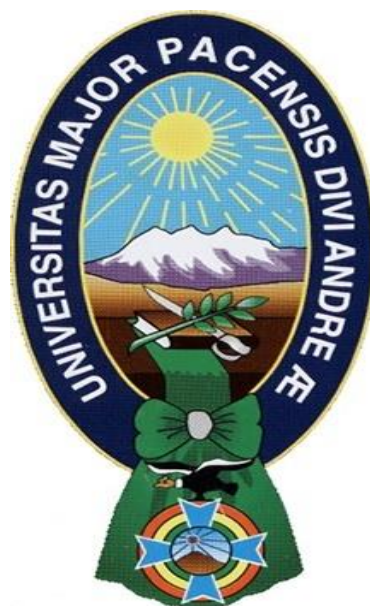


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
CARRERA ECONOMÍA



**“CARACTERIZACIÓN DE LAS REDES
SOCIOECONÓMICAS EN LA ESFERA DE LA
PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA FIESTA DE GRAN
PODER: CASO BORDADORES”**

Modalidad De Titulación: TESIS DE GRADO

Docente Tutor : Lic. Vladimir Gutiérrez Loza

Docente Relator : Lic. Teresa PaniaguaValda

Postulante : Luz Angel Juanes Heredia

LA PAZ – BOLIVIA

2013



DEDICATORIA

A mis padres y mis
hermanas por sus
concejos, su
apoyo, sacrificio,
confianza; a mi
sobrino por su
paciencia.





AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primer lugar al Lic. Vladimir Gutiérrez Loza por la aceptación de la tutoría de la presente tesis, a la Lic. Teresa Paniagua Valda por el valioso asesoramiento para la finalización de la presente investigación.

Agradecer al Lic. Cleverth Cardenas Plaza, por su disponibilidad y aporte en la iniciación de la investigación.

Agradecer de la misma forma al señor Alejandro Paz Castillo presidente de la Asociación Mixta de Artistas Bordadores Autodidactas (AMABA), por la colaboración y confianza brindada, al señor Richard Zegarra Secretario General de AMABA, por compartir su conocimiento y experiencia, junto a todos los artesanos bordadores que día a día trabajan de forma silenciosa.



Contenido

INTRODUCCION.....	6
CAPÍTULO I: MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	12
1.4 OBJETIVOS.....	12
1.4.1 Objetivo General.....	12
1.4.2 Objetivos específicos.....	12
1.5 JUSTIFICACIÓN	13
1.6 HIPOTESIS.....	14
1.6.1 Operacionalización de la hipótesis.....	14
1.6.2 Métodos de investigación.....	16
CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	19
2.1 LA TEORIA DE REDES SOCIALES.....	21
2.2 CATEGORÍA ARTESANAL	27
2.3 TEORÍA DE LA COSTUMBRE SOCIAL.....	29
2.4 LA FUNCIÓN DE REPUTACIÓN	31
2.4.1 Formación de la función de utilidad.....	32
2.4.2 Síntesis del modelo de reputación	32
2.5 LA LIBERTAD DE LA COSTUMBRE Y LA CONSOLIDACIÓN DE NORMAS SOCIALES.....	34
2.6 MARCO CONCEPTUAL	36
CAPITULO III: MARCO PRÁCTICO.....	43
3.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ARTESANAL DE LOS BORDADORES.....	43
3.1.1 Características de la Familia	43
3.1.2 Nivel de escolaridad	44
3.2 FACTORES INTERNOS.....	45
3.2.1 Factores Socioeconómicos y Culturales.....	45
3.2.2 La producción del bordado en la fiesta del Gran Poder	46
3.2.3 Mano de obra	51
3.2.4 Lugar de trabajo	52
3.2.5 Registros de la actividad artesanal.....	60

3.2.6 Materia prima	61
3.2.7 Factores Tecnológicos, Innovación y Comerciales	65
3.3 FACTORES EXTERNOS.....	66
3.3.1 Ventajas competitivas.....	66
3.3.2 Características en la comercialización.....	68
3.4 LAS REDES SOCIALES DE LOS BORDADORES	71
3.5 INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN PARA LA FIESTA DEL GRAN PODER.....	74
3.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	77
3.6.1 Construcción de la variable dependiente producción.....	78
3.6.2 Construcción de la variable independiente red social	80
3.6.3 Definición de los componentes principales	83
3.6.4 Criterio de porcentaje de la varianza	84
3.6.5 Construcción de indicadores del modelo econométrico	84
3.6.6 Modelo logit de pertenencia a la red social del gran poder	87
3.6.7 Obtención de la variable independiente red social.....	89
3.6.8 Impacto de la red social en la esfera de la producción	91
3.6.9 Análisis del modelo logit de pertenencia a la red social del Gran Poder	92
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA.....	103

Contenido de tablas

TABLA 1: Población total de artesanos bordadores en macro distrito Max	
Paredes.....	17
TABLA 3: Costo de alquiler y anticrético de la tienda y/o taller	54
TABLA 4: Utilización de trabajo familiar por rubro de producción.....	59
TABLA 5: Participación de gastos (en porcentaje).....	74
TABLA 6: Aproximación a la estructura de costos de talleres representativos	79
TABLA 7: Definición de los indicadores	80
TABLA 8: Matriz de construcción de la variable independiente.....	84

Contenido de gráficos

GRÁFICO 1: Comparación de integrantes del núcleo familiar en la actividad artesanal.....	43
GRÁFICO 3: Nivel de educación del artesano	44
GRÁFICO 4: Medios de aprendizaje del oficio artesanal	45
GRÁFICO 5: Estructura productiva del artesano bordador	48
GRÁFICO 6: Dedicación a la actividad artesanal.....	49
GRÁFICO 7: Vínculos y distribución del productor en la fiesta del Gran Poder.....	50
GRÁFICO 8: Número de trabajadores en tiempo de fiesta	51
GRÁFICO 9: Producción y alquiler de trajes	53
GRÁFICO 10: Lugar de trabajo del artesano	54
GRÁFICO 11: Ampliación de la producción	56
GRÁFICO 12: Dedicación de los hijos al oficio artesanal.....	58
GRÁFICO 13: Relación trabajo directo-indirecto.....	60
GRÁFICO 14: Control de inventarios	61
GRÁFICO 15: Materia prima.....	62
GRÁFICO 16: Crédito para la producción	63
GRÁFICO 17: Capital inicial invertido por el artesano.....	63
GRÁFICO 18: Ventajas competitivas	67
GRÁFICO 19: Control de calidad.....	68
GRÁFICO 20: Cronología de la fiesta.....	75
GRÁFICO 21: Percepción de los meses de mayor producción para la fiesta del Gran Poder.....	76
GRÁFICO 22: Esquema de construcción de la variable independiente.....	80
GRÁFICO 23: Sedimentación del método de componentes principales.....	89

CARACTERIZACIÓN DE LAS REDES SOCIOECONÓMICAS EN LA ESFERA DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA FIESTA DEL GRAN PODER: CASO BORDADORES

INTRODUCCION

Las festividades patronales enraizadas en la estructura económica, social y cultural de nuestro departamento muestra una nueva organización en cuanto a producción, según la Unidad de Promoción del Folklore y las Artes Populares de la Alcaldía, el número de celebraciones de esta naturaleza en la urbe paceña llega a 360 (Nicolás Huallpara, jefe UPFAP) y para el Ministerio de Culturas 385 en el área urbana; pero ambos coinciden que las fiestas tenderán a un crecimiento en cuanto a cantidad por fraternidades y en cantidad de fiestas celebradas.

La fiesta más significativa y representativa de la urbe paceña es la fiesta del Señor del Gran Poder. La actividad principal de la fiesta es la entrada folklórica, en la cual una de las motivaciones de los fraternos, al margen de la devoción, es mostrar su poderío económico reflejado en los costos de participación, dentro de estos costos se encuentra el invertido (ya que por los fraternos no es considerado gasto) en la vestimenta tradicional lucida durante la entrada.

Estas vestimentas tradicionales son el producto final del trabajo de muchos esferas artesanal, como el de los zapateros, mascareros, orfebres y bordadores, siendo este último los encargados del 70% de la elaboración de la vestimenta final; al observar esto nos encontramos con distintas esferas productivas entrelazadas unas a otras y conectadas de forma directa a la fiesta (redes socioeconómicas).

Dentro de las variadas esferas productivas de artesanos, consideramos la esfera más representativa en la fiesta, la de los artesanos

bordadores, esta esfera productiva está caracterizada por la conformación de redes socioeconómicas; en este caso el comportamiento de esta estructura está orientada por propósitos que no podrían haberse obtenido en ausencia de dichas redes o que podrían haberse logrado solo a un costo mayor de producción.

Esta producción tiene como origen el núcleo familiar, en el cual el conocimiento del bordado se reproduce de generación en generación, y en la mayoría de los casos se convirtió en la primera experiencia laboral.

La creciente demanda de los trajes folklóricos para la fiesta motivo a la expansión de la producción, ya no realizándose solo dentro del núcleo familiar sino llegando a incluir a familiares de segundo y tercer grado, incluso a compadres, padrinos y amistades, considerando que estas relaciones de compadrazgo, padrinato y amistad se desarrollan dentro de las Fiesta y que son la base productiva de los artesanos bordadores. Los artesanos bordadores trabajan durante todo el año por pedidos; al terminar la fiesta, ya se compromete al bordador para el próximo año, lo que lleva a muchos artesanos especialmente de danza pesada a tener sus trabajadores seguros y a contratar más trabajadores cuando el pedido lo amerita; sin embargo en las danzas livianas los artesanos bordadores contratan el personal por destajo, (esta retribución estimula vivamente la actividad del operario, ya que el salario que percibe durante la fiesta del Gran Poder es elevado en comparación con otras fiestas). Los trabajadores son llamados operarios y en la mayoría de los casos son formados empíricamente en los mismos talleres por los mismos bordadores.

Cuando el trabajo para los bordadores se acumula, los obliga a apoyarse en otras esferas de producción como los confeccionistas y solicitan ayuda a los mismos bordadores (dueños de otros talleres), para finalizar el trabajo; solidificando los lazos en esta red socioeconómica. El éxito del desarrollo y crecimiento de esta red

depende del compromiso que está con ellos mismos y con todos los miembros de esta, o sea con el stock de capital social. El capital social ha permitido la sobrevivencia, gracias a las redes sociales y económicas, donde la confianza y cooperación entre artesanos ayudaron a lograr metas colectivas. Estas acciones recíprocas y colectivas se actualizan a partir de diferentes encuentros socioculturales entre los distintos actores sociales, Con objeto de producir una red más amplia; dentro de lo posible todos los artesanos y artesanas asisten a las fiestas sociales, que se dan en la preparación de la Fiesta del Gran Poder

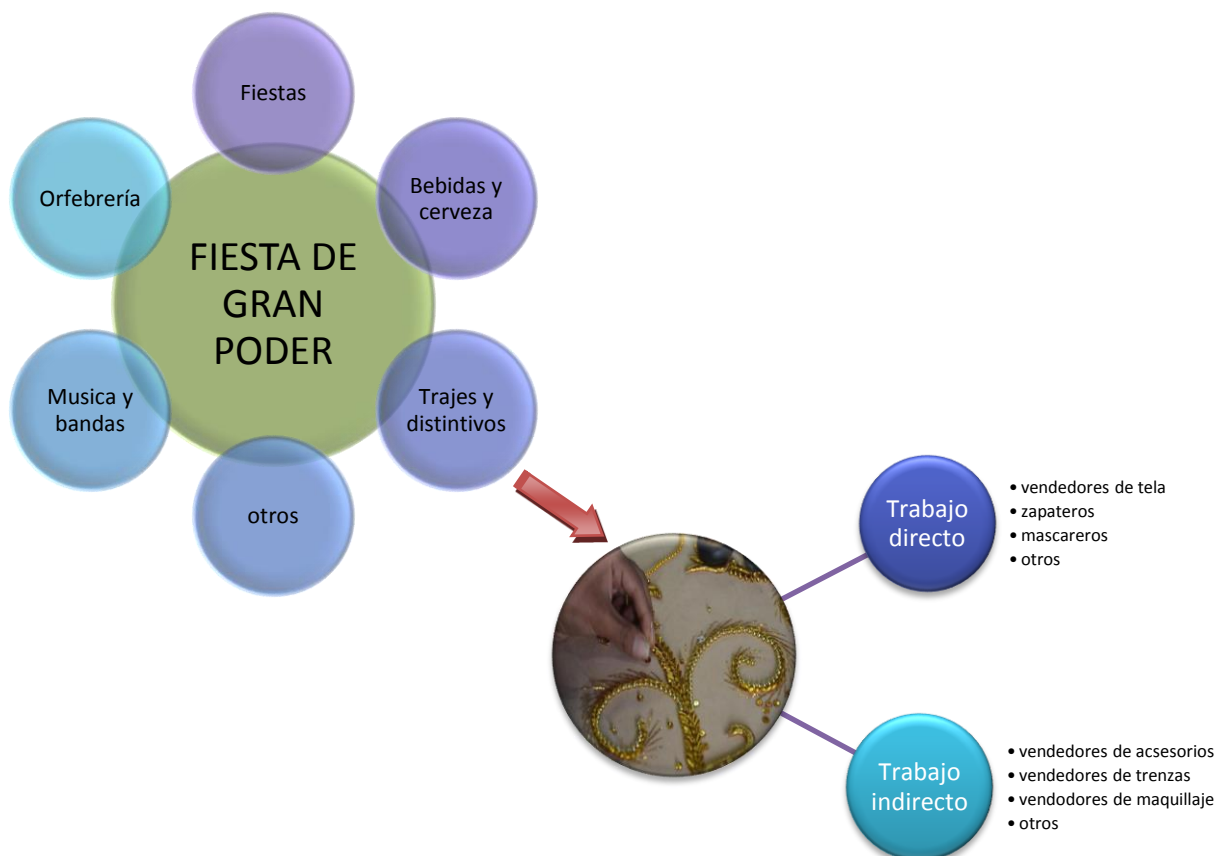
El trabajo aborda precisamente los aspectos productivos del artesano bordador vinculados al desplazamiento de la acción colectiva que se da durante toda la preparación de los trajes folklóricos para la entrada de la fiesta del Gran Poder; presentando las características del desarrollo socioeconómico que se da en el sector artesanal, investigando los tejidos sociales y de cooperación recíproca entre los artesanos bordadores partícipes de estas redes.

CAPÍTULO I: MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La fiesta del Gran Poder se consolida como una de las fiestas folklóricas de la ciudad de La Paz más importante, no solamente por su irradiación cultural a nivel nacional sino porque además de su presencia cultural se consolida como una de las fiestas generadoras de mayor movimiento económico tanto directa como indirectamente (Mantilla, 2009).

Este movimiento económico se desarrolla dentro de esferas productivas forman redes socioeconómicas generadoras de empleo, el Programa Municipal de Promoción de Empleo, identificó los rubros que generan mayor cantidad de recursos en la fiesta, que toma en cuenta no sólo la entrada folklórica en sí, sino a todo el proceso de esta fiesta.



Fuente: elaboración en base Análisis de la economía paceña, Programa municipal de Promoción y Empleo.

El movimiento económico que genera la fiesta es de 53.5 millones de dólares los cuales son producto de los preparativos que se desarrollan a lo largo de los ocho meses que duran los preparativos, que empiezan con la Misa el mes de noviembre y terminan en la entrada que se realiza en el mes de junio (O.M.P.E. 2012).

Ronald Pereira comenta que los 53,5 millones de dólares calculados en el estudio de la O.M.P.E. (Oficialía Mayor de Promoción Económica) se dividen en diferentes rubros, que van desde el consumo de bebidas alcohólicas, joyas, confección de trajes de fiestas y el mismo movimiento que se genera el día de la entrada principal. El estudio realizado muestra seis grandes rubros en los cuales se dividen los 53.5 millones de bolivianos. “El estudio divide este monto en fiestas, bebidas y cerveza, confección de trajes y distintivos, orfebrería, música y bandas y otros”. El tercer rubro, temática central de esta investigación es el referido a la confección de trajes, el monto llega a los 13.45 millones de dólares. Como por ejemplo, en el caso de la Morenada el varón invierte en su traje y distintivo cerca de 2700 bolivianos, precio que se triplica en el caso de la vestimenta de la mujer que fácilmente sobrepasa los 10000 bolivianos. “Se estima que esta festividad moviliza alrededor de 26.456 bailarines, de los cuales 13.169 son hombres y 13.287 son mujeres. Siendo la Morenada la danza que tiene más bailarines llegando a un promedio de 16.798 danzantes” (O.M.P.E 2011).

Según las estimaciones del Instituto Nacional de Estadística (2007), el departamento de La Paz cuenta con un producto interno bruto a precios corrientes que asciende a 6,037 millones de dólares, esta cifra representa aproximadamente el 25.29% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Relacionando estos datos a los días del año se puede constatar que el departamento de La Paz genera diariamente la suma de 16.5 millones de dólares (115.126.219 millones de bolivianos). El

valor económico de la fiesta del Gran Poder representa aproximadamente 0.88 % de aporte al producto interno departamental anual y el área de estudio en este caso los Artesanos Bordadores representan 0.22% de aporte en el PIB departamental anual, esto ratifica la importancia económica de la fiesta y el sector de los bordadores. Además que el sector productor de la fiesta (artesanos bordadores), representa el 25 % del movimiento económico total del Gran Poder.(Elaboración propia en base a datos del INE).

En este marco, la fiesta se constituye en gran generador de producción y demanda, además de concebir a la fiesta como actividad sociocultural generadora de capital social y empleo, por lo que la fiesta se consolida en la ciudad de La Paz como un mercado dinamizador de la economía.

En la fiesta del Gran Poder se expresa un modelo económico profundamente enraizado en una práctica cultural endógena local y con una fuerte conexión con las creencias y las prácticas andinas (Tassi 2010). Donde este modelo económico se concentra en desarrollar la economía interna de cada sector (joyeros, sombrereros, pollereros, bordadores, etc.) de manera propia y gracias a la fiesta todos los sectores se unen logrando así un gran movimiento. *Como señala al respecto Stiglitz (1998), preservar los valores culturales tiene gran importancia para el desarrollo, por cuanto ellos sirven como una fuerza cohesiva en una época en que muchas otras se están debilitando.*

Excluir la fiesta del Gran Poder de las actividades económicas de la ciudad de La Paz representa una pérdida aproximada de tres días de producción y consumo de todo el departamento además de un costo de oportunidad que refleja el coste de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de las inversiones alternativas disponibles, o también el valor de la mejor opción no realizada (Wieser, 1914).

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La dificultad de identificación de variables sociales y económicas dentro de las redes socioeconómicas de los artesanos bordadores, permite que no se tenga diagnósticos claros y por tanto sea difícil proponer medidas de apoyo al sector.

1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

¿Será la fiesta del Gran Poder una actividad de conformación de Redes Socioeconómicas?

¿Las redes socioeconómicas existentes en la fiesta del Gran Poder serán una determinante en la producción del artesano bordador?

¿Este movimiento genera empleo?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

- Determinar las características de las redes socioeconómicas en la esfera de la producción artesanal de los bordadores en la fiesta del Gran Poder en la ciudad de La Paz.

1.4.2 Objetivos específicos

- Conocer la relevancia, de los lazos de amistad, parentesco, compadrazgo, entre otros, en la producción del bordador.
- Identificar las características de la producción del artesano bordador en la fiesta del Gran Poder.
- Medir la incidencia de las Redes Sociales en la producción del artesano bordador en la fiesta del Gran Poder.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La falta de una definición concreta con cierta equidad de lo que se entiende como artesanía, dificulta y hasta puede decirse que impide abordar con rigor el análisis económico desde la óptica clásica de los trabajadores especializados en esta actividad: los artesanos, con la misma deficiencia en las descripciones y estudios económico-sociales del sector artesanal en su totalidad.

El sector artesanal es parte importante del desarrollo social, económico y cultural del municipio, y tiene vital importancia dentro la estructura económica y social de la fiesta del Gran Poder, siendo esta la más importante del municipio de La Paz, por la magnitud del movimiento de recursos económicos y por el valor cultural que tiene la misma.

Al mismo tiempo el sector de los artesanos bordadores atraviesa por muchas dificultades; estamos ante un conjunto de trabajadores relativamente concentrado geográficamente, que utilizan técnicas productivas muy variadas y que tienen también una economía diferente.

La creciente demanda de esta artesanía popular es amenazada seriamente por un aumento de la competencia; es preocupante ya que la técnica del bordado artesanal está siendo desplazada por la falta de interés de los jóvenes para iniciarse en la elaboración de productos artesanales y por la carencia de escuelas o de centros de formación técnica en el área.

La falta de un registro preciso de artesanos bordadores y de su ubicación por grupos geográficos limita las posibilidades de contar con un instrumento que permita generar información que ayude a la elaboración de estrategias y políticas a nivel sectorial.

La investigación se justifica en la tendencia creciente de las fiestas patronales en la urbe paceña, y el incremento de los bailarines en la

fiesta del Señor del Gran Poder; 25 mil aproximadamente fueron los bailarines y músicos en la fiesta del Gran Poder el año 2007 (periódico La Razón, 02/06/2007); el año 2012 solamente los bailarines llegaron a 26.456 de los cuales 13.169 son mujeres y 13.287 son varones, este año fueron 27.548 bailarines, de los cuales 13.710 son hombres y 13.838 son mujeres (Oficialía Mayor de Promoción Económica, Programa Municipal de Promoción de Empleo, 2012-2013). Este crecimiento de bailarines en la fiesta del Gran Poder se da por el crecimiento poblacional el cual beneficia directamente al aumento de la producción los artesanos que confeccionan las vestimentas, generando de la misma forma mayor empleo y mayores relaciones socioeconómicas.

1.6 HIPOTESIS

La esfera de producción de los bordadores de la fiesta de Gran Poder funciona a partir de una economía cuya base radica en Redes Socioeconómicas Integradas.

1.6.1 Operacionalización de la hipótesis

Producción y Productividad del bordador = F (redes sociales integradas)

$$Q = F(RS)$$

Donde:

Variable dependiente

Q= Producción en unidades

(CF) Costos Fijos = alquileres+servicio de agua y luz+ publicidad + N° de trabajadores+ salarios (en época de confección para la fiesta)

(CV) Costos Variables = materia prima

(CT) Costos Totales = CF +CV

(P a/v) Precio de alquiler/venta: medido en época fiesta

Cantidad: número de unidades fletados/vendidos en la fiesta

(IT) Ingreso Total= P a./v. + Cantidad

Beneficio neto del productotor = IT- CT

Variable independiente

RS= Redes Sociales como variable dicotomica (1 si pertenece, 0 si no pertenece)

A su vez

Redes Sociales Integradas = F (vinculo residencial, familiares que participan en la produccion, hijos que participan en el bordado, tradicion familiar, Vinculo Gremial)

RS= F (VR, MONF, TF,HB,VG)

Donde:

VR=Vinculo Residencial (1 si el productor posee vinculo residencial con el nucleo historico espacial de la fiesta del Gran Poder, 0 en otro caso)

MONF= Mano de Obra No Familiar (1 si tiene familiares de segundo grado, tercer grado, compadre o amigos que partipan en la produccion , 0 si no tiene)

TF = Tradicion Familiar (1 si la producción o elaboración de trajes es tradición familiar, 0 si se inicio como operario o adquirio comocimientos tecnicos)

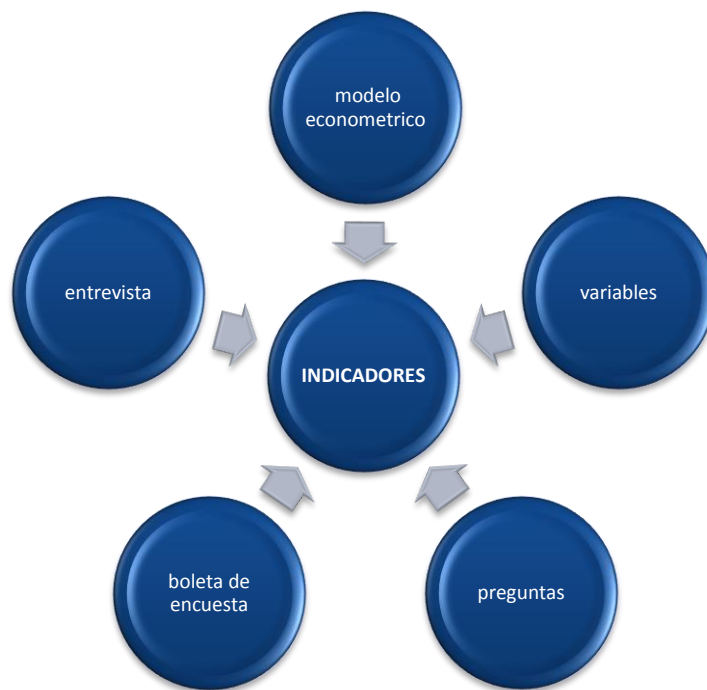
HB= Hijos que participan en el Bordado (1 si tiene hijos que participan en la produccion especificamente en el bordado, 0 en otro caso)

VG= Vinculo Gremial (1 si sus abuelos, padres y ellos pertenecieron o pertenecen a un gremio -con relacion a la fiesta-, 0 en otro caso)

1.6.2 Métodos de investigación

La metodología que se utilizará para desarrollar el presente trabajo aborda el método inductivo que parte de un análisis en particular de una economía sociocultural en el municipio de La Paz, mediante levantamiento de datos de corte transversal en un momento del tiempo, entre los meses de marzo a julio 2012 y diciembre del mismo año a enero del 2013 en la ciudad de La Paz, la misma se realizara mediante un acercamiento periódico a los distintos talleres de bordados, para ello se delimitara un eje temporal de impacto situado en el mes de mayo de 2012 (durante la fiesta).

