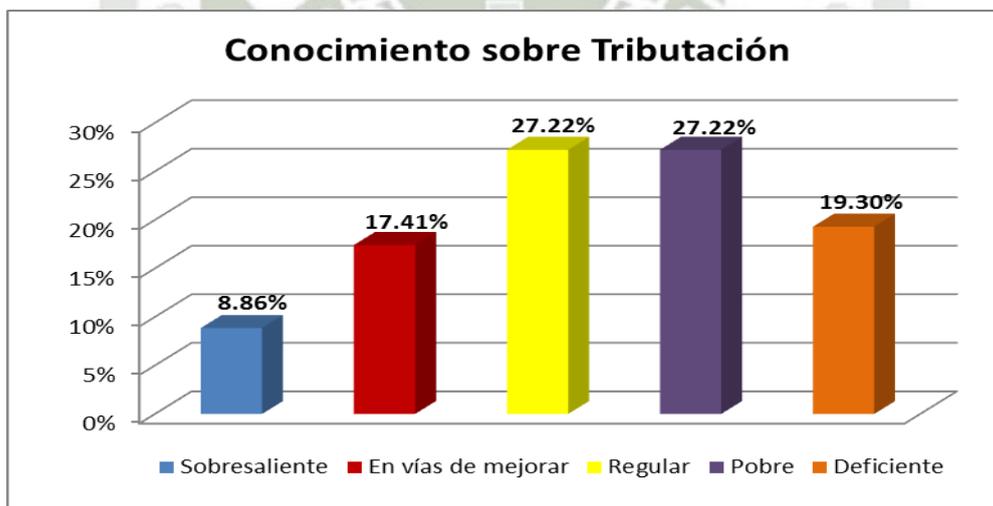
**1.10. Conocimiento sobre Tributación:**

**Cuadro N° 10**

Conocimiento sobre Tributación		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	28	8.86%
En vías de mejorar	55	17.41%
Regular	86	27.22%
Pobre	86	27.22%
Deficiente	61	19.30%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 10  
Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 10**



Fuente: Cuadro N° 10  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°10** se puede observar los datos recogidos de la encuesta sobre conocimiento y capacidad para calcular correctamente sus impuestos en los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10, se puede observar que un 27.22% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 lo que nos indica que tienen un conocimiento regular sobre tributación y un porcentaje similar de los artesanos encuestados están en la posición entre 7 y 8 que indica que sus conocimientos son pobres sobre tributación, un 19.30 % de los artesanos encuestados están en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que tienen un conocimiento deficiente sobre tributación, y en porcentajes menores de 17.41 % de los artesanos encuestados se localizan en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que tienen un conocimiento bueno en vías de mejorar para determinar los impuestos y un 8.86 % de los artesanos textiles encuestados se encuentran en la posición entre 1 y 2 lo que nos indica que tiene un conocimiento y capacidad sobresaliente para calcular correctamente sus impuestos.

### 1.11. Conocimiento sobre Ventas y Técnicas de Atención al Cliente:

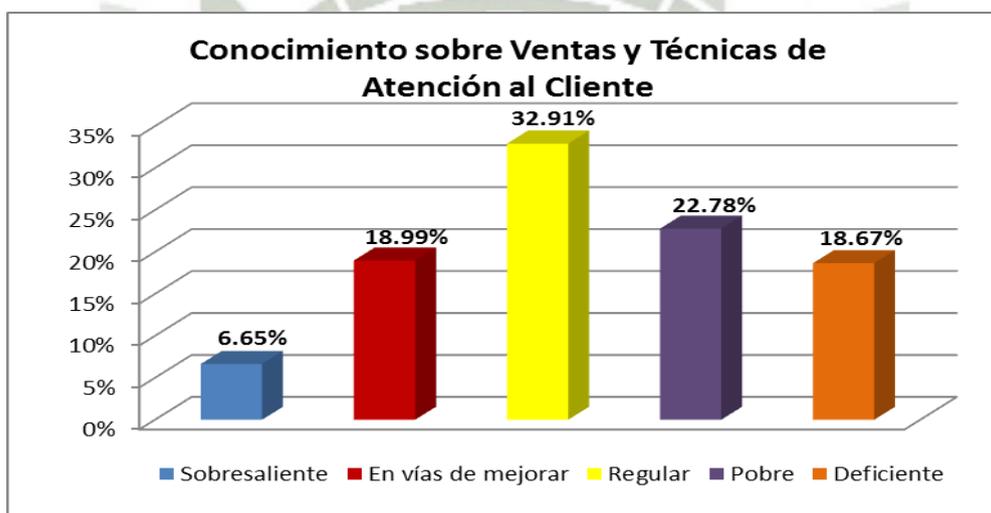
Cuadro N° 11

Conocimiento sobre ventas y Técnicas de Atención al cliente		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	21	6.65%
En vías de mejorar	60	18.99%
Regular	104	32.91%
Pobre	72	22.78%
Deficiente	59	18.67%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 11

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 11



Fuente: Cuadro N° 11

Elaboración: PROPIA

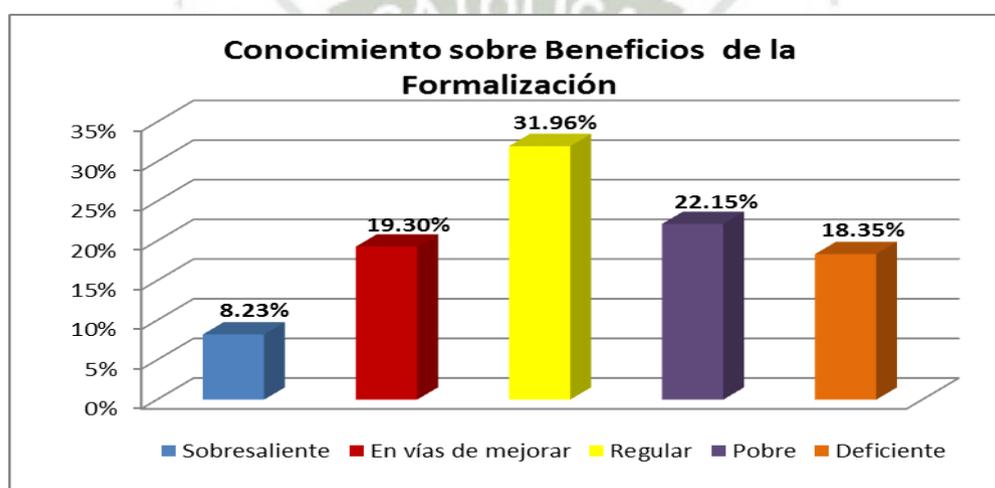
En el **gráfico N°11** se puede observar los datos recogidos de la encuesta en cuanto al conocimiento en ventas y técnicas de atención al cliente que poseen los artesanos textiles en los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10, se puede observar que un 32.91% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 lo que nos indica que tienen un conocimiento regular sobre Ventas y Técnicas de Atención al Cliente, un 22.78% de los artesanos encuestados están en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre sobre Ventas y Técnicas de Atención al Cliente, un 18.99% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que tienen un conocimiento bueno en vías de mejorar para determinar las ventas y técnicas de atención al cliente y un porcentaje 18.67 % de los artesanos textiles encuestados se encuentran en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que tienen un conocimiento deficiente y por ultimo un 6.65% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición 1 y 2 que indica que tienen un conocimiento en ventas y técnicas de atención al cliente sobresaliente .

**1.12. Conocimiento sobre los Beneficios de la Formalización:  
Cuadro N° 12**

<b>Conocimiento sobre los beneficios de la Formalización</b>		
<b>Valor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sobresaliente	26	8.23%
En vías de mejorar	61	19.30%
Regular	101	31.96%
Pobre	70	22.15%
Deficiente	58	18.35%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 12  
Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 12**



Fuente: Cuadro N° 12  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°12** se puede observar los datos recogidos de la encuesta en cuanto al conocimiento sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios que poseen los artesanos textiles en los años 2011-2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10, se puede observar que un 31.96 % de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 4 y 6 mostrando así que tienen un conocimiento regular sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios, un 22.15% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios, un 19.30% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 es decir sus conocimientos son buenos y están en vías de mejorar sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios y un porcentaje 18.35% de los artesanos textiles encuestados se encuentran en la posición entre 9 y 10 lo que nos indica que tienen un conocimiento deficiente sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios y finalmente en menor porcentaje 8.23% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 1 y 2 que muestra que sus conocimientos sobre los beneficios provenientes de la formalización de sus negocios es sobresaliente.

### 1.13. Conocimiento sobre los Beneficios de la Asociatividad:

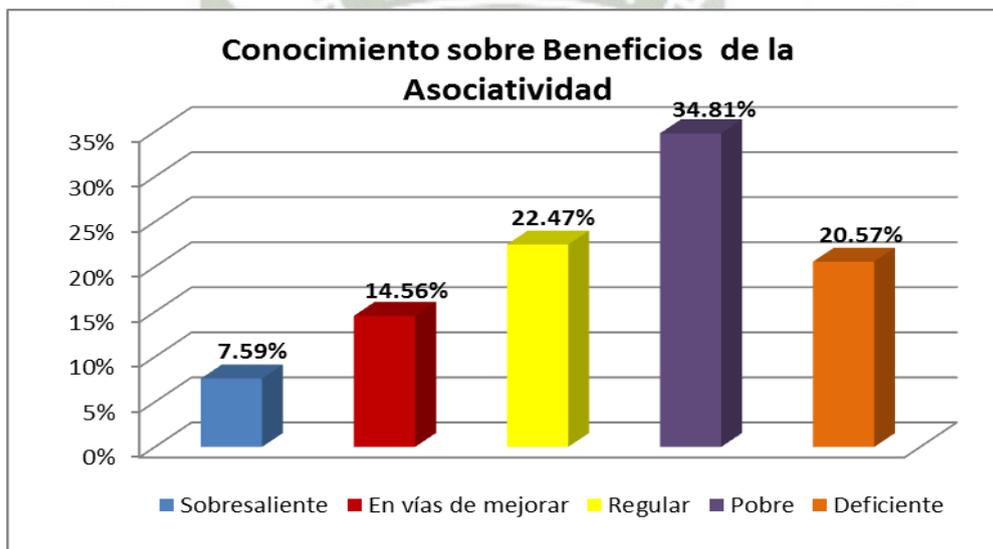
Cuadro N° 13

Conocimiento sobre los beneficios de la Asociatividad		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Sobresaliente	24	7.59%
En vías de mejorar	46	14.56%
Regular	71	22.47%
Pobre	110	34.81%
Deficiente	65	20.57%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 13

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 13



Fuente: Cuadro N° 13

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°13** se puede observar los datos recogidos de la encuesta en cuanto al conocimiento sobre los beneficios provenientes de la Asociatividad que poseen los artesanos textiles los años 2011- 2012 medida a través de una “escala de medición” que tiene un rango del 1 al 10, se puede observar que un 34.81% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 7 y 8 lo que nos indica que tienen un conocimiento pobre sobre los beneficios provenientes de la asociatividad, un 20.57% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 9 y 10 indicando que sus conocimientos en cuanto a beneficios de asociatividad es deficiente, un 14.56% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 3 y 4 lo que nos indica que tienen un conocimiento bueno en vías de mejorar ,finalmente en menor porcentaje 7.59% de los artesanos encuestados se encuentran en la posición entre 1 y 2, lo que indica que tienen un conocimiento sobresaliente sobre los beneficios provenientes de la asociatividad.

### 1.14. Máximo volumen promedio mensual de ventas locales:

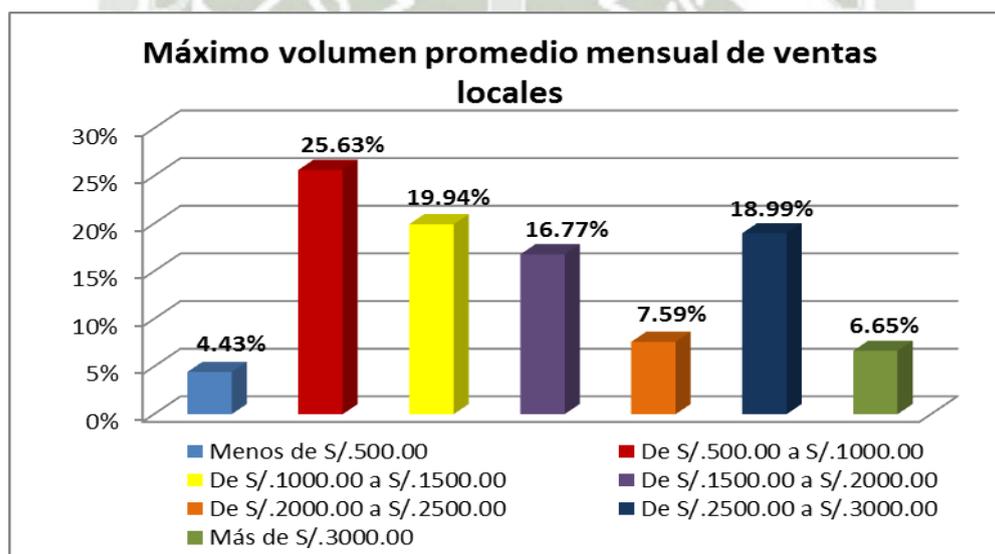
Cuadro N° 14

Máximo volumen promedio mensual de ventas locales		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de S/.500.00	14	4.43%
De S/.500.00 a S/.1000.00	81	25.63%
De S/.1000.00 a S/.1500.00	63	19.94%
De S/.1500.00 a S/.2000.00	53	16.77%
De S/.2000.00 a S/.2500.00	24	7.59%
De S/.2500.00 a S/.3000.00	60	18.99%
Más de S/.3000.00	21	6.65%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 14

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 14



Fuente: Cuadro N° 14

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°14** se puede observar que en los años 2011- 2012 un 4.43% de los artesanos textiles encuestados obtuvieron menos de S/.500.00 en promedio mensual de ventas locales, pero un porcentaje mayor de 25.63% de los artesanos encuestados tienen un máximo volumen promedio mensual de ventas locales de S/.500.00 a S/.1,000.00, porcentajes similares un 19.94% tienen un volumen promedio mensual de ventas locales de S/.1,000.00 a S/.1,500.00, un 18.99% de S/.2,500.00 a S/.3,000.00, en menor porcentaje un 16.77% de los artesanos obtuvo sólo la cantidad de S/.1,500.00 a S/.2,000, además se puede observar que un 7.59% de los encuestados obtuvo un máximo de ventas locales de S/.2,000.00 a S/.2,500.00 y por último un porcentaje menor de 6.65% de los encuestados logro obtener más de S/.3000.00.

**1.15. Mínimo volumen promedio mensual de ventas locales:**

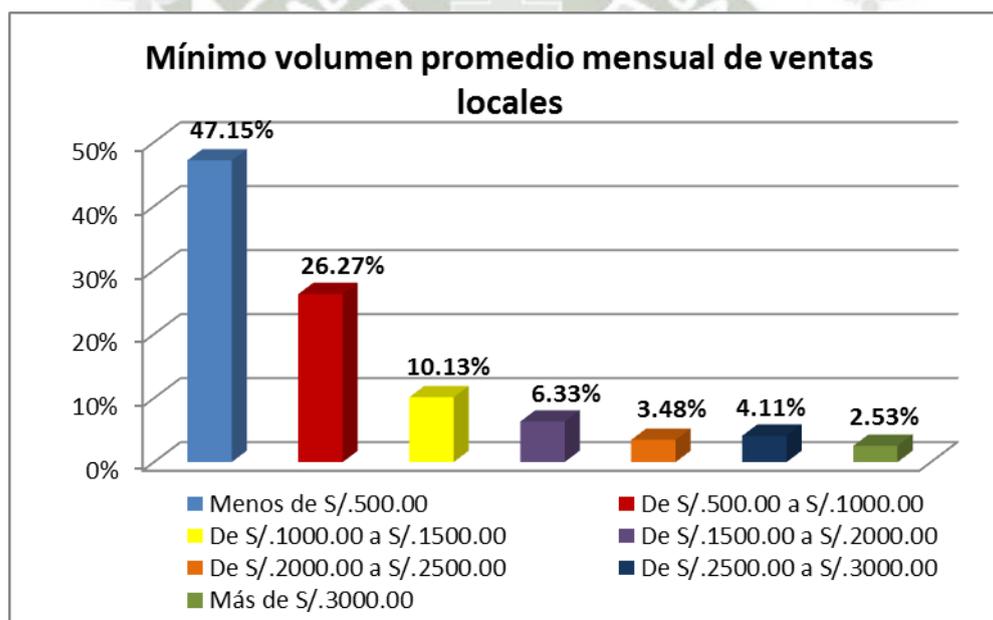
**Cuadro N° 15**

<b>Mínimo volumen promedio mensual de ventas locales</b>		
<b>Valor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de S/.500.00	149	47.15%
De S/.500.00 a S/.1000.00	83	26.27%
De S/.1000.00 a S/.1500.00	32	10.13%
De S/.1500.00 a S/.2000.00	20	6.33%
De S/.2000.00 a S/.2500.00	11	3.48%
De S/.2500.00 a S/.3000.00	13	4.11%
Más de S/.3000.00	8	2.53%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 15

Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 15**



Fuente: Cuadro N° 15

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°15** se puede observar que en los años 2011- 2012 un 47.15% de los artesanos encuestados tiene un mínimo volumen promedio mensual de ventas locales de S/.500.00 , mientras que un 26.27% de los artesanos tiene un mínimo volumen promedio mensual de ventas locales de S/.500.00 a S/.1,000.00, porcentajes similares de 10.13% de S/.1000,00 a S/.1500,00, 6.33% de S/.1500.00 a S/.2000.00 y por ultimo en porcentajes menores de 3.48% de S/.2,000.00 a S/.2,500.00, 4.11% de S/.2,500.00 a S/.3000.00 y un 2.53% obtuvo más de S/. 3000.00 soles.

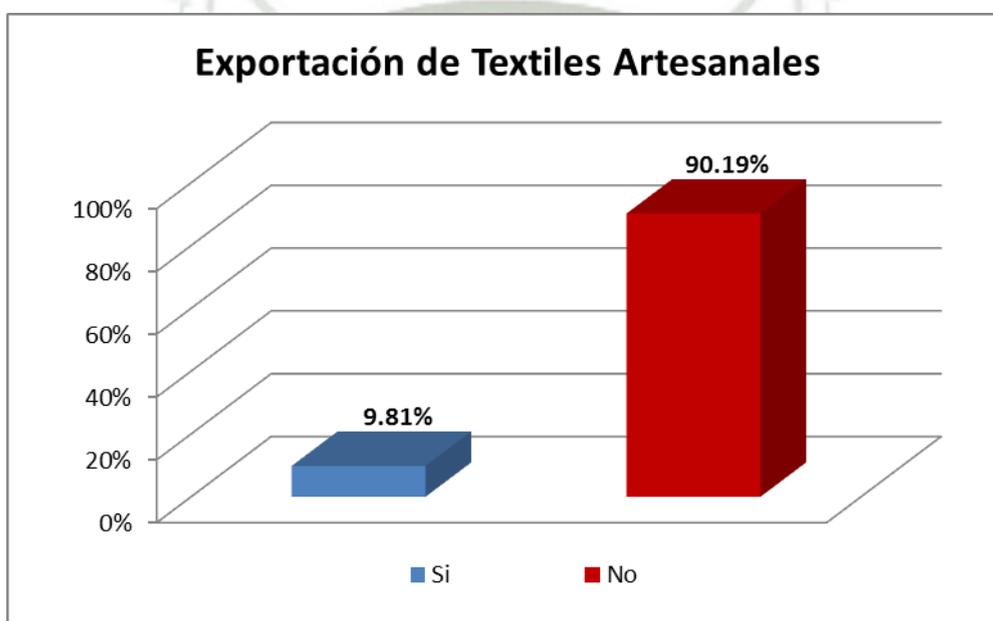
### 1.16. Exportación de textiles artesanales:

Cuadro N° 16

Exportación de Textiles artesanales		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	9.81%
No	285	90.19%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 16  
Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 16



Fuente: Cuadro N° 16  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°16** se puede observar que en los últimos dos años, un 90.19 % de los artesanos textiles de la provincia de Arequipa encuestados nunca exportó sus productos, mientras que un 9,81 % si lo hizo alguna vez.

**1.17. Mayor volumen de exportación realizada:**

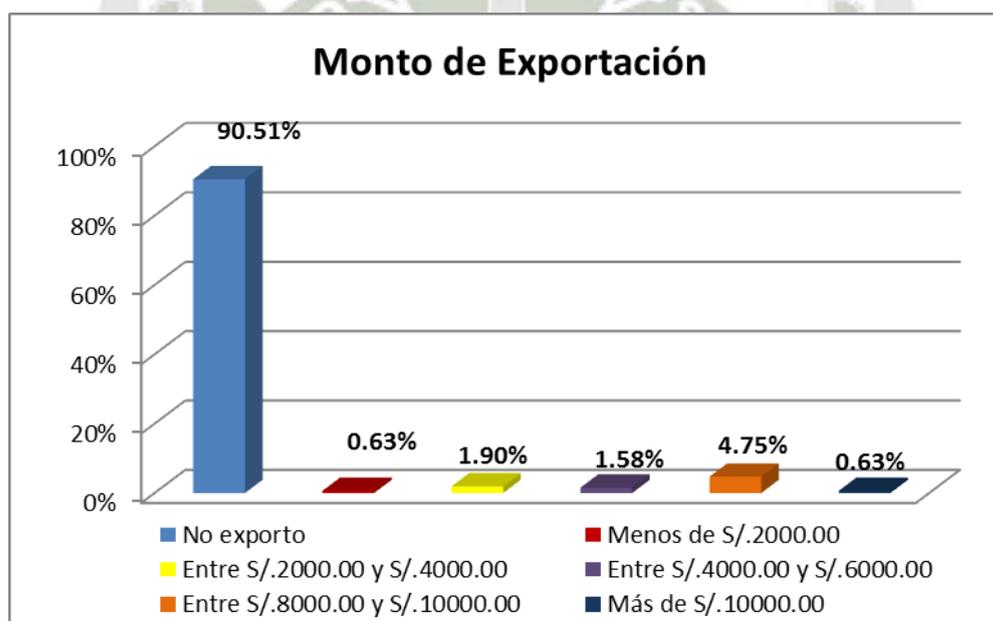
**Cuadro N° 17**

Monto de exportación		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
No exporto	286	90.51%
Menos de S/2000.00	2	0.63%
Entre S/2000.00 y S/4000.00	6	1.90%
Entre S/4000.00 y S/6000.00	5	1.58%
Entre S/8000.00 y S/10000.00	15	4.75%
Más de S/10000.00	2	0.63%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 17

Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 17**



Fuente: Cuadro N° 17

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°17** se puede observar que en los últimos dos años, solo un 4.75% de los artesanos encuestados llegó a exportar sus productos por montos entre S/8,000.00 a S/10,000.00 y en porcentajes menores un 1.58% de los artesanos encuestados llegó a exportar sus productos por montos entre S/4,000.00 a S/6,000.00, 1.90% montos entre S/2,000.00 y S/4,000.00 y 0.63% por montos menores a S/2,000.00, mientras que el 90.51% nunca exportó sus productos.

### 1.18. Participación en Ferias:

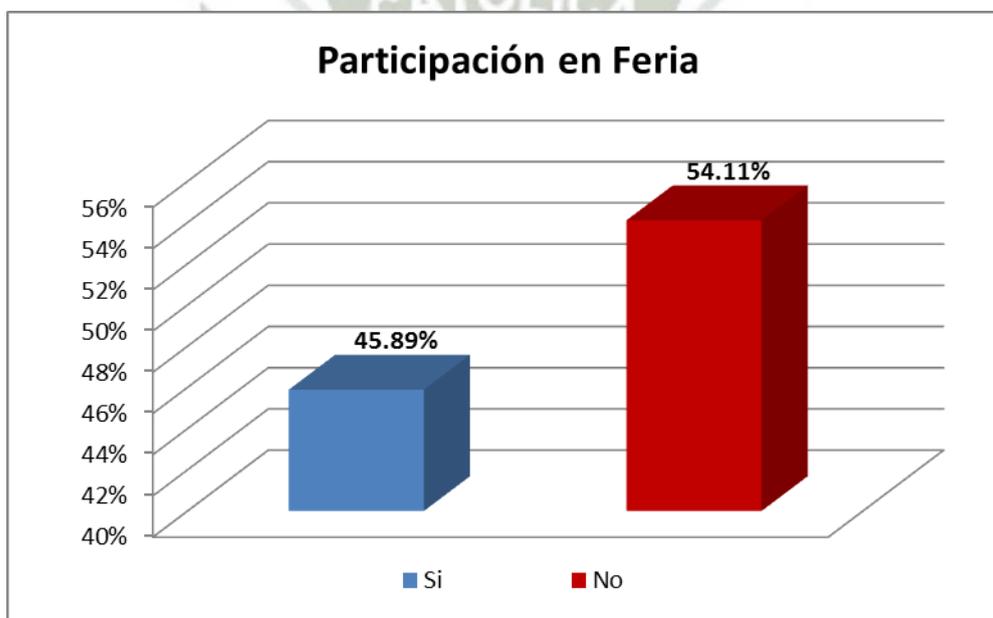
Cuadro N° 18

Participación en Feria		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	45.89%
No	171	54.11%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 18

Elaboración: PROPIA

Gráfico N° 18



Fuente: Cuadro N° 18

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°18** se puede observar que en los últimos dos años 2011-2012 un 45.89% de los artesanos encuestados alguna vez participó de una feria donde pudo exhibir sus productos y contactarse con compradores, mientras que un 54.11% nunca lo hizo.

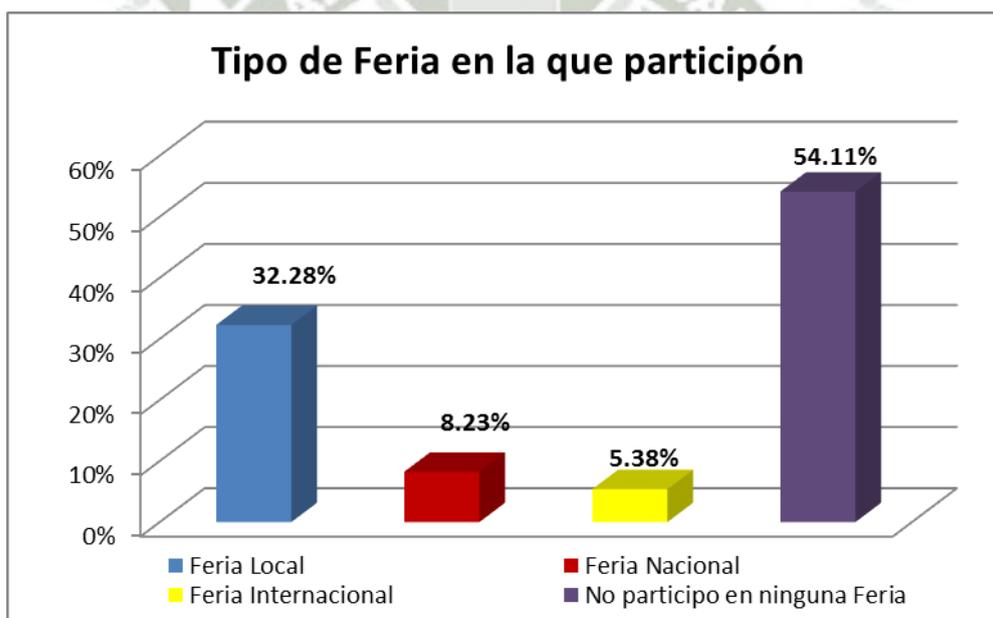
**1.19. Tipo de Feria en la que participó:**

**Cuadro N° 19**

<b>Tipo de Feria en la que participó</b>		
<b>Valor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Feria Local	102	32.28%
Feria Nacional	26	8.23%
Feria Internacional	17	5.38%
No participo en ninguna Feria	171	54.11%
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta Pregunta N° 19  
Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 19**



Fuente: Cuadro N° 19  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°19** se puede observar que en los últimos dos años solo un 32.28% de los artesanos encuestados alguna vez participó de una feria local donde pudo exhibir sus productos y contactarse con compradores, un 8.23% alguna vez participó de una feria nacional, un 5.38% logró participar de una feria internacional, mientras que un 54.11% nunca pudo participar de una feria.

