

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA SOCIOLOGÍA**



**TRABAJO DIRIGIDO**

*“Ser dirigente no es fácil”*

**Apoyo y fortalecimiento de la Asociación Artesanal “AYNI” de la Ciudad  
de El Alto**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA**

Postulante: Univ. Saturnina Quispe Choque

Tutora: Lic. Magaly Quispe Yujra

La Paz – Bolivia

2020

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco a la Universidad Mayor de San Andrés y en particular a la Carrera de Sociología por haber contribuido a mi formación académica y humana.*

*A los tribunales lectores Lic. Sandra Ramos, Lic. David Llanos y Lic. Héctor Aguilera.*

*A mi tutora Lic. Magaly Quispe Yujra quien tuvo la disponibilidad de tiempo reorganizar este documento, darle mayor coherencia y para absolver mis dudas, durante la elaboración de este presente trabajo dirigido.*

## **DEDICATORIA**

*A mi madre Andrea Choque de Quispe una mujer luchadora quien siempre me apoyo en los momentos de triunfo y diferentes dificultades.*

*A mi padre Feliciano Quispe Mamani quien siempre me recomienda andar mirando adelante y atrás, sin mirar lo malo de los demás, a sobresalir de cada tropiezo.*

*Asimismo, dedicar a todos las afiliadas/os de la Asociación Ayni con quienes he compartido momentos de aprendizaje en muchos aspectos.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>PRIMERA PARTE: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA SOCIAL</b> .....	8
<b>CAPITULO I</b> .....	8
1. La “Asociación Artesanal AYNI” de la ciudad de El Alto.....	9
2. Planteamiento del problema .....	10
3. Delimitación geográfica y rubro de estudio.....	10
4. Preguntas de investigación .....	13
5. Justificación del diagnóstico e intervención .....	13
6. Objetivos del diagnostico .....	14
6.2. Objetivo Específicos.....	15
<b>CAPITULO II</b> .....	16
<b>BALANCE DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN, MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA</b> .....	16
1. Balance del estado de la cuestión .....	17
1.2. El trabajo artesanal en países de la región .....	17
1.3. El Perú y la fibra de alpaca.....	18
1.4. El trabajo artesanal en Bolivia.....	19
1.5. Sobre las formas de organización de las mujeres en el rubro artesanal .....	20
1.6. El rol de la mujer en el rubro y su liderazgo.....	21
1.7. El proceso de producción, comercialización y generación de ingresos .....	22
2. Marco conceptual operativo .....	24
2. Diseño metodológico.....	29
2.1. Tipo de diagnostico .....	29
2.2. Carácter del estudio .....	29
2.3. Técnicas de recolección de información.....	30
<b>RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	32
<b>1. EL ESCENARIO DE ESTUDIO: ASOCIACIÓN ARTESANAL AYNI DE LA CIUDAD DE EL ALTO DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ</b> .....	33
1.1. Descripción de la población Ayni.....	33
1.2. Estructura organizacional de la Asociación.....	33
1.1. Características de las socias afiliadas .....	47
1.3. El proceso de comercialización de los productos de las socias .....	64
2. Análisis FODA de la Asociación Ayni.....	71

3. Liderazgo femenino y control de calidad .....	78
<b>4. CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO .....</b>	<b>80</b>
<b>SEGUNDA PARTE: LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN .....</b>	<b>85</b>
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>85</b>
1. Proyecto de intervención .....	87
2. Objetivos de intervención .....	87
2.1. Objetivo general .....	87
2.2. Objetivo específico .....	87
3. Resultados o componentes de intervención .....	87
4. Metodología de la intervención .....	93
6. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, ECONÓMICOS Y LOGÍSTICOS .....	94
7. Marco Logístico del proyecto .....	97
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>111</b>

## **Lista de cuadros, gráficos y figuras**

### Cuadro

1. Estructura organizativa del directorio central de la Asociación Ayni.....	34
2. Grupos de la Asociación Ayni.....	40
3. Desglose de afiliados por grupo – especialidad y herramientas que usa individualmente.....	41
4. Tiempo de producción en horas y días.....	59
5. Cantidad de productos que cada socia produce al mes en la asociación.....	60
6. Costo de producción.....	61
7. Precio; Ventas Directas Vs Consignación.....	68
8. Utilidades/ Ganancias por venta directa y consignación.....	69
9. Calculo de utilidades por venta en función a la cantidad de productos vendidos por la Asociación.....	70
10. Análisis FODA de la Asociación Ayni.....	72
11. Matriz del marco lógico del proyecto .....	93
12. Planificación estratégica.....	95

## Gráficos

1. Edad de las socias.....	47
2. Nivel de escolaridad de las socias.....	48
3. Número de hijos de las socias.....	49
4. Ingreso total familiar por mes.....	50
5. Medio de aprendizaje del oficio de artesanía textil.....	52
6. Fuente de financiamiento para producción de artesanía textil.....	53
7. Tenencia de equipo de trabajo para artesanía textil.....	54
8. Tenencia de herramienta manuales para producción de artesanía.....	55
9. Mano de obra para producción de artesanías textil.....	56
10. Materia prima utilizada en la producción de artesanía textil.....	57
11. Tipo de productos de artesanía textil que producen.....	58
12. Socias que colocan etiqueta en su producto.....	62
13. Dificultades en el acabo del producto .....	63
14. Socias que deja su producto en consignación en días o tiempo sin feria.....	64
15. Cada qué tiempo le pagan a Ud. cuando dejan su producto en consignación.....	65
16. Realiza venta directa de su producto en ferias.....	66
17. Problemas identificados para vender el producto.....	67

## Figuras

1. Árbol de problemas identificados.....	82
--	----

# **INTRODUCCIÓN**

El tejido de artesanías constituye una forma de consecución de ingresos económicos para muchas familias alteñas, lo cual representa una forma de sostén económico, pues la mujer se circunscribe como la responsable del sostén en muchos aspectos de la familia ya que ella se encarga de generar ingresos de forma directa a través del tejido de artesanías, como ser: Mantillas, Chalina, Chompa, Guantes, Gorras y otros. El desafío e interés de este trabajo es de conocer como la mujer alteña trabaja en la asociación Ayni, viendo su liderazgo en la organización, así como sus formas de producción y cómo llegan a comercializar los diferentes productos que elaboran.

La estructura del presente trabajo dirigido está dividida en dos partes y cuatro capítulos. En la primera parte, se encuentra el primer capítulo donde se realiza la problematización, la delimitación del área u objeto de estudio y la producción artesanal de la Ciudad de El Alto, además de las preguntas y objetivos del diagnóstico.

En el segundo capítulo, se hace un balance del estado de la cuestión y marco conceptual, esto cuenta con una base de revisión bibliográfica sobre trabajos relacionados con el trabajo de artesanías. Asimismo, se hace referencia a las definiciones operativas de los conceptos que aclaren la descripción del trabajo. Por último, se presenta el diseño metodológico respecto a la metodología aplicada cuantitativa (censo) y cualitativa (entrevistas) y las técnicas que se usaron para la recolección de información.

En el tercer capítulo, muestra los resultados del diagnóstico como ser; contexto geográfico y demográfico en cómo está organizado la Asociación Ayni, formas de producción, comercialización de sus diferentes productos, etc. y finalmente se expone una conclusión del diagnóstico que concluye con la necesidad de re dirección u organización del rubro, enfocándose en la materia prima esencialmente hacia el mercado externo ya que no es tan rentable que sigan usando lana de alpaca industrializada para comercializarlo en el mercado interno puesto que no es atractivo a la población por los elevados costos que representa.

La segunda parte contiene la propuesta de intervención y corresponde al capítulo cuarto, se plantean objetivos del proyecto, resultados y metodología de intervención, por último, se presenta una matriz del marco lógico y planificación estratégica hacia futuro, mostrando algunas de las actividades ejecutadas como prueba piloto fortaleciendo a la asociación como práctica del trabajo presente.

**PRIMERA PARTE:**  
**DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA**  
**SOCIAL**  
**CAPITULO I**



## **1. La “Asociación Artesanal AYNI” de la ciudad de El Alto**

Es una organización de mujeres artesanas que se dedican a desarrollar trabajos manuales en artesanías de lana de fibra de alpaca esencialmente. En las gestiones 2014 hasta 2016 aglutinaba a 41 asociados de los cuales 40 eran mujeres había 1 varón, estaba organizada a través de un directorio por medio del cual buscan mejorar sus ingresos económicos y por supuesto sus condiciones de vida.

Su organización funciona a través de un directorio el cual está compuesto por mujeres electas como representantes de cada grupo al interior de la organización, las cuales se movilizan de manera voluntaria, no perciben salario ni gastos de representación<sup>1</sup> ya que los ingresos percibidos por las socias son muy reducidos. Manejan algo que conocen como cuota que sale de un porcentaje de las ventas realizadas cuando se realiza a través del directorio. Este directorio tiene la finalidad de ayudar a las mujeres a interrelacionarse y organizarse para generar algo de beneficio en común y la de sus familias a través de la confección y comercialización de diferentes prendas artesanales.

La materia prima con la que elaboran sus prendas/artesanías: es fibra fina de lana de alpaca el cual tiene un costo más elevado que la lana sintética, representando la compra individual un incremento significativo, por lo cual es la directiva quien también trata de coadyuvar en la compra al por mayor de la materia prima a fin de reducir los costos de producción de cada artesana, para que ellas puedan obtener una ganancia considerada justa por la elaboración de sus prendas.

Sobre su proceso de comercialización, se conoce que la mayoría de las artesanas de la Asociación no venden sus productos directamente al consumidor sino más bien a los intermediarios en cualquiera de las ferias de la Ciudad de El Alto o La Paz; no cuentan con un mercado adecuado para la venta de sus productos artesanales, por este factor las artesanas consideran que venden sus productos a precios no rentables al de su inversión en materia prima y la inversión de tiempo.

---

<sup>1</sup> En este ámbito se considera gastos de representación a pasajes para ir donde se requiera, alimentación, crédito para llamadas u otro necesario.

## **2. Planteamiento del problema**

Considerando lo descrito, las artesanas de la Asociación Ayni en su gran mayoría sus asociadas son mujeres emigrantes de las provincias de la cuenca altiplánica del departamento de La Paz, las cuales llegaron a establecerse en la ciudad de El Alto buscando mejorar sus condiciones de vida, se asociaron y a través de créditos comunales, lograron conseguir su capital semilla para iniciar su actividad económica que consiste en la elaboración manual y a máquina de prendas de lana fina de alpaca, usando técnicas de producción denominado por ellas mismas; desde su propio arte, los cuales han sido aprendidos por transmisión de conocimientos de generación en generación, lo cual se puede explicar cómo que la abuela le enseñó a la madre y la madre le enseñó a las hijas, etc.

El problema central identificado radica en la escasa especialización o conocimiento del rubro artesanal de estas mujeres artesanas, empezando por los miembros de la directiva que son las mujeres que conducen la organización, las que son consideradas dirigentes, lo cual incide en el resto de las socias evidenciando un débil liderazgo organizativo que se refleja en pocos espacios de comercialización para sus productos, baja calidad e innovación en la producción artesanal, afectando así de manera directa al objetivo por el que se asociaron, que es mejorar sus ingresos económicos y su misma calidad de vida, lo cual no es posible ya que las mismas socias tampoco cuentan con adecuados talleres de producción.

Para lo cual es preciso analizar a este grupo y sus formas de interacción para conocer mejor su organización, el liderazgo que las conduce, sus fortalezas y debilidades organizativas a través de un diagnóstico que permita plantear un proyecto que mejore la especialización o conocimiento del rubro, además de las destrezas y habilidades de liderazgo de las mujeres dirigentes, lo cual permitirá también afrontar el resto de las dificultades que presenta la asociación.

## **3. Delimitación geográfica y rubro de estudio**

### **3.1. La ciudad de El Alto**

*"Nace como capital de la Cuarta Sección Municipal de la Provincia Murillo del Departamento de La Paz a través de la promulgación de la Ley de la República N° 724 de*

6 de Marzo de 1985 durante la Presidencia de la Republica de Hernán Siles Suazo se encuentra ubicada a 12Km. Del centro de la ciudad de La Paz, en la meseta del Altiplano...a una altura de 4.500 m.s.n.m."<sup>2</sup>. Considerada como una de las ciudades más jóvenes por su casi reciente creación y gran crecimiento demográfico, acoge a migrantes del área rural, asimismo a mineros que llegaron por el ajuste económico estructural del año 1985. Prácticamente estos dos sectores le dieron el impulso a la economía mediante el comercio, manufactura y emprendimientos. En la gestión de 2017 la población total es de 912.206, siendo estos; 443.884 hombres y 468.322 mujeres<sup>3</sup>. Donde se nota el mayor número de mujeres en relación al total de su población.

Al respecto Sandoval y Sostres en el libro “La ciudad prometida” afirman que en la ciudad de El Alto, la pobreza, marginalidad, desempleo, explotación son el pan de todos los días para sus pobladores. Sin embargo, los y las alteños no se han resignado nunca a la situación de marginalidad en la que la ausencia del estado y la irresponsabilidad de sus gobernantes los ha relegado. Han aprendido muy temprano a enfrentarla y a sobrevivir en ella, construyendo y alimentando una tupida red de relaciones comunitarias que les permitió superar (por lo menos en parte) la precariedad de sus condiciones de vida. (Sandoval y Sostres 1989:73).

### **3.2. La ciudad de El Alto y la producción artesanal**

Según El Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza<sup>4</sup>, “*las mujeres alteñas trabajan en la industria conformando el (24,9 %) del total de la población empleada, como segundo contexto es el sector productivo (manufactura) las cuales son: confección de prendas de vestir (29%), fabricación de textiles (24 %) y fabricación de muebles (17 %). Por último, la pequeña y microempresa responden a una estrategia individual y familiar, y ofrecen a la población la oportunidad de crear sus propias fuentes de trabajo para mejorar sus ingresos económicos*”.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Gobierno Municipal Autónomo de El Alto, Secretaria General. El Alto 2007.

<sup>3</sup> Según datos al 2017 del Instituto Nacional de Estadística (INE).

<sup>4</sup> Es una organización que apoya con procesos de capacitación y otros en diferentes ámbitos a mujeres de la ciudad de El Alto.

<sup>5</sup> En Atlas de El Alto: Estudio con información estadística, descriptiva y analítica sobre las condiciones, oportunidades e institucional de la población y la ciudad. (2011). Edición de porcentajes propia, ya que el texto original cita la palabra y no el signo.

Según lo citado se puede observar que gran parte del motor económico de la población alteña es movida por el sector manufacturero y la confección de prendas de vestir en talleres artesanales unifamiliares siguiendo estrategias individuales, familiares y en nuestro caso comunales que dan lugar a la conformación de organizaciones, como la asociación artesanal Ayni que desarrolla actividades de producción artesanal de prendas con lana de alpaca. Este trabajo se enfocara en las mujeres que se dedican a la producción artesanal en la asociación Ayni de la ciudad de El Alto, las cuales geográficamente viven en 4 distritos de esta ciudad, mayormente en el *distrito 14* de la ciudad de El Alto<sup>6</sup>, específicamente en las zonas Puerto Camacho, Pan de vida, Los Pinos, Bautista Saavedra E, F, H. los cuales se ubican al norte de la ciudad como se le conoce al sector Rio seco camino a Copacabana, a esto le siguen socias que viven en el *distrito 8*: Zonas, 16 de noviembre y Zenkata el cual está ubicado hacia camino a Oruro, le sigue el *Distrito 5*; Zonas Alto Lima, Villa Ingenio, Villa Ingavi y Mercurio. *Distrito 4*; zonas: Brasil, Villa Tunari y anexo Tunari, Pedro domingo Murillo y 6 de agosto. Los últimos están también al norte de la ciudad de El Alto en la parte superior e inferior de la avenida Juan Pablo II la cual es una troncal en esta ciudad.

Si hablamos del ámbito de comercialización de los productos que las artesanas elaboran al interior de sus domicilios en talleres individuales, la asociación Ayni comercializa sus productos mayormente en el **distrito 6**, en la zona 16 de julio la feria mañanera del mismo nombre. Además de acuerdo a las gestiones que realiza el directorio, también participan en ferias dominicales organizadas por la alcaldía u otras organizaciones del Estado, en el municipio de La Paz o El Alto.

### **3.3. Problemas de mercado en el área textil y artesanal**

Las pequeñas unidades productivas sean individuales, unifamiliares o comunales que se dedican a la producción artesanal como en el caso de las mujeres artesanas alteñas, sufren la problemática del mercado para sus productos (haciendo referencia no solo al espacio donde vender, sino a los consumidores o compradores de los productos) en relación a quienes se dedican a la producción de prendas de vestir sea de cualquier material, la competencia que existe con la ropa usada americana que pese a su prohibición normada por

---

<sup>6</sup> Ver Anexo N° 1, refiere sobre la ubicación de la ciudad de El Alto.

ley<sup>7</sup> desde hace muchos años se apropia del mercado al igual que la ropa asiática en las diferentes ferias informales en la Ciudad de El Alto y La Paz, las personas venden prendas de vestir de diferente procedencia, a menor costo en tiendas, galerías y en puestos ambulantes, a lo cual se suman las distintas demandas del mercado en este rubro.

El ingreso de prendas de vestir al mercado nacional y local, no solo limita la producción textil y artesanal, sino que hace que los precios bajen y que las artesanas no sean competitivas ya que también hay mucha ropa colorida y con diseños llamativos asiáticos por ejemplo, lo cual hace que los consumidores o compradores elijan estos diseños por el precio que también es muy reducido y accesible a todo bolsillo, dejando atrás el mercado interno y específicamente copando el mercado para las prendas o producción artesanal local, lo cual también se convierte parte de la problemática del objeto de estudio.

#### **4. Preguntas de investigación**

Habiendo problematizado y contextualizado la situación de la Asociación Ayni en la ciudad de El Alto, se plantean las siguientes preguntas:

- ✓ Cuáles son las características organizativas y condiciones en las que se desenvuelve la directiva de la Asociación Ayni?
- ✓ Cuáles son las características sociales y económicas de la Asociación Ayni considerando las dificultades que atraviesan las socias?
- ✓ ¿Cómo es la participación de las asociadas en el proceso de producción y comercialización?

#### **5. Justificación del diagnóstico e intervención**

Es importante recordar que la producción artesanal es una de las principales actividades de las mujeres en la ciudad de El Alto, en el cual se insertan emigrantes en especial, provenientes de sectores rurales de las provincias del departamento de La Paz, los cuales se insertan en distintas actividades económicas, sin embargo siendo artesanas, desde su hogar

---

<sup>7</sup> El Decreto Supremo 28761, prohíbe la importación de ropa a medio uso, que fue aprobado el año de 2014. En Periódico Opinión Diario de circulación nacional. 25 de julio de 2019. Consultado el 25 de marzo de 2020.

producen prendas de vestir y madrugan para acudir a las ferias informales en la Ciudad de El Alto a fin de poder comercializar sus productos, con lo cual ponen en riesgo su integridad física, pero si dejan de hacerlo, se quedan sin ingresos que les permitan mínimamente garantizar la alimentación propia y la de sus hijos.

La Asociación Artesanal Ayni, trata de velar por las mujeres emprendedoras asociadas en su interior, sin embargo, la falta de conocimiento adecuado en el rubro para las mujeres dirigentes; debilita su liderazgo organizacional, la escasa materia prima de calidad a un reducido precio y la ausencia de espacios de comercialización de sus productos, les deja fuera de la competencia del mercado formal, quedándoles como alternativa para comercializar sus productos mediante intermediarios que compran sus prendas a precios bajos para luego revenderlos a precios elevados en sus tiendas que generalmente son en la calle Sagarnaga, Linares por ejemplo o lugares donde hay tránsito de turistas o gran afluencia de personas.

Pero más allá de esta justificación, es la propia realidad de la mujer como responsable de la alimentación de su familia, su incursión en diferentes actividades económicas y su liderazgo al interior de la Asociación que facilita el proceso de crecimiento momentáneo de los productores de artesanías, pero no así su estabilidad y logro de objetivos para los cuales se asociaron. Para tal efecto, este diagnóstico y su análisis brindarán todo su esfuerzo por ofrecer una propuesta y estrategia de intervención que permita que las mujeres líderes y artesanas de la Asociación Ayni se beneficien a mediano plazo en el fortalecimiento organizacional, que les permita mejorar su productividad y gestionar o crear espacios de comercialización de sus productos artesanales.

## **6. Objetivos del diagnóstico**

### **6.1. Objetivo general**

- Caracterizar los problemas de falta de conocimiento adecuado en relación al rubro artesanal la Asociación Ayni de la ciudad de El Alto, en 3 dimensiones empezando por 1° la problemática organizativa y de liderazgo, 2° del proceso de producción y 3° comercialización de los productos que elaboran las socias.

## **6.2. Objetivos Específicos**

- Describir las características organizativas y de liderazgo de la Asociación Artesanal Ayni – específicamente el funcionamiento del directorio.
- Identificar como es el proceso de producción de prendas artesanales que elaboran las asociadas
- Describir las características del proceso de comercialización de los productos que elaboran las artesanas asociadas de Ayni.

**CAPITULO II**

**BALANCE DEL ESTADO DE LA  
CUESTIÓN, MARCO CONCEPTUAL  
Y METODOLOGÍA**



El presente capítulo cuenta con tres sub acápite relevantes. Primero, se ha realizado una revisión bibliográfica referente al tema, seguido de la definición de conceptos usados dentro del estudio. Después se hace referencia al diseño metodológico que permitió realizar el diagnóstico correspondiente.

## **1. Balance del estado de la cuestión**

El estado de la cuestión ha sido guiado por 3 ejes temáticos, buscando información de lo general a lo particular, empezando por el trabajo artesanal en la región en países como Chile, Paraguay llegando al más cercano que es Perú y luego Bolivia, el siguiente eje corresponde a la búsqueda de información en relación al proceso de organización y liderazgo, concluye con un párrafo sobre el rol de la mujer en el rubro, seguido del proceso de producción, comercialización y generación de ingresos por los productos elaborados.

### **1.2.El trabajo artesanal en países de la región**

Según un estudio realizado por la UNESCO (2011). En relación al trabajo artesanal en la región, se afirma que: en Chile las productoras en artesanía tejen diseños andinos que han sido transmitidos de generación en generación, en el sur de Chile por el sector de Reloncavi las mujeres tejedoras tejen una variedad de prendas como por ejemplo; mantas y chamantos, son elaboradas con lana de oveja llevando diseños de rosas, racimos de uvas, es decir, toda una variedad, y con la técnica del palillo son tejidos por este grupo de mujeres, asimismo realizan bordados en los vestuarios de hombres y de mujeres.

Sobre Paraguay, aducen que tanto hombres como mujeres se dedican a la actividad de realizar tejidos ya que es una forma de generar ingresos económicos para sus hogares, pues existen un total de 50.000 artesanos en los 17 departamentos del Paraguay y más detalles refiere Celso Benitez representante del Comité nacional de Paraguay, quien afirma que:

*“Este sector productivo está dividido por ramas: en el sector textil predomina la participación femenina, el porcentaje es de 98%, mientras que en las ramas del cuero, tallas de madera, orfebrería, predomina el sector masculino, aproximadamente un 60%. En cerámica y cestería no existe un predominio de géneros, ya que en muchos casos la rica experiencia del talento creativo va*

*pasando de generación en generación, y se caracteriza por el esfuerzo conjunto del entorno familiar para el logro de los objetivos comunes. La mayoría de las localidades cuya economía se basa en la artesanía son pueblos antiguos ricos en historia y tradición, y esta es la base de su economía". (UNESCO, 2011:28).*

Algo que destacan también es que *"...el típico artesano uruguayo es mujer, de edad media con nivel de educación media, trabaja en forma individual y realiza artesanía como actividad secundaria para complementar el ingreso familiar."* (UNESCO, 2011:33).

En el caso de Colombia según Ortiz & López, (2015). Se pone en relieve las actitudes y aptitudes de las manos laboriosas de las artesanas y/o artesanos que se destacan por el carácter individual de su trabajo realizado, se desconoce el material que trabajan y demás aspectos.

### **1.3.El Perú y la fibra de alpaca**

El caso más cercano y con características similares a las Bolivianas y específicamente a la población objeto de estudio en relación a la materia prima con la que trabajan, está en Perú sobre la cual según la revista Artesanía Perú "s.f". La alpaca es un camélido que habita en las regiones altas de los Andes peruanos. Las hay de dos razas: la huaycaya (variedad mayoritaria, de fibra corta y rizada) y la suri (cuya fibra es la más sedosa y larga y que, en ocasiones, llega a medir hasta medio metro). La fibra de alpaca de la variedad suri es quizás la más fina del planeta. Es tres veces más fuerte que la fibra de oveja y siete veces más caliente. Puede tener hasta catorce colores naturales desde el blanco hasta el negro. Las personas que visten prendas de alpaca aprecian tanto sus cualidades térmicas e impermeables como incombustibles. Además, las prendas de alpaca son muy ligeras. Entre las calidades más reconocidas de fibra de alpaca están la royal alpaca, baby alpaca y súper fino.

El Perú, según dicha fuente posee la mayor población de alpacas del mundo y el más elevado estándar de producción de su fibra. Los centros de crianza de alpacas y de obtención de fibra se encuentran en los departamentos de Arequipa, Tacna y Puno. Con la

fibra de alpaca se confeccionan chompas, chullos, guantes, medias, sacos, gorros, bufandas, frazadas, mantos y ponchos, entre otros.

Existen varias organizaciones de mujeres especialmente, que se dedican a la confección de prendas de vestir con la fibra de lana de alpaca y sus productos llegan al mayoreo incluso a una región de nuestro país denominado Copacabana y hasta los centros de comercialización de artesanías con mayor afluencia de turistas. Veremos las características halladas sobre su organización, producción y comercialización más adelante.

#### **1.4.El trabajo artesanal en Bolivia**

Según Chávez L., (2004) la actividad artesanal constituyó la base de la economía de los pueblos, la expresión de sus valores culturales y constituye una parte significativa del patrimonio cultural de Bolivia, si bien, existe toda una variedad de productos de los cuales puede resumirse en textiles tejidos con telares de cintura y telares de madera, prendas de vestir, mantas, ponchos y gorros. De similar forma según Chávez C., (2018), afirma que los principales tejidos elaborados eran por ejemplo en el área andina: tocuyos, bayeta de la tierra, madapolanes, jergas, cordellates, ponchos, etc. también destaca que en el oriente producían manteles, servilletas, hamacas, medias, camisas y ponchos (tejidos de algodón). Toda esta producción tuvo que competir con la producción extranjera que acaparó mercados nacionales porque los productores no pudieron abastecer con esta demanda.

Por otro lado, la organización CDIMA<sup>8</sup>, en su dossier denominado artesanía y textiles (2018) refiere que los pueblos originarios se relacionan de manera mutua ya sea por sus costumbres, sueños y los misterios del diario vivir, así también se refieren al trabajo artesanal, los cuales definen como: artesanía tradicional, autóctona y aborígen, de proyección aborígen, típica folclórica y suntuaria, afirmando que la materia prima de la región era de tipo rudimentario las cuales han sido transmitidas de generación en generación sosteniendo a su entorno familiar, en este caso la que más nos interesa en este estudio, es el de tipo de artesanía denominada tradicional.

---

<sup>8</sup> Centro de Desarrollo Integral de la Mujer Aymara

Como se puede observar el trabajo artesanal ha estado presente desde la antigüedad y se mantiene hasta la actualidad, como una actividad económica que mantiene el contexto familiar y la mujer incursiona al mercado laboral con el oficio de artesana y desarrolla esta habilidad que de alguna manera se transmite de generación en generación como lo sostienen los autores revisados. Según Pro dintec, (2006). Los productores artesanales sean mujeres u hombres, tienen como característica que sus diferentes artesanías llevan contenidos utilitarios, estéticos, artísticos, creativos, vinculados a la cultura de su entorno puesto que llegan a ser decorativas, tradicionales, simbólicos y con contenido religioso.

### **1.5.Sobre las formas de organización de las mujeres en el rubro artesanal**

En el caso de formas de organización, la mayor parte de los textos revisados menciona que en su mayoría son grupos de mujeres, solo encuentro un caso específico que menciona con más detalle este proceso, se trata del caso de las mujeres **organización y liderazgo en el rubro artesanal** artesanas de la región Puno del Perú; se conoce que en 1994, un grupo de mujeres, la mayoría de ellas indígenas quechua-parlantes y en muchos casos sin conocimientos del español, crean una empresa de tejidos a mano en alpaca con calidad de exportación. En un proceso de organización aprendizaje y capacitación, que con el aporte de todas las socias, y el impulso de una monja y el Proyecto Corredor Puno - Cusco, el grupo se convierte en una verdadera empresa: “Artesanías Pachamama S.A.”. En el cual, con el apoyo de la iglesia católica y el proyecto mencionado, la producción y comercialización de sus artículos ha generado ingresos anuales cercanos a los 300 dólares para cada una de las 67 socias. Estos ingresos nuevos superan los generados a través de las actividades tradicionales de la ganadería y son, en muchos casos, la principal fuente de liquidez para las familias, esto según el documento de sistematización de experiencias en el Perú (2005-2006). Más allá de lo económico, las mujeres socias se han fortalecido como personas, han enfrentado las resistencias de sus esposos a su desarrollo laboral independiente fuera del hogar y se han apoyado entre sí. Se afirma que el impacto de su iniciativa va más allá del ingreso que genera y constituye un ejemplo para muchas mujeres que habitan en las zonas rurales.