Para lograr nuestro objetivo haremos uso de algunas herramientas estadísticas nos permitan identificar las articulaciones económicas existentes en la producción artesanal, cuantificar las variables y parámetros que se necesita para determinar las características del sector.



Población objetivo

Son los productores de bordados artesanales con talleres asentados en la calle Los Andes, la Avenida Kollasuyo y adyacentes, del macro distrito Max Paredes del municipio de La Paz.

Unidad de análisis

Está constituida por todas las familias que se dedican a la producción de artesanías bordadas, para la Fiesta del Señor del Gran poder, representadas en la mayoría de los casos por el jefe de hogar

Marco muestral

Está conformado por un listado de integrantes vigentes de la Asociación Mixta de Artesanos Bordadores Autodidactas AMABA y un intercambio de información en cuanto a la cuantificación de bordadores de la zona que no están afiliados a AMABA, Cruzando los datos de todos los miembros que son parte de la asociación y los que no; se obtuvo la siguiente información:

Tabla 1: Población total de artesanos bordadores en Macro distrito Max Paredes

ARTESANOS	Nº de Bordadores
Son bordadores	120
No son bordadores	80
No están afiliados a AMABA	30
TOTAL	230

Fuente: Archivo de AMABA y trabajo de campo

Para el presente estudio consideraremos a los artesanos bordadores no afiliados y afiliados a AMABA, con un total de 150 artesanos bordadores.

Para definir el tamaño muestral, se utilizó como herramienta un muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas del número de viviendas en las comunidades directamente intervinientes en el

proyecto, por el alcance del estudio y principalmente por la homogeneidad de la población, adoptando los siguientes criterios para el cálculo del tamaño de la muestra:

- Nivel de confianza del 95 % $\Rightarrow 1 - u = 0,95 \Rightarrow u = 1 - 0,95 = 0,05$
- Un error no mayor al 7 % $\Rightarrow e = 0,06$
- Valor correspondiente a la distribución normal $\Rightarrow z = 1.96$

Aplicando la formula estándar de muestreo en poblaciones finitas que se detalla proveniente de la distribución binomial, a continuación:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(N - 1) * \varepsilon^2 + z^2 * p * q}$$

Se determinó como tamaño de la muestra 57 Boletas dirigida a artesanos bordadores, hombres o mujeres, existentes en la zona de estudio.

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

ENFOQUES METODOLÓGICOS DEL CAPITAL SOCIAL

Dado que el capital social está dado en función de la operatividad del mismo, es que Wellman y Bartram (en correspondencia con Borgatti) encuentran dos enfoques del término (Lin llega a conclusiones similares, después de realizar un marco de referencia literario en torno al concepto): El primero dado en función a la calidad de los grupos, el cual contiene una parte cultural y otra socio-estructural, esta visión incluye leyes, integración social y confianza. Entre los autores más destacados de esta corriente se encuentran Coleman, Fukuyama, Loury y Putnam. El segundo enfoque es aquel en que se concibe al capital social en función de las relaciones individuales del grupo al que pertenece, se caracteriza por que las relaciones son una fuente de recursos materiales, información y ayuda emocional, entre los principales teóricos de este tipo de enfoque se encuentra Bourdieu y Burt. Para estos autores la diferencia radica en la unidad de análisis que se está utilizando, mientras que para unos es el individuo para los otros es el grupo o la sociedad.

Es en esta misma línea que Borgatti, Jones y Everett toman la propuesta de la unidad de análisis y agregan un elemento más al estudio, el cual está dado en relación a dos enfoques diferentes: El primero de tipo interno, en el cual se considera al objeto de estudio como un ente aislado. La segunda de tipo externo, en el que se considera al objeto de estudio de una forma abierta. De acuerdo a Borgatti. Este tipo de enfoque es el que se presenta de una forma más integral, al considerar no solamente las relaciones y ventajas que se generan al interior del grupo, sino que se considera una visión de interrelación con el entorno en el que se encuentra.

Estos dos tipos de enfoques en la medición del capital social, fueron diseñados en función de los impactos que éste genera a nivel del capital humano y material, esta propuesta tiene su origen en la

propuestas clásicas de Bourdieu y Coleman. Desde esta óptica se han realizado varios trabajos que han apuntado a la comprobación empírica de este supuesto, segmentándose primordialmente en dos líneas: La primera, es aquella en que el trabajo de investigación se ha relacionado con el capital material, dando un especial énfasis en la cuestión económica y al desarrollo socioeconómico. La segunda línea, se caracteriza por su búsqueda en establecer el nexo con el capital humano, estos estudios van desde un ámbito familiar hasta uno nacional.

Es así que se encuentran dos grandes formas de evaluar el capital social en función de los impactos que genera. El primero, en función de la cantidad de valor que existe en un determinado grupo social, el cual viene de las relaciones de confianza y asociaciones que un determinado grupo contenga de una forma más o menos institucionalizada que se percibe en normas, estructuras y acciones cooperativas que presenten. Por otro lado encontramos a la evaluación del capital social en función de su capacidad de generar cambios en el capital material y humano de los grupos en los que se está evaluando, este tipo de evaluación también se puede presentar en dos líneas: a nivel de los individuos de los grupos y por otro lado de acuerdo al impacto que generan las relaciones sociales con otros grupos. Ambos enfoques pueden darse en dos niveles de análisis: el individual y el grupal.

Es así que podemos concluir que actualmente existen dos posturas en relación al concepto.

La primera dada por el valor “potencial” que un grupo tiene de capital social está propuesta es similar a la propuesta desarrollada por Putnam en 1995 de *stock*. Este valor está dado por la definición propia del concepto en un sentido estricto y se puede decir, que su evaluación está orientada a los impactos que el capital social genera al interior de un determinado grupo social. La segunda está dada por los impactos

que estas relaciones tanto internas como externas, generan en los capitales material y humano externos del grupo, es sobre la cual se han destinado más esfuerzos, al analizarse los impactos que el capital social presenta en comunidades o regiones.

Dentro de las principales implicaciones que se presentan al realizar este tipo de mediciones en función del impacto es que se podrían enumerar impactos que no son generados por el capital social, sino por otro tipo de capital que exista en la sociedad, es por esto que se percibe como necesario el realizar una aproximación diferente, que pudiera por un lado conocer los impactos tanto positivos como negativos de éste capital, y que sea fácilmente discernible del impacto de otros capitales.

2.1 LA TEORIA DE REDES SOCIALES.

¿A qué nos referimos cuando mencionamos *redes sociales*?

La idea primera refiere a la existencia de un conjunto de relaciones que vinculan a diferentes actores, convirtiéndose en unidades de análisis.

Por análisis de redes sociales se entiende al estudio que los científicos realizan sobre diversos actores, diferenciando su unidad de análisis, ya sean personas, instituciones, partidos políticos, países, etc. La imagen de una red representa acabadamente la idea, pues refleja un conjunto de puntos que, unidos en forma de estructura, construyen un instrumento.

Este tipo de trabajo multiplicó su difusión en los últimos años, registrando no sólo un aumento en el número de obras dentro de la comunidad científica, sino también la proliferación de espacios especializados en el tema (Lozares, Molina y García 2002).

La reconstrucción histórica de las acciones individuales permite identificar a los miembros de una red a partir del momento que ésta entra en acción, en este contexto y sin descartar el análisis de las estructura, es conveniente analizar las prácticas y los vínculos de los individuos para poder descifrar el contexto social. El análisis de las estrategias personales y familiares permite observar cómo se

relacionaron los individuos y cuáles fueron los enlaces que utilizaron (González Gómez y Hernández 2007)

Desarrollo.

En los inicios del siglo XX, la sociología comenzó a mostrar interés en la relación individuo-grupo-comportamiento, no sólo en los determinantes y acciones, sino también en el modo de representar esa relación. Los primeros interesados fueron Scott y Jacob Moreno, quienes pusieron en relieve que la percepción y el comportamiento de los individuos, y la misma estructura del grupo al que pertenece, dependían del espacio social formado por el grupo y su entorno. Para dichos autores, las personas formaban grupos gracias a las relaciones que desplegaban con otras; el tipo, condición, calidad, etc., de esas relaciones permitían entender la naturaleza de los grupos sociales. Éstos, entonces, son vistos como campos de fuerza, campos sociales constituidos a partir de las múltiples relaciones que desarrollan sus miembros, analizadas por procedimientos matemáticos.

A estos precursores le siguieron -a finales de los años cuarenta- Cartwright, Zander, y otros, que desarrollaron la teoría matemática de los Grafos. Trabajando en pequeños grupos de personas, pusieron de manifiesto cómo la estructura del grupo afectaba a los comportamientos individuales (Galaskiewicz J. Wasserman S 1993). En esta perspectiva subyace la idea de que el mundo está compuesto por redes, en donde las normas sociales responden a la posición de los individuos dentro de la red. Las personas que forman parte de la misma se integran a ella en base a los lazos y relaciones que mantienen con otras personas miembros. De dicha realidad se desprende que el acceso a los recursos manejado por una red está ligado a las formas en que los individuos que la componen se ubican dentro de ella, siendo necesario para el cientista observar cómo las redes asignan esos recursos a sus miembros. A fin de aproximarse a la estructura social, los investigadores que trabajan en esta perspectiva se preocupan por la

naturaleza relacional de los integrantes de la red, porque sólo partiendo de las relaciones entre los individuos se puede llegar a entender los sistemas sociales de gran escala.

La otra corriente que dio vida al análisis de redes sociales fue la antropología, especialmente el funcionalismo desarrollado en Harvard en los años treinta y cuarenta. Aquellos que se inscriben en esta tendencia, se interesan tanto en descubrir y describir la formación de los subgrupos dentro de un “*espacio social*”, como en las técnicas para su análisis.

Los subgrupos pueden ser definidos como “*un grupo informal de individuos entre los cuales se comparte cierta intimidad y sentimiento de grupo, así como ciertas normas de comportamiento. Así, cualquier persona puede pertenecer a diferentes camarillas, con el consiguiente solapamiento de las mismas y la integración de toda la comunidad en un sistema de relaciones de camarillas*” (Sánchez Balmaseda, Maria Isabel. 2002, p. 14).

En la misma línea del estructuralismo, pero formado en Manchester, apareció Max Gluckman como figura importante en el desarrollo del análisis de redes sociales, ya que planteó dos conceptos de manera diferente que sus predecesores. Si antes de él estos tipos de estudio buscaban los elementos que cohesionaban un grupo, su trabajo se interesó en los enfrentamientos que podían llegar a darse entre los integrantes de un grupo y que terminaban generando su transformación. Por consiguiente, este cientista contemplaba la estructura como redes relacionales analizables a partir de técnicas específicas y de conceptos sociológicos basados más que nada en la teoría del conflicto (Bobbio, Diccionario de Política 1998).

Como punto de referencia entre las tendencias antropológica y sociológica, aparecen Barnes, Bott y Nadel. En numerosos trabajos introducen el parentesco, la amistad y la vecindad como relaciones “*informales*” e interpersonales que producen la integración de personas

en pequeñas comunidades denominadas *red* que, a su vez, se ubican dentro de espacios sociales más amplios.

A Barnes debemos la primera definición del concepto de red social en sentido analítico: encuentro conveniente denominar red a un campo social de este tipo. La imagen que tengo es la de un conjunto de puntos, algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de esta imagen son personas, o a veces grupos, y las líneas indican quienes interactúan entre sí. Podemos, por supuesto, pensar que la vida social en su conjunto genera una red de este tipo (Sánchez Balmaseda, M. 2002 p. 15)

Los trabajos de estos autores muestran cómo las personas pueden desarrollar sus actividades interactuando con otros individuos según estos tipos de relaciones, por ejemplo, la familiaridad, o el parentesco. Al final, se mantiene la intención de buscar el modo por el cual las personas constituyen un conjunto de redes para poder actuar en el plano de la vida cotidiana. En su idea de la realidad, estos científicos interpretan la totalidad de la vida social como un conjunto de puntos, denominados “nodos”, cuyos vínculos o relaciones se expresan en líneas (Lozares, C 1996).

Sin duda, en la década de los 70 se produjo una ruptura con respecto a estas tradiciones, y uno de los protagonistas fue Harrison White, quien establecía el análisis de las redes como un método estructural, algebraico, vinculado a la teoría de grafos y a técnicas tales como la escala multidimensional.

Dentro del variado repertorio de publicaciones referidas a *redes sociales*, puede revisarse brevemente los distintos usos dados al tema. Están aquellos trabajos en donde *redes sociales* aparece como categoría de análisis, seguida de descripciones detalladas de las variables analizadas. A diferencia de estas obras, se encuentran otras donde las redes sociales son aludidas, utilizadas de manera figurativa, en forma metafórica y sin mayores precisiones teóricas. Por último,

estamos obligados a mencionar la abundante bibliografía en donde el término *redes sociales* aparece con un tratamiento metodológico.

Esta realidad ha planteado un debate en torno a cuál es la condición de las redes sociales, fundamental para delinear cualquier propuesta investigativa: ¿es un enfoque teórico?; ¿es una categoría analítica?; ¿o es un instrumento metodológico? Diremos que es cada una de ellas y todas a la vez.

Destinado a ser un dilema para quien asume la responsabilidad de la indagación en el área de las Ciencias Sociales, conviene aclarar que el mismo se resuelve según cómo cada uno pretenda usar a las redes sociales: como enfoque, como categoría analítica o como un conjunto de pasos metodológicos a seguir.

El análisis de redes sociales se sustenta en algunos preceptos teóricos que conviene recordar y tener muy presentes, dado que determinan los aspectos metodológicos del trabajo. Esta perspectiva teórica y metodológica circunscribe el comportamiento social a la asignación de diversos tipos de recursos entre las personas. Se considera que el mundo está formado por redes, con normas sociales que no responden a las características de los individuos, sino a su posición dentro de un conjunto de relaciones. Los actores y sus acciones son tratados como interdependientes más que como unidades autónomas o independientes y, de este modo, los lazos personales se convierten en canales para la transferencia de recursos materiales o inmateriales (Sánchez Balmaseda 2002 p 18 a 39).

El aspecto metodológico de las redes sociales está muy ligado a los análisis sociométricos y apoyado en las matemáticas, en especial en la teoría de grafos, que realiza cálculos en términos de puntos unidos por líneas. Se analizan datos de distintos tipos, atributivos y relacionales. Los primeros se refieren a características o propiedades que revisten los actores, individuos, instituciones, etc., y como tales son factibles de

ser medidos. Los segundos se orientan a los contactos, lazos y conexiones que vinculan a los actores entre sí.

Existe una serie de planteamientos metodológicos acerca de los cuales se debe reflexionar y tomar decisiones cuando uno decide hacer una investigación utilizando el análisis de redes. Las razones por las cuales es preciso llevar a cabo tal proceso aluden a que, según opte por una u otra alternativa, el analista de redes ajustará mejor la metodología a la investigación particular de cada caso.

Lo primero a tener en cuenta son las relaciones o vínculos, se debe tener presente que toda relación tiene determinadas características según su *contenido*, *forma*, *duración* y *direccionalidad*.

El *contenido* de una relación es el significado o, mejor dicho, el tipo de vínculo, como por ejemplo las relaciones de amistad, de parentesco, de intercambio comercial, de ayuda, de autoridad, etc.

En este caso es posible encontrar distintos tipos dentro de una misma comunidad, por lo que muchos investigadores de redes hablan de la imposibilidad de construir redes simples, ya que la mayoría de las comunidades tejen una multiplicidad de redes.

La *forma* de un vínculo tiene que ver con la fuerza o intensidad de una relación entre actores. Según la forma, hay tres tipos de relación: las binarias, con signos y las relaciones valoradas. Las primeras se observan sólo entre dos personas o individuos; las segundas son aquellas que muestran signos de más o menos, según la fuerza que haya en la relación; y las terceras se refieren al grado de conexión entre los actores. Con respecto a la conexión, es conveniente observar la frecuencia de una relación, su repetición a lo largo de un tiempo dado y la diversidad de vínculos que mantienen los actores. Sólo observando estas variables se puede establecer el grado de conexión que existe entre los actores miembros de una red.

En cuanto a la *duración*, se han planteado dudas sobre cómo realizar un corte temporal a la observación de relaciones, para poder construir

una red. El criterio más adecuado surge de la simple consideración de que, al ser las relaciones cambiantes en el tiempo, lo más indicado es establecer cortes estadísticos temporales. Algunos trabajos de redes han centrado su interés en descubrir redes sociales en algún período coyuntural histórico como, por ejemplo, ciclos económicos, períodos de crisis política; o cambios estructurales, como el paso de la sociedad de Antiguo Régimen a la moderna.

La diversidad de trabajos empíricos referidos a las redes sociales, han podido clasificar esos niveles en cuatro: los realizados a redes egocéntricas, el nivel diádico, el triádico y el análisis sobre redes completas.

Se ha sostenido que el nivel más simple de análisis es el de *redes egocéntricas* o *personales*, puesto que la atención está centrada en las relaciones que un individuo específico despliega con el resto de los miembros de la red. En cuanto al *análisis diádico*, observa la existencia de relaciones entre dos individuos; lo mismo que el *triádico*, que estudia el vínculo entre tres individuos. Quizás el nivel más importante lo represente el de la *red completa*, puesto que en esta instancia entran en juego todos los individuos y las conexiones que existen entre ellos. Los investigadores tratan de encontrar, en este nivel, la cohesión social de la red y la equivalencia estructural.

2.2 CATEGORÍA ARTESANAL

En primera instancia se define al artesano/a como la persona que ejerce una actividad creativa en torno de un oficio concreto, a un nivel de producción preponderante manual y conforme a sus conocimientos, habilidades técnicas y artísticas que transforma la materia prima en un bien útil con su esfuerzo físico y mental. Entendemos a la actividad artesanal transformación de materia prima de origen natural o industrial con predominio de trabajo manual, desarrollada en una unidad productiva artesanal, cuya producción se realiza a partir de la

articulación de diversas habilidades y experiencias demostradas en las unidades de producción (Ley de promoción y desarrollo artesanal 2012).

Las artesanías, como casi todos los bienes enmarcados bajo el concepto de patrimonio cultural, son a la vez, patrimonio tangible (los objetos, el producto) e intangible (los saberes del artesano, su creatividad, habilidades, etc.); inmutable (procesos preindustriales aún vigentes) a la vez que dinámico y evolutivo (creación de nuevos productos, técnicas, usos de nuevos materiales, etc.); simbólico (es testimonio de las historias locales, regionales e incluso nacionales; de los ritos, mitos y tradiciones asociados al producto o a su producción), y utilitario (usos y modos de uso del objeto producido). Se trata de un patrimonio vivo cuyo sistema productivo se encuentra vigente en virtud de la permanencia de las prácticas culturales que requieren de este tipo de productos y les dan sentido.

El modo de producción artesanal, tiene por finalidad la creación de un objeto producido en forma predominantemente *manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas*, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano.

El artesanado es considerado como un sector homogéneo y estático entre gremio y gremio, cada uno con sus propias características en cuanto a producción, organización y división del trabajo, además de tener en su interior formas de jerarquía, las cuales van cambiando según cambie el modo de producción (Rivera y Lehm en Carrillo: 2002).

Estas actividades de transformación que realiza el sector artesanal están también definidas por el trabajo en pequeños grupos de individuos, sobre todo familiares, y de baja inversión, enfatizando en el mayor uso de mano de obra. A este trabajador en familia o con

operarios se lo llama artesano individual ya que el número de trabajadores oscila entre 3 a 5 personas, siendo el factor humano el elemento fundamental de este tipo de sector (Hamelink en Carrillo: 2002).

Según Rivera y los estudios que realizó se puede ver que la base del conocimiento del artesano es empírica en su mayoría, donde la práctica es lo más importante. Esta labor del artesano se realiza generalmente por herencia familiar o por el vínculo con redes de parentesco (En Carrillo: 2002, 19).

La actividad económica artesanal no es importante sólo por sí misma, sino por la conexión que tiene con otras actividades y sectores económicos

Las categorías familiares

La diferencia entre un establecimiento familiar y un semi-empresarial se basa en dos aspectos: el capital de inversión y el número de trabajadores incorporados, ya que el sector semi-empresarial cuenta de 1 a 5 trabajadores, mientras que la unidad familiar se basa en la unidad doméstica. El fundamento de este sector es la propiedad sobre los medios de producción y el trabajo personal directo no remunerado, siendo el núcleo de este sector la fuerza de trabajo familiar. Por otro lado se diferencia del sector empresarial en la escasa división del trabajo y de innovaciones tecnológicas así como en la alta presencia del sexo femenino (Casanovas en Carrillo: 2002; 20)

2.3 TEORÍA DE LA COSTUMBRE SOCIAL

Se supone que los individuos se sienten más a gusto – “su bienestar/utilidad aumenta” – si su comportamiento se adecua a las normas o costumbres de su grupo social. Este grupo puede conformarse de acuerdo a características étnicas, de clase social, de género, o de otros aspectos de índole muy variada (cuerpo militar, clase

en la escuela, conjunto de trabajadores en la empresa, entre otros). Las razones por las cuales se argumenta que los individuos desean seguir las normas sociales de su grupo son diversas, y pueden ir desde la creencia de que pueden ser castigados si no se comportan de acuerdo a las normas, o simplemente por la satisfacción individual de demostrar al grupo su pertenencia al mismo.

Akerlof, 1984 trabaja en el ámbito de la economía norteamericana, muy diferente de las peculiaridades de la economía boliviana. En ese ámbito, encuentra que existe una costumbre que puede contribuir a explicar el desempleo, especialmente, cuando los desocupados no compiten entre sí, es decir, cuando los trabajadores han aprendido a cooperar entre ocupados y los desocupados; todos ellos trabajadores. Por lo tanto, la cooperación fluye porque esta es preferible para los agentes, en este caso, ellos descubren que el individualismo no es el único comportamiento sino que pueden consolidar una racionalidad colectiva basada en códigos de conducta. Por lo tanto, la cooperación hace que se cree una racionalidad colectiva, a través de la reputación y a través del ejercicio de la confianza en escenarios como en el mercado de la fiesta. Si bien Akerlof, 1984 no trabaja en un escenario donde existan redes sociales, debemos constatar que la creación de las mismas están basadas en la consolidación de instituciones con alta inversión en capital social. El no seguir una costumbre social es considerado como pérdida de reputación en el ámbito de las redes sociales, de este modo, los valores son responsables de la observación de la costumbre social, porque estas con menor probabilidad pasaran de una generación a la siguiente cuando se incrementa la desobediencia a la costumbre. (Akerlof, 1984)

En el modelo de Akerlof, una vez establecidas las costumbres sociales tales como la fiesta y otros códigos de conducta, estas persistirán con tal de que la desobediencia a la costumbre genere la pérdida suficiente

de reputación, y condicionado a que el coste de la desobediencia sea suficientemente alto. Es decir, para la consolidación de la red social del gran poder un elemento clave es la participación comprometida de los actores, el agente de la red social participa de la fiesta del Gran Poder porque de otra forma ve que el costo de su participación se remite a perder reputación, confianza y pertenencia a la red social.

Por esta razón, con una gama dada de valores sociales, existen dos equilibrios estables. En uno de los equilibrios, la costumbre es obedecida, y los valores, que son la base de la costumbre se encuentran extensamente suscritos por los miembros de la red social. En otro equilibrio la costumbre ha desaparecido, nadie cree en los valores, y los desobedecen, esto debilita los lazos de la red social y simplemente esta se debilita y desaparece.

Por lo tanto, si los rasgos principales del modelo reproducen con exactitud los rasgos principales de realidad, el análisis marginal de Becker sobre las costumbres, (mientras sea correcto), omite un punto importante ya que el método marginal sólo es apropiado para realizar un análisis estático comparativo de un solo equilibrio y no dos, como retrata el presente caso (Akerlof, 1984).