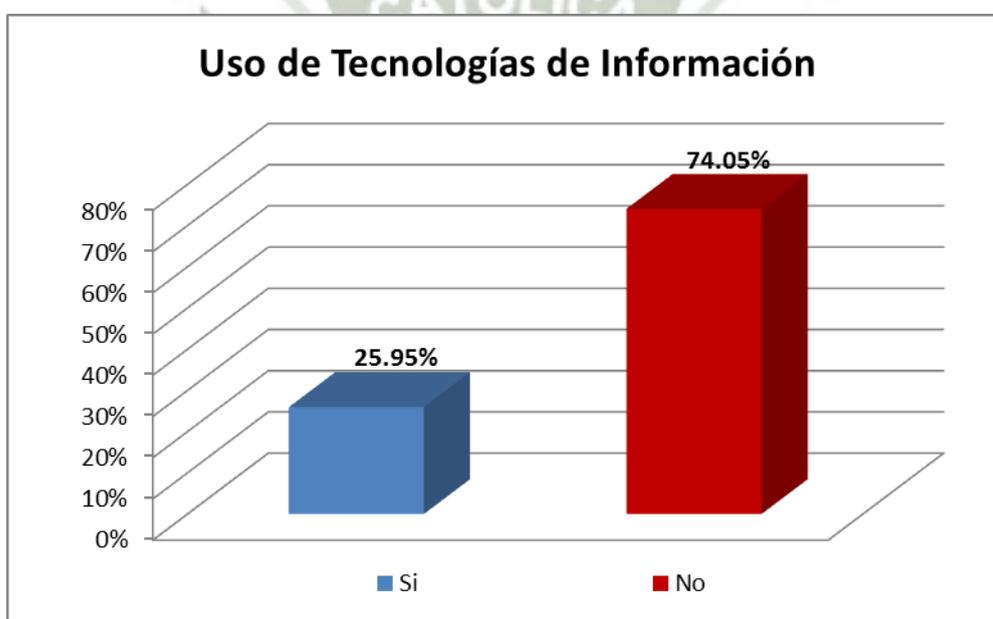
**1.20. Uso de Tecnologías de Información:**

**Cuadro N° 20**

Uso de Tecnologías de Información		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	25.95%
No	234	74.05%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 20  
Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 20**



Fuente: Cuadro N° 20  
Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°20** se puede observar que en los últimos dos años un 74.05% de los artesanos encuestados no usa tecnologías de información para lograr vender sus productos, mientras que un 25.95% si usa tecnologías de información.

**1.21. Tecnologías de Información más usadas:**

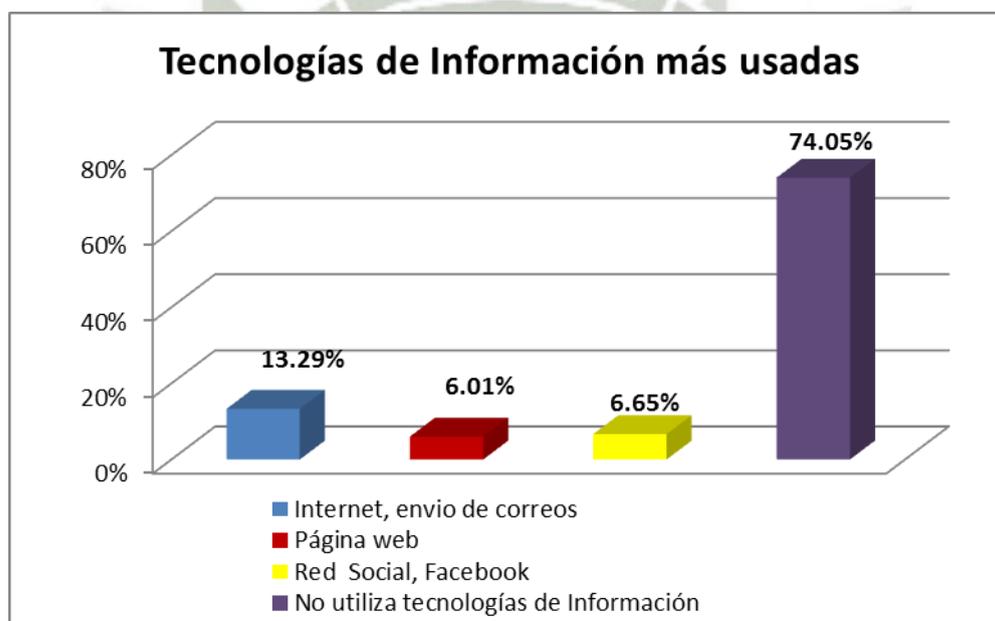
**Cuadro N° 21**

Tipo de tecnología de Información usada		
Valor	Frecuencia	Porcentaje
Internet, envió de correos	42	13.29%
Página web	19	6.01%
Red Social, Facebook	21	6.65%
No utiliza tecnologías de Información	234	74.05%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta Pregunta N° 21

Elaboración: PROPIA

**Gráfico N° 21**



Fuente: Cuadro N° 21

Elaboración: PROPIA

En el **gráfico N°21** se puede observar que en los últimos dos años solo un 13.29% de los artesanos encuestados utiliza tecnologías de información como el envió de correos a sus clientes, el 6.01% utiliza páginas web, un 6.65% utiliza herramientas como el Facebook, y por ultimo un 74.05% no utiliza tecnologías de información.

## 2. RESULTADOS DE TABLAS CRUZADAS:

### 2.1. Tabla cruzada de Sexo/Conocimiento en Diseño de productos textiles

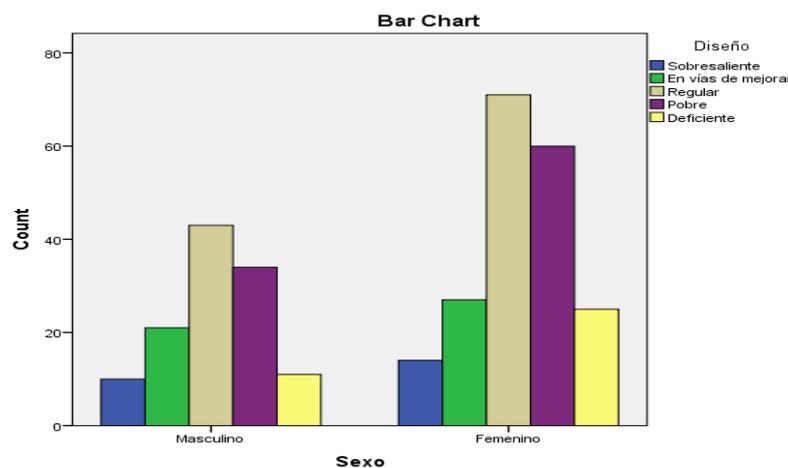
Cuadro N° 1

Sexo \* Diseño Crosstabulation

			Diseño					Total
			Sobresaliente	En vías de mejorar	Regular	Pobre	Deficiente	
Sexo	Masculino	Count	10	21	43	34	11	119
		% within Sexo	8,4%	17,6%	36,1%	28,6%	9,2%	100,0%
	Femenino	Count	14	27	71	60	25	197
		% within Sexo	7,1%	13,7%	36,0%	30,5%	12,7%	100,0%
Total		Count	24	48	114	94	36	316
		% within Sexo	7,6%	15,2%	36,1%	29,7%	11,4%	100,0%

Elaboración: Propia

Gráfico N° 1



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°1** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa de género masculino en cuanto a conocimiento en diseño de productos textiles en los dos últimos años, del 100%(119) el 36.1 %(43) tiene un conocimiento regular, el 28.6% (34) tiene un conocimiento pobre y el 17.6%(21) se encuentra en vías de mejorar por tanto vemos que los artesanos de género masculino les falta capacitarse y alimentar su conocimiento en diseño de productos textiles.

Por otra parte vemos que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa de género femenino en cuanto a conocimiento en diseño de productos textiles en los dos últimos años, del 100%(197) el 36%(71) tiene un conocimiento regular, el 30.5%(60) tiene un conocimiento pobre por tanto vemos que los artesanos de género femenino a comparación del género masculino necesitan capacitarse y poner más énfasis en poder mejorar sus diseños ya que este género representa la mayor parte del total de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa. En consecuencia su nivel de ventas es bajo, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos, por su falta de capacitación y poco conocimiento en este tema.

## 2.2. Tabla cruzada de Conocimiento en Diseño de productos textiles/Máximo volumen promedio mensual de ventas locales

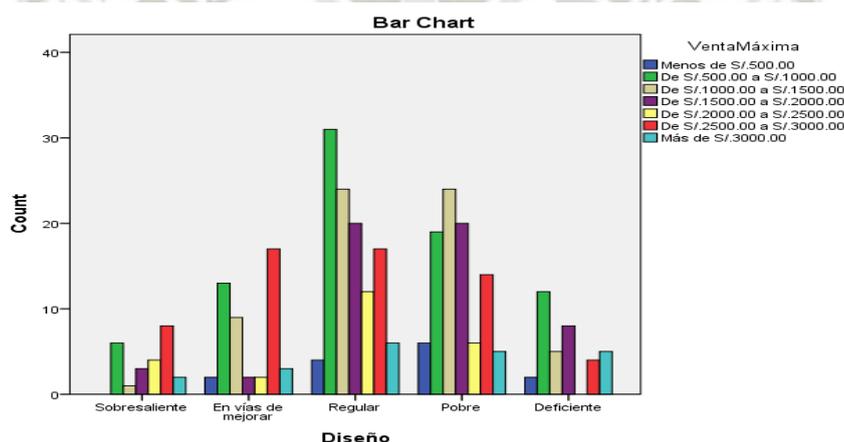
Cuadro Nº 2

Diseño \* VentaMáxima Crosstabulation

			VentaMáxima						Total	
			Menos de S/. 500.00	De S/.500.00 a S/.1000.00	De S/.1000.00 a S/.1500.00	De S/.1500.00 a S/.2000.00	De S/.2000.00 a S/.2500.00	De S/.2500.00 a S/.3000.00		Más de S/. 3000.00
Diseño	Sobresaliente	Count	0	6	1	3	4	8	2	24
		% within Diseño	0,0%	25,0%	4,2%	12,5%	16,7%	33,3%	8,3%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	2	13	9	2	2	17	3	48
		% within Diseño	4,2%	27,1%	18,8%	4,2%	4,2%	35,4%	6,2%	100,0%
	Regular	Count	4	31	24	20	12	17	6	114
		% within Diseño	3,5%	27,2%	21,1%	17,5%	10,5%	14,9%	5,3%	100,0%
	Pobre	Count	6	19	24	20	6	14	5	94
		% within Diseño	6,4%	20,2%	25,5%	21,3%	6,4%	14,9%	5,3%	100,0%
	Deficiente	Count	2	12	5	8	0	4	5	36
		% within Diseño	5,6%	33,3%	13,9%	22,2%	0,0%	11,1%	13,9%	100,0%
Total		Count	14	81	63	53	24	60	21	316
		% within Diseño	4,4%	25,6%	19,9%	16,8%	7,6%	19,0%	6,6%	100,0%

Elaboración: Propia

Gráfico Nº 2



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°2** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a conocimiento en diseño de productos textiles y su máximo volumen promedio mensual de ventas locales en los dos últimos años, del 100%(24) que tiene un conocimiento sobresaliente el 33.3%(8) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.2500.00 a S/.3000.00 soles, del 100%(48) que se encuentra en vías de mejorar el 35.4%(17) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/2500.00 a S/.3000.00 soles, del 100%(114) que tiene un conocimiento regular el 27.2%(31) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/. 500.00 a S/.1000.00 soles, del 100%(94) que tiene un conocimiento pobre el 25.5%(24) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.1000.00 a S/.1500.00 soles, del 100%(36) que tiene un conocimiento deficiente el 33.3%(12) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.500.00 a S/.1000.00 soles, por tanto se puede concluir que el mayor porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa tiene un conocimiento regular en diseño de productos textiles por ende su nivel promedio de ventas locales está dentro del rango de S/. 500.00 a S/.1000.00 lo cual se ve afectado por su falta de capacitación y poco conocimiento en este tema, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

### 2.3. Tabla cruzada de Conocimiento sobre ventas y técnicas de atención al cliente/ Máximo volumen promedio mensual de ventas locales

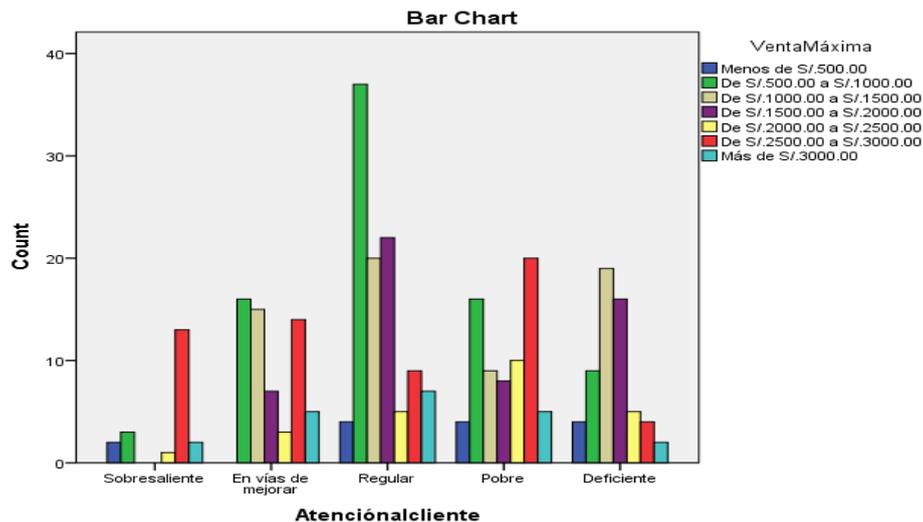
**Cuadro Nº 3**

Atenciónalcliente \* VentaMáxima Crosstabulation

			VentaMáxima						Total	
			Menos de S/. 500.00	De S/.500.00 a S/.1000.00	De S/.1000.00 a S/.1500.00	De S/.1500.00 a S/.2000.00	De S/.2000.00 a S/.2500.00	De S/.2500.00 a S/.3000.00		Más de S/. 3000.00
Atenciónalcliente	Sobresaliente	Count	2	3	0	0	1	13	2	21
		% within Atenciónalcliente	9,5%	14,3%	0,0%	0,0%	4,8%	61,9%	9,5%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	0	16	15	7	3	14	5	60
		% within Atenciónalcliente	0,0%	26,7%	25,0%	11,7%	5,0%	23,3%	8,3%	100,0%
	Regular	Count	4	37	20	22	5	9	7	104
		% within Atenciónalcliente	3,8%	35,6%	19,2%	21,2%	4,8%	8,7%	6,7%	100,0%
	Pobre	Count	4	16	9	8	10	20	5	72
		% within Atenciónalcliente	5,6%	22,2%	12,5%	11,1%	13,9%	27,8%	6,9%	100,0%
	Deficiente	Count	4	9	19	16	5	4	2	59
		% within Atenciónalcliente	6,8%	15,3%	32,2%	27,1%	8,5%	6,8%	3,4%	100,0%
Total		Count	14	81	63	53	24	60	21	316
		% within Atenciónalcliente	4,4%	25,6%	19,9%	16,8%	7,6%	19,0%	6,6%	100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico Nº 3**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°3** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a conocimiento en ventas y técnicas de atención al cliente y su máximo volumen promedio mensual de ventas locales en los dos últimos años, del 100%(21) que tiene un conocimiento sobresaliente el 61.9%(13) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.2500.00 a S/.3000.00 soles, del 100%(60) que se encuentra en vías de mejorar el 26.7%(16) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/500.00 a S/.1000.00 soles, del 100%(104) que tiene un conocimiento regular el 35.6%(37) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/. 500.00 a S/.1000.00 soles, del 100%(72) que tiene un conocimiento pobre el 27.8%(20) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.2500.00 a S/.3000.00 soles, del 100%(59) que tiene un conocimiento deficiente el 32.2%(19) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/.1000.00 a S/.1500.00 soles, por tanto se puede concluir que el mayor porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa tiene un conocimiento regular en ventas y técnicas de atención al cliente por ende su nivel promedio de ventas locales está dentro del rango de S/. 500.00 a S/.1000.00 lo cual se ve afectado por su falta de capacitación y conocimiento en este tema, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

**2.4. Tabla cruzada de Uso de Tecnologías de información/ Máximo volumen promedio mensual de ventas locales**

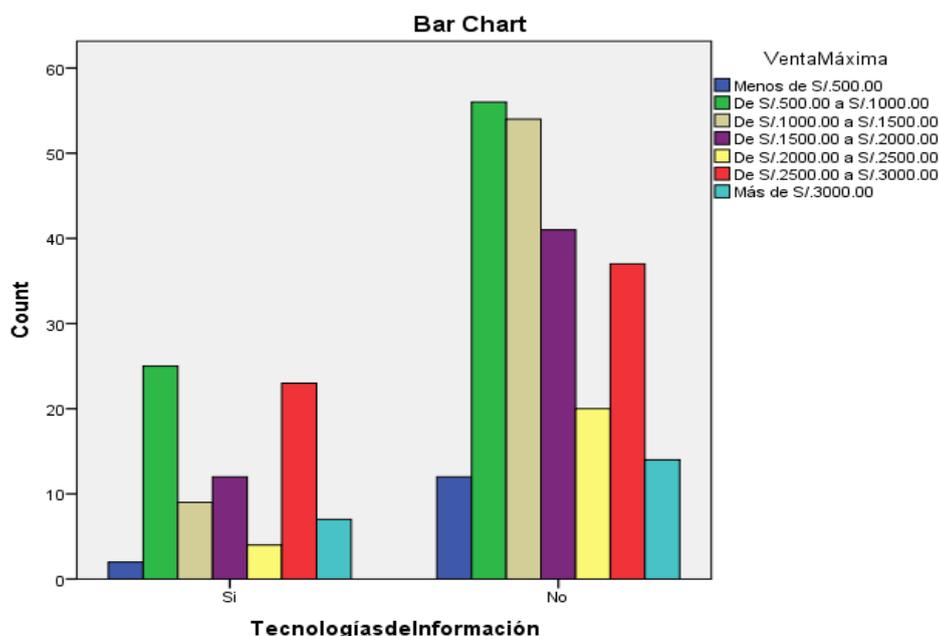
**Cuadro N° 4**

Tecnologías de Información \* Venta Máxima Crosstabulation

		Venta Máxima							Total
		Menos de S/. 500.00	De S/. 500.00 a S/. 1000.00	De S/. 1000.00 a S/. 1500.00	De S/. 1500.00 a S/. 2000.00	De S/. 2000.00 a S/. 2500.00	De S/. 2500.00 a S/. 3000.00	Más de S/. 3000.00	
Tecnologías de Información	Si	Count 2	25	9	12	4	23	7	82
	% within Tecnologías de Información	2,4%	30,5%	11,0%	14,6%	4,9%	28,0%	8,5%	
Tecnologías de Información	No	Count 12	56	54	41	20	37	14	234
	% within Tecnologías de Información	5,1%	23,9%	23,1%	17,5%	8,5%	15,8%	6,0%	
Total		Count 14	81	63	53	24	60	21	316
% within Tecnologías de Información		4,4%	25,6%	19,9%	16,8%	7,6%	19,0%	6,6%	

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 4**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°4** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a uso de tecnologías de información y su máximo volumen promedio mensual de ventas locales en los dos últimos años, del 100%(82) de artesanos que si utilizan tecnologías de información, el 30.5% (25) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/. 500.00 a S/.1000.00 soles.

Por otra parte vemos que del 100%(234) de artesanos que no utilizan tecnologías de información, el 23.9%(56) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/. 500.00 a S/.1000.00 soles. Entonces podemos concluir que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa tienen un nivel promedio de ventas locales entre el rango de S/. 500.00 a S/.1000.00 soles, por no hacer uso adecuado de las tecnologías de información y por desconocimiento de estas, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

## 2.5. Tabla cruzada de Nivel tecnológico y maquinaria disponible/Conocimiento en Acabados de productos textiles

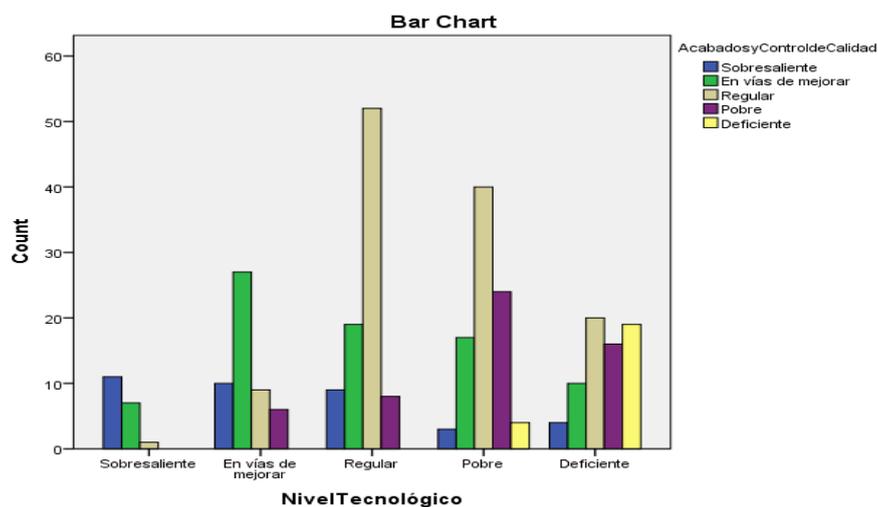
**Cuadro Nº 5**

**NivelTecnológico \* AcabadosyControldeCalidad Crosstabulation**

		AcabadosyControldeCalidad					Total	
		Sobresaliente	En vías de mejorar	Regular	Pobre	Deficiente		
NivelTecnológico	Sobresaliente	Count % within NivelTecnológico	11 57,9%	7 36,8%	1 5,3%	0 0,0%	0 0,0%	19 100,0%
	En vías de mejorar	Count % within NivelTecnológico	10 19,2%	27 51,9%	9 17,3%	6 11,5%	0 0,0%	52 100,0%
	Regular	Count % within NivelTecnológico	9 10,2%	19 21,6%	52 59,1%	8 9,1%	0 0,0%	88 100,0%
	Pobre	Count % within NivelTecnológico	3 3,4%	17 19,3%	40 45,5%	24 27,3%	4 4,5%	88 100,0%
	Deficiente	Count % within NivelTecnológico	4 5,8%	10 14,5%	20 29,0%	16 23,2%	19 27,5%	69 100,0%
Total		Count % within NivelTecnológico	37 11,7%	80 25,3%	122 38,6%	54 17,1%	23 7,3%	316 100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico Nº 5**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°5** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a nivel tecnológico y maquinaria disponible y conocimiento en acabados textiles en los dos últimos años, del 100%(19) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible sobresaliente el 57.9% (11) tiene un sobresaliente acabado en productos textiles, del 100%(52) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible en vías de mejorar el 51.9%(27) se encuentra en vías de mejorar el acabado en sus productos textiles, del 100%(88) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible regular el 59.1%(52) tiene un acabado regular en productos textiles, del 100%(88) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible pobre el 45.5.% (40) tiene un acabado regular en productos textiles, del 100%(69) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible deficiente el 29%(20) tienen un acabado regular en productos textiles; por tanto se puede concluir que el mayor porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible regular y pobre, por ende el acabado de los productos textiles se ve afectado por la falta de inversión y renovación de maquinaria. En consecuencia el nivel de ventas es bajo, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

## 2.6. Tabla cruzada de Nivel tecnológico y maquinaria disponible/ Máximo volumen promedio mensual de ventas locales

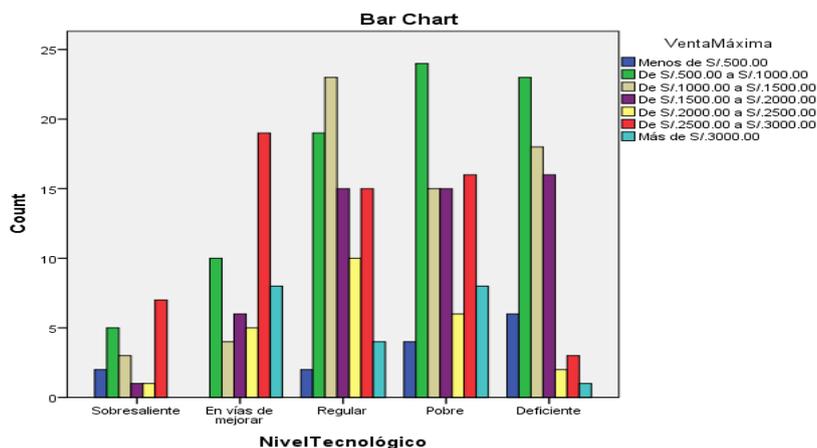
**Cuadro N° 6**

NivelTecnológico \* VentaMáxima Crosstabulation

			VentaMáxima						Total	
			Menos de S/. 500.00	De S/.500.00 a S/.1000.00	De S/.1000.00 a S/.1500.00	De S/.1500.00 a S/.2000.00	De S/.2000.00 a S/.2500.00	De S/.2500.00 a S/.3000.00		Más de S/. 3000.00
NivelTecnológico	Sobresaliente	Count	2	5	3	1	1	7	0	19
		% within NivelTecnológico	10,5%	26,3%	15,8%	5,3%	5,3%	36,8%	0,0%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	0	10	4	6	5	19	8	52
		% within NivelTecnológico	0,0%	19,2%	7,7%	11,5%	9,6%	36,5%	15,4%	100,0%
	Regular	Count	2	19	23	15	10	15	4	88
		% within NivelTecnológico	2,3%	21,6%	26,1%	17,0%	11,4%	17,0%	4,5%	100,0%
	Pobre	Count	4	24	15	15	6	16	8	88
		% within NivelTecnológico	4,5%	27,3%	17,0%	17,0%	6,8%	18,2%	9,1%	100,0%
	Deficiente	Count	6	23	18	16	2	3	1	69
		% within NivelTecnológico	8,7%	33,3%	26,1%	23,2%	2,9%	4,3%	1,4%	100,0%
Total		Count	14	81	63	53	24	60	21	316
		% within NivelTecnológico	4,4%	25,6%	19,9%	16,8%	7,6%	19,0%	6,6%	100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 6**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°6** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a nivel tecnológico y maquinaria disponible y su máximo volumen promedio mensual de ventas locales en los dos últimos años, del 100%(19) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible sobresaliente el 36.8% (7) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/./2500.00 a S/./3000.00 soles, del 100%(52) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible en vías de mejorar el 36.5%(19) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/./2500.00 a S/./3000.00 soles, del 100%(88) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible regular el 26.1%(23) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/./1000.00 a S/./1500.00 soles, del 100%(88) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible pobre el 27.3%(24) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/./500.00 a S/./1000.00 soles, del 100%(69) que tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible deficiente el 33.3%(23) tiene un nivel promedio de ventas locales de S/./500.00 a S/./1000.00 soles; por tanto se puede concluir que el mayor porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa tiene un nivel tecnológico y maquinaria disponible regular y pobre, por ende el nivel promedio de ventas locales se encuentra en el rango de S/./500.00 a S/./1000.00 soles lo cual se ve afectado por la falta de inversión en maquinaria, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

## 2.7. Tabla cruzada de Conocimiento sobre Tributación/Participación en Ferias

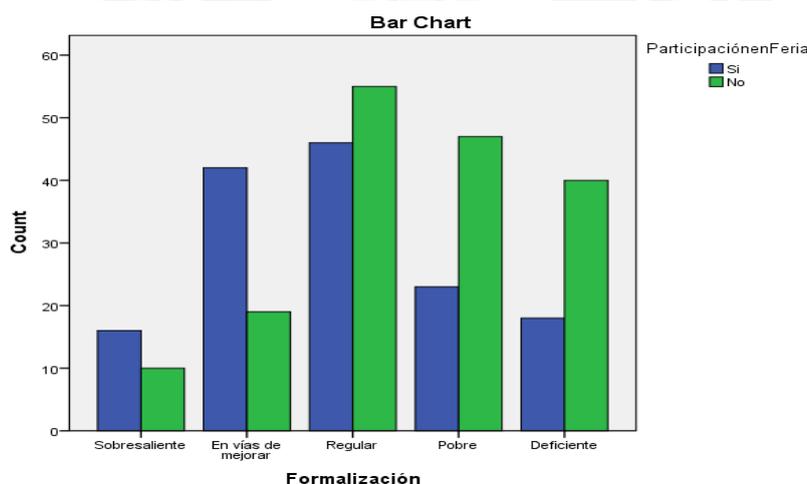
**Cuadro N° 7**

**Formalización \* Participación en Feria Crosstabulation**

			Participación en Feria		Total
			Si	No	
Formalización	Sobresaliente	Count	16	10	26
		% within Formalización	61,5%	38,5%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	42	19	61
		% within Formalización	68,9%	31,1%	100,0%
	Regular	Count	46	55	101
		% within Formalización	45,5%	54,5%	100,0%
	Pobre	Count	23	47	70
		% within Formalización	32,9%	67,1%	100,0%
	Deficiente	Count	18	40	58
		% within Formalización	31,0%	69,0%	100,0%
Total		Count	145	171	316
		% within Formalización	45,9%	54,1%	100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 7**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°7** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a conocimiento sobre tributación y su participación en ferias en los dos últimos años, del 100%(145) de artesanos textiles que si han participado en ferias, el 68.9%(42) tiene un conocimiento sobre tributación en vías de mejorar.