Expresan que es posible unirse, fortalecerse, enfrentar la oposición de los hombres, generar recursos e impulsar el cambio cultural hacia el respeto de los derechos de la mujer y la valoración de su contribución a la mejora de las condiciones de vida en las familias y en la comunidad, manteniendo al mismo tiempo sus estructuras familiares.

Cadena, (2015). Realiza un estudio denominado Centro Artesanal, en el contexto Boliviano, afirma que un centro artesanal es un espacio que alberga la expresión cultural de la artesanía, donde la característica de un producto artesanal se encuentra en la originalidad de cada diseño realizado por el artesano ya que este mismo tiene el oficio y la habilidad de manejar los materiales de su rubro en particular. CEDIMA (2018). Brinda algunos pasos para la conformación y desarrollo de emprendimientos económicos individuales y comunitarios, su enfoque trata de desarrollar un concepto denominado economía campesina solidaria.

Si bien, en Bolivia el porcentaje de afiliación de ciudadanos a una organización ya sea sindical y gremial es solo del 27%. En nuestro entorno, la ciudad de La Paz y El Alto es muy común organizarse sindical o gremialmente, dependiendo al gremio o rubro los ciudadanos se organizan y asocian con diferentes fines, pero el más predominante está relacionado con la legalidad que todos los grupos quieren demostrar, con la representación del grupo social ante las autoridades a fin de beneficiarse como grupo y trabajar de manera conjunta para producir en mayores proporciones y generar mejores ingresos<sup>9</sup>.

### **1.6. El rol de la mujer en el rubro y su liderazgo**

Como se puede evidenciar, en el ámbito artesanal como en el caso de los artesanos Peruanos y Paraguayos, son las mujeres quienes más encabezan y son parte de una asociación, organización o grupo de artesanos con la finalidad de generar ingresos por más mínimos que fueran en la búsqueda de mejorar las condiciones de vida de su familia. Según Paniagua (2006). La mujer en el transcurso del tiempo va adquiriendo una identidad femenina dedicándose a actividades específicas, como el tejido y el hilado, considerándose como una de las funciones otorgadas por los dioses, y lo demostraba como un valor social y

---

<sup>9</sup> En periódico El Diario. Consultado el 3 de diciembre de 2016.

económico puesto que esta actividad le permitía cubrir las necesidades económicas, mediante el excedente obtenido.

Según la UNESCO (2018). En el trabajo artesanal incursionan más las mujeres y su desarrollo permite mantener a su entorno familiar tanto con la alimentación y el desarrollo educativo. Si bien, la artesanía ha adquirido un papel importante en su vida, puesto que se refleja en los ingresos económicos obtenidos al dedicarse a esta actividad.

### **1.7. El proceso de producción, comercialización y generación de ingresos**

Ardiles (1992), en su tesis titulada “Producción y Comercialización de la Artesanía de la Isla Taquile” en el Perú, da a conocer que la actividad artesanal requiere por lo general una baja inversión de capital y se produce utilizando una tecnología tradicional, lo cual se transmite de generación en generación. Los artesanos inician esta actividad a los 6 años, con el hilado y torcido de la lana de ovino para posteriormente realizar el tejido a mano con agujas de tejer y utilizando el telar a pedales. Además los costos de producción de la artesanía Taquileña superan a los precios de venta, debido a que los artesanos no consideran el pago a la mano de obra de acuerdo al salario mínimo vital. Dichos costos se desagregan en el costo de fabricación y costos de operación. Dentro de los primeros se considera la operación de las maquinarias, herramientas e instalaciones, materiales y mano de obra directa. Por otro lado se encuentra Quilla (1994), quien en su trabajo de investigación en torno a la comercialización de productos artesanales en la ciudad de Puno Perú, muestra una estructura de costos de producción para chompas de alpaca rústica, industrial y tejido a máquina, además de la relación entre materia prima y mano de obra, como se puede visualizar a continuación:

<b>Prenda y procesamiento</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Mano de obra</b>	<b>Costos</b>
Chompa de alpaca rustica	34%	59%	7%
Chompa de alpaca industrial	40%	53%	7%
Chompa de alpaca a máquina de tejer	64%	31%	5%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Quilla (1994).

Con lo cual aduce que se podría evidenciar que es más rentable tejer una chompa de alpaca a máquina porque esta requiere menor empleo de mano de obra y un costo fijo reducido a pesar de se use mayor cantidad de materia prima. La elaboración de chompas rusticas requiere menos materia prima pero mayor empleo de mano de obra como se puede evidenciar en el cuadro.

Por otro lado, en relación al proceso comercial, afirma que solo el 13% de artesanos logran colocar sus productos fuera del mercado local, el resto solo lo comercializa en el mercado local en este caso Puno. Al respecto Ccalla, (2007), en su informe de aplicación práctica titulado “Producción de Artesanías en Tejido a Punto en la Asociación de Artesanos Unificados de Puno”, concluye que los factores que influyen en la producción artesanal de tejidos en la ciudad de Puno son fundamentalmente materia prima, mano de obra, capital productivo y *experiencia productiva*, siendo la variable más influyente la materia prima.

En cuanto a la determinación de precios, según Ccalla, el 49.20% de artesanos fijan los precios de sus productos de acuerdo a la competencia, en algunos casos incrementan sus precios hasta en un 50%, esto generalmente para los turistas extranjeros con el único fin de obtener mayores utilidades.

Se halla también el trabajo de Quiza, (2012), “Principales Factores que influyen en la Producción de Artesanía en Tejido a Punto de la Ciudad de Juliaca – 2011”, el cual afirma que los factores que influyen en la producción artesanal de tejidos a punto de chompas chaquira en la ciudad de Juliaca son mano de obra que influye significativamente, le sigue la materia prima y por último la participación a las capacitaciones. El mismo aduce que el volumen de producción mensual de chompas chaquira en promedio para los 71 microempresarios es de 230 unidades de chompas. En cuanto al ingreso promedio por una unidad de chompa es de S/. 16.22<sup>10</sup> y, el ingreso promedio mensual es de S/. 3,731.77. Deduciendo las utilidades, la utilidad promedio que genera el artesano es de S/. 782.62 mensual.

---

<sup>10</sup> El monto hace referencia a Soles moneda Peruana, el cual en ese año se encontraba como a Bs. 2 el tipo de cambio.

En Bolivia, Aramayo y Dulón (2007), muestran que la producción de artesanía textil de calidad elaborada generalmente por mujeres indígenas de zonas tienen fuertes raíces culturales, llamada también “artesanía con identidad” la cual ha logrado vincularse en cuanto al diseño, composición y calidad, consiguiendo buenos precios especialmente en mercados internacionales o en mercados orientados a segmentación de turistas que visitan Bolivia.

Los ingresos conseguidos por venta de artesanía textil de calidad, se han convertido en los principales ingresos monetarios que permiten el sustento de familias cuyos miembros se dedican a esta actividad. Considera que la mano de obra en el rubro es la más importante dentro de la estructura de costos de producción y se requieren inversiones en tiempo para rescatar el conocimiento tradicional de las mujeres y cualificar sus habilidades y destrezas.

Según el estudio de la UNESCO, (2011). La producción artesanal de alguna manera representa a los artesanos y el mercado ya que es ahí donde el público puede acceder para la compra, a la vez puede servir para tener mayor contacto con los intermediarios que compran el producto y de esa forma los artesanos pueden llegar a lugares más lejanos que el lugar de origen. Aduciendo también que las prendas elaboradas necesitan ser promovidas en ferias internacionales, también requiere facilitar todos los procesos aduaneros para poder trasladar sus piezas artesanales textiles y todo tipo de artesanía elaborada por los diferentes países, sin embargo a menudo es complejo realizar esta comercialización.

Cadena (2015). hace referencia al proceso artesanal desde el hilado de lana realizando la selección y el lavado de la misma y se procede al hilado correspondiente con instrumentos cilíndricos de "ruedas", se hace el teñido correspondiente y se comienza con el urdido en el telar donde el artesano/a elabora aguayos de diferentes diseños y colores, el autor refiere que la expresión artesanal es un elemento importante dentro de la sociedad y que se requiere apoyar esta actividad por la existencia de diferentes vocaciones y habilidades. Además es preciso contar con espacios para mejorar la producción de la misma, y crear más centros de enseñanza a nivel técnico.

## **2. Marco conceptual operativo**



El marco conceptual planteado para la realización de este estudio permite dar cuenta de los conceptos utilizados y como se entienden en esta trabajo respecto a la participación de las mujeres en una organización económica y social campesina, como es la Asociación de artesanas Ayni de la ciudad de El Alto del departamento de La Paz.

Tomando en cuenta los aportes de las experiencias del Perú con Ccalla, (2007) y Quiza, (2012), quienes afirman que son mujeres quienes con mayor frecuencia se dedican a la artesanía, en Bolivia Paniagua (2006) y Aramayo y Dulón (2007) coinciden en similares afirmaciones, aspectos con los cuales concluye la UNESCO (2018), haciendo referencia a que son las mujeres quienes más encabezan e incursionan en actividades económicas del tipo artesanal.

En virtud de estas afirmaciones vamos a definir la **actividad artesanal** en el caso de la asociación Ayni; como un proceso de elaboración de prendas que generalmente es desarrollado y liderado por mujeres de origen indígena con fuertes raíces culturales, que en concordancia con Aramayo y Dulon puede ser considerado *artesanía con identidad*. El cual tiene la finalidad de generar ingresos en la búsqueda de mejorar las condiciones de vida propias y las de su familia, lo cual denota su valor social y económico puesto que esta actividad le permite cubrir las necesidades económicas, mediante el excedente obtenido.

Al respecto, el **enfoque de Mujer en Desarrollo (MED)**, según Ferreira (2018), los proyectos de desarrollo en América Latina y el Caribe se orientó a trabajar con las mujeres en aspectos sociales así como en aspectos productivos dirigidos a mejorar el autoconsumo familiar y aumentar los ingresos económicos. Este enfoque se localizaba en los aspectos netamente económicos, en donde la mujer, como agente económico podía jugar un papel importante como colaboradora en la generación de ingresos en la familia. Además identifica ya no solo el rol reproductivo de las mujeres sino también su rol productivo. (León, 1996). Este es el sentido que guía este trabajo, siendo que se analiza y considera a la mujer no solamente como madre y esposa, sino como agente económico que lidera a otras mujeres a organizarse para desarrollar una actividad artesanal en la búsqueda de mejorar sus condiciones de vida.

En esta línea, la actividad artesanal que lideran y desarrollan estas mujeres tiene un proceso como ser: organización, producción y comercialización. Conceptos que desarrollo y que considero que facilitarían la comprensión del presente trabajo diagnóstico:

En Latinoamérica, según Ferreira (2018), bajo el enfoque de empoderamiento de la mujer se promueve la conformación de organizaciones de mujeres, para su articulación entre ellas y con las demás organizaciones dentro de la comunidad. En Bolivia, por la tradición organizativa, considerando a la ciudad de El Alto y el porcentaje migratorio, *“entre las mujeres residentes ex-campesinas la gama de variación ocupacional casi se limita a amas de casa, sirvientas, comerciantes y artesanas”*. (Albo, 1981: 25). Dichos aspectos culturales y políticos *“hace de las organizaciones comunales un agente con representación, legitimidad y reconocimiento político, ya sea en el ámbito local y nacional”*. (Ferreira 2018:46). Por otro lado, una organización es concebida como *“una red de relaciones entre los individuos y los grupos que los une en una sociedad”* (Horton & Hunt, 1997: 137). Ticona (1981) afirma que *“En la organización social, el ser humano tiene la oportunidad de desempeñar diferentes roles, elevarse a una jerarquía...cumplir una serie de funciones debidamente identificadas para el bien colectivo”* (1981: 67).

Por consiguiente según la UNESCO (1997). *La organización artesanal*, supone que los productos son producidos por las mujeres artesanas, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano/a siga siendo el componente más importante del producto acabado, sin limitación, en lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles.<sup>11</sup>

Siendo así de manera concreta la asociación Ayni, definida como **organización artesanal** la cual es una red de relaciones entre individuos las cuales serían las mujeres y el único varón de la asociación, quienes llegan a producir prendas de vestir a mano, con la ayuda de herramientas manuales o mecánicas y reproducen sus propias decisiones marcadas por

---

<sup>11</sup> UNESCO /CCI (1997) *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera* – Manila, 6-8, informe final. Documento CLT/

reglas generadas por este mismo grupo para poder lograr su fin común que es la satisfacción de necesidades generando ingresos económicos, mismos que según Ferreira se constituyen en un agente de representación, legitimidad y reconocimiento, comprendiendo según Ticona, la jerarquía de cargos de las mujeres reflejados en la directiva, donde cada quien tiene una responsabilidad establecida y se desenvuelven en el ámbito local de la ciudad de El Alto en relación a la producción de sus prendas, lo cual incluye también a la ciudad de La Paz para la comercialización de lo que producen.

### **Proceso de producción**

Habiendo explicaciones sencillas al respecto, me basare y comparto lo descrito por 3 autores en concreto, siendo que su objeto de estudio son muy similares al mío y sus definiciones ayudaran a una mejor comprensión del diagnóstico.

Ardiles (1992), afirma que el proceso de producción artesanal generalmente requiere una baja inversión de capital y se produce utilizando una tecnología tradicional, lo cual se transmite de generación en generación. Considera que para un adecuado proceso de producción se deben tomar en cuenta costos que se desagregan en: costos de fabricación donde se considera la operación de las máquinas, herramientas e instalaciones, materiales y mano de obra directa. Seguido de costos de operación que implica los gastos que se realizan para efectivizar las ventas. Ccalla, (2007), cita los factores de producción afirmando que estos influyen en la producción artesanal y son fundamentalmente la materia prima, mano de obra, capital productivo y experiencia productiva, siendo la variable más influyente la materia prima. Quiza, (2012), coincide con Ccalla al momento de citar como un factor la mano de obra y la materia prima, es rescatable también que cita la participación en las capacitaciones.

El proceso de producción en este caso sería, un proceso que considera: capital productivo o capital semilla que permita la compra de la materia prima, material o tecnología tradicional que en el caso de Ayni sería lo manual: como los palillos, cartadora u otro, la materia prima que en este es la fibra de lana de alpaca el cual tiene procesos desde el lavado hasta el hilado y tejido, seguido de la mano de obra y la capacitación necesaria que se emplea para

producir las prendas. En concreto el proceso de producción considera capital económico, material, la materia prima, la mano de obra y la adecuada capacitación en el rubro.

### **Proceso de comercialización**

En este sentido entenderemos por proceso de comercialización al *“conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean”*. (Garena, 2015). En relación a este concepto se tienen dos nociones ya que la asociación Ayni tiene dos formas de comercialización, la primera es un proceso de comercialización por venta directa del productor al consumidor donde no hay como perderse por la claridad ya de la idea, que es la venta directa después de la producción que las socias realizan al consumidor o cliente y la segunda es por consignación, dicha venta se define como *“aquellos productos que las productoras dejan a las tiendas o puestos de venta, sin recibir el pago, el pago lo reciben cuando el producto es vendido, es decir la retribución tarda en llegar a la productora, pero también aquellas prendas que no se comercialicen o tengan fallas, reducirá la ganancia de la productora”*<sup>12</sup>.

### **Precio**

Es entendido como *“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de poseer o utilizar dicho producto o servicio. Puesto que el precio es una expresión de algún valor intercambiado, puede expresarse en tiempo, votos u otros términos no monetarios.”*(Kotler, 2004:361). En cuanto a la determinación de precios, según Ccalla, los artesanos fijan los precios de sus productos de acuerdo a la competencia, en algunos casos incrementan sus precios hasta en un 50%, esto generalmente para los turistas extranjeros con el único fin de obtener mayores utilidades lo cual también ocurre con Ayni, el precio de una prenda es variable y generalmente definido de acuerdo a la competencia, sean estas en ferias locales, auspiciadas o a tiendas. Considerando su calidad de productor el cual es generalmente bajo en relación a los comercializadores de tienda.

---

<sup>12</sup> Barrera (<http://www.eumed.net/2010a/657/consignaciones>). Fecha de visita: 30 de agosto de 2014

## **Rentabilidad (utilidad)**

La rentabilidad es cuando los ingresos son mayores que los gastos. “Sin embargo, se ha quedado en la comprobación en un momento dado, si no evaluar la posible evolución de la rentabilidad en el tiempo. Por ejemplo, puede que una empresa no sea rentable durante los dos primeros años, pero que a partir de ese momento lo sea, y mucho” (Trujillo & Collazos, 2009: 20). Sin embargo en este estudio la Asociación Artesanal Ayni divide su trabajo para producir en los 6 grupos, dependiendo la aplicación de rubros, de la misma manera se hace el dividendo de ganancia a cada afiliado después de la venta de productos. La aplicación de trabajo productivo en artesanías es en comunidad, dentro el sistema comunitario desde nuestros antepasados.

## **2. Diseño metodológico**

Este apartado contiene el enfoque metodológico que guía el estudio, el diseño y las técnicas de recolección de información utilizadas.

### **2.1. Tipo de diagnóstico**

Existen dos tipos de diagnóstico, la primera hace referencia a un diagnóstico preliminar donde el investigador se acerca a la situación del problema y en segundo lugar el diagnóstico resultante a un estudio sistemático lo que refiere a una conclusión del estudio, donde se establece la naturaleza y magnitud de las necesidades de los problemas. Es decir, se realiza una investigación y su respectiva realización de acción de intervención. (Ander-Egg, 1985). Asimismo, es importante dar el cumplimiento a la responsabilidad ética de la devolución de los hallazgos a la población de estudio. En nuestro se trata de un estudio sistemático lo que refiere a una conclusión del estudio y la elaboración de una propuesta de intervención.

### **2.2. Carácter del estudio**

Se consideró apropiado realizar una triangulación que *"refiere al establecimiento de puntos de encuentro, convergencia o comparación de diferentes fuentes informativas cualitativas"*

y/o cuantitativas" (Yapu y otros, 2015:173) para posterior realizar una propuesta de intervención del proyecto.

### **2.3. Técnicas de recolección de información**

La recopilación de información se hizo mediante, censo y entrevistas. Por consiguiente, se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de información primaria:

- 2.3.1. Boleta de censo:** Se realizó un censo a toda la población total de la Asociación Ayni, que refiere a 41 afiliadas, donde se hace un censo total a todas las socias para tener una información más completa, es decir, *“una población es el conjunto de todos los casos”* (Hernández y otros, 1998: 204).
- 2.3.2. Entrevistas semi-estructuradas:** Se entrevistó tanto a dirigentes y socias de la asociación en diferentes fechas y lugares, por consiguiente, se tiene un total de 20 entrevistas<sup>13</sup>, *“este número de entrevistas se definió por criterio de saturación. Es decir, cuando la información proporcionada por los [entrevistados] comience a repetirse, se considera agotado el tema y ya no se incluirán más personas para la realización de las entrevistas.”* (Córdova, en Yapu y otros 2015: 136).
- 2.3.3. Criterios de selección:** Se seleccionó esta población por el acceso de información, además forme parte de esta Asociación como socia de esa forma poder interactuar con la demás socias, conocer las dificultades que tienen y poder realizar una intervención de mejoramiento.
- 2.3.4. Procesamiento de información:** La información recopilada se sistematizado tomando en cuenta lo siguiente: En la metodología cualitativa, se procedió con la transcripción de las entrevistas grabadas, después se pasó a la lectura de todas las entrevistas para posterior resumir cada entrevista esto con la finalidad de generar ejes temáticos. A posterior, se realiza la agrupación de la información de acuerdo a los ejes temáticos (Ver Anexo N°

---

<sup>13</sup> Ver Anexo N° 2, se detalla la condición social, edad, grupo al que pertenece y fecha de entrevista realizado tanto a las dirigentes y socias de la Asociación Ayni.

3). Finalmente se realizó la interpretación y análisis de la información para así proceder con la redacción de la presente investigación.

En la metodología cuantitativa, como se realizó el censo se procedió con el vaciado de todos los datos al programa de Spss y de esa forma generar gráficos a posterior analizar e interpretar cada uno de los gráficos. Al mismo tiempo se respaldan con registro fotográfico de diferentes actividades.

#### **2.4. Otras fuentes:**

- a) **Fuentes hemerográficas:** Se revisó diferentes periódicos; La Razón, El Diario, La Prensa, Pagina Siete, que estén relacionados con el estudio.
- b) **Revisión documental:** Se revisó y se analizó los documentos escritos registrados de la Asociación, como sus normas, actas, recibos de pago a las artesanas, planillas de compra de materia prima (fibra fina de alpaca).visó y se analizó los documentos escritos registrados de la Asociación, como sus normas, actas, recibos de pago a las artesanas, planillas de compra de materia prima (fibra fina de alpaca).
- c) **Experiencia previa y acceso al grupo:** Considerando que en la gestión 2005 he sido invitada por la Asociación Ayni para ofrecer cursos de capacitación en tejido a mano y maquina doméstica a las socias, me he ganado su confianza y un espacio entre ellas, las cuales posteriormente me invitaron a ser parte de la Asociación como una socia más. Durante mi permanencia en la Asociación he observado algunas de las dificultades por las que atravesaban y siendo estudiante de la carrera Sociología, durante mi penúltimo año al interior de la materia proyecto de trabajo dirigido, he planteado analizar a este grupo ya que tenía el acceso a ellas, así de esta manera poder contribuir en el fortalecimiento de la Asociación, como parte de mi trabajo dirigido. Además de que he visto una oportunidad de poner en práctica lo que la carrera me ha enseñado y considerando que no existían acuerdos para este fin con otras organizaciones, me he abierto este espacio de análisis y planteamiento del trabajo dirigido.

# **RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO**



En el presente capítulo, se hace referencia a los resultados obtenidos mediante la recopilación de información, nos dan respuestas a las preguntas y objetivos planteados, asimismo nos guíen los conceptos planteados, también hace referencia a la metodología usada dentro de esta trabajo. Para desarrollar los resultados del diagnóstico.

## **1. EL ESCENARIO DE ESTUDIO: ASOCIACIÓN ARTESANAL AYNÍ DE LA CIUDAD DE EL ALTO DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ**

### **1.1. Descripción de la población Ayní**

Se tiene como población total a 41 personas, es decir, a 40 mujeres y 1 hombre de diferentes zonas de la Ciudad de El Alto. Antes de pertenecer a la Asociación eran personas sueltas, trabajaban de forma independiente o con su entorno familiar en diferentes actividades, algunas eran comerciantes otras sencillamente amas de casa.

### **1.2. Estructura organizacional de la Asociación**

La Asociación Ayní es fundada el 24 de abril de 2007, en una asamblea general con la participación de hombres y mujeres<sup>14</sup> donde se establece los cargos de Presidenta, Vicepresidenta, Secretaria de Relaciones Humanas, Secretaria de Actas, Secretaria de Hacienda, su objetivo primordial es impulsar el desarrollo artesanal. Es decir, que representan a todas las artesanas en general contribuyendo con el desarrollo socio económico. De la misma forma los reglamentos<sup>15</sup> están establecidos en el estatuto orgánico y reglamento interno del cuál todas las socias deben regirse y cumplir (véase Cuadro N° 1).

Para la postulación a cada cargo, la afiliado y afiliada es elegido de manera democrática, representando al grupo con el que trabaja. Es decir, que en una asamblea general convocadas con 30 días de anticipación, por aclamación, nominación, voto directo, se lleva a cabo la posesión del nuevo directorio electo, su tiempo de mandato es por un lapso de 2 años.

---

<sup>14</sup> En esta asamblea se reunieron 45 participantes (8 varones y 37 mujeres).

<sup>15</sup> En cuanto a los reglamentos y estatutos se realizaron en diferentes talleres y seminarios dados por la “Pastoral Social Caritas Dioses de El Alto” enfocados en temas organizativos y reglamentación de como tendría que conformar una Asociación.

El directorio saliente, hace conocer el informe anual de todas sus actividades realizadas y rendición de cuentas durante su gestión, 30 días antes del acto de posesión del nuevo directorio. Este directorio podrá ser reelecto si la Asociación lo prefiere. Cada afiliada/o está obligada/o de asumir la directiva siendo de manera voluntaria o por su antigüedad. Si bien, esta rotación ayuda de cierta manera porque algunas/os tienen su plan de trabajo y su pensamiento es diferente que el anterior, siempre ven la forma de mejorar al anterior directorio. Sin embargo, en ocasiones en el camino cambian actitudes porque llegan a desmotivarse y pierden el interés en la Asociación por diferentes factores, por ejemplo, la timidez al momento de hablar, control familiar, falta de tiempo, etc. Los requisitos para ser miembro del directorio son los siguientes:

- ✓ Ser boliviana de nacimiento.
- ✓ Ser mayor de veintiuno años de edad.
- ✓ Tener antigüedad de dos años continuos como socia activa.
- ✓ Tener honorabilidad y conducta intachable.
- ✓ No tener cuentas pendientes con la asociación.
- ✓ No haber sido procesado por delitos con sentencia ejecutorial.
- ✓ No ser parte del directorio de otra Asociación.

**Cuadro N° 1**

<b>Estructura organizativa del directorio central de la Asociación Ayni gestión 2014</b>			
<b>N°</b>	<b>Cargo directivo</b>	<b>Nombre y apellido</b>	<b>Grupo al que pertenece</b>
<b>1.</b>	Presidenta	Viviana Mamani de Pari	11 de octubre
<b>2.</b>	Vicepresidenta	Justina Burgoa de Suñavi	Qhanatativa
<b>3.</b>	Secretaria de Hacienda	Arminda Machaca de Machaca	Amtawi
<b>4.</b>	Secretaria de Relaciones Humanas	Julia Clares condori	Ceproa
<b>5.</b>	Secretaria de Actas	Luisa Mayta Mamani	Ciproma
<b>6.</b>	Secretaria Vocal	Catalina Calamani de Paco	11 de octubre

**Fuente:** Elaboración propia, en base a recolección de información, agosto 2014.

### **1.3. Funciones de cada miembro del directorio de la Asociación Ayni**

**Presidenta:** Es la representante de todas las afiliadas, convoca a las reuniones en asamblea general de asociados sean ordinarias o extraordinarias y reuniones del directorio por intermediario del secretario de actas, ejecutar y hacer cumplir las resoluciones emanadas en las asambleas general o extraordinaria, redactar y firmar la correspondencia de la asociación, convocar a reuniones del directorio y presidirlas, presentar cada año lectivo un informe sobre actividades desarrolladas, presentar proyectos y políticas alternativas concordantes con los objetivos de la asociación, otorgar poderes de representación tanto a miembros del directorio como personas particulares que coadyuven y colaboren para el desarrollo de la asociación, dirigir la administración económica y financiera juntamente con la secretaria de hacienda.

**Vicepresidenta:** Es la segunda representante de la asociación, es la seguidora de la presidenta es quien apoya en diferentes actividades, y también organiza eventos de exposición, es decir, en los eventos de ferias donde se exponen las diferentes prendas de la asociación. Asume, el cargo de ser representante máxima cuando la presidenta se encuentra ausente, como ser en reuniones y eventos feriales, siempre y cuando tenga la autorización de la presidenta.

**Secretaria de Hacienda:** Es la persona que tiene la responsabilidad de recaudar el dinero de ingresos que tiene la asociación, controla los ingresos y gastos respectivos, es decir, velar por el patrimonio económico, depositar fondos de la Asociación en una cuenta bancaria controlar su movimiento conjuntamente con la presidenta, recaudar aportes de las afiliadas de acuerdo a los montos fijos y aprobados por la asamblea general, presentar informes acerca del movimiento y estado de cuentas de la Asociación de forma trimestral, elaborar el presupuesto de cada gestión y poner a consideración en plena asamblea para su aprobación, llevar el control del movimiento económico en los libros de contabilidad en cuando a los ingresos y egresos, tener archivado el orden cronológico los recibos de ingreso y egresos.

**Secretaria de Actas:** Es la persona responsable de redactar las cartas en todas las reuniones que se lleven a cabo, debe establecer el orden del día con la presidenta de la asociación, es

decir, dar lectura al acta elaborada en la reunión anterior, asistir a todas las reuniones de directorio y las asambleas generales, control de las resoluciones del directorio, ordenar y archivar la correspondencia expedida y recibida, firmar actas una vez que estén aprobadas conjuntamente con la presidenta y la secretaria de hacienda, elaborar las citaciones para las reuniones de Asambleas Generales y reuniones del directorio, recepcionar todas las solicitudes y canalizar al directorio, abrir un libro foliado y notariado en el que registren e inscriban todas las nuevas socias.

**Secretaria de Relaciones Humanas:** Es la persona encargada de gestionar diferentes reuniones para que se dé a conocer las prendas que realizan las afiliadas. Como buscar toda relación con otras personas que persigan el mismo objetivo, para de esta manera alcanzar metas trazadas, concretizar acuerdos, convenios y otros documentos junto a la presidenta del directorio y con la respectiva autorización de la asamblea general, mantener relaciones fraternales con las asociaciones afines en el ámbito nacional, departamental y provincial con el fin de intercambiar y coordinar planes o métodos de lucha en torno a objetivos comunes, asistir de forma obligatoria a las reuniones convocadas por el directorio y por la asamblea general de socias y colaborar en todas las actividades desarrolladas por el directorio.