2.4 LA FUNCIÓN DE REPUTACIÓN

La reputación del agente depende de la obediencia en el código de conducta de la comunidad y también de la proporción de personas μ que creen en ese código. En el caso de la producción en la fiesta, depende de la participación en ella, sumada a la importancia y respeto que le se le otorga al código de conducta. Cuando existen muchos creyentes en los patrones del código de conducta establecido en la red, la reputación más alta sufre una pérdida por la desobediencia del código establecido. La reputación puede ser escrita como una función de μ y A:

$$R = R(A, \mu) \quad (2)$$

Donde μ es la proporción de quienes creen en el código de conducta; A es una variable dummy donde (1) representa la participación en la fiesta (obediencia en el código de conducta de la red social) y (0) no participar en la fiesta (desobediencia en el código de conducta)

La formación de la reputación (2), se establece de acuerdo a un criterio de exclusión, los que desobedezcan las normas de conducta de la red son de algún modo separados de la red social.

2.4.1 Formación de la función de utilidad

Las personas que desobedecen el código de honor de la red social del Gran Poder terminan la creencia en ese código de honor. Si existen pocas personas que obedecen el código de honor en la actual generación donde hay creyentes, serán pocos creyentes en la siguiente generación, y viceversa, entonces (Akerlof, 1984):

$$\mu = g(u, x) \quad (3)$$

Donde μ es (otra vez mencionado) la proporción de la población que cree en el código y x es la fracción de gente que obedece este código (Si $\mu > x$, g es negativo y si $\mu < x$, g es positivo). Por lo tanto la permanencia en la red social está sujeta al respeto y obediencia a los códigos de conducta, el más importante de ellos radica en la fiesta, porque ella se consolida como el espacio propicio de inversión en confianza y reputación. Mientras más personas pertenecientes a la red crean e inviertan en códigos de conducta como la fiesta, la consolidación de la red es ratificada en futuras generaciones.

2.4.2 Síntesis del modelo de reputación

El modelo es analizado en términos de un tramo largo y un tramo corto. En el tramo corto la proporción μ de quienes creen que el código de honor de la sociedad está fijado. Esta fracción μ es el mayor

determinante de la pérdida de reputación por la desobediencia del código de honor reflejada en la ecuación (2) que a su vez representa la fracción de la población que pierde utilidad por la desobediencia del código (reflejada en la presencia de la variable d^c en la ecuación (1) por una fracción μ de la población). Cuando existe un gran mayoría de personas que participan de la fiesta por creencia a los códigos de conducta de la red social, la pérdida de reputación es muy alta, esto reflejado por un equilibrio que trasciende en futuras generaciones.

En este caso, el código de honor de la red social desbarata el comercio que esta por realizarse en la ausencia de los códigos de conducta implantados, el individuo que está participando del comercio y cree en el código no desea participar del mismo por miedo a perder reputación en las personas que componen la red.

Alternativamente, los individuos quienes no creen en el código pueden, sin embargo rehusarse de realizar el comercio que ellos considerado económicamente ventajoso porque las consecuencias de pérdida de reputación entre el resto de la comunidad son altas. (Akerlof, 1984: 76) Cuando existe un número pequeño de incrédulos en el código, no necesariamente se genera un proceso que acumulativamente mine el sistema social de valores.

Pero, en otros casos, creer en las costumbres puede ser muy fuerte, aquella incredulidad aumentada en el código de ninguna manera afecta la obediencia del código de los creyentes. En ese caso, otra vez, hay un equilibrio de largo plazo, en el cual el código se obedecerá (Akerlof, 1984:76). En, los dos sentidos, el análisis precedente tiene múltiple equilibrio. Primero, con un código dado puede haber dos equilibrios; en uno casi la totalidad de los agentes cree en el código, y casi cada uno obedece este; en otro equilibrio casi nadie cree el código, y casi nadie lo obedece. Desde esta gama de costumbres sociales consistente con

el equilibrio, la economía puede ser considerada para tener múltiples equilibrios.

2.5 LA LIBERTAD DE LA COSTUMBRE Y LA CONSOLIDACIÓN DE NORMAS SOCIALES

De acuerdo a Sen (2000) el desarrollo debe ser concebido como un proceso integrado de expansión de libertades fundamentales relacionadas entre sí. De esta manera se reconoce la importancia de reconocer el papel de los valores sociales y de la costumbre vigente, que influyen en las libertades de que disfrutan los individuos y que tienen razones para valorar. Las costumbres sociales generan el establecimiento de códigos de conducta en la red social del Gran Poder y esto afecta de gran forma a la presencia o a la ausencia de corrupción y al papel que desempeña la confianza en las relaciones económicas, sociales o políticas. En el ejercicio de la libertad influye el asentamiento de valores pero a su vez en estos influye las interrelaciones sociales, en las cuales influyen las libertades de participación. Con suficientes oportunidades sociales, los individuos pueden configurar en realidad su propio destino y ayudarse mutuamente.

La riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin, dado que las libertades culturales son elementos constitutivos de la libertad del hombre, su denegación es una desventaja en sí misma.

El aumento de la libertad mejora la capacidad de los individuos para ayudarse a sí mismos, así como para influir en el mundo, y estos temas son fundamentales para el proceso de desarrollo. De este modo se establece que la libertad individual es esencialmente un producto social, y existe una relación de doble sentido entre 1) los mecanismos sociales para expandir las libertades individuales y 2) el uso de las libertades individuales no sólo para mejorar las vidas respectivas sino también

para conseguir que los mecanismos sociales sean mejores y más eficaces. (Sen, 2000)

El valor básico de que debe permitirse a los individuos decidir libremente las tradiciones que desean o no mantener; y la insistencia en que deben mantenerse las tradiciones arraigadas (cualesquiera que sean éstas) o en que los individuos deben obedecer las decisiones de las autoridades.

La indicación de que existe un conflicto real entre la preservación de la tradición y las ventajas de la modernidad exige una resolución en la que participe todo el mundo, no el rechazo unilateral de la modernidad a favor de la tradición por parte de los dirigentes políticos, de las autoridades religiosas o de los admiradores antropológicos del legado pasado (Sen, 200). En torno a las relaciones sociales basadas en la confianza y la cooperación se asienta un mercado, un mercado de la fiesta que a la vez rearticula y retro alimenta estas relaciones. La consolidación del mercado de la fiesta gira en torno a la generación de una institución cooperativa de organización y libertad. La aparición de normas sociales puede facilitarse tanto por medio de un razonamiento comunicativo como de una selección evolutiva de los modos de conducta que trascienden los escenarios de racionalidad individual y dan paso a una racionalidad colectiva que genera equilibrios sostenibles de confianza y cooperación.

La necesidad de crear instituciones tiene una clara conexión con el papel de los códigos de conducta, ya que las instituciones basadas en mecanismos interpersonales y entendimientos compartidos funcionan a partir de pautas de conducta comunes, de la confianza mutua y de la confianza en la ética del otro. (Sen, 2000)

2.6 MARCO CONCEPTUAL

ARTESANO: quien realiza la transformación de la materia prima en objeto artesanal, es el sujeto depositario del oficio y del “saber hacer”. En esta dimensión son relevantes las condiciones sociales del artesano como sujeto, considerando su capital cultural, social y humano que manejan.

ARTESANAL objeto: resultado de una actividad productiva de un artesano y con una finalidad de tipo patrimonial orientada a la apropiación simbólica y/o al consumo. Temas de interés en esta dimensión son los distintos rubros, las materias primas y las técnicas utilizadas en la producción de dichos objetos.

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

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

BIENESTAR: La noción de bienestar hace referencia al conjunto de aquellas cosas que se necesitan para vivir bien. Dinero para satisfacer las necesidades materiales, salud, tiempo para el ocio y relaciones afectivas sanas son algunas de las cuestiones que hacen al bienestar de una persona. Se trata de un concepto subjetivo, dado que el bienestar está íntimamente relacionado con las necesidades y los gustos de las personas. Por lo general, cada persona muestra una tendencia hacia un tipo de actividad en particular, sea la lectura, la

práctica de algún deporte, la investigación científica o la pintura, entre muchas otras. Esto define sus gustos, su vocación, aquello que le proporciona un bienestar que no puede compararse con el obtenido en otros campos.

BORDADORES: Los bordadores constituyen el origen de la red social del Gran Poder, la fundación está vinculada a la Asociación mixta de artistas bordadores autóctonos (AMABA) y La Paz unión de bordadores del Gran Poder. El rubro del Bordado persiste desde hace muchos años cierta especialización íntimamente articulada a la clasificación de las fraternidades por tipo de Danza en la fiesta de Gran Poder.

CARACTERIZACION: La Real Academia define caracterizar como "determinar los atributos peculiares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás". Puede referirse a personajes, tipografías, páginas web, empresas, productos.

CÓDIGO DE CONDUCTA: Conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de un Estado miembro, en el que se define el comportamiento de aquellos comerciantes que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos concretos.

El responsable de dicho código será aquella persona o entidad responsable de la elaboración y revisión de un código de conducta y/o de revisar su cumplimiento por quienes se hayan comprometido a respetarlo.

COMPADRE: es un término que proviene del latín *compāter*, esto es co-padre, palabra compuesta del prefijo "co-" que indica reunión, cooperación o agregación, y padre, por lo que etimológicamente significaría "quien coopera con el padre". Dentro de los sistemas de parentesco religiosos del catolicismo, se nombra compadre al padrino de un niño respecto de los padres de éste. En caso de tratarse de mujer

se denomina madrina, por lo que los padres se referirán a ella como "comadre". Es un término usado primordialmente dentro del contexto latino.

Entre los compadrazgos suele ser el más importante el de bautizo, sin embargo también se utiliza para los de confirmación o primera comunión.

CONTROL DE CALIDAD: Implantación de programas, mecanismo, herramientas y/o técnicas, para la mejora de la calidad de productos, servicios y productividad. El control de la calidad es una estrategia para asegurar el cuidado y mejora continua en la calidad ofrecida.

COSTE: 1.m.costa. m. Gasto realizado para la obtención o adquisición de una cosa o de un servicio.~ de producción.2.m. *Econ.* Conjunto de gastos para la producción de bienes y servicios.~ Marginal.3.m. *Econ.* Aumento de los costes de producción al incrementar en una unidad la cantidad producida. a ~ y costas.4.loc. adv. Por el precio y gastos que tiene algo, sin ganancia ninguna.

DESTAJO: Forma del salario en que se remunera al trabajador a tanto por pieza o unidad de obra.

INTEGRADAS / INTEGRAR: por su parte, es un proceso dinámico y multifactorial que supone que gente que se encuentra en diferentes grupos sociales (ya sea por cuestiones económicas, culturales, religiosas o nacionales) se reúna bajo un mismo objetivo o precepto.

INTERRELACIÓN: f. Relación mutua entre personas, cosas o fenómenos.

MODELO DE REGRESIÓN: En un modelo de regresión lineal el coeficiente de la pendiente mide el cambio en el valor promedio de la regresada, debido a una unidad e cambio en el valor de la regresora manteniéndose constante las demás variables.

PRODUCTIVIDAD: puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación, la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo cuando con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado obtiene el máximo de productos.

PRODUCCIÓN: Del latín *productiō*, *-ōnis*.f. Acción de producir. f. Cosa producida. f. Acto o modo de producirse. f. Suma de los productos del suelo o de la industria.

REDES SOCIALES: La red es un conjunto específico de conexiones entre un conjunto definido de personas, con la propiedad adicional de que las características de estas conexiones como un todo pueden utilizarse para interpretar el comportamiento social de las personas implicadas.

Una Red Social es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades.

El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet. En antropología y sociología, las redes sociales han sido materia de estudio en diferentes campos, desde el análisis de las relaciones de parentesco en grupos pequeños hasta las nuevas investigaciones sobre diásporas de inmigrantes en entornos multisituados. Pero el análisis de las redes sociales también ha sido llevado a cabo por otras especialidades que

no pertenecen a las ciencias sociales. Por ejemplo, en matemáticas y ciencias de la computación, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen. Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social.

RELACIONES DE PRODUCCIÓN: Conjunto de relaciones que se establecen entre los hombres como consecuencia de la producción o trabajo. En las relaciones de producción el marxismo distingue entre:

- *relaciones técnicas:* relaciones que se establecen entre el agente y el medio de producción y el proceso de trabajo en general (por ejemplo el artesanado o producción individual, o el modo de producción cooperativo simple que existía en la caza primitiva). *Da lugar a la división técnica del trabajo;*
- *relaciones sociales:* se establecen entre los agentes mismos; son los *vínculos que se establecen entre los hombres que participan en el proceso de producción.* Dan lugar a las *clases sociales*, que son básicamente dos: los propietarios de los medios de producción y los no propietarios de los medios de producción. Las dos formas de las relaciones sociales son la relación de explotador a explotado y la relación de colaboración recíproca en donde no se da la explotación (comunismo primitivo y futuro comunismo).

Las relaciones de producción no son consecuencia de la voluntad de las personas sino de las condiciones materiales de producción correspondientes a cada momento histórico.

SOCIOCULTURAL: Se utiliza el término sociocultural para hacer referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales en la red social del bordador.

UTILIDAD: Del latín *utilitas*, la utilidad es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo. El término también permite nombrar a la cualidad de útil (que puede servir o ser aprovechado en algún sentido). En el campo de la economía y las finanzas, la utilidad está asociada a la ganancia que se obtiene a partir de un bien o una inversión.

VÍNCULOS o relaciones: se debe tener presente que toda relación tiene determinadas características según su contenido, forma, duración y direccionalidad.

Contenido: de una relación es el significado o, mejor dicho, el tipo de vínculo, como por ejemplo las relaciones de amistad, de parentesco, de intercambio comercial, de ayuda, de autoridad, etc.

Forma: de un vínculo tiene que ver con la fuerza o intensidad de una relación entre actores. Según la forma, hay tres tipos de relación: las binarias, con signos y las relaciones valoradas. Las primeras se observan sólo entre dos personas o individuos; las segundas son aquellas que muestran signos de más o menos, según la fuerza que haya en la relación; y las terceras se refieren al grado de conexión entre los actores. Con respecto a la conexión, es conveniente observar la frecuencia de una relación, su repetición a lo largo de un tiempo dado y la diversidad de vínculos que mantienen los actores. Sólo observando estas variables se puede establecer el grado de conexión que existe entre los actores miembros de una red.

Duración, se han planteado dudas sobre cómo realizar un corte temporal a la observación de relaciones, para poder construir una red. El criterio más adecuado surge de la simple consideración de que, al ser las relaciones cambiantes en el tiempo, lo más indicado es establecer cortes estadísticos temporales.

CAPITAL SOCIAL: Putnam, (1994) define que este capital está conformado fundamentalmente por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas de

comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad. Estos elementos muestran la riqueza y fortaleza del tejido social.

James Coleman, el capital social se presenta tanto en el plano individual como en el colectivo. El primero tiene que ver con el grado de integración social de un individuo y con su red de contactos sociales; implica relaciones, expectativas de reciprocidad y comportamientos confiables, y mejora la eficacia privada. Pero también es un bien colectivo.

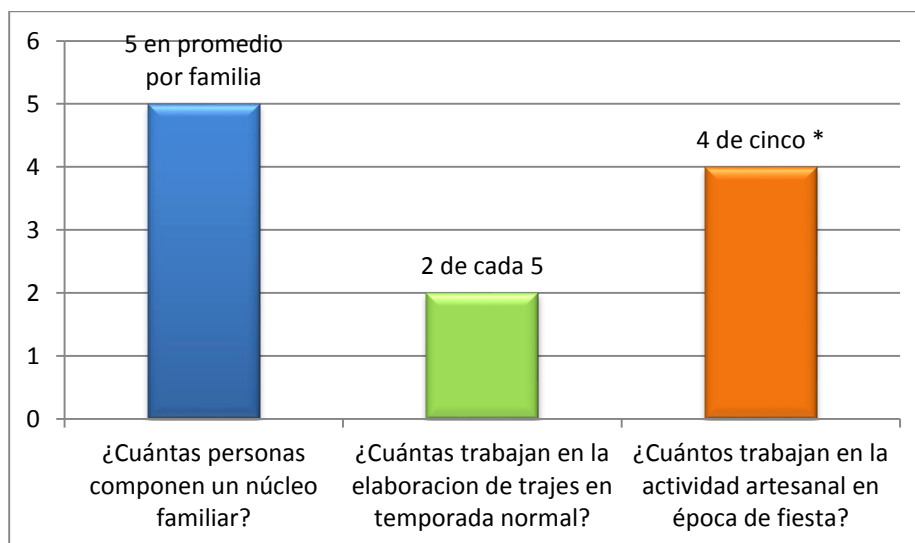
CAPITULO III: MARCO PRÁCTICO

3.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ARTESANAL DE LOS BORDADORES

3.1.1 Características de la Familia

En el análisis realizado a las familias de artesanos bordadores, se encontró que la edad promedio de los artesanos encuestados es de 42 años oscilando en un intervalo entre 40 y 60 años. El núcleo familiar de los artesanos está compuesto en promedio por cinco personas, de las que se dedican a la actividad artesanal en promedio dos personas, que por lo general es la propia artesano/a y una esposa/o.

GRÁFICO1: Comparación de integrantes del núcleo familiar en la actividad artesanal



*el integrante faltante se considera que esta en edad escolar.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

Se identificó que la actividad artesanal del bordado es practicada por mujeres en un 55% y un 45% por hombres; y dentro de este grupo solo la mitad de los integrantes del núcleo familiar trabajan en la artesanía, Sin embargo cuando llega la época de producción para la fiesta del Gran Poder, todo el núcleo familiar apoya en la producción de trajes, se

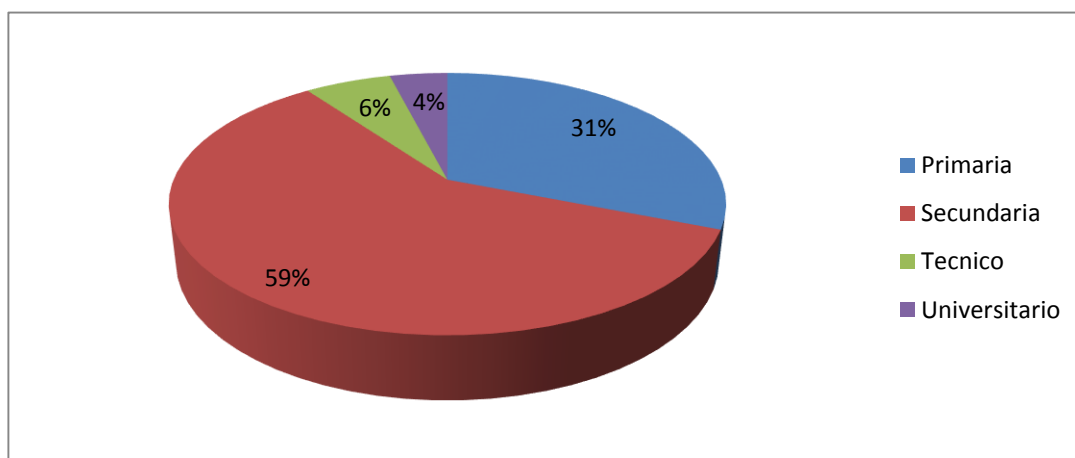
entiende que el restante de los miembros del hogar que no participan en la producción están en edad escolar.

3.1.2 Nivel de escolaridad

El nivel de escolaridad de los artesanos señala que el 59% de los artesanos poseen un nivel de escolaridad media (secundaria), un 31% en nivel de la primaria, un 6% en técnico y sólo un 4% es universitario (ver figura 2).

Esto muestra la tendencia de un nivel escolar, con conocimientos medios, lo que facilita ser capacitados y se puede observar la presencia de algunos profesionales universitarios, quienes podrían dinamizar la actividad artesanal.

GRÁFICO 2: Nivel de educación del artesano



FUENTE: Elaboración Propia en base a datos de trabajo de campo.

También se puede deducir que entre los encuestados el 90% de los artesanos no alcanzan niveles educativos por encima de la educación media, pero manejan conocimientos tradicionales importantes que les son de suma utilidad para desarrollar la labor.

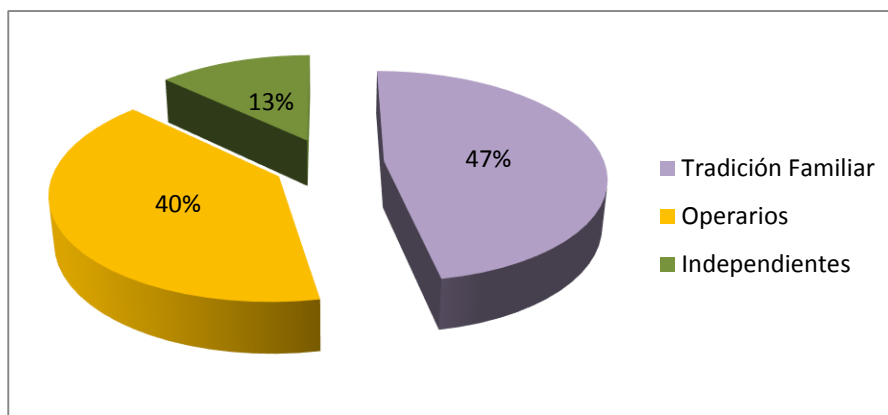
3.2 FACTORES INTERNOS

3.2.1 Factores Socioeconómicos y Culturales

Dentro de la unidad económica familiar la división del trabajo en el bordado, se explica como una forma de "herencia" al hijo, cuando el padre es el maestro bordador del taller, la esposa es la que realiza el plumillado, los hijos son los adornadores. Incluso en otros casos se contrata para todo el proceso a operarios por su especialidad en el armado del traje. (Mendoza, 2008), sin embargo para la confección de trajes destinados a la fiesta del Señor del Gran Poder se llega a contratar operarios para cada uno de los procesos productivos, acudiendo a confeccionistas y sastres, e incluso a bordadores de la misma especialidad para completar el pedido. Sin incluir a los artesanos especializados en otras aéreas las cuales completan los atuendos expuestos en la fiesta, como zapateros, mascareros y sombrereros entre otros.

Los datos muestran que el aprendizaje de la actividad artesanal se establece en contextos principalmente locales, transmitiendo el conocimiento de las técnicas artesanales, donde el aprendizaje ocurre dentro de los círculos productivos más próximos entre los artesanos y su familia.

GRÁFICO 3: Medios de aprendizaje del oficio artesanal



FUENTE: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo.

En el gráfico 3 se puede observar los medios empleados para el aprendizaje del oficio. Se confirma que el porcentaje mayor 47% de los artesanos aprendió su oficio gracias a sus padres y/o abuelos (tradición Familiar), el 40% aprendió el oficio siendo operario, (sin considerar que en muchos casos los lazos familiares se ampliaron enseñando la labor artesanal a ahijados, compadres y familiares en tercer grado), el 13% se centra en independientes, confeccionistas, profesoras de manualidades que se dedicaron al arte del bordado, aprendiendo a bordar por cuenta propia, actualmente cuenta con un taller o tienda y realizan la función de bordadores.

3.2.2 La producción del bordado en la fiesta del Gran Poder

La actividad de los bordadores, al igual que la de otros sectores artesanales, sufrió una depresión después de la guerra del chaco debido a una serie de cambios en el proceso productivo del país, la producción capitalista creció en escala por la mayor concentración de capitales, tecnología y fuerza de trabajo. Todo esto produjo el desplazamiento y pérdida de valor del trabajo Individual (Rivera, 1988)

Gran parte de los trajes que son utilizados en el Gran Poder provienen de bordadores asentados tanto en la calle los Andes como en la calle Kollasuyo de la ciudad de La Paz, artesanos que mantienen sólidos vínculos con el municipio de Achacachi, municipio situado en la provincia Omasuyos. Las unidades de producción compuestas por los bordadores poseen mayor tendencia a vincularse con relaciones de mercado. La importancia de la calidad del bordado es un elemento a considerar en el momento de incorporar el producto al mercado, siendo el trabajo manual altamente valorado.

“El bordado es un Arte, el arte de decorar una pieza de tela con diseños de hilo, hecho con distintos tipo de aguja,

diferentes números de aguja, al entrelazar los hilos se incorporan las piedras, lentejuelas y otros adornos que se pueden ir incorporar en el bordado.” Alejandro Paz, Presidente de AMABA (2012)

Hay varios tipos específicos de bordado, algunas de las cuales sólo se hacen a mano, mientras que otros se hacen a máquina.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender (o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constante, de lo contrario, estará deficientemente definida. Al igual que en la demanda, en la oferta también existen factores que alteran: el precio del bien, la disponibilidad de recursos, la tecnología, al precio de las materias primas, la regulación del estado y la competencia.

Describiremos a continuación la esfera productiva del Artesano Bordador en la fiesta del Gran Poder a través de las distintas estructuras de redes sociales que se conforman e intervienen en la producción de vestimenta tradicional para las fraternidades que participan en la fiesta, en otras palabras se describirá la estructura de funcionamiento de los diversos talleres artesanales, sea esta de orden semi-empresarial y/o artesanal, considerando que en la mayoría de los rubros que producen para la fiesta del Gran Poder el trabajo manual es el preponderante, dejando en segundo plano la producción mecanizada.