Por otra parte vemos que del 100%(171) de artesanos que no han participado en ferias en los dos últimos años, el 69%(40) tiene un conocimiento sobre tributación deficiente.

Podemos concluir que un gran porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa no tienen conocimiento sobre tributación por ende no pueden formalizarse y se ven afectados al no poder participar en ferias y vender sus productos artesanales textiles, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

## 2.8. Tabla cruzada de Conocimiento sobre Tributación/Exportación de Textiles Artesanales

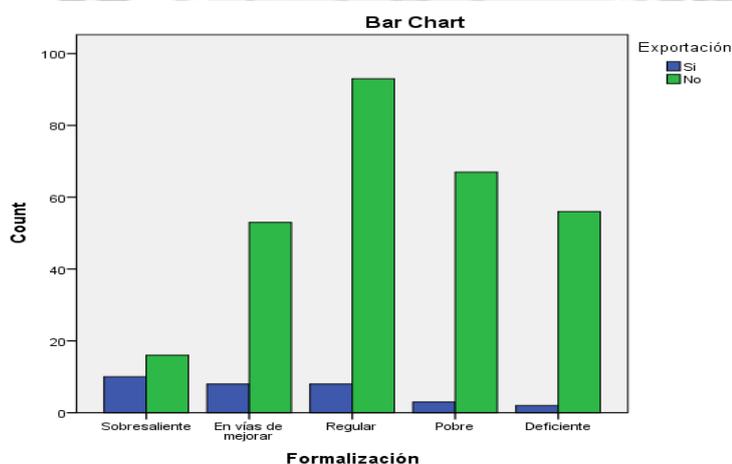
**Cuadro N° 8**

Formalización \* Exportación Crosstabulation

			Exportación		Total
			Si	No	
Formalización	Sobresaliente	Count	10	16	26
		% within Formalización	38,5%	61,5%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	8	53	61
		% within Formalización	13,1%	86,9%	100,0%
	Regular	Count	8	93	101
		% within Formalización	7,9%	92,1%	100,0%
	Pobre	Count	3	67	70
		% within Formalización	4,3%	95,7%	100,0%
	Deficiente	Count	2	56	58
		% within Formalización	3,4%	96,6%	100,0%
Total		Count	31	285	316
		% within Formalización	9,8%	90,2%	100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 8**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°8** Se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a conocimiento sobre tributación y exportación de textiles artesanales en los dos últimos años, del 100%(31) de artesanos textiles que si han exportado textiles artesanales, el 38.5%(10) tiene un conocimiento sobresaliente sobre tributación.

Por otra parte vemos que del 100%(285) de artesanos que no han exportado textiles artesanales, el 96.6%(56) tiene un conocimiento sobre tributación deficiente.

Podemos concluir que un gran porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa no tienen conocimiento sobre tributación por ende no pueden formalizarse y se ven afectados al no poder exportar sus textiles artesanales, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

## 2.9. Tabla cruzada de Conocimiento sobre los beneficios de la asociatividad/ Exportación de Textiles Artesanales

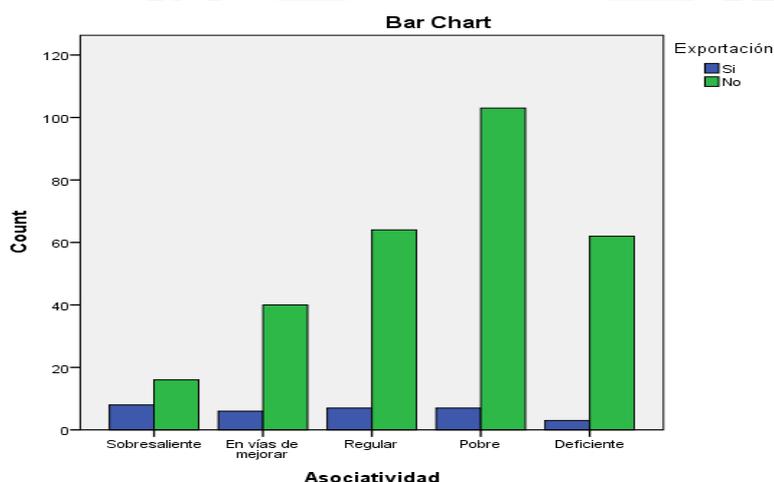
**Cuadro N° 9**

**Asociatividad \* Exportación Crosstabulation**

			Exportación		Total
			Si	No	
Asociatividad	Sobresaliente	Count	8	16	24
		% within Asociatividad	33,3%	66,7%	100,0%
	En vías de mejorar	Count	6	40	46
		% within Asociatividad	13,0%	87,0%	100,0%
	Regular	Count	7	64	71
		% within Asociatividad	9,9%	90,1%	100,0%
	Pobre	Count	7	103	110
		% within Asociatividad	6,4%	93,6%	100,0%
	Deficiente	Count	3	62	65
		% within Asociatividad	4,6%	95,4%	100,0%
Total		Count	31	285	316
		% within Asociatividad	9,8%	90,2%	100,0%

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 9**



Elaboración: Propia

En el **gráfico N°9** se puede observar que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en cuanto a conocimiento sobre los beneficios de la asociatividad y exportación de textiles artesanales en los dos últimos años, del 100%(31) de artesanos textiles que si han exportado textiles artesanales, el 33.3%(8) tiene un conocimiento sobresaliente sobre los beneficios de la asociatividad.

Por otra parte vemos que del 100%(285) de artesanos que no han exportado textiles artesanales, el 95.4%(62) tiene un conocimiento sobre tributación deficiente, el 93.6%(103) tiene un conocimiento pobre sobre los beneficios de la asociatividad.

Podemos concluir que un gran porcentaje de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa no tiene conocimiento sobre los beneficios de la asociatividad por ende no pueden exportar sus textiles artesanales ya que no se contaría con la mano de obra necesaria para la producción, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.

### 3. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS:

Entre las personas entrevistadas tenemos a:

- Nancy Elizabeth Álvarez Guerra “Asistente Técnico del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanías y Turismo Arequipa”
- Isabel Peñaloza Motta “Capacitadora”
- Uberlinda Victoria Laguna Celis “Capacitadora”

#### 3.1. Preguntas (Aspectos Técnico Productivos)

##### 3.1.1. Opinión acerca de las habilidades y conocimientos a cerca de diversas técnicas productivas en textil desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa:

La primera entrevistada opina que se tiene varias técnicas productivas como son: tejido plano en lo que es telar y tejido de punto lo que es palito, croché, orquetilla, macramé, tribolite y bordados, y calificaría las habilidades dependiendo del desenvolvimiento que tiene el artesano, actualmente están en vías de mejorar lo que les falta es técnicar, hacer trabajos con calidad de exportación. La tercera entrevistada opina que los artesanos son muy hábiles para aprender, y coincide con la primera entrevistada en que calificaría las habilidades y conocimientos de técnicas productivas en textil en vías de mejorar.

La segunda entrevistada opina que existen personas muy bien capacitadas y otras que no, y que los artesanos no tienen los conocimientos de técnicas productivas y lo calificaría como deficiente, igual que las habilidades acerca de técnicas productivas.

### **3.1.2. Opinión acerca de las habilidades y conocimientos en cuanto al “Acabado de productos textiles” desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa:**

Dos de las entrevistadas coinciden que las habilidades y conocimientos en acabados de productos textiles que poseen los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, están en proceso, lo calificarían como regular, ya que solo un 50% se preocupa por el acabado del producto textil, además que las tendencias van cambiando y se tienen que ir adaptando.

Una de las entrevistadas opinó que calificaría como pésimo las habilidades y conocimientos que tienen los artesanos textiles en cuanto a acabados.

### **3.1.3. Opinión de las habilidades y conocimientos en cuanto al “Diseño de productos textiles” desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa:**

La primera entrevistada opina que los artesanos textiles de la provincia de Arequipa tienen actitud, habilidad y creatividad, lo que les falta es plasmar su arte en sus prendas y capacitarse, y calificaría sus habilidades y conocimientos en diseño en vías de mejorar.

La segunda entrevistada opina que el conocimiento en cuanto a diseño de productos textiles es pobre, ya que no han recibido una capacitación y si lo han hecho ha sido una capacitación básica “ya conocida”.

La tercera entrevistada opina que en cuanto al diseño de productos textiles calificaría las habilidades y conocimientos de los artesanos de la Provincia de Arequipa como deficiente, ya que no se tiene conocimiento en lo que es tendencias, colores, y en las capacitaciones no hay coherencia entre lo que se da en el curso y lo que se vende en el mercado.

### **3.1.4. Opinión del nivel tecnológico y maquinaria disponible con el que actualmente dispone este sector:**

Las tres entrevistadas concuerdan en que el nivel tecnológico y maquinaria disponible con el que actualmente dispone este sector es deficiente, porque la maquinaria es obsoleta debido a que el precio de adquirir una maquinaria nueva es alto, además ellos tienen temor de hacer inversión en maquinaria solicitando préstamos porque no hay mercado donde vender sus productos y les perjudicaría. También indican que la mayoría de artesanos en la Provincia de Arequipa no están en las posibilidades de hacer una inversión de esa naturaleza, pero si fuera así existe temor de no encontrar mercado para vender sus productos textiles y no recuperar su inversión; creen que solo empresas grandes son las que pueden hacer esta clase de inversiones.

## **3.2. Preguntas (Aspectos de Gestión Empresarial)**

### **3.2.1. Sabe usted si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa saben determinar todos los costos incurridos al producir sus textiles y conocen los procedimientos para calcular y pagar sus impuestos:**

Dos de las entrevistadas coinciden en que no todos los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa saben determinar todos los costos incurridos al producir sus textiles, una indica que solo es un 10% y la otra opina que solo es un 25% de artesanos, ya que no han recibido una capacitación en este tema debido a los altos costos inaccesibles para ellos y por el horario, ya que ellos trabajan todo el día y el tiempo que tienen disponible es en horario de noche. Además no conocen los procedimientos para calcular sus impuestos y por ende no pagan sus impuestos, también porque le tienen temor a la Sunat, ya que el costo de formalización es muy alto y engorroso, al mismo tiempo por miedo a los impuestos porque piensan que

trabajan solo para pagarlos y no tendrían ganancias para ellos por la corrupción.

Y la otra entrevistada opina que ninguno de los artesanos sabe determinar los costos incurridos al producir sus textiles y no conocen los procedimientos para calcular y pagar sus impuestos, lo calificaría como deficiente, y que además el contratar un contador es un costo muy alto y sus productos elevarían su costo, por ello la existencia de la informalidad en este sector.

**3.2.2. Sabe usted si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen a cerca de estrategias de ventas y técnicas de atención al cliente que les permiten captar y fidelidad a sus clientes:**

Las tres entrevistadas coinciden en que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa no tienen ninguna estrategia de ventas, esta es deficiente y más aún porque hoy existen los centros comerciales “Mall” y es su competencia, ya que ellos venden productos textiles a menor precio en cambio los artesanos no podrían competir con ese precio ya que al fabricarla su costo es mucho mayor; para ellos sería muy beneficioso captar más clientes y fidelizarlos ya que elevarían sus ingresos.

**3.2.3. Sabe usted si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen a cerca de los beneficios que pueden obtenerse provenientes de la formalización de sus negocios y de la asociatividad con otros artesanos:**

Dos de las artesanas textiles entrevistadas coinciden en que la mayoría de artesanos textiles no tiene idea de los beneficios de la formalización, una de las entrevistadas indica que son un 80% porque no se les ha informado, no se les explica de manera sencilla, clara y la otra entrevistada indica que los artesanos no conocen los

beneficios de la formalización y piensan que tendrían que subir el precio de sus textiles si se formalizan y no podrían venderlo en el mercado.

En tema de asociatividad las tres entrevistadas coinciden en que no es buena; siempre los líderes o la cabeza de grupo se han beneficiado mientras que el grupo no, hay desconfianza porque solo algunos hacen todo el trabajo, existe incumplimiento de acuerdos, no hay compromiso y existe temor, ellas han tenido experiencias malas en cuanto a asociatividad, pero piensan que es necesario trabajar en conjunto para beneficio de todos ya que es importante no solo para lograr vender sino para adquirir los insumos.

### **3.3. Preguntas (Aspectos Comerciales)**

#### **3.3.1. Opinión sobre el nivel de ventas locales que viene logrando el sector en su conjunto:**

Dos de las Artesanas textiles entrevistadas opinan que el nivel de ventas es bajo, debido a que la mano de obra es cara y a que demanda más horas de trabajo, por lo tanto el producto final sube su precio y además el público no ve calidad sino cantidad y que sea barato.

Y la otra artesana entrevistada opinó que el nivel de ventas es regular, ya que existe una competencia con precios por debajo del precio de mercado “irreales”, y que seguramente son de baja calidad afectando directamente a su sector.

### **3.3.2. Porcentaje aproximado de artesanos que han logrado exportar sus productos y que dificultades viene enfrentando este sector para lograr llevar sus productos al extranjero:**

La primera entrevistada opinó que un 30% de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa han logrado exportar sus productos y las dificultades que vienen enfrentando este sector textil es la calidad, normas de exportación, partidas arancelarias.

La segunda entrevistada opinó que son muy pocos los artesanos que han logrado exportar sus productos y la dificultad que encuentra es que a pesar de que en un primer momento el comprador se ha interesado en sus productos, no logran hacer el contacto y poder atender pedidos del extranjero, se quedan en el proceso de venta.

La tercera entrevistada opina que solo un 3 % o 4% exportan, debido a que no hay una persona que les venda sus productos en el extranjero y que las dificultades que vienen enfrentando este sector es tener mano de obra no calificada y cara, debido al tiempo destinado en tejer el producto y no saben cuál es su nicho de mercado.

### **3.3.3. Participación de artesanos textiles en ferias locales, nacional e internacionales; algunas experiencias gratas o en su defecto que dificultades enfrentan para lograr esta participación en ferias:**

Dos de las entrevistadas opinan que los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa si han participado en ferias, las cuales son locales como la Fía en cuanto a ferias nacionales Perú Moda y Perú Giff, en el 2006 fueron bastantes artesanos a Expo Cruz en Bolivia; la dificultad que han encontrado es que la inversión que hacen en la feria no se ve reflejada en los pedidos que son pocos.

La otra artesana entrevistada opinó que solo un 10% de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa han ido a ferias y su experiencia no ha sido grata ya que en la feria lograban conectarse con buenos compradores pero todo quedaba en promesas de que si les iban a comprar, la dificultad que encuentra es que copian el producto y lo producen a menos precio y lo venden en su mercado.

**3.3.4. Sabe Ud. si los artesanos textiles vienen utilizando tecnologías de información para lograr vender sus productos como páginas web, envió de correos electrónicos a clientes, búsqueda de clientes en la web, etc:**

Las tres entrevistadas opinan que son muy pocos los que tienen conocimiento y usan tecnologías de información y lo califican como deficiente, una de ellas indico que es solo un 30% de artesanos que utilizan tecnologías de información; además opinan que sería bueno apoyarlos ya que no dominan el tema de informática; y que es menor el número de artesanos que logran realizar la venta; se quedan en proceso, envían muestras y no consiguen el pedido.

**3.4. Consideraciones Finales:**

**3.4.1. Opinión sobre las principales fortalezas y debilidades con las que viene interactuando el sector:**

La primera entrevistada opina que las principales fortalezas que encuentra en el sector textil artesanal de la Provincia de Arequipa son la habilidad, destreza, conocimiento de lo que es tejido y el conservar su cultura en cuanto a tejidos. La debilidad que encuentra en el sector es la falta de mano de obra calificada.

La segunda entrevistada opina que la principal fortaleza que encuentra en el sector textil artesanal de la Provincia de Arequipa es

contar con buena materia prima que posee el Perú, y la debilidad que encuentra es no tener mercado local y nacional.

La tercera entrevistada opina que la principal fortaleza con la que cuenta el sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa es tener artesanos empeñosos, y la debilidad que encuentra es que el mercado no paga el costo de la prenda.

#### **3.4.2. Opinión sobre las principales oportunidades y riesgos que se vienen dando en el sector:**

La primera entrevistada opina que la principal oportunidad que tiene el sector artesanal textil son los Tratados de libre comercio con diferentes países y el riesgo que enfrenta este sector textil artesanal es la falta de capital de trabajo.

La segunda entrevistada opina que no existe ninguna oportunidad actualmente para este sector artesanal textil ya que no hay apoyo para este sector y el riesgo que enfrenta este sector es realizar inversión y no poder cumplir con sus préstamos por no tener un mercado para vender.

La tercera entrevistada opina que una oportunidad para este sector artesanal textil es que existen algunas instituciones que apoyan al artesano y coincide con la opinión anterior que el riesgo que enfrenta este sector es realizar una inversión y no poder pagar sus préstamos.

## CONCLUSIONES

1. El sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa en los años 2011 – 2012, presenta diversas deficiencias y carencias a nivel técnico productivo, de gestión empresarial y a nivel comercial, en consecuencia el ingreso promedio mensual obtenido por sus ventas no se incrementa; ubicándose en el rango de S/.500.00 a S/.1000.00 nuevos soles.
2. Los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, en los dos últimos años presentan grandes deficiencias de carácter técnico productivo; un 65% no cuenta con conocimientos avanzados en técnicas productivas tales como: reconocimiento de la calidad de insumos, técnicas de tejido plano en lo que es telar y tejido de punto lo que es palito, croché, orquetilla, macramé, tribolite y bordados; que afecta directamente a la calidad de los productos, no ajustándose esta a las necesidades del mercado, al mismo tiempo otra deficiencia crítica es que el 77% de artesanos no cuenta con conocimientos sobre diseño de productos textiles, obligándolos a contratar diseñadores muchas veces de la capital a costos muy elevados, lo que se traduce en la mayoría de casos en producción de textiles a precios poco competitivos y con diseños que no son acordes a las nuevas, exigentes y cambiantes tendencias de mercados internacionales, vistos bajo la percepción de clientes extranjeros como simples souvenirs afectando así sus ingresos ya que su nivel máximo promedio de ventas locales en los dos últimos años se encuentra por debajo de mil soles debido a estas dificultades, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.
3. En cuanto a las deficiencias encontradas a nivel de gestión empresarial en este sector en los dos últimos años, más del 60% de artesanos textiles no sabe determinar con precisión todos los costos incurridos durante el proceso productivo, lo que ocasionaría en muchos casos, que no se esté obteniendo la rentabilidad esperada por la venta de sus productos; así mismo mas de la mitad de este sector no cuenta con el

nivel de conocimiento necesario sobre los beneficios provenientes de la formalización, regímenes tributarios y el correcto cálculo y pago de impuestos, lo cual dificulta la formalización progresiva de los miembros de este sector; por otro lado la cuarta parte de artesanos textiles no conoce sobre estrategias de ventas y técnicas de atención al cliente, generándose niveles de ventas inapropiados por debajo del potencial real. También se puede apreciar que más del 70% desconoce sobre los beneficios que se pueden generar de la asociatividad de sus miembros, con lo cual se estarían perdiendo oportunidades de atender pedidos de grandes volúmenes como exportaciones, así como la generación de economías de escala a través de la compra conjunta de los insumos, lo cual podría significar un aumento en su nivel de ingresos.

4. En cuanto a las deficiencias encontradas a nivel comercial en los dos últimos años, sólo un 6% de artesanos textiles, logró obtener un ingreso promedio por ventas locales que supera los S/.3,000.00; así mismo un 90% nunca ha realizado una exportación de sus productos. También se concluye que de cada dos artesanos uno de ellos nunca participó en una feria comercial que le permita exhibir sus productos y generar una cartera de clientes; aquellos que sí lograron participar lo hicieron en su gran mayoría en una feria local; por último solo la cuarta parte de este sector utiliza tecnologías de información como páginas web, envió de correos y otros. Afectando de esta manera la articulación comercial de sus productos y dejando de generar ingresos por las ventas.
5. Los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, en los dos últimos años no cuentan con el apoyo necesario de instituciones del sector público, asociaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales y demás, lo cual no ha permitido que este sector productivo artesanal cuente con proyectos y programas que busquen fortalecer a sus integrantes en temas técnico productivos, en temas de gestión de sus unidades de negocios y en temas de articulación

comercial de sus productos, afectando de esta manera su nivel de ingresos.

6. En los dos últimos años más del 50% de artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, se reúsan a trabajar de manera conjunta y asociada, ya que lamentablemente aún existen temores y desacuerdos por parte de algunos integrantes de este sector, esto especialmente en aquellos artesanos con mayor número de años de desempeño y de mayor experiencia. Lo cual influye en las ventas de mayor volumen ya que no se contaría con la mano de obra necesaria para la producción, rechazando la posibilidad de incrementar sus ingresos.



## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda al sector público, asociaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales y demás, intervenir en este sector productivo artesanal textil con proyectos y programas que busquen fortalecer a sus integrantes en temas técnico productivos, en valores, en temas de gestión de sus unidades de negocios y en temas de articulación comercial de sus productos; de esta manera se logrará incrementar los ingresos de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, según nuestra propuesta adjunta.
2. Los proyectos o programas diseñados para intervenir en este sector productivo, deben ser orientados a obtener resultados concretos en el mediano y largo plazo, de forma gradual y progresiva, en un horizonte aproximado de 3 a 5 años, ya que se deben trabajar primero temas productivos y de gestión que busquen generar una oferta de productos estandarizada, de calidad, con diseños acordes a las tendencias internacionales que permita que esta oferta sea de carácter exportable, logrando así incrementar los ingresos de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.
3. Una vez generada esta oferta exportable, se recomienda intervenir en temas comerciales tales como el desarrollo de colecciones, catálogos, participación en ferias y ruedas de negocios, desarrollo y utilización de tecnologías de información que permitan articular los productos artesanales textiles con mercados locales, nacionales e internacionales; logrando de esta manera incrementar los ingresos de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.
4. Se recomienda trabajar en la certificación oficial de la calidad de los productos artesanales textiles de la Provincia de Arequipa, para así dar señales de confiabilidad a los compradores respecto a la calidad del insumo utilizado en su fabricación, logrando de esta manera incrementar

las ventas y por ende los ingresos de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.

5. Por último se recomienda incluir temas conductuales tales como trabajo en equipo, relaciones interpersonales, resolución de conflictos, etc; ya que lamentablemente aún existen temores y desacuerdos por parte de algunos integrantes de este sector, en trabajar de manera conjunta y asociada; esto especialmente en aquellos artesanos con mayor número de años de desempeño y de mayor experiencia.



## PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

<b>CUADRO N°1: MARCO LÓGICO</b>					
NOMBRE DEL PROYECTO		"FORTALECIMIENTO TÉCNICO PRODUCTIVO E INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA"			
COD.	Resumen Narrativo	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
	<b>FIN</b> Incremento del 5% en los ingresos percibidos por los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.	Un total de 316 artesanos textiles mejoran sus ingresos gracias a la transferencia de capacidades en innovación técnico productiva y una mejor articulación comercial.	*Número de artesanos textiles que han incrementado sus ingresos anuales en 5% para Mayo del 2014. (Indicador de competitividad)	Reportes de ventas, boletas de venta. Línea de Base	Existe la posibilidad de mejorar los ingresos gracias a la transferencia de capacidades en innovación técnico productiva.
	<b>OBJETIVO GENERAL</b> Provisión de servicios de Innovación Tecnológica Productiva a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.	Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa reciben la transferencia de nuevas capacidades en temas de innovación tecnológica productiva y de gestión empresarial.	*Número de cursos desarrollados en nuevas técnicas productivas y de gestión. *Número de artesanos que culminarán satisfactoriamente sus capacitaciones. *Número de innovaciones productivas aplicadas por los artesanos. (Indicador de Innovación) *Número de nuevos diseños de productos artesanales desarrollados. (Indicador de Innovación)	Informe, asistencia, pruebas de entrada y salida, registro de notas, fotos, separatas y certificados	Existe un mercado que demanda productos artesanales textiles de alta calidad y buen precio.
		Fortalecimiento y promoción comercial de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa.	*Número de artesanos textiles que han incrementado sus ventas anuales para Mayo del 2014 (Ind. de Competitividad). *Número de nuevos clientes nacionales y extranjeros contactados.	*Reportes de ventas, boletas de venta. Línea de Base. *Base de Datos de clientes contactados	
		Artesanos textiles de la Provincia de Arequipa reciben asistencia técnico productiva y administrativa que les permita mejorar sus productos y la gestión de sus negocios.	*Número de Asistencias técnico productiva y administrativa permanente durante el periodo Mayo 2013 - Mayo 2014. *Número de mejoras implementadas por los artesanos en sus respectivas unidades de negocio.	Reportes de asistencia técnico productiva y administrativa permitirán determinar el número de asistencias de los artesanos textiles.	
<b>RESULTADOS</b>					
	<b>1.1 FORTALECIMIENTO E INNOVACIÓN TÉCNICO PRODUCTIVA : RESULTADO 01</b>				
	El total de los beneficiarios pertenecientes al proyecto capacitados y dotados de las competencias necesarias en temas de innovación técnico productiva.	Artesanos beneficiarios del proyecto capacitados en mejoramiento de técnicas productivas, promoviendo la implementación de controles de calidad, estandarización y mecanización de procesos productivos.	*Número de artesanos textiles que han concluido la capacitación de forma satisfactoria. *Número de artesanos textiles que aplican nuevas capacidades técnico productivas.	Certificados técnicos de capacitación entregados, lista de asistencia, evaluaciones, registro de notas, fotos e informes de resultados de la capacitación en técnicas productivas, diseño y acabados.	Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por recibir una capacitación en nuevas técnicas productivas de productos textiles.
		Artesanos beneficiarios del proyecto capacitados en diseño de productos artesanales, acordes a las nuevas tendencias y requerimientos del mercado mundial.	*Número de nuevos diseños productivos creados por los artesanos textiles. *Número de artesanos textiles que retransmiten las capacidades técnicas adquiridas a otros artesanos.		Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en diseño de productos textiles.
		Artesanos beneficiarios del proyecto, capacitados en técnicas de acabados de productos textiles.			Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en acabado de productos textiles.