**Secretaria Vocal:** Es la persona que apoya en todas las reuniones.

Existe una relación de jerarquía donde la presidenta de la Asociación vela el funcionamiento de forma cotidiana, para resolver problemas entre las afiliadas. Asimismo, en las reuniones la directiva realiza una planificación de orden del día, donde 30 días antes se saca una convocatoria para que las afiliadas participen de estas reuniones, que generalmente son anuales o por emergencias y todos los acuerdos se plasma en un acta de conformidad.

#### **1.4. Frecuencia de sus reuniones**

Las reuniones dentro de la asociación generalmente se llevan a cabo para poder interactuar entre las socias y estar al tanto en cómo se encuentra la asociación, es para saber en qué están fallado o cual más cotizada, y que materiales se necesitan para poder adquirir a

precios económicos, estos espacios de reunión son para poder mantenerse informadas ante cualquier tipo de actividades o temas a tratar.

Al respecto la presidenta de la Asociación menciona lo siguiente: *“Al final de año se lleva una asamblea general para la evaluación durante el año, se tiene la participación de todas las socias y en caso de no participar la afiliada tiene una multa de refrigerio para todas las afiliadas o se descuenta de los pagos de las prendas artesanales vendidas”*. (Entrevista a presidenta de la asociación, 05/08/14).

Por ejemplo, en una asamblea general ordinaria el 10 de diciembre de 2016, se trató los siguientes puntos, bajo el siguiente orden del día:

- 1.- Control de asistencia
- 2.- Lectura de acta anterior y correspondencia
- 3.- Informe del directorio
- 4.- Cambio de directorio
- 5.- Asuntos varios: a).- Formulario llenadas para CPEM  
b).- Comité de la feria  
c).- Feria para polideportivo en el Alto (2017)

La reunión comenzó de acuerdo al estatuto orgánico de la asociación Artesanal (AYNI) con los 6 grupos productores de diferentes distritos de El Alto y más sus representantes de la unidad productiva. Aproximadamente, a horas 14:30 p.m. las socias asistieron al domicilio de la presidenta Viviana Mamani que se encuentra ubicada en la Bautista Saavedra. Para avanzar con la reunión se anotó la asistencia de todas las afiliadas.

A posterior, se procedió con la lectura del acta anterior donde las socias estuvieron conforme con su aprobación y no tuvo ninguna observación. También, dieron a conocer la correspondencia y las notas que recibió la asociación donde una de ellas hacía referencia sobre invitaciones de la institución Gregoria Apaza y Alcaldía municipal de El Alto, para las ferias dominicales, donde se tiene la oportunidad de mostrar las prendas elaboradas.

El directorio, tomo la palabra a cargo de la Presidenta Viviana Mamani los siguientes puntos:

1.- Dio a conocer de como la asociación en la gestión de 2016 fue un año regular con las actividades productivas, porque no se cuenta con fondo de ninguna institución para poder consolidar la asociación pero a pesar de esta situación se continua trabajando con la elaboración de prendas. Y la presidenta también recomienda en no fallar con los pedidos de guantes y chalin. Asimismo, refiere que se está ahorrando dinero para poder comprar material prima que es el hilado industrial 100% bebe alpaca de COPROCA. Para posterior ir a comprar con la secretaria de hacienda la socia Armenda Machaca de Machaca y después distribuir entre todas las socias.

2.- La presidenta de la asociación también valora el trabajo de coordinación que realice con diferentes instituciones y para que las compañeras de trabajo puedan recibir talleres.

3.- Se pone como objetivo de sacar un certificado de Pro Bolivia, porque este documento va servir para presentarse a proyectos y solicitar préstamos a los Ministerios de producción.

4.- También se indica a todas las socias que deben de tejer artesanías en miniaturas para las ferias locales y dejar en tiendas como consignación y no colocar las respectivas etiquetas.

5.- Cambio de directivas, las dirigentes toman la palabra y mencionan que durante este periodo no ha sido nada fácil ser dirigente pero bien o mal hemos trabajado por la asociación Ayni.

Es en ese momento que se entra en un cuarto intermedio y las socias quedan de acuerdo en reelegir nuevamente al directorio ya que la base está de acuerdo en que sigan con su mandato del directorio para las gestiones de 2017 hasta 2019.

Y ya por finalizar, con la reunión ordinaria, se hace el llenado del formulario de CEPM, cada socia se llena sus datos personales la experiencia del trabajo que empeña.

b).- Comité de feria para CEPM, la mayoría nombran a Justina Limache y Rosa Clares para que gestioné los tramites a la Alcaldía Municipal de La Paz y coordinar con otros asociaciones en diferentes rubros.

c).- Feria para polideportivo en el Alto (2017) para esta feria la delegada se nombró Elena Coronel y Rosa chura. Recepción de los productos y coordine con otras asociaciones para la venta.

De esta manera se concluyó la reunión ordinaria de la asociación artesanal Ayni con la participación de las socias afiliados de cada grupo, aproximadamente a las 18:00 p.m. y las socias se retiraron a sus respectivos hogares. En estas asambleas se socializan productos terminados de las artesanas asimismo la persona que incumplió con determinadas actividades<sup>16</sup> y no mostro interés de colaborar con su grupo es retirada, siendo antes consultada si es que continuara o no. Es decir, cuando una socia no cumplió con los pedidos solicitados hace quedar mal a la asociación y su forma de sanción más rígida es con la suspensión de elaboración de prendas, y también le restringen la participación en diferentes eventos feriales.

### **1.5. Gastos de funcionamiento**

En cuanto a los ingresos para el funcionamiento de la Asociación como organización, de acuerdo a las dirigentes de esta gestión, afirman que se retiene un porcentaje por las ventas de cada socia de pequeña y mediana magnitud que la asociación realiza en conjunto, generalmente es un 5% de la venta, en este tiempo el aporte es solo cuando se hace una venta, no así cuando no se hacen ventas, estos recursos se utilizan para los gastos de transporte y algunos materiales como ser papeles que impresiones que se puedan ser necesarias en las gestiones que se les encomienda.

### **1.6. Proceso de reclutamiento de socias**

Ahora bien, para ser parte de esta asociación el proceso de reclutamiento consiste en invitación de palabra de una socia o una conocida que generalmente es una mujer que sabe algo básico de artesanías y desea afiliarse, posteriormente un pago de Bs.- 100 (cien bolivianos) como costo de ingreso, el primer requisito es tener conocimiento de tejido de alguna artesanía, posteriormente la asociación designa a la persona en un determinado grupo, de las cuales son 6 grupos que acoge a las socias de diferentes distritos de la urbe alteña, las señoras tienen el interés de formar parte de la asociación y aprender a tejer con nuevas herramientas de trabajo, en este caso vendría a ser la maquinaria de telar y a largo plazo contar con una herramienta de trabajo de forma propia, y diseñar nuevos modelos.

---

<sup>16</sup> Las actividades de incumplimiento son, falta de seriedad al momento de entrega de prendas, y la inasistencia a reuniones hace que la socia no esté informada de los acuerdos entre las socias en próximas eventos de exposición de prendas, etc.

## 1.7 Grupos que conforman la asociación artesanal Ayni

En el siguiente cuadro se detalla los grupos que conforman en la asociación y sus especialidades:

**Cuadro N° 2**  
**GRUPOS DE LA ASOCIACIÓN AYNI**

N°	Grupos	N° Participantes		Provincia Murillo Distritos El Alto	Técnica de especialidades que trabaja cada grupo
		Mujeres	Hombres		
1.	Qhanatatiwa	6		4	Corte confección y tejido a maquina
2.	Amtawi	7		14	Tejido a mano (Gorras y guantes)
3.	11 de octubre	8		14	Tejido a mano (chalin, guantes lluchús)
4.	Siproma	6		4	Tejido a mano (Guantes y chompas)
5.	16 de noviembre	8		8	Tejido a mano (chompa y chalin)
6.	Seproa	4	1	14	Tejido a telar manual (Mantillas y chalin)
	<b>Total</b>	<b>41</b>			

**Fuente:** Elaboración propia, en base a recolección de información, gestión 2015

Al respecto una de las afiliadas expresa lo siguiente: “*Como grupo tenemos que desarrollar los productos para el mercado interno y externo a través de la Asociación Ayni. Todos debemos cumplir de manera equitativa, para más adelante ser una Asociación que acoja a otras asociaciones similares a nuestro rubro y de esa manera poder exportar a otros países a nivel mundial nuestros productos artesanales*”. (Entrevista a Simona Mamani, Edad 45 años, 01/09/14). Como se puede observar, al interior de cada grupo existe cierta especialidad y de la misma forma, existe especialidades individuales dentro de cada grupo, los cuales unen fuerzas y contribuyen en el proceso de producción. Esta forma de actividad laboral hace crecer vínculos de solidaridad y reciprocidad pero también se puede ver un grado de individualismo ante la competencia de elaborar más prendas y generar ingresos económicos elevados a comparación de sus compañeras de la Asociación.



## 1.8 Afiliados y especialidad de cada grupo

En el siguiente cuadro N° 3 se hace un desglose de los/as afiliados por grupo, edad, técnica de especialidades y herramientas que utilizan y además los materiales que frecuentemente utilizan para para la elaboración de sus prendas.

**Cuadro N° 3**

### **DESGLOSE DE AFILIADOS POR GRUPO – ESPECIALIDAD Y HERRAMIENTAS QUE USA INDIVIDUALMENTE**

N°	Grupos	Nombre y apellidos	Edad	Técnica de especialidades que trabaja en su grupo	Herramientas que utiliza	Material que utiliza
1.	Qhanatatiwi	Justina Limachi	57	Tejido con Maquina. Chompas, Cama.	Máquina de Tejer tarjetero, Plancha, cinta métrica, aguja punta roma, tejera, palillos	Lana alpa Andina y alpaca normal
		Pascuala Huacuto	30	Tejido con Maquina. Corte de manta	Máquina de Tejer tarjetero, Plancha, cinta métrica, aguja punta roma, tejera, palillo circular.	Lana alpa Andena y alpaca normal
		Cecilia Velasco	58	Confección las bolsas ecológico acuerdo a la medida	Máquina de coser Plancha, tejera, cinta métrica, regla recta	Tela de tocuyo y tela de galleta
		Justina Bugoa de Sunavi	46	Confección las miniaturas y las parejas andino	Máquina de Coser Domestica Plancha, tejera, cinta métrica, colección de aguja manual tiza de sastre los moldes básicos.	Tela de bayeta tierra e hilos de costura
		Pascuala Villca Apaza	35	Confección las servilletas para las mesas y adornos.	Máquina de coser tejera, Plancha, cinta métrica tiza de sastre	Tela de tocuyo, hilos.
		Maribel Quispe	29	Confección los	Máquina de coser	Tela de

				monedero	tejera, Plancha, cinta métrica tiza de sastre	aguayo a colores
2.	Amtawi	Arminda Machaca de Machaca	55	Tejido a Mano. Gorras y guantes.	Palillos Circular por número tejera, Plancha, cinta métrica	Lana alpa Andina y alpaca normal
		Andonia Mamani Quispe	38	Tejido a Mano. Gorras y guantes con dedo	Palillos circular por número tejera, Plancha, cinta métrica	Lana alpaca normal
		Rosa Chura de Quispe	54	Tejido a Mano. Gorras, guantes con capucha	Palillos 5 unidades y circular por número tejera, Plancha, cinta métrica, croché.	Lana alpaca normal y fina
		Ángela Cayllante	30	Tejido a Mano. Guantes con dedo.	Palillos circular por número tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma.	Lana alpaca normal y fina.
		Angélica Paco de Calamani	52	Tejido a Mano. Chalina, guantes con dedo	Palillos circular por número tejera, Plancha, cinta métrica	Lana alpaca normal y fina.
		Rusmery Pillco	30	Tejido a Mano. guantes con dedo y capucha, chalina	Palillos 5 unidades y circular por número tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Julia Espinoza	45	Tejido a Mano. Chalina, guantes con dedo y gorra.	Palillos circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica	Lana alpaca normal y fina.
3.	11 de octubre	Elena Mamani de Sánchez	45	Tejido a Mano. guantes con dedo y capucha,	Palillos 5 unidades y circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Viviana Mamani	40	Tejido a Mano. Chompa, Chalina guantes con dedo	Palillos circular por número, tejera, cinta métrica Aguja punta roma,	Lana alpaca normal y fina.

					Plancha	
		Martina Calamani Mamani	51	Tejido a Mano. Chalina, guantes con dedo y gorra.	Palillos 5 unidades y circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Antonia Mamani	30	Tejido a Mano. guantes con dedo y capucha	Palillos 5 unidades y circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Albertina Quispe de Layme	49	Tejido a Mano. guantes con dedo y capucha	Palillos circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica, aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Elena Coronel	50	Tejido a Mano. Chalina, guantes con capucha y medio dedo	Palillos 5 unidades y circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina.
		Beatriz Condori	41	Tejido a Mano. Chalina, guantes con capucha y medio dedo	Palillos 5 unidades y circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Catalina Calamani de Paco	-	Tejido a Mano. guantes con dedo y capucha, Llaveros de	Palillos 5 unidades y circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
4.	Siproma	Julia Quispe	49	Tejido a Mano. guantes con dedo	Palillo circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal
		Exalta Quispe	42	Tejido a Mano. Chompa, Chalina guantes con	Palillos 5 unidades y circular por número, tejera, Plancha, cinta	Lana alpaca normal

				dedo	métrica, croché, y Aguja punta roma	
		Natalia Barrera	32	Tejido a Mano. Chalina, guantes con capucha con dedo y medio dedo	Palillos 5 unidades y circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Gregoria Mamani	38	Tejido a Mano. guantes con dedo	Palillo circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal
		Cristina Calancho	45	Tejido a Mano. Chompa, Chalina guantes con dedo	Palillo circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal
		Remedios Barrera	-	Tejido a Mano. Chalina, guantes con capucha con dedo y medio dedo	Palillos 5 unidades y circular por numero tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
5.	16 de noviembre	Ruth Mamani	37	Tejido a Mano. Chompa, Chalinas guantes con dedo	Palillo circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Máxima Velasco	41	Tejido a Mano. Chompa, y Chalinas	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Andonea Rojas	43	Tejido a Mano. Chalinas	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Pacisa Santos Arenas	45	Tejido a Mano. Gorras y	Palillos circular por número,	Lana alpaca

				guantes	tejera, Plancha, normal y cinta métrica, fina croché, y Aguja punta roma	
		Angélica loeyza	39	Tejido a Mano. Gorras y chalinas	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Rogelia Santos	38	Tejido a Mano. Lluchos y chalinas	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Marevel Kantuta	40	Tejido a Mano. Chalinas y gorras	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
		Roberta Espigo	46	Tejido a Mano. Chompa y guantes	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca normal y fina
6.	Seproa	Simona Mamani	45	Tejido a telar. Mantilla chalina	Telar Vertical Manual. Urdidura, madeja dura, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana Alpaca fina y alpaca normal
		Rosa Clares	40	Tejido a Mano. Chompa, Chalina y guantes	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana Alpaca fina y alpaca normal
		Julia Clares Condori	46	Tejido a Mano y maquina Chompa, Chalina y guantes	Palillos circular por número, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja	Lana Alpaca fina y alpaca normal

				punta roma	
	Roberto Huanca Titirico	39	Tejido a telar. Mantilla chalina	Telar Vertical Manual. Urdidura, madejadura, tijera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma	Lana alpaca fina y alpaca normal
	Rusmery Mamani Cuaquirá	30	Tejido a telar Industrial Mantillas y chalina	Urdidura, madejadura, Cortadura, tejera, Plancha, cinta métrica, croché, y Aguja punta roma Maquina de costura.	Lana alpaca Andina y sintética.
	<b>TOTAL</b>	<b>41 afiliados/as</b>			

Fuente: Elaboración propia, en base a recolección de información, gestión 2015

### 1.7. Liderazgo - Mujeres en la Dirigencia

En un estudio de elaborado por la Coordinadora de la Mujer, refleja datos relevantes como ser, el año de 2014 “...respecto al interés de participación política como dirigentas, representantes o autoridades muestra que el 68,9% de mujeres no tienen interés en serlo y un 30,4% declara que tiene interés. Las motivaciones para este interés, se dan en primer término porque puede contribuir a su sector o comunidad; le sigue en importancia el contribuir a los derechos de las mujeres<sup>17</sup>”. (Ferreira, 2018:73). Es decir, ante diferentes dificultades las mujeres si desean participar en un rol dirigenal, en organizar a sus compañeras para poder desarrollar actividades en beneficio de la colectividad.

Considerando la postura de Paniagua quien aduce que el trabajo de las mujeres es importante porque ayuda a cubrir las necesidades económicas familiares y sociales a través del excedente que les queda de su trabajo, que está relacionado al tejido y la artesanía (Paniagua, 2006). En este caso los afiliados alteños/as de Ayni contribuyen a la economía

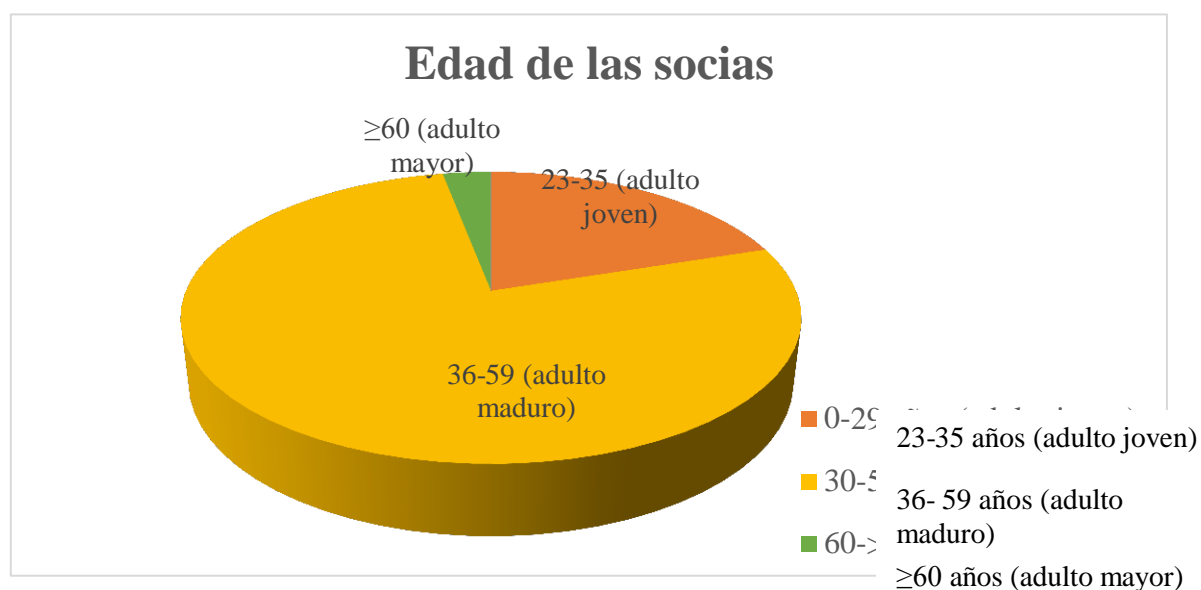
<sup>17</sup> Citado por Ferreira Cecilia (2018) “Participación de mujeres en la central local de cooperativas agropecuarias en Caranavi- CELCCAR”. Trabajo Dirigido Petaeng, para la obtención del grado de licenciatura.

de sus familias realizando artesanías esencialmente con lana de alpaca, sobre la actividad artesanal a la que se dedican, describo a detalle en las características de las afiliadas.

### 1.1. Características de las socias afiliadas

Según el censo realizado se obtuvo los siguientes datos, a continuación se presenta en gráficos seguidos de su interpretación y análisis.

GRÁFICO N° 1

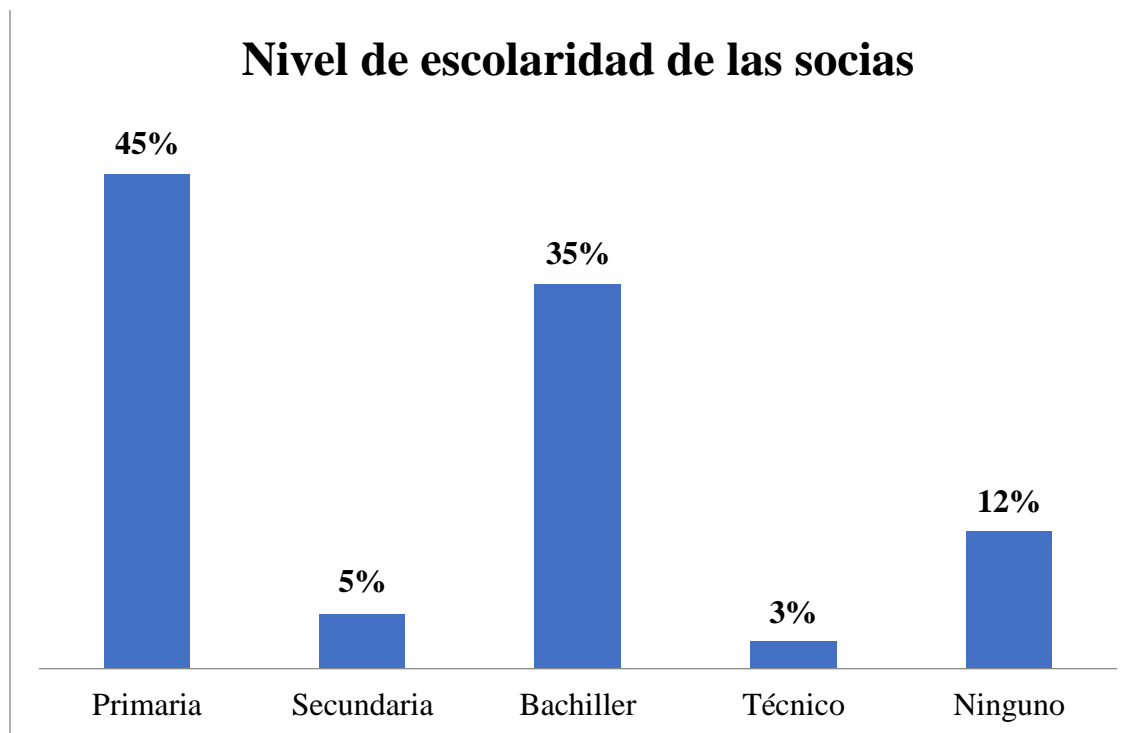


**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

El gráfico refleja los siguientes datos, el 77% comprende las edades de 36 a 59 años de edad, por lo que se puede mencionar que en su gran mayoría de población se centra en adulto maduro. Podría vincular la edad de las mujeres con las responsabilidades que tienen al interior de sus hogares, pues son casadas o concubinas y generalmente madres, este hecho podría ser una motivación de ellas para dedicarse al trabajo artesanal debido a las responsabilidades que asumen al momento de convertirse en madres como se ha podido observar en el estado de la cuestión, desde tiempos antiguos, las mujeres al convertirse en esposas o madres llevan consigo también la responsabilidad del sustento alimenticio propio y el de sus hijos, lo cual les motiva a insertarse laboralmente en actividades que les permitan también atender a sus hijos, seguido del 20% que comprende de la edad de 23 a 35 años son personas adulto joven, quienes también tienen su propio entorno familiar, es

decir, son casadas, concubinas o separadas y tiene sus hijos Y el 3% corresponde a una población mínima de mujeres adultas mayores de 60 años para adelante.

**GRÁFICO N° 2**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Referente al tema de nivel de escolaridad de las artesanas afiliadas a la asociación, el 45% han culminado el nivel primario, seguido del 35% que culminaron el bachillerato, sin embargo el 12% de la población censada hace referencia que no tiene ningún nivel de educación donde las encuestadas referían que sus padres no tenían recursos económicos dentro de su contexto familiar ya que como labor fundamental era colaborar a sus padres en la siembra y cosecha de papa, cebolla, quinua y otros tubérculos, asimismo pastear ovejas, etc. tal como relata una de las socias: *"Yo no he tenido la oportunidad de estudiar hasta bachiller porque me aplacé en matemáticas cuando estaba en quinto básico y mi papá me sabe pegar y reñir harto cuando me preguntaba sobre mi tarea, hasta con el lápiz en la mano y se llorar mucho hasta que deje el colegio así he empezado a trabajar con mi papá y mamá"*. (Entrevista a socia Justina Limachi, Edad 57 años, 10/09/14).



Es decir, ayudar en las actividades cotidianas del área rural. Asimismo, el 5% hace referencia que sí lograron alcanzar al nivel secundario pero que no lograron terminar el bachillerato. Por último, como población mínima del 3% si lograron alcanzar el nivel técnico de diferentes ramas, que no corresponden al tejido artesanal.

Aquí es importante reconocer que muchas de las afiliadas tienen como motivación de su trabajo, el deseo de que sus hijos estudien, motivo por el cual también migran del campo a la ciudad, sus actividades artesanales les permiten de alguna manera sustentar no solo la alimentación sino también los estudios de sus hijos. Al respecto, a continuación veamos cuántos hijos tiene cada socia.

**GRÁFICO N° 3**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

El gráfico, nos muestra que el 50% de las socias afiliadas tienen de 4 a 6 hijos, siendo así el porcentaje predominante, seguido con el 45% que representa de 1 a 3 hijos. Por último, el 5% como porcentaje mínimo hace referencia que las socias afiliadas a la Asociación tienen más de 6 hijos. Al ser la motivación de las mujeres madres, la generación de ingresos para el sustento familiar, Tal como indica una de las informantes:

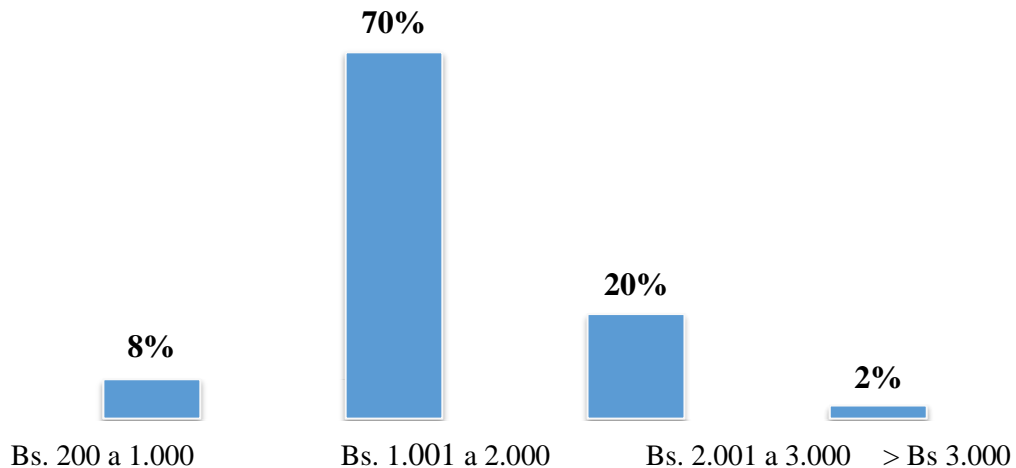
*“Yo soy madre de 4 hijos, dos de mis hijos ya están estudiando en la universidad uno está estudiando Ciencias de la Educación y el otro Mecánica Automotriz, y mis otras dos hijitas aún están en el colegio, ser madre no es nada fácil porque una tiene que estar velando día*

*a día a los hijos, viendo su alimentación, mis hijos que están en la universidad solo trabajan los fines de semana y eso les alcanza para sus pasajes. Mi esposo es chofer asalariado él siempre anda diciendo que no hay pasajero y como entrega la renta al dueño del carro poco es el dinero que trae a la casa y yo me veo obligada a trabajar a tejer más chompas o los guantes que es más fácil hacer y se acumula más rápido, pero también depende de los pedidos que se hagan, pero a veces tampoco hay venta por eso se deja en consigna a las tiendas". (Entrevista a Socia Elena Coronel, Edad 50 años, 04/09/15).*

El número de hijos es un justificativo más fuerte aun para que las mismas se empeñen en elaborar artesanías que les den menor grado de dificultad y corto tiempo de elaboración. Este aspecto es una motivación pero también una limitante, ya que es una justificación para que ellas no puedan asistir a todas las capacitaciones que son planificadas por el directorio, lo cual veremos más adelante. Pero si tienen ese promedio de hijos, hay que ver cuáles son sus ingresos económicos con los que cuentan para sustentar las necesidades básicas de sus hogares.