GRÁFICO 4: Estructura productiva del artesano bordador

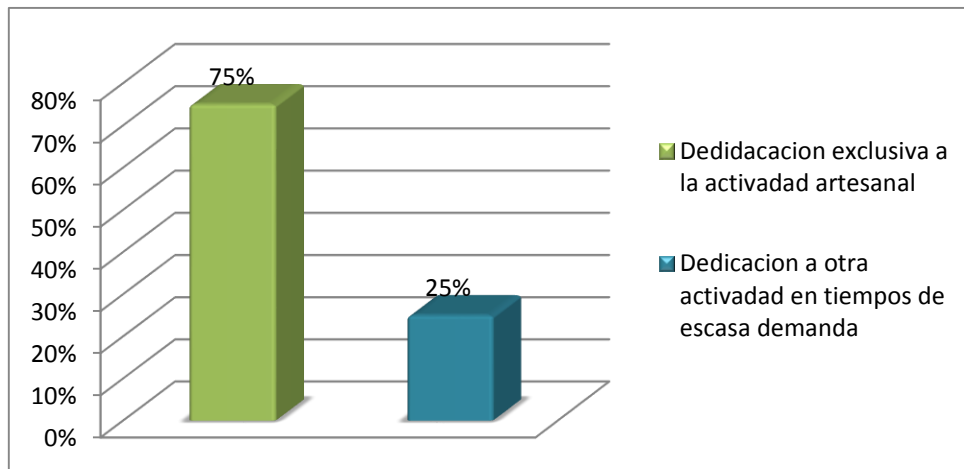


FUENTE: Elaboración propia en base a entrevistas en trabajo de campo

En el gráfico nº4 veremos cómo se articulaban los bordadores y sus talleres artesanales dentro de las redes sociales del Gran Poder y su forma de producción, es decir las dependencias socio-económicas entre personas provenientes de la forma en que producen y reproducen su producto en este caso los trajes.

Los artesanos pertenecientes a la muestra manifestaron en un 75% tener una dedicación exclusiva a la producción de artesanías, seguidos por un 25% que manifestaron que se dedican a la actividad pero en tiempo cuando la demanda está baja o nula ellos desarrollan otras actividades productivas (modistería, adornos, otras) (ver gráfico5).

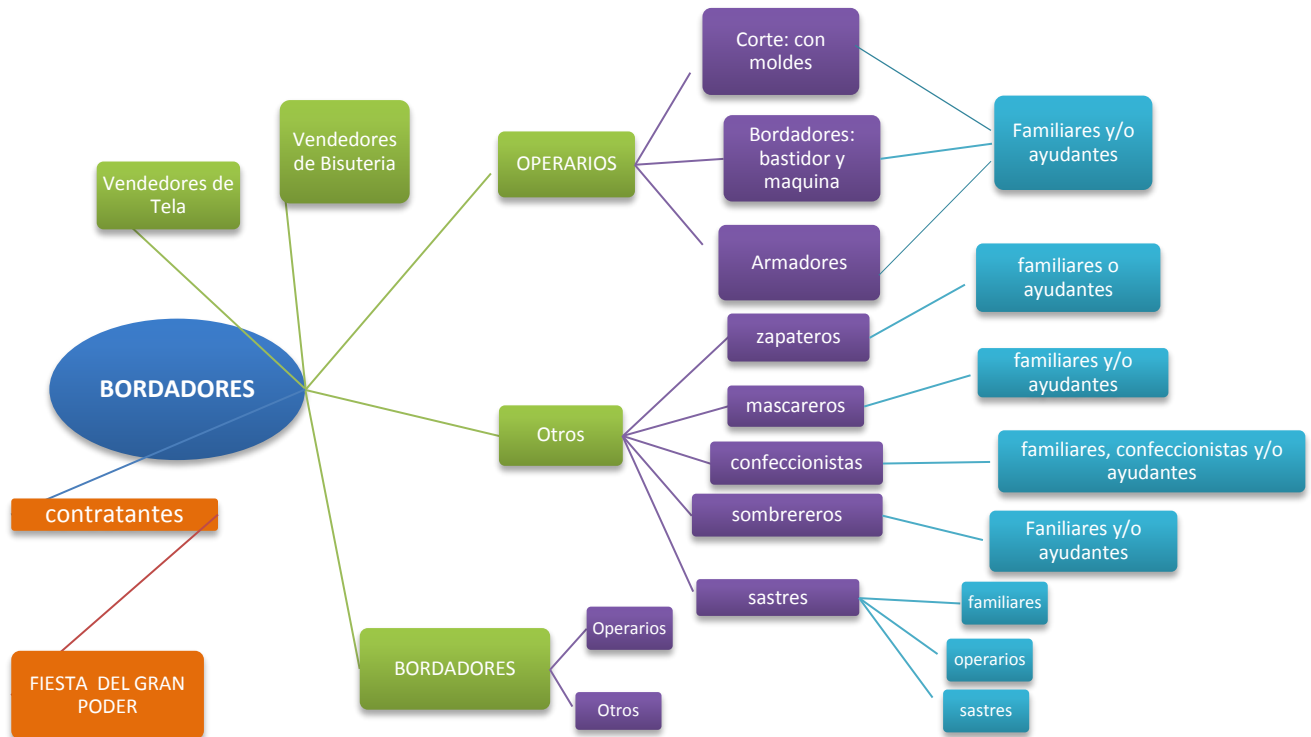
GRÁFICO 5: Dedicación a la actividad artesanal



Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

Lo anterior permite evidenciar que aun cuando un alto porcentaje de los artesanos se dedican a la actividad artesanal como generadora de ingresos para ellos y sus familias, todavía esta actividad no alcanza a garantizarles a todos los ingresos que requieren para dedicarse de manera permanente a ella.

GRÁFICO 6: Vínculos y distribución del productor en la fiesta del Gran Poder



FUENTE: Elaboración Propia en base a entrevista en trabajo de campo

El vínculo y distribución del artesano bordador considera factores socioculturales y su relación con el crecimiento de la unidad de producción (en temporada de fiesta), tales como el aprendizaje del oficio, la visión del mercado y los elementos directamente ligados a la producción, formando una red social exclusiva para la elaboración de trajes.

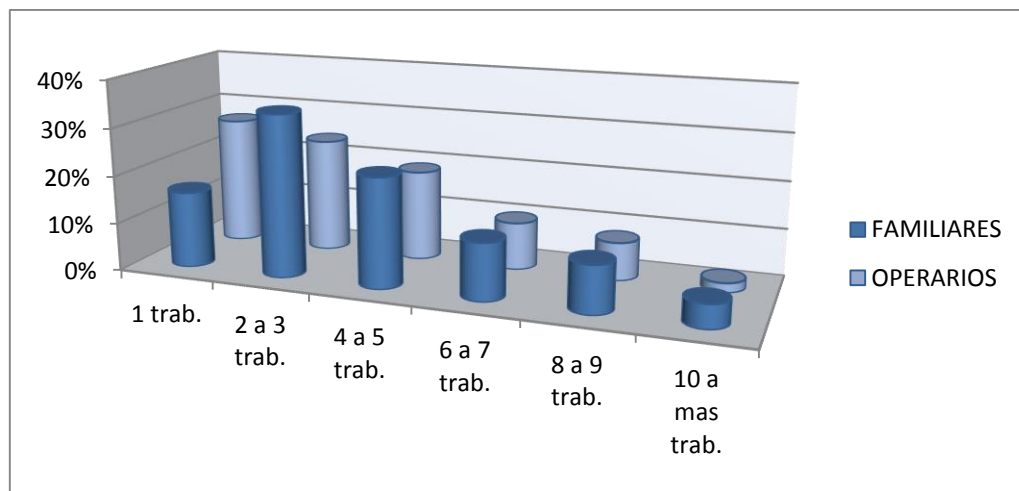
El sector del artesano bordador, se caracteriza por ser una actividad dependiente en un 95%; solo en una pequeña proporción (equivalente al 5%) trabaja de forma independiente, su forma es asociativa comercial. En muchos casos tienen a su cargo de 1 a 6 empleados en temporada alta, circunstancia que condiciona la capacidad de incremento en la producción.

Se observa también que los bordadores vinculan a todo tipo de artesanos y comerciantes, ampliando su red de producción.

3.2.3 Mano de obra

En los talleres se puede evidenciar la presencia de mano de obra: familiar remunerada y no remunerada, trabajadores fijos, trabajadores temporales (operarios) de los cuales se demanda fuerza de trabajo en temporadas de alta demanda, estos perciben salario diario, contrato, o salario a destajo. El contrato de fuerza de trabajo extra familiar para la fiesta se da en los periodos de alta demanda y cuando existe un movimiento económico mayor a lo habitual, estos perciben salario diario, contrato, o salario a destajo. Los talleres se ven en la obligación de contraer contratos con operarios que tienen un nivel de especialización media por lo que el maestro supervisa el trabajo del operario en el taller. En otros casos, cuando ya el operario tiene la capacitación requerida el maestro lo contrata y deja que se lleve el trabajo a su hogar.

GRÁFICO 7: Número de trabajadores en tiempo de fiesta



FUENTE: Elaboración Propia en base a datos de trabajo de campo

En cuanto a la demanda de operarios en el gráfico N°7 se puede percibir que la mayor parte de los talleres 70% contratan la mano de

obra de 1 o 5 operarios respectivamente, a su vez un 73% requiere de 1 a 5 familiares los cuales participan de la producción con y sin remuneración, alrededor de un 27% solicita de 6 a más familiares y un 20% de los talleres que requieren entre 6 a más operarios, parientes o compadres para poder cubrir la demanda de la fiesta del Gran Poder.

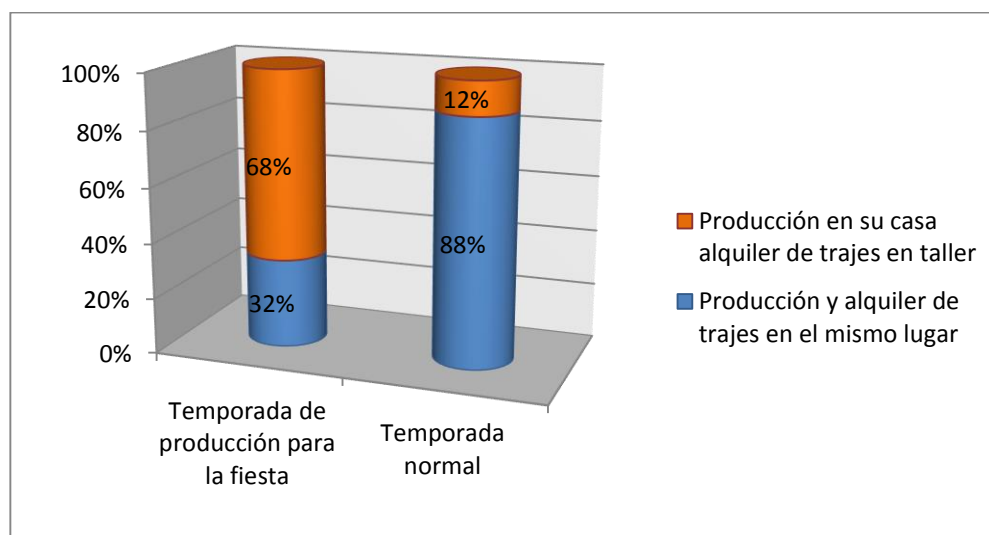
Se debe recalcar que el maestro bordador (dueño del taller) no incorpora en la estructura de costos la utilización de su fuerza de trabajo dentro del proceso productivo, es decir no se paga un salario, mide su remuneración tomando en cuenta los ingresos y reduciendo a estos los costos fijos (Alquiler, Agua, Luz) como los costos variables (insumos, repuestos para máquina de coser, salario de operarios permanentes y temporales).

En este marco Quino (1984), identifica el aprendizaje encubierto que es una enseñanza que gira en torno al oficio; consiste en la adquisición de las rutinas, los reflejos, los hábitos y las actitudes que orientan la conducta laboral del artesano; este aprendizaje requiere de una temprana iniciación y su duración siempre es mayor respecto al aprendizaje formal del oficio.

3.2.4 Lugar de trabajo

La producción artesanal también involucra el concepto del espacio físico donde se realiza la confección de trajes: los talleres. En este caso un taller no indica un espacio único; dependiendo de la complejidad del producto, los talleres podrían tener tantos espacios o áreas como tipos de artesanos especialistas existan en la producción, atendiendo al trabajo específico que realicen dentro de la cadena productiva en la elaboración de los trajes para la fiesta del Gran Poder.

GRÁFICO 8: Producción y alquiler de trajes



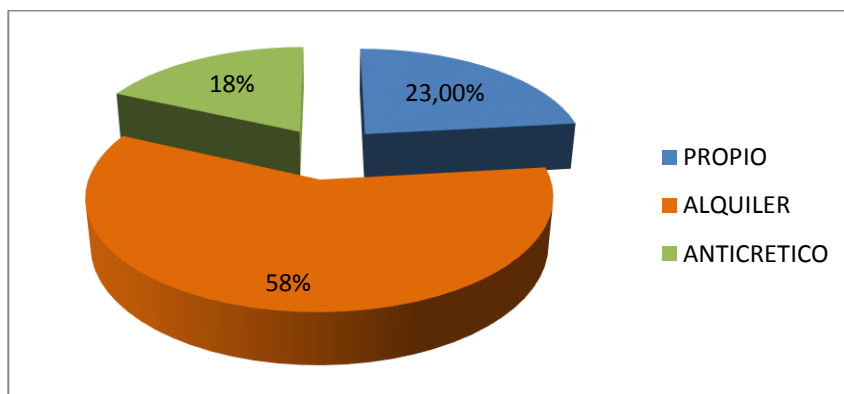
FUENTE: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

En el gráfico N°8 se observa que casi el 32% de los talleres de bordados utiliza el mismo lugar para producir y para exponer su producto, el 68% de los bordadores, en periodos de alta demanda, transforman el hogar en taller para poder cubrir los pedidos; producen en sus casas sin horario llegando a trabajar 48 horas continuas. De esta manera, la unidad de producción reduce costos fijos de alquiler. En temporadas normales el 88% produce directamente en sus talleres, llevando la producción a su hogar solo un 12%.

Referente al taller o sitio donde desarrollan los artesanos sus actividades productivas el 23% manifestó que es de su propiedad, mientras que el 59% manifiesta que es alquilado y el 18% en anticrético.

Hay que destacar, que estos sitios y/o talleres son locales comerciales y talleres donde se dedican a las labores artesanales.

GRÁFICO 9: Lugar de trabajo del artesano

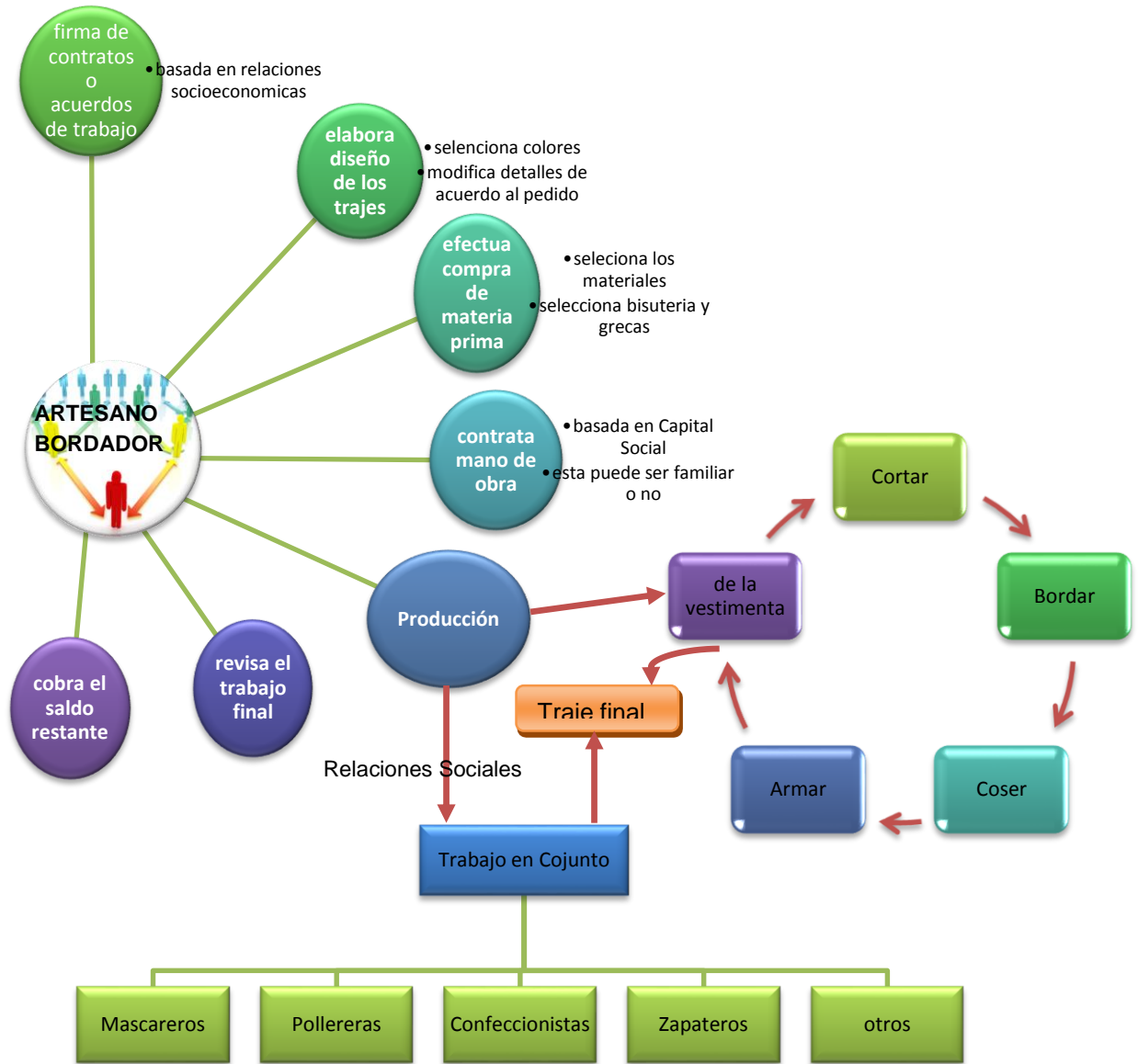


Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

Tabla 2: Costo de alquiler y anticrético de la tienda y/o taller (Medido en bolivianos)

Lugar de producción, % exposición, alquiler y venta	Pago de % Alquiler en Bs
Alquiler	81% 300 a 500 9.09
	501 a 700 36.36
	701 a 900 27.27
	901 a 1000 4.54
	1001 a 1800 22.72
Anticrético	6% 20170 En promedio
Propio	13%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo.

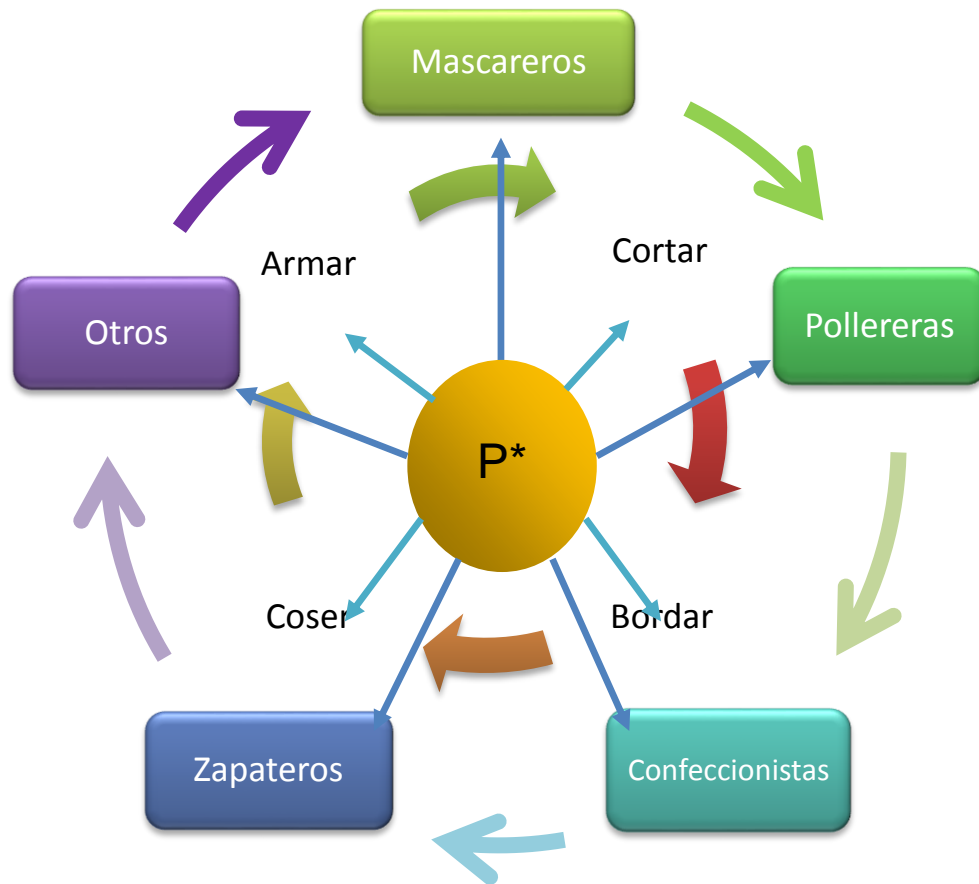


Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Dentro de la esfera productiva para la confección de un traje se distribuye el trabajo de acuerdo a la dificultad del traje, en un traje de morenada por ejemplo los operarios se encargan de 35% del traje; los miembros de la familia también participan de la producción en un 35% y el bordador realiza 20% de las funciones que se muestra en el gráfico 10; el 10% faltante artesanos zapateros y mascareros quienes se hacen cargo, la utilización de la máquina de coser doméstica es en promedio de 24 horas; estos porcentajes son una media aproximada para un traje

de morenada. Sin embargo la esfera productiva se amplía (ver cuadro 11), cuando se tiene una cantidad elevada de Trajes Finales manteniendo la estructura anterior por traje e incrementando a confeccionistas, pollereras y otra gente que haga falta para completar el pedido.

GRÁFICO 10: Ampliación de la producción



P*: producción

Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

Muchas de las tiendas exponen en vitrinas la calidad y los modelos innovadores de los trajes bordados, en este sentido es que una de las estrategias más importantes para captar la demanda de las fraternidades es la propaganda y publicidad en la misma fiesta y a lo largo de su preparación.

Ahora bien, muchos de los bordadores afirman que los negocios con mayor éxito mantienen amistades, relaciones de parentesco, compadrazgo, o incluso muchos de los artesanos son pasantes o bailan en algunas fraternidades lo que les genera una demanda asegurada gracias al vínculo establecido con el maestro bordador del taller. En efecto normalmente la competencia desleal viene de bordadores no asociados como aseguran a continuación:

"(.....) estas personas no tienen tienda trabajan en otro lugar, van donde los organizadores de las fraternidades del Gran Poder, dicen que les van a dar a 500 dólares y 200 cajas de cervezas pero para que compren o alquilen sus trajes, por eso hay que tener conocidos dentro las fraternidades para que te vaya bien"(Entrevista: Doña Irene Machicado, presidenta de A.M.A.B.A. Noviembre - 2007.)

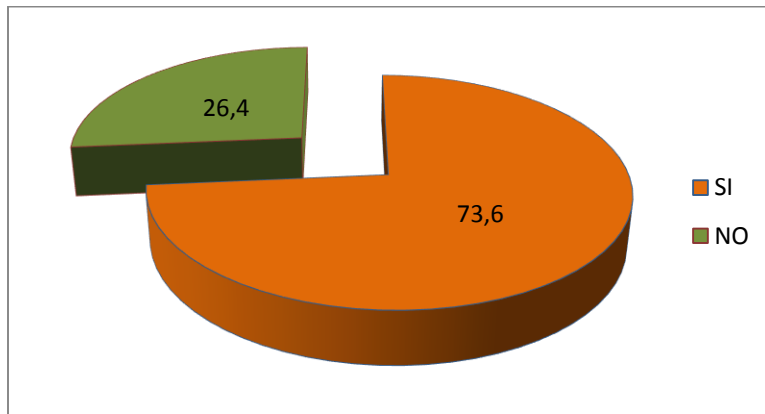
"(.....).hay que asegurar un año antes a los fraternos para que en la próxima fiesta fleten tus trajes, por eso siempre hay amistades, compadres, como el pasante o la cabeza del bloque; (.....) pero hay siempre personas que no tienen talleres trabajan en sus casa o en otros lados, no son de la asociación viene y ofrecen cuando ensayan las fraternidades, algunos bloques rompen siempre el contrato porque no podemos bajarles más el precio porque nuestros trajes son bordados no pegados (.....)"(Entrevista: Señor Alejandro Paz presidente de A.M.A.B.A. Noviembre – 2012.)