1.2	<b>FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL : RESULTADO 02</b> El total de los beneficiarios pertenecientes al proyecto capacitados y dotados de las competencias necesarias a nivel de gestión empresarial.	Artesanos beneficiarios del proyecto, capacitados en gestión de costos. Artesanos beneficiarios del proyecto, capacitados en Ventas, marketing y atención al cliente. Artesanos beneficiarios del proyecto, capacitados en Tributación, Promoción de la Formalización y Asociatividad. Artesanos beneficiarios del proyecto, capacitados en Informática.	*Número de artesanos textiles que han concluido la capacitación de forma satisfactoria. *Número de artesanos textiles que aplican nuevas capacidades de gestión en sus respectivos negocios. *Número de artesanos textiles que retransmiten las capacidades de gestión de negocios adquiridas a otros artesanos. *Número de artesanos que gestionan y determinan correctamente sus costos. *Número de artesanos que se han formalizado para Mayo del 2014.	Certificados técnicos de capacitación entregados, lista de asistencia, evaluaciones, registro de notas, fotos e informes de resultados del total de capacitaciones a nivel de gestión empresarial.	Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en gestión de costos. Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en temas de Ventas, marketing y atención al cliente. Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en temas de Tributación, promoción de la Formalización y Asociatividad. Existe interés de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa por una capacitación en Informática.
1.3.	<b>FORTALECIMIENTO Y PROMOCIÓN COMERCIAL : RESULTADO 03</b>				
	El total de beneficiarios cuentan con un apoyo sostenible de articulación comercial con el mercado nacional e internacional a través de gestiones concretas de promoción comercial fomentando de esta manera el desarrollo de la oferta de sus productos.	Desarrollo de una colección de artesanía textil, acorde a las nuevas tendencias del mercado y que sea aprovechada como una poderosa herramienta publicitaria y de ventas que genere nuevos pedidos por parte de clientes locales y extranjeros. Desarrollo de material publicitario, portal web, así mismo actividades de promoción de los productos artesanales textiles, promoviendo la venta de los productos artesanales textiles fabricados por los beneficiarios del proyecto. Participación de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en una feria local y otra nacional.	*Número de piezas trabajadas en la colección de artesanía textil desarrollada. *Número de artesanos textiles que han intervenido en el desarrollo de la colección. *Número de clientes contactados gracias a la colección desarrollada. *Implementación de un portal web donde cada artesano tenga un espacio propio para promocionar sus productos artesanales textiles. *Número de artesanos que utilizan el portal web como medio de exhibición de sus productos artesanales textiles. *Número de catálogos físicos y virtuales desarrollados, donde se exhibe el total de la colección desarrollada. *Número de catálogos brochures, trifoliados y banners impresos. *Número de ferias locales y nacionales en las cuales los artesanos textiles participaron exitosamente para Mayo del 2014. *Número de artesanos textiles que participaron en una feria local y nacional.	Desarrollo y producción del total de piezas contenidas en la colección acorde a todas las normas y exigencias requeridas en cada ficha técnica perteneciente a la colección. Número de visitas registradas en el portal web. Número de clientes contactados y gestionados a través de la página web. Fotos Catálogos físicos elaborados y distribuidos a los beneficiarios del proyecto. Cargos de entrega Inscripción en la Feria, fotos, contactos comerciales realizados, informe de participación.	Existe una demanda en el mercado por los productos artesanales textiles elaborados por los beneficiarios del proyecto.
1.4.	<b>LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DEL SECTOR : RESULTADO 04</b>				
	Levantamiento de información técnica y socioeconómica del sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa, que permita establecer un punto de partida para la ejecución de este proyecto y futuras iniciativas.	Elaboración de una Línea Base que alcance a todos los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, permitiendo la medición de los resultados obtenidos por el proyecto.	Línea de Base Técnica y Socioeconómica concluida y validada al 100%.	Línea Base del sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa.	Los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen de la importancia y relevancia de contar con una Línea Base del sector.
1.5.	<b>EQUIPAMIENTO: RESULTADO 5</b>				
	Adquisición de equipos y herramientas de mayor prioridad para el sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa.	Artesanos beneficiarios del proyecto, con mayor acceso a equipos y herramientas, que mejoren los procesos productivos, así como la calidad de los productos artesanales textiles.	*Número de equipos y herramientas adquiridas para el sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa. *Nivel de utilización de los equipos y herramientas por parte de los artesanos textiles.	*Facturas y demás documentos sustentatorios de la compra de equipos y herramientas durante el Periodo Mayo 2013 - Mayo 2014. *Actas y constancias de utilización de los equipos y herramientas.	Los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen la importancia de contar con equipos y herramientas que se ajusten a las necesidades productivas actuales.

**CUADRO N° 2: RESUMEN DE ACTIVIDADES**

<b>CUADRO N° 2: RESUMEN DE ACTIVIDADES</b>		
<b>PROYECTO:</b>	<b>"FORTALECIMIENTO TÉCNICO PRODUCTIVO E INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA"</b>	
<b>N° Actividad</b>	<b>Nombre de la Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>1.1</b>	<b>Fortalecimiento e Innovación Técnico Productiva:</b>	
1.1.1	Creación de capacidades en Diseño de textiles.	Desarrollo del curso de Diseño de textiles, con énfasis en temas de tendencias, colores y estaciones, con la finalidad de adecuar la producción de artesanía textil a las nuevas tendencias del mercado. El curso tendrá una duración de 50 horas distribuidas en 20 días.
1.1.2	Creación de capacidades en Técnicas Productivas de Tejido.	Desarrollo del curso de Técnicas Productivas de tejido, incluyendo temas como: Actualización de técnicas productivas de tejido, organización productiva y estandarización de la producción. El curso tendrá una duración de 50 horas distribuidas en 20 días. El curso incluye el desarrollo de una colección de artesanía textil.
1.1.3	Creación de capacidades en Acabados, empaque y Control de la calidad.	Desarrollo del curso de Acabados, empaque y control de calidad de productos de artesanía textil, con la finalidad de mejorar la calidad y presentación de los productos artesanales. El curso tendrá una duración de 50 horas distribuidas en 20 días.
<b>1.2</b>	<b>Fortalecimiento Empresarial</b>	
1.2.1	Creación de capacidades en Gestión de Costos	Desarrollo del curso de Gestión de Costos que permita a los capacitados una correcta determinación de los costos incurridos en sus respectivos procesos productivos. El curso tendrá una duración de 20 horas distribuidas en 10 días. El curso será eminentemente práctico.
1.2.2	Creación de Capacidades en Ventas, Marketing y Atención al Cliente.	Desarrollo del curso de Ventas, marketing y Atención al cliente, que permita a los capacitados, el dominio de nuevas técnicas y estrategias de ventas y atención al cliente con una repercusión directa en el nivel de ingresos generados por la venta de sus productos. El curso tendrá una duración de 20 horas distribuidas en 10 días. El curso será eminentemente práctico.
1.2.3	Creación de Capacidades en Tributación, Promoción de la Formalización y Asociatividad.	Desarrollo del curso de Tributación, Promoción de la formalización y Asociatividad, que permita conocer los beneficios de la asociatividad y formalización, así como todos los trámites legales y tributarios necesarios para formalizarse. El curso tendrá una duración de 20 horas distribuidas en 10 días. El curso será eminentemente práctico.
1.2.4	Creación de Capacidades en Informática	Desarrollo del curso de Informática, que permita a los capacitados la utilización de tecnologías de información y comunicación como páginas web, uso de softwares para la gestión de costos, stocks, ventas, etc
<b>1.3</b>	<b>Fortalecimiento Comercial</b>	
1.3.1	Desarrollo de una colección de Artesanía Textil.	Desarrollo de una colección de artesanía textil acorde a las nuevas tendencias del mercado que permita a los artesanos contactar nuevos clientes y generar nuevos pedidos, esta actividad se encuentra incluida dentro del desarrollo del curso de Diseño de artesanía textil.
1.3.2	Desarrollo de un catálogo físico y virtual de la colección de artesanía textil desarrollada.	Sesión de fotos de todas las piezas pertenecientes a la colección y adecuación a un catálogo físico y virtual.
1.3.3	Impresión de catálogos físicos y material publicitario.	Impresión de 1000 catálogos físicos, 1000 brochures, 03 banner, los cuales serán distribuidos y utilizados en ferias y ruedas de negocio.
1.3.4	Diseño, mantenimiento y vinculación de una página Web	Diseño y publicación de un portal web, donde cada artesano o asociación de artesanos textiles pueda mostrar y promocionar sus respectivos productos artesanales de forma independiente.
1.3.5	Participación en Ferias	Participación de un grupo de artesanos textiles en una feria nacional y una local, donde puedan exhibir sus productos y contactarse con clientes locales, nacionales e internacionales.

1.4	<b>Levantamiento de Información del Sector</b>	
1.4.1	Desarrollo de una Línea Base del Sector Artesanal Textil.	Elaboración de una Línea Base Técnica y Socioeconómica, considerando al total de los beneficiarios del sector artesanal textil, con el objetivo de medir posteriormente los objetivos alcanzados con la ejecución de este proyecto y demás iniciativas.
1.5	<b>Equipamiento</b>	
1.5.1	Adquisición de equipos y herramientas de mayor prioridad para el sector artesanal textil de la Provincia de Arequipa.	Adquisición de equipamiento y herramientas básicas para el proceso productivo de artesanías textiles.
1.6	<b>Gestión del Proyecto</b>	
1.5.1	Director Ejecutivo	Consultor profesional con maestría en gerencia de proyectos y con experiencia mínima de 04 años en la formulación y ejecución de proyectos de desarrollo productivo, encargado de la supervisión integral del proyecto a tiempo completo, así como del cumplimiento de todas las actividades programadas.
1.5.2	Asistente Administrativo del Proyecto	Consultor egresado de una carrera profesional con experiencia en ejecución de proyectos de Desarrollo Productivo que brindará asistencia administrativa a tiempo completo durante la ejecución del total de actividades programadas.
1.5.3	Asistente Técnico del Proyecto	Consultor técnico, con una experiencia mínima de diez años dentro del sector artesanal textil, el cual brindará asistencia técnica en todas las actividades del proyecto a medio tiempo.
1.5.4	Asistente Contable del Proyecto	Contador profesional colegiado encargado de brindar asesoría en temas contables y llevar la contabilidad completa a lo largo de la ejecución del Proyecto



**CUADRO N°3: PRESUPUESTO DEL PROYECTO "FORTALECIMIENTO TÉCNICO PRODUCTIVO E INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA"**

Itm	Actividad	2013												COSTO TOTAL
		Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	
1	<b>ARTESANIA TEXTIL</b>													151,394
1.1	<b>Fortalecimiento e Innovación Técnico Productiva:</b>													29,500
1.1.1	Creación de capacidades en Diseño de textiles y desarrollo de una colección (se contratará a un experto diseñador con experiencia a nivel nacional e internacional) Duración de 50 horas. Incluye el desarrollo de una colección.		10,000											10,000
1.1.2	Creación de capacidades en Técnicas Productivas de Tejido. (se contratará a un experto diseñador con experiencia a nivel nacional e internacional) Duración de 50 horas.					6,000								6,000
1.1.3	Creación de capacidades en Acabados, empaque y Control de la calidad. (se contratará a un experto diseñador con experiencia a nivel nacional e internacional) Duración de 50 horas.						6,000							6,000
	Alquiler de local implementado con todas las herramientas necesarias para capacitar a los beneficiarios del proyecto. (Un total de 150 horas que incluye las 03 capacitaciones programadas) (Costo: S/.50.00 x hora)		2,500			2,500	2,500							7,500



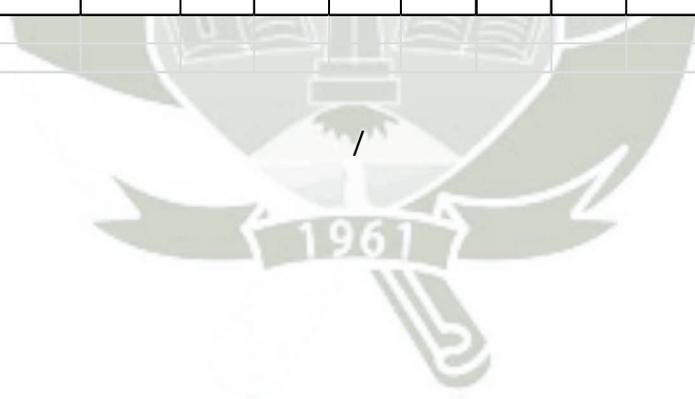
<b>1.2</b>	<b>Fortalecimiento Empresarial</b>														<b>30,600</b>
1.2.1	Creación de capacidades en Gestión de Costos Duración de 20 horas. (Costos del experto S/.70.00 por hora)									1,400					1,400
1.2.2	Creación de Capacidades en Ventas, Marketing y Atención al Cliente. Duración de 20 horas. (Costos del experto S/.70.00 por hora)										1,400				1,400
1.2.3	Creación de Capacidades en Tributación, Promoción de la Formalización y Asociatividad. Duración de 20 horas. (Costos del experto S/.70.00 por hora)											1,400			1,400
1.2.4	Creación de Capacidades en Informática. Duración de un mes . Aproximado 60 artesanos (Costo de la institución S/.65.00 incluido certificación)												3,900		3,900
1.2.5	Provisión de auditorio para cubrir el total de capacitaciones empresariales programadas (30 días) (Costo: S/.350.00 x día)									3,500	3,500	3,500			10,500
1.2.6	Provisiones de salones y ambientes para el desarrollo de reuniones durante la ejecución del proyecto	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
<b>1.3</b>	<b>Fortalecimiento Comercial</b>														<b>40,250</b>
1.3.1	Desarrollo de una colección de Artesanía Textil (Incluido en el ítem 1.1.1)														0
1.3.2	Desarrollo de un catálogo físico y virtual de la colección de artesanía textiles desarrollada. (Incluido sesión de fotos)								2,900						2,900
1.3.3	Impresión de 1000 catálogos físicos, 1000 brochures, 1000 trifoliados y 03 banner, los cuales serán distribuidos y utilizados en ferias y ruedas de negocio.									8,000					8,000
1.3.4	Diseño, mantenimiento y vinculación de una página Web (inclusión y actualización con la colección desarrollada a partir del décimo mes)	2,500									500	500	500		4,000
1.3.5	Participación en la Feria Peru Gift Show (Participación de 02 artesanos textiles, Director Ejecutivo y Asistente administrativo, durante tres días en el mes de abril)			16,630											16,630
	Alquiler de Stand			3,250											3,250
	Asesoría para el diseño del Stand			4,000											4,000
	Decoración e implementación del Stand			5,000											5,000

	Transporte Arequipa Lima - Lima Arequipa (dos funcionarios de la institucion a cargo del Proyecto)			950										950
	Transporte Arequipa Lima - Lima Arequipa (dos artesanos textiles)			320										320
	Alojamiento por 03 noches para 04 personas (Costo por noche por persona = S/.130.00)			1,560										1,560
	Alimentación por 04 días para 04 personas (Costo por día por persona = S/.75.00)			1,200										1,200
	Gastos de movilidad durante 04 días para 04 personas (Costo por día por persona = S/.21.88)			350										350
1.3.6	Participación en la Feria Internacional de Arequipa (FIA 2013) (Participación de 02 artesanos textiles, Director Ejecutivo y Asistente administrativo, durante 10 días en el mes de Agosto)							8,720						8,720
	Alquiler de Stand (incluye armado en aluminio con paneles de melamina, tomacorriente triple e iluminación de fluorescente)							3,000						3,000
	Decoración e implementación del Stand							3,500						3,500
	Movilidad para traslados a la feria (10 días) (Director Ejecutivo, Asistente Administrativo y dos artesanos textiles) (Costo por día por persona = S/.8.00)							320						320
	Alimentación (almuerzo y cena) dentro de la Feria (10 días) (Director Ejecutivo, Asistente Administrativo y dos artesanos textiles) (Costo por persona por día = S/.47.50)							1,900						1,900
<b>1.4</b>	<b>Levantamiento de Información del Sector</b>													<b>10,000</b>
1.4.1	Desarrollo de una Línea Base del Sector Textil Artesanal.	10,000												10,000





2	GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO													155,400	
2.1	Director Ejecutivo	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000
2.2	Asistente Administrativo del Proyecto	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
2.3	Asistente Técnico Productivo (Artesano Textil)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
2.4	Asistente Contable del Proyecto	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9,600
2.5	Provisión de 02 oficinas con vigilancia privada durante la ejecución a lo largo de todo el proyecto	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	42,000
2.6	Provisión de equipos informáticos como computadoras, impresoras, cañon, camaras, etc	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10,800
2.7	Servicio de teléfono e internet durante la ejecución del proyecto.	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4,200
2.8	Servicio de energía eléctrica durante la ejecución del proyecto.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
2.9	Gastos de movilidad durante la ejecución del proyecto.	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
2.10	Soporte financiero y contable para la ejecución del proyecto.	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4,200
2.11	Gastos notariales y de gestión de documentos legales durante el proyecto.	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
<b>TOTALES</b>		<b>35,240</b>	<b>26,450</b>	<b>30,580</b>	<b>13,950</b>	<b>22,450</b>	<b>54,704</b>	<b>22,670</b>	<b>16,850</b>	<b>26,850</b>	<b>19,350</b>	<b>19,350</b>	<b>18,350</b>	<b>306,794</b>	
													<b>IGV 18%</b>	<b>55222.92</b>	
													<b>TOTAL</b>	<b>362,017</b>	



**CUADRO N°4: INDICADORES DE RENTABILIDAD**

INGRESOS PERCIBIDOS EN SITUACION SIN PROYECTO DE ARTESANIA TEXTIL					
N° DE ARTESANOS	INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.)	INGRESO PROMEDIO ANUAL POR ARTESANO TEXTIL(S/.)	INGRESOS POR AÑO PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2013	INGRESOS POR AÑO PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2014	INGRESOS AÑO PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2015
316	1,000.00	12,000.00	3,792,000.00	3,792,000.00	3,792,000.00

INGRESOS PERCIBIDOS EN SITUACION CON PROYECTO DE ARTESANIA TEXTIL (Aumento de 5% de los Ingresos)			
N° DE ARTESANOS	INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2013	INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2014	INGRESO PROMEDIO MENSUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2015
316	1,000.00	1,050.00	1,102.50
	INGRESO PROMEDIO ANUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2013	INGRESO PROMEDIO ANUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2014	INGRESO PROMEDIO ANUAL POR ARTESANO TEXTIL (S/.) PARA MAYO DEL 2015
	12,000.00	12,600.00	13,230.00
	INGRESOS PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2013	INGRESOS PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2014	INGRESOS PERCIBIDOS POR LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA (S/.) PARA MAYO DEL 2015
	3,792,000.00	3,981,600.00	4,180,680.00

BENEFICIOS INCREMENTALES DEL PROYECTO				
PERIODO	MAYO 2013	MAYO 2014	MAYO 2015	TOTAL
ITEM		MONTO EN SOLES	MONTO EN SOLES	MONTO EN SOLES
Ingresos anuales percibidos por el sector textil sin proyecto.	3,792,000.00	3,792,000.00	3,792,000.00	
Ingresos anuales percibidos por el sector textil con proyecto.	3,792,000.00	3,981,600.00	4,180,680.00	
Beneficios incrementales		189,600.00	388,680.00	578,280.00
Costo total del proyecto (S/.) =	362,016.92	0.00	0.00	362,016.92
Ratio Costo-Beneficio (B/C) =				1.60

AÑO		MAYO 2013	MAYO 2014	MAYO 2015
Inversión		362,016.92		
Beneficios de la intervención		0.00	189,600.00	388,680.00
Diferencia		-362,016.92	189,600.00	388,680.00
TSD 12%		1.00	0.89	0.80
<b>VAN</b>	<b>117,122.11</b>	<b>-362,016.92</b>	<b>169,285.71</b>	<b>309,853.32</b>
<b>TIR</b>	<b>18.80%</b>			
<b>B/C</b>	<b>1.60</b>			

## BIBLIOGRAFÍA

- “Acabado de los textiles” En: Mundo de la tintorería y lavandería fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.tintoreriaylavanderia.com/tintoreria/analisis-de-prendas/632-acabados-textiles.html>>
- Access my library  
s.f “Factores empresariales” En: Factores del crecimiento Empresarial fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-161601381/factores-del-crecimiento-empresarial.html> >
- Álvaro Higuera  
2005 “Técnicas productivas de Textil En: Textiles Prehispánicos - textiles fecha de consulta: 07/09/2012  
<[http://www.tiwanakuarcho.net/13\\_handicrafts/textiles\\_tec.html](http://www.tiwanakuarcho.net/13_handicrafts/textiles_tec.html)>
- “Definición de Factor”  
2008 En: Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://definicion.de/factor/>>
- “Diseño de textiles” En : Portal del Arte fecha de consulta: 07/09/2012  
<[http://www.portaldearte.cl/terminos/textil\\_diseno.htm](http://www.portaldearte.cl/terminos/textil_diseno.htm)>
- “Diseño de textiles” En: Portal Centros de Estudios en comunicación  
2011 fecha de consulta:07/09/2012  
<[http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=169:diseño-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26](http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=169:diseño-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26)>
- Cesar P. Rios  
s.f “Artesanía textil” En: Perú Tourism Bureau fecha de consulta: 07/09/2012  
<[http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art\\_80](http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art_80)>
- Comexperu “Potencial de la artesanía textil” En: Textiles peruanos Hilando el crecimiento fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cportada.pdf>>
- Comunicación organizacional Blogspot  
s.f “Tics” En: Tics y nuevos métodos de aprendizaje; fecha de consulta 14/09/2012  
<<http://comunicacion-oranzacional.blogspot.com/2011/12/tics-y-nuevos-metodos-de-aprendisaje.html>>

- Consultora Empresarial “Recursos S.A.C.  
s.f “Rueda de Negocios En: Rueda de negocios, Eduardo Burga Bartra; Fecha de consulta: 14/09/2012  
<[http://www.recurso.com/Documentos/5\\_2.htm](http://www.recurso.com/Documentos/5_2.htm) >
- Cristian Marcelo Riffo Cáceres  
s.f “Asociatividad” En: Una solución moderna para enfrentar este mundo globalizado”. Fecha de consulta: 10/09/2012
- Definición ABC”  
s.f “Feria comercial” En: Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos; fecha de consulta: 14/10/2012  
<<http://www.definicionabc.com/social/feria.php>>
- Definición de:  
s.f “Venta” En: Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos, fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://definicion.de/venta/> >
- Directorio Nacional de Artesanos.  
2012 Artesanos Textiles Provincia de Arequipa En: Ministerio de Comercio y Turismo fecha de consulta: 14/ 09 / 2012  
<<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/directorio/infoartesanas.aspx>>
- E Morera Guillen.  
2011 “Formalización de empresas” En: Política Pública Económica, pág. 16, fecha de consulta: 10/09/2012 Institución Universitaria Esumer, Centro de Investigaciones y Prospectiva, Medellín (Ant.). Colombia
- Ecc worl  
2009 “Costo económico” En: Actualidad económica -Perú, fecha de consulta: 07/09/2012 <<http://eccoworld.blogspot.com/2009/05/los-costos-economicos.html> > ,
- Eccfinanzas  
s.f “Tributación” En: Web dedicada a la Economía y Finanzas, Fecha de consulta: 07/09/2012 < <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TRIBUTACION.htm> >
- e-economic  
s.f “Volumen de ventas En: Glosario de Definición: volumen de negocio o ventas; fecha de consulta: 14 /09/2012 <<http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-volumen-de-negocios>
- Enciclopedia virtual, Gestión empresarial.  
2007 “TICs” En: la gestión empresarial fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.eumed.net/libros/2007c/318/la%20gestion%20empresarial.htm>, Eumed.net, “La enciclopedia Virtual”, La Gestión Empresarial>

- Gestipolis  
s.f “Factores técnico productivo” En: Factores de producción  
fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> >
  
- 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> >
  
- Hernández R. Fernández C. Baptista P.  
2003 “Metodología de la Investigación” Ed.Mc Graw Hill, México.
  
- Ley N<sup>o</sup> 29073  
2007 “Artesanía” En: “Ley del Artesano y del desarrollo de la actividad artesanal”, capítulo II, artículo 5.
  
- Mariola Fernández V. (Funcionaria del MINCETUR)  
s.f “Características del sector artesanal” En: Importancia del Sector artesanía en el comercio exterior” fecha de consulta: 07/09/2012  
<[http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo\\_2.htm](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/Otros/Penx/articulos/articulo_2.htm) >
  
- Mincetur  
2009 “Estudio de la línea de base de la artesanía textil”; fecha de consulta: 14/09/2012  
<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/94.pdf>>
  
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)  
s.f “Exportación” En: Glosario definición de Exportación; fecha: 14/09/2012  
<[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)>
  
- Ministerio de la producción  
2012 Importancia del sector textil y confecciones En: Prensa, Ministerio de la producción  
<<http://www.produce.gob.pe/index.php/prensa/noticias-del-sector/280-destacan-importancia-del-sector-textil-confecciones>>
  
- Portal Economía  
s.f “Ingreso” En: La gran Enciclopedia de económica 2006-2009  
Fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm>>

- Ricardo limo del castillo –Prompex  
2005 “Importancia de la artesanía” En: Oportunidad de negocios en la sierra exportadora artesanías pp 4,5  
<[http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra\\_exportadora/05\\_artesania.pdf](http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra_exportadora/05_artesania.pdf)>
  
- Sampieri  
2010 “Metodología de la Investigación” pág. 17,18 En: eBookbrowse  
<[http://ebookbrowse.com/hernandez-sampieri-metodologia-de-la-investigacion-pdf\\_d48104723](http://ebookbrowse.com/hernandez-sampieri-metodologia-de-la-investigacion-pdf_d48104723)>
  
- Secretaría de Desarrollo económico  
2012 “Formalización de empresas” En: Política Económica, fecha de consulta: 10/09/2012  
<<http://www.envigado.gov.co/Secretarias/SecretariadeDesarrolloEconomico/documentos/2012/POLITICA%20PUBLICA%20ECONOMICA%20PARA%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20ENVIGADO.pdf>>
  
- WEB dedicada a la Gestión y Administración de Empresas.  
s.f “Gestión Empresarial” En: gestión y administración, fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gestion.html>>
  
- Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos  
s.f “Exportación” En: Definición de exportación; fecha de consulta: 14/09/2012  
<<http://definicion.de/exportacion/>>
  
- Williams Estrada Vera  
2007 “Atención al cliente” En: servicio y atención al cliente, fecha de consulta: 07/09/2012  
<<http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf> >



# ANEXOS



# Anexo 1

## Plan de Tesis

## 1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

### 1.1. Problema:

Influencia de los Factores Empresariales asociados a los Artesanos Textiles, en sus ingresos; Provincia de Arequipa 2011– 2012.

### 1.2. Descripción:

El Sector Textil Artesanal significa sin lugar a duda la revalorización del trabajo de cientos de artesanos peruanos, que transmiten tradición, identidad y calidad, a lo largo de los años este sector ha ido creciendo y se ha convertido en un importante generador de empleo según datos del Mincetur ha existido en los últimos años mayor participación del sector artesanal en las exportaciones.

La viceministra de MYPE e Industria, Gladys Triveño, resaltó la importancia del sector textil como generador de empleo<sup>1</sup>; además las industrias de textiles, confecciones y cuero están contenidas en el sector manufacturero y en los últimos años ha presentado una importante cuota en la estructura del Producto Bruto Interno (PBI) global.

El plan estratégico exportador indica que para la competitividad textil se requiere desarrollar: calidad e innovación en diseño, también se necesita inversión a nivel comercial para que una empresa peruana pueda competir a nivel Nacional e internacional, apelando a una alta calidad y valor agregado, lo cual será necesario un buen manejo empresarial.

---

<sup>1</sup> Ministerio de la producción  
2012 Importancia del sector textil y confecciones En: Prensa, Ministerio de la producción fecha de consulta:07/09/2012 < <http://www.produce.gob.pe/index.php/prensa/noticias-del-sector/280-destacan-importancia-del-sector-textil-confecciones>>

Es probable que existan carencias importantes a nivel técnico productivo, empresarial y comercial que afecten el nivel de ventas que vienen experimentando los artesanos Textiles en Arequipa.

Los artesanos textiles de Arequipa al conocer de forma precisa el comportamiento de variables íntimamente relacionadas a su operación, tanto a nivel comercial, de gestión empresarial y técnico productivas, les permitirá desarrollarse de tal manera que podrán obtener altos Ingresos.

**1.2.1 Campo:** Ciencias Jurídicas Económico Administrativas

**Área:** Ingeniería Comercial

**Línea:** Economía

**1.2.2 Tipo de problema:**

El tipo de problema a investigar es Explicativo<sup>2</sup>

El problema de investigación que estamos tratando es explicativo porque se explicara los factores empresariales técnico productivo, de gestión empresarial, y comercial que poseen los Artesanos Textiles de la Provincia Arequipa, además se establecerá la influencia de los factores empresariales en los ingresos obtenidos de los Artesanos Textiles. De esta manera se dará a conocer el comportamiento de las variables de estudio, las cuales permitirán dar posibles soluciones para el desarrollo del Sector Artesanal Textil.