#### GRAFICO N° 4

##### Ingreso total familiar por mes



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Referente al ingreso mensual, de cada socia de su entorno familiar (esposo, hijos) el 70% de cada socia de su entorno familiar (esposo, hijos) perciben un ingreso entre Bs 1.001 a

2.000. Es decir, que el esposo e hijo aportan económicamente al sustento familiar, como expresa la informante:

*“En mi familia, mi esposo y también mis tres hijos que todavía son solteros me ayudan a cancelar con algunos gastos de la casa, porque no puedo pedir a mis hijos o exigir, y tienen sus propios gastos. Algunas veces me dan para los gastos de luz, agua y cable, mis hijos me dan un total de Bs. 600 y eso me ayuda a pagar todos los gastos básicos, mi esposo aporta para la alimentación al mes me da Bs 200 y yo tengo que poner lo que falta de dinero cuando voy al mercado a comprar, pero yo trabajo en otras cosas también los días jueves y domingos voy a venderme comida a la feria 16 de julio pero a veces no hay venta y competencia y poco se gana ”.* (Entrevista a Socia Andonia Mamani, Edad 30 años, 04/04/15).

Y el 20% tienen un ingreso de Bs 2. 001 a 3.000 de las socias, su entorno familiar también colabora con los ingresos económicos. El 8% de las socias tienen un ingreso entre Bs. 200 a 1.000 elaborando artesanías, una de las entrevistadas nos menciona lo siguiente:

*“Yo soy madre soltera a veces el padre de mi hija me da para los gastos económicos para mí hijita, tampoco le he puesto una denuncia para que me dé la asistencia familiar, él me da dinero solo cuando puede como él también ya tiene su segunda familia y es problema exigir por eso yo sola tengo que sacar adelante, mi ingreso total por mes es pues Bs 1.000 tejiendo esta artesanía estoy logrando tener este ingreso y como solo estoy con mi hijita me alcanza no más.”* (Entrevista a Socia Natalia Barrera, Edad 32 años, 25/09/14).

El 2% de las artesanas indican que tienen un ingreso mayor a Bs 3.000 por mes; se puede apreciar que la mayoría de las socias tienen un ingreso total familiar mensual de subsistencia y son pocas las personas que logran generar ingresos más altos, pues se dedican a varias actividades.

Hay que ser conscientes de que los ingresos que reportan son generales y no consideran solo él de sus ganancias por la elaboración de artesanías, algunas han comentado que al mismo tiempo también se dedican a otra actividad como ser: ayuda en venta de comida, ayudo sus esposos como auxiliar de choferes (ayudantes).

Este grupo refiere que las ganancias son aproximadamente por tejer son de Bs 600 percibidos de manera mensual, es decir, por la venta de sus productos artesanales; como ser

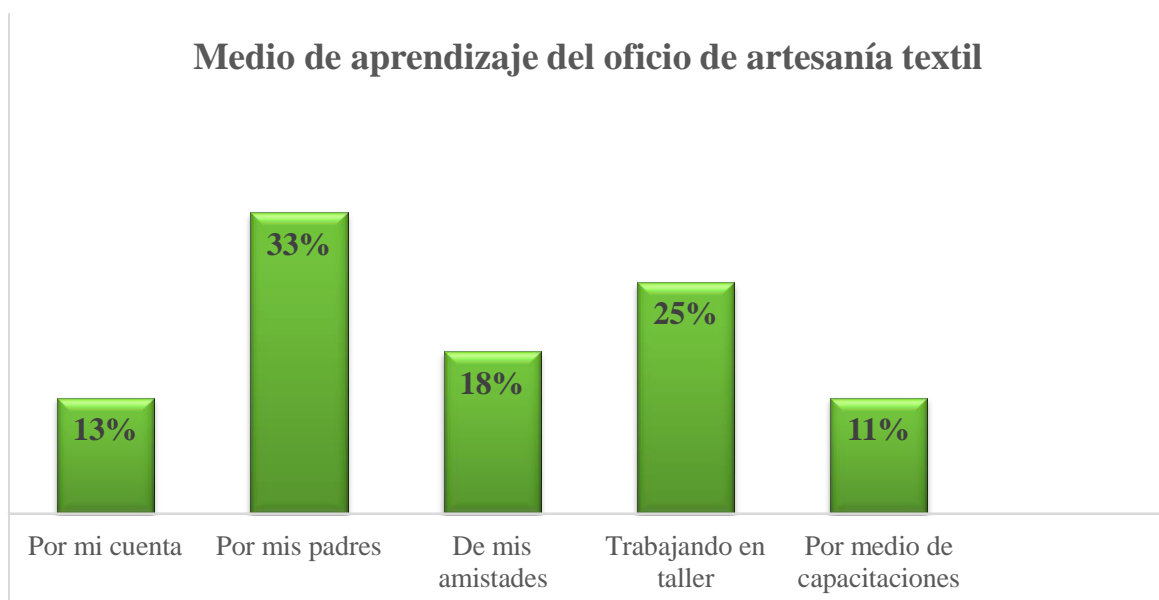
chompas y chalinas. Como refiere una de las entrevistadas: “La ganancia mensual por tejerse se saca más o menos un total de Bs 600, es pues acumulando el dinero por tejer chompas de diferentes medidas y de una sola medida las chalinas pero de diferentes colores también se hace una combinación de los mismos colores por tejer guantes, también puedes tejer una manta a telar, depende ya de cada una también.” (Entrevista a Socia Julia Quispe, Edad 49 años, 25/09/14).

Además de que los ingresos por elaboración de artesanías no son todos líquidos o que se puedan contar en el momento, más bien son acumulativos ya que al dejar sus prendas en consignación deben esperar a que estos se vendan para contar con el dinero, como se puede ver más adelante.

### 1.2. La artesanía como medio de generación de ingresos – el proceso de producción

Tomando en cuenta que la mayoría de las mujeres que son socias de la Asociación AYNÍ se dedican a realizar diferentes artesanías, vamos a observar el medio por el cual aprendieron a desarrollar la actividad artesanal y las características que esto conlleva.

**GRAFICO N° 5**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

En el aprendizaje del oficio de artesanía textil, el 33% señala que aprendieron de sus padres, específicamente de la madre a quien vieron tejer alguna prenda artesanal y esto

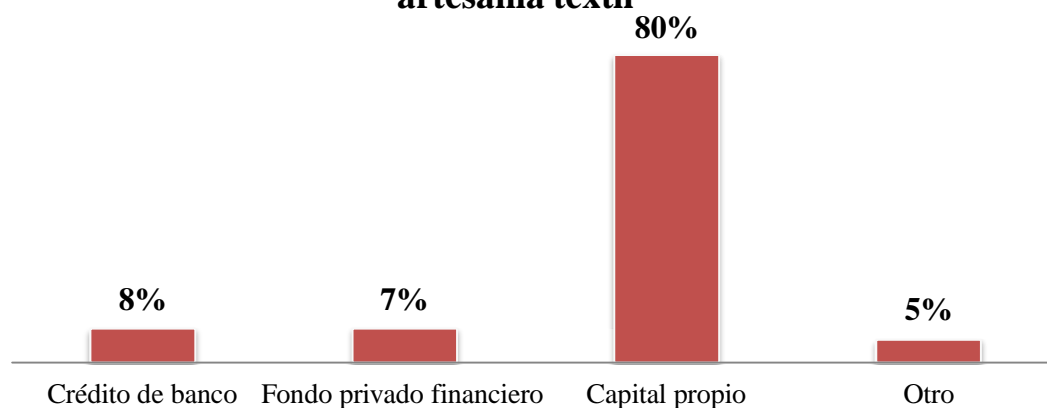
quedó como aprendizaje marcado pues como la mayoría de las socias son provenientes del área rural y en estos lugares se dedican a tejer alguna prenda como ser chalinas, lluchüs, para las épocas de frío, pues cuando uno patea ovejas o va con el ganado a los cerros, se dedica a tejer alguna prenda y es así que este oficio queda plasmado en las artesanas pues sus padres les enseñaron la importancia de tejer. Como refiere una de las socias: *“Antes cuando yo era pequeña mi madre me ensañaba a tejer luchos y chalinas, cada día que íbamos a pastear ovejas sabemos estar tejiendo con mi mamá mirando las ovejas y cuando ya sabe ser tarde nos sabemos ir también a la casa.”* (Entrevista a socia Rosmery Pilco, Edad 30 años, 28/04/15).

El 25% señala que aprendió trabajando en talleres es decir, que confeccionaban diferentes prendas de vestir, es decir, ropas deportivas, jeans, chamarras. Donde por el tiempo de dos semanas eran puestos a prueba y solo percibían un ingreso económico que solventaba su alimentación pasado esta prueba podían contar con un ingreso mensual.

Ahora bien, el 18% aprendió su oficio en su entorno de amistades cercanas (compadres, comadres amigas, amigos) y la ganancia que obtenían era por la cantidad de elaboración de prendas, el 13% refiere que aprendió mediante capacitaciones por instituciones o proyectos por parte del gobierno o alcaldía. Por último, el 11% refiere que aprendió por cuenta propia.

**GRÁFICO N° 6**

**Fuente de financiamiento para producción de artesanía textil**



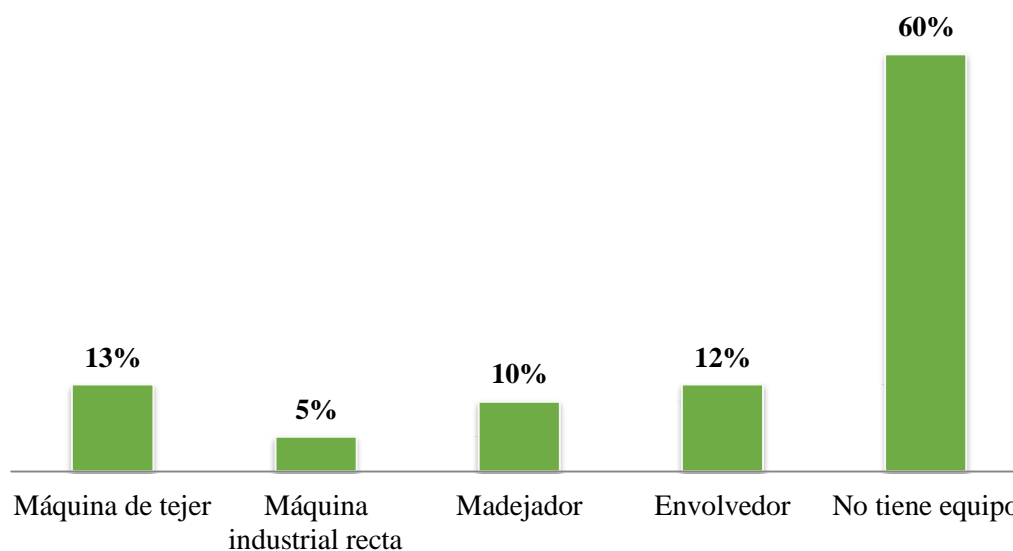
**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

En la fuente de financiamiento para la producción artesanal textil, esto hace referencia como las artesanas reciben apoyo de diferentes instituciones ya sea por fondo financiero privado, crédito de banco, capital propio u otro.

Ahora bien, la gran mayoría de las artesanas 80% señalan que la fuente de financiamiento para su producción de artesanía textil, es capital económico propio, es decir, ellas tienen que invertir de su capital propio para la elaboración de sus prendas. El 8% reciben financiamiento de un crédito bancario. Así también, el 7% obtienen apoyo de un fondo privado y el 5% hace referencia que recibe apoyo de otro, probablemente de un préstamo familiar.

### GRÁFICO N° 7

#### Tenencia de equipo de trabajo para artesanía textil



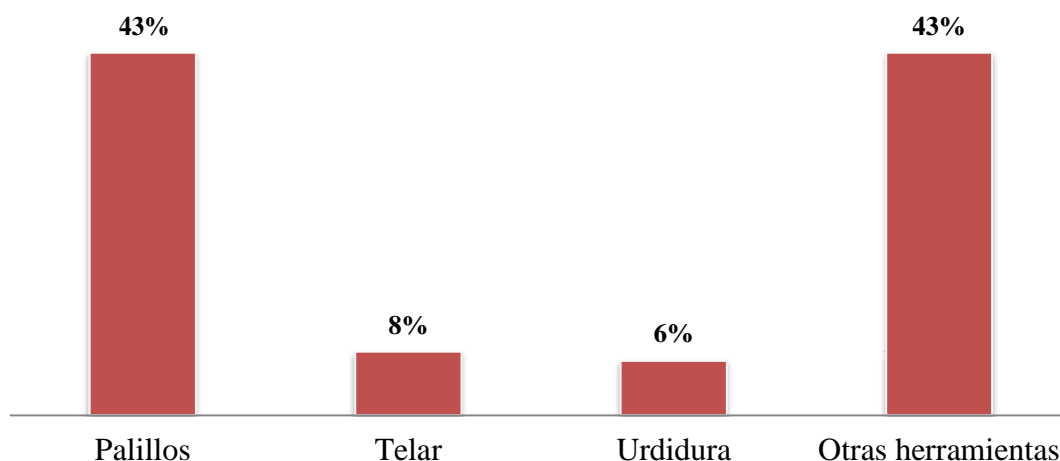
**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Se puede apreciar en este gráfico los siguientes datos, donde el 60% de las socias pertenecientes a la Asociación no cuenta con un equipo textil y por ende utilizan herramientas artesanales manuales, es decir, solo utilizan palillos, broche para su tejido textil a mano. Sin embargo el 12% de las socias cuentan con un envolvedor propio en su domicilio, el 10% tienen un madeja dora de lana en sus hogares que les ayuda a envolver la lana de alpaca lo que facilita el tejido artesanal. El 13% de las socias cuentan con una máquina de tejer para así producir diferentes artesanías textiles. Por último, el 5% cuenta

con una maquina industrial recta que en determinados momentos lo usan para el colocado de etiquetas de las prendas artesanales, y algunos familiares hacen el uso para otra actividad, como refiere una de las socias: *“En mi casa tenemos una maquina recta, mi esposo cuando se vino del Brasil se compró esta máquina algunas veces yo hago uso de esta máquina para poder colocar las etiquetas de las prendas que elaboramos para la asociación, pero mi esposo si costura en esta máquina porque una señora le hace pedidos para poder vender en la ceja.”* (Entrevista a socia Rosmery Mamani C. Edad 30 años, 23/02/15). Este porcentaje es menor a comparación con lo demás datos.

### GRÁFICO N° 8

#### Tenencia de herramientas manuales para producción de artesanía



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

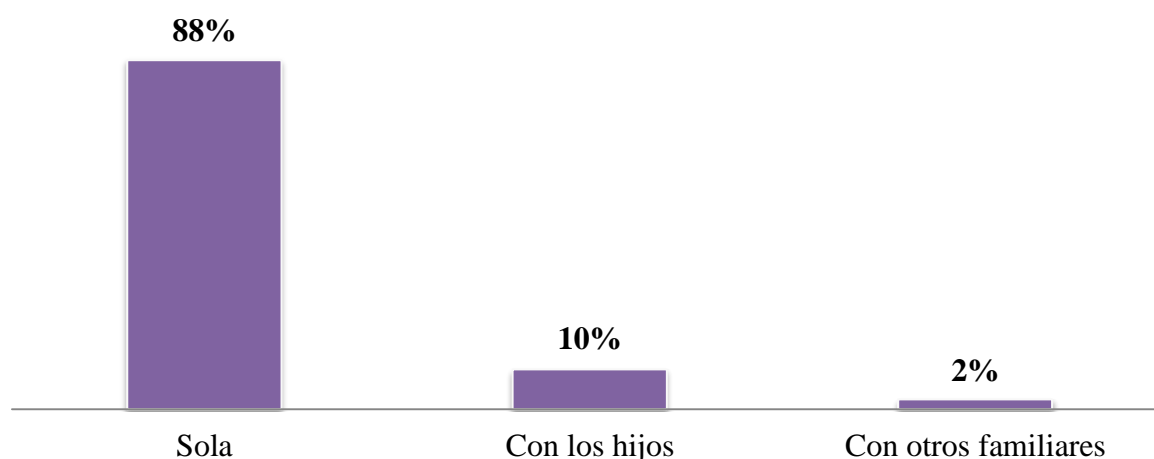
Se tiene los siguientes datos, donde el 43% de las socias utilizan herramientas manuales en este caso palillos de diferentes tamaños ya que son utilizados de forma manual para la producción de artesanías textiles, como chompas, chalinas, guantes, etc. tal como manifiesta una de las socias: *“Es importante contar con la herramienta de trabajo para tejer toda una variedad de productos por eso casi la mayoría de las socias y yo tenemos palillos de diferentes tamaños, ahora si no tenemos algún número de palillo puedes prestarte de alguna socia pero por ahí ella está usando tejiendo alguna chalina o chompa,*

*por eso es mejor tener todos los números de los palillos para tejer las artesanías<sup>18</sup>.”*  
(Entrevista a Secretaria de Actas, Luisa Mayta Mamani, edad 42 años, 29/08/14).

Así también, el 43 % hacen uso de diferentes herramientas como croché, tijeras, plancha, cinta métrica entre otros, el 8% hacen referencia que tienen un telar propio manual para la producción artesanal, por último, el 6% tienen urdiduría<sup>19</sup> para realizar diferentes artesanías textiles de acuerdo al pedido del cliente.

### GRÁFICO N° 9

#### Mano de obra para producción de artesanía textil



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Se aprecia en la columna, que el 88% elaboran sus artesanías textiles de forma individual y generando un ingreso económico para su sustento familiar, el 10% de las afiliadas cuentan con la colaboración de sus hijos/as para la elaboración de diferentes artesanías textiles el 2% tienen el apoyo de la mano de obra como ser otros familiares (madre, hermana, tías, primas). Una de las socias menciona lo siguiente:

*“Yo tejo a mano ya desde hace muchos años atrás, antes cuando era pequeña mi madre me enseñó a tejer, cuando ya era jovencita de 20 años me he casado con mi esposo y se estar en la casa, solo se preparar tecito almuerzo y cena para mi esposo porque mi esposo me*

<sup>18</sup> El costo económico de contar con todos número de palillos es de Bs 100

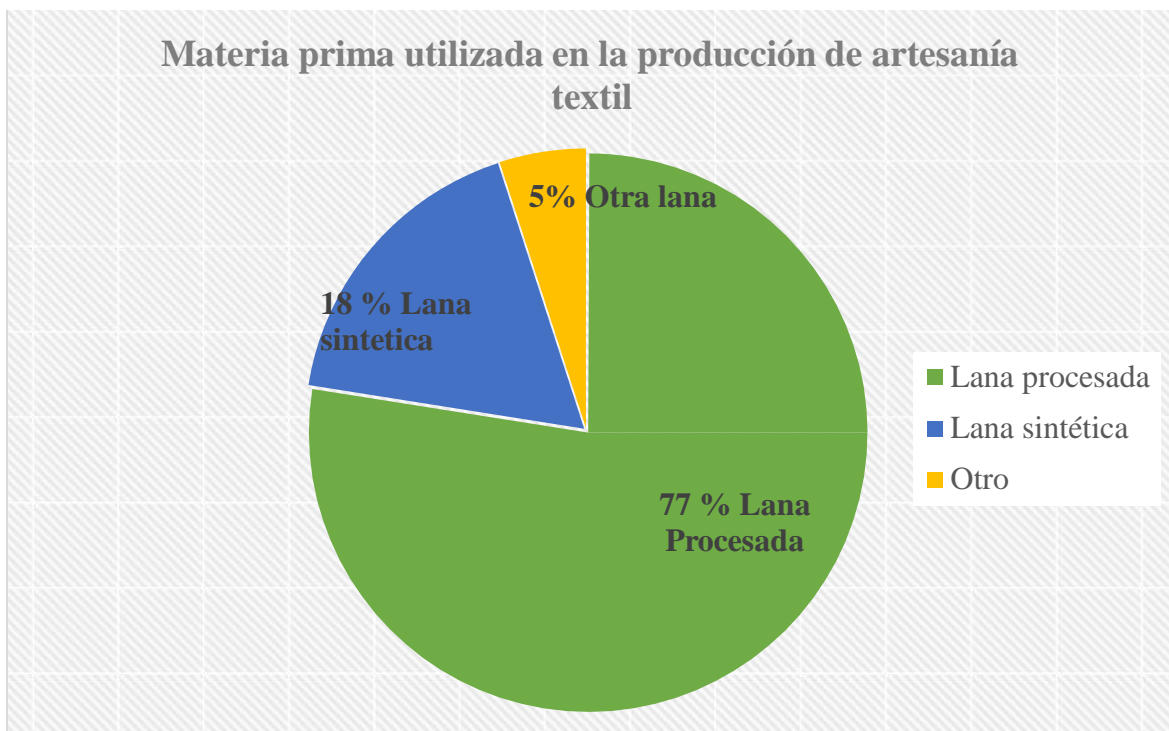
<sup>19</sup> Equipo que se usa para tejer diferentes artesanías en lana, similar al telar. Ver imagen en anexos N° 6



*decía, no tienes que trabajar solo tienes que cuidarme a mí, y yo no trabajaba en ningún lado pero si en casa lavaba ropa todo para mi esposo. Cuando se estar libre se empezaron a tejer chompas y corpiños para mi esposo para que en la temporada de frío se ponga y no se enferme. Con el tiempo tuve a mis hijos varones son 4 y para ellos se los tejía chompitas, mi esposo callado compraba lana para que teja para las wawas mi esposo es bien cariñoso con mi familia. De esa forma yo me tejía solita no mas siempre y ahora es lo mismo yo sola hago los tejidos. No pido ayuda a nadie de mis hermanas porque ellas están ocupadas en otras cosas, pero siempre es mejor tejerse solita así también te ganas más platita yo tejo para la Asociación y tengo no más entrada.” (Entrevista a socia Remedios Barrera, Edad 43 años, 06/03/15).*

Mediante la recolección de información algunas de las socias afiliadas prefieren tejer solas, de esa forma generar más ingresos económicos. Es decir, tejer prendas para su entorno familiar o para la venta prefiere elaborar de manera individual y no depender de otras personas; como de compañeras de trabajo, amigas o parentesco familiar. Pero cuando requieren prestarse alguna herramienta de trabajo (telar vertical) recurren a sus compañeras de la Asociación para poder cumplir con el pedido solicitado de su cliente.

**GRÁFICO N° 10**

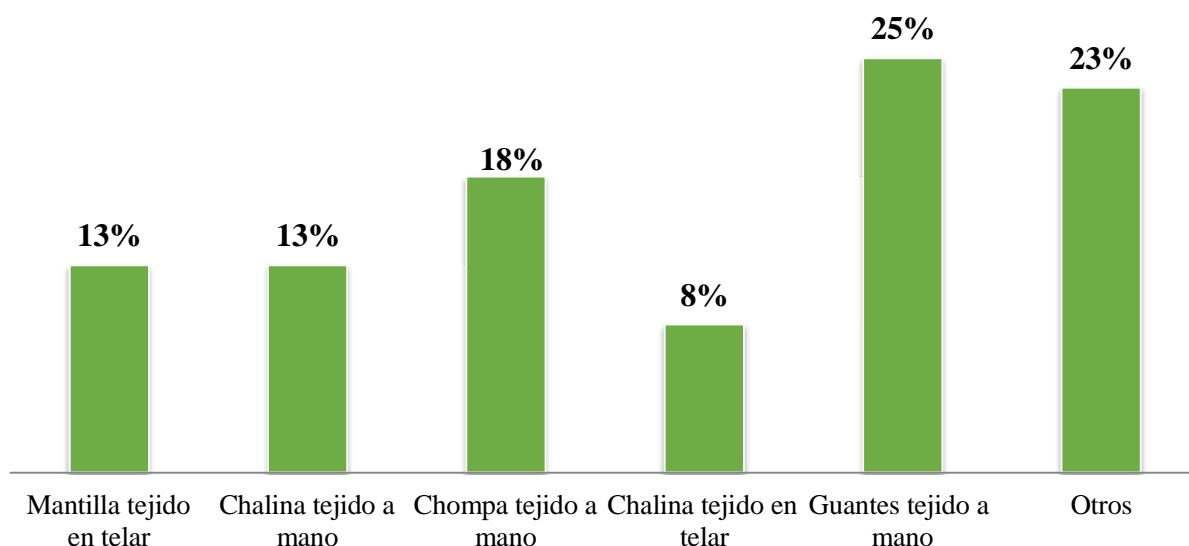


**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Se puede denotar en el siguiente gráfico, la materia utilizada en la producción de artesanía textil, el 77% que utilizan las artesanas es lana procesada con fibra de alpaca que adquieren exclusivamente por el precio de la fábrica hilandería Boliviana (Coproca<sup>20</sup> s.a.), ya que la lana es más fácil de tejer porque tiene un manejo uniforme para la producción de la artesanía textil, el 18% de las socias utiliza lana sintética porque algunos clientes buscan a bajos precios los productos artesanales, sin embargo, el 5% hace referencia que utilizan otro tipo de material que por lo general es la elaboración de lana natural donde la socia se encarga de lavar la lana y asimismo de teñirla dejándola lista para posterior tejer una prenda, pero esto de lavar y teñir la lana significa más trabajo y ellas no siempre están dispuestas a hacerlo, se conoce que antes las mujeres lo hacían porque no había lana procesada, pero ahora que existe hay la preferencia de usar lana ya procesada.

**GRÁFICO N° 11**

**Tipo de productos de artesanía textil que producen**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Ahora bien, entre el tipo de productos que producen las socias destacan los guantes y chompa tejido a mano, chalina tejido a mano y en telar. Es decir, el 25% de las socias producen guantes ya que es una forma de elaboración de forma rápida y requiere poco

<sup>20</sup> Es una compañía de productos camélidos, que fue fundada en el 18 de abril de 1991 en la ciudad de El Alto.

tiempo, como afirma la entrevistada: “*Cuando se teje los guantes requiere poco tiempo no más a comparación de una chompa tejido a mano eso si es demoroso porque se demora hasta cuatro días depende también si está tejiendo la chompa y nada más pero en los guantes es rápido tejer y mucho más cuando la lana es gruesa, porque cuando es delgado en los guantes y en la chompa demoras arto en tejer*” (Entrevista a Secretaria de relaciones Humanas, Julia Clares Condori, edad 45 años, 20/08/2014).

Podemos mencionar que cuando, una socia elabora los guantes le toma poco tiempo y también puede tejer muchos guantes pero cuando teje la chompa a mano requiere más tiempo de dedicación porque una vez que termina la chompa pasa al control de calidad y si está mal algo de la chompa tiene que arreglarlo antes de que salga a la venta y eso hace que aún se demore en venderlo y poder obtener una ganancia. Pero el 23% de las socias producen otros productos como ser; gorras, monederos, polaina, medias, etc.

Es necesario conocer cuánto tiempo les lleva hacer cada prenda y por consiguiente también conocer cuántas prendas pueden producir al mes, lo cual es variable, pero una aproximación nos ayudara a comprender mejor su situación.

### CUADRO N° 3

#### Tiempo de producción en horas y días

N°	Producto	N°	%	Tiempo (horas/ 1 pieza)	Días
1	Mantilla tejido en telar	3	7%	19.4	1
2	Chalina tejido a mano	5	12%	35.7	1 y 11 horas
3	Chompa tejido a mano	4	10%	69.8	2 y 22 horas
4	Chalina tejido en telar	12	29%	18.0	1
5	Guantes tejido a mano	15	37%	22.1	1
6	Otros, monederos, polaina, medias	2	5%	27.7	1 día 3 horas
	Total	41	100%	<b>192.7 horas</b>	<b>8 días</b>

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, marzo 2014

En el cuadro se puede apreciar el tiempo de producción textil en horas, es decir, el 7% de las artesanas en la elaboración de mantilla tejido en telar invierten un tiempo de 19.4 horas, en el caso de la chalina tejido a mano el 12% de las socias invierten 35.7 y la chompa tejido a mano el 10% de las afiliadas invierte 69.8 y en la chalina tejido en telar el 29% de las artesanas invierten el tiempo de 18.0 y en la elaboración de guantes tejido a mano el 37% de las socias invierten 22.1 horas y por último el 5% de las socias invierten de horas 27.7 realizando monederos, polaina y medias. Es decir, la socia invierte más tiempo en elaborar la chompa tejido a mano, lo cual podría justificar de alguna forma el precio de comercialización.

**CUADRO N° 4**  
**Cantidad de productos que cada socia produce al mes en la Asociación Ayni**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad Promedio de producción por socia (pieza/mes)</b>	<b>%</b>
Mantilla tejido en telar	6	13%
Chalina tejido a mano	4	10%
Chompa tejido a mano	7	18%
Chalina tejido en telar	2	9%
Guantes tejido a mano	5	23%
Otros	5	27%
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, marzo 2014

Ahora bien, referente a la cantidad de productos que produce cada artesana al mes; el 13% de las socias realizan 6 unidades de mantilla tejido en telar realizado de manera artesanal y este producto tiene una mejor duración. Y el 10% de las artesanas realizan 4 unidades de tejido de chalina a mano de forma mensual, pues esta prenda demora en su elaboración. Asimismo, el 18% de las socias hacen un tejido de chompas a mano donde en un mes logran realizar una cantidad de 7 unidades, el 9% de las socias elaboran chalinas tejido en telar logrando así en un mes 2 unidades, así también, el 23% de las afiliadas producen 5 pares de guantes de tejido a mano al mes, por último, el 27% de las socias producen otros

prendas textiles como ser; gorras, monederos, polaina, etc. donde se tiene un promedio de 5 piezas por mes elaborado por cada socia.

Si, contarán con todos los materiales de producción y además con espacios amplios y en buenas condiciones, en un lugar estable las socias podrían producir una cantidad considerable de prendas.