Para poder consolidar el negocio del bordado es necesario contar con un taller, tienda y operarios fijos y temporales para la elaboración de los trajes. El negocio del bordado está basado mayormente en el alquiler

del traje y en las veces que este puede circular en el mercado de la fiesta.

Es interesante la respuesta de los artesanos a la pregunta sobre si ¿Le gustaría que sus hijos se dedicaran al oficio de artesano? El 73,6% respondió que si y el porcentaje restante que no (26,4%) (Ver figura 3). Siendo las razones más importantes para aceptar que sus hijos sigan en la actividad artesanal, la de mantener la tradición cultural, como alternativa de trabajo y para la generación de ingresos extras.

GRÁFICO 11: Dedicación de los hijos al oficio artesanal



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de trabajo de campo

En las respuestas que destacan aspectos vinculados a la tradición, se observa que todas las respuestas son positivas sobre la dedicación de los hijos a la actividad artesanal.

Las respuestas positivas de los artesanos referidas a su interés sobre la dedicación de sus hijos al oficio artesanal, tienen que ver con la importancia que estas asocian a la artesanía con la conservación de sus tradiciones (25,8%) y como una forma de no perder su cultura (19,4%).

Quienes respondieron no querer que sus hijos continuaran en su labor artesanal, argumentaron que el nivel de ingresos de su trabajo es bajo y a que el oficio en si es poco valorado.

Pese a lo anterior, la utilización de fuerza de trabajo asalariada combinada con el aporte familiar es administrada en las actividades más importantes: pollereros, sombrereros, etc. resulta interesante ver que las unidades de tipo empresarial tienen a localizarse en las áreas más especializadas: bordadores (11%) y sastres (12.9%). (Mantilla, 2009)

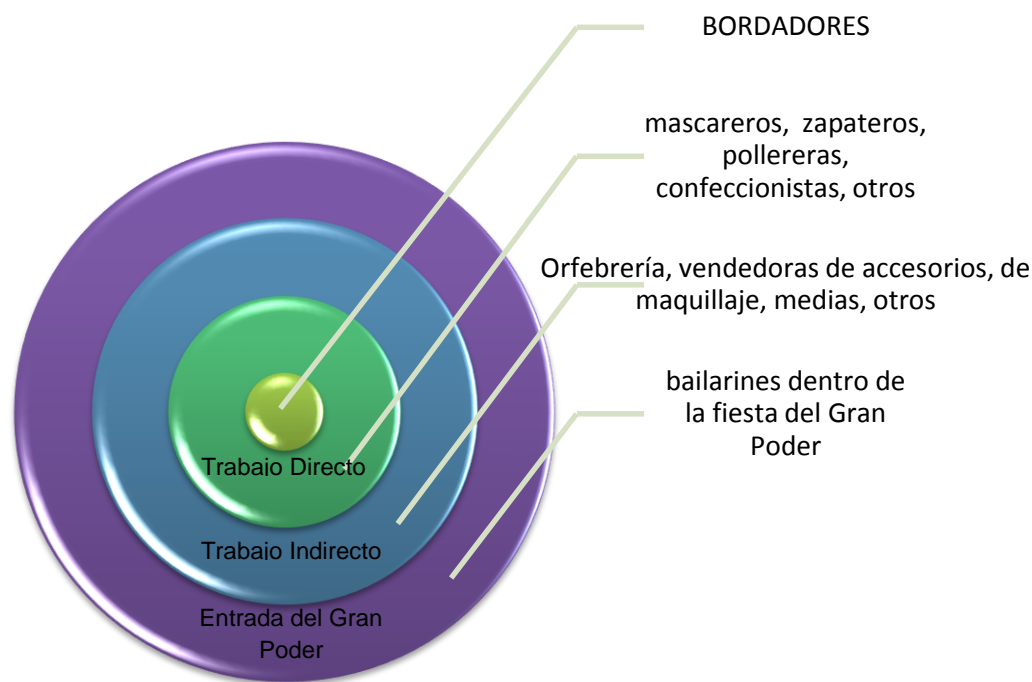
Tabla 3: Utilización de trabajo familiar por rubro de producción

Rubro	Numero de familiares que trabajan en el negocio			Total
	No utilizan mano de obra familiar	Utilizan entre 1-3 familiares	Utilizan entre 3-6 familiares	
Bordador	38.1%	47.6%	14.3%	100%
Fabricante de Zapatos	15.4%	76.9%	7.7%	100%
Sastre	22.6%	58.1%	19.4%	100%
Pollerero	-	100%	-	100%
Sombrerero	16.3%	76.7%	7%	100%
Venta de telas	-	100%	-	100%
Total	15.4%	76.55%	8.05%	100%

Fuente: elaboración en base a cuadros de estudio de Huascar Mantilla

El cuadro anterior muestra que el 76.55% de los rubros implicados utilizan mano de obra familiar, esto denota la persistencia de las relaciones de parentesco que hace que las actividades económicas del Gran Poder correspondan al origen de la fiesta.

GRÁFICO 12: Relación trabajo directo-indirecto



Fuente: elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

La relación de trabajo indirecto y directo se da en la esfera de la fiesta del Gran Poder, ya que las fraternidades de danza pesada hacen el pedido de manera formal después de la fiesta aproximadamente el mes de octubre, pero de manera informal en cuanto termina la fiesta ya se queda para el próximo año, los productores artesanos, anticipan el trabajo para cumplir con los pedidos del siguiente año, por lo que el trabajo directo es un 90% en todo el año, el indirecto solo abarca tres a cuatro meses antes de la fiesta.

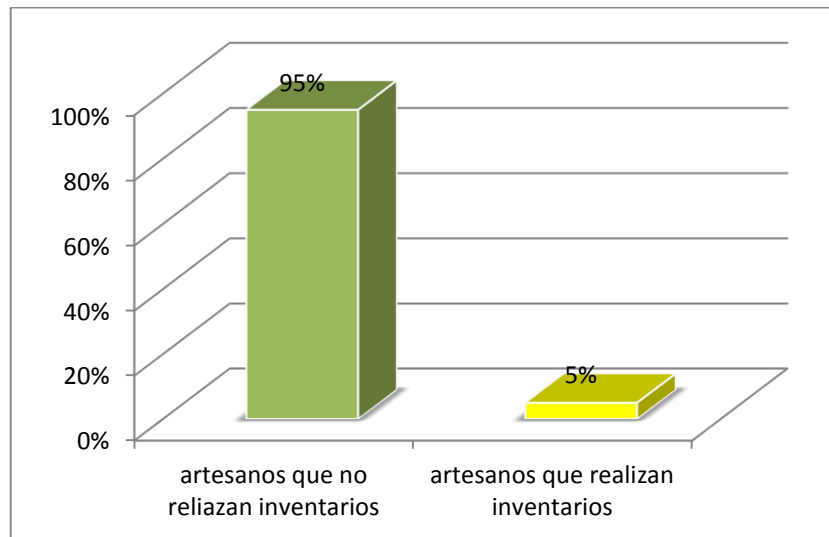
3.2.5 Registros de la actividad artesanal

Dada la importancia que tiene para una unidad productiva, el manejo y control de sus inventarios para hacer más eficiente sus procesos, se incluyó la variable que determina si los artesanos controlaban sus inventarios; obteniendo como resultado que el 95,5% de los mismos no

lo hacen (ver grafico11), puesto que compran materia prima e insumos en la medida que les solicitan los pedidos.

La utilización de insumo de producción, los contratos que realizan, los pedidos que se les solicita e incluso en muchos casos las prendas que alquilan los artesanos encuestados mantiene registros informales en sus negocios, siendo los más utilizados las órdenes de alquiler de trajes, las ordenes de contratos y los registros de clientes, ordenes que están hechas por ellos mismos. Lo anterior evidencia desconocimiento, los registros de producción y las ventajas que tendrían para mantener evidencias de sus actividades productivas.

GRÁFICO 13: Control de inventarios

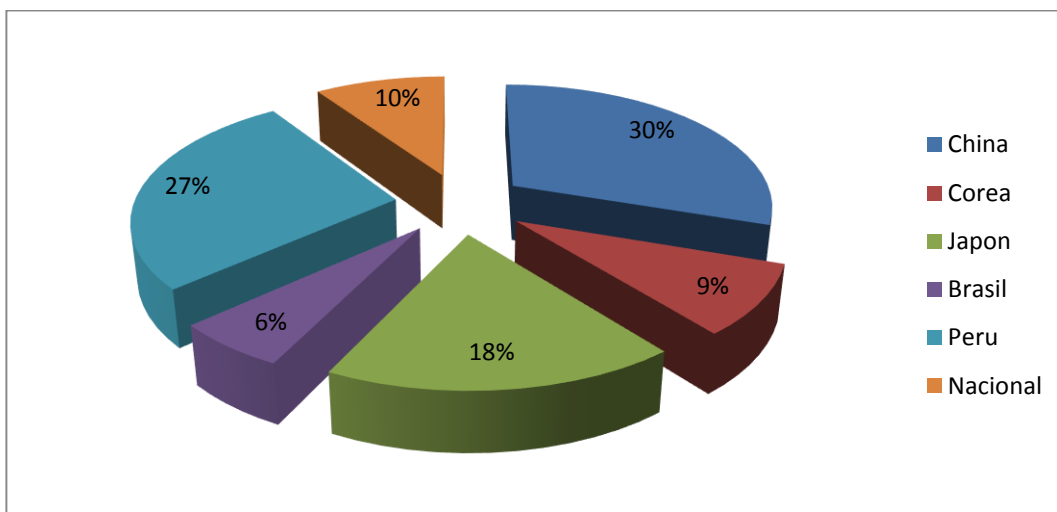


Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

3.2.6 Materia prima

En cuanto a la materia prima la mayoría de los productos son importados de China, Corea, Japón, Brasil, Perú, (Ver cuadro 15), el material nacional es muy poco usado en la producción de trajes tradicionales.

GRÁFICO 14: Materia Prima

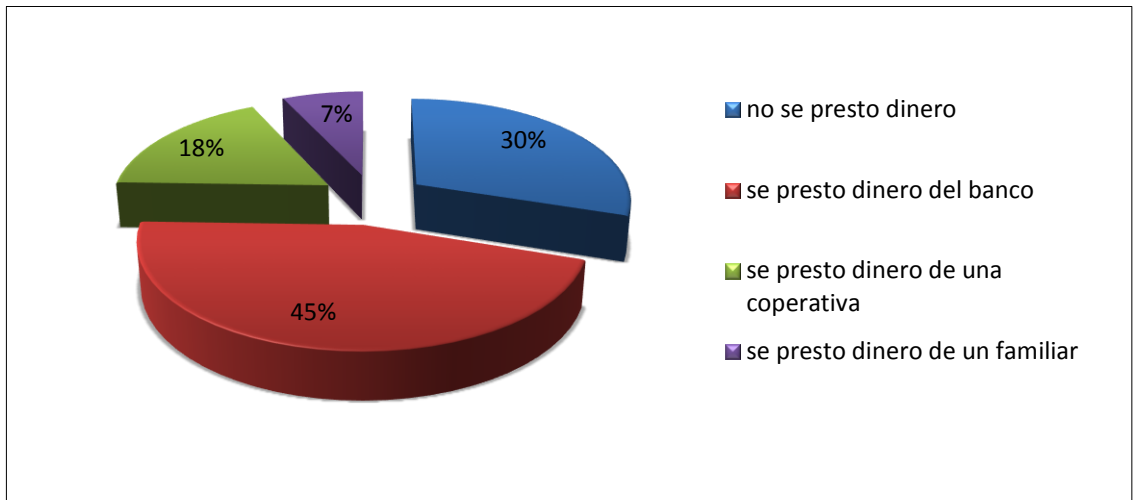


FUENTE: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Dentro de la materia prima que utilizan en la producción son: lentejuelas, perlas, piedras (imitación de piedras preciosas), hilos, lanas, cartones, plásticos, clefa, espejos, plumas, monedas antiguas, cintas, encajes, grecas, telas (de muchas texturas y calidades), aguayo, tocuyo, agujas (desde el número 0 hasta el 7), cuerina, entre otros. Estos materiales van de acuerdo a la producción que se realiza; por ejemplo si los bordadores se dedican a la producción de trajes de danza pesada o trajes de danza liviana, entre este último se encuentra más variedad de materia prima en la producción.

En cuanto al crédito para la producción de bordado se observa que un 70% de los talleres de bordado ha recurrido algún tipo de préstamo de dinero para iniciar el negocio. Internándonos en el análisis de los canales de financiamiento, de ese 70% de talleres, casi el 65% adquirió el préstamo de algún Banco, el 25% de cooperativa de ahorro y el otro 10 % de algún familiar.

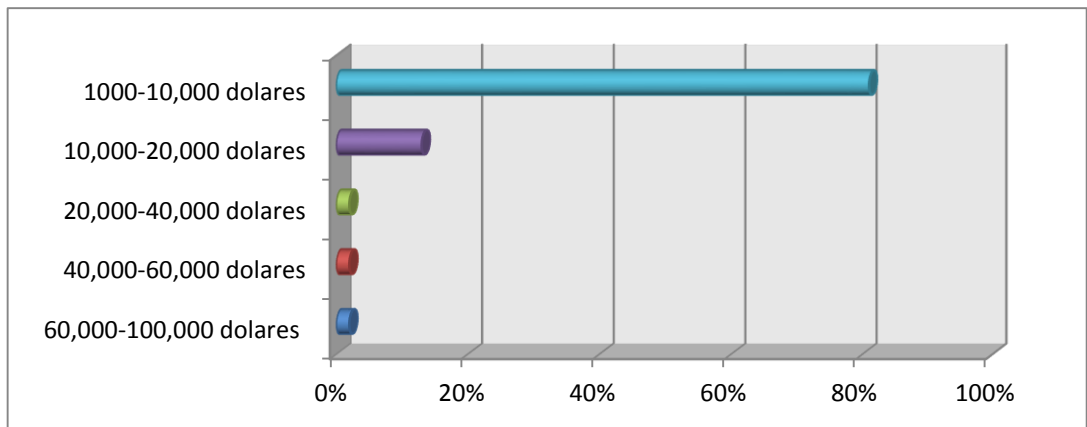
GRÁFICO 15: Crédito para la producción



Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

Por otro lado, cuando se consulta sobre préstamos para ampliar o mantener el taller, el porcentaje se reduce a sólo el 15 %. Ahora bien del total de talleres que si ha realizado un préstamo para recurrir a una ampliación de la capacidad productiva del taller el 92% pudo conseguir préstamo del banco, esto nos demuestra que una vez que se ha podido consolidar e instalar el taller con su respectiva tienda, en el mercado, existe mayor facilidad para contraer una deuda con instituciones crediticias más grandes.

GRÁFICO 16: Capital inicial invertido por el artesano



Fuente: Mantilla Huascar, La economía de la fiesta del Gran Poder 2009

La inversión más alta que realiza el bordador se da en la etapa inicial del proceso productivo, sobre todo en la adquisición de materia prima que normalmente es de origen extranjero. Con respecto al capital de arranque se puede observar en el gráfico N°5 que la mayoría de talleres artesanales (81%) iniciaron su actividad con niveles de capital que se sitúa entre los 1000-10.000 dólares americanos. En la parte más alta el 13% poseen montos de inversión que oscilan entre los 10.000 y 20.000 dólares americanos, hasta llegar a montos extremos que se sitúan más allá de 20.000 hasta llegar a los 100.000 dólares, en todo caso, los talleres con niveles de inversión altos son reducidos. Esto evidencia la presencia de: pequeños, medianos y grandes talleres con niveles de acuerdo al capital invertido.

En este sentido, (Mendoza, 2008) nos ofrece una clasificación interesante:

1) Bordadores prósperos: Son los que cuentan con talleres y tiendas de alquiler de trajes bien instalados, poseen más de 100 trajes de morenos y contratan fuerza de trabajo de operarios.

2) Operarios o jornaleros: No poseen taller, no tienen trajes bordados para alquilar, trabajan por contratos temporales.

3) Campesinos bordadores: son las personas que trabajan como bordadores pero combinando el trabajo agrícola con el bordado, muchos simplemente son "operarios", otros, en cambio, poseen un taller y trajes de moreno disponibles para alquilar.

4) Los comerciantes e intermediarios: del trabajo del bordado, es decir, un grupo de personas que alquilan trajes y no son productores, sólo contratan a bordadores y mandan hacer trajes folclóricos de Morenada, kullaguada, llamerada y lo alquilan a fraternidades del Gran Poder.

3.2.7 Factores Tecnológicos, Innovación y Comerciales

Como primer punto diferenciamos dos actividades: la de los confeccionistas y de los bordadores. Son identificados como confeccionistas los pollereros, sombreroeros e incluso los zapateros, se denominan así porque su producción no está restringida a la demanda del Gran Poder. Producen en forma continua y utilizan maquinaria semi-industrial, en cambio, los bordadores producen la mayor parte del proceso a mano esto hace que la producción sea unitaria y más larga con respecto a los demás rubros, estos bienes además de estar destinados a diversas fiestas de la ciudad de La Paz (calendario festivo GMLP 2012), posee identificada a la fiesta del Gran Poder como uno de los mercados importantes para el rubro.

El tipo de herramientas y equipos utilizados para la elaboración de los productos son tecnología básica que se utiliza como complemento a la actividad manual para crear y dar forma a los diferentes productos donde aplique, se identificó como era de esperarse por las características propias de la actividad artesanal que son en un 90% de carácter manual y el 10% a máquina (5% máquina doméstica, 5% máquina semi-industrial). Se evidenció el alto conocimiento de las diferentes etapas necesarias para la elaboración de los distintos productos (en todos los grupos encuestados).

Respecto a los procesos de innovación, solo el 23,2% manifestó haber innovado o variado los productos que fabrica en el último tiempo. El resto solo modifico algunas partes de los trajes para exponerlos y fletarlos.

3.3 FACTORES EXTERNOS

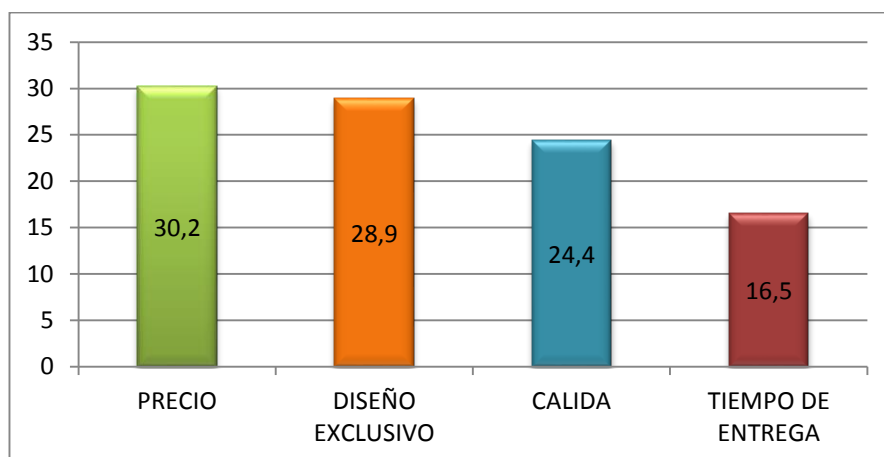
3.3.1 Ventajas competitivas

Al interrogante relacionado con las ventajas competitivas que los artesanos consideran les da posicionamiento y reconocimiento a sus productos, el 30.2% manifestaron que el precio es el factor diferenciador; seguido por el diseño exclusivo de los trajes con un 28.9%; el calidad con un 24.4%; el tiempo de entrega con un 16.5% (ver figura 17).

El precio ha tenido incidencia en los últimos años sobre los bordadores ya que se produjo una competencia desleal por parte de confeccionistas (no pertenecientes a la red social) que elaboraron trajes pegados y armados;... Trajes que no tienen el valor artesanal agregado que es el bordado, ni calidad, ni el diseño de los trajes que ellos producen—comento el presidente de AMABA. El tiempo de entrega en muchos casos se torna una negativa en la producción de trajes, ya que por los diseños requiere de mucho capital humano para la culminación y este en muchos casos es escaso.

Los artesanos reconocen sus diseños entre ellos mismos, a la característica (sello distintivo que puede ser bordador de flores de cuatro pétalos, cinco pétalos, dragones de una, dos cabezas, otros) que tiene ellos de bordar le adhieren lo que les solicitan, llegando a producir un atuendo exclusivo para la fraternidad. Hacen hincapié en la calidad ya que hay fraternidades con gran cantidad de participantes que hacen su pedido el año anterior a la fiesta y escogen exclusivamente artesanos que borden sus trajes con un buen acabado y un buen material.

GRÁFICO 17: Ventajas competitivas



Fuente: Elaboración propia en base a datos de trabajo de campo

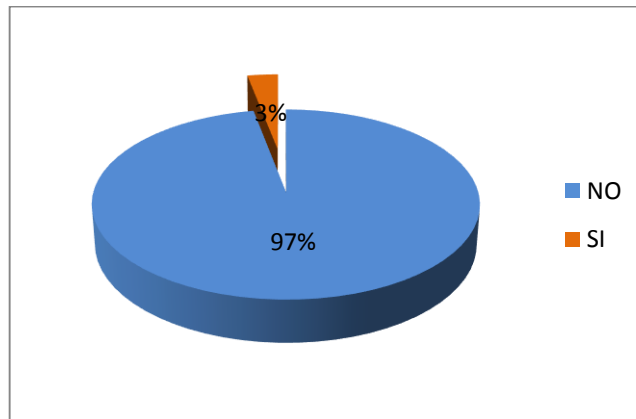
Los porcentajes, volúmenes y cantidades de cada producto elaborado por los artesanos encuestados, son difíciles de responder, puesto que al no llevar registros como el control de inventarios, no saben exactamente en qué cantidades fabrican sus productos.

Muchos no pudieron responder exactamente el volumen de producción o la cantidad aproximada, respondían en base a lo que recordaban haber bordado.

Por otro lado, en los artesanos encuestados no se evidenció una cultura hacia la planeación de la producción, lo que puede estar relacionado con los bajos niveles de formación y capacitación en actividades empresariales.

A pesar de que manifiestan que la calidad es el segundo factor importante de ventaja competitiva, el 3% de los artesanos de la muestra manifestó realizarle control de calidad a sus productos (ver figura 9); el cual es realizado por los mismos artesanos.

GRÁFICO 18: Control de calidad



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta

La mayoría de los artesanos (97%) no identifica que sus productos posea problemas de calidad, (esto puede deberse a que aplican algún tipo de control de calidad a sus productos) pero, manifiesta que cuando hay algún problema de calidad es debido a problemas relacionados con la materia prima, y los tiempos de entrega.

3.3.2 Características en la comercialización

La fiesta es la base de la comercialización de los trajes bordados se orientan hacia el incremento del número de unidades producidas y como espacio de exhibición de nuevos modelos, en estos últimos dos años la oferta se incrementó y los bordadores buscaron nuevos mercados en el extranjero.

En el tema de la exportación de los productos artesanales existe una mínima proporción de artesanos que han tenido alguna experiencia; el 80,5% de los artesanos no han exportado nunca sus productos de manera formal y consciente. Los productos han sido vendidos hacia el exterior de manera informal, a través del envío de productos con alguien que viaja al exterior o vendiéndolo a algún extranjero que visita el país.

El canal de comercialización en el 89,4% utilizado por los artesanos es directo artesano-cliente. Los artesanos venden sus productos a turistas y en eventos en los que participan como lo son ferias artesanales locales y nacionales.

Hasta agosto del 2012 los bordadores enfrentaban un reto en el mercado de oferta del producto, la demanda se inclinó hacia los trajes con más bajo precio, el 80% de 58 fraternidades participantes en la fiesta alquilan trajes con un costo menos, esto implica que los bordadores tenían que adecuar sus trajes para competir en el mercado.

.....un traje que por ejemplo (china morena) se fleta en primera salida a bs 350 a talla con mucho diseño,.... mucho bordado con lentejuelas y piedras, con todo, pero hay otros que hacen trajes todo pegado nomas y ni siquiera eso con telas chinas, esas que ya vienen adornada, con eso nomas hacen y fletan a bs 150 primera salida, y eso se fletan porque es más barato, ya no les importa si es todo bordado..... (Entrevista al Bordador Richard Zegarra 2012)

Esto ocasionó que los bordadores paralicen el oficio del bordado y se dedique a confeccionar o a adecuar sus trajes a los armados actuales.

En vista de la reciente entrada del Gran poder y al incremento de los trajes armados y no bordados, en octubre del 2012 la Asociación Mixta de Artistas Bordadores Autodidactas (AMABA) y la Asociación de Conjuntos Folklóricos (ACFO), con apoyo del Museo de Etnografía y Folklore (MUSEF), se comienza con reuniones y debates, llegando a un acuerdo en cuanto a los trajes y los bordados, acuerdo que hace referencia que el 80% del traje tiene que ser bordado y esto tendrá que lograrse en los próximos tres años. Empezando así un nuevo proceso de producción artesanal, que retoma las técnicas antiguas del bordado.