---

<sup>2</sup> Sampieri,  
2010 "Metodología de la Investigación" pág. 17,18 En: eBookbrowse fecha de consulta :07/09/2012  
<<http://ebookbrowse.com/herandez-sampieri-metodologia-de-la-investigacion-pdf-d48104723>>

### 1.2.3 Variables

#### (a) Análisis de Variables:

- **Variable Dependiente:** Ingresos
- **Variable Independiente:** Factores empresariales

#### (b) Operacionalización de Variables:

Variables	Subvariable	Indicadores
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Locales</li> <li>- Nacionales</li> <li>- Internacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso anual local/12meses<sup>3</sup></li> <li>- Ingreso anual Nacional /12meses</li> <li>- Ingreso anual internacional/12meses</li> </ul>
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> <b>Factores Empresariales</b> (Conjunto de características empresariales que presentan los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)	<b>Técnico Productivos</b> (Conjunto de factores a nivel técnico productivos, asociados a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de conocimiento en técnicas productivas de tejido. (Escala de medición del 1-10)<sup>4</sup></li> <li>- Nivel de conocimiento en acabados y control de calidad de productos textiles. (Escala de medición 1-10)</li> <li>- Nivel de conocimiento en diseño de productos textiles. (Escala de medición 1-10)</li> <li>- Nivel tecnológico y maquinaria disponible. (Escala de medición 1-10)</li> </ul>

<sup>3</sup>Ingreso promedio mensual : Promedio (soles)

<sup>4</sup>Escala de medición : 1y2 :Sobresaliente, 3y4: En vías de mejorar , 4y 6: Regular, 7y 8:Pobre ,9y10 :Deficiente

<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> <b>Factores Empresariales</b> (Conjunto de características empresariales que presentan los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)</p>	<p><b>De Gestión Empresarial</b> (Conjunto de factores a nivel de gestión empresarial, asociados a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de conocimiento de costos y tributación. (Escala de medición 1-10)</li> <li>- Nivel de conocimiento de ventas y atención al cliente. (Escala de medición 1-10)</li> <li>- Nivel de conocimiento sobre beneficios de la formalización y asociatividad. (Escala de medición 1-10)</li> </ul>
	<p><b>Comercial</b> (Conjunto de Factores a nivel comercial, asociados a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nro. de ferias y ruedas de negocio. Nivel de conocimiento en TIC's . (Escala de medición 1-10)</li> </ul>

#### 1.2.4 Interrogantes Básicas

- ¿Cuáles son los factores técnico productivos, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa?
- ¿Cuáles son los factores a nivel de gestión empresarial, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa?
- ¿Cuáles son los factores comerciales, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa?
- ¿Cuál es el nivel de ingresos por ventas asociado a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa?

### 1.3. Justificación

La presente investigación se ha decidido realizar debido a la importancia que representa el sector productivo de Artesanías en el rubro de Textil dentro de la Provincia de Arequipa, teniendo en cuenta que existen más de 100 mypes dentro de este rubro y que día a día luchan por convertirse en una fuente importante de empleo y generación de ingresos para sus involucrados; ya sean productores artesanos o comerciantes de estos productos.

En este sentido, el desarrollo de la presente investigación es relevante y se justifica por las siguientes razones:

- a) **Importante**, permite establecer la influencia de una buena gestión de los negocios del sector Artesanal Textil, permite la obtención de niveles de ingreso adecuados a los miembros de este sector productivo; además en la gran oportunidad de desarrollo que podría significar para este sector productivo, el conocer de forma precisa el comportamiento de variables íntimamente relacionadas a su operación, tanto a nivel comercial, de gestión empresarial y técnico productivas, permitiéndoles una toma de decisiones de forma más acertada en el día a día de su vida empresarial.
- b) **Novedosa**, debido a que no se han encontrado estudios sobre el desarrollo y el desenvolvimiento económico del Sector Artesanal Textil en la Provincia de Arequipa.
- c) **Actual**, porque en la actualidad existen más de 100 mypes en este sector productivo generando empleo, ingresos y desarrollo en varias familias.
- d) **Generalizable**, porque abarca un tema que se trata en esta Provincia como en el resto del país, además porque engloba una serie de instituciones.

- e) **Verificable**, ya que se puede comprobar en el campo mismo, a través de procedimientos metodológicos que van a servir en el desarrollo de la presente investigación.
- f) **Económico**, porque el sector Artesanal Textil participa activamente en la economía arequipeña, sin embargo ha venido atravesando por diversas dificultades que de alguna manera no ha permitido en la mayoría de casos convertirse en una verdadera fuente de ingresos, desarrollo personal y aumento del bienestar para sus miembros.

#### 1.4. Objetivos

- **Objetivo General :**
  - Determinar la influencia de los factores empresariales asociados a los Artesanos Textiles, en sus ingresos; Provincia de Arequipa.
- **Objetivos Específicos :**
  - Determinar los factores técnico productivos, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.
  - Determinar los factores a nivel de gestión empresarial, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.
  - Determinar los factores comerciales, asociados a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.
  - Determinar cuál es el nivel de ingresos por ventas asociado a los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa.

## 1.5. Marco Teórico

### 1.5.1. Esquema Estructural

#### Primera Unidad: Marco Conceptual

- **Artesanía:**<sup>5</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.

- **Importancia de la Artesanía:** <sup>6</sup>

La artesanía es importante en varios aspectos como:

- La artesanía es una actividad complementaria a la agricultura para generar más ingresos.
- Permite la expresión de la creatividad popular y la identidad peruana

---

<sup>5</sup> Ley N<sup>o</sup> 29073

2007 "Artesanía" En: "Ley del Artesano y del desarrollo de la actividad artesanal", capítulo II, artículo 5.

<sup>6</sup> Ricardo limo del castillo –Prompex

2005 "Importancia de la artesanía "En : Oportunidad de negocios en la sierra exportadora artesanias pp 4,5

<[http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra\\_exportadora/05\\_artesania.pdf](http://www.prompex.gob.pe/Prompex/documents/sierra_exportadora/05_artesania.pdf)>

- 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 dos millones de personas, ubicadas en las zonas rurales y urbanas marginales del país.
  - Existen alrededor de cien mil (100,000) talleres artesanales principalmente, micro y pequeñas empresas.
- **Características del Sector Artesanal:**<sup>7</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.
- **Artesanía Textil:**<sup>8</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

---

<sup>7</sup> Mariola Fernández V. (Funcionaria del MINCETUR)  
s.f "Características del sector artesanal" En : Importancia del Sector artesanía en el comercio exterior"  
fecha de consulta :07/09/2012  
<[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>8</sup> Cesar P. Rios  
s.f "Artesanía textil" En: Peru Tourism Bureau fecha de consulta : 07/09/2012  
<[http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art\\_80](http://www.visitperu.com/handicrafts-esp.htm#art_80)>

montaje final 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.

- **Potencial de la Artesanía Textil:**<sup>9</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.

---

<sup>9</sup>Comexperu“ Potencial de la artesanía textil “En: Textiles peruanos Hilando el crecimiento fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.comexperu.org.pe/archivos%5Crevista%5Cmayo08%5Cportada.pdf>>

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 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.

- **Factor:**<sup>10</sup>

En un nivel general, un factor es un elemento o una concausa (cosa que, junto con otra, es la causa de un efecto): “El tabaquismo es un factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades coronarias”, “Varios factores incidieron en la derrota del seleccionado argentino”.

- **Factores Empresariales:**<sup>11</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>10</sup>Definición de 2008, “Definición de Factor” En : Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos  
fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://definicion.de/factor/>>

<sup>11</sup> Access my library  
s.f “Factores empresariales” En: Factores del crecimiento empresarial  
fecha de consulta : 07/09/2012  
< <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-161601381/factores-del-crecimiento-empresarial.html> >

- **Factores Técnico Productivos:**<sup>12</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.

---

<sup>12</sup> Gestiopolis  
s.f “Factores técnico productivo” En: Factores de producción  
fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/factores-de-produccion/factores-de-produccion.htm> >

- **Técnicas Productivas de Textil:**<sup>13</sup>

Este ítem está referido a todos los diversos métodos y procedimientos conocidos que son necesarios llevar a cabo por el artesano para la producción de textiles, entre los más conocidos se tiene:

**Espuma:** se forman introduciéndole aire caliente a una sustancia elástica. Son telas de bajo peso esponjosas y elásticas.

**Fieltro:** las fibras se cardan, se peinan y se rocian, luego se las aplica en una plancha donde se las agita. Son telas que no se deshilachan, ni tienen grano y no se rasgan, tienen mala caída.

**Entretejido o trencilla:** este tipo de tejido se elaboran con hilos que se entrelazan a lo largo y en diagonal.

**Tejido de punto:** uno o mas hilos forman bucles que se entrelazan entre si. Son telas porosas que se estiran y son resistentes.

**Encaje:** los hilos se anudan y se entrelazan para formar diferentes diseños. Es un tejido abierto.

**Tejido en telar:** este es un tejido que se forma a partir de dos o más conjuntos de hilos que se entrelazan de manera perpendicular. Este tipo de tejido se desteje, tiene grano y no se estiran.

**Telas compuestas:** Espuma y fibra: se mezcla la solución con las fibras se mezclan en un tambor y la tela queda en ambos lados con pelillos. Simil gamuza.

**Flocadura:** A una tela de base a través de adhesivo se le agregan diferentes fibras, estas telas quedan con una apariencia aterciopelada.

---

<sup>13</sup> Albaro Higuera

2005 "Técnicas productivas de Textil En: Textiles Prehispánicos -textiles fecha de consulta:07/09/2012  
<[http://www.tiwanakuarcho.net/13\\_handicrafts/textiles\\_tec.html](http://www.tiwanakuarcho.net/13_handicrafts/textiles_tec.html)>

**Tejido revestido:** a una tela que actúa como base se le agrega cloruro de polivinilo o de poliuretano.

- **Acabado de los textiles:**<sup>14</sup>

El acabado es el proceso que se realiza sobre el tejido para modificar su comportamiento, tacto o apariencia, ya que durante los procesos como hilatura, tejeduría, lavado, teñido se eliminan ceras y grasas naturales que tienen las fibras, también otros aditivos usados para procesarlos, con lo que resulta un textil con tacto nada agradable y débil.

Los acabados químicos y físicos en los textiles, consisten en aumentar la funcionalidad de los tejidos y hacerlos más agradables a la hora de usarlos.

- **Diseño de Textiles:**<sup>15</sup>

El diseño textil es la disciplina involucrada en la elaboración de productos para la industria textil, tales como fibras, hilos, tejidos y tejidos con propiedades y características específicas, con el fin de satisfacer diversas necesidades humanas, como la obtención de insumos para el desarrollo de otros productos en los campos de la confección y decoración. También tiene que ver con los textiles técnicos, área en la que se desarrollan telas especializadas para la medicina, arquitectura, ingeniería y deportes, entre otros.

Como también la creación de diseños que "se estampan" y adornan este tejido y fibras para ser parte de los insumos.

---

<sup>14</sup> "Acabado de los textiles" En: Mundo de la tintorería y lavandería fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.tintoreriaylavanderia.com/tintoreria/analisis-de-prendas/632-acabados-textiles.html>>

<sup>15</sup>"Diseño de textiles" En : Portal del Arte fecha de consulta: 07/09/2012  
<[http://www.portaldearte.cl/terminos/textil\\_diseno.htm](http://www.portaldearte.cl/terminos/textil_diseno.htm)>

"Diseño de textiles" En: Portal Centros de Estudios en comunicación 2011 fecha de consulta:07/09/2012  
<[http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=169:diseno-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26](http://www.cecc.edu.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=169:diseno-textil-&catid=5:blog-fashion-design-and-marketing&Itemid=26)>

El diseñador, como un profesional capaz de entender y resolver de manera creativa y técnica los diferentes problemas de diseño en la industria textil y de la confección, interviene en los procesos de tejido, estampado, corte y confección de telas.

- **Gestión Empresarial:**

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

La entrada en el nuevo siglo y el panorama cambiante del mercado, sumado al apareamiento y desarrollo de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's) ha hecho que las empresas tengan que desenvolverse en un entorno cada vez más complejo. Por lo tanto la empresa moderna debe asumir el enorme desafío de modificar su gestión para competir con éxito en el mercado. Se puede decir entonces que la mayor parte de las empresas se han visto en la necesidad de abrazar una gestión de adaptación a los cambios y a las nuevas circunstancias venideras.<sup>16</sup>

El concepto de gestión empresarial aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa; la primera de esas funciones es la planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos

---

<sup>16</sup> Enciclopedia virtual, Gestión empresarial 2007 "TICs" En: la gestión empresarial fecha de consulta: 07/09/2012 <<http://www.eumed.net/libros/2007c/318/la%20gestion%20empresarial.htm>, Eumed.net, "La enciclopedia Virtual", La Gestión Empresarial.>

referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados. La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la organización en donde se agruparan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

En tercer lugar la dirección de la empresa, la cual en base al concepto de gestión empresarial implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.

El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de este modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio.

Teniendo todo esto que ha sido mencionado en cuenta, podemos notar la eficiencia que posee el hecho de llevar a cabo la administración de empresas en base al concepto de gestión. El mismo aporta un nivel mucho más alto de organización permitiendo así que la empresa pueda desempeñarse muy bien en su área de trabajo. En el caso de que emprenda un nuevo negocio o una empresa, con el objetivo de que la misma llegue a grandes estatutos empresariales, le recomendamos entonces que la administración correspondiente a su empresa se encuentre regida por el concepto

de gestión, y de esta manera se aumentarían los niveles de posible éxitos que se pueda tener en la empresa.<sup>17</sup>

- **El Costo Económico:**<sup>18</sup>

SCHEIFLER (1999), concluye que los costos económicos entre otros términos, son abordados como:

El desembolso de dinero o valores, que se efectúa para llevar a cabo el proceso de producción, ya sea por compra de material, pago de mano de obra u otros gastos y se computa dentro del valor del bien o servicio producido u obtención del objeto económico procesado.

El valor de los factores de producción empleados en la producción.

La porción del precio de venta que no considera la ganancia o margen de utilidad de un bien o servicio.

- **Clasificación de Costos Económicos:**

DOMINICK (1996), nos permite precisar que los costos económicos se clasifican en:

Costos fijos: Son aquellos que permanecen invariables durante todo el proceso productivo, serán los mismos, tanto si el volumen de producción o cantidades producidas son de una unidad, como de cientos, miles, etc.

-Costos variables: Son aquellos que varían directamente con el volumen de producción o cantidades producidas; crecen si se produce más y disminuyen si se produce menos. Son ejemplos de

---

<sup>17</sup> WEB dedicada a la Gestión y Administración de Empresas.  
s.f "Gestión Empresarial" En : gestión y administración , fecha de consulta :07/09/2012  
<<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gestion.html>>

<sup>18</sup> Ecc worl  
2009 "Costo económico "En : Actualidad económica -peru , fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://eccoworld.blogspot.com/2009/05/los-costos-economicos.html> > ,

costos variables, los desembolsos por mano de obra directa y las materias primas. Lo que en términos contables, es el costo primo, en términos económicos es costo variable por excelencia.

-Costo total: Es el monto que resulta de sumar el costo fijo más el costo variable, es decir constituye el desembolso total que exige producir un determinado volumen de productos en un tiempo dado.

-Costo medio: Es el desembolso por unidad producida, se le conoce como costo unitario, o costo promedio, o costo per cápita. Su cálculo se efectúa dividiendo el costo total entre el volumen de producción.

El costo medio también se obtiene de sumar el costo fijo medio con el costo variable medio.

- **La Tributación:**<sup>19</sup>

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

---

<sup>19</sup> Ecco finanzas  
s.f "Tributación" En : Web dedicada a la Economía y Finanzas , Fecha de consulta : 07/09/2012  
< <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TRIBUTACION.htm> >

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.

- **La Venta:**<sup>20</sup>

Venta es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden.

Cuando hablamos de venta también nos podemos referir al contrato a través del cual se transfiere una cosa propia a dominio ajeno por el precio pactado. La venta puede ser algo potencial (un producto que está a la venta pero que aún no ha sido comprado)

---

<sup>20</sup> Definición de s.f "venta" En: Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos , fecha de consulta:07/09/2012 <<http://definicion.de/venta/> >

o una operación ya concretada (en este caso, implica necesariamente la compra).

Suele hablarse de compra-venta para hacer mención a la operación bilateral donde el vendedor entrega una cosa determinada al comprador, quien paga por ella un precio. Lo habitual es dicho pago se realice en dinero, ya que si se escoge otro objeto a cambio estamos ante un trueque.

La venta de productos o servicios constituye la base de las operaciones de las empresas. A través de estas ventas, las compañías obtienen ingresos. El hecho de ser rentables dependerá de muchos otros factores, como la gestión de costos.

Cabe destacar que pueden venderse cosas materiales o simbólicas.

- **La Atención al Cliente:**<sup>21</sup>

Podemos definir la atención al cliente como la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes o público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial.

Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial, no podemos llevarlo en nuestros maletines, se encuentra en nuestro interior, tiene consecuencias favorables en el cliente o público usuario y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona.

---

<sup>21</sup> Williestrada vera  
2007 "Atención al cliente " En: servicio y atención al cliente , fecha de consulta :07/09/2012  
<<http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf> >

El cliente está impulsado por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución.

A esta persona la encontraremos no sólo en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, pacientes; ellos son los clientes o público usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.

- **Formalización de Empresas:**<sup>22</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 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>22</sup> Secretaría de Desarrollo económico  
2012 " formalización de empresas" En: Política Económica , fecha de consulta :10/09/2012  
<<http://www.envigado.gov.co/Secretarias/SecretariadeDesarrolloEconomico/documentos/2012/POLITICA%20PUBLICA%20ECONOMICA%20PARA%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20ENVIGADO.pdf> >  
E Morera Guillen  
2011 "formalización de empresas" En: Política Pública Económica , pag 16 ,fecha de consulta:  
10/09/2012 Institución Universitaria Esumer, Centro de Investigaciones y Prospectiva , Medellín (Ant.).  
Colombia

- **Asociatividad Empresarial:**<sup>23</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>23</sup> Cristian Marcelo Riffo Cáceres  
s.f “Asociatividad” En: Una solución moderna para enfrentar este mundo globalizado”. fecha de consulta:10/09/2012

- **Gestión Comercial:**<sup>24</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.

---

<sup>24</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> >

- **Volumen de Ventas:**<sup>25</sup>

Es una medida contable que recoge los ingresos que una empresa ha obtenido con motivo de actividad durante un periodo determinado de tiempo.

El volumen de ventas es el total de ingresos recibidos por la realización de todas las transacciones económicas realizadas durante un periodo de tiempo específico.

Consiste en el valor total de los bienes vendidos y servicios prestados por la empresa dentro de su actividad diaria y principal.

- Características:

- Es importante resaltar que el volumen de negocio no es igual a los pagos recibidos.

- Los ingresos se contabilizan cuando se realicen, con independencia del flujo monetario, es decir, sin tener en cuenta cuando se realiza el pago.

- El volumen de negocio es relevante en cuanto a representar solvencia frente a futuros cliente o acreedores.

- El volumen de negocio o de ventas se calcula multiplicando el número de unidades vendidas por el precio establecido de venta por unidad.

---

<sup>25</sup> e-conomic

s.f "Volumen de ventas En: Glosario de Definición : volumen de negocio o ventas; fecha de consulta : 14 /09/2012

<<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-volumen-de-negocios> >

- **Exportación:** <sup>26</sup>

En economía, una 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.

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>26</sup>Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos  
s.f “Exportación” En: Definición de exportación ; fecha de consulta :14/09/2012  
<<http://definicion.de/exportacion/>>  
Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)  
s.f “Exportación” En: Glosario definición de Exportación ;fecha:14/09/2012  
<[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)>

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.

- **Feria Comercial:**<sup>27</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 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.

---

<sup>27</sup> Definición ABC”

s.f “Feria comercial “ En :Web informativa sobre definiciones de diversas palabras y términos;fecha de consulta : 14/10/2012 <<http://www.definicionabc.com/social/feria.php> >

- **Rueda de Negocios:**<sup>28</sup>

La Rueda de Negocios se podría definir como un mecanismo simple y de acción directa, que consiste en reuniones de empresarios, instituciones y organizaciones, de uno o más países, que desean celebrar entrevistas y promover contactos entre sí, con el propósito de realizar negocios y relaciones asociativas.

La Rueda de Negocios es un instrumento que permite lograr transacciones inter empresariales en servicios y/o bienes para el desarrollo de aquellas empresas que participan en ella. Permite a las empresas iniciar actividades internacionales; realizar estudios de mercado a costos reducidos; conocer y acceder a nuevos mercados; a nuevas oportunidades de negocio; descubrir que se pueden realizar distribuciones cruzadas, inclusive con empresas competidoras; conocer las adaptaciones que deberán realizarse a los productos.

- **Tecnologías de Información y Comunicación (Tics):**<sup>29</sup>

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC o bien NTIC para Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación o IT para «Information Technology») agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

Por extensión, designan el sector de actividad económica.

---

<sup>28</sup> Consultora Empresarial "Recursos S.A.C.  
s.f "Rueda de Negocios En: Rueda de negocios ,Eduardo Burga Bartra ;Fecha de consulta :  
14/09/2012 <[http://www.recursossa.com/Documentos/5\\_2.htm](http://www.recursossa.com/Documentos/5_2.htm) >

<sup>29</sup> Comunicación organizacional Blogspot  
s.f "TICS"En:; Tics y nuevos métodos de aprendizaje ;fecha de consulta 14/09/2012  
< <http://comunicacion-oranizacional.blogspot.com/2011/12/tics-y-nuevos-metodos-de-aprendisaje.html>>

"Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se disponen de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia, y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua".

El uso de las tecnologías de información y comunicación entre los habitantes de una población, ayuda a disminuir en un momento determinado la brecha digital existente en dicha localidad, ya que aumentaría el conglomerado de usuarios que utilizan las TIC como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades y por eso se reduce el conjunto de personas que no las utilizan.

Técnicas usadas para conseguir, recibir, adquirir, procesar, guardar y diseminar información numérica, textual, pictórica, audible, visible (multimedia) a través de accesorios o dispositivos basados en combinación de la microelectrónica, la computación y las telecomunicaciones.

- **Ingresos** <sup>30</sup>

Valor de las ventas o cifra de negocios. El ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta o compuesta.

Aunque los clientes que compraron la mercancía no hayan pagado, porque la venta ha sido efectuada a crédito, el ingreso ya

---

<sup>30</sup> " Ingreso" En: La gran Enciclopedia de económica 2006-2009 Fecha de consulta : 07/09/2012  
<<http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm>>

ha sido devengado y se computa o contabiliza del mismo modo que si la venta hubiera sido efectuada al contado

El concepto de ingreso hace referencia al ingreso total si no se refiere a otro tipo de ingreso; en general el ingreso es todo flujo positivo de la cuenta de pérdidas y ganancias.

### **1.5.2. Bibliografía Básica**

- **Textos**
- **Revistas**
- **Páginas webs**

### **1.5.3. Antecedentes Investigativos**

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

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

- **Resumen del Trabajo de Investigación:**<sup>31</sup>

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.

---

<sup>31</sup> Mincetur

2009 “Estudio de la línea de base de la artesanía textil” ; fecha de consulta :14/09/2012  
<<http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/94.pdf>>

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.

### **1.6. Hipótesis**

Si los factores empresariales definidos como técnico productivo, empresarial y comercial mejoraran .Entonces se incrementaran los ingresos de los Artesanos Textiles de la Provincia Arequipa.

## 2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 2.1. Técnicas e instrumentos

- **Técnica:**

Para la obtención de la información requerida por el presente trabajo de investigación se utilizara la técnica de “recogida de datos”.

- **Instrumento:**

Se utilizara el instrumento de “encuesta” y “entrevista”, las mismas que serán elaboradas en forma específica e inédita para el presente estudio.



## 2.2. Estructuras de los instrumentos

Variable	Subvariables	Indicadores	Técnica	Instrumento	Estructura del Instrumento
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> Ingresos	- Locales	- Ingreso anual local/ 12meses <sup>32</sup>	Levantamiento de Información	Encuesta y Entrevista	Encuesta y Entrevista
	-Nacionales	-Ingreso anual Nacional /12meses			
	-Internacionales	-Ingreso anual internacional/12meses			
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> Factores Empresariales	Técnico Productivos (Conjunto de factores a nivel técnico productivos, asociados a los artesanos textiles de la ciudad de Arequipa)	-Nivel de conocimiento en técnicas productivas de tejido. (Escala de medición del 1-10) <sup>33</sup> -Nivel de conocimiento en acabados y control de calidad de productos textiles. (Escala de medición del 1-10) -Nivel de conocimiento en diseño de productos textiles. (Escala de medición del 1-10) -Nivel tecnológico y maquinaria disponible. (Escala de medición del 1-10)	Levantamiento de Información	Encuesta y Entrevista	Encuesta y Entrevista
	De Gestión Empresarial (Conjunto de Factores a nivel comercial, asociados a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)	-Nivel de conocimiento de costos y tributación. (Escala de medición del 1-10) -Nivel de conocimiento de ventas y atención al cliente. (Escala de medición del 1-10) - Nivel de conocimiento sobre beneficios de la formalización y asociatividad. (Escala de medición del 1-10)			
	Comercial (Conjunto de factores a nivel de gestión empresarial, asociados a los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa)	-Nro. de ferias y ruedas de negocio. - Nivel de conocimiento en TIC's (Escala de medición del 1-10)			

<sup>32</sup>Ingreso promedio mensual : Promedio (soles)

<sup>33</sup>Escala de medición : 1y2 :Sobresaliente, 3y4: En vías de mejorar , 4y 6: Regular, 7y 8:Pobre ,9y10:Deficiente



### 3.- Aspectos de Gestión Empresarial:

3.1 Calificar (del 01 al 10 marcando con "X") el grado de conocimiento y capacidad con el que usted contó en los dos últimos años para determinar todos los costos incurridos al producir sus textiles.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.2 Calificar (del 01 al 10 marcando con "X") el grado de conocimiento y capacidad con el que usted contó en los dos últimos años para calcular correctamente y pagar sus impuestos:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.3 Calificar (del 01 al 10 marcando con "X") el dominio y conocimiento con el que usted contó en los dos últimos años a cerca de estrategias de ventas y técnicas de atención al cliente, que le permitan captar y fidelizar a sus clientes:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.4 Calificar (del 01 al 10 marcando con "X") el dominio y conocimiento con el que usted contó en los dos últimos años a cerca de los beneficios que pueden obtenerse provenientes de la formalización de su negocio o unidad productiva.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3.5 Calificar (del 01 al 10 marcando con "X") el dominio y conocimiento con el que usted contó en los dos últimos años a cerca de los beneficios que pueden obtenerse provenientes de la asociatividad con otros artesanos de la Provincia de Arequipa.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

### 4.- Aspectos Comerciales:

(Responder tomando en cuenta la experiencia personal y no la percepción a cerca de los demás artesanos)

4.1 Cual es el rango máximo y mínimo promedio que usted logró vender en un mes, local y Nacional de la Provincia de Arequipa en los dos últimos años:

Rango Máximo: S/. \_\_\_\_\_  
Rango Mínimo: S/. \_\_\_\_\_

4.2 Alguna vez ha exportado directamente sus productos al extranjero?

Si( ) No( )

4.3 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/.\_\_\_\_\_

4.4 Alguna vez ha participado en alguna feria donde a podido exhibir sus productos?

Si( ) No( )

4.5 Si logro participar, indicar en qué tipo de feria:

Feria local( ) Feria nacional( ) Feria  
internacional ( )

4.6 Ud. utiliza tecnologías de información para lograr vender sus productos como páginas web, envió de correos electrónicos a clientes, búsqueda de clientes en la web, etc.

Si( ) No( )

4.7 Si utiliza tecnologías de información indicar cual o cuales.

---

## ENTREVISTA (2)

(Se aplicara la siguiente entrevista a los artesanos textiles más representativos, expertos y con mayor trayectoria reconocida por los demás integrantes de este rubro productivo)

### INSTRUCCIONES:

La presente entrevista tiene por finalidad recoger su apreciación crítica y objetiva como experto en el rubro artesanal textil, en cuanto a las condiciones técnicas productivos, de gestión empresarial y comercial, con las que cuentan y disponen todos los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa en su conjunto para su óptimo desempeño como tales.

**(Muy buenos días/tardes/noches, ante todo muy agradecido 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: \_\_\_\_\_

1.1 Sexo: ( M ) ( F )                      1.2 Edad: (   )

1.3 Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

1.4 Número de años desempeñándose como artesano textil (   )

1.5 Algún cargo representativo ejercido dentro del sector:

\_\_\_\_\_

### 2.- Preguntas (Aspectos Técnico Productivos)

2.1 Desde su óptica, cómo calificaría las habilidades y conocimientos acerca de diversas técnicas productivas en textil desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa?

2.2 Como calificaría las habilidades y conocimientos en cuanto al “Acabado de productos textiles” desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa?

2.3 Como calificaría las habilidades y conocimientos en cuanto al “Diseño de productos textiles” desarrollados por los artesanos de la Provincia de Arequipa?

2.4 Que podría decirnos acerca del nivel tecnológico y maquinaria disponible con el que actualmente dispone este sector?

### **3.- Preguntas (Aspectos de Gestión Empresarial)**

3.1 Sabe Ud. si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa saben determinar todos los costos incurridos al producir sus textiles y conocen los procedimientos para calcular y pagar sus impuestos?

3.2 Sabe Ud. si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen acerca de estrategias de ventas y técnicas de atención al cliente que les permiten captar y fidelizar a sus clientes?

3.3 Sabe Ud. si los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa conocen acerca de los beneficios que pueden obtenerse provenientes de la formalización de sus negocios y de la asociatividad con otros artesanos?