## CUADRO N° 5

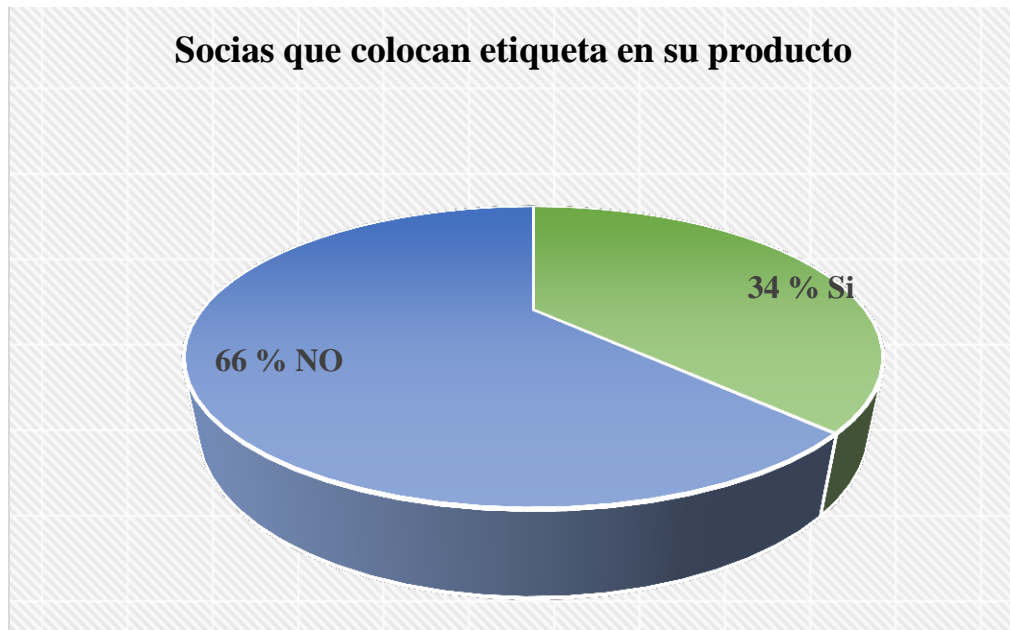
### Costo de producción de las artesanías

Detalle	Cantidad de productos al /mes	Gasto promedio materiales por producto/socia (Bs)	Gasto promedio en herramientas por producto/socia	Costo promedio en mano de obra por producto /socia (Bs)	Gasto promedio en servicios básicos por producto/socia (Bs)	Total costo promedio producción por producto (Bs)
Mantilla tejido en telar	9	145	32,90	59,30	19,30	265,50
Chalina tejido en telar	6	56,40	6,80	34,30	5	108,50
Chompa tejido a mano	6	105,40	16,20	63,80	13,10	204,50
Guante tejido a mano	17	40	4	3	2	66
Chalina tejido a mano	7	97,80	22	50,70	12,90	190,40
Chompa tejido a maquina	8	52,70	8,10	31,90	6,50	107,20
Otros	17	74,60	11,60	39,30	8,60	151,10

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, marzo 2014

Como se puede observar en el cuadro, siendo concretos analizamos los datos unitarios y observamos que en Telar producir una mantilla tiene un costo de Bs.- 29.50, y entre todas las socias pueden producir 9 prendas al mes, siendo el costo de todas las prendas Bs. 265.50, una chompa tejida a Mano cuesta Bs. 34.08 y el número más alto de producción que la Asociación tiene es de guantes, ya que si observamos tiene un costo unitario de Bs. 3.88 y entre todas pueden producir 17 unidades al mes.

**GRÁFICO N° 12**



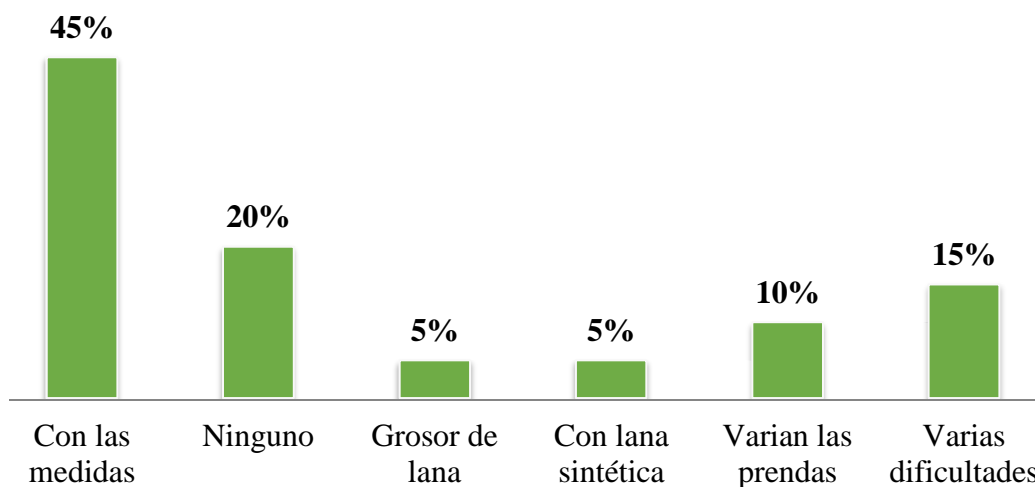
**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

En el gráfico se puede apreciar, que el 66% las socias artesanas no colocan las etiquetas correspondientes a las prendas ya que otras personas se encargan en el colocado de las etiquetas, sin embargo, el 34% si colocan etiqueta a su producto terminado, esto refiere que una vez terminado el producto colocan las etiquetas correspondientes a cada una de las prendas.

Al respecto de acuerdo al marco teórico, la marca nos permite darle un nombre a los productos y que esto permita identificar y distinguirse de la competencia, la Asociación Artesanal Ayni tiene su respectiva marca como símbolo corporativo y esta lleva también la distinción de grupo y como se puede observar en el cuadro, las asociadas no hacen uso adecuado de su marca ya que es menos de la mitad el porcentaje de personas que lo usan.

## GRÁFICO N° 13

### Dificultades en el acabado del producto



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Las dificultades que presentan en el acabado de cada producto, cada socia donde el 45% presentan dificultades con la medidas de las prendas pues en determinados momentos hay una variación de talla de las chompas, guantes y demás prendas esto hace que la socia se desmotive para continuar trabajando con la elaboración de las diferentes prendas, se puede denotar que hay una falta de capacitación y conocimiento para elaborar de manera correcta estos tejidos artesanales. Como afirma una de las socias:

*“Cuando se termina de tejer la chompa, por ejemplo a veces hay fallas en la manga o espalda siempre varia unos puntos, y al cliente no le gusta y te dice arréglamelo está muy apretó o muy ancho, y ahí también se invierte tiempo en arreglar la prenda y las que no saben bien tejer ahí demoran más de una semana quizás también hasta dos semanas y eso desmotiva a la socia a seguir tejiendo porque no avanza en tejer más prendas porque el tiempo es dinero.”* (Entrevista a Beatriz Condori, edad 41 años, 09/02/15).

Ahora bien, el 20% de las socias expresa que no tienen ninguna dificultad ante la elaboración de un producto pues tienen conocimiento necesario para elaborar cada uno de los productos. El 5% refiere que tienen dificultades con el grosor de la lana pues en determinados instantes es grueso y delgado, para el otro 5% la dificultad se encuentra con la lana sintética. Para el 10% de las socias la dificultad se presenta en la variación de las

prendas, pues a momentos elaboran chompas por un tiempo después guantes y eso es una dificultad para las socias.

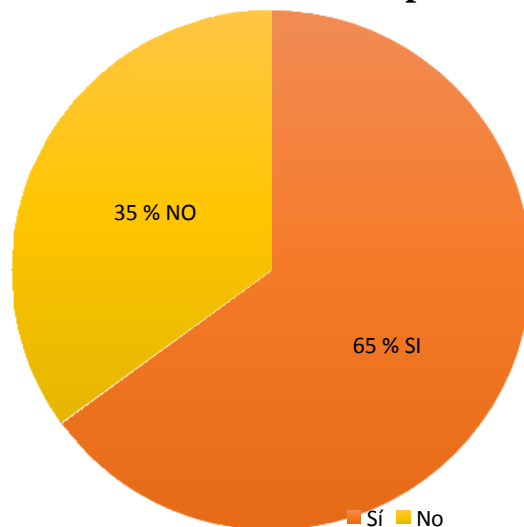
Por último, el 15% tienen varias dificultades como ser en el terminado del producto, compra de materia prima, falta de colores de lana y en stock en la fábrica proveedora que provoca incumplimiento con los contratos de venta y falta de estandarización del producto. Así también, las dificultades están en que no cuentan con conocimiento técnico y al mismo tiempo existe una individualidad en los grupos de las socias.

### 1.3. El proceso de comercialización de los productos de las socias

Las formas de comercialización, refieren como las socias venden sus productos terminados en los mercados de la ciudad de La Paz, es decir, las socias dejan sus prendas en las tiendas, galerías y después de un tiempo realiza el cobro del producto vendido. La dueña de la galería pone en venta por ejemplo, la chompa elaborada a mano se pone en un maniquí de exposición y una vez que el cliente compre la chompa recién cancela a la socia antes no realiza ningún pago por tanto la socia espera hasta que se venda dicha prenda esto puede demorar dos semanas inclusive un mes.

GRÁFICO N° 14

#### Socias que dejan su producto por consignación por días o tiempo

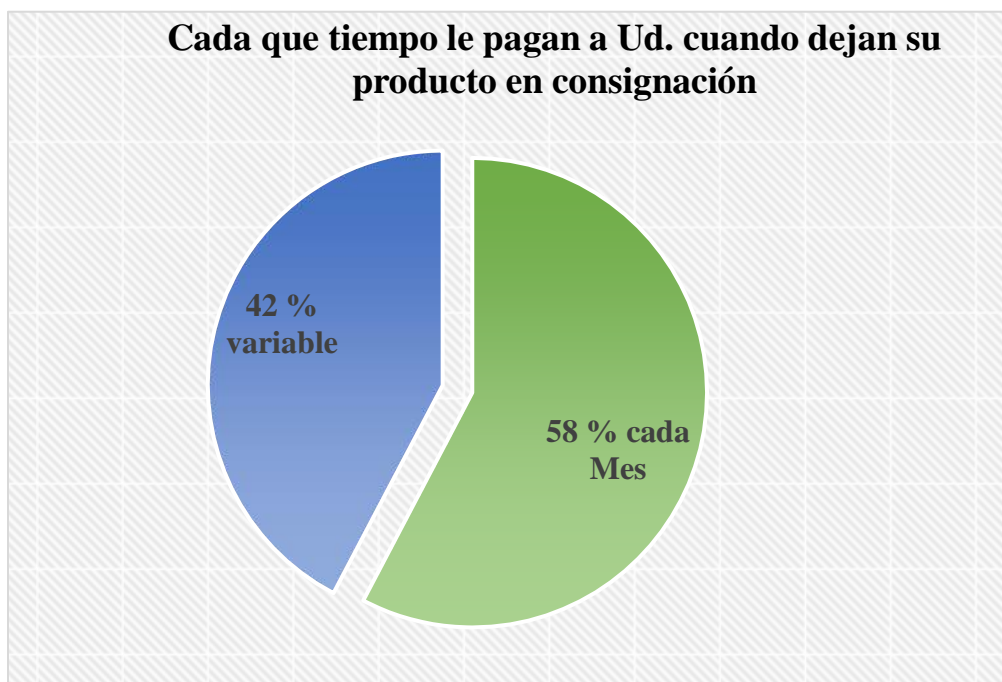


Fuente: Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014



Ahora bien, en días ordinarios en los que no hay ferias, el 65% de las socias dejan sus prendas a consignación ya que es la única forma de comercialización en el ámbito de mercado informal, es decir, deja sus prendas en diferentes galerías de la Calle Sagarnaga<sup>21</sup> de la ciudad de La Paz o algún lugar donde puedan vender su producto. Por otro lado, el 35% no dejan su producto a consignación, pues prefieren venderlo por su lado al contado.

**GRÁFICO N° 15**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

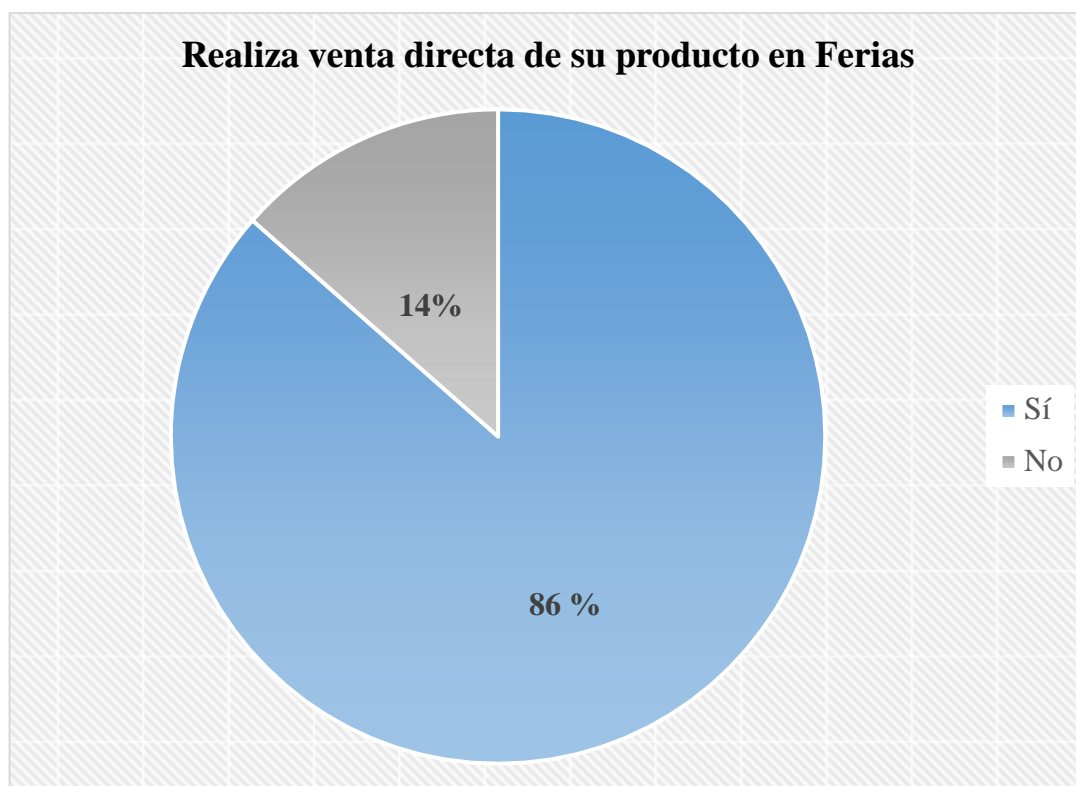
En los pagos correspondientes de cada producto artesanal, dejados a consignación las socias esperan por el lapso de un mes el 58%, es decir, esperan su pago económico hasta que la prenda sea vendida. Y el 42% de las socias señalan que venden su producto artesanal de diferente manera en determinados momentos el tiempo es variable, puede ser menos de un mes o esperan más de un mes, hasta que vendan su producto.

Por otro lado, las socias en los días que hay ferias tanto zonales u otros, realizan venta directa como expresa una de las entrevistadas al respecto: “*Nosotras como productores nos*

<sup>21</sup> Es una de las vías tradicionales de la ciudad de La Paz se halla ubicada en barrio de San Sebastián, que es parte del Casco Urbano de la ciudad y es parte del Macrodistrito centro. Fuente: En [http://www://es.m.wikipedia.org/wiki/Calle\\_Sagárnaga](http://www://es.m.wikipedia.org/wiki/Calle_Sagárnaga). Consultado el 20 de junio de 2014.

organizamos para ofertar a los compradores en manera participando a las ferias locales exponiendo los productos de artesanía en la calidad dando los precios dependiendo la calidad de fibra de alpaca". (Entrevista a responsable del grupo N° 3, Agosto de 2014). Mediante esta información podemos destacar como las socias de la Asociación realizan una participación en diferentes ferias.

Gráfico N° 16



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

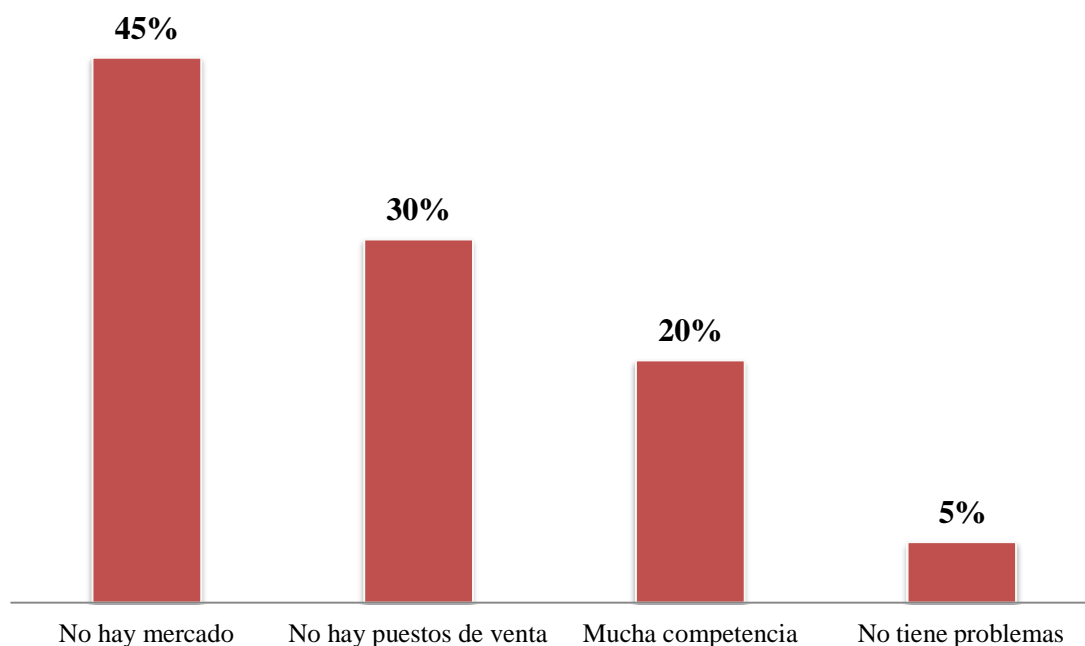
Asimismo, el 86% de las socias realizan la venta directa del productor al consumidor, es decir, venden sus productos artesanales de forma directa esto en lugares de ferias, calles donde se promocionan estos productos artesanales. Por otro lado, el 14% de las socias no realizan una venta directa en estas ferias ya que solo producen sus productos a pedidos del cliente dentro de la asociación, sino lo realizan a través de intermediarios que compran los productos artesanales a bajos precios para después venderlo a altos precios.

Ahora bien, las dificultades que presentan la socias al momento de la venta es lo siguiente al respecto uno de los informantes menciona lo siguiente: "En momento de vender los

*productos cuando nos invitan a la feria es muy necesario participar en rueda de los negocios conocer a los clientes los compradores, también los contactos con otros artesanos a nivel departamental y nacional”.* (Entrevista a Secretaria de Hacienda Arminda Machaca de Machaca, edad 42 años, 28/08/14).

**GRÁFICO N° 17**

**Problemas identificados para vender el producto**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Donde el 45% de la población de la asociación, identifican la falta de mercado para vender los productos artesanales y esto genera desmotivación en las artesanas, el 30% hace referencia que no existe puestos de venta que promocionen los productos y sean vendidos a un precio acorde al tiempo y dedicación invertido en el producto; el 20% de las socias considera que existe mucha competencia en el mercado ya que por esta razón se debe de promocionar los productos artesanales a nivel nacional e internacional haciendo que crezca el mercado, por último, un grupo menor del 5% las artesanas consideran que no se tiene ningún tipo de problemas al momento de comercializar los productos en el mercado.

## CUADRO N°6

### Precio; Ventas Directas Vs Consignación

PRENDA	EN VENTA DIRECTA			EN CONSIGNACIÓN		
	Promedio Bs cada/pren da	# de socias	% de socias	Promedio Bs cada/pren da	# de socias	% de socias
Mantilla tejido en telar	292,7	6	14%	300	2	10%
Chalina tejido en telar	212	4	10%	230	1	5%
Chompa tejido a mano	540	4	12%	-----	--	---
Guante tejido a mano	126,4	10	22%	124,2	6	29%
Chalina tejido a mano	138,3	3	6%	181,3	4	19%
Chompa tejido a máquina	166,7	4	12%	160	2	10%
Otros	155,4	10	22%	172,5	6	29%
<b>TOTAL</b>		<b>41</b>	<b>100 %</b>		<b>21</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

En el cuadro podemos apreciar los siguientes datos, donde el 14% de las socias vende a un costo de Bs 292,7 la mantilla tejido en telar y un 10% de ellas, vende por consignación el mismo producto pero a unos peso más. Se puede observar también que el 22% del total de las socias, venden de manera directa el guante tejido a mano a un precio de Bs.- 126.40 en cambio se puede apreciar que un menor número de socias dejan en consignación este producto y a un precio menor que por venta directa.

De manera general también es bueno reconocer que el total de las socias, 41 socias/os prefieren vender de manera directa antes que dejar en consignación que como se ve son solo 21 del total de las socias que acostumbran a dejar en las tiendas, además que si vemos los precios, varían pero no mucho, inclusive algunos se vende a menor precio, y

considerando que les pagan en un periodo de 1 mes al menos, puede ser que por eso el número de personas dejando sus productos en consignación es menor que ventas directas.

### CUADRO N° 7

#### Utilidades/ Ganancias por venta directa y consignación

A continuación se presenta un cuadro que sistematiza la producción de 41 socias y las ganancias que se obtienen por la venta que realizan al contado o por consignación.

No	PRODUCTOS	VENTA AL CONTADO			VENTA POR CONSIGNACION		
		Precio promedio de cada prenda Bs.	Costo total promedio de producción por socia Bs.	Utilidad promedio por productos Bs.	Precio promedio de cada prenda Bs.	Costo total promedio de producción por socia Bs.	Utilidad promedio por productos Bs.
1	Mantilla tejido en telar	292.70	256.50	36.20	300.00	256.50	43.50
2	Chalina tejido en telar	212.00	102.50	109.50	230.00	102.50	127.50
3	Chompa tejido a mano	540.00	198.50	341.50	-	198.50	-
4	Guante tejido a mano	80.00	76.00	4.00	90.00	76.00	14.00
5	Chalina tejido a mano	230.00	184.30	45.70	250.00	184.30	65.70
6	Chompa tejido a maquina	166.70	99.25	67.45	160.00	99.25	60.75
7	Otros	155.45	134.10	21.36	172.50	134.10	38.40

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, junio 2014

Como se puede observar la producción de chompa tejida a mano es la que más ganancias deja pero vendiéndose al contado, no se ha encontrado información sobre ventas en consignación de esta prenda. Sin embargo la chalina tejido a mano también ofrece una ganancia de Bs. 109 que se podría considerar es razonable ya que es tejido en telar con lana de alpaca. Si observamos las ventas por consignación la única que ofrece ganancias semi elevadas es la chalina tejida en telar y su diferencia en ganancias es de casi 20 Bs. con la diferencia que para recibir el pago las artesanas deben esperar al menos un mes para el

cobro. En los tejidos a máquina, la venta de chompas conviene más venderlo al contado, ya que por consignación dejan una menor ganancia y no es rentable.

Recordando el cuadro anterior de preferencias de venta, es claro que las mujeres prefieren vender sus productos al contado ya que por consignación los costos no justifican la espera del tiempo y más aún se considera que es un capital que solo duerme, es ahí donde las directivas consideran que es necesario que sus afiliadas y que la misma Asociación pueda contar con un fondo rotatorio que les permita pagar a las socias que entregan sus productos por consignación para que ellas puedan seguir produciendo ya que *“no se puede vender fácilmente, siempre acumulamos, se demora en vender los productos por esta razón queremos un fondo rotatorio”* (Entrevista a Cecilia Velasco, Edad 58 años, 18/09/14).

### **Rentabilidad de la producción artesanal**

Mediante la recolección de información se puede destacar la rentabilidad de las prendas artesanales. Para las socias las prendas elaboradas no les generan muchas ganancias económicas como desearían, sin embargo no se puede negar que es rentable, con ingresos mínimos mensuales por ventas que se realizan a través del directorio, de manera directa y por consignación. A fin de demostrar los montos tenemos los datos a continuación.

### **CUADRO N° 8**

#### **Cálculo de utilidades por venta en función a la cantidad de productos vendidos por la asociación**

Para esta operación se ha usado el número de prendas que cada socia produce y la venta que se realiza de manera directa o por consignación a través de la asociación:

No.	DETALLE	Unidad	VENTA AL CONTADO			VENTA A CONSIGNACION		
			Cantidad	Precio Promedio Bs cada/prenda	Venta Parcial	Cantidad	Precio Promedio Bs cada/prenda	Venta Parcial
1	Mantilla tejido en telar	pza.	7,00	292,70	2.048,90	2,00	300,00	600,00
2	Chalina tejido en telar	pza.	5,00	212,00	1.060,00	1,00	230,00	230,00
3	Chompa tejido a mano	pza.	6,00	540,00	3.240,00	--	-----	
4	Guante tejido a mano	pza.	11,00	80,00	880,00	6,00	90,00	540,00
5	Chalina tejido a mano	pza.	3,00	230,00	690,00	4,00	250,00	1.000,00
6	Chompa tejido a máquina	pza.	6,00	166,70	1.000,20	2,00	160,00	320,00
7	Otros	pza.	11,00	155,45	1.709,95	6,00	172,50	1.035,00
Sub total ventas/mes (Bs.)			49,00		<b>10.629,05</b>	21,00		<b>3.725,00</b>
<b>VENTAS TOTALES (Bs.)</b>								<b>14.354,05</b>

<b>UTILIDAD/GANANCIA POR MES BS.</b>	<b>4.583,75</b>
<b>N° DE SOCIAS</b>	<b>41</b>
<b>UTILIDAD/GANANCIA PROMEDIO POR SOCIA/MES BS.</b>	<b>111.80</b>

**Fuente:** Elaboración propia, en base a censo realizado, marzo 2014

Entre todas las socias producen una utilidad de más de 4 mil bolivianos, lo cual si hace una división simple entre el número de socias la utilidad o ganancia individual viene a ser un poco más de Bs. 100. Este monto solo considera la cantidad de prendas que son entregadas a la asociación, las ganancias por prenda como se ha observado se incrementan cuando las socias pueden vender sus productos de manera directa en las ferias que la Asociación gestiona. Sin embargo esta utilidad de alguna manera ayuda a que la Asociación permanezca y siga sirviendo como paraguas para sus afiliadas. Sin embargo las socias también tienen ganancias por ventas directas o por consignación que dejan en las tiendas.

Habiendo descrito de manera global la información recolectada, estos datos y otros me han dejado usar una herramienta que permite mostrar la situación del sector de las artesanas y la Asociación de manera más concreta.

## **2. Análisis FODA de la Asociación Ayni**

Se ha elaborado el análisis FODA de los problemas, debilidades y fortalezas tanto interno y externo. Se puede evidenciar, que la problemática parte desde la falta de una infraestructura propia, hasta la falta de voluntad de las socias para cumplir con los contratos grandes, de ahí viene el título, ya que en varios encuentros, las directivas aducen que algunas de las socias quieren hacer solo lo más fácil, y no así prendas que demoran más tiempo de producción, lo cual no solo denota su falta de compromiso con la asociación, sino también su falta de predisposición a responder a muchos pedidos haciendo trabajo en equipo, quieren dedicarse a hacer cosas que les generen mejores ingresos pero invirtiendo menor tiempo y recursos posibles. La falta de especialización o conocimiento del rubro les hace creer que solo realizando actividades sencillas e invirtiendo poco tiempo es rentable desarrollar su actividad.

Es ahí donde la mercancía de origen China vuelve a tomar relevancia, al saber ellas que hay mucha competencia de productos a costos realmente bajos, se desaniman muy rápido y ya no tienen confianza para producir más las prendas artesanales y muchas veces no venden, no salen a las ferias; las autoridades han estado organizando muchas ferias, pero participar de ellas tiene costos elevados, lo peor es que por más que se pague para participar, es poca gente que asiste a estos eventos feriales.

Por otra parte, están las mujeres tienen interés de aprender, pero una limitante que tienen es la cantidad de hijos a su cargo<sup>22</sup>, como se ha mencionado anteriormente. Por otro lado, la escasa materia prima o su elevado precio son un problema que dificulta no solo la producción sino también que las señoras puedan cumplir con pedidos que hacen algunos clientes, así pierden credibilidad y también posibilidad de generar ingresos económicos.