En cuanto a la modalidad de comercialización en la oferta del producto para la Fiesta, se pudieron evidenciar cuatro modalidades, que señalaron los mismos bordadores:

1. **Alquiler de primera salida.-** alquiler de traje prácticamente nuevo (recién elaborado), traje a estrenar.
2. **Alquiler de segunda salida.-** alquiler de traje que fue una vez usado (en muy buenas condiciones). Traje semi-nuevo.
3. **Alquiler con varias salidas.-** alquiler de traje que fue usado más de una vez (en buen estado). Traje usado.
4. **Venta.-** estos trajes se hacen a en su mayoría a pedido, el costo depende de la cantidad de detalles que lleve la prenda.

Como se pudo evidenciar en la investigación realizada a los delegados, fundadores, y hermanos de la ACFO, se pudo comprobar que 45 fraternidades de 63 que participan de la fiesta recurren a los trajes bordados de la calle Los Andes y Kollasuyo, la mayor parte de los hermanos del Gran Poder (casi 68%) alquilaban sus trajes, esto ratifica que las unidades de producción de los bordados está centrado mayormente en el alquiler de estos, el precio promedio de un traje de moreno oscila entre 120-180 dólares americanos, de esta forma se llega a recuperar esta inversión con el número de alquileres (número de "salidas" del traje) del mismo traje bordado por año. El traje de moreno llega a tener entre 8 y 15 salidas por año, y con el mantenimiento necesario este llega a durar hasta 6 años.

Ahora bien dentro las modalidades de alquiler existe una peculiaridad ya que el taller puede alquilar el traje usado sin cambiar ninguna de las piezas que lo componen o bien incurrir en un costo de reposición que oscila entre el 10-12% del costo unitario total del traje. De esta forma el traje sufre algunas transformaciones en los colores y símbolos que lleva y se comercializa como un bordado semi-nuevo y en muchos casos de Primera Salida.

Para consolidarse en el rubro del bordado y hacer de esta una actividad económica sostenible, es fundamental la adquisición de un espacio de venta, alquiler y exhibición de los trajes, primordialmente que se encuentre en las calles comerciales como la Kollasuyo y Los Andes, en las mismas se puede evidenciar la construcción de galerías de exposición. Si bien existen bordadores que poseen la propiedad de la tienda (13%), la mayoría se ven en la obligación de adquirir una, ya sea alquilando (81%) y una menor proporción tiene el suficiente capital para obtener un anticrético (6%). Como se puede evidenciar en el cuadro N° la mayoría de los maestros bordadores pagan entre bs 501-700 (36%) seguido de un 27% que paga como costo fijo de su negocio entre bs 701- 900.

3.4 LAS REDES SOCIALES DE LOS BORDADORES

La mayor parte de los productores de bordados participan activamente de la fiesta del Gran Poder y recrean los vínculos de la red social por lazos de paisanaje, lazos familiares y otros elementos. En el rubro artesanal del bordado se identifica un sistema cooperativo de producción y distribución que se constituye como afluente de las relaciones de parentesco. La existencia de asistencia mutua, a partir de la consolidación de recursos de orden social infiere en la esfera productiva del taller y consolidan la prosperidad del mismo.

"Los mecanismos por los cuales la red implica a los sujetos a una suerte de destino social, se muestran no sólo a partir de la enseñanza del oficio sino a través de ayuda manifestada en el préstamo de máquinas, dinero, información brindada respecto al mercado y/o manejo del negocio". (Samanamud, 2003). Si bien Samanamud realiza un análisis de las redes sociales en torno a los confecciones de tela en la ciudad del Alto, podemos observar que las reproducciones socioeconómicas, de estas redes sociales en el rubro del bordado mantiene muchas de las cualidades mencionadas.

Sen (2005) establece que La libertad individual es esencialmente un producto social, y existe una relación de doble sentido entre 1) los mecanismos sociales para expandir las libertades individuales y 2) el uso de las libertades individuales no sólo para mejorar las vidas respectivas sino también para conseguir que los mecanismos sociales sean mejores y más eficaces. En este sentido, un ejemplo claro de cooperación en torno al oficio del bordado está referido a la ayuda mutua en mano de obra, muchas veces en los periodos de alta demanda, como el periodo de la fiesta del Gran Poder, la mano de obra de una sola unidad familiar no satisface las necesidades productivas para la elaboración de trajes nuevos, en estos periodos, los talleres recurren a mano de obra de parientes cercanos (abuelos, padres, tíos, hermanos, incluso compadres y paisanos) para poder cumplir con los contratos de las fraternidades. Como ellos aclaran:

(...) cuando no alcanzamos con los trajes, le pedimos a mi abuelo que nos ayude, él también tiene su taller (...) con mi tío vienen y antes del Gran Poder sabemos amanecernos (...) pero con ellos se hace más fácil y más rápido (...) ya después cuando mi abuelo me visita nos servimos unas cervecitas como retribución también (...) hay veces a él también le sabe tocar contratos grandes... ahí también mis papas y yo le sabemos ayudar.(Entrevista a Mayra Carapi 2008)

En este sentido otro elemento importante sobre la unidad productiva familiar es la consolidación de las redes en torno al bordado dada con la incorporación de mano de obra familiar de otros talleres. Los hijos cumplen un rol importante, se les otorga un doble papel de responsabilidad, uno dirigido al papel productivo del taller de bordado y otro asignado a su rol en la unidad doméstica, en este sentido, existen

algunos estudios sobre producción doméstica (Wanderley 2003) donde se establece que existe un valor de producto del hogar.

El valor que la gente le otorga al tiempo afecta a la combinación de insumos en la producción doméstica, el precio que le asigna a varias mercancías, y la cantidad de mercancía producida, sus efectos no están limitados por el tiempo destinado a la producción doméstica, y a la distribución del hogar, pero se refleja en la oferta de trabajo de las amas de casa y en la demanda de bienes. (Ashenfelter y Layard, 1992). En efecto, el tiempo destinado a la producción doméstica está correlacionado positivamente con el tiempo asignado a la producción del bordado. Si bien no se obliga al hijo a cooperar en la producción del taller, el mismo, entiende como una obligación que no es necesariamente separada de las obligaciones en la unidad doméstica.

En este marco, es muy complicado separar o diferenciar las tareas productivas en dos segmentos, más aún, si estas actividades se refuerzan con niveles de satisfacción y expectativas en torno al rubro del bordado.

Cualquier sociedad moderna o tradicional, autoritaria o democrática, feudal o capitalista, se caracteriza por redes, formales e informales, de comunicación e intercambio personal. (Putman, 1993). Las redes del gran poder pueden estar vinculadas primordialmente a través de dos tipos: horizontales donde se agrupan a agentes con status y poder equivalentes que desarrolla con la participación de la fiesta y que se van incrementando con la inversión en capital social. Otras podrían estar consolidadas por los productores, en este caso, se desarrollan, además de las redes horizontales, relaciones verticales que enlazan a agentes desiguales en relaciones asimétricas de ingreso jerarquía y dependencia de acuerdo al nivel de producción y al capital invertido en cada uno de los talleres, en este caso, el juego cooperativo está consolidado gracias a la formación de la red social.

3.5 INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN PARA LA FIESTA DEL GRAN PODER

La fiesta del Gran Poder constituye un factor clave en el incremento de producción y consecuente incremento de ingresos para los talleres artesanales oferentes en el Gran Poder. La fiesta configura un espacio propicio para la utilización tanto de capital (k) como de mano de obra (L) que dinamizan de alguna manera la economía urbana de la ciudad de La Paz.

Tabla 4: Participación de gastos (en porcentaje)

GASTOS	PARTICIPACION
Fiestas	1.22%
Orfebrería	27.46%
Trajes y distintivos	44.68%
Música y bandas	23.75%
Otros	2.48%
TOTAL	100.00%

Fuente: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, Festividad Jesús del Gran Poder 2012, encuestas y entrevistas.

Se estima que una pareja de esposos pasantes y/o organizadores de una morenada invierte alrededor de Bs. 301.513 (equivalente a \$us. 43.320) y una pareja de esposos pasantes y/o organizadores de una kullawada invierten por pareja de esposos aproximadamente Bs. 164.170 (equivalente a \$us. 23.587).

La danza pesada es la que mas movimiento económico genera por la cantidad de participante, por el tipo de trajes, joyas y distintivos...; los bailarines de tropa aportan una cuota de Bs 1750 en promedio por pareja, que está destinado a cubrir el traje alquilado del moreno (barrilito) y las matracas (de hombre y mujer); además de esto adquieren camisas, botas y plumas (Bs 300 aprox.). los bailarines varones de bloque aportan Bs 800 (por persona), que incluye el alquiler de traje de primera salida y la banda. (Programa Municipal de Empleo - OMPE)

GRÁFICO 19: Cronología de la fiesta



Fuente: Oficialía Mayor de Promoción Económica, análisis de la economía paceña, boletín N°1, noviembre de 2012.

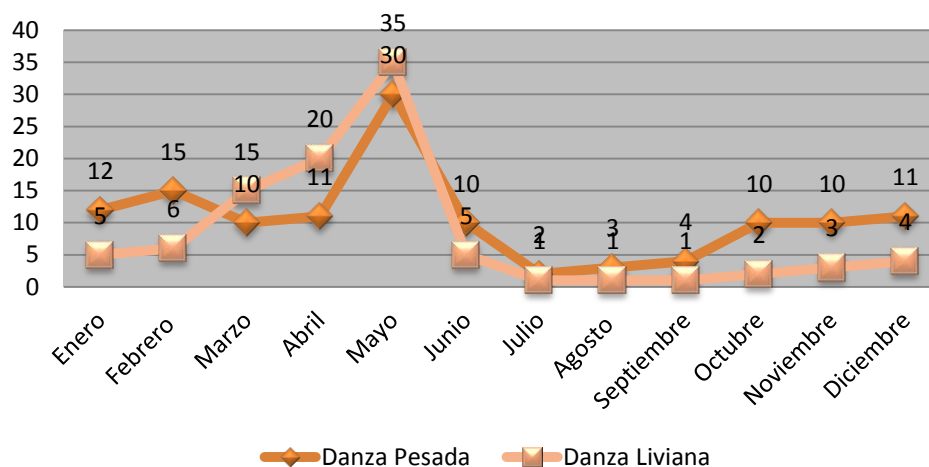
Como se observa en el gráfico todas las actividades relacionadas con la festividad del Señor del Gran Poder abarca aproximadamente 8 meses se inicia en noviembre y concluye en junio (OMPE 2012); en el caso de los bordadores de trajes de danza pesada comienza el trabajo entre octubre (ver gráfico 21) con una producción de 10% del total solicitado y noviembre con 10%, en el caso de las danzas livianas comienzan el trabajo entre marzo 10% y abril 11% (dependiendo de los contratos), aun así la producción es continua en diciembre pesadas 11%, livianas 4%, la entrega depende de la fecha de la fiesta, esta se adecua al primer fin de semana del mes de junio, por lo que el shock generado con la llegada de la fiesta es claramente identificable en el mes de mayo con una producción en danzas pesadas de 35% y livianas 30%, aunque vale recalcar, que existen algunos incrementos que se explicarían con la llegada de otras fiestas. En el mes de febrero, la producción en danzas pesadas es 15% y livianas 6%, la producción de

bordados presenta una tendencia creciente, por la demanda del carnaval de Oruro, y esta crece a lo largo de los siguientes meses, según establecen los propios artesanos.

La producción disminuye significativamente los meses de julio y agosto con 2% pesadas y livianas 1%, Agosto con 3% en danzas pesadas y 1% en livianas

GRÁFICO 20: Percepción de los meses de mayor producción para la fiesta del Gran Poder

(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo Enero- Julio 2008

La actividad de los bordados se inscribe dentro de las formas artesanales caracterizadas por la estacionalidad, existe un comportamiento cíclico que señala el clima del uso de la fuerza de trabajo en sólo instantes de tiempo, usualmente coincidentes con el incremento de la demanda (Larrazábal et al, 1988).

En este sentido se debe aclarar que el bordador claramente identifica los meses de demanda para el Gran Poder, cumplidos estos meses(En este sentido el bordador posee un reloj mental que expresa el conocimiento del calendario de fiestas Folclóricas no solamente de la ciudad de La Paz sino de otras fiestas, incluso del exterior.), los

bordadores empiezan aumentar sus stock de bordados disponibles para el alquiler.

La investigación comprueba que muchas características del proceso productivo no han sufrido transformaciones en los últimos años. Esto se constata en la descripción que realiza (Quino, 1990) hace ya casi 18 años de la producción de los talleres de bordado. Sin embargo donde se expresan cambios es en la calidad del producto, de acuerdo al nivel de demanda tienden a reducir costos en los insumos y utilizar material más económicos; al reducir los costos también se reduce el tiempo de elaboración por traje lo que conlleva a la disminución del bordado y a la competencia desleal fuera de la esfera de la Red Social.

3.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se propone el instrumental económico que intenta hallar evidencia empírica sobre el papel de las redes sociales en la esfera de la producción y distribución de vestimenta utilizada para el desarrollo de la fiesta del Gran Poder.

La exploración y observación del fenómeno del bordador en la fiesta del Gran Poder se desarrolla entre los meses de noviembre del año 2011 en la ciudad de La Paz, la misma se realizó mediante un acercamiento periódico a los diferentes talleres y casas donde se realiza el trabajo del bordador, para ello se delimitara un eje temporal de impacto, situado en el mes de junio de 2012, mes en el que se realiza la fiesta y la mayoría de las actividades económicas relacionadas a la fiesta, mediante una metodología combinada de tipo cuantitativo y cualitativo. La primera nos permitió reconstituir el mapa social de los artesanos bordadores con la aplicación de un "cuestionario reticular" (Requena, 1996:29), que involucra la identificación de las relaciones o propiedades reticulares de las personas (redes).

La recolección de información con técnicas cualitativas como las entrevistas y la observación permitió profundizar la investigación a partir de la vivencia de los confeccionistas en sus relatos, para poder reconstruir los procesos económicos y sociales dentro de espacios temporales más dinámicos. Las entrevistas fueron realizadas en los domicilios, en los talleres de confección y en los puestos de venta. Esta técnica permitió un acercamiento profundo a las trayectorias de vida, las condiciones laborales, sociales y la situación económica en torno al artesano bordador.

Una vez definido el modelo de la investigación se pasa a definir los indicadores construidos a partir de la identificación de las personas que intervienen en la preparación y producción de trajes, que son pertenecientes a la red social.

A partir de ello se analizara la esfera de producción, distribución y consumo en la que se encuentra inmerso el artesano bordador y la actividad que realiza el mismo después de la fiesta.

3.6.1 Construcción de la variable dependiente producción

En la segunda parte del marco descriptivo se detalló las peculiaridades y desarrollo de los procesos productivo intervinientes en la fiesta del Gran Poder. Los diferentes procesos económicos: producción de bordados, confección de zapatos, sombreros, etc., y su distribución están involucrados para consolidar una sola variable, esta variable se obtiene calculando el ingreso neto de los productores relacionados a la fiesta. La variable dependiente del modelo se obtiene a partir del siguiente cálculo:

Ingreso neto del producto=*Ingreso total* — *costo total*

Ingreso total= *precio de venta* * *cantidad*

Cantidad: número de unidades vendidas en la fiesta del Gran Poder

Precio de venta: medido en la temporada de la fiesta del Gran Poder

Costo total=costo fijo + costo variable

Costos fijos= alquiler de la tienda + servicio de agua + servicio de luz

Costos variables=insumos+ mano de obra

Estos datos se obtuvieron a través de entrevistas y encuestas a productores de bienes para la fiesta del Gran Poder. Algunos de los datos representativos se detallan a continuación:

Tabla 5: Aproximación a la estructura de costos de talleres representativos

Actividad económica	Costos fijos	En bolivianos	Costos variables	En bolivianos
Confección de trajes bordados	Anticrético	20000	Tela Tocuyo Aguayo	25-35 metro * 8-18 metro * 40-45* unidad
	Luz	50	Hilos	2.5-15 unidad *
	Agua	30	Pedrería Lentejuelas	30-50 * kilo 30-45 * kilo
	Publicidad	200	Lanas	3-8 unidad *
	*Mano de obra	400 trabajo realizado *		
	*Máquina	1500-1800		

de coser
domestica

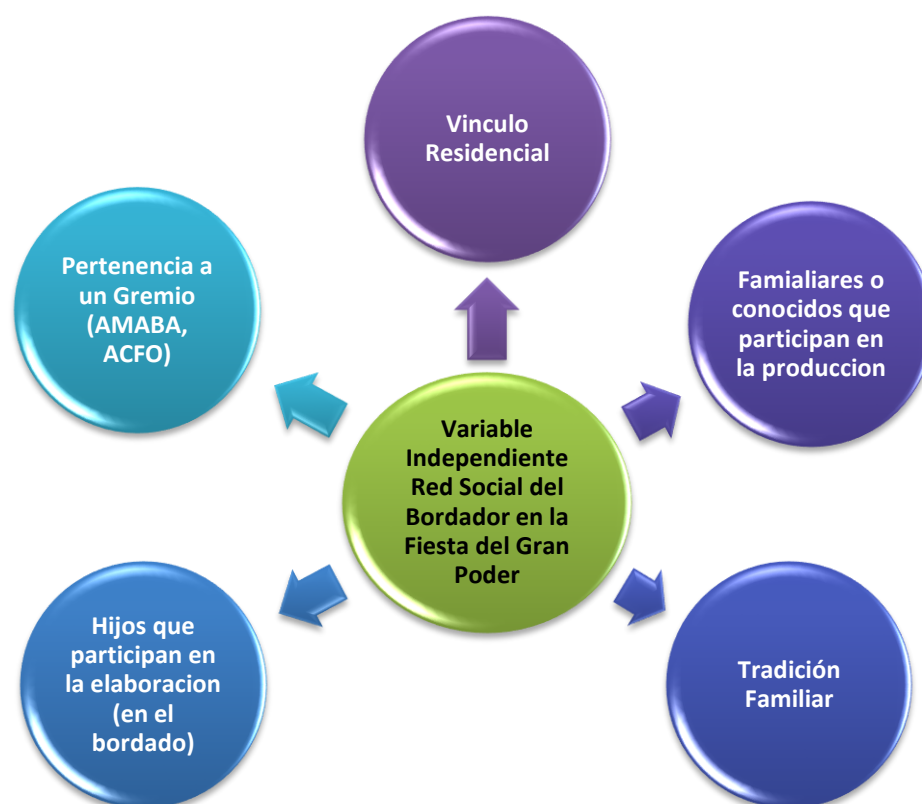
*la mano de obra en el corto plazo representa un costo fijo al igual que la tecnología.

Fuente: elaboración propia en base a datos tomados en el trabajo de campo

3.6.2 Construcción de la variable independiente red social

GRÁFICO 21: Esquema de construcción de la variable independiente

(Red Social de los bordadores en la fiesta del Gran Poder)



FUENTE: Elaboración Propia en base a trabajo de campo

Tabla 6: Definición de los indicadores

Construcción de la variable independiente	
VR	Este indicador se basa en la residencia de lugar actual donde habita el bordador que participa en el proceso productivo en

Vínculo Residencial	fiesta del Gran Poder. A través de una distribución espacial, se toman en cuenta los barrios que conforman el espacio socioeconómico en el que se origina la fiesta (macrodistrito Max Paredes, zona 14 de septiembre) a partir de su eje histórico en la zona del Gran Poder así como las zonas de proximidad e influencia en la realización del evento.
FP Familiares que participan en la producción	Este indicador relaciona el vínculo que existe por parte de los familiares de segundo grado, tercer grado, la familia política, los compadres, ahijados y conocidos que participan en la producción (en diferentes áreas como la confección, armado y/o bordado, etc.) de los trajes para la fiesta del Gran Poder.
TF Tradición Familiar	Este indicador se encuentra relacionado a la tradición cultural del bordador en la red social reflejada en la participación familiar dentro la producción de trajes bordados para la fiesta, la consolidación de la elaboración final de trajes para la Fiesta del Gran Poder como actividad familiar a través de las diferentes generaciones transmitida de padres a hijos.
HB Hijos que participan en el Bordado	Este indicador está relacionado directamente con la participación de los hijos en el proceso productivo exclusivamente en la realización del bordado, reforzando los conocimientos adquiridos durante su vida dentro de la tradición familiar.
VG Vínculo Gremial	Este indicador rastrea la adscripción de los padres, los abuelos y los hijos (participantes actuales de la producción de trajes bordados para la fiesta del gran poder) a sindicatos, asociaciones o gremios relacionados a la fiesta del Gran Poder.

FUENTE: Elaboración Propia en base a trabajo de campo

Una vez definidos los indicadores se recurre al método por el cual se podrá consolidar la variable red social considerada. De acuerdo a lo

señalado estas categorías serán introducidas a la técnica de componentes principales, esta es una técnica estadística utilizada para analizar interrelaciones entre un gran número de variables y explicar estas variables en términos de sus dimensiones subyacentes comunes (factores). El objetivo es encontrar un modo de condensar la información contenida en número de variables originales en un conjunto más pequeño de variables (factores) con una pérdida mínima de información (Hair, et al. 2001). De esta manera la construcción de la variable red social se determina a partir de la siguiente forma:

$$\text{Red social} = \sum W_i A_i$$

Donde:

W_i = Coeficientes

A_i = Valor del indicador según la matriz de construcción, son valores estandarizados de las variables en cada uno de los sujetos de la muestra.

La aplicación de componentes tiene el siguiente procedimiento teórico: Una vez determinada la variable dependiente del modelo se procede a obtener los estimadores mínimos cuadráticos y el respectivo análisis de varianza, asegurando el comportamiento del modelo de regresión lineal.

Dado que los datos originales consisten en n observaciones de dimensión p , es decir, la matriz de datos **A** es $n \times p$ con matriz de covarianza **S** ($p \times p$). El objetivo de la técnica de componentes principales es describir cada individuo mediante un nuevo vector de dimensión q (pero menor que p) formado por nuevas variables (llamadas componentes principales) que se definen como combinaciones lineales de las variables originales.

De este modo el resultado será simplemente una reducción de la dimensión: de n observaciones con p variables cada una se pasa a n observaciones con q variables ($q < p$). Esto puede resultar útil para la

presente investigación en la medida en que se pretende comprender mejor la estructura de los datos y almacenarlos en una versión comprimida que resulta del primer componente principal para la formación de la variable red social del gran poder.

3.6.3 Definición de los componentes principales

La primera componente $z_1 = x^t a$ se obtiene proyectando los datos en la dirección a_1 en la que la varianza de los datos proyectados z_1 sea máxima. Esto equivale a encontrar el vector unitario $\in R^p$ que maximiza $a_1^t S a_1$. El segundo componente principal se obtiene proyectando los datos en la dirección unitaria a_2 que maximice $a_2^t S a_2$ entre aquellas direcciones que sean ortogonales con a_1 . En general, la componente principal i -ésima se obtiene proyectando los datos en la dirección unitaria a_i que maximice $a_i^t S a_i$ entre aquellas direcciones que sean ortogonales a a_1, \dots, a_{i-1} ; la idea es ir considerando proyecciones sucesivas a lo largo de direcciones "lo más distintas posible".

Para la elaboración de este modelo se acude al método de componentes principales para obtener la variable independiente del modelo econométrico (red social).

Con la extracción del primer componente principal se procede a definir la variable independiente (red social) para los productores.

El método aplicado extrae las combinaciones de las variables que explican la mayor cantidad de la varianza y después continúan con combinaciones que justifican cantidades de varianza cada vez menores. Para decir cuántos factores se deben extraer el investigador empieza generalmente con algún criterio de raíz latente, para llegar a un número de factores específicos. En este sentido existen varios criterios para la extracción de factores, la presente investigación recurre a la siguiente:

3.6.4 Criterio de porcentaje de la varianza

El criterio de porcentaje de varianza es una aproximación basada en la obtención de un porcentaje acumulado especificado de la varianza total extraída. De esta manera el modelo asegura una significación práctica de los factores derivados, asegurando que explican por lo menos una cantidad especificada de la varianza.

En las ciencias sociales, donde muchas veces la información se torna menos precisa, es normal considerar una solución que represente un 60% de la varianza total (y en algunos casos menos) como satisfactoria. Otra aplicación de este criterio establece la selección de suficientes factores para obtener una comunalidad relacionada cada una de las variables. Si las razones teóricas o prácticas requieren una cierta varianza compartida para cada variable, entonces la investigación incluirá tantos factores como sean necesarios para representar de forma adecuada cada una de las variables originales.

3.6.5 Construcción de indicadores del modelo econométrico

A continuación se detalla la construcción del modelo econométrico en la tabla N°6 En esta matriz se consolida la construcción de los indicadores a partir del concepto de red social (Fernández, 1995) y los constructos teóricos introducidos por la presente investigación.