### **4.- Preguntas (Aspectos Comerciales)**

4.1 Como calificaría el nivel de ventas locales que viene logrando el sector en su conjunto?

4.2 Cual es el porcentaje aproximado de artesanos que han logrado exportar sus productos? ¿Qué dificultades viene enfrentando este sector para lograr llevar sus productos al extranjero?

4.3 Se ha logrado la participación de artesanos textiles en ferias locales, nacional e internacionales? ¿Algunas experiencias gratas o en su defecto que dificultades enfrentan para lograr esta participación en ferias?

4.4 Sabe Ud. si los artesanos textiles vienen utilizando tecnologías de información para lograr vender sus productos como páginas web, envió de correos electrónicos a clientes, búsqueda de clientes en la web, etc.?

### **5.- Consideraciones Finales:**

5.1 Definir si fuera posible las principales fortalezas y debilidades con las que viene interactuando el sector.

5.2 Definir si fuera posible las principales oportunidades y riesgos que se vienen dando en el sector.

Despedida y agradecimiento.

El instrumento (1), es decir, la encuesta, la cual será utilizada para la recogida de datos programados; ha sido diseñada por las investigadoras exclusivamente para cumplir con los objetivos del presente proyecto de investigación de tesis , y consta de diecinueve preguntas, las cuales han sido agrupadas en cuatro componentes. El objetivo de esta encuesta es recoger la apreciación crítica y objetiva que cada artesano textil de la Provincia de Arequipa tiene respecto a todo el sector productivo, en cada una de las variables identificadas, y que son objeto de estudio del presente proyecto investigativo; debido a que el sector productivo de interés está conformado por un número limitado de personas, la aplicación de esta encuesta será dada de manera similar al total de artesanos textiles.

Una de las principales características de esta encuesta es que está conformada por preguntas cerradas, con la finalidad de poder realizar una mejor tabulación de las respuestas respectivas, obteniéndose de esta manera resultados más precisos y confiables .Se puede observar también que en la mayoría de preguntas se encuentra una barra numérica (del 01 al 10), esta ha sido diseñada con el objetivo de facilitar la apreciación y posterior emisión de juicio de cada artesano respecto a las variables, sin embargo para fines de una mejor interpretación de los resultados recogidos por este instrumento, se traducirá el total de apreciaciones cuantitativas en apreciaciones cualitativas de la siguiente manera:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- 1 y 2 : Sobresaliente
- 3 y 4 : En vías de mejorar
- 4 y 6 : Regular
- 7 y 8 : Pobre
- 9 y 10 : Deficiente

**Las apreciaciones cualitativas tomadas se refieren a lo siguiente:**

- **Sobresaliente:**  
Es la habilidad arriba del promedio, que manifiesta que el artesano textil tiene un conocimiento amplio del tema y posee o presenta habilidad potencial o da evidencia de una alta ejecución de tareas , a nivel técnico productivo , de gestión y comercial , logrando desarrollarse de manera eficiente .
- **En vías de mejorar:**  
El artesano textil tiene conocimiento y presenta habilidades para desarrollar sus productos textiles, pero aun presenta ciertos vacíos al desarrollar actividades a nivel técnico productivo, de gestión y comercial, por lo que requiere fortalecer sus conocimientos y habilidades.

➤ **Regular:**

El artesano textil posee una condición media en temas técnico productivo y actividades de gestión y comercial, es decir tiene un conocimiento elemental del tema, requiere fortalecer la mayoría de los conocimientos y desarrollar las habilidades a nivel técnico productivo, de gestión y comercial.

➤ **Pobre:**

El artesano textil posee un conocimiento frágil a nivel técnico productivo, de gestión y comercial, además presenta pocas habilidades sobre estos factores empresariales que impiden su desarrollo dentro del sector.

➤ **Deficiente:**

El artesano textil tiene carencias importantes de información, desarrollo de habilidades técnico productivas, de gestión y a nivel comercial que afectan su proceso productivo lo cual indica que tiene información y habilidades insuficientes sobre factores empresariales o no las tiene, que afecta directamente su desarrollo en sector textil.

El instrumento (2), es decir la entrevista, la cual también será utilizada para la recogida de datos programados, al igual que la encuesta ha sido diseñada exclusivamente para cumplir con los objetivos del presente proyecto de investigación de tesis, y consta de dieciocho preguntas las cuales han sido agrupadas en cinco componentes.

El objetivo de este instrumento también es recoger apreciaciones críticas y objetivas, sin embargo a diferencia de la encuesta, esta será aplicada solo a expertos del sector, es decir a aquellos artesanos textiles que se vengan desempeñando por muchos años en este sector productivo y que sean reconocidos y vistos como ejemplo de perseverancia, buen desempeño y destreza por los demás artesanos textiles de la Provincia de Arequipa. Aproximadamente se tiene previsto entrevistar a tres expertos, siendo esta información muy valiosa, la cual será susceptible de analizar, contrastar, encontrar coincidencias, diferencias y a partir de esto obtener conclusiones objetivas en cada una de las variables identificadas, y que son objeto de este estudio.

## 2.3. Campo de Verificación

### 2.3.1 Ámbito:

El estudio se realizara teniendo como ámbito y alcance geográfico a la Provincia de Arequipa.

### 2.3.2 Temporalidad:

El horizonte temporal del estudio está referido a los años 2011 - 2012, por tanto es un estudio coyuntural.

### 2.3.3 Unidades de estudio:

Las unidades de estudio están constituidas por los Artesanos del rubro Textil que operan dentro de la Provincia de Arequipa. (Se entiende por artesano textil a toda aquella persona que interviene en uno o más procesos del ciclo productivo de un producto textil).

#### (a) Universo:

Está conformado por 316 artesanos textiles, existentes en la ciudad de Arequipa, los cuales están empadronados e identificados por instituciones gubernamentales como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.<sup>34</sup>

#### (b) Muestra:

Teniendo en cuenta que el tamaño del universo es relativamente pequeño, la muestra tendrá el mismo tamaño, es decir alcanzara al total de 100 % artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, lo cual garantiza un nivel de confianza inmejorable para el presente estudio.

---

<sup>34</sup>Directorio Nacional de Artesanos En: Ministerio de Comercio y Turismo fecha de Consulta : 14/ 09 / 2012 <<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/directorio/infoartesania.aspx>>

## 2.4. Estrategia de recolección de datos

Para efectos de la recolección de datos, se cuenta con una base de datos e información de contacto de los artesanos textiles de la Provincia de Arequipa, la misma que ha sido recogida de una web de artesanías oficial, publicada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; en tal sentido se utilizara esta información para contactar a cada miembro de este sector y gestionar citas grupales que permitan un recolección de datos ágil y eficiente.

La duración del estudio en su totalidad está prevista para cinco meses y la recolección de datos entre dos a tres semanas aproximadamente.

Los instrumentos que se utilizara son la encuesta y entrevista, ambos diseñados exclusivamente para efectos de este estudio, los mismos que serán validados previamente por expertos y entendidos en el tema, objeto de estudio de este proyecto de investigación.

Se remarcará el carácter anónimo de los instrumentos a ser utilizados, así como la sinceridad de las respuestas emitidas para contribuir al éxito del estudio.

Sera preciso coordinar con los artesanos la fecha y hora de la aplicación del instrumento respectivo, así como la clarificación de dudas que pudieran surgir. Finalmente se revisara que todos los instrumentos hayan sido respondidos en su totalidad para el control de la validez y confiabilidad del estudio.

Una vez recolectados los datos, estos serán sistematizados estadísticamente, para su posterior análisis, interpretación, y conclusiones finales.

## 2.5. Recursos necesarios

### 2.5.1 Humanos :

#### Investigadores:

- Milagros del Carmen Fernández Mendoza
- Rocío del Carmen Fernández Mendoza

### 2.5.2 Materiales :

- Fichas de Trabajo
- Folders de Manila
- Impresiones de borradores y copias de la Tesis.
- Impresiones de la Información de Fuentes Secundarias.
- Internet
- Juego de lapiceros
- 2 Memoria USB
- Movilidad
- Tres Millares de papel bond A-4
- 1 Celular con grabadora de voz

### 2.5.3 Financieros

El presupuesto del trabajo de investigación es de S/. 830.00 (Ochocientos treinta y 00/100 nuevos soles). Este trabajo de investigación fue financiado con recursos propios.

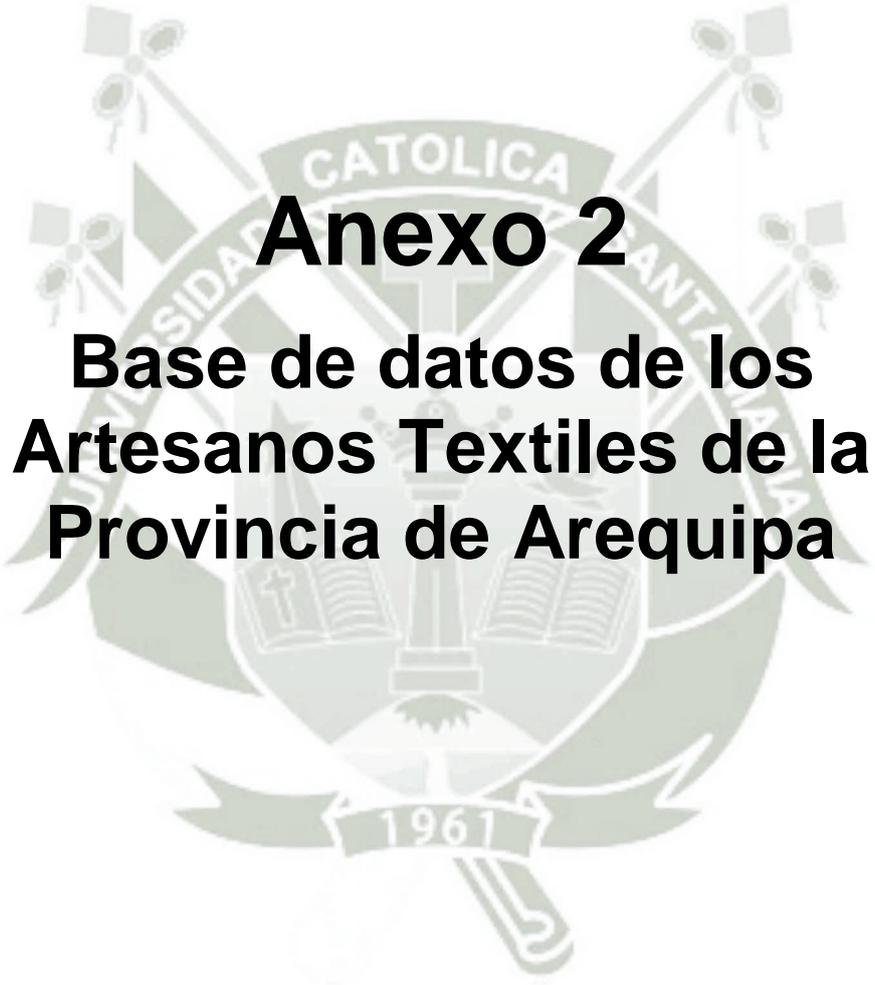
PRESUPUESTO	
CONCEPTO	SOLES
COSTO DE COMPUTADORA E INTERNET	S/. 200,00
IMPRESIONES Y FOTOCOPIAS	S/. 250,00
MOVILIDAD	S/. 100,00
ENTREVISTAS	S/. 50,00
EJEMPLARES DE TESIS	S/. 100,00
UTILES DE ESCRITORIO	S/. 50,00
OTROS GASTOS	S/. 80,00
TOTAL	S/. 830,00

Elaboración: propia



**2.6. Cronograma:**

<b>Tiempo</b>	<b>SETIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>
<b>Actividad</b>							
1.-Elaboración del Proyecto	X	X					
2.-Desarrollo del Proyecto			X				
Recolección de Datos				X			
Sistematización				X			
Conclusiones					X		
Recomendaciones					X		
3.-Elaboración del Informe						X	X



# **Anexo 2**

## **Base de datos de los Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa**

**ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA**



**PERÚ**

**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo**

	ASOCIACION / RAZON SOCIAL	APELLIDOS Y NOMBRES	TIPO DE LINEA ARTESANAL	DIRECCION	DISTRITO	TELEFONO/ CELULAR	CORREO ELECTRONICO
1	CONSORCIO COLCA PERU	BEGAZO PAREDES VICTORIA TULA	TEXTILES	CALLE KENNEDY D 100, ZONA HUARANGUILLO	SACHACA	464008	colcaperuexport@gmail.com
2	PERSONA NATURAL	AHUMADA HERRERA ELISA	TEXTILES	CALLE SANTA CATALINA D 118, ZONA AREQUIPA	CERCADO	9307210	
3	PERSONA NATURAL	AMPUERO CONDORI DE RODRIGUEZ AGRIPINA	MUÑECAS, CHOMPAS, CHULLOS, CHALINAS, GUANTES Y OTROS	CALLE ABANCAY 111, URBANIZACION JORGE CHAVEZ	PAUCARPATA	461416	juan31_pe@hotmail.com
4	ASOCIACION TEXTIL PARACAS	APARA CUTIPA PETRONILLA	TEXTILES	CALLE SAN FRANCISCO 415, ZONA CERCADO	CERCADO	9110441	
5	CREACIONES YOLANDA	APAZA CALLATA YOLANDA	TEXTILES	CALLE COVACHA 10 1, ZONA FUNDO EL FIERRO	CERCADO	959714281	yolicris2003@yahoo.com
6	ASOCIACION AQP	APAZA CUYUBAMBA ESPERANZA SOFIA	TEXTILES	CALLE LA PERLA 112, URBANIZACION MANUEL PRADO	PAUCARPATA	460490	PELUCHA_EA@HOTMAIL.COM
7	PERSONA NATURAL	APAZA DE MAMANI DOROTEA	CHOMPAS, GORROS, CHALINAS, GUANTES, CHALES,	BLOCK QUINTA ETAPA - MANZ:"L" 27, ASENTAMIENTO HUMANO EL NAZARENO	CERRO COLORADO	959118292	chana_2803@hotmail.com
8	PERSONA NATURAL	CHOQUE VELASQUEZ EGIDIA	CHOMPAS, PONCHOS, CHULLOS, GUANTES, CHALINAS	ALAMEDA JR. AMAZONAS - MANZ. "N" 4, PUEBLO JOVEN CAMPO MARTE	PAUCARPATA	959274037	link22_202@hotmail.com
9	PERSONA NATURAL	COANQUI MAMANI ALVARO	CHOMPAS, CHALINAS, CHALES, SUETERS Y OTEROS ACCESORIOS DE VESTIR	AVENIDA TARAPACA 214, URBANIZACION EDIFICADORES MISTI	MIRAFLORES	957906750	olg1217@hotmail.com
10	PERSONA NATURAL	CONDORI TURPO DANIEL	TEXTILES	CALLE MANZ:"B" 3, URBANIZACION LOS ALAMOS	PAUCARPATA	9998632 / 460632	
11	ANDINA ALPACA TEXTILES DE EXPORTACION SAC	CUTIPA ADRIAZOLA NILA ROXANA	TEXTILES	CALLE BUENAVISTA 328, URBANIZACION HUNTER	JACOBO HUNTER	959744506	ANDINALPATEX@YAHOO.ES / NILAROXANA21@YAHOO.ES
12	PERSONA NATURAL	DECEDERIA TACO MAMANI CLOTILDE	TEXTILES	CALLE ZONA 12 : MANZ:"R" 11, ZONA DEAN VALDIVIA	CAYMA	958041171	
13	PERSONA NATURAL	DELGADO DE VALDIVIA CARMEN FRESIA	TEXTILES	OVALO QUIÑONES A 7, ZONA CERCADO	CERCADO	254380	fredelfri@yahoo.es
14	PERSONA NATURAL	ENDARA HUANCA EMILIA MARIA	TEXTILES	CALLE AMERICA MANZ: M 2, ZONA BUENOS AIRES DE CAYMA	CAYMA	9511977	EMILIAENDARA@HOTMAIL.COM
15	PERSONA NATURAL	ENRIQUEZ SONCO DIOMIRA	CARTERAS , COJINES , CARTERAS ,MANOPLAS ,CHALINAS Y OTROS	CALLE VILLA HERMOSA 709, URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA	959770855	diomira.enriquez@hotmail.com
16	PERSONA NATURAL	FARFAN DE OTAZU ANTONIA	TEXTILES	CALLE LAS FLORES 112, ZONA MIRAFLORES	MIRAFLORES	212061	
17	PERSONA NATURAL	FLORES SALAZAR DE RODRIGUEZ ELEODORA	TEXTILES	CALLE OCTAVIO MUÑOZ NAJAR 312 6, ZONA AREQUIPA	CERCADO	959290506	disnarda40@hotmail.com
18	PERSONA NATURAL	GAMARRA CHAVEZ CONCEPCION CARMEN	TEXTILES	CALLE RAMON CASTILLA 502, ZONA LA TOMILLA	CAYMA	959843977 / 457445	conchita_carmen@hotmail.com
19	PERSONA NATURAL	GUZMAN QUIROZ ALEJANDRA	TEXTILES	AVENIDA GOYENECH 316, CIUDAD CERCADO	CERCADO	971603223 / 971603223	alhetsy@hotmail.com
20	PERSONA NATURAL	LAZARTE VILCA CESAR DEMETERIO	bordados	CALLE SECTOR 12 : MANZ:"R" 11, ZONA ENACE : DEAN VALDIVIA	CAYMA	959991340	oscar2_29@yahoo.com
21	PERSONA NATURAL	MAMANI FLORES CORINA REGINA	TEXTILES	CALLE ZONA "C" MANZ:"G" 18, ZONA RAMIRO PRIALE	ALTO SELVA ALEGRE	265843	
22	PERSONA NATURAL	MUÑOZ FERNANDEZ BERTA ELISABET	TEXTILES	CALLE MANZ:"G" 4, URBANIZACION DOLORES	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9993034	BELISABET_MUÑOZF@HOTMAIL.COM
23	PERSONA NATURAL	NINFA LLERENA MEDINA CARMEN	TEXTILES	CALLE PUENTE BOLOGNESI 371, ZONA CERCADO	CERCADO	9610480	carmenlmermed@yahoo.es
24	PERSONA NATURAL	OJEDA RAMIREZ DORA ALVINA	TEXTILES	CALLE LUNA PIZARRO 928, URBANIZACION LOS PINOS	CERCADO	228317	
25	ASOCIACION MESA DE ARTESANOS DE AREQUIPA PARA LA EXPORTACION	PICHA CHURO RENKY DUNIA	TEXTILES	CALLE URB. PIEDRA SANTA X 13, URBANIZACION YANAHUARA	CERCADO	959699599 / 253579	amaxaqp@gmail.com
26	ARTESANIA LOS ANDES	RODRIGUEZ ESPINOZA GREGORIA	TEXTILES	AVENIDA LOS PERALES 304 I-2, CENTRO COMERCIAL AMCI LOS PERALES	CERCADO	964359194	http://www.artesaniaandes.freevar.com / cjaviercentro@hotmail.com
27	PERSONA NATURAL	SALAS VDA.DE SANCHEZ ELVIRA AURORA	TEXTILES	CALLE COLUMBIA 138, ZONA 58 MANUEL PRADO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	450808 / 9077640	
28	PERSONA NATURAL	SANCHEZ QUISPE CELESTINA	TEXTILES	CALLE SANTA CATALINA 502, ZONA AREQUIPA	CERCADO	8888056	
29	PERSONA NATURAL	SARMIENTO VASQUEZ EDITH ANALI	CHALINAS, CHOMPAS, CHALECOS, ABRIGOS, TAPETES, PISOS, COJINES	ALAMEDA MANZ:"D" 12, URBANIZACION VIÑA DEL MAR	PAUCARPATA	959603315	analis2004@hotmail.com

30	PERSONA NATURAL	SUCASACA COLQUE ALAN	TEXTILES	CALLE MANZ:"A 1" 8, ZONA LA ESTRELLA	ALTO SELVA ALEGRE	958707903	EVANGELLIIONS@HOTMAIL.COM
31	PERSONA NATURAL	TICONA VILCA ERNESTO	TEXTILES	CALLE MANZ:"I" 10, ZONA DE VIVIENDA VILLA EL SOL	ALTO SELVA ALEGRE	9199358	tejidos-etv-10@hotmail.com
32	PERSONA NATURAL	VASQUEZ CASTILLO ELIZAVETH ROSA	TEXTILES	CALLE LORETO "H" 2, URBANIZACION VILLA MARIA DEL TRIUNFO	PAUCARPATA	496612	
33	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	VERA BARRUETO ABIGAIL VIRNA	CHOMPAS , CHALINAS ,GORROS, GUANTES, MEDIAS ,PONCHOS, POLOS Y OTROS.	KILOMETRO 14 ZONA 7 MANZANA O LOTE 12 7 0-12, ASOCIACION CIUDAD MUNICIPAL- CONO NORTE	CERCADO	958730034 / 342020	abigail7773@hotmail.com / artesaniasjireh@yahoo.com
34	PERSONA NATURAL	YUCRA APAZA CORINA	CHOMPAS , GUANTES	PLAZA FUNDO EL FIERRO 415, FUNDO CERCADO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	957902598	corina_yucra@hotmail.com
35	PERSONA NATURAL	YUCRA VDA. DE VARGAS CELIA	TEXTILES	CALLE JUAN VELASCO ALVARADO 141, ZONA AREQUIPA	CERCADO	242062	
36	PERSONA NATURAL	ZAPANA ALARCON DARWIN WILLIAMS	TEXTILES	CALLE TACNA 405, ZONA .	MIRAFLORES	9833181 / 247137	darwinzapana@gmail.com / darwin_wil@hotmail.com
37	CONFECCIONES ANROS EIRL	ZEBALLOS YANCAYA LUIS PATRICIO	CHOMPAS , SACOS , ACCESORIOS,ETC.	ALAMEDA SIN NOMBRE S/N, URBANIZACION ALTO DE LA LUNA LOTE 16 MANZANA L	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO		
38	PERSONA NATURAL	ANCO CHITE AYDED	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4 , URBANIZACION NICARAGUA	PAUCARPATA		
39	ASACOT	ANCO QUISPE ANTONIA	CHOMPAS, CHALINAS, GUANTES Y OTROS ACCESORIOS	CALLE GRACILAZO DE LA VEGA - ZONA "A"- MANZ."D" 7, PUEBLO JOVEN ALTO JESUS	PAUCARPATA	959579322	betsabeth_1701@hotmail.com
40	PERSONA NATURAL	APAZA RIOS BEATRIZ	TEXTILES	CALLE SANTA MARTA 315, ZONA AREQUIPA	CERCADO	8662920	
41	PERSONA NATURAL	AQUILINA GARNICA PEREYRA BETTY	TEXTILES	CALLE MANZ SANTA CATALINA 12, ZONA URB.	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9598786	BEGAP22@HOTMAIL.COM
42	PERSONA NATURAL	ARVIRI MOLLAPAZA AMBROSIA	TEXTILES	CALLE MZA NICARAGUA LOTE, ZONA A.H	PAUCARPATA		
43	PERSONA NATURAL	CACERES NINA AGAPITO	TEXTILES	CALLE MANZ: "G" 16, URBANIZACION BALCONES DE CHILINA	ALTO SELVA ALEGRE		
44	PERSONA NATURAL	CALSIN QUISPE ANA MARIA	TEXTILES	PASAJE LOS JACINTOS L 17, URBANIZACION LA CAMPIÑA	SOCABAYA		
45	PERSONA NATURAL	CAPACONDORI CAPACONDORI ELOY	TEXTILES	CALLE II ETAPA "L" 12, ZONA VILLA ASUNCION	ALTO SELVA ALEGRE		
46	PERSONA NATURAL	CCALLO MAMANI AGUSTINA	BOINAS, GORROS, CHULLOS, OREJERAS, GUANTES Y OTROS	AVENIDA JOSE CARLOS MARIATEGUI - MANZ:"G" 2 0, ASENTAMIENTO HUMANO CERRITO VERDE	PAUCARPATA	958854310	luna_hilda@hotmail.com
47	PERSONA NATURAL	CCUITO HUANACUNI ALFREDO	BOLSOS, MOCHILAS,CORREAS, BLUSAS, GORRAS, SOMBREROS DE LANA PRENSADA	ALAMEDA JOSE CARLOS MARIATEGUI SECTOR "D" ZONA 8 MANZ:2 8, ASENTAMIENTO HUMANO HORACIO ZEVALLOS GAMEZ	CHARACATO	958834579	alfredocuito@hotmail.com
48	PERSONA NATURAL	CHOQUE CHANCOLLA ALCARIO	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
49	ARTE Y PUNTO S.R.L.	DELGADO DAVILA ANA MARIA	TEXTILES	CALLE LA MELGAR E:17 2, URBANIZACION ADEPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9729225	ARTE_Y_PUNTO@HOTMAIL.COM
50	PERSONA NATURAL	GARRAFA MANZANO ANDREA	TEXTILES	CALLE ZONA "B" MANZ "B" 10, URBANIZACION RAFAEL BELAUDE	CAYMA	8525804	GLADISSD@HOTMAIL.COM
51	PERSONA NATURAL	JAVIER CHATAITO ALFREDO	TEXTILES	CALLE OCTAVIO MUÑOZ NAJAR 226 230, ZONA C.C.OCTAVIOMUÑOZ NAJAR	CERCADO	959186229	xavierchait@hotmail.com
52	PERSONA NATURAL	LARICO MAMANI ADRIANA	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4, ZONA NICARAGUA	PAUCARPATA		
53	PERSONA NATURAL	LUQUE SOTO ALIA ALICIA	TEXTILES	CALLE MANZ:"P" 1, URBANIZACION VILLA ASUNCION	ALTO SELVA ALEGRE	9769151	ATALAYAETERNA@HOTMAIL.COM
54	PERSONA NATURAL	MAMANI PARICAHUA ERACLIDES	TEXTILES	CALLE LAMBRAMANI 153, ZONA AREQUIPA	CERCADO		
55	PERSONA NATURAL	MOLLO MOROCHARA BERNABE	TEXTILES	CALLE MZ LAS TORRES LOTE, ZONA ASOC.	CERRO COLORADO	9886936	
56	PERSONA NATURAL	OJEDA RAMÍREZ DILA	TEXTILES	CALLE LUNA PIZARRO 928, URBANIZACION LOS PINOS	CERCADO	8709175 / 228317	mardiaaqp@gmail.com
57	PERSONA NATURAL	PEREZ DE DIAZ CELSA NILA	TEXTILES	CALLE PARRA 304, URBANIZACION AREQUIPA	CERCADO	9437737	tejidoschechi2@hotmail.com
58	PERSONA NATURAL	QUISPE QUISPETUPAC ALEJANDRINA	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4 , URBANIZACION NICARAGUA	PAUCARPATA		
59	PERSONA NATURAL	RAMOS HUARI ALEJANDRINO	TEXTILES	CALLE 10 LOTE 27 A.H, ZONA MANZ : "A"	CERRO COLORADO		
60	PERSONA NATURAL	VALERO QUISPE AMIDEY	TEXTILES	CALLE PLAZA DE ARMAS S/N , URBANIZACION PLAZA DE ARMAS	CERCADO		
61	PERSONA NATURAL	VALERO QUISPE CLEOFAS	ACCESORIOS DE VESTIR : CHALINAS, MANTAS, GORROS, GUANTES, CHOMPAS	CALLE ZONA "B" - MANZ: "P" 14, ASOCIACION VILLA HERMOSA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	959674017	cleofasvalero@hotmail.com