Considerando que el problema es amplio y con una gama de particularidades, es menester también hacer un análisis FODA reconociendo también las fortalezas y oportunidades con las que la Asociación Ayni cuenta:

**Cuadro N° 9: Análisis FODA de la Asociación Ayni**

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
Procesos Internos	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alianza entre Socias.</li> <li>▪ Solidaridad mutua.</li> <li>▪ Transmisión del conocimiento de persona a persona.</li> <li>▪ Conciencia al momento de la venta: precio justo y cuidado del medio ambiente.</li> <li>▪ La voluntad de algunas mujeres de arriesgarse a ser líderes sin saber nada.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de conocimiento y especialización en el rubro artesanal por parte de las mujeres que sumen como dirigentes.</li> <li>▪ Problemas de comunicación entre socias.</li> <li>▪ Poca predisposición al aprendizaje y la producción en mayor magnitud.</li> <li>▪ Poca visión entre el turismo y la artesanía de los productores.</li> <li>▪ Falta económica para la adquisición de materia prima.</li> </ul>

<sup>22</sup> Es decir, el 50% de las socias afiliadas tienen de 4 a 6 hijos, siendo un porcentaje ampliamente predominante, seguido con el 45% que refiere de 1 a 3 hijos. Por último, el 5% hace referencia que las socias tienen más de 6 hijos. Datos obtenidos mediante el censo elaborado a todas las socias.



Procesos Externos	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leyes y apoyo Gubernamental para rubros artesanales.</li> <li>▪ Crecimiento del Turismo en el país el cual si compra sus prendas por los diseños y el material.</li> <li>▪ Más ferias, locales, departamentales y nacionales.</li> <li>▪ Aprendizaje o especialización en el rubro para la dirigentes y socias a través del presente trabajo dirigido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alta competencia de productos.</li> <li>▪ Demora en los pagos.</li> <li>▪ Poca valorización de productos Artesanales.</li> <li>▪ Escasa materia prima conforme al gusto del cliente.</li> <li>▪ Cuota elevada para la participación en eventos feriales de exposición de productos.</li> <li>▪ Falta de publicidad para que la gente asista a las ferias o compre sus productos.</li> <li>▪ Costos elevados de sus productos por la materia prima que usan.</li> <li>▪ Bajo consumo del mercado interno</li> <li>▪ Que la organización se desintegre y termine desapareciendo</li> </ul>

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

### **Análisis Fortalezas y Oportunidades**

Alianza entre Socias y Crecimiento del Turismo en el país, como se puede observar que existen leyes y apoyo Gubernamental para rubros artesanales, conviene recordar la ley 306 de Promoción y Desarrollo Artesanal promulgada el 8 de noviembre del 2012, que tiene como finalidad “*facilitar el acceso del sector artesanal al financiamiento, asistencia técnica, capacitación, acceso a mercados, recuperación y difusión de sus saberes, técnicas, aptitudes y habilidades de las artesanas y los artesanos en el marco del desarrollo integral del Estado Plurinacional*”. (Cámara de diputados, 2019). Esta reglamentación pretende, además, entregar créditos bancarios de bajo interés y así fomentar iniciativas familiares y comunitarias en este sector considerando que mueven el motor económico nacional.

La promulgación de esta normativa ha dado lugar también a que los ministerios de cultura y turismo implementen programas que fomenten el turismo, y los turistas pueden comprar los productos ofertados por las artesanas que se asocian para producir en mayor cantidad.

Solidaridad mutua, es evidente que existe niveles de solidaridad entre las socias porque se encuentran en condiciones económicas y sociales similares y una motivación para asociarse

ha sido la solidaridad entre ellas y su búsqueda de mejorar sus condiciones socioeconómicas.

Transmisión del conocimiento de persona a persona, como se ha demostrado en el estado de la cuestión y en la recolección de información se ha demostrado que la mayor parte de las afiliadas a la Asociación han aprendido el arte que realizan a través de sus padres, madre específicamente, lo cual da a concluir que continua la transmisión de conocimientos y prácticas culturales que permiten no solo la generación de ingresos sino también la interacción social con fines específicos.

Conciencia al momento de la venta: precio justo y cuidado del medio ambiente, las mismas directivas afirman que son ellas las que buscan capacitación para sus afiliadas “*sobre temas de los diseños y mercado, sacado de costo de la producción de una prenda para venta en el mercado*” (Entrevista a Secretaria de Actas, Luisa Mayta Mamani, edad 48 años, 29/08/14). Estas capacitaciones generalmente las consiguen de la organización denominada Gregoria Apaza quienes tienen expertise del tema, y ellas las capacitan sobre todo en considerar la venta de sus productos a un precio justo y en estrecha relación y cuidado del medio ambiente.

Más ferias, locales, departamentales y nacionales, es una de las funciones de las directivas la gestión y búsqueda de mercado, que aunque a niveles bajos han estado cumpliendo, buscando alianzas para que las socias puedan participar en ferias y hacer conocer sus productos “*Nosotras como directiva buscamos los puestos de venta, participar en ferias para vender los productos de las socias*” (Entrevista a Secretaria de Hacienda, Armenda Machaca de Machaca, edad 42 años, 28/08/14). Es aquí también donde la capacidad de liderazgo se impone ante las circunstancias, las mismas directivas dicen que como representantes deben asumir estas responsabilidades.

### **Debilidades y Amenazas**

Problemas de comunicación entre socias y demora en los pagos, uno de los problemas fundamentales que existe en toda organización es la falta de comunicación, en este aspecto la Asociación AYNI no se libra de esta debilidad, en palabras de las mismas socias dirigentes dicen “*Estamos desanimadas, no hay mucha venta, las socias no entienden, ellas*

*creen que estamos comercializando sus productos”*. (Entrevista a socia, Natalia Barrera, Edad 32 años, 25/09/14).

Así como las directivas consideran que las afiliadas creen que sus productos están siendo comercializados, las afiliadas afirman que *“Tenemos falta de comunicación e interés de las directiva tanto de sus afiliadas por el tema económico.”* (Entrevista a Secretaria de Hacienda, Arminda Machaca de Machaca, edad 42 años, 28/08/14). La disyuntiva entre las que fungen un cargo en la directiva y las que son solo afiliadas se agrava cuando las tiendas que reciben sus productos no pagan a tiempo aduciendo que no hay venta o si en las ferias no hay gente y por lo tanto no hay venta, es ahí donde las mujeres líderes chocan con la inconformidad de sus afiliadas y las afiliadas con la frustración de las directivas.

*Poca predisposición al aprendizaje, la producción en mayor magnitud y visión entre el turismo y la artesanía de los productores,* en el tema de la capacitación, un determinante es el número de hijos que cada afiliada tiene y sus responsabilidades en el hogar, es así que la directiva afirma que cuando tienen capacitación de algún tipo *“algunas partes lo postergamos cuando hay otras actividades, ni perdemos sus participaciones de las socias”* (Entrevista a Elena Mamani de Sánchez, edad 45 años, 13/10/14).

Y cuando no hay choque de actividades *“las socias no responden, se faltan y es gastos sin motivo para la directiva porque hay que pagar a los facilitadores”* (Entrevista a secretaria de Relaciones Humanas, edad 45 años, 29/06/14). Por un lado la directiva reconoce que a veces prefieren suspender una capacitación dando prioridad a una feria donde pueden comercializar sus productos, por otro lado cuando organizan o gestionan algo, las afiliadas no asisten. A eso se suma el hecho de que *“algunas socias no tienen el interés de aprender nuevas prendas miniaturas, es una dificultad cuando no captan el dominio del arte de tejer de la habilidad de trabajo con las artesanas”* (Entrevista a Cecilia Velasco, edad 58 años, 18/09/14).

Enfocando la atención en las artesanas y su producción *“existe más que todo incumplimiento de los trabajos a la fecha indicada...no cumplen con sus trabajos y nos hacen quedar mal”* (Entrevista a secretaria de actas, Luisa Mayta Mamani, edad 48 años, 29/06/14). Considerando que las artesanas no pueden cumplir una razón seria no solo las responsabilidades con los hijos, sino también la falta de capacitación en un diseño

exclusivo y la falta de apoyo con mano de obra, como se sabe la mayoría trabajan solas en sus hogares. Al respecto se afirma que hay “*poca producción y el acabado es pésimo de algunos de los productores*” (Entrevista a secretaria de haciendas, Armenda Machaca de Machaca, edad 42 años, 28/07/14). Estos aspectos que no son una constante entre todas las socias hacen que la producción no es la que por lo menos la directiva desea para generar mayores ingresos económicos, además muestra que no hay predisposición de aprendizaje.

*Falta de oportunidades relacionadas con la adquisición de materia prima y escasa materia prima conforme al gusto del cliente,* uno de los problemas más recurrentes entre las artesanas a nivel Asociación e individual es la “...*falta de materia prima porque sin eso no hay mucha producción para el mercado*” (Entrevista a Justina Limache, edad 57 años, 10/09/14). Según la directiva se reúnen, “*para definir la compra de materiales – lana de alpaca- antes tenemos que saber que prendas se va a tejer en los grupos y con cada socia, calcular cuantos kilos, compramos después por igual, según el pedido de las socias y todo bajo planilla*” (Entrevista a Secretaria de Actas, Luisa Mayta Mamani, edad 42 años, 29/06/14). Toda la organización y sus afiliadas compran su materia prima de un solo lugar ya que no hay muchas ofertas.

Como menciona una de las entrevistadas: “*compramos la materia prima industrializada la lana de alpaca 100% de la agencia COPROCA<sup>23</sup> de El Alto...por kilo a diferentes colores... mayormente se compran cada una de las socias según su alcance de las posibilidades*” (Entrevista a Elena Mamani de Sánchez, edad 45 años, 13/10/14). Sin embargo esta agencia no siempre cuenta con los colores que las socias requieren, muchas veces los clientes hacen pedidos de prendas con colores específicos y las socias al no encontrar los colores requeridos no pueden cumplir con el pedido y es un trabajo perdido pero no por la dejadez de las socias o por falta de interés, sino por la falta de materia prima el cual se considera elemental al momento de emprender una actividad económica y más aun considerando que la actividad tiene como materia prima este material.

---

<sup>23</sup> Compañía productos camélidos S.A. Procesadora Comercializadora de tops e hilados “Fue formalmente fundada el 18 de abril de 1991 con la conformación su Directorio. El 18 de noviembre de 1994 fue inaugurada la planta productora en la Ciudad de El Alto la cual comenzó a producir `top` de alpaca para el mercado nacional e internacional ” En [www.coprocabolivia.com](http://www.coprocabolivia.com)

Se conoce que este material se puede encontrar en las ferias que se realizan en desaguadero en el lado Peruano, pero para una socia o la directiva, viajar para comprar materia prima representa gastos adicionales y no justifica las ganancias que podrían generar, tampoco hay la confianza de que va a encontrar los colores que requieren y si las socias van a estar conformes con el precio que se compre, por lo cual siguen manteniendo como proveedor principal a la agencia COPROCA a pesar de sus falencias al momento de contar con los colores que algunos clientes les piden, más que todo por los precios a los que les venden ya que tampoco es el único productor o importador de la lana que compran, deben existir más, pero desconocen los nombres y mantienen su creencia de que esta empresa les da a buen precio a pesar de podría haber otras empresas pero tampoco han buscado, en este año era 2015 Bs el kilo de lana natural colores naturales y 240 a 250Bs colores finos ya teñidos.

Elevados costos para participar en ferias y falta de publicidad para que la gente asista a las ferias o compre sus productos, las directivas gestionan u organizan ferias donde las artesanas pueden vender sus productos, al respecto, cuando ellas gestionan la participación de la Asociación en las ferias, tienen un costo que generalmente esta entre los Bs. 200 a 1000, lo cual cubre gastos de publicidad, carpas, sonido entre otros. Sin embargo la mayor parte de las ferias grandes donde logran participar no reúne la cantidad de gente que pueda realizar compras significativas, hay gente pero solo preguntan y no compran, a pesar de que los costos consideran precio justo en función a la materia prima utilizada y la calidad que pasa por un riguroso control, la gente no compra los productos y el pago que realizan por participar en las ferias no justifica la cantidad de ventas que se realizan, esto también se debe que las entidades organizadoras no hacen la propaganda adecuada para que los clientes lleguen a las ferias y sepan que el precio se justifica por el material elaborado y la mano de obra.

Alta competencia de productos y poca valorización de productos Artesanales, la competencia más fuerte que se tiene, son las artesanías que entran del Perú ya que elaboran productos similares a los de las artesanas de Ayni, por otro lado en los últimos años se ha observado que también ha ingresado al mercado ropa china, hay chompas, chalinasy guantes de hasta Bs. 5, lo cual hace que el cliente desvalorice de gran manera la producción artesanal no solo por los diseños ya que los chinos han elaborado ropa con diseños bonitos

y a precios muy baratos. Las artesanas peruanas traen sus prendas en especial chompas y ellas sino venden antes de irse rematan sus prendas a precios bajos, si una chompa venden a Bs 120, dan a Bs 100 y la gente quiere que *“les demos al mismo precio regateando diciendo que así nomás dan otras señoras, incluso dicen porque tan caro”*. (Entrevista a Secretaria de relaciones Humanas, Julia Clares Condori, edad 45 años, 23/06/14).

Ante esta situación la directa solo opta por continuar con su misión tratando de mejorar sus condiciones y cambiar la realidad por la que deben atravesar. Sobre esto dicen *“Buscamos alternativas para producir viendo que se puede tejer, con mano o con maquina...viendo la temporada del año”* (Entrevista a Secretaria de Hacienda, Armenda Machaca de Machaca, edad 42 años, 29/08/14).

*Costos elevados de sus productos por la materia prima que usan y el bajo consumo del mercado interno*, es necesario reconocer que la comercialización de prendas elaboradas con lana de alpaca no son consumidos o comprados por la gran mayoría de la población debido a los elevados costos, la gente quiere prendas baratas, muy poco importa los diseños, la gente busca lo más barato y buen material. En este caso las prendas especialmente las chompas a mano que cuestan arriba de los Bs. 500 y no es accesible a la población, pero si es comprado por los extranjeros quienes quedan deslumbrados por el arte y el material.

### **3. Liderazgo femenino y control de calidad**

Sobre este tema es importante reconocer que la mayoría de las mujeres que son directivas o dirigentes de la Asociación manifiestan que ser dirigente no es tarea fácil, aseveración que ha dado lugar al título del presente trabajo. Al respecto las mismas lideres afirman que: *“tenemos una fecha para fijar bien la calidad, tensión de los tejidos uniformemente, si está mal tejida se rechaza las prendas”* (Entrevista a Elena Mamani de Sánchez, edad 45 años, 13/10/14).

Pero a nadie le gusta que le rechacen un producto ya que atenta contra su economía y su misma autoestima incluso las desmotiva, sobre lo que a veces reaccionan de manera negativa por eso algunas creen que es complicado realizar esa tarea, *“el proceso de control de calidad es para mí es un problema, es buscarse enemistad...las socias piensan que sin más motivo podemos rechazar, sin embargo no están a la medida ni forma de calidad”*

(Entrevista a Secretaria de Actas, edad 48 años, 29/08/14). Las socias creen que de alguna manera la dirigente tiene algo contra ellas y hacen comentarios que las hacen sentir mal, es por eso que las dirigentes creen que *“es muy difícil manejar los grupos de las socias de la asociación, las directivas no tenemos apoyo económico de los grupos que están afiliadas...las directivas estamos desanimadas porque no todos están conforme, todo quieren fácil para trabajar y vender, no ponen la parte de apoyo a la asociación”* (Entrevista a Secretaria de Hacienda, Armenda Machaca de Machaca, Edad 42 años, 28/08/14).

La dificultad de trabajar con las asociadas puede tener muchas causas, primero puede ser que las mujeres siempre buscan ganar más por hacer cosas sencillas, pero cuando el cliente pide algo más complicado ellas no cuentan con el material necesario, no tienen un capital doble, ni apoyo con mano de obra en sus hogares, pues la mayoría como se dijo trabaja sola, además de esto a veces las dirigentes rechazan sus trabajos, lo cual las desanima y expresan sus frustraciones con las personas que están más ligadas a su trabajo – las representantes o dirigentes, las cuales también son mujeres con responsabilidades similares a las de sus afiliadas en sus hogares, lo cual hace más difícil el trabajo de las líderes, lo cual se expresa de la siguiente forma *“para mí no es fácil tener el cargo, porque hay que tener tiempo para las capacitaciones para asistir a los seminarios y buscar compradores”* (Entrevista a Secretaria de Actas, Luisa Mayta Mamani, edad 48 años, 29/08/14).

Las mujeres que se dedican a la artesanía no solo lo hacen por solidaridad sino por mejorar sus condiciones económicas sociales, al no encontrar el apoyo de sus afiliadas y ante su falta de preparación se frustran y hacen las cosas de mala gana, esperan a que se cumpla su gestión haciendo lo mínimo algunas veces y otras tratando de hacer lo que puedan pero esto para las socias no siempre es lo que se necesita y no consideran que las dirigentes también son madres, esposas y mujeres que tienen bajo su responsabilidad a sus hijos y los gastos de su hogar y la dirigencia como una carga más que a veces según comentar les trae problemas con sus esposos o descuidan a sus hijos, lo cual no es bien reconocido por el resto y pocas veces pueden generar más ingresos que las otras socias que están produciendo, ya que ellas dicen que invierten su tiempo en estar gestionando ferias u ofreciendo a otras tiendas los productos como también asistiendo a capacitaciones para mejorar su gestión.

#### 4. CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO

De manera general, ante el diagnóstico elaborado se tiene las siguientes conclusiones en base a los objetivos planteados.

La generación de ingresos económicos y que no solo depende de su pertenencia a la Asociación, sino también al capital con el cuentan las artesanas de manera individual, lo cual se ha identificado como un problema ya que muchas de ellas no cuentan con el capital básico, la mayoría desarrolla sus actividades de manera individual o unifamiliar, con muy poca utilización de herramientas tecnológicas, predomina la artesanía a mano. Se considera una fortaleza a los diseños que cada artesana crea, ya que habitualmente toman como modelo figuras indígenas, aymaras y esto está preservando su identidad cultural, lo que nos lleva de nuevo al inicio, la problemática de migración campo ciudad, los deseos de subsistencia y mejor calidad de vida, moviliza personas desde diferentes provincias, las cuales llegan trayendo consigo sus prácticas culturales de origen, prácticas que siguen reproduciendo; una muestra es la producción artesanal conservando su identidad en los diseños, figuras, y colores elaborados.

Se entiende los principales problemas en la Asociación Ayni, priorizando el ámbito social, de la siguiente manera:

- *Débil organización en la Asociación Ayni*

Debido a la falta de conocimiento adecuado de las socias en la directiva, desconocen que sus productos solo tendrán un margen de rentabilidad adecuado cuando lleguen a vincularse de manera más directa con el mercado externo y no solo a través de tiendas que les reciben en consignación por un lado, por el otro lado está la adecuada preparación para lidiar con las otras socias especialmente cuando deben realizar control de calidad, muchas se desaniman o hay conflictos porque no saben lidiar con actitudes de enojo que generalmente algunas socias que son observadas expresan.

El hecho de que las dirigentes sean mujeres, madres, esposas, artesanas y a la vez dirigentes, no les permite organizar bien su tiempo y los problemas conyugales a veces se reflejan en su desenvolvimiento en el directiva, algunas solo tratan de hacer lo que pueden,



pero más que todo esperando a que pase el tiempo en que concluya su gestión, otras tienen predisposición pero no existen programas específicos que puedan explicarles de manera dinámica y creativa cuáles son sus funciones más allá de los descritos en los estatutos o reglamentos que tampoco se dedican a leer, solo se enfocan en repetir lo que sus anteriores compañeras han hecho como gestión y van aprendiendo de a poco en el transcurso del tiempo y cuando por fin aprenden lo mínimo a veces termina la gestión, eso según lo que he observado, las entrevistas realizadas y por lo conversado en charlas informales con algunas ex dirigentes.

- *Baja producción artesanal*

Considerando que muchas de las socias por circunstancias diferentes no logran establecer una cantidad elevada de producción de prendas para su comercialización a través del directorio se cree que tienen baja producción, pero también hay que reconocer que ellas en su mayoría buscan sus propios mercados o sus propios clientes y van produciendo en función a pedidos, pero para entregar prendas a las asociaciones no hacen gran esfuerzo, eso se debe a que el directorio tiene como se había dicho poca capacidad de vender dichas prendas, a veces ellas les exigen que los vendan porque sus clientes personales no les hacen pedido o no venden cuando van a las ferias, pero tampoco le dan la importancia requerida a producir cierta cantidad de prendas según lo que el directorio gestiona, a veces ellas quieren entregar o vender solo lo que les ha sobrado o le han rechazado y cuando hay encargos que cubrir como asociación, algunas eligen hacer solo lo que es fácil y eso limita su capacidad de producción.

- *Bajo nivel de comercialización de los productos en los mercados*

Siendo que las socias se enfocan en tratar de llegar a comercializar sus productos elaborados en lana de alpaca, los cuales según el análisis de costos en relación a la materia prima y mano de obra específicamente, los costos de producción son elevados para el consumo local o interno, solo un pequeño grupo de socias se ha dado cuenta que debe producir prendas en lana sintética para el mercado interno en función al precio que el mercado demanda, y que es más rentable producir con lana de alpaca para el mercado externo, impulsar a sus dirigentes a buscar esos vínculos directos.

Al buscar comercializar sus prendas en ferias como asociación o de manera personal directa o incluso por consignación usando la materia prima base que es lana de alpaca industrializada, se desaniman y desgastan ya que la gente del mercado interno no valora lo que se denomina arte con identidad o que sean prendas elaboradas cuidando el medio ambiente o que se está manteniendo la cultura por transmisión de conocimientos de persona a persona o familias. A la gente le interesa solo que sea bonito y barato, además que tenga buena calidad y para eso debe haber un proceso de reorientación de su producción, y búsqueda de comercialización trabajando por ejemplo: Lana de alpaca industrializada para el mercado externo y lana sintética para el mercado interno. Así tendrían un mercado más acorde a las demandas y el directorio ni socias no se frustrarían tanto por la competencia o que la gente no valora que es lana de alpaca o tiene diseños que han costado hacer.

- *No tienen talleres de producción*

Según los datos presentados, una buena cantidad de socias no cuenta con talleres propios con maquinaria o herramientas suficientes para elaborar sus productos, a pesar de que cada grupo tiene una especialidad, cuando hay un contrato o pedido grande, muchas veces dependen de uno o de otro grupo por las herramientas con las que cuentan unos u otros y no así todos.

En este aspecto, existen instituciones que ofrecen maquinaria en calidad de venta al contado o crédito, también a fondo perdido como se le dice cuando te donan, pero eso debe ser gestionado por la directiva que como se había mencionado, poco saben de dónde y cómo gestionar algunas cosas, algunas veces piden que se presente un proyecto, pero como se puede evidenciar, la mayoría de las socias a penas y ha concluido la primaria y pocas llegaron a tener estudios técnicos, la experiencia empírica que tienen no alcanza para elaborar un proyecto que generalmente requiere una persona capacitada más allá del nivel secundario.

En el tiempo de interacción entre mi persona y la directiva ha sido posible establecer apoyo en la gestión de herramientas que no fueron para todas las socias, sino solo para un grupo que se caracterizaba por ser más activas y que mostraban predisposición de cumplir con los pedidos a la asociación. Algunas fotos las comparto en anexos.

- *No tienen diseños innovadores*

Muchas de las socias muestran una actitud de mantenerse en lo viejo que conocen nomas, no se animan a aprender nuevos diseños, algunas creen que es muy complicado y como no tienen tiempo, quieren hacer solo lo que es fácil, el directorio trata de hacerles entender que mientras logren innovar habrá más ventas o pedidos pero es solo de palabra una que otra vez cuando no hay venta. Según el material revisado en el caso del Perú, se sabe que los artesanos buscan innovar de manera continua por la cantidad de visitas de turistas y por ser más competitivos, en Ayni el directorio ha tratado de establecer periodos de elaboración de prendas por temporada, por ejemplo en junio sacar chompas, guantes, chalinis porque inicia el invierno, pero los diseños son los mismos que las socias aprendieron de sus madres o familias o lo que les parece más fácil hacer, en este aspecto necesitan ser conscientes de que si no innovan o se atreven a hacer cosas que parecerían ser difíciles, se quedaran estancadas con sus prendas porque la gente busca algo bonito siempre, entonces por más de que no tengan tiempo para asistir a reuniones, deben hacerlo porque de detalles que parecen insignificantes dependen sus ingresos.

- *Limitación de ingresos económicos*

Todos los problemas mencionados llegan al extremo de limitar los ingresos económicos de las socias, el cual es el objetivo por el que se han asociado, más allá de mantener sus prácticas sociales con la elaboración de prendas con diseños ancestrales, el tejido de redes comunitarias del que hablan Sandoval y Sostres tiene como objetivo la generación de ingresos que les permitan mejorar sus condiciones de vida y para que eso sea posible deben considerar re orientar procesos y actitudes.

Enfocarse en vender sus prendas a costos elevados, buscar hacer lo más fácil, no colaborar con el directorio ni asistir a capacitaciones además de no contar con herramientas necesarias reduce o limita sus ingresos económicos a un monto máximo de 1000 Bs mensuales, lo cual no llega a ser ni la mitad de un salario básico.

Considerando que el problema base en Ayni es la falta de conocimiento adecuado del rubro, este es reflejado en una débil organización y liderazgo de las mujeres dirigentes, la necesidad de re orientar su producción, la adquisición de herramientas o materiales que les

permitan establecer talleres propios y el uso de materia prima para el ingreso a un mercado más amplio sea interno o esencialmente externo, capacitarse para conocer aspectos que determinan una mayor rentabilidad.

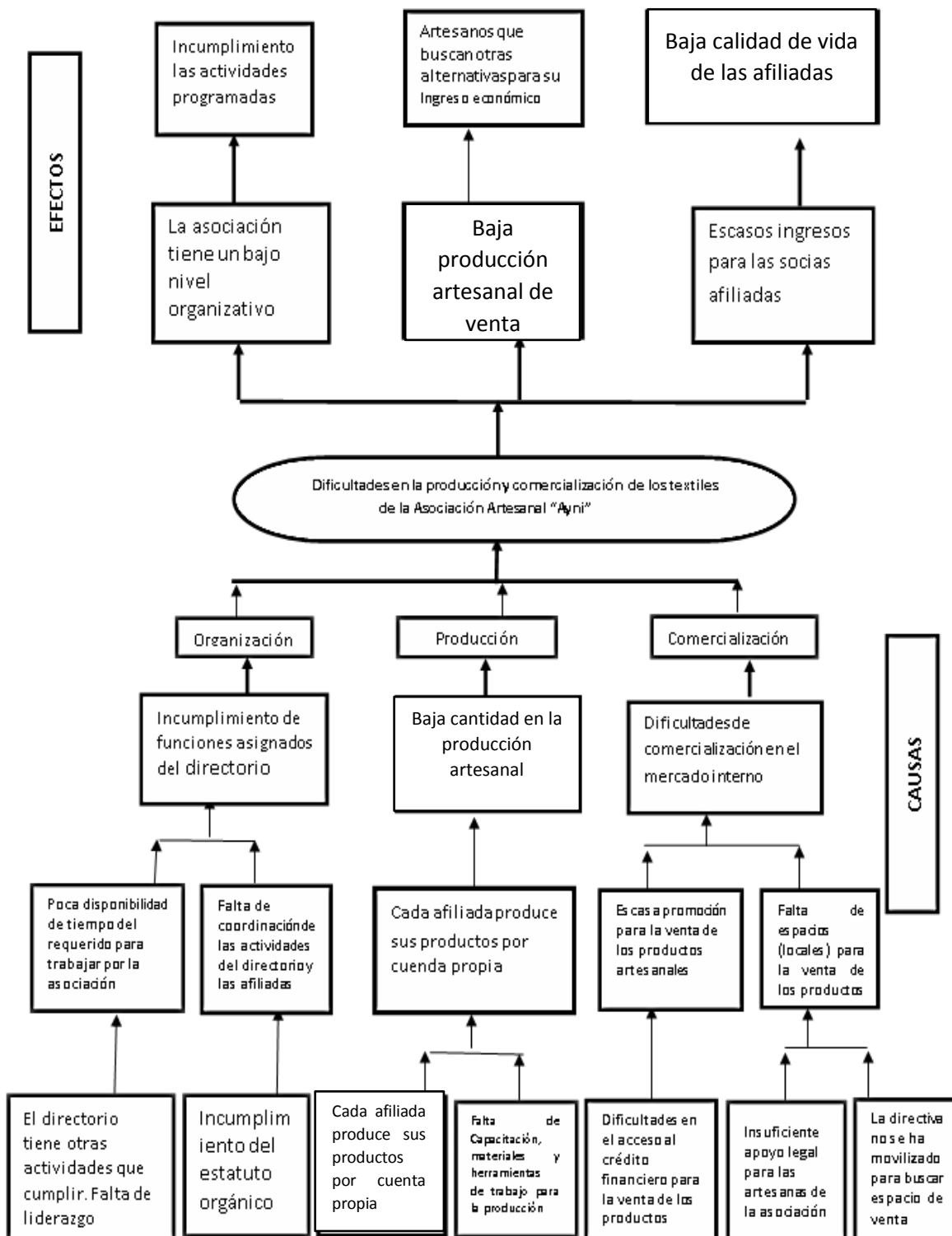
Mediante lo mencionado, se destaca los 6 factores principales que busca solución, en los aspectos social y económico donde se hará una intervención de fortalecimiento.