Tabla 7: Matriz de construcción de la variable independiente

Variable independiente: Red Social del Gran Poder	CONCEPTO	INDICADORES	CÓDIGO	VALORES
Categoría				
Red social del bordador en la fiesta del Gran	Son grupos de individuos vinculados por	Vinculo residencial	P 1	(1, si el productor posee vinculo residencial con el

Poder	lazos familiares, de compadrazgo, residenciales y gremiales que incorporan en su imaginario colectivo a la producción dentro la fiesta como norma social y expresan en ella códigos de conducta de herencia cultural.			núcleo histórico espacial de la fiesta del Gran Poder, 0 en otro caso)
		Familiares que participan en la Producción	P 2	(1, si tiene familiares cercanos que participen de la producción de trajes en el gran poder, 0 en otro caso)
			P 3	(1, si tiene familiares políticos que participen en la producción de trajes en el gran poder, 0 en otro caso)
			P 4	(1, si sus compadres, conocidos y/o amigos participan en la producción de trajes en el gran poder, 0 en otro caso)
		Tradición Familiar	P 5	(1 si la actividad de bordador es una tradición familiar, 0 en otro caso)
			P 6	(1 si sus hijos aprendieron a bordar o quisiera que borden, 0 en

			otro caso)
	Hijos que participan en el Bordado	P 7	(1, si sus hijos participan de forma activa en el bordado de los trajes para el Gran Poder, 0 en otro caso)
	Vínculo Gremial	P 8	(1 si su padre pertenece a un gremio, 0 en otro caso)
		P 9	(1 si su madre pertenece a un gremio, 0 en otro caso)
		P 10	(1 si su abuelo pertenece a un gremio, 0 en otro caso)

FUENTE: Elaboración Propia

El planteamiento matemático esta dado de la siguiente manera:

$$Y=f(x)$$

$$\mathbf{Producción = f (Red social)}$$

Es decir, la producción y la oferta del productor constituyen el mercado de la fiesta del Gran Poder, el cual está influenciado y/o articulado a la conformación de la red social. De esta forma en el planteamiento matemático se establece que la producción (oferta) está en función de la red social del Gran Poder.

En el caso de la producción únicamente se muestra el modelo con la variable logaritmizada del ingreso neto debido a que la significancia del modelo se incrementa y muestra propiedades estadísticas más apropiadas

$$\text{Log}(y) = \beta_0 + \beta_1 X$$

$$e^{\beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon} = Y$$

Donde **log (Y)** representa el logaritmo de la producción (medido por el ingreso neto) X la red social construida por medio de los componentes principales (Primer componente).

Para la elaboración de este modelo se acude al método de componentes principales para obtener la variable independiente del modelo econométrico (red social).

3.6.6 Modelo logit de pertenencia a la red social del gran poder

Planteamiento formal del Modelo Logit

Con el fin de otorgar mayor respaldo empírico a la presente investigación, se recurre a un modelo Logit que permite analizar una variable dicotómica, es decir, que toma dos valores en función de otras variables que pueden ser numéricas o categóricas. En este caso la variable dependiente tienes dos opciones:

- 1) pertenecer a la red social
- 2) No pertenece a la red social.

Para la única variable independiente X el modelo de regresión logística toma la siguiente forma (Pérez, 2001: 405):

$$\log\left(\frac{p}{q} \mid X = x\right) = \beta_0 + \beta_1 X$$

De forma simplificada:

$$\ln\left(\frac{p}{q}\right) = \beta_0 + \beta_1 X$$

Donde **ln** significa logaritmo neperiano, β_0, β_1 son los coeficientes y X una variable que puede ser aleatoria o no, continúa o discreta. Este modelo

se puede fácilmente generalizar para k variables independientes, dando lugar a un modelo logístico múltiple, expresado de la siguiente manera:

$$\ln\left(\frac{p}{q}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

Definiendo el modelo logístico como el logaritmo de **odds** para el suceso que representa la variable aleatoria binomial puntual dependiente del modelo

$$odds = \frac{\text{probabilidad de éxito}}{\text{probabilidad de fracaso}} = \frac{p}{q}$$

Existen varias razones para plantear el modelo con el logaritmo de odds, en lugar de plantearlo simplemente con la probabilidad de éxito o con el odds. En primer lugar, el campo de variación de $\ln\left(\frac{p}{q}\right)$ es todo el campo real $(-\infty, +\infty)$, mientras que, para q el campo es sólo de 0 a 1 y para $\ln\left(\frac{p}{q}\right)$ es de 0 a ∞ . Por lo tanto, con el modelo definido en función del logaritmo de odds no se imponen restricciones a los coeficientes lo cual complica muchas veces la estimación.

Muchas veces el modelo logístico presenta otras formas equivalentes que facilitan la aplicación del modelo. De esta forma se tiene:

$$\begin{aligned} \ln\left(\frac{p}{q}\right) &= \beta_0 + \beta_1 X \\ \Leftrightarrow \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) &= \beta_0 + \beta_1 X \Leftrightarrow \frac{p}{1-p} = e^{\beta_0 + \beta_1 X} \Leftrightarrow p \\ &= \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X}} \Leftrightarrow \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X)}} \end{aligned}$$

Las dos últimas expresiones permiten calcular la probabilidad del proceso binomial para los distintos valores de la variable X. La función $f(Z) = \frac{1}{1+e^z}$ se denomina función logística. El modelo de regresión

logística modeliza la probabilidad de un proceso binomial como la función logística de una combinación lineal de la variable independiente. En general el modelo de regresión logística múltiple tendrá esta forma:

$$p = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)}}$$

3.6.7 Obtención de la variable independiente red social

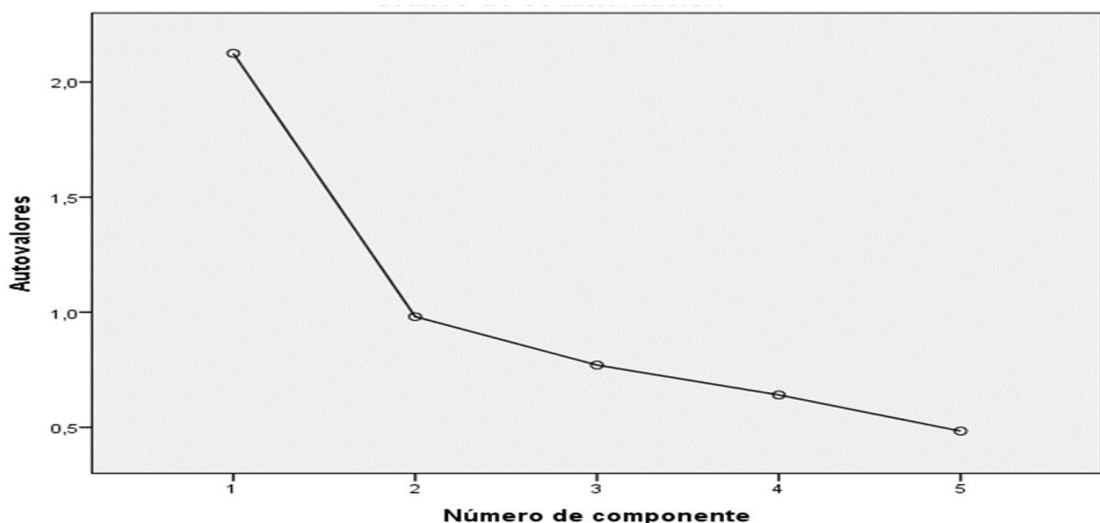
Obtención de los componentes

Una vez que se han obtenido las componentes principales, se analiza que porcentaje de varianza (auto valor de la **matriz S**) capturada por cada componente, el número de componentes útiles de reducción son aquellas que capturan un buen porcentaje de varianza. En el siguiente cuadro se presenta el primer componente que cumple con el criterio de la varianza, obtenido por software estadístico (SPSS versión 11.5).

Una vez que se han explicado los componentes principales se hace uso del análisis del porcentaje de la varianza que es explicada por cada componente (Proportion), el número de componentes útiles de reducción en este caso son cuatro, pues explican el 91% de la varianza y deseamos el quinto pues la explicación que posee es pobre.

En el siguiente grafico se presenta la sedimentación del método de componentes principales aplicado a la información obtenida.

GRÁFICO 22: Sedimentación



En el gráfico se puede observar que gran parte de la varianza está explicada en el primer componente y será este el punto de partida del análisis de la producción.

A continuación se muestra la matriz de componentes principales que cumplen con el criterio de la varianza obtenidos mediante el programa econométrico SPSS 20.

Matriz de componentes ^a	
	Componente
	1
VR	.709
MONF	.709
TF	.740
HB	.312
GR	.690
Método de extracción:	
Análisis de componentes principales.	
a. 1 componentes extraídos	

Fuente: elaboración propia, software SPSS 11.5, en base a datos de trabajo de campo

Para proceder a la extracción del primer componente se recurre al criterio del porcentaje de la varianza. Con la extracción del componente principal se tiene una nueva variable que en este caso es la red social, la columna 1 muestran los coeficientes de la combinación lineal que maximiza la varianza S^2 mediante el mayor auto valor.

En otras palabras el primer componente proporciona el mayor porcentaje de varianza que explica el método, con un 70.9 % que es el máximo auto valor y está relacionado con el vínculo residencial y con Mano de Obra no Familiar que participa del proceso de producción.

3.6.8 Impacto de la red social en la esfera de la producción

Estadísticamente la variable independiente (Red Social), según el estadístico de prueba “t de student” y su probabilidad es significativa al 90% de confianza lo cual permitirá realizar los comentarios pertinentes sobre la variable.

Coeficientes ^a					
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficiente t	Sig.
		B	Error típ.	Beta	
1	(Constante)	60062.117	8049.891	7.461	.000
	RED SOCIAL	15925.562	8117.823	.249	.055

a. Variable dependiente: Beneficio

Fuente: elaboración propia, software SPSS 11.5, en base a datos de trabajo de campo

El coeficiente obtenido demuestra que por un punto de pertenencia (incremento unitario en la pertenencia a la red social) la oferta (ingreso neto del productor en toda la fiesta) se incrementa en Bs15925 en promedio, esto nos demuestra que el ingreso neto de los bordadores de la fiesta del Gran Poder esta positivamente asociado con la pertenencia a la red social de esta manera se verifica los planteamiento hipotético de la presente investigación.

Una persona perteneciente a la Red Social generara mayores niveles de ingreso cuando cumple con los códigos de conducta de la misma y además participa de la fiesta. Es decir que mientras más comprometido se encuentre el agente con su red social esto le otorgara un efecto positivo sobre el nivel de ingresos del taller en el que produce. La intensificación de los vínculos adoptados por la red social genera influencia positiva en el ingreso del artesano bordador por concepto de producir bienes y servicios (oferta) para la fiesta.

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	14963788438.381	1	14963788438.381	3.849	,055 ^b
	Residual	225506565101.802	58	3888044225.893		
	Total	240470353540.183	59			
a. Variable dependiente: Beneficio						
b. Variables predictoras: (Constante), REGR factor score 1 for analysis 1						

Fuente: elaboración propia, software SPSS 11.5, en base a datos de trabajo de campo

Dentro del análisis de varianza encontramos que a través de la probabilidad del estadístico de prueba “F de Fisher” no se puede rechazar la hipótesis nula.

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

- H₀: La varianza explicada = varianza no explicada del modelo

Y la prueba se inclina a favor de la alterna concluyendo que la variable Red Social es significativa para explicar la producción (Ingreso Neto Y) a un nivel de significación menor al 10%. Dicho de otra forma el estadístico F revela que si existen diferencias significativas entre variables.

3.6.9 Análisis del modelo logit de pertenencia a la red social del Gran Poder

Siguiendo con el análisis, en este punto se abordará el tema de la probabilidad de pertenencia a la red social por el universo estudiado. Para modelar este punto se ah utilizado un modelo logit donde la variable de respuesta es de tipo binaria (DUMMY), y las variables independientes en este caso también son de tipo binaria y están representadas por el vinculo residencial (VR), mano de obra no familiar

(MONF), tradición familiar (TF), hijos que bordan (HB) y el vínculo gremial (GR).

Para proceder a la estimación del modelo se hizo uso del programa econométrico STATA 12 y los resultados se presentan a continuación;

Logisticregression					Number	of	60
					obs	=	
					LR chi2(5)	=	25.81
					Prob> chi2	=	0.0001
Log likelihood = -19.692722					Pseudo R2		0.3959
					=		
PERT	Coef.	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]	
VR	0.6595392	0.9701128	0.68	0.497	-1.241847	2.560925	
MONF	2.423453	0.9044834	2.68	0.007	0.6506984	4.196208	
TF	1.717875	1.240555	1.38	0.166	-0.713568	4.149318	
HB	0.213715	0.8372908	0.26	0.799	-1.427345	1.854775	
GR	0.1058794	1.106533	0.1	0.924	-2.062885	2.274643	
_cons	-1.089936	0.7175017	-1.52	0.129	-2.496213	0.3163416	

Fuente: elaboración propia, software SPSS 11.5, en base a datos de trabajo de campo

La significancia conjunta del modelo está dada por el estadístico Pseudo R² o también llamado estadístico de Mc Fadden, cuya probabilidad de 40%, indica que de forma conjunta los parámetros son significativos a ese nivel de confianza para explicar la probabilidad de pertenencia a la red social.

La variable vínculo residencial (VR), no es significativa para explicar la probabilidad de pertenencia según el estadístico “z de la normal” con una probabilidad de 50% y con cinco grados de libertad. La variable mano de obra no familiar (MONF) es significativa a un nivel de confianza superior al 95%. La variable TF no es significativa a un nivel de significación mayor al 10%. La variable hijos que participan en la producción (HB) no es significativa a un nivel de confianza mayor al

80%. La variable vinculo gremial (GR) no es significativa a un nivel de confianza mayor al 90%.

Más allá de los valores absolutos en los coeficientes de regresión de las variables, lo que más importancia tiene es el signo de las mismas, y como se puede ver en el cuadro anterior todas afectan de manera positiva (directamente proporcional) al incremento de la probabilidad de pertenencia a la red social.

El modelo pese a no tener la significancia conjunta e individual deseada, se puede explicar argumentando que los modelos logísticos son heteroscedásticos por naturaleza pues al ser probabilísticos también lo son las distribuciones de los errores. Es por eso que se puede recurrir a un procedimiento mediante mínimos cuadrados ponderados para linealizar el modelo y ver el impacto directo de cada variable sobre la probabilidad de pertenencia y a la vez corregir el problema de heteroscedasticidad en el modelo.

Siguiendo con el procedimiento se tienen los siguientes resultados:

Source	SS	df	MS	Number of obs	60
Model	207.834938	5	41.566988	Prob> F	0
Residual	1.69E-11	54	3.12E-13	R-squared	1
Total	207.834938	59	3.5226261	Root MSE	5.6E-07
RS	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
VR	0.6595393	1.65E-07	4.00E+06	0	0.6595389 0.6595396
MONF	2.423453	1.91E-07	1.30E+07	0	2.423453 2.423454
TF	1.717876	1.72E-07	1.00E+07	0	1.717876 1.717876
HB	0.2137155	1.53E-07	1.40E+06	0	0.2137152 0.2137158
GR	0.1058794	1.69E-07	6.30E+05	0	0.1058791 0.1058797
_cons	-1.089936	1.57E-07	-7.00E+06	0	-1.089936 -1.089936

Fuente: elaboración propia, software SPSS 11.5, en base a datos de trabajo de campo

A través de estos resultados se puede relacionar incrementos unitarios de las variables independientes con los de la variable dependiente. Analizando cada variable podemos decir que:

Un incremento de una unidad (una persona que tenga vínculo residencial con la zona de la fiesta), ocasiona un incremento de 0.66 en el logaritmo de las probabilidades a favor de pertenecer a la red social. Entonces, calculando el antilogaritmo de 0,66, restando 1 y multiplicando por 100 se tiene un valor de 93.4%. en otras palabras, un incremento unitario en esta variable ocasiona que la probabilidad relativa a favor de pertenecer a la red social incremente en 93.4%, esto se debe a que la cercanía de las viviendas de los artesanos a la zona de la fiesta hace que se fortalezcan los lazos sociales y el deseo de participar en ella.

Un incremento de una unidad (un trabajador que no pertenezca al núcleo familiar como por ejemplo un amigo o un compadre) en la variable mano de obra no familiar (MONF), ocasiona un incremento de 2.42 en el logaritmo de las probabilidades a favor de pertenecer a la red social es decir, un incremento unitario en esta variable ocasiona que la probabilidad de pertenecer a la red social incremente en 1029%. Este valor es justificable toda vez que la correlación de esta variable entre la pertenencia a la red social es muy fuerte. Esto demuestra que la probabilidad de pertenencia a la red social por parte de mano de obra que no es parte del núcleo familiar es muy alta debido a que cada año los requerimientos de mano de obra de los talleres son mayores a causa de la creciente demanda y a la vez esta mano de obra se involucra directamente con los lazos sociales que conforman la red y terminan siendo parte de ella.

Un incremento de una unidad en la variable Tradición Familiar (un artesano que se dedica al rubro por tradición cultural) de 1.71 en el logaritmo de probabilidades a favor de pertenecer a la red social. Es

decir, que un incremento unitario en esta variable ocasiona que la probabilidad a favor de pertenecer a la red social incrementa en 457.3%, económicamente se puede argumentar que esto se debe que desde el nacimiento de la fiesta hubo familias tradicionales que se encargaron de este arte y que a través de la sucesión de conocimientos hacia sus generaciones posteriores lograron mantener la tradición del bordado en algunas familias que hoy en día siguen manteniendo esta labor y transmitiendo conocimientos principalmente entre los lazos consanguíneos.

Un incremento de una unidad en la variable hijos que participan en la producción (un hijo o hija que es parte del proceso productivo en cuanto al bordado se refiere dentro el taller) de 0.21 en el logaritmo de probabilidades a favor de pertenecer a la red social. Es decir, que un incremento unitario en esta variable ocasiona que la probabilidad a favor de pertenecer a la red social incrementa en 23%, económicamente se puede justificar esta baja probabilidad relativa añadiendo que hoy en día ha disminuido el interés de los hijos de la actual generación de bordadores pues ellos no ven en la actividad del bordado un mayor lucro y se dedican a otras actividades como ir a la universidad y especializarse en otras áreas de la ciencia.

Un incremento de una unidad en la variable vinculo gremial (un artesano que pertenece al gremio de bordadores del Gran Poder) de 0.11 en el logaritmo de probabilidades a favor de pertenecer a la red social. Es decir, que un incremento unitario en esta variable ocasiona que la probabilidad a favor de pertenecer a la red social incrementa en 11.17%, esta probabilidad es relativamente baja debido a que no es un requisito pertenecer al vínculo gremial para pertenecer a la red social de bordadores del Gran Poder pues se ha demostrado que la variable relaciones de parentesco, compadrazgo, vinculo residencial tienen

mucho más peso en la conformación de la red social (componentes principales).

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La fiesta del gran poder tiene un impacto económico relevante en la composición y estructura de las redes sociales locales, en ese sentido se consolida como un motor de creación de múltiples actividades productivas, entre estas la del artesano bordador. Gracias al respaldo teórico y práctico se pudo interpretar las relaciones socioeconómicas que determinan la consolidación de la producción del artesano bordador en la fiesta del Gran Poder, vinculadas a la estructura de la red social, la red social que interviene en la producción del bordador genera una especie de cooptación articulada dentro de la organización y la estructura de sistema artesanal, la red social de la que hablamos no se extiende solamente al círculo de artesanos del mismo rubro o de la misma fiesta sino que se entrelaza con vínculos de amistad, compadrazgo y/o folklóricos de otras fiestas y distintos de destinos.

En la conformación de las redes sociales se ha logrado establecer una fuerte relación con el componente de Vínculo Residencial (cercanía de las viviendas de los artesanos a la zona de la fiesta), al vivir en la zona vinculada al nacimiento de la fiesta (Macrodistrito Max Paredes) están inmiscuidos indirectamente tanto en las actividades productivas para la fiesta así como en las creencias religiosas basadas en la devoción y tradiciones que conlleva la realización de la misma.

La tradición familiar también juega un papel importante en la conformación de la red social de los artesanos pues se ha podido establecer que el arte del bordado en el fondo es una actividad tradicional (con retraso tecnológico e intensiva en mano de obra), basada en procesos de sucesión de conocimientos de padres a hijos y no así una actividad comercial destinada a la producción de mercado (rendimientos crecientes a escala). Aun así esta actividad conlleva importantes procesos de acumulación que no se dan en otras

actividades productivas tradicionales como por ejemplo en la agricultura campesina.

Los artesanos bordadores hacen frente al riesgo inherente a esta actividad fortaleciendo sus lazos de amistad, compadrazgo, parentesco, pues en muchos casos y principalmente los pequeños artesanos ven en este tipo de relaciones sociales un medio para fortalecer su producción, y basan las actividades comerciales en los favores que su círculo no familiar cercano pueda ofrecerles.

Una forma de afianzar y fortalecer aún más las relaciones sociales de producción está basada en la conformación de gremios de artesanos, que aparte de beneficiarlos en temas productivos les otorgan un sustento legal para el desarrollo de sus actividades productivas, (gestión de licencia de funcionamiento). También la pertenencia al gremio les otorga acceso a líneas de crédito productivo que individualmente no estarían al acceso de todos dadas las fuertes restricciones en su acceso.

Más allá de concebir a la fiesta como una costumbre social, la fiesta se constituye en gran generador de producción y demanda, es así que la fiesta se consolida en el departamento de La Paz como un mercado dinamizador de la economía. El valor económico de la fiesta del Gran Poder representa aproximadamente 0.88 % de aporte al producto interno departamental anual y el área de estudio en este caso los Artesanos Bordadores representan 0.22% de aporte en el PIB departamental anual, la confección de trajes, el monto llega a los 13.45 millones de dólares, esto ratifica la importancia económica de la fiesta y el sector de los bordadores. Además que el sector productor de la fiesta (artesanos bordadores), representa el 25 % del movimiento económico total del Gran Poder.

Las redes sociales determinan los fines e intereses del productor, esta red social puede influir sobre la producción anual del bordador y su modo de vida. Ya que a mayor pertenencia a la red social el bordador tiende a tener mayor producción lo que lo lleva a tener mayor ingreso.

En el macrodistrito de Max Paredes (zona del Gran Poder), el movimiento de mercaderías y de dinero de los bordadores se la considera como un motor fundamental capaz de producir riqueza y crear relaciones sociales. La abundancia material es un elemento que lleva a las personas a participar y esta atracción será rápidamente consagrada a través del compadrazgo, que es la manera más común, a través de la cual se consolidan las alianzas económicas en el Gran Poder

La dinámica de las redes sociales como forma de producción y, particularmente, como generador de estatus social, determina, en el mercado del Gran Poder, una forma de competencia, al mismo tiempo, dicha competencia está inevitablemente unida a las prácticas de cooperación, de colaboración y de unión de esfuerzos y recursos para incrementar los ingresos de las familias de los bordadores y por tanto su bienestar. Esta lógica, por ejemplo, puede observarse en el intercambio de mercaderías entre bordadores, sin costos (trueque) solo correspondiendo de la misma forma. Esta lógica, no mercantilista, genera un movimiento tal de mercaderías que reduce el riesgo que conlleva la producción destinada a los mercados.

En cuanto a los costos de los productores se observa que existe una distribución desigual que oscila entrebs1617-51934, este aspecto revela la diversidad en cuanto a tamaños de unidades productivas artesanales y los costos más elevados (51934) representan aquellos talleres que confeccionan trajes para la morenada, y los costos más bajos a la confección de trajes de todas aquellas danzas que son denominadas livianas.

El éxito del desarrollo y crecimiento de esta red socioeconómica depende del compromiso que esta, o sea el *stock* de capital social tenga con la misma. Es decir, el capital social afecta positiva sobre las actividades que desempeñan los artesanos bordadores, pues la capacidad de organización influye notablemente en el logro de objetivos individuales o grupales.

Los valores socioculturales de solidaridad, reciprocidad, cooperación y confianza mutua entre los artesanos inciden sobre la situación socioeconómico desempeño, porque la posibilidad de movilizar el capital social permite a los artesanos a lograr diferentes propósitos de manera colectiva, o sea que los proyectos económicos y sociales se materialicen con menos dificultades en la medida que las personas aportan con iniciativas y esfuerzos al logro de los objetivos acordados.

Los artesanos bordadores accionan colectivamente en diferentes momentos, pero sobre todo cuando se trata de actividades que no producen ganancias económicas, porque cuando aparecen éstas, la gente no tarda en asumir actitudes de desconfianza respecto a los demás artesanos que están dentro de la red y los que están fuera de esta.