62	PERSONA NATURAL	ZEBALLOS GUTIERREZ ANTONIETA	TEXTILES	CALLE MANZ:"L" 7, URBANIZACION CERRO COLORADO	CERRO COLORADO	9832683	ZZZEBALLOS@YAHOO.ES
63	PERSONA NATURAL	ZEBALLOS ZARELA	TEXTILES		AREQUIPA		zeballosza@hotmail.com
64	CONSORCIO ARTESANAL AQP	DE TAUMAYO NERY	TEXTILES		AREQUIPA	288028	neryoport@hotmail.com
65	CONSORICO ARTESANAL AQP	CARY PISNEPA BETH	TEXTILES		AREQUIPA	959598786	begap_22@hotmail.com
66	PERSONA NATURAL	QUIROZ MILUSCA	TEXTILES		AREQUIPA	959677746	miluska_qh@hotmail.com
67	PERSONA NATURAL	Vera maribel	TEXTILES		AREQUIPA		artesaniasjireh@hotmail.com
68	PERSONA NATURAL	vera marianela	TEXTILES		AREQUIPA		soldonela4478_4@hotmail.com
69	SUMAC MAQUI ARTESANIAS EIRL	Alvarez Guerra Nancy	TEXTILES		AREQUIPA	959518815	sumacmaqui@hotmail.com
70	PERSONA NATURAL	Larana Darcoin	TEXTILES		AREQUIPA	959833181	daroinzapana@gmail.com
71	PERSONA NATURAL	Yucra Arce edward	TEXTILES		AREQUIPA	959866092	tejidosperuanos@gmail.com
72	PERSONA NATURAL	Parillo Tisnado Carlos	TEXTILES		AREQUIPA	959367662	carlosapt61@yahoo.es
73	ALPACORI	ZEBALLOS BETTY	TEXTILES		AREQUIPA	959832076	
74	PERSONA NATURAL	Ampuero Agripina	TEXTILES		AREQUIPA	461416 / 3064532	
75	PERSONA NATURAL	YUCRA APAZA CORINA	TEXTILES		AREQUIPA	959402527	
76	PERSONA NATURAL	QUISPE SANCHEZ CELESTINA	TEXTILES		AREQUIPA	958888056	
77	PERSONA NATURAL	CONDORI DAIROL	TEXTILES		AREQUIPA	959998632	danielcondori10@hotmail.com
78	ALPACA . V.	QUISPE VALERO	TEXTILES		AREQUIPA	959674017 / 959537846	soles@alpacay.com
79	ARTESANIAS JIREH S.R.L.	VERA MARIANELA	TEXTILES		AREQUIPA	342020	SOLDUNELA4478_4@HOTMAIL.COM
80	PERSONA NATURAL	VASQUEZ A. RAUL	TEXTILES		AREQUIPA	460072	
81	PERSONA NATURAL	APPA EXALTACION	TEXTILES		AREQUIPA	959350968	
82	PERSONA NATURAL	CUTIRE HOLANOCCA HILDA	TEXTILES		AREQUIPA	959994092	
83	PERSONA NATURAL	MAMANI COASACA IGNACIO	TEXTILES		AREQUIPA	952513214	
84	PERSONA NATURAL	ESPINOZA YIAMINA	TEXTILES		AREQUIPA	959770855	
85	PERSONA NATURAL	CHICAÑA SAMAYANI ADELA YOLANDA		CALLE S/N , ZONA SIBAYO	AREQUIPA		
86	PERSONA NATURAL	AMPUERO CONDORI DE RODRIGUEZ AGRIPINA	MUÑECAS, CHOMPAS, CHULLOS, CHALINAS, GUANTES Y OTROS	CALLE ABANCAY 111, URBANIZACION JORGE CHAVEZ	PAUCARPATA	461416	juan31_pe@hotmail.com
87	PERSONA NATURAL	SUCASACA COLQUE ALAN ALFREDO	MUÑECAS, CHOMPAS, CHULLOS, CHALINAS, GUANTES Y OTROS	CALLE MANZ:"A" 1" 8, ZONA LA ESTRELLA	ALTO SELVA ALEGRE	8707903	EVANGELLIONS@HOTMAIL.COM
88	PERSONA NATURAL	CAMPOS VDA DE ZELA ALEJANDRINA	CHOMPAS, PONCHOS, MEDIAS, CHULLOS	CALLE JERUSALEN 505, CIUDAD AREQUIPA	CERCADO	950450405	alejancompova@hotmail.com
89	PERSONA NATURAL	PICHA OLLACHICA ALEJANDRO GENARO	CHOMPAS, PONCHOS, MEDIAS, CHULLOS	CALLE 2 DE MAYO S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
90	PERSONA NATURAL	CHATA ITO ALFREDO JAVIER	CHOMPAS, PONCHOS, MEDIAS, CHULLOS	CALLE OCTAVIO MUÑOZ NAJAR 226 230, ZONA C.C.OCTAVIOMUÑOZ NAJAR	CERCADO	9186229	xavierchait@hotmail.com
91	PERSONA NATURAL	COANQUI MAMANI ALVARO OLGER	CHOMPAS, CHALINAS, CHALES, SUETERS Y OTROS ACCESORIOS	AVENIDA TARAPACA 214, URBANIZACION EDIFICADORES MISTI	MIRAFLORES	263272 / 957906750	olg1217@hotmail.com
92	PERSONA NATURAL	CHANCOLLA CHOQUE ANDREA AVELINA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
93	PERSONA NATURAL	FARFAN DE OTAZU ANTONIA	TEXTILES	CALLE LAS FLORES 112, ZONA MIRAFLORES	MIRAFLORES	212061	
94	PERSONA NATURAL	QUISPE PACORI ANTONIA	TEXTILES	CALLE LIMA MANZ:"A" 5"A" , URBANIZACION LOS JAZMINES	JACOBO HUNTER		
95	PERSONA NATURAL	PACSE PILARES APARICIA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA SAN ANDRES	CHIVAY		

96	PERSONA NATURAL	OLLACHICA COLQUE AQUILINA	TEXTILES	CALLE 28 DE JULIO S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
97	ASOCIACION DE ARTESANIAS ORKO KRAFT	ARCE TICONA MARTHA	ELABORACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR COMO SON: CHALLS, CHALINAS, CHOMPAS, SACOS, ABRIGOS, GUANTES, ETC , TODAS ELLAS TEJIDAS A MANO Y A TELAR EN FIBRA DE ALPACA	JIRON CAJAMARCA 705, URBANIZACION ALTO LIBERTAD	CERRO COLORADO	942128489 / 233322	orkokraft_aqp@hotmail.com
98	ASOCIACION MEZA DE ARTESANOS DE AREQUIPA PARA LA EXPORTACION	PICHA CHURO RENKY DUNIA	TEXTILES	CALLE URB. PIEDRA SANTA X 13, URBANIZACION YANAHUARA	AREQUIPA	959699599 / 253579	renky23@yahoo.es
99	PERSONA NATURAL	RODRIGUEZ VALERO DE QUISPE AYEDA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
100	PERSONA NATURAL	LLALLACACHI IMATA BENILDA	TEXTILES	CALLE PRINCIPAL S/N , ZONA TUTI	AREQUIPA		
101	PERSONA NATURAL	LOPEZ SUPO BENITA CIRILA	TEXTILES	CALLE MANCO CAPAC 330, ZONA CHIVAY	CHIVAY		
102	PERSONA NATURAL	COLQUE TAYPE BERNARDINA CLORINDA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY	8023394	
103	PERSONA NATURAL	MUÑOZ FERNANDEZ BERTA ELISABET	TEXTILES	CALLE MANZ:"G" 4, URBANIZACION DOLORES	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9993034	BELISABET_MUÑOZF@HOTMAIL.COM
104	PERSONA NATURAL	GARNICA PEREYRA BETTY AQUILINA	TEXTILES	CALLE MANZ SANTA CATALINA 12, ZONA URB.	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	422850 / 9598786	BEGAP22@HOTMAIL.COM
105	PERSONA NATURAL	MAMANI DE CHANCOLLA BRIGIDA QUISPE	TEXTILES	CALLE GRACILAZO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
106	PERSONA NATURAL	PALACIOS GONZALES CAMILO DE LELIS	TEXTILES	CALLE MZ 5 11, URBANIZACION POPULAR PACHACUTEC	CERRO COLORADO	259300 / 957869239	cpalacisgon20@hotmail.com
107	PERSONA NATURAL	DELGADO DE VALDIVIA CARMEN FRESIA	TEXTILES	OVALO QUIÑONES A 7, ZONA CERCADO	CERCADO	254380	fredelfri@yahoo.es
108	PERSONA NATURAL	HARCA NINA CARMEN	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA TISCO	AREQUIPA		
109	PERSONA NATURAL	LLERENA MEDINA CARMEN NINFA	TEXTILES	CALLE PUENTE BOLOGNESI 371, ZONA CERCADO	CERCADO	9610480	carmenlmered@yahoo.es
110	PERSONA NATURAL	ZAPANA CHOQUE CARMEN SINFOROSA	Accesorios textiles chaes y chalinas	CALLE ANDRES AVELINO CACERES 201, ZONA ESPIRITU SANTO	AREQUIPA		carmenzapana@gmail.com
111	PERSONA NATURAL	MOLLAPAZA ANCO CATALINA	Accesorios textiles chaes y chalinas	AVENIDA TENIENTE RODRIGUIDEZ 109, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		cmollapaza@hotmail.com
112	PERSONA NATURAL	CARPIO CARPIO CECILIA SOLEDAD	TEXTILES	CALLE TARAPACA 1,211, URBANIZACION UNION EDIF. MISTI	MIRAFLORES		
113	PERSONA NATURAL	SANCHEZ QUISPE CELESTINA	TEXTILES	CALLE SANTA CATALINA 502, ZONA AREQUIPA	CERCADO	8888056	
114	PERSONA NATURAL	YUCRA VDA DE VARGAS CECILIA	TEXTILES	CALLE JUAN VELASCO ALVARADO 141, ZONA AREQUIPA	CERCADO	242062 / 9949199	
115	PERSONA NATURAL	LAZARTE VILCA CESAR EMETERIO	BOLSOS, CORREAS, COJINES, BILLETAS Y OTROS ACCESORIOS	CALLE SECTOR 12 : MANZ:"R" 11, ZONA ENACE : DEAN VALDIVIA	CAYMA	959991340	oscar2_29@yahoo.com
116	PERSONA NATURAL	CHANCOLLA VALERO CLAUDIA MAXIMA	TEXTILES	AVENIDA INDEPENDENCIA 120, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		cchancolla@hotmail.com
117	PERSONA NATURAL	MOLLAPAZA ANCO CLAUDIA VENANCIA	Accesorios textiles chaes y chalinas	AVENIDA FRANCISCO BOLOGNESI 100, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		claudiamollapaza@hotmail.com
118	PERSONA NATURAL	RAMOS MAMANI CLETA	TEXTILES	CALLE 2 DE MAYO 223, ZONA CHIVAY	CHIVAY		
119	PERSONA NATURAL	TACO MAMANI CLOTILDE DECEDERIA	TEXTILES	CALLE ZONA 12 : MANZ:"R" 11, ZONA DEAN VALDIVIA	CAYMA	8041171	
120	PERSONA NATURAL	GAMARRA CHAVEZ CONCEPCION CARMEN	TEXTILES	CALLE RAMON CASTILLA 502, ZONA LA TOMILLA	CAYMA	959843977	conchita_carmen@hotmail.com
121	PERSONA NATURAL	MAMANI FLORES CORINA REGINA	TEXTILES	CALLE ZONA "C" MANZ:"G" 18, ZONA RAMIRO PRIALE	ALTO SELVA ALEGRE	265843	
122	PERSONA NATURAL	CONDORI TURPO DANIEL	TEXTILES	CALLE MANZ:"B" 3, URBANIZACION LOS ALAMOS	PAUCARPATA	460632 / 9998632	
123	PERSONA NATURAL	VILCA ALVAREZ DARIA MARGARITA	CHOMPAS, CHALINAS Y OTROS ACCESORIOS	AVENIDA TENIENTE RODRIGUEZ 107, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA	959407201	ascaesch@gmail.com
124	PERSONA NATURAL	ZAPANA ALARCON DARWIN WILLIAMS	TEXTILES	CALLE TACNA 405, ZONA .	MIRAFLORES	247137	darwin_wil@hotmail.com
125	PERSONA NATURAL	VILCA CAYLLAHUA DAVID PABLO	TAPICES, BOLSOS, CARTERAS, MONEDEROS	CALLE TAHUANTISUYO 212, CASERIO CHALHUANCA	AREQUIPA	957924622	omddd7@gmail.com
126	PERSONA NATURAL	QUISPE QUISPE DELFINA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7 , URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
127	PERSONA NATURAL	CALLA RAMOS DEYSI	TEXTILES	CALLE 2 DE MAYO 223, ZONA CHIVAY Distrito : CHIVAY	AREQUIPA	9966118	DEYSI_190@HOTMAIL.COM
128	PERSONA NATURAL	ENRIQUEZ SONCO DIOMIRA	Carteras, cojines, mochilas, sombreros, manoplas y otros	CALLE VILLA HERMOSA 709, URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA	959770855	diomira.enriquez@hotmail.com

129	PERSONA NATURAL	CHURA DE MAMANI DIONICIA	TEXTILES	CALLE ANDRES AVELINO CACERES 205, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		dchuradm@hotmail.com
130	PERSONA NATURAL	ANCO QUISPE DE FLORES DOLORES	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
131	PERSONA NATURAL	FLORES DE MOLLAPAZA DOLORES	Accesorios textiles chailes y chalinás	CALLE ANDRES AVELINO CACERES 202, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		dfloresdm@hotmail.com
132	PERSONA NATURAL	LARICO DE CHOIQUE DOLORES HILARIA	TEXTILES	CALLE GRACILAZO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
133	PERSONA NATURAL	QUISPE USCAMAYTA DOMINGA JULIA	TEXTILES	CALLE S/C , ZONA PUYCA	AREQUIPA		
134	PERSONA NATURAL	RIOS MUÑOZ DOMINGA	TEXTILES	CALLE KENNEDY 400, URBANIZACION MANUEL PRADO	PAUCARPATA		dayanatop21@hotmail.com
135	PERSONA NATURAL	OJEDA RAMIREZ DORA ALVINA	TEXTILES	CALLE LUNA PIZARRO 928, URBANIZACION LOS PINOS	CERCADO	228317	
136	PERSONA NATURAL	APAZA DE MAMANI DOROTEA	CHOMPAS, GORROS, CHALINAS, GUANTES, CHALES	BLOCK QUINTA ETAPA - MANZ:"L" 27, ASENTAMIENTO HUMANO EL NAZARENO	CERRO COLORADO	959118292	chana_2803@hotmail.com
137	PERSONA NATURAL	SARMIENTO VASQUEZ EDITH ANALI	CHALINAS, CHOMPAS, CHALECOS, ABRIGOS, TAPETES, PISOS, COJINES	ALAMEDA MANZ:"D" 12, URBANIZACION VIÑA DEL MAR	PAUCARPATA	786736	analis2004@hotmail.com
138	PERSONA NATURAL	AYAMAMANI MAMANI EDWAR MIGUEL	TEXTILES	CALLE MIGUEL GRAU 413, ZONA CHIVAY	CHIVAY	9506951	EDWARMIGUEL_1129@HOTMAIL.COM
139	PERSONA NATURAL	COAQUIRA CAYLLAHUA EDWIN YEN	MONEDEROS, SENCILLERAS, PORTA LAPICEROS, PORTA LENTES, PORTA CELULARES, BOLSOS	BLOCK ZONA:"B" - LOTE "F" 13, URBANIZACION POPULAR TRABAJADORES MERCADO MAYORITA	CERRO COLORADO	959875021	hashis_ecc@hotmail.com
140	PERSONA NATURAL	CHOQUE VELASQUEZ EGIDIA	CHOMPAS, PONCHOS, CHULLOS, GUANTES, CHALINAS	ALAMEDA JR. AMAZONAS - MANZ. "N" 4, PUEBLO JOVEN CAMPO MARTE	PAUCARPATA	959274037	link22_202@hotmail.com
141	PERSONA NATURAL	CHOQUEHUAYTA VELASQUEZ ELENA MAURA	TEXTILES	CALLE S/C , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
142	PERSONA NATURAL	FLORES SALAZAR DE RODRIGUEZ ELEODORA	TEXTILES	CALLE OCTAVIO MUÑOZ NAJAR 312 6, ZONA AREQUIPA	CERCADO	959290506	disnarda40@hotmail.com
143	PERSONA NATURAL	PALOMINO LAFOURCADE ELIANA LOURDES	TEXTILES	LOTE MIRAMAR 14 X-14, PUEBLO JOVEN MIRAMAR	AREQUIPA		lafourcade_65@hotmail.com
144	PERSONA NATURAL	MAMANI QUISPE ELIAZAR	TEXTILES	CALLE 13 CONO NORTE APIAR ZONA 1 MZA B LOTE 17 , ZONA CIUDAD DE DIOS	AREQUIPA	9037930 / 784448	
145	PERSONA NATURAL	AHUMADA HERRERA ELISA	TEXTILES	CALLE SANTA CATALINA D 118, ZONA AREQUIPA	AREQUIPA	457217 / 9307210	
146	PERSONA NATURAL	VASQUEZ CASTILLO ELIZAVETH ROSA	TEXTILES	CALLE LORETO "H" 2, URBANIZACION VILLA MARIA DEL TRIUNFO	PAUCARPATA	460072	
147	PERSONA NATURAL	SARAYASI SUPO ELOY ROBERTO	TEXTILES	CALLE 28 DE JULIO S/N , ZONA SIBAYO	AREQUIPA		
148	PERSONA NATURAL	QUISPE FLORES ELSA	TEXTILES	CALLE BRASIL 209, URBANIZACION VILLA EL GOLF	SOCABAYA		
149	PERSONA NATURAL	SALAS VDA DE SANCHEZ ELVIRA AURORA	TEXTILES	CALLE COLUMBIA 138, ZONA 58 MANUEL PRADO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9077640 / 450808	
150	PERSONA NATURAL	ENDARA HUANCA EMILIA MARIA	TEXTILES	CALLE AMERICA MANZ: M 2, ZONA BUENOS AIRES DE CAYMA	CAYMA	9511977	EMILIAENDARA@HOTMAIL.COM
151	PERSONA NATURAL	TACO CCAMA EMILIA	TEXTILES	CALLE 28 DE JULIO S/N , ZONA SIBAYO	CHIVAY		
152	PERSONA NATURAL	HUAMANI DE MAMANI EPIFANIA BALTASARA	TEXTILES	CALLE GENERAL CORDOVA 12, ASOCIACION GENERAL CORDOVA S/N	AREQUIPA	954667968	sara.huamani@hotmail.com
153	PERSONA NATURAL	LAZARTE VILCA ERNESTO JAVIAER	CORREAS, BOLSOS, CARTERAS, BILLETERAS Y OTROS	CALLE COMITE 25 .MANZ:"F" 17, ZONA CIUDAD DE DIOS	AREQUIPA	959972022	lazartesanias5@yahoo.com
154	PERSONA NATURAL	TICONA VILCA ERNESTO	TEXTILES	CALLE MANZ:"I" 10, ZONA DE VIVIENDA VILLA EL SOL	ALTO SELVA ALEGRE	9199358	tejidos-etv-10@hotmail.com
155	PERSONA NATURAL	APAZA CUYUBAMBA ESPERANZA SOFIA	TEXTILES	CALLE LA PERLA 112, URBANIZACION MANUEL PRADO	PAUCARPATA	460490	PELUCHA_EA@HOTMAIL.COM
156	PERSONA NATURAL	CALLATA DE CAPA ESTHER NANCY	BOLSOS, MONEDEROS, ACCESORIOS DE VESTIR ( TORERAS, CHALINAS, GORROS, GUANTES, PONCHOS, ETC.)	LOTE MANZ:"C" 21, URBANIZACION SANTA RITA DE CASIA	MARIANO MELGAR	451853	jona90@hotmail.com
157	PERSONA NATURAL	CONDO HUAMANI EUFEMIA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA SOL DE SACSAYHUAMAN	CHIVAY		
158	PERSONA NATURAL	RODRIGUEZ VALERO EUGENIA ANGELICA	TEXTILES	AVENIDA EL SOL - ZONA "C" - MANZ: 19 18, URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA	950377225	angelica.rodriguez.v@hotmail.com
159	PERSONA NATURAL	SALINAS HERRERA EUGENIA MARGOTH	TEXTILES	CALLE SAN JOSÉ A 50 308, ZONA CERCADO	CERCADO	9519115	emsh2004@hotmail.com
160	PERSONA NATURAL	FLORES CHANCOLLA EUOLOGIA	Accesorios textiles chailes y chalinás	AVENIDA ESPIRITU SANTO 100, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		eufloresch@gmail.com

161	PERSONA NATURAL	PUMACOTA VALERO EUSEBIA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
162	PERSONA NATURAL	ESPINEL NAQUE EVELIN	TEXTILES	CALLE 7 DE JUNIO S/N, ZONA CHIVAY	CHIVAY	8668989	
163	PERSONA NATURAL	TORRES YUCRA FABIAN	TEXTILES	CALLE ZONA"D" VILLA ECOLOGICA 1, ZONA ASOC.	ALTO SELVA ALEGRE		
164	PERSONA NATURAL	ANCO QUISPE FABIANA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
165	PERSONA NATURAL	CONDORI SANCHEZ FABIANA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA MIRADOR DEL COLCA	CHIVAY	8699836	
166	PERSONA NATURAL	ARQUIPA MAMANI FAUSTINA GABRIELA	TEXTILES	CALLE MANZ:"O" 8, ZONA CAMINEROS OBRERO	YURA	8890024	
167	PERSONA NATURAL	QUISPE MAMANI FELICIANO	TEXTILES	PROLONGACION LOS ANDES K 9, URBANIZACION RAMIRO PRIALE	ALTO SELVA ALEGRE	8511364	WALTERAQP24@HOTMAIL.COM
168	PERSONA NATURAL	ESPINEL MAMANI FELICITAS	TEXTILES	CALLE PUENTE INCA 304, ZONA CHIVAY	CHIVAY	480075	
169	PERSONA NATURAL	COAQUIRA CHOQUE FELICITAS	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
170	PERSONA NATURAL	SANCHEZ DE RAMIREZ FELIPA	TEXTILES	CALLE VILLA EL MIRADOR MZ C LT 2 , URBANIZACION PAMPAS DE POLANCO ALTO SELVA ALEGRE	ALTO SELVA ALEGRE	335966 / 958915784	artesaniasvirgendelcarmen@gmail.com
171	PERSONA NATURAL	LIPA HUANQUI FELIPA VICTORIA	TEXTILES	PASAJE LOS CIRUELOS E 10 , URBANIZACION CAMPIÑA	SOCABAYA		
172	PERSONA NATURAL	OTAZU MAMANI FELIPE ALONSO	TEXTILES	CALLE LAS FLORES 112, ZONA MIRAFLORES	MIRAFLORES		
173	PERSONA NATURAL	CONDORI CAYLLAHUA FELIPE	TEXTILES	CALLE MANZ:"D" 25, ZONA CAMINEROS OBREROS	YURA	794123	BORDATIPS_COLCA@HOTMAIL.COM
174	PERSONA NATURAL	VALERO QUISPE FLAVIA	CHOMPAS, GUANTES, CHALINAS Y OTROS ACCESORIOS DE VESTIR	CALLE ZONA "B" - MANZ: " P" 14, ASOCIACION VILLA HERMOSA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	959537846	sales@alpacav.com
175	PERSONA NATURAL	VILCA UMPIRE FLORA	TEXTILES	CALLE LEONCIO PRADO 217, URBANIZACION EDIFICADORES MISTI	MIRAFLORES		
176	PERSONA NATURAL	VILCA ALVAREZ FLORA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
177	PERSONA NATURAL	FLORES FLORES FLORA	Accesorios textiles chalets y chalinas	AVENIDA INDEPENDENCIA 101, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		vfloresf@gmail.com
178	PERSONA NATURAL	ESPINOZA DELGADO FORTUNATA TULA	TEXTILES	CALLE ATENAS 207, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR	450432 9358303	tulartesia@hotmail.com
179	PERSONA NATURAL	FLORES YTO FRANCISCA	TEXTILES	CALLE RICARDO PALMA 505, URBANIZACION CALIFORNIA	PAUCARPATA	461580	luiflovel@hotmail.com
180	PERSONA NATURAL	YUCRA HUANCA FRANCISCO	TEXTILES	CALLE FILTRO 404, ZONA CERCADO	CERCADO		
181	PERSONA NATURAL	MAYTA LAZARTE FROILAN HURBANO	TEXTILES	CALLE 7 DE JUNIO S/N, ZONA CHIVAY	CHIVAY	8668989	
182	PERSONA NATURAL	PICHA NOA GABINA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA SIBAY	AREQUIPA		
183	PERSONA NATURAL	ARIAS LLERENA GABY ROSARIO	TEXTILES	CALLE SECTOR 5 / MZ ENACE CAYMA, ZONA OTRO	CAYMA	9489644	gabylariasllerena@yahoo.es
184	PERSONA NATURAL	MAMANI TACO GERMAN NICODEMO	TEXTILES	CALLE ARICA S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY	9422268	
185	PERSONA NATURAL	VILCA CASTELLANOS GERMAN	TEXTILES	CALLE LONDRES 610, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR	450572	
186	PERSONA NATURAL	CAYLLAHUA CAYLLAHUA GILBETH	TEXTILES	CALLE CAMINEROS OBREROS MZA B LOTE 13 , ZONA YURA	YURA	9898992	
187	PERSONA NATURAL	FLORES RODRIGUEZ GLADYS MERCEDES	TEXTILES	CALLE DANIEL ALCIDES CARREON 612, URBANIZACION JOSE CARLOS MARIATEGUI	PAUCARPATA	9896140 / 461673	
188	PERSONA NATURAL	PUMACOTA VALERO GREGORIA	CHALINAS, GORROS, CHULLOS, GUANTES, CHOMPAS, MEDIAS	CALLE LOS ALAMOS 108, PUEBLO JOVEN CIUDAD BLANCA	PAUCARPATA	973187557	gregoriapumacota@hotmail.com
189	PERSONA NATURAL	ZELA TICONA GREGORIA	TEXTILES	CALLE MANZ: "A" LOTE 1 , ZONA 28 DE JULIO	SACHACA	692513	
190	PERSONA NATURAL	CACERES LINAREZ GRIMELDA	TEXTILES	CALLE LISBOA 106, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR	453983	
191	PERSONA NATURAL	IBAÑEZ DE QUINO GUADALUPE	TEXTILES	CALLE TENIENTE FERRE 334, ZONA MIRAFLORES	MIRAFLORES		
192	PERSONA NATURAL	CHOQUE PUMACOTA GUILLERMINA LUCIA	Accesorios textiles chalinas y chalets	CALLE SAN JOSE 104, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		ascaesch@gmail.com
193	PERSONA NATURAL	TOTOCAYO TOTOCAYO GUILLERMINA	TEXTILES	CALLE S/C , ZONA PUYCA	AREQUIPA		
194	HEBRAS PERU S.R.L	DIAZ RUBATTO CARMEN LOURDES	Chompas, sacos, chalinas, gorros, guantes, chalets, mantas, chullos, ponchos, capas	CALLE SANTA MARTA 218 0, CIUDAD CERCADO	CERCADO		mderubio@gmail.com