# **SEGUNDA PARTE: LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN**

## **CAPITULO IV**

### **PROYECTO DE INTERVENCIÓN: FORTALECIMIENTO Y APOYO DE LA ASOCIACIÓN AYNÍ**

**Figura N° 1: Árbol de problemas identificados**



**Fuente:** Elaboración propia, en base a recolección de información, 2014

## **1. Proyecto de intervención**

Mediante los resultados obtenidos del diagnóstico, se puede observar los factores causantes y efectos en el árbol de problema. El proyecto de intervención se encuentra bajo la óptica de plantear una propuesta de acciones que coadyuven a superar las principales problemáticas identificadas donde las propias mujeres artesanas mejoraren todas las dificultades existentes. A continuación se realiza la presentación de esta propuesta que busca contribuir y poder mejorar la calidad de vida de las socias de la Asociación Ayni.

A continuación se realiza la presentación de esta propuesta, con la definición de objetivos, resultados, indicadores, justificación, actividades y plan de trabajo.

## **2. Objetivos de intervención**

### **2.1.Objetivo general**

- ✓ Fortalecer y potenciar el liderazgo y adecuado conocimiento del rubro del directorio y asociadas de la Asociación Ayni, considerando que tienen limitada capacidad productiva y liderazgo.

### **2.2.Objetivo específico**

- ✓ Lograr fortalecer el liderazgo y adecuado conocimiento del rubro del directorio y las artesanas para cumplir las gestiones y representación de la organización.

## **3. Resultados o componentes de intervención**

Mediante los resultados del diagnóstico, los objetivos y la primordial labor de priorizar los problemas planteados son de mejorar y fortalecer la Asociación Ayni, donde se debe de trabajar arduamente en términos de capacitación de liderazgo, calidad e innovación de producción, y comercialización de forma interna y externa de los productos elaborados.

Por consiguiente, en este estudio se ha logrado constatar que existen problemas en la Asociación, como ser: 1) Débil organización en la Asociación Ayni 2) baja producción

artesanal y falta de talleres propios 3) Bajo nivel de comercialización de los productos en los mercados interno y externo 4) Limitación de ingresos económicos.

Asimismo, para operativizar estas acciones se han logrado definir 4 componentes de intervención, como resultado de los objetivos planteados:

**Resultado 1: Las socias del directorio tienen adecuado conocimiento del rubro y fortalecen su liderazgo y representatividad**

**Resultado 2: Se superan las dificultades de producción de las prendas y gestionan la compra de insumos para el tejido.**

**Resultado 3: Incremento de comercialización de las prendas en los mercados internos y externos.**

**Resultado 4: Planificación económica de ingreso mensual de subsistencia de la vida social de la artesana.**

**RESULTADO 1: EXISTE FORTALECIMIENTO Y LIDERAZGO EN LA REPRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL “AYNI”**

**a) Explicación del factor causal clave**

Según el censo realizado en el diagnóstico un 80% de las socias tiene dificultades de liderazgo y representación, además tienen timidez para hablar en público. Para que la institución se fortalezca de manera frecuente y tienen aún interés de mejorar esta debilidad, hay que reconocer que el 15% de las socias no les interesa ser representante de la Asociación ya que piensan que es pérdida de tiempo y un 5% consideran que no serán representantes por lo tanto no le ven interés de mejorar este ámbito.

**b) Justificación**

Por esta razón, es necesario trabajar en el fortalecimiento del liderazgo, adecuado conocimiento del rubro y representación de cada una de las socias, para eso es necesario que ellas participen en los talleres y de esta forma representen a la Asociación y no tengan miedo al conversar con otras representantes del mismo rubro. Como ya se refirió, mediante el fortalecimiento de la socias, se lograra una incidencia de atender demandas de cada una



de las socias. Asimismo, es importante el compromiso por parte de las socias, porque es su fuente de ingreso económico, que es el sustento familiar. Algunos lo consideran una fuente primaria y otros secundaria.

#### **c) Orientación general para el logro del resultado**

A mismo tiempo, las acciones de logro están direccionadas para mejorar el fortalecimiento y liderazgo de esta forma puedan realizar coordinaciones con otras instituciones. Es relevante mencionar que existe el interés y la predisposición de las socias para adquirir el liderazgo y representatividad.

#### **d) Acciones específicas por cada resultado**

Por consiguiente, se propone trabajar en las siguientes actividades.

**Actividad 1.-** Realización de talleres de capacitación integral, en temas de autoestima, liderazgo, violencia y empatía.

**Actividad 2.-** Realización de capacitación al directorio sobre el tema de manejo organizacional, talleres referidos a la gestión administrativa y obligaciones de deberes y derechos del directorio.

#### **e) Niveles de intervención**

Las actividades de este componente se realizaran con todas las socias de la Asociación Ayni.

### **RESULTADO 2: SUPERAR LAS DIFICULTADES DE PRODUCCIÓN DE LAS PRENDAS Y GESTIONAR LA COMPRA DE INSUMOS PARA EL TEJIDO.**

#### **a) Explicación del factor causal clave**

La superación de dificultades de producción en esta área es muy relevante para cada una de las socias puedan elaborar sus productos en el menor tiempo posible, con el uso del telar vertical. También, contar con un proceso de control de calidad. Asimismo, la innovación de las prendas artesanales en un promedio de 3 meses. Si bien, el 70% de socias artesanas no cuentan con este insumo de telar vertical, solo el 30% cuentan con esta herramienta de trabajo. Las socias que no tiene esta herramienta, en ocasiones tienen que prestarse de sus

compañeras de la Asociación pero cuando ambas tienen el mismo pedido se dificulta en el proceso de elaboración de la prenda, lo que en determinadas ocasiones dan por suspendido ese pedido.

#### **b) Justificación**

Es importante mejorar la elaboración de productos y además implementar un control de calidad, que consiste en la revisión de cada prenda elaborada, esto para evitar contar con prendas defectuosas. Además de complementar con la maquinaria de telar vertical, es decir, que cada socia cuente con su propia maquinaria de trabajo, ya que es importante para cada una de las socias así tendrán más oportunidades de elaborar una variedad de prendas. Al mismo tiempo, para obtener este resultado es importante realizar una gestión con otras organizaciones que estén interesados en fortalecer a la mujer boliviana.

#### **c) Orientación general para el logro del resultado**

Por consiguiente, para lograr estas acciones es necesario implementar el control de calidad de manera más rigurosa, además adquirir los insumos suficientes para que existe una mayor producción de las prendas. Es importante, mencionar que las socias artesanas de la Asociación Ayni están de acuerdo con las medidas respectivas.

#### **d) Acciones específicas por cada resultado**

**Actividad 1.-** Capacitación a las afiliadas en el manejo de la materia prima (fibra de alpaca), y tratar temas de control de calidad.

**Actividad 2.-** Realización de capacitación en el manejo del telar vertical a las socias que desconocen su funcionamiento.

**Actividad 3.-** Realización de capacitación para la innovación de prendas mediante uso de revistas y modelos de otros países, que en un promedio de 3 meses se elabore una nueva prenda o combinación de colores de anteriores prendas.

#### **e) Niveles de intervención**

Las actividades de este componente serán realizadas con todas las socias de la Asociación Ayni.

### **RESULTADO 3: INCREMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS PRENDAS EN MERCADOS INTERNOS Y EXTERNOS**

#### **a) Explicación del factor causal clave**

Es relevante incrementar la comercialización de las prendas para la asociación, superando las dificultades mediante los contactos directos con los compradores, es decir, abrir mercados con el lugar del turismo donde se puedan ofrecer esta variedad de productos a los turistas extranjeros que vienen a visitar el país boliviano, tener un contacto directo con una agencia de viajes y abrir una oficina donde se expongan estas prendas.

De esta manera se abrirá mercados internos externos, con los precios justos acordes del mercado. La forma de estrategia comercial será mediante la implementación de páginas web, catálogos, ferias zonales, eventos de moda, kermeses donde se ofrezcan comida y el evento central será el desfile de las modelos con las prendas elaboradas de la Asociación Ayni.

#### **b) Justificación**

Para mejorar la comercialización de las prendas elaboradas, se necesita implementar las medidas respectivas donde a corto, mediano y largo plazo se incremente las ventas de la Asociación Ayni, porque de esta manera las socias tendrán un ingreso económico mensual de forma segura.

De esta manera solucionar este aspecto con las medidas respectivas de comercialización ya que es importante.

#### **c) Orientación general para el logro del resultado**

Las acciones para lograr este resultado van orientadas en mejorar la comercialización de los prendas, donde el objetivo es lograr la visibilidad de la Asociación donde la sociedad conozca a la Asociación, sobre el trabajo realiza de forma cotidiana, ya que conozcan las prendas y su calidad será una forma de realizar una competencia con los demás productores, es relevante implementar estas medidas.

#### **d) Acciones específicas por cada resultado**

**Actividad 1.-** Promocionar los productos artesanales en ferias zonales y eventos del mismo gremio, que permitan conocer el trabajo que se viene desarrollando en la Asociación Ayni.

**Actividad 2.-** Implementar la elaboración de catálogos de forma trimestral, donde se incorpore nuevos diseños de prendas.

**Actividad 3.-** Contratar a una persona que se encargue de la promoción de las prendas artesanales en la página Web.

**Actividad 4.-** Implementar un programa de turismo, es decir, realizar un convenio con diferentes agencias de viajes las cuales muestren los catálogos a los turistas extranjeros y nacionales. Asimismo, programar que una de las socias vaya a presentar las prendas de vestir para así ganar más clientela.

#### **e) Niveles de intervención**

Las actividades de este componente serán realizadas con las socias artesanas de la Asociación Ayni.

### **Resultado 4: Planificación económica de ingreso mensual de subsistencia de la vida social de la artesana.**

#### **a) Explicación del factor causal clave**

Es importante realizar una planificación económica de ingreso mensual de cada socia, para que puedan contar con una orientación de gastos, es decir, el 90% de las socias no cuentan con una planificación del dinero que cobran por los productos artesanales, esto es con la finalidad de implementar que a largo plazo cada una de las socias puedan obtener un ahorro de dinero para el uso en su vejez o cualquier emergencia que lo requiera la socia, la idea es principalmente que cuenten con dinero propio de ahorro propio.

#### **b) Justificación**

Es necesario realizar esta orientación de gastos económicos a las socias de la Asociación para que cuenten con ahorro económico y además se evitara en gastos innecesarios ante el contexto familiar.

### **c) Orientación general para el logro del resultado**

Para el logro de este resultado se verificará el ingreso económico de cada socia y los gastos que realiza de manera mensual y fortalecer este ámbito para que las socias puedan fortalecer este ámbito. Además, existe interés de las socias en aprender en realizar una planificación económica.

### **d) Acciones específicas por cada resultado**

**Actividad 1.-** Realización de capacitación a las socias, en cómo lograr ahorros económicos a largo plazo.

**Actividad 2.-** Implementación del área de orientación sobre como tener mayores ahorros económicos.

### **e) Niveles de intervención**

Las actividades de este componente serán realizadas con todas las socias de la asociación.

## **4. Metodología de la intervención**

### **a) Estrategia general de intervención**

Se centrara en resolver los problemas de la dimensión social. Por principio las líneas de acción serán a partir de información, sensibilización, reflexión a las socias de la asociación, es decir, se generara espacios de capacitación y confraternización. De esta manera la población meta que son todas las socias de la Asociación Ayni. Todo con la finalidad de contribuir con el desarrollo y que las socias cumplan todas sus expectativas de superación conjunta.

### **b) Análisis de involucrados**

Para el desarrollo del proyecto y entender quiénes son los actores involucrados.

**Socias de la Asociación Ayni:** Son las principales beneficiarias del proyecto de manera directa, asimismo, también serán parte de las capacitaciones que ayudaran principalmente en cumplir todos los resultados esperados en este proyecto.

- ✓ **Facilitadores y personal logístico:** Este personal se encargara de algunas actividades de los resultados.
- ✓ **Autoridades del Ministerio de Desarrollo Producción Plural:** Serán los que proporcionaran el 70% de aporte para la compra de telares verticales y el otro 30% será proveniente de cada socia.

## **5. DELIMITACIÓN DE LA POBLACIÓN META, LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIDAD**

- a) La población de las artesanas, son quienes se convierten en beneficiarias directas, si bien, las propuestas elaboradas se realizó a base a sus observaciones y percepciones.
- b) La localización de esta acción, tendrá como contexto de intervención la Asociación artesanal Ayni, compuesta por las 41 afiliadas/os. Y los beneficiarios/as indirectos son los productores de lana alpaca del departamento de La Paz, los cuales están ubicados 6 distritos municipales de El Alto de La Paz,
- c) El proyecto será desarrollado en un plazo de 24 meses (dos años) para intervenir todos los componentes establecidos. Por consiguiente, se tendrá 4 semestres por gestión. Se ha considerado este tiempo aceptable para poder lograr el objetivo central del proyecto, el cronograma elaborado nos guiara para cumplir con todo lo planteado, una vez terminado con este lapso de tiempo es relevante realizar una evaluación para verificar el impacto alcanzado.

## **6. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, ECONÓMICOS Y LOGÍSTICOS**

### **Resultado 1:**

#### **Capacitación integral, en temas de autoestima, liderazgo y violencia.**

Los talleres de capacitación se realizaran en la Fundación Gregoria Apaza, en el cual se alquilara estos ambientes. Se contara con 2 psicólogas capacitadores con un estipendio de Bs 2.000 de manera mensual, es decir, para cada una de las profesionales cancelar un

monto de 1.000 para cada una se desarrollaran 4 talleres de capacitación. El material de escritorio para será de Bs 400.

**Capacitación al directorio sobre el tema de manejo organizacional, talleres referidos a la gestión administrativa y obligaciones de deberes y derechos del directorio**

Se contratara a un experto de temas organizacional, y se le cancelara un estipendio por taller de Bs 200, se requerirá 8 talleres, es decir 1 vez al mes, con su respectivo material de escritorio.

**Capacitación de reuniones de planificación, programación.**

Se desarrollaran dos talleres enfocados en el tema, con un estipendio por taller de Bs 300, se contara con el material de escritorio requerido.

**Resultado 2:**

**Capacitación a las afiliadas en el manejo de la materia prima (fibra de alpaca), en los talleres tratar temas de control de calidad.**

Los talleres de capacitación se realizaran en los ambientes de CEPROCA donde un técnico del área hará conocer a las socias el proceso de elaboración de la materia prima, además mostrara la variedad de lanas y colores. Con un estipendio de Bs 200 por capacitación, en el cual se realizaron 4 capacitaciones, sumando un total de Bs 800

**Realización de capacitación en los trabajos por cada unidad productiva, asimismo, enseñar el manejo del telar vertical a las socias que desconocen su funcionamiento.**

Estas sesiones de capacitación sobre manejo de telar, se realizara en los ambientes de la Fundación Gregoria Apaza donde una técnico experto en el manejo de los telares enseñara a las socias, su estipendio será de Bs 100 por un día de capacitación, por lo que se requerirá 5 capacitaciones por semana, sumando un total de Bs 500.

**Realización de capacitación para la innovación de prendas mediante uso de revistas y modelos de otros países.**

La capacitación en este ámbito es de suma importancia, para que las socias tengan conocimiento en que es relevante contar con revistas creadas de la misma Asociación, es

decir, se tomara como referencia a otros países que hacen la promoción mediante revistas ya que obtienen éxito en este ámbito. Una experta en diseño de revistas llevara a cabo la capacitación.

### **Resultado 3:**

#### **Promocionar los productos artesanales en ferias zonales y eventos del mismo gremio, que permitan conocer el trabajo que se viene desarrollando en la Asociación Ayni.**

Los productos serán elaborados por las artesanas serán promocionados en las ferias de las zonales que permitirán conocer a la clientela conozcan estos productos y conozcan la calidad de los mismos.

#### **Realización de capacitación en la elaboración de catálogos virtuales de forma mensual.**

Se realizara una capacitación a las socias para que conozcan la importancia de contar con una página web que también promocioe los productos artesanales por el medio de las redes sociales. Conociendo la importancia de este medio las socias tendrán una motivación para continuar elaborando sus prendas artesanales.

#### **Contratar a una persona que se encargue de la promoción de la página web, para que promocioe la producción artesanal.**

La persona encargada realizara catálogos virtuales con innovación de prendas, esto refiere que un encargado del área de manera mensual renovara los catálogos virtuales, para poder enviar a los clientes por su correo electrónico o medios de difusión.

### **Resultado 4:**

#### **Realización de capacitación a las socias, en cómo lograr ahorros económicos a largo plazo**

Se realizara una capacitación en el área de la contabilidad básica, donde las socias puedan conocer las formas de realizar ahorrar dinero a largo plazo. Estas capacitaciones se llevara a cabo en 8 sesiones por el lapso de un año, es decir, un taller de forma mensual. Por consiguiente, se contara con la implementación del área de orientación sobre como tener mayores ahorros económicos.



## 7. Marco Lógico del proyecto

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Fortalecer y potenciar el liderazgo y adecuado conocimiento del rubro del directorio y asociadas de la Asociación Ayni, considerando que tienen limitada capacidad productiva de y liderazgo.</p>			
<p><b>Objetivo específico:</b></p> <p>Lograr fortalecer el liderazgo y adecuado conocimiento del rubro del directorio y las artesanas para cumplir las gestiones y representación de la organización.</p>	<p>A 2 años de la ejecución del proyecto, las artesanas se han empoderado para representar a la asociación.</p>	<p>Registro de actas de asistencia a las reuniones de capacitación.</p> <p>Encuesta de evaluación una vez concluido el proyecto.</p>	
<p><b>Resultado 1:</b> Las dirigentas del directorio se fortalecieron en liderazgo y representatividad.</p>	<p>Los miembros del directorio han sido capacitados en temas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> <li>• Producción</li> <li>• Comercialización</li> </ul>	<p>Lista de participantes de las capacitaciones y fotografías.</p> <p>Encuesta de evaluación una vez concluido el proyecto.</p>	<p>La Asociación presenta mejoras en su organización.</p>
<p><b>Resultado 2:</b> Superar las dificultades de producción mediante la adquisición de</p>	<p>Las artesanas mediante la tenencia de insumos de tejer como ser, palillos, telar, lana, etc.</p>	<p>Planilla de productos.</p>	<p>Con la compra de los insumos se pretende tener más material para a</p>

insumos.	Llegan a confeccionar 50 piezas por mes.	Fotografías de entrega de cada telar a cada socia artesana.	comercialización.
		Encuesta de evaluación una vez concluido el proyecto.	
<b>Resultado 3:</b> Incremento de comercialización de las prendas.	Se logra incursionar al mercado externo y ampliar el mercado interno para la venta de deferentes productos.	Contrato de ventas y convenios suscritos con diferentes instituciones comerciales y ruedas de negocio.	Se promueve el mercado nacional e internacional. El producto en lana sintética.
		Encuesta de evaluación una vez concluido el proyecto.	
<b>Resultado 4:</b> Planificación económica de ingreso mensual de subsistencia de la vida social de la artesana.	Se logra generar conciencia en las artesanas para que tengan un ahorro económico a largo plazo.	Lista de asistencia al taller.	Se promueve la concientización en el ahorro económico para largo plazo o sea usado ante cualquier emergencia.
		Encuesta de evaluación una vez concluido el proyecto.	

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Se realizara la planificación estratégica que cuenta el cronograma y presupuesto para cada componente del proyecto

### Resultado 1:

Actividad	Recursos			Responsables	Meses			
	Económicos	Humanos	Formativos		1 SEMESTRE	2 SEMESTRE	3 SEMESTRE	4 SEMESTRE
Alquiler de ambientes en la institución Gregoria Apaza, para desarrollar temas de autoestima, liderazgo y violencia.	Dinero en efectivo por integrantes de la Asociación Ayni que son sus aportes.	Personal logístico y psicólogos.	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto y dirigentas de la Asociación				
Capacitación al directorio sobre temas de organización, gestión administrativa en derechos y deberes del directorio y socias de la Asociación.	Dinero en efectivo.	Personal logístico y capacitadores.	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto y dirigentas de la Asociación				
Capacitación de reuniones y programación.	Dinero en efectivo.	Personal logístico y capacitadores.	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto y dirigentas de la Asociación				

## Presupuesto en bolivianos

	Ítem	Insumos	Cantidad	Costo unitario	Total	
<b>Actividad 1</b>	Infraestructura	Alquiler ambiente	24 meses	200	7,200	
	Personal de capacitación 2 psicólogas (estipendio)		4 talleres	1.000	2,000	
	Material de escritorio	Sillas		41	4	164
		Mesas		20	10	200
		Bolígrafos		41	1	41
		Cuaderno		41	5	205
<b>Total AC1 = 9,810</b>						
<b>Actividad 2</b>	Personal experto del tema de organización.	Estipendio	8 talleres	50	200	
	Refrigerio	Salteñas	41	5	205	
		Refresco	1 paquete	70	70	
		Vasos desechables	1 paquete	10	10	
	Material de escritorio	Sillas		41	4	164
		Mesas		20	10	200
		Bolígrafos		41	1	41
		Cuaderno		41	5	205
		Trípticos		1 paquete	25	25
<b>Total AC2= 1,12°</b>						
<b>Actividad 3</b>	Personal experto en planificación y programación.	Estipendio	4 talleres	75	300	
	Material de escritorio	Sillas	41	4	164	
Mesas		20	10	200		
Bolígrafos		41	1	41		
Cuaderno		41	5	205		
Trípticos		1 paquete	25	25		
<b>Total AC3= 935</b>						
<b>TOTAL GENERAL= Bs 11,865</b>						

## Resultado 2

Actividad	Recursos			Responsables	Meses											
	Económicos	Humanos	Formativos		1 SEMESTRE	2 SEMESTRE	3 SEMESTRE	4 SEMESTRE								
Capacitación a las afiliadas en el manejo de la materia prima (fibra de alpaca), en los talleres tratar temas de control de calidad.	Dinero en efectivo aportes por los integrantes de la Asociación.	Técnico en COPROCA	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto e integrantes de la Asociación.	[Shaded blue area]											
Capacitación en los trabajos por cada unidad productiva y manejo de telar vertical.	Dinero en efectivo aportes por los integrantes de la Asociación	Técnico	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto e integrantes de la Asociación.	[Shaded blue area]											
Capacitación para la innovación de prendas mediante uso de revistas y modelos de otros países.	Dinero en efectivo aportes por los integrantes de la Asociación	Experta	Adquisición de material informativo.	Coordinador del proyecto e integrantes de la Asociación.	[Shaded blue area]											

**Presupuesto en bolivianos: Resultado 2**

	<b>Ítem</b>	<b>Insumos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Actividad 1</b>	Manejo de materia prima por técnico de COPROCA	Estipendio	4	200	800
	Material de información	Trípticos	43	0.50	21.5
		Bolígrafos	43	1	43
		Cuaderno	43	5	205
	Refrigerio	Empanadas	43	1	43
		Café	43	2	86
	<b>Total AC1 = 1,198.5</b>				
<b>Actividad 2</b>	Manejo de herramienta de trabajo	Estipendio	5 talleres	100	500
	Refrigerio	Empanadas	43	3	
		Refresco	1 paquete	70	70
		Vasos desechables	1 paquete	10	10
	Material de escritorio	Bolígrafos	41	1	41
		Cuaderno	41	5	205
		Trípticos	1 paquete	25	25
Bolígrafos		41	1	41	
<b>Total AC2= 1.120</b>					
<b>Actividad 3</b>	Personal experto en planificación y programación.	Estipendio	4 talleres	75	300
	Material de escritorio	Bolígrafos	41	1	41
		Cuaderno	41	5	205
		Trípticos	1 paquete	25	25

	<b>Total AC3= 571</b>
	<b>TOTAL GENERAL= Bs 2,889.5</b>

### Resultado 3

Actividad	Recursos			Responsables	Meses			
	Económicos	Humanos	Formativos		1 SEMESTRE	2 SEMESTRE	3 SEMESTRE	4 SEMESTRE
Promocionar los productos artesanales en ferias zonales y eventos del mismo gremio, que permitan conocer el trabajo que se viene desarrollando en la Asociación Ayni.	Dinero en efectivo para alquiler de carpas	Personal logístico y de apoyo	Adquisición de material de difusión	Coordinador de proyecto y Dirigentes de la Asociación				
Realización de capacitación en 1 a elaboración de catálogos virtuales de	Dinero para la elaboración de los catálogos	Equipo para soporte técnico y capacitadores	Adquisición de material virtual	Coordinador de la capacitación, responsable técnico y dirigentes de la Asociación				

Contratar a una persona que se encargue de la promoción de la página web, para que promocióne la producción artesanal.	Dinero para pago del técnico	Técnico de promoción	Adquisición de material virtual	Coordinador del proyecto, técnico responsable y dirigentes de la Asociación																																		

**Presupuesto en bolivianos: Resultado 3**

	Ítem	Insumos	Cantidad	Costo unitario	Total
<b>Actividad 1</b>	Infraestructura	Alquiler carpas	32 carpas	80	2,560
	Personal logístico y de apoyo	Estipendio	4 ferias	400	400
	Material de difusión	Volantes	200	0.20	40
		Banner	2	45	90
<b>Total AC1 = 3,090</b>					
<b>Actividad 2</b>	Equipo técnico	Estipendio	24 talleres	50	1,200
	Equipo logístico	Estipendio	24 talleres	50	1,200
	Refrigerio	Empanada	41	1.5	61.5
		Refresco	1 paquete	70	70
		Vasos desechables	1 paquete	10	10
	Material de escritorio	Sillas	41	4	164
		Mesas	20	10	200
Bolígrafos		41	1	41	
<b>Total AC2= 2,946.5</b>					



<b>Actividad 3</b>	Personal para la promoción de la página web	Estipendio	3 talleres	100	300
	Material virtual	Material de contenido mensual	192	4	768
	Soporte virtual	Pago de internet	24	50	1,200
	<b>Total AC3= 2,268</b>				
<b>TOTAL GENERAL= 8,304.5 Bs</b>					

**Resultado 4:**

Actividad	Recursos			Responsables	Meses															
	Económicos	Humanos	Formativos		1				2				3				4			
					SEMESTRE				SEMESTRE				SEMESTRE				SEMESTRE			
Realización de capacitación a las socias, en cómo lograr ahorros económicos a largo plazo	Dinero en efectivo.	Personal de capacitación	Material informativo	Coordinador del proyecto y dirigentes de la Asociación																

**Presupuesto en bolivianos: Resultado 4**

	Ítem	Insumos	Cantidad	Costo unitario	Total
<b>Actividad 1</b>	Personal de capacitación 1 Administradora 1 Economista	Estipendio	4 talleres	1.000	4,000
	Material de escritorio	Sillas	41	4	164
		Mesas	20	10	200
		Bolígrafos	41	1	41
		Cuaderno	41	5	205
	Refrigerio	Salteñas	41	5	205
		Refresco	1 paquete	70	70
		Vasos desechables	1 paquete	10	10
	<b>Total AC1= 4,895</b>				
	<b>Total general= Bs 4,895</b>				

No de Resultado	Monto total	Costo Total
<b>Resultado 1</b>	<b>TOTAL GENERAL =</b>	<b>Bs. 11,865</b>
<b>Resultado 2</b>	<b>TOTAL GENERAL =</b>	<b>Bs. 2,889.5</b>
<b>Resultado 3</b>	<b>TOTAL GENERAL =</b>	<b>Bs. 2,946.5</b>
<b>Resultado 4</b>	<b>TOTAL GENERAL =</b>	<b>Bs. 4,895</b>
<b>TOTAL GENERAL = BS 22,596.-</b>		

## BIBLIOGRAFÍA

ALBO, Xavier (1981) *La cara aymara de La Paz*. Vol. I Cuadernos de Investigación N° 20. La Paz, CIPCA.

ANDER-EGG, Ezequiel. (1985). *Introducción o la planificación*. Argentina: Ed. Humanitas

ARAMAYO, A. & DULÓN, R. (2007). *Sistematización de Experiencias de Producción y Comercialización de Artesanía Textil en el Sur de Bolivia: Fundación Participación y sostenibilidad – PASOS*.

ARDILES, N. (1992). *Producción y Comercialización de la Artesanía de la Isla Taquile*. Tesis para Optar el Título de Ingeniero Economista. Puno.

ARTESANIAS Pachamama. (2005-2006). *Sistematización de experiencias en el Perú* [https://www.flacoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1344982222.informe\\_de\\_narracion\\_dialogica.pdf](https://www.flacoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1344982222.informe_de_narracion_dialogica.pdf)

BURNETT, Jonh. (1996). *Promoción Conceptos y Estrategias*. Colombia: Mc Graw Hill.  
CCALLA, B. (2007). *Producción de Artesanía en Tejido de Punto a Mano en la Asociación de Artesanos Unificados de Puno*”. Informe de Aplicación Práctica Para el Examen de Suficiencia Profesional para Optar el Título Profesional de Ingeniero Economista.

CADENA, A. B. (2015). *Centro Artesanal*. La Paz- Bolivia: Tesis elaborada para la obtencion el grado de licenciatura, Universidad Mayor De San Andrés, Facultad de Arquitectura, Artes, Diseño y Urbanismo, Carrera de Arquitectura.

CDIMA. (2018). *Artesanía y Textiles* (1ra ed.). (B. Virginia, Ed.) La Paz: CDIMA.

Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE) – División de Población y División de Asuntos de Género de la CEPAL. (2013). *Mujeres indígenas en América Latina: dinámicas demográficas y sociales en el marco de los derechos humanos*; Santiago de Chile: CEPAL.

GARENA, Eva (2015) *Costos de Comercialización*. Disponible en <https://www.scribd.com/doc/271673329/Costos-de-Comercializacion>.

CHAVEZ, Gabriela (2018). *La manufactura textil en Bolivia: unidades de producción, materia prima, mano de obra, mercado y consumo, 1825-1845*. La Paz- Bolivia: Universidad Mayor De San Andrés, Facultad Humanidades y Ciencias de la Educación, Carrera de Historia.

CHÁVEZ Lucy M. (2004) *Los municipios productivos y las artesanías*. Trabajo dirigido para la obtención el grado de licenciatura en Universidad Mayor de San Andrés Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, carrera de economía.

DEUSEN, Nancy E. (2002). Van Deusen • *Voces y silencios: el género en la historia peruana (1977-2002)*. EEUU.(Historia XXVI pag. 125-186) 0460-Texto del artículo-41487-1-10-20141006.pdf

FERREIRA, Cecilia B. (2018) *Participación de mujeres en la central local de cooperativas agropecuarias de caranavi – CELCCAR*. Trabajo Dirigido PETAENG ineditopara optar el título de Sociología. UMSA

GOBIERNO Municipal Autónomo de El Alto, (2007) *Informe Secretaria General Municipal*.

GREGORIA, Apaza. (2011). *Atlas de El Alto: Estudio con información estadística, descriptiva y analítica sobre las condiciones, oportunidades e institucional de la población y la ciudad*. GAMEA.

HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto y otros (1998) *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw-Hil, 1 edición.

HORTON, Paul; HUNT, Chester (1977). *Sociología*, Bogotá - Colombia, 2 ed., Mc GRAW-HILL.

KOTLER, Phillip. (2001). *Dirección de Marketin*. “g”. Prentice Hall. México

KOTLER, Phillips. (2004). *Marketing*. Pearson educación, 10ª edición. España.

LAMB, Jr., & CHARLES, W. (2002). *Marketing*. México: Editorial Thomson, 6ª edición.

LEON, Magdalena. (1996). “*Mujer, género y desarrollo. Concepciones, instituciones y debates en América Latina*” en Estudios básicos de Derechos Humanos IV; (Pags. 147 – 168). Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

LOPEZ, Arturo (1999). *Comercialización II*. Universidad Francisco Gavidia. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Artesanías Perú*. Mincetur. República del Perú

ORTIZ, M., & LÓPEZ , R. (2015). *Caracterización socioeconómica de la comunidad artesanal de Nariño*. Medellín- Colombia.

PANIAGUA, Teresa V. (2006). *Indígenas, civilización y género : el desandar en el género indígena y su absorción a la civilización*. La Paz, Bolivia : Edition1. ed.: Ediciones Pachakuti/Abya Yala.

PIBURNETT, J (1996) *Promoción Conceptos y Estrategias*. Colombia: Mc Graw Hill.

PRODINTEC. (2006). Artesanía. Estudio de la artesanía en Asturias. Diseño y nuevas tecnologías. Fundación Pro dintec. Asturias. España.

QUILLA, F. (1994). *Análisis de la Comercialización de Productos Artesanales en La Ciudad de Puno*. Tesis para Optar el Título de Ingeniero Economista.

QUIZA, R. (2012). *Principales Factores que Influyen en la Producción de Artesanía en Tejido a Punto de la Ciudad de Juliaca-2011*. Tesis: UNA Puno.

SANDOVAL, G.; SOSTRES, M. F. (1989). *La ciudad prometida: pobladores y organizaciones sociales en El Alto*. La Paz: ILDIS

SUCH, D., & BERENGUER, J. (1994) *Introducción a la economía*. E. d. Pirámide.

TERLEVICH, Juan F. (2000) *Gestión de la producción*. Perú: UTN- Departamento de Ingeniería Industrial.

TICONA, Victor. (1981) Metodología del trabajo de comunidad. La Paz: Renovación Ltda.

TRUJILLO C, Maria & COLLAZOS, R. Contanza (2009) *Creación de empresa de confección de blusas camiseras para dama*. Santiago de Cali- Colombia: Universidad Autónoma de Occidente-Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Programa de Administración.

UNESCO /CCI (1997) *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera* – Manila, 6-8, informe final. Documento CLT/

UNESCO (2011) “*Los desafíos de la artesanía en los países del Cono Sur: Excelencia y Competitividad*” es una publicación del Sector Cultura de la Oficina de la UNESCO en Montevideo que cuenta con la contribución de ONUDI a través del Proyecto Viví Cultura, (Fortalecimiento de las industrias culturales y mejora de accesibilidad a los bienes y servicios culturales).

YAPU, Mario, KOMADINA, J., CÓRDOVA, J., Rodney, P., GUTIÉRREZ, N., & GONZALES, G.(2015) *Pautas metodológicas para investigar en ciencias sociales y humanas*. La Paz: PIEB.

### **Fuentes electronicas revisadas**

Instituto Nacional de Estadística (INE). Datos de poblacion El Alto, al 2017. en linea.

Rutas de turismo. [http://www://es.m.wikipedia.org/wiki/Calle\\_Sagárnaga](http://www://es.m.wikipedia.org/wiki/Calle_Sagárnaga). Consultado el 20 de junio de 2014.

Consignaciones. Trabajo de Barrera <http://www.eumed.net/2010a/657/consignaciones>

Sobre materia prima: [www.coprocabolivia.com](http://www.coprocabolivia.com)

Mapa de la ciudad El Alto: <https://www.google.com/maps/place/El+Alto/@-16.5468894,-68.2842354,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915edebe842e2473:0x3a1f8a2f17f89d8f!8m2!3d-16.4899474!4d-68.2081896?hl=es-419>

### **Normativa**

Gaceta Oficial de Bolivia. Decreto Supremo 28761. (2006)

### **Prensa**

Se ha revisado los periódicos: La Razón, El Diario, La Prensa, Pagina Siete, que estén relacionados con el estudio en el periodo 2014 y 2015.

# ANEXOS

**ANEXO: N° 1 UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE EL ALTO**

**(con flechas los domicilios donde Ayni tiene socias)**



Fuente: [https://www.google.com/maps/place/El+Alto/@-16.5468894,-](https://www.google.com/maps/place/El+Alto/@-16.5468894,-68.2842354,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915edebe842e2473:0x3a1f8a2f17f89d8f!8m2!3d-16.4899474!4d-68.2081896?hl=es-419)

[68.2842354,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915edebe842e2473:0x3a1f8a2f17f89d8f!8m2!3d-](https://www.google.com/maps/place/El+Alto/@-16.5468894,-68.2842354,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915edebe842e2473:0x3a1f8a2f17f89d8f!8m2!3d-16.4899474!4d-68.2081896?hl=es-419)

[16.4899474!4d-68.2081896?hl=es-419](https://www.google.com/maps/place/El+Alto/@-16.5468894,-68.2842354,12z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915edebe842e2473:0x3a1f8a2f17f89d8f!8m2!3d-16.4899474!4d-68.2081896?hl=es-419)



**ANEXO: N° 2 ENTREVISTAS**

<b>Nro.</b>	<b>Condición social</b>	<b>Edad</b>	<b>Grupo</b>	<b>Fecha de entrevista</b>
1	Presidenta (Viviana Mamani de Pari)	50	11 de octubre	05/08/14
2	Secretaria de relaciones Humanas (Julia Clares Condori)	45	Qhanatatiwa	20/08/14
3	Secretaria de Actas (Luisa Mayta Mamani)	48	Siproma	29/08/14
4	Secretaria de Hacienda (Armenda Machaca de Machaca)	42	Antawi	28/08/14
5	Simona Mamani	45	Seproa	01/09/14
6	Justina Limache	57	Qhanatatiwi	10/09/14
7	Cecilia Velasco	58	Qhanatatiwa	18/09/14
8	Natalia Barrera	32	Siproma	25/09/14
9	Elena Mamani de Sánchez	45	11 de octubre	13/10/14
10	Pascula Huacuto	30	Qhanatatiwa	05/01/15
11	Natalia Barrera	32	Siproma	12/01/15
12	Antonia Mamani	30	11 de octubre	23/01/15
13	Beatriz Condori	41	11 de octubre	09/02/15
14	Rusmery Mamani C.	30	Amtawi	23/02/15
15	Remedios Barrera	43	Siproma	06/03/15
16	Andonia Mamani	30	11 de octubre	04/04/15
17	Julia Quispe	49	Siproma	28/04/15
18	Elena Coronel	50	11 de octubre	04/09/15
19	Albertina Quispe de Layme	49	11 de octubre	18/08/15
20	Gregoria Mamani	38	Siproma	27/08/15

**ANEXO: N° 3 BOLETA DE CENSO**

Número de censo.....

<b>Lugar:</b>	
<b>Fecha</b>	
<b>Nombre y apellido</b>	
<b>Cargo</b>	

**1. ORGANIZACIÓN**

Características de las socias:

1.1.¿Qué edad tienes?

R.....

1.2.¿Hasta qué curso has estudiado?

R.....

1.3.¿Cuántos hijos tienes?

R.....

1.4.¿Actualmente qué actividad económica realiza?

R.....

1.5.¿cuantas por su actividad?

R.....

1.6.¿Cuánto es su ingreso total de la familia por mes?

R.....

1.7.¿Usted qué problemas de la organización identifica dentro de la Asociación?

R.....

**2. CAPACITACIÓN**

2.1.¿Usted cómo se ha capacitado en la artesanía textil?

- a) Por mi cuenta
- b) Por mis padres
- c) De mis amistades
- d) Trabajando en taller
- e) Por medio de capacitaciones
- f) De otra forma

2.2. ¿En este último año usted ha participado de algún tipo de capacitación dentro de la Asociación?

- a) Si
- b) No

En caso que la respuesta sea Si:

Tipo de capacitación	N (cuantas veces)	Tiempo en (días/vez)	Total horas de participación	En qué temas
a) Talleres				
b) Seminarios				
c) Cursos				
d) Intercambio de experiencia				
e) Otro				

2.3. ¿por qué usted no ha podido participar en la capacitación dentro de la asociación?

- a) No he tenido tiempo
- b) No habido capacitación
- c) Otro

2.4. ¿Cuáles son los principales problemas en cuanto a la capacitación de la asociación?

R.....

### 3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

#### Fuente de financiamiento

3.1. ¿Para la producción de su artesanía de donde consiguió su financiamiento?

- a) Crédito del banco
- b) Entidades financieras
- c) Capital propio
- d) Otro.....

3.2. ¿Con que tipo de garantía consiguió su financiamiento?

- a) Garantía grupal
- b) Garantía hipotecaria
- c) Garantía personal
- d) Otro.....

3.3. ¿para que consiguió el financiamiento?

- a) Para comprar materia de prima
- b) Para comprar herramientas de trabajo
- c) Otro.....

3.4. ¿Cuál es el monto que consiguió?

R.....

3.5. ¿A que plazo obtuvo su credito? (tiempo en caso de credito)?

R.....

3.6. ¿A cuánto de interes obtuvo su credito? (En caso de credito)

R.....

3.7. ¿Qué problemas tuvo para conseguir su prestamo de dinero para su producción?

R.....

### 4. EQUIPAMIENTO

1.1. ¿Qué tipo de equipo de trabajo usted tiene para producir su artesanía?

- a) Tejido a mano
- b) Maquina industrial recta

- c) Madejador
- d) Envolvedor

1.2.¿Qué tipos de herramientas manuales usted tiene para producir artesanía?

- a) Palillos
- b) Telar
- c) Udidura
- d) Otros

1.3.¿Qué problemas tuvo al conseguir su equipo o herramienta de trabajo para su artesanía?

R.....

**2.MANO DE OBRA**

4.1.Para producir sus productos artesanales usted trabaja?

- a) Sola
- b) Con sus hijos/as
- c) Con otros familiares que no son sus hijos
- d) Con otra persona que no son familiares (asalarido)

4.2.¿Usted cuánto les paga a las personas que le colaboran en los siguientes productos?

Producto	Bs. Cada/ uno
Mantilla tejido en telar	
Chalina tejido en telar	
Chompa tejido a mano	
Guante tejido a mano	
Chalina tejido a mano	
Chompa tejido a maquina	
Mantilla tejido en telar	
Otro, monederos, polaina, medias	

4.3.¿En total cuantas personas trabajan con usted?

R.....

4.4.¿Cuánto tiempo trabajan los que le colaboran?

- a) Medio tiempo horas/dias
- b) Tiempo completo horas/dias

4.5.¿Usted cuanto tiempo dedica al trabajo de su artesanía?

- a) Medio tiempo horas/dias
- b) Tiempo completo horas/dias

4.6.¿Qué problema tiene en mano de obra ?

R.....

**3.MATERIALES**

4.7.¿Qué tipos de materia prima utiliza usted para su artesanía?

- a) Lana procesada
- b) Lana bruta
- c) Lana sintetica
- d) Otro

4.8.¿De que calidad de lana procesada utiliza?

- a) Bebe
- b) Normal
- c) Mezcla
- d) Sintetica

4.9.¿Qué cantidad de lana utiliza?

Producto	Kg/mes	Producto
a) Lana procesada		
b) Lana bruta		
c) Lana sintetica		

4.10. ¿Con que monto de dinero adquiere la lana mesuamente?

- a) Lana procesada Bs.....
- b) Lana bruta Bs.....
- c) Lana sinterica Bs.....

4.11. ¿Usted que dificultad encuentra al comprar lanas?

R.....

## 2. PRODUCCION

2.1.¿Qué tipo de productos de artesanía produce usted?

- a) Mantilla tejido en telar
- b) Chalina tejido a mano
- c) Chompa tejido a mano
- d) Chalina tejido en telar
- e) Guantes tejido a mano
- f) Otros, monederos, polainas

2.2.¿En que tiempo produce cada tipo de su producto?

- a) Mantilla tejido en telar.....
- b) Chalina tejido a mano.....
- c) Chompa tejido a mano.....
- d) Chalina tejido en telar.....
- e) Guantes tejido a mano.....
- f) Otros, monederos, polainas.....

¿Cuál es el costo de producción de cada tipo de su producto?

DETALLE	Gastos de material utilizado	Gasto de herramienta utilizada	Costo de mano de obra	Gasto de servicios básicos (luz, agua) (Bs)	Total costo de producción (Bs)
			Mano de obra sin material		
Mantilla tejido en telar					
Chalina tejido en telar					
Chompa tejido a mano					
Guante tejido a mano					
Chalina tejido a mano					
Chompa tejido a maquina					
Otros					

### 3. Acabado

3.1. ¿usted realiza el control de calidad de su producto y como lo hace?

Si: Como .....

No: Como .....

3.2. ¿Usted coloca la etiqueta de fabricación?

Si:.....No.....

a) ¿Usted realiza el embalaje de su producto y como lo hace?

b) Si: Como.....

c) No: Como.....

3.3. ¿Qué dificultades tiene en el acabado de su producto?

R:.....

### 5. Comercialización

Formas de comercialización

3.4. ¿usted deja en consignación su producto? (consignación=a deuda)

Si No

3.5. ¿Cada que tiempo le pagan cuando usted deja en consignación?

Cada semana b) Cada 15 días c) Cada mes d) Otro....

3.6. ¿Realiza venta directa de su producto?

Si: A quién?.....

No:

3.7. ¿Qué problema tiene usted para vender su producto?

R:.....

### 4. Tipo de mercado

4.1. ¿Usted en qué mercado local oferta su producto?

5. Ferias zonales c) En la calle d) Otros.....

5.1.¿Para la oferta de su producto existe mercado interno?

Si No

5.2.¿Cómo vende al mercado externo?

R.....

**11. Cantidad comercializada:**

11.1.¿Qué cantidad vende directamente o deja en consignación, y en qué tiempo (día, semana o mes)?

PRENDA	En venta directa		En consignación	
	En qué tiempo	Que cantidad	Cuando deja de su producción	En qué tiempo le pagan
Mantilla tejido en telar				
Chalina tejido en telar				
Chompa tejido a mano				
Guante tejido a mano				
Chalina tejido a mano				
Chompa tejido a máquina				
Otros				

**11. Costo de comercialización**

11.1.¿En cuánto vende su producto?

PRENDA	En venta directa		En consignación	
	Bs. Cada/uno		Bs. Cada/uno	
Mantilla tejido en telar				
Chalina tejido en telar				
Chompa tejido a mano				
Guante tejido a mano				
Chalina tejido a mano				
Chompa tejido a máquina				
Otros				

## 12. Utilidades

13.1. ¿Cuánto gana de la venta de su producto (ganancia neta)?

PRENDA	De la venta directa		Venta en consignación	
	Ganancia neta Bs. por producto		Ganancia neta Bs. por producto	
Mantilla tejido en telar				
Chalina tejido en telar				
Chompa tejido a mano				
Guante tejido a mano				
Chalina tejido a mano				
Chompa tejido a máquina				
Otros				

### ANEXO: N° 4 - ENTREVISTA N° 6

#### DATOS GENERALES:

**Entrevistado:** Justina Limache

**Edad:** 57 años

**Fecha:** 10/09/14

**Grupo:** Qhanatatiwi

#### CARACTERÍSTICAS DE LAS SOCIAS

**Muy buenas tardes compañera, vamos a iniciar con la entrevista ¿Qué edad tienes?**

Yo tengo 40 años.

**¿Hasta qué curso has estudiado?**

Yo no he tenido la oportunidad de estudiar hasta bachiller porque me aplase en matemáticas cuando estaba en quinto básico y mi papá me sabe pegar y reñir arto cuando me preguntaba sobre mi tarea, hasta con el lápiz en la mano y se llorar mucho hasta que deje el colegio así



he empezado a trabajar con mi papá y mamá. Yo después me sentía feliz por ya no ir al colegio pero pues estaba mal porque deje de estudiar.

### **¿Cuántos hijos tienes?**

Yo tengo 5 hijos, 3 son varones y 2 mujeres, mis dos hijas son menores de edad todavía están estudiando en el colegio una de mis hijitas tiene 10 años y la otra tiene 14 años ya pronto saldrá de la promoción tener hijos es no más difícil porque siempre hay que estarlos cuidando, es este tiempo todo pasa y eso es preocupante. Mis tres hijos mayores el mayor ya tiene una familia ya tiene su esposa y hasta tengo una ñeta ella tiene 4 añitos. Mis otros dos hijos están estudiando en la universidad uno de ellos está en la UPEA y el otro está en mecánica automotriz en Achachicala la pedro murillo, a mis hijos no les puedo ayudar con dinero ellos se trabajan y se pagan sus estudios, pero si les puedo ayudar con comida y techo. Mis hijos están agradecidos con ese apoyo porque también en esta vida nada es fácil conseguir y mis padres a mí me han enseñado que para salir adelante tienes que esforzarte siempre y eso valor les le transmitido a mis hijos e hijas. Ser madre de familia no ha sido fácil porque una mujer mucho se esfuerza por su hogar una mujer es pues el pilar de la familia y poder mantener un hogar y también trabajar es complicado a veces no se recibe el apoyo de los hijos porque están en sus cosas mis hijos están ocupados en sus cosas de ellos mismos, a veces si me ayudan con algo de dinero pero así que entren a la cocina y me ayuden es imposible. Mis hijas si me ayudan cuando no tienen tarea.

### **¿Cómo has aprendido a tejer artesanamente?**

Cuando era chica y joven yo vivía en el campo con mis padres, y lo único que se hace en el campo es pastear las ovejas, vacas y también se tiene que sembrar y cosechar papa, cebolla de todo hasta se tiene que hacer chuño, yo desde pequeña se hacer mis tejidos de tisnos es para amarrarse las polleras. Mi madre sabe tener muchas lanas y de diferentes colores ella sabe hacer tejidos de cama y como sabe sobrar lanas con eso se me hacer tisnos pero también se vender a algunas amigas hasta se cambiar mis tisnos por pancito porque el pan sabe ser bien querido, más o menos desde ahí se estar tejido cualquier cosa luchos pero así he aprendido mi mamá también me sabe estar enseñando.

### **¿Actualmente qué actividad económica realiza?**

Diferentes actividades, una de ellas es estar tejiendo en la Asociación diferentes productos como chompas y chalinás.

## **ORGANIZACIÓN**

### **¿Cuántas socias conforman el grupo?**

Nuestro grupo funciona con 9 personas para trabajar diferentes productos de artesanía el tejido manual.

### **¿Cómo se llama su grupo al que pertenece?**

11 de Octubre pues nuestro grupo tiene su historia propia, hace años atrás se dio la masacre de 2003 donde varios alteños han muerto en la guerra del gas, una historia triste.

### **¿El grupo tiene estatutos y reglamentos?**

Pues bueno, solo recuerdo que tenemos normas y como tal debemos de regirnos a ello y cumplir no más entre nosotras, como grupo productoras artesanas y pues luego velar nuestros intereses de trabajar que podemos producir en la asociación.

### **¿Cómo es la estructura del grupo?**

Las mujeres interesadas que están dispuestas a trabajar en el tejido a mano con la fibra de alpaca de acuerdo a la norma interna que tenemos como grupo.

### **¿Cuál es la función de la dirección del grupo?**

En esto consiste del hecho, de que no todos somos iguales para activar por ciertos motivos, tenemos familia que atender buscando medios económicos para solventar o muchas veces por falta de comunicación no estamos bien informadas de las actividades de la Asociación y eso es preocupante, pues también representa la pérdida de dinero.

### **¿La dirección del grupo que roles externos cumple?**

En la parte de la producción con la Asociación central de Ayni, pues siempre estamos cumpliendo solo de acuerdo a sus normas trazadas de la asociación.

### **¿Y qué objetivo tiene el grupo?**

Pues como grupo tenemos que desarrollar los productos para el mercado interno tanto para el mercado externo a través de la asociación, la idea es ampliarse en el mercado y poder obtener ganancias. También que todas debemos de cumplir de manera equitativa los grupos afiliado, y con el tiempo llegar a una Asociación más grande y coger otra asociaciones similares en este rubro dando para exportar a otros países a nivel mundial con nuestros productos maravillosas artesanales.

### **¿A través de qué medio es la relación de comunicación dentro el grupo (socias)?**

Mediante de la representante del grupo a la vez soy miembro de la directiva de Asociación Ayni, y bueno luego informo que la actividad que estamos realizando con los otros grupos algunas veces pues se hace llegar mediante de las citaciones escritas al final pues se llama mediante celular a la socias pero eso también representa el gasto de dinero en el crédito que una gasta al llamar.

### **¿Qué problemas tienen en el grupo?**

En el grupo los problemas siempre existen, pues más que todo es por los incumplimientos de los trabajos a la fecha encara en la parte de la producción con el tejido. Por otra parte no tenemos el mercado seguro para la venta de artesanías, algunas veces nos dificulta y eso es preocupante. Otro problema que nos tropezamos es de los pagos de las prendas, no se puede vender fácilmente siempre andamos tropezando con ello y de alguna forma nos acumulamos las prendas por esta razón queremos un fondo de arranque o que sea rotario en la asociación.

## **CAPACITACIÓN**

### **¿Cómo se organizan en los eventos de capacitación en el grupo?**

Nosotras como grupo nos organizamos a compartir entre socias en socias en cuestión de la responsabilidad igualmente la actualización tecnología de las artesanías la vez conocer nuevos diseños de la Asociación que nos delega la presidenta para participar a otras organizaciones y de esa forma representar de organización.

### **¿Qué problemas existen para organizar eventos de capacitación?**

Para convocar las socias y tener la fecha fijada clara y faltando treinta días calentando según el estatuto orgánico de la Asociación Ayni. Algunas partes postergamos cuando hay actividades en hay perdimos sus participantes de las socias en las asambleas dando en las reuniones.

## **PRODUCCIÓN**

**¿Dentro de la producción de las artesanías, de qué manera ayuda la Asociación en el proceso de elaboración de las prendas acabadas?**

Es muy difícil de manejar los grupos a las socias de la Asociación no están conforme lo que están tejiendo, todo quieren fácil. En cuando las prendas que terminan buscamos a las personas que se delegan a recoger las prendas acabadas.

**¿Cómo responsable de grupo como apoya a las afiliadas para producción de su artesanía?**

De la misma manera se hace la capacitación replica para producir diferentes rubros que el mercado demanda también juntando la plata para comprar la materia prima hacer control de calidad cuando hay fallas técnicas en el mercado.

**¿Qué problemas se identifican en la producción de las socias de las socias del grupo?**

Algunos socias no tienen el interés de aprender las nuevas prendas miniaturas, la forma hay dificultad, es muy difícil de manejar los grupos o las socias de la Asociación no están conforme lo que están tejiendo, todo quieren lo fácil. En cuando las prendas que terminan buscamos a las personas que se delegan a recoger acabadas. Es una dificultad cuando no dominio del arte tejer y la habilidad de trabajo con las artesanías. También la falta de materia prima porque sin eso no hay mucha producción para el mercado.

## **COMERCIALIZACIÓN**

**¿Cuáles son los lugares donde se comercializa o venden los productos tejidos artesanales?**

Es muy difícil de manejar los grupos socias de la Asociación no están conforme lo que están tejiendo, todo quieren lo fácil. En cuando las prendas que terminan buscamos a las

personas que se delegan a recoger las prendas acabadas juntando las prendas en calidad igual y es demoroso controlar las prendas.

## **PROMOCIÓN**

### **¿Cuáles se realiza la promoción de los productos de las socias del grupo?**

Para promocionar los productos hacia el mercado interno o externo es tener la capacidad y acabado en calidad. Las directivas debemos que ser una persona ser el contacto, a la vez tiene que ser apto para ofrecer los productos un costo determinado. En la parte competencia jugar un rol importante con los precios.

### **¿El grupo que estrategias utiliza en la venta de sus productos?**

Nosotras como productoras nos organizamos para ofertar a los compradores en manera participando en las ferias locales exponiendo la calidad de fibra de alpaca. En cuando es mayor producción para el cliente hay el descuento por de las prendas.

### **¿Qué problemas se identifican para comercializar los productos de las socias en el grupo?**

En grupo las prendas seleccionamos para llevar a juntar a la Asociación, otras que no cumplen con su trabajo hacer variar mucho hay perdimos el comprador por culpa algunas socias nos perjudican.

### **¿Qué otros problemas más tienen?**

Otra parte hay mucho demora de vender las prendas que existe las competencias en los mercados, no tener un fondo para los pagos a las socias.

## ANEXO N° 5

### Ejes temáticos que han guiado el trabajo

#### Organización de la Asociación Ayni

- Estructura organizacional
- Conformación de grupos y sub grupos
- Formas de control en reuniones

#### Producción de las artesanías

- Mantilla tejido en telar
- Chalina tejido en telar
- Chompa tejido a mano
- Guante tejido a mano
- Chalina tejido a mano
- Chompa tejido a máquina

#### Capacitación en áreas

- Comercialización
- Producción
- Liderazgo

#### Comercialización

- Promoción
- Estrategias de venta

**ANEXO N° 6: Fotografía N° 1**



Urdidura, herramienta usada por las socias

**Anexo N° 6: Fotografía N° 2**



Socias de la Asociación Ayni, participando en el taller donde se desarrolló el tema de manejo de la economía.

**Anexo N° 7: Fotografía N° 3**



Guante con capucha, el punto es santa clara con lana fibra de alpaca 100%

**Anexo N° 8: Fotografía N° 4**



Aplicación con colores Guantes y gorro tejidos a mano elaborada con fibra de alpaca bebe 100%.



**Anexo N° 9: Fotografía N° 5**



Juego complementario, estas prendas elaboradas con tejido a mano aplicación con los diseños de los colores naturales de lana procesad 100% fibra fina de alpaca bebé.

**Anexo N° 10: Fotografía N° 6**



Un juego de chompa, Chompa para mujer cuello redonda tipo chaqueta cerrado con su gorra, aplicado con los colores cent ético tejido a máquina doméstica.

**Anexo N° 11: Fotografía N° 7**



Telar de madera, armado el telar vertical para trabajar las prendas con el técnico.

**Anexo N° 12: Fotografía N° 8**



Producto mantilla elaborado con una lana de alpaca 100%, es tejido con telar Vertical

**Anexo N° 13: Fotografía N° 9**



Mantilla tejido a máquina aplicación con el punto calado. Lana con fibra de alpaca 100%

**Anexo N° 14: Fotografía N° 10**



Chompa cuello camisa, esta chompa es abierta tejido a máquina aplicación con manga ranglan el cuello camisa. Con fibra de alpaca 100%.

### **Anexo N° 15: Fotografía N° 11**



Acabado los productos artesanales, la socia realiza una selección por tallas al control de calidad para vender en mercado en las ferias locales.

### **Anexo N° 16: Fotografía N° 12-14**

En estas fotografías se puede observar, una de las gestiones realizadas en el tiempo de interacción con la directiva y mi persona, se ha logrado conseguir del Ministerio de desarrollo productivo la entrega de máquinas como ser: cartadora, telar y urdidura las cuales se han entregado a un grupo de socias que resaltaban por ser activas según grupo, como eran solo 3 máquinas y no se ha entregado a todas por motivos obvios.



**Fotografía N° 13**



**Fotografía N° 14**