RECOMENDACIONES

Los estudios abordados en términos de capital social, han mostrado que el desarrollo económico se da bajo ciertas circunstancias socioculturales concretas, en este sentido la esfera productiva de los artesanos bordadores muestra una sostenible forma de producción, basada en relaciones de parentesco, de confianza, reciprocidad y respeto a sus normas sociales; apoyando en estos factores para el desarrollo de su economía. Al ser esta una actividad artesanal y de producción patrimonial debería contar con el apoyo de fomento y protección al sector.

Es necesario implementar políticas públicas de carácter educativo y de formación técnica en áreas contables y metodologías de enseñanza, dirigida a los artesanos existentes para que ellos mismos puedan formar a nuevas generaciones en el arte del bordador, dirigiéndose no solo a los interesados en el área sino a sectores de la sociedad marginados o poco incluidos, cultivando los valores de la red; y brindándoles trabajo ellos mismos al finalizar el curso.

Crear empresas especializadas en producción de materia prima para el sector, ligada a una política de impuestos, ya que los insumos básicos son importados en su mayoría de china y países vecinos.

Implementar un régimen de impuestos considerando la producción artesanal patrimonial para que no haya fuga de recursos económicos generados, ya que la falta de una clara clasificación provoca la generación de movimiento económico subterráneo.

BIBLIOGRAFÍA

- Albo, X. y Preiswerk, M. 1986 “Los Señores del Gran Poder”, Centro de Teología Popular Ed. Alentar Ltda. La Paz, Bolivia.
- Aruquipa F., 1999, El impacto de la fiesta del Gran Poder, en la ciudad de La Paz, tesis de grado, U.M.S.A. La Paz, Bolivia.
- Atria, Raúl (2003) “Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo” en Atria, R. et. al. (compiladores) Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un paradigma CEPAL y Universidad de Michigan, Santiago de Chile.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2001) “Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y desarrollo”. Agosto, Disponible en: <http://www.iadb.org/etica/iniciativa.cfm>
- Barnes, J. 1990, “Graph theory and social network”.Sociology, Vol. 3, 1969; Bott, E. Familia y red social. Ed. Taurus, Madrid
- Becker G., 1964, Human Capital, Atheoretical an ampirical analysis with especial reference to education. National bureau of economic research. New York.
- Bobbio N., Matteucci N., 1998, Diccionario de Política. Ed. Siglo XXI.
- Carrillo J. 2002, El caso de los artesanos productores en gorras del área urbana de la ciudad de La Paz. Tesis de Grado, U.M.S.A. La Paz, Bolivia.
- Casnovas R. y Escobar S., 1988, los trabajadores por cuenta propia en La Paz, funcionamiento de las unidades económicas, situación laboral e ingreso, CEDLA, La Paz, Bolivia.

CEPAL 2003, Capital social: potencialidades analíticas y metodológicas para la superación de la pobreza. Serie Seminarios y Conferencias N° 31 octubre.

CEPAL 2003, Seminario taller "Capital social, una herramienta para los programas de superación de la pobreza urbana y rural" Santiago de Chile, 8 y 9 de enero.

Coleman, J. (1990): *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008, Chile Artesanal. Patrimonio hecho a mano. Estudio de caracterización y registro de artesanías con valor cultural y patrimonial. Valparaíso: CNCA, p29

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2010, *Política de fomento para la Artesanía*, Documento de Trabajo 2010-2015. Valparaíso: CNCA.

Chang, H.N. (1997): Democracy, diversity and social capital, *National Civic Review*, vol. 86, N° 2, San Fernando, California.

Cuellar Saavedra, O.; Bolivar Espinosa, G., (2009): Capital social hoy; Polis, revista de la Universidad Bolivariana, volumen 8, N°22, Venezuela.

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. 22a edición. <http://www.rae.es/rae.html>

Ekelund, R., Hebert, R., (1992), Historia de la economía política y de su método, tercera edición, Argentina.

Fukuyama, Francis (1999) La gran ruptura, Editorial Atlántida, Buenos Aires, Argentina.

Fukuyama, Francis (2003): "Capital social y desarrollo: la agenda venidera" ponencia presentada en el Seminario En busca de un nuevo paradigma: capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe, CEPAL - Universidad de Michigan, 24 – 26 de septiembre, 2001 Santiago, Chile.

Galaskiewicz J. Wasserman S. 1993, Análisis de redes sociales. Conceptos, métodos y direcciones para los años 90`. En "Sociological Methods & Research" Vol. 22,1:3-22.

GAM (Gobierno Autónomo Municipal) 2012, Calendario Festivo, Folklórico, Ritual y Cívico del Municipio de La Paz, La Paz-Bolivia, pag. 70

GAM (Gobierno Autónomo Municipal), 2012 "*Análisis de la Economía Paceña*", Oficialía Mayor de Promoción Económica, boletín N° 1, año 1.

González Gómez, C. y Hernández, M. 2007, La formación de redes sociales en el estudio de actores y familias. Perspectiva de estudio en historia y antropología.

Hirschman, A.O. (1984): Against parsimony: Three easy ways of complicating some categories of economic discourse, *The American Economic Review*, Vol. 74, N°2, Nashville, Tennessee, American Economic Association.

Kaztman, R. (1997): Marginalidad e integración social en el Uruguay, *Revista de la CEPAL*, N° 62, LC/G.1969-P, Santiago de Chile, CEPAL.

Kliksberg Bernardo 1999, REVISTA DE LA CEPAL 69, Capital social y cultura, *claves esenciales* del desarrollo, director Oscar Altimir, DICIEMBRE, 218pp

Kliksberg, Bernardo (2000) "El rol del capital social y de la cultura en el proceso de desarrollo" en B.

Kliksberg y Luciano Tomassini (2000) Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo, BID, Washington.

Lechner, Norbert (2000) "Desafíos de un Desarrollo Humano: Individualización y capital social" en Instituto Internacional de Gobernabilidad Instituciones y Desarrollo N°7 bajado de internet www.iigov.org.

Lozares, C; Molina, J; y García Macías, A. 2002, El análisis de redes sociales en España y Latinoamérica. Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología. Bellaterra (Barcelona). Spain Papers 48,

Loza E., "El Gran Poder", Tradición y Cultura: la cultura se mantiene por la tradición, año 1, N° 1, depósito legal: 42148-182, La Paz Bolivia.

Lozares C., 1996, "La Teoría de Redes Sociales", Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología. Barcelona-España.

Mantilla H., 2009, La economía de la Fiesta del Gran Poder, tesis de grado, La Paz - Bolivia : Universidad Católica Boliviana.

Medina J., 2012, "Economía espiritual del Gran Poder", 2 octubre, 2012

Mendoza Salazar D., 2007, Achacachi capital cultural del bordado artístico de la morenada, ediciones Claros, La Paz, Bolivia.

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.2012Ley de promoción y desarrollo artesanal, 8 de nov., pág. 13.

- Narayan, Deepa (1999) *Bonds and Bridges, Social Capital and Poverty*, The World Bank, Working paper 2167, Washington.
- OMPE (Oficialía Mayor de Promoción Económica) 2012, análisis de la economía paceña, boletín N°1, noviembre de 2012. Oficialía Mayor de Promoción Económica, Análisis de la Economía Paceña, boletín N°1, Año N°1.
- Pérez López C., 2000, *Técnicas de muestreo estadístico*, alfa omega grupo editor, Madrid España.
- Putnam, R. (1993a): *Making Democracy Eork. Civic Traditions in Modern Italy*.
- Putnam, R. (1994): *Para hacer que la democracia funcione.*, Caracas, Editorial Galac.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2000) *Desarrollo Humano en Chile. Más sociedad para gobernar el futuro*, Santiago de Chile, marzo.
- Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo, 2011, *“Caracterización del Sector Artesanal Latinoamericano”*, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia.
- Quino D., 1990, *Estrategias urbanas de reproducción social: el caso de los bordadores*. Tesis de grado, sociología, U.M.S.A. La Paz, Bolivia.
- Revista hispana para el análisis de redes sociales. REDES – Vol. 12, N 8,. <http://revista-redes.redis.es>
- Sánchez Balmaseda, M., 2002, *Análisis de redes sociales e historia : Una metodología para el estudio de redes clientelares*. Tesis Doctoral. Tesis de la Universidad Complutense de Madrid,

Facultad de Filosofía, Departamento de Lógica y Filosofía de la
Ciencia

Sánchez Serrano, R., 2002, El desarrollo pensado desde los municipios, Capital social y despliegue de potencialidades locales, Programa de Investigaciones Estratégicas en Bolivia (PIEB), La Paz, julio.

Samanamud J., 2002, *“La Configuración de las Redes Sociales en la Dinámica Económica y Laboral”*, Programa de Investigación Estratégica en Bolivia, La Paz.

Samanamud J, 2004. *“La Construcción Social del Espacio: los dilemas de la acción colectiva en las organizaciones del comercio minorista de la ciudad de La Paz”*, tesis de grado de la carrera de sociología Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.

SchumpeteJ., 1997, *“Teoría del Desarrollo Económico”*, Fondo de Cultura Económica, Argentina.

Tassi N., 2010, Cuando el Baile Mueve Montañas, religión y economía cholo-mestizas en La Paz, Bolivia, 170 pág. Fundación Praia UNESCO. *Guía metodológica para la captación de información sobre la artesanía*. París: UNESCO, 1997.

Urquizo C., 1977, Grandiosa festividad del Gran Poder, en Hugo Bohero, Carnaval de Oruro, Tarabuco y fiestas del Gran Poder. Los amigos del libro, La Paz, Bolivia.

Wanderley F., 2003, Inserción laboral y trabajo no mercantil. Un abordaje de género desde los hogares, Cides UMSA.

Woolcock, Michael (1998): “Social Capital and Economic development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework”, Theory and Society, no. 27.

PÁGINAS CONSULTADAS

- Banco Mundial (2000) Página sobre pobreza y capital social
www.worldbank.org/poverty/scapital/index.htm
- www.e-conomic.es/programa/glosario
- <http://boliviartesanal.blogspot.com/>
- <http://definicion.de>
- <http://es.thefreedictionary.com>
- <http://recursostic.educacion.es>
- <http://www.derecho.com>
- http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_prod_artesanal.html
- <http://www.eturredbabel.com/Historiadelafilosofia/Filosofiacontemporanea/Marx/Marx-RelacionesProduccion.htm>
- <http://www.wordreference.com/definicion>
- <http://www.definicionabc.com>

ANEXOS

BOLETA DE ENTREVISTA

Fecha _____ Hora _____

Lugar _____

Nombre del entrevistado.....

Nombre del taller.....

Grupos y redes

1. Me gustaría comenzar preguntándole acerca de los grupos u organizaciones, redes, asociaciones en las que participa usted o un miembro de su familia.
2. ¿Cuál es la manera de convertirse en miembro de este grupo?
3. ¿Cuál es el principal beneficio que se obtiene al unirse a este grupo?
4. En los últimos 2 años, ¿la cantidad de miembros del grupo ha disminuido, se ha mantenido o ha aumentado?
5. ¿Cómo se toma las decisiones del grupo?
6. ¿Cómo se seleccionan los líderes de este grupo?
7. ¿Este grupo trabaja o interactúa con otros grupos con objetivos similares?
8. ¿Cuál es la fuente más importante de ayuda técnica u otra asesoría que recibe este grupo?
9. ¿Aproximadamente cuántos amigos cercanos tiene en la actualidad? Estas son personas con las que se siente cómodo, puede conversar sobre temas privados o llamar para pedir ayuda.
10. ¿cuántas personas con algún problema personal se dirigieron a usted para pedirle ayuda?

Inclusión social

11. ¿Cómo se llevan las personas en su grupo?
12. El año pasado, ¿trabajó usted con otras personas de su grupo para hacer algo por el beneficio de la organización?
13. ¿Qué probabilidades hay de que las personas que no participan en las actividades del grupo sean criticadas o multadas?

14. ¿Qué proporción de personas en su grupo hacen una contribución clara a las actividades de la organización?
15. Supongamos que algo muy desafortunado le sucede a alguien del grupo, como una enfermedad grave o la muerte de uno de los padres. ¿Qué probabilidades hay de que algunas personas en la comunidad se organicen para ayudarlo.

Comunicación y espacio geográfico

16. ¿Cuánto se demora en llegar desde su casa su taller?
17. ¿Esto qué medida lo beneficia /o afecta?
18. ¿Cuáles son las tres fuentes de información más importantes para el sector?
19. ¿Cuáles son las tres fuentes de información más importantes acerca del mercado?
20. ¿Cuántas veces usted ha viajado el año pasado para ofertar sus productos?
21. Generalmente, existen diferencias entre personas que viven en el mismo vecindario. Por ejemplo, diferencias en patrimonio, ingresos, nivel social, origen étnico, raza, casta o tribu. También puede haber diferencias en las creencias políticas o religiosas, o diferencias debido a la edad o el sexo.
22. ¿En qué medida dichas diferencias dividen a su grupo?
23. Cuántas veces en el último año participó usted en la festiva del Gran Poder?
24. En general, ¿cuánta influencia cree usted que tiene para hacer que este vecindario/ aldea sea un mejor lugar para vivir?

Acción colectiva

25. En el último año, ¿con qué frecuencia las personas del grupo se reunieron para hacer peticiones en conjunto a funcionarios de gobierno o líderes políticos acerca de algo que beneficiara a la comunidad?
26. Alguna de estas peticiones tuvo éxito?

Producción

27. ¿Cuáles son las principales limitantes como artesano?

28. ¿Cuáles las principales limitantes es la producción?

**CARACTERIZACIÓN DE LAS REDES SOCIOECONOMICAS EN LA
 ESFERA DE LA PRODUCCION ARTESANAL DE LA FIESTA DEL
 SEÑOR DE GRAN PODER: CASO BORDADORES**

1. INFORMACIÓN GENERAL

Fecha _____ Hora _____ Lugar _____

N°

Bordados:.....

Fraternidad:.....

Ocupación y/o cago que ocupa dentro de AMABA.....

2. DATOS PERSONALES

2.1. Nombre del entrevistado.....

2.2. Lugar de nacimiento.....

2.3. Edad:años

Sexo

Fem.

Mas.

2.4. Estado Civil

Casado

Soltero

Divorciado

Viudo

2.5. Profesión.....

2.6. ¿Cuántas personas componen el núcleo familiar?.....

2.7. ¿Qué nivel de educación alcanzo?

1	Primario	
2	Secundario	
3	Técnico	
4	Licenciatura	

3. PRODUCCION Y FORMACION DE CAPITAL

3.1. Especialidad.....

3.2. ¿Cuántos años trabaja en esta actividad?

3.3. ¿El lugar dónde
 produce es?

1 Propio		Cuanto paga	1 Casa	
2 Alquiler			2 Taller	
3 Anticrético			3 Otro	

3.4. ¿Cuánto es el gasto aproximado en?

1 Luz	
2 Agua	
3 Propa y/o publi.	

3.5. Alquila los trajes en el mismo lugar donde elabora su producto

1 si	
2 no	
3 otro	

3.6. Actualmente para cuantos Bailarines elabora trajes

--	--	--

3.7. La actividad de bordador

1 Tradición familiar	
2 Operario	
3 Independiente	

es

3.8. Fue bordador

1 Esposo/a	
2 Papá/ Mamá	
3 Abuelo/a	

su

3.9. ¿Con cuántas personas trabaja para elaboración de trajes en época de fiesta?

Familia	Operarios	Total

3.10. ¿Los familiares reciben salario?

1 si	
2 no	

3.11. Aproximadamente cuanto les paga a cada uno

	Operarios	Familiares
1 X unidad de trabajo		
2 diario		
3 mensual		
4 otro		

3.12. ¿Cuál es el tiempo de elaboración de la vestimenta para varón?

.....

3.13. ¿Cuál es el tiempo de elaboración de la vestimenta para mujer?

.....

3.14. ¿Cuál es el tiempo de elaboración de la vestimenta de una figura?

.....

3.15. ¿Cuáles son sus ganancias por traje? (Aproximado)

1 Varón	
2 Mujer	

3.16. ¿Qué materiales usa en la elaboración de la vestimenta del bailarín?

	Cantidad		Tipo		Precio	
	Varón	Mujer	Varón	Mujer	Varón	Mujer
Tela						
Hilo						
Lentejuelas						
Encaje						
Clefa						
Cintas						
Cartón						
Perlas						
Aguayo						
Lana						
espejos						
Otros						
TOTAL						

4. USO, CONFECCION Y TECNOLOGIA

4.1. Cual el precio de la vestimenta si el bailarín la:

	Varón	Mujer	Figura
Compra \$			
Fleta de primera Bs			
Fleta de segunda Bs			
Otros			

4.2. ¿Desde qué mes empieza con la confección?

4.3. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza para la confección de los trajes?

	Cantidad	Descripción
1 Manual		
2 Eléctrica		
3 Otro		

4.4. ¿Cuánto tiempo utiliza la maquinaria para la confección de una vestimenta?

Tipo	Tiempo Hrs /día	Descripción por traje
1 Manual		
2 Eléctrica		
3 Otro		

4.5. ¿Usted se considera?

1 Artesano	
2 Microempresario	

4.6. ¿Usted se dedica a otra actividad a parte de la de bordador?

1 Si	
2 No	

Si es 1 pasar a inciso a) y b)

a) Que actividad.....

b) Cuanto de ingreso le genera la otra actividad.....

4.7. A parte de su negocio principal tiene otro negocio relacionado a la fiesta del Gran Poder

1 Si		2 No	
------	--	------	--

¿Cuál?.....

5. RELACION SOCIAL

5.1. ¿Cuál es la fiesta folclórica más importante para su negocio?

1 Carnaval de Oruro		4 Entrada Universitaria	
2 Fiesta del Gran poder		5 Fiesta barriales	
3 Carnaval Paceño		6 Fiestas extranjeras	

5.2. Tiene algún pariente dentro de la organización del Gran Poder

1 Padres		5 Tíos	
2 Abuelos		6 Ahijados	
3 Hermanos		7 Hijos	
4 Sobrinos		8 Otros	

5.3. Las personas que trabajan en su negocio son:

1 Mayormente hijos		5 Ahijados	
2 Hermanos		6 Compadres	
3 Sobrinos		7 Ninguno	
4 Tíos		8 Otro	

5.4. ¿Usted quiere que sus hijos se dedique a la actividad artesanal? ¿Por qué?

1 SI	
2 NO	

.....

5.5. Usted tiene familiares que sean
 a. Qué tipo de parentesco tiene con esta(s) persona(s)

1 Bordadores	
2 Zapateros	
3 Botero	
4 Pollereros	
5 Propietarios para local	
6 Distribuidor de cerveza	
7 Otro (pasar a inciso a.)	

.....

5.6. ¿Cuál es la importancia que tiene la fiesta del Gran Poder para su rubro?

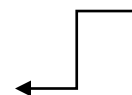
1 Mucha	
2 Poca	
3 Ninguna	

a. Porque.....

5.7. ¿Alguna vez ha sido parte de la organización de la Fiesta del Gran Poder?

1 Si		2 No	
------	--	------	--

a. ¿De qué se encargaba?.....



6. PRESTAMOS, MATERIA PRIMA E INVENTARIOS

6.1. Usted se ha prestado dinero para iniciar su negocio

1 Si		2 No	
------	--	------	--

a. De donde

1 Banco		5 de familiares	
2 Entidad financiera		6 Amigos	
3 Cooperativa de ahorro		7 Prestamistas	
4 Juega Pasanaku		8 Otro	

Pasar a 6.2



6.2. ¿De qué país son los insumos que utiliza en la elaboración?

.....

6.3. ¿Usted se ha prestado para mantener o ampliar su negocio?

1 Si		2 No	
------	--	------	--

a. De donde

1 Banco		5 de familiares	
2 Entidad financiera		6 Amigos	
3 Cooperativa de ahorro		7 Prestamistas	
4 Juega Pasanaku		8 Otro	

Pasar a 6.4

6.4. ¿Cuántas unidades de su producto vende en la fiesta del Gran Poder?

.....

6.5. Aproximadamente cuantas unidades produce por mes.

Enero		Julio	
Febrero		Agosto	
Marzo		Septiembre	
Abril		Octubre	
Mayo		Noviembre	
junio		Diciembre	

6.6. ¿Realiza algún tipo de inventario?

1 SI		2 NO	
------	--	------	--

Pasar a la pregunta 7.1

a. ¿Qué tipo?.....

7. FACTORES EXTERNOS

7.1. ¿Usted cual cree que sea la ventaja que le da posicionamiento y reconocimiento al momento de ofrecer sus trajes?

1 Diseño exclusivo	
2 Calidad	
3 Precio	
4 Tiempo de entrega	
5 otros	

7.2. ¿Usted realiza control de calidad?

1 SI		2 NO	
------	--	------	--

FIN DE LA ENTREVISTA

a. ¿Qué tipo de control?

.....

ANEXO 1: Integrantes por familia, producción y nivel de escolaridad

	integrantes por familia	participación en la producción	nivel de escolaridad			
			Primaria	secundaria	técnico	universitario
1	5	5	1		0	0
2	3	3	0	1	0	0
3	4	2	0	1	0	0
4	2	2	1	0	0	0
5	8	7	0	0	1	0
6	6	5	1	0	0	0
7	4	4	1	0	0	0
8	2	2	0	1	0	0
9	5	5	1	0	0	0
10	6	5	1	0	0	0
11	4	4	1	0	0	0
12	7	5	1	0	0	0
13	6	4	0	1	0	0
14	3	3	0	1	0	0
15	5	5	1	0	0	0
16	6	6	0	1	0	0
17	3	3	0	0	1	0
18	6	5	1	0	0	0
19	3	3	0	1	0	0
20	6	4	0	1	0	0
21	8	7	1	0	0	0
22	4	4	0	1	0	0
23	6	5	1	0	0	0
24	7	5	1	0	0	0

25	3	3	1	0	0	0
26	6	6	1	0	0	0
27	4	4	0	1	0	0
28	7	7	1	0	0	0
29	5	5	1	0	0	0
30	6	5	0	0	0	1
31	5	5	1	0	0	0
32	7	5	1	0	0	0
33	4	4	1	0	0	0
34	2	2	0	1	0	0
35	8	6	1	0	0	0
36	6	6	0	1	0	0
37	4	4	1	0	0	0
38	5	5	1	0	0	0
39	4	4	0	1	0	0
40	6	6	0	1	0	0
41	4	4	0	1	0	0
42	5	5	0	0	1	0
43	5	2	1	0	0	0
44	3	3	1	0	0	0
45	6	4	1	0	0	0
46	4	4	0	1	0	0
47	6	5	0	1	0	0
48	5	5	1	0	0	0
49	4	4	0	1	0	0
50	5	5	1	0	0	0
51	5	5	1	0	0	0
52	3	3	1	0	0	0
53	7	6	1	0	0	0
54	6	6	0	0	0	1
55	7	7	0	1	0	0
56	6	6	1	0	0	0
57	5	5	1	0	0	0
58	4	4	1	0	0	0
59	3	3	1	0	0	0
60	6	4	1	0	0	0

ANEXO 2: la producción como tradición familiar

	tradición familiar	independientes	se dedica a otra actividad
1	1	0	0
2	0	0	0
3	1	0	0
4	1	0	0
5	1	0	0
6	0	0	1
7	0	0	0
8	0	0	0

9	0	0	0
10	1	0	0
11	0	1	0
12	1	0	1
13	0	0	1
14	1	0	0
15	0	0	0
16	0	0	0
17	1	0	1
18	0	1	0
19	0	1	0
20	1	0	0
21	1	0	0
22	0	0	1
23	1	0	0
24	1	0	0
25	0	0	0
26	0	0	1
27	0	0	1
28	1	0	0
29	0	0	0
30	1	0	0
31	0	0	0
32	1	0	0
33	0	1	1
34	0	0	1
35	0	0	0
36	1	0	0
37	1	0	1
38	1	0	0
39	0	1	0
40	0	0	1
41	1	0	0
42	0	0	0
43	1	0	0
44	0	0	0
45	1	0	0
46	1	0	0

47	0	1	0
48	1	0	0
49	1	0	1
50	0	0	0
51	0	0	0
52	1	0	0
53	0	0	0
54	0	0	0
55	1	0	0
56	0	1	1
57	1	0	1
58	0	0	0
59	1	0	0
60	0	0	1

ANEXO 3: número de trabajadores en época de fiesta

Nº de trabajadores en época de fiesta												
	familiares						operarios					
	1 trab.	2 a 3 trab.	4 a 5 trab.	6 a 7 trab.	8 a 9 trab.	10 a mastrab.	1 trab.	2 a 3 trab.	4 a 5 trab.	6 a 7 trab.	8 a 9 trab.	10 a mastrab.
1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
4	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
6	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
7	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
8	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
11	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
12	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
13	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
14	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
15	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
16	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0

17	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
19	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
21	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
22	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
23	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
24	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
25	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
26	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
27	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
29	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
30	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
33	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
34	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
35	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
36	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
39	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
40	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
44	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
45	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
46	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
47	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
48	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
50	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
54	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
55	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
56	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0

57	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
58	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
60	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0