195	PERSONA NATURAL	VILCHEZ CHAVEZ HENRY ANTONIO	TEXTILES	CALLE CHAPI CHICO MZ. C LTE., URBANIZACION	MIRAFLORES	9898751 / 267604	APRILIS22@HOTMAIL.COM
196	PERSONA NATURAL	SANCHEZ SALAS HERMELINDA	TEXTILES	CALLE COLUMBIA 138, ZONA 58 MANUEL PRADO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	407517	
197	PERSONA NATURAL	VELASQUEZ CHOQUEHUAYTA HERMELINDA NIEVES	TEXTILES	CALLE COMITE 25 CIUDAD DE DIOS 17, ZONA URB.	YURA	9972022	
198	PERSONA NATURAL	TORRES QUISPE HERMES	CHOPAS, CHALINAS Y OTRAS	CALLE PRINCIPAL S/N, CIUDAD PUYCA	AREQUIPA	958879203	hermespuyc@hotmai.com
199	PERSONA NATURAL	TICONA TITO HILARIO FELIX	TEXTILES	CALLE CASTILLA 912, ZONA CHIVAY	CHIVAY	8851813	
200	PERSONA NATURAL	MAMANI CALLA HILDA	TEXTILES	CALLE FCO. BOLOGNESI S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY	787131	
201	PERSONA NATURAL	VALERO QUISPE HILDA	BOINAS, OREJERAS, VINCHAS DE LANA, MITONES, GORRITOS CON FLOR, CHOMPAS, GUANTES, LLAVEROS,CHULLOS	CALLE JOSE CARLOS MARIATEGUI G2 G 2, ASENTAMIENTO HUMANO CERRITO VERDE , PAUCARPATA	PAUCARPATA	958408312	hilda_luna@hotmail.com
202	PERSONA NATURAL	PANIURA GONZALES HUMBERTO	Tejido de alfombras y colchas	CALLE CALLE CUPE S/N, CIUDAD PAMPAMARCA	AREQUIPA	489409 / 955769201	humbertopaniura@hotmail.com
203	PERSONA NATURAL	BEJAR CATARI INES	CHOMPAS, CHALINAS, GORROS, GUANTES, PONCHOS	LOTE MANZ: "G3" 16, URBANIZACION LAS ESMERALDAS	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO		shiar_shantall@hotmail.com
204	PERSONA NATURAL	FLORES FLORES INES	TEXTILES	CALLE ANEXO PUCASAYA SN , ZONA RURAL	AREQUIPA	959427102	INESFF_74@HOTMAIL.COM
205	PERSONA NATURAL	CHOQUEANCO SULLA IRMA EVANGELINA	TEXTILES	CALLE HUAYNACAPAC S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
206	PERSONA NATURAL	GUTIERREZ ZAVALA JACKELINE GIOVANA	CHOMPAS, CHALINAS, SACOS, ABRIGOS, PISOS, COJINES	ALAMEDA AV. JHON KENNEDY 215, URBANIZACION 15 DE ENERO	PAUCARPATA	957928074	jackeline_gutierrez@hotmail.com
207	PERSONA NATURAL	VILLALBA RAMOS JAIME ENRIQUE	TEXTILES	CALLE CUESTA DEL ANGEL 302C 204, ZONA YANAHUARA	YANAHUARA	451459 / 959747458	INNOVACPS@HOTMAIL.COM
208	PERSONA NATURAL	CAMACHO BEINGOLEA DE PORTUGAL JESSICA	TEXTILES	CALLE URUBAMBA 100 1202, CIUDAD URBANA	CAYMA	258545	fernando_portugalt@hotmail.com
209	PERSONA NATURAL	ANCI FLORES JESUS ALEX	TEXTILES	CALLE BERNARDO ALCEDO 112, URBANIZACION 15 DE ENERO	PAUCARPATA	8695421	
210	PERSONA NATURAL	SOTOMAYOR HUANQUI JESUS TERESA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY	9219205	TERESA_SOTOMAYOR06@HOTMAIL.COM
211	PERSONA NATURAL	JAMANCA LOPEZ JORGE RAMON	TEXTILES	CALLE MERCADERES B26 405, ZONA AREQUIPA	AREQUIPA	9500411	
212	PERSONA NATURAL	MACHACA MACHACA JOSEFA	TEXTILES	CALLE TUPAC AMARU S/N , URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA	9813466	
213	PERSONA NATURAL	TORRES YUCRAJ UAN FREDY	TEXTILES	LOTE AVIS CRUCE CHILINA D 6, ASOCIACION AVIS CRUCE CHILINA	ALTO SELVA ALEGRE	959118192	matigre_fredy@hotmail.com
214	PERSONA NATURAL	CHANCOLLA FLORES JUANA FRANCISCA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
215	PERSONA NATURAL	CHANCOLLA LARICO JUANA MARIA	TEXTILES	CALLE GRACILAZO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
216	PERSONA NATURAL	SALAZAR MENDOZA JULIA ANITA	TEXTILES	CALLE ARROSPIDE 325, ZONA CAYMA	CAYMA	258358	
217	PERSONA NATURAL	RAMOS QUISPE JULIA RAYMUNDA	TEXTILES	CALLE CRUZ VERDE 217 "A" , ZONA AREQUIPA	AREQUIPA	9770623	JULY_1949@HOTMAIL.COM
218	PERSONA NATURAL	VALERO QUISPE JULIANA	Accesorios textiles chales y chalinas	AVENIDA EL SOL 100, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		ascaesch@gmail.com
219	PERSONA NATURAL	MANRIQUE MONTES JUSTO MIGUEL	CHULLOS,CHOMPAS.CHLINAS, GUANTES	ALAMEDA URB.LAS ROVCAS V-4 4, ASOCIACION A	SOCABAYA	959415517	jmi.manrique@gmail.com
220	PERSONA NATURAL	YUCRA COILA JUSTO PASTOR	TEXTILES	CALLE MANZ:"L" 15, URBANIZACION MONTERRICO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	463223	
221	PERSONA NATURAL	PEREZ PALOMINO KATHERINE	TEXTILES	CALLE BERNARDO ALCEDO 112, ZONA 15 DE ENERO	PAUCARPATA	8039110	
222	KOLLALPACA SAC.	CHAVEZ QUIROZ DE RUIZ DE SOMOCURCIO MARIA ISABEL MERCEDES	Confeccion de prendas en tela tejido a mano y maquina de prendas y accesorios jugueteria en top y piel de alpaca. Todos nuestros productos son hechos en alpaca	CALLE PURUS 413, ZONA ZAMACOLA	CERRO COLORADO	443168	
223	KUMPII CUSSI SRL	AMEZQUITA CAUANA ALBERTHO	TEXTILES	LOTE HOYOS RUBIOS 29 H, ASOCIACION PAMPAS DE POLANCO	ALTO SELVA ALEGRE	266462	kumpii@hotmail.com
224	PERSONA NATURAL	RAMOS BERNAL ALEJANDRINA	BOLSOS, CARTUCHERAS, COJINES,ETC	CALLE MANZ: "O2" 1, URBANIZACION LAS MALVINAS	CAYMA	457924	artesianibernal@gmail.com
225	PERSONA NATURAL	SUNI CONDORI LENIN	TEXTILES	CALLE INDEPENDENCIA CMTE 22 LOTE 4 MZ L, ZONA TOMILLA	CAYMA	458797 / 9432643	sandro-619@hotmail.com
226	PERSONA NATURAL	QUISPE DE CHOQUE LEONARDA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
227	PERSONA NATURAL	QUISPE MAMANI LEONARDO	TEXTILES	CALLE MANZ : "F" JOSE ABELARDO QUIÑONES , ZONA URB.	SOCABAYA	9882726	LEONARDOQM_59@HOTMAIL.COM

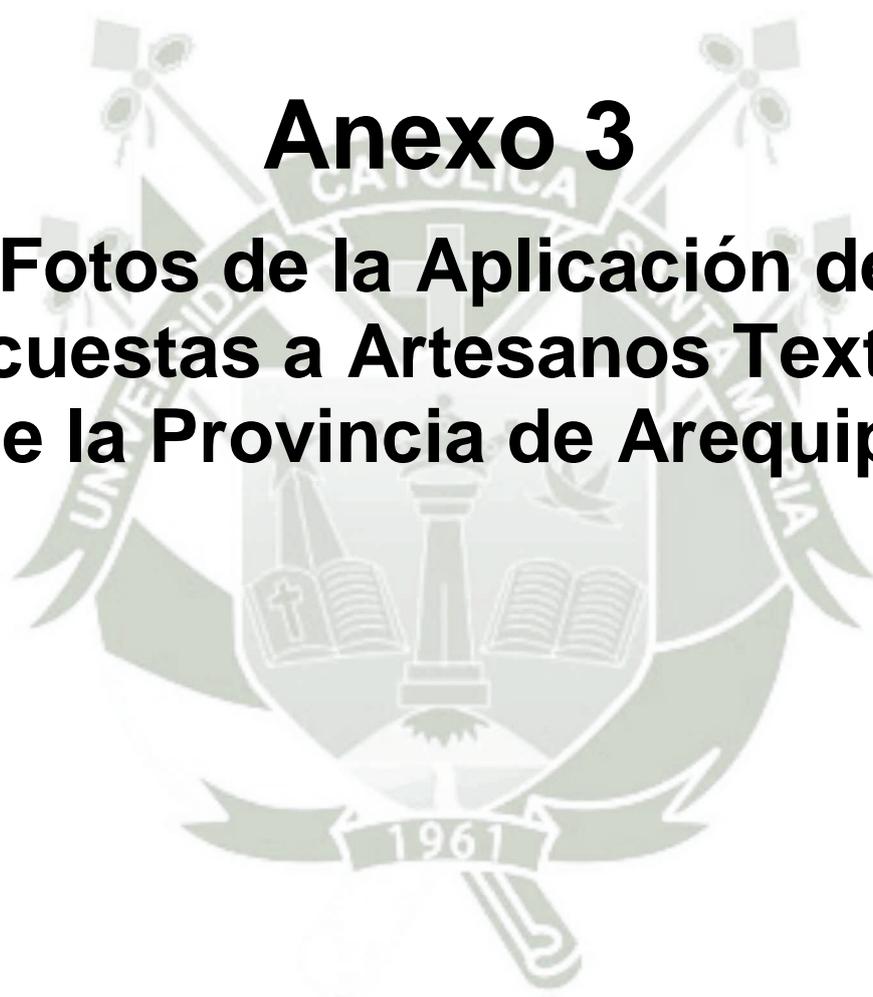
228	PERSONA NATURAL	CONDORI DE YUCRA LEONOR	CHOMPAS, CHALINAS, GUANTES, CHULLOS, MEDIAS Y OTROS	JIRON ALTO DE LA LUNA - ZONA "A" - COMIT: 3 11, PUEBLO JOVEN CAMPO MARTE	PAUCARPATA	974256512	leonor_callalli@hotmail.com
229	PERSONA NATURAL	MAMANI NINA LIDIA	TEXTILES	CALLE 2 DE MAYO 704, ZONA CHIVAY	CHIVAY		
230	PERSONA NATURAL	CHAVEZ POSTIGO LIZ KAREN	TEXTILES	CALLE LONDRES 608, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR		LIZ_KAREN06@HOTMAIL.COM
231	PERSONA NATURAL	LOPEZ MESSA LOURDES	TEXTILES	CALLE MANZ:"L" 8, URBANIZACION PEDRO DIEZ CANSECO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	427328	
232	PERSONA NATURAL	NIFLA MAMANI LOURDES JUSTINA	TEXTILES	CALLE PIZARRO S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY	9614115	LULA-LIBRA84@HOTMAIL.COM
233	PERSONA NATURAL	HUIRSA QUEA LUCIA	TEXTILES	CALLE SEPULVEDA 148, ZONA MIRAFLORES	MIRAFLORES	958900179	LUCYLUCY147@HOTMAIL.COM
234	PERSONA NATURAL	CASTILLO MACEDO DE VASQUEZ LUCIA VIRGINA	TEXTILES	CALLE LORETO "H" 2, URBANIZACION VILLA MARIA DEL TRIUNFO	PAUCARPATA	460072	
235	PERSONA NATURAL	TISNADO FLORES LUCIO FACUNDO	TEXTILES	CALLE SANCHEZ CERRO A 409, ZONA MIGUEL GRAU ZONA "B"	PAUCARPATA	454556	arte14_lucio@hotmail.com
236	PERSONA NATURAL	FLORES VELIZ LUIS ARTURO	TEXTILES	CALLE INDUSTRIAL 804, URBANIZACION 15 DE AGOSTO	PAUCARPATA	959706219	luiflovel@gmail.com
237	PERSONA NATURAL	QUISPE DE CHOQUE LUISA	TEXTILES	CALLE ZONA:"B" 27 3, URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA	455354	
238	PERSONA NATURAL	MENDOZA DE TAPIA LUZ MARINA	TEXTILES	PASAJE JERUSALEN MANZ:"A" 8, ZONA VILLA EL SALVADOR	ALTO SELVA ALEGRE	9444017	
239	PERSONA NATURAL	FLORES CALDERON LUZ MARINA	TEXTILES	CALLE SAN JOSE 302, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		ascaesch@gmail.com
240	PERSONA NATURAL	TAIPE QUICO LUZ MARINA	TEXTILES	CALLE NICOLAS DE PIEROLA B 1, URBANIZACION SEGUNDA ETAPA	AREQUIPA	443437	luztaipe@hotmail.com
241	PERSONA NATURAL	PARICAHUA MAMANI VDA. DE MAMANI MARCELINA	TEXTILES	CALLE MANZ. "B" LOTE 9 , ZONA CRUCE CHILINA	AREQUIPA		
242	PERSONA NATURAL	CUITO HUAYLLANI MARCELINO	TEXTILES	CALLE ZONA 3 MANZ: E LOTE 23 , ZONA SIR ANA DE LOS ANGELES Y MONTEAGUDO	CERRO COLORADO	792334	JACOBETH_30@HOTMAIL.COM
243	PERSONA NATURAL	FLORES ITO MARCOS	TEXTILES	CALLE DANIEL ALCIDES CARREON 612, URBANIZACION JOSE CARLOS MARIATEGUI	PAUCARPATA	461673	
244	PERSONA NATURAL	LARICO MAMANI MARGARITA	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4 , ZONA NICARAGUA	PAUCARPATA	223117	
245	PERSONA NATURAL	VILCA ANCO MARGARITA	TEXTILES	CALLE MZA NICARAGUA LOTE 4, ZONA A.H	PAUCARPATA	223117	
246	PERSONA NATURAL	CARREÑO DE TEJADA MARIA ANTONIETA	TEXTILES	CALLE BARRIO OBRERO "1" 134, ZONA AREQUIPA	AREQUIPA		
247	PERSONA NATURAL	ARENAS SALAZAR MARIA DOLORES	TEXTILES	CALLE MANZ:"H" 2, URBANIZACION LA CANTUTA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	9751226	MARIAMOLITA@HOTMAIL.COM
248	PERSONA NATURAL	CHUQUILLANQUI SILLOCA MARIA ELENA	TEXTILES	CALLE S/C , ZONA TUMPULLO	AREQUIPA	9578893	
249	PERSONA NATURAL	IBARRA DE CASTRO CUBA MARIA ESPERANZA	TEXTILES	CALLE ZONA "A" MANZ:"B1" 19, ZONA 1 DE JUNIO	CAYMA	9388770	ITESPERANZA@HOTMAIL.COM
250	PERSONA NATURAL	AJUANA DE BUSTAMANTE MARIA GREGORIA	TEXTILES	CALLE CAPITAN NOVOA 602, URBANIZACION MARIANO BUSTAMANTE	MARIANO MELGAR	455852	ragatza_ab@hotmail.com
251	PERSONA NATURAL	SUCASACA DE MAMANI MARIA NATIVIDAD	TEXTILES	CALLE ZONA "C" MANZ:"F" 13, ZONA RAMIRO PRIALE	ALTO SELVA ALEGRE	265843	
252	PERSONA NATURAL	ARAGON RODRIGUEZ MARIA SALOME	TEXTILES	CALLE JACINTO IBAÑEZ 203, URBANIZACION GRAFICOS	ALTO SELVA ALEGRE	958528447	alpacaprimtiva@gmail.com
253	PERSONA NATURAL	SANTI CONDORI MARIA	TEXTILES	CALLE S/C , ZONA PAMPAMARCA	AREQUIPA		
254	PERSONA NATURAL	CRUZ RIVERA MARIA	TEXTILES	CALLE CORTADERAS 127, URBANIZACION YANAHUARA	YANAHUARA	253689	
255	PERSONA NATURAL	AYASTA DE CORNEJO MARIA SUNCIONA	TEXTILES	CALLE LAS TORRES "L" 16, ZONA CONQUISTADOR II	ALTO SELVA ALEGRE	9683609	
256	PERSONA NATURAL	CHURATA MAMANI YARITZA	TEXTILES	AVENIDA AREQUIPA 4, PUEBLO JOVEN BUEN AMANECEER	CAYMA	9598883196	marychu2574@hotmail.com
257	PERSONA NATURAL	SUYO HUARCAYA MARLENY	TEXTILES	BLOCK MANZ : "D" 5, ASOCIACION PEQUEÑO AVELINO	CERRO COLORADO	958028435	plendamaca@yahoo.es
258	PERSONA NATURAL	VILCA OTAZU MARLENY	TEXTILES	CALLE LONDRES 610, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR	450572	MARLENY9@HOTMAIL.ES
259	PERSONA NATURAL	CHIOQUE ARELA MARTA	TEXTILES	CALLE COLON 116"B" , ZONA JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	423923 / 9153902	
260	PERSONA NATURAL	REBAZA GONZALES MARTHA ANGELICA	TEXTILES	CALLE ZELA 306 - A, CIUDAD YANAHUARA	YANAHUARA	959605706 / 250163	martharego@gmail.com

261	PERSONA NATURAL	CALACHUA CALACHUA MARTHA	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA TUTI	AREQUIPA		
262	PERSONA NATURAL	ZAPANA QUISPE MARY MAGDALENA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
263	PERSONA NATURAL	BARRETO FLORES MARY NIEVES	TEXTILES	CALLE PRINCIPAL 212, ZONA YANQUE	AREQUIPA	2977670 / 764969	MARY_BARRETO@HOTMAIL.COM
264	PERSONA NATURAL	QUISPE CHOQUE MARY LUZ	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4, ZONA NICARAGUA	PAUCARPATA	223117	
265	PERSONA NATURAL	QUISPE DE VILCA MATILDE	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
266	PERSONA NATURAL	CASAPERALTA CUSI MEDALISS	TEXTILES	CALLE 28 DE JULIO 501, ZONA LA TOMILLA	CAYMA	9048112	LISVA69@HOTMAIL.COM
267	PERSONA NATURAL	CONDORI ANCONEIRA MELINA	TEXTILES	CALLE 28 DE JULIO S/N , ZONA TISCO	AREQUIPA	9532282	
268	PERSONA NATURAL	SALCEDO RONDON MERCEDES	TEXTILES	CALLE PRINCIPAL 217, ZONA SABANDIA	SABANDIA	9867864	mecheleo@hotmail.com
269	PERSONA NATURAL	CHUQUICHANCA CNACHARE MICAELA	TEXTILES	PASAJE SAN MARTIN DE PORRES MZ T LT.5, URBANIZACION AL	CAYMA	458349	micaela2209@hotmail.com
270	PERSONA NATURAL	CARDENAS MENDOZA MIRIAM	TEXTILES	CALLE BOLOGNESI 2DO. 480, ZONA ACEQUIA ALTA	CAYMA	222480	turismotropical_friends@hotmail.com
271	PERSONA NATURAL	BOBADILLA PERALTA MIRIAN	TEXTILES	CALLE 20 DE ABRIL F 11, ZONA LA TOMILLA	CAYMA	462922	ladymirianap@hotmail.com
272	PERSONA NATURAL	SUNI CONDORI MIRIAN	TEXTILES	CALLE INDEPENDENCIA CMTE 22 LOTE 4 MZ L, ZONA TOMILLA	CAYMA	458797	artesanias_sunicondori@hotmail.com
273	MISTI TEX	MAMANI CONDORI JUNA CARLOS	TEXTILES	AVENIDA MZ D LOTE 1 0 0, ASENTAMIENTO HUMANO EL TRIUNFO	CERRO COLORADO	957881209	junimito@hotmail.com
274	PERSONA NATURAL	MAMANI SUCARI MOISES	TEXTILES	CALLE SANTA CATALINA 118 "D" , ZONA AREQUIPA	AREQUIPA	457217	
275	PERSONA NATURAL	ARENAS CARPIO MONICA ANA	TEXTILES	CALLE TARAPACA 1211, URBANIZACION UNION EDIF. MISTI	MIRAFLORES	9530649	
276	PERSONA NATURAL	ZAPATA MASCA MONICA	TEXTILES	AVENIDA PERU 206, URBANIZACION TUPAC AMARU	CERRO COLORADO	959991293	monicazapata_22@hotmail.com
277	PERSONA NATURAL	ALAVAREZ GUERRA NANCY	CHOMPAS, PONCHOS, GUANTES, CHALINAS, SUETERS Y ACCESORIOS DE VESTIR	JIRON AREQUIPA 101, ZONA ALTO LIBERTAD	CERRO COLORADO	445050	nancyag43@hotmail.com
278	PERSONA NATURAL	CONDORI DE SUNI NATIVIDAD ANASTACIA	BOLSOS, MONEDEROS, TRAJES TIPICOS, SOMBREROS Y OTROS	CALLE INDEPENDENCIA - CMTE 22 - MAZ: " L" 4, ZONA LA TOMILLA	CAYMA	959572640	artesanias_sunicondori@hotmail.com
279	PERSONA NATURAL	CHANCOLLA QUISPE NATIVIDAD	TEXTILES	CALLE SAN BERNARDO N 2, ZONA SANTO DOMINGO	CHIGUATA		
280	PERSONA NATURAL	QUISPE CASTRO NATIVIDAD	TEXTILES	CALLE MZA K LOTE 4, ZONA NICARAGUA	PAUCARPATA		
281	PERSONA NATURAL	ARISACA FLORES NELY	CHALINAS, GORROS, ACCESORIOS DE VESTIR Y OTROS	CALLE MANZ: "A" 14, URBANIZACION MIRADORES SAN LUCAS	PAUCARPATA	958935495	pedrita.27@hotmail.com
282	PERSONA NATURAL	SUNI CONDORI MIRIAN ESMERALDA	TEXTILES	CALLE INDEPENDENCIA CMTE 22 LOTE 4 MZ L, ZONA TOMILLA	CAYMA	9572645	artesanias_sunicondori@hotmail.com
283	PERSONA NATURAL	PUMA DE SUPA NERI CARGUAS	TEXTILES	CALLE ZARUMILLA S/N, CIUDAD HUAYNACOTAS	AREQUIPA		nericarhuas@hotmail.com
284	PERSONA NATURAL	OPORTO VARGAS NERY	TEXTILES	CALLE VICTOR MORALES 107, URBANIZACION VICTORIA	AREQUIPA		NERIOPORTO@HOTMAIL.COM
285	PERSONA NATURAL	CHOQUE FLORES NOMRA	CHOMPAS, ACCESORIOS DE VESTIR Y OTROS	CALLE 24 DE JUNIO - ZONA:"C"- COMITE 21 - MANZ:"P" 21, URBANIZACION CIUDAD BLANCA	PAUCARPATA	958915357	
286	PERSONA NATURAL	OJEDA RAMIREZ NURY	TEXTILES	CALLE LUNA PIZARRO 928, URBANIZACION LOS PINOS	AREQUIPA	228317	NURIANOJEDA@HOTMAIL.COM
287	PERSONA NATURAL	ROMAN BLANCO GLORIA OLGA	TEXTILES	JIRON INTERNACIONAL 213, URBANIZACION MANUEL PRADO	PAUCARPATA	465497	
288	PERSONA NATURAL	KANA SONCCO ORESTES	TEXTILES	JIRON HUAYNACAPAC 612, ZONA BUENOS AIRES	CAYMA		
289	PERSONA NATURAL	CHOQUE VELASQUEZ ORLINK	ACCESORIOS DE VESTIR, CHOMPAS, CHALECOS, CHALINAS Y OTROS	JIRON AMAZONAS - ZONA : "A" - MANZ: "N" 4, PUEBLO JOVEN CAMPO MARTE	PAUCARPATA		paqochitay@hotmail.com
290	PERSONA NATURAL	BRACESCO DE DELGADO PATRICIA	ACCESORIOS DE VESTIR, CHOMPAS, CHALECOS, CHALINAS Y OTROS	CALLE RETAMAS "A" s/n 7, ZONA YANAHUARA	YANAHUARA	270885	braches3@hotmail.com
291	PERSONA NATURAL	ALAVAREZ DE VILCA PAULA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
292	PERSONA NATURAL	CUBA CHOQUE PAULA	TEXTILES	AVENIDA FRANCISCO MOSTAJO 808, URBANIZACION INDEPENDENCIA	ALTO SELVA ALEGRE	988896533	karinadayssy@hotmail.com
293	PERSONA NATURAL	RAMOS ALVAREZ PAULA	TEXTILES	CALLE MANZ : "D" 4, URBANIZACION SANTA FE	CAYMA	9677476	PAULARA_02@HOTMAIL.COM

294	PERSONA NATURAL	HUARACHA OCHOA PAULINA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
295	PERSONA NATURAL	SANABRIA BEGAZO PAZ AMELIA	TEXTILES	CALLE LIMA 233	AREQUIPA	581010	
296	PERSONA NATURAL	RAMOS QUISPE PEDRO	SACOS, CHALES, CHALECOS, CHOMPAS, OTROS	AVENIDA EL SOL 127, URBANIZACION 15 DE AGOSTO	PAUCARPATA	407539	pedroraqui@hotmail.com
297	PERSONA NATURAL	CHATA GONZALES PEDRO SIXTO	TEXTILES	CALLE INDEPENDENCIA 107, URBANIZACION MIGUEL GRAU	PAUCARPATA		
298	PERSONA NATURAL	RODRIGUEZ QUISPE PERCY	TEXTILES	AVENIDA TENIENTE RODRIGUEZ 109, ZONA ESPIRITU SANTO	CHIGUATA		ascaesch@gmail.com
299	PERSONA NATURAL	CHOQUE DE CHANCOLLA PETRONILA VALERO	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7 , URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
300	PERSONA NATURAL	RIVEROS DE LAZO PILAR CERAFINA	TEXTILES	PASAJE HUANCAYO 104, URBANIZACION MIGUEL GRAU	AREQUIPA	9963640	tesoros_del_inka@hotmail.com
301	PERSONA NATURAL	CCAZA RAMOS PILAR	TEXTILES	CALLE S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
302	PERSONA NATURAL	MOLLAPAZA MAMANI PILAR	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
303	PROMEX EIRL	BEJAR ZEA EDWIN	TEXTILES	CALLE CALLE GARAYCOCHEA 208, URBANIZACION MISERICORDIA SEÑOR	AREQUIPA	959586762	promexperu@gmail.com
304	PERSONA NATURAL	QUISPE LOPA PURIFICACION	TEXTILES	CALLE MANCO CAPAC S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
305	QORI EXPORT SRL	BECERRA GUERRA DE ALVAREZ LEONOR	TEXTILES	CALLE QUEZADA 107, CIUDAD YANAHUARA	YANAHUARA		jalvareb@yahoo.com
306	PERSONA NATURAL	CHOQUE DE CHOQUE REBECA	TEXTILES	CALLE GARCILASO DE LA VEGA D 7, URBANIZACION ALTO JESUS	PAUCARPATA		
307	PERSONA NATURAL	LOAYZA COSIO REBECA ELVIRA	TEXTILES	CALLE BARRA 3 303, RESIDENCIAL EL OLIMPO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO		
308	PERSONA NATURAL	YAPU PAMPA REGINA	TEXTILES	CALLE MERCADILLO 1, ZONA CHIVAY	CHIVAY		
309	PERSONA NATURAL	HUARCA HUAYYAPUNA REMIGIA	TEXTILES	CALLE SUCRE S/N , ZONA CHIVAY	CHIVAY		
310	PERSONA NATURAL	VERA DE OSOSRIO REYNA	TEXTILES	AVENIDA JUSTICIA 202, ZONA GRAFICOS	ALTO SELVA ALEGRE	959878629	reyna.vera.alvarez.@gmail.com
311	PERSONA NATURAL	RAMOS RAMOS RICHARD	TEXTILES	CALLE DUNKER LAVALLE "L" 4, ZONA HOYOS RUBIO	ALTO SELVA ALEGRE	265083	
312	PERSONA NATURAL	AMES PALACIOS ROLANDO	TEXTILES	CALLE COOPERATIVA 2 DE MAYO A 1, ZONA JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	8908125	ROLANDOAMES@YAHOO.COM
313	PERSONA NATURAL	VILCA OTAZU ROLANDO	TEXTILES	CALLE LONDRES 608, URBANIZACION SANTA ROSA	MARIANO MELGAR	450572	ROLO-JL@HOTMAIL.COM
314	PERSONA NATURAL	GALLEGOS RAMOS ROSA ELENA	TEXTILES	CALLE 13 DE ABRIL 507 2, URBANIZACION ALTO SELVA ALEGRE	ALTO SELVA ALEGRE		estrellitasola_45@hotmail.com
315	PERSONA NATURAL	CORRALES DE FLORES ROSA LUZ	TEXTILES	CALLE INDUSTRIAL 804, URBANIZACION 15 DE AGOSTO	PAUCARPATA	462922	rosa_mistiana@hotmail.com
316	PERSONA NATURAL	MACHACA HUMPIRE ROSA	TEXTILES	CALLE MANZ:"G" 13, ZONA SUDAMERICANA	CERRO COLORADO	549588589	ROSAMACHA28@HOTMAIL.COM

# Anexo 3

## Fotos de la Aplicación de Encuestas a Artesanos Textiles de la Provincia de Arequipa



## APLICACIÓN DE ENCUESTAS A ARTESANOS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA





# **Anexo 4**

## **Fotos de la Entrevista a Artesanos Textiles Representativos de la Provincia de Arequipa**

**APLICACIÓN DE ENTREVISTAS A ARTESANOS TEXTILES  
REPRESENTATIVOS DE LA PROVINCIA DE AREQUIPA**

**ENTREVISTA N<sup>o</sup>1**



Entrevistada: Sra. Nancy Elizabeth Álvarez Guerra



## **ENTREVISTA N<sup>o</sup> 2**



Entrevistada: Sra. Isabel Peñaloza Motta

## **ENTREVISTA N<sup>o</sup> 3**



Entrevistada: Sra. Uberlinda Victoria Laguna Celis