

NUEVO MUNDO

TRINI VARGAS PACAYO

SUWANIA GOMEZ V.

PUERTO HUALLANA

DELIA SIMON GREGORIO

NUEVA VIDA

PERORI VARGAS GOMEZ

BERNABE GOMEZ A.

JANETH HERNANDEZ V.

NUEVA LUZ

SAIDA URGUIA PIÑO

LOYDA SIMON HERRERA

GERTI DÍAZ RIOS

TICUMPINIA

Y. MATIASHI VICENTR

MIRTHA POGENTI M.

CAMISEA

RUTH ANTERAS SIMÓN

LYN DIAZ CHINCHAY



**DIAGNÓSTICO DE  
EMPRENDEDORAS  
INDÍGENAS EN CC. NN  
DE NUEVO MUNDO -  
CECONAMA**

## Contenido

---

### Introducción

<b>DIAGNÓSTICO DE EMPRENDEDORAS INDÍGENAS EN CC. NN DE NUEVO MUNDO - CECONAMA</b>	3
Objetivos generales y específicos	3
Variables de Análisis	3
Metodología	3
Desarrollo	3
Conclusiones	10
Recomendaciones	10
Anexos	10

## Introducción

El presente documento muestra el diagnóstico del primer taller de planificación de micro proyectos, aplicado en seis emprendedoras indígenas de 6 CCNN: Ticumpinia, Camisea, Puerto Huallana, Nuevo Mundo, Nueva Vida y Nueva Luz, en el marco del Proyecto "Economía Indígena y Gobernanza Territorial Libres de Deforestación".

Como parte de la intervención del equipo técnico de la Sociedad Peruana de Eco desarrollo – SPDE, podemos hacer mención de la actividad realizada:

- Recopilación de ficha de diagnóstico de emprendimientos de mujeres indígenas en las <comunidades priorizadas.

## Objetivos Generales

Establecer las bases para la participación de las emprendedoras indígenas en el concurso/asignación de fondos para micro proyectos (PEIY-GTLD).

Conocer las características básicas de los emprendimientos que se desarrollan en las CCNN del Bajo Urubamba y que forman parte de CECONAMA-CONAP.

Establecer los requerimientos mínimos para potenciar las actividades económicas productivas y de servicios, desarrolladas por las emprendedoras locales en las comunidades priorizadas.

## Variables de Análisis

- Ficha diagnóstica de datos generales.
- Datos generales del emprendimiento.
- Recursos del bosque utilizados para la producción o servicio de su emprendimiento.
- Respecto al emprendimiento.
- Relaciones institucionales.

## Metodología

Elaboración del diagnóstico, obteniendo información general del emprendimiento de mujeres indígenas en las comunidades priorizadas.

Aplicación de fichas para el diagnóstico, basadas en preguntas abiertas y cerradas a las emprendedoras de las 6 CCNN, sobre la intervención del proyecto, para lo cual se realizan entrevistas in situ.

## Desarrollo

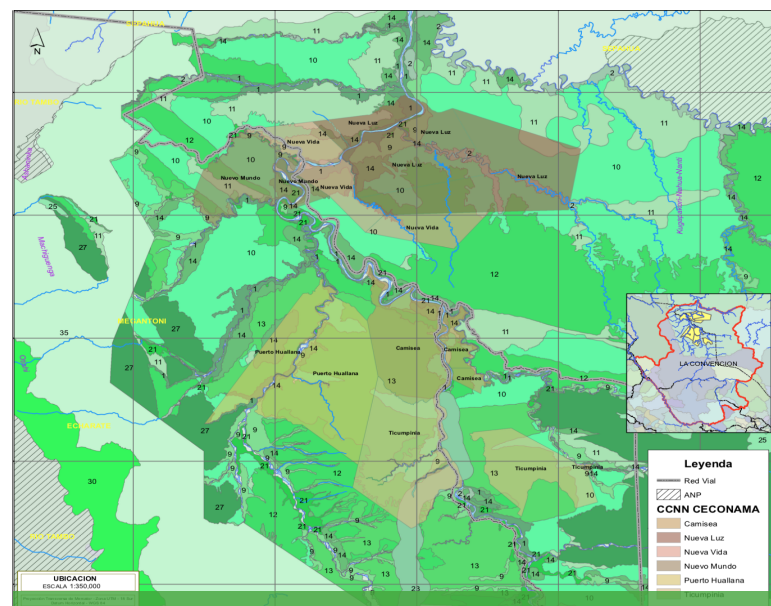
### Resultado de la ficha de diagnóstico de emprendimiento

Según el diagnóstico y procedimientos, se lograron los siguientes resultados en los emprendimientos de mujeres en el ámbito de las 6 CCNN:

Ticumpinia – Chocoriari: Loyda Simón Herrera  
Camisea: Perori Vargas Gómez.  
Puerto Huallana: Mirtha Pogenti Manchiñari.  
Nuevo Mundo: Luz Yaneth Hernandez Vargas.  
Nueva Vida: Gerty Dias Rios.  
Nueva Luz: Saida Urquía Piño.

### Principales actores en emprendimientos de mujeres indígenas.

Las emprendedoras desarrollan actividades de: piscicultura, agricultura y servicios de restaurante. Actividades realizadas por mujeres que poseen conocimiento de culturas ancestrales, populares en la etnia Matsigenkas; en gran parte, conocidas por las mujeres de mayor edad; comercializando sus productos en un sistema de producción tradicional, ya que no cuentan con un mercado o lugar donde comercializar sus productos, los mismos son vendidos de manera formal e informal dentro de la comunidad o en la ciudad.



**Mapeo de las Comunidades Nativas**  
Mapa de ubicación

# Características de las emprendedoras

## Datos Generales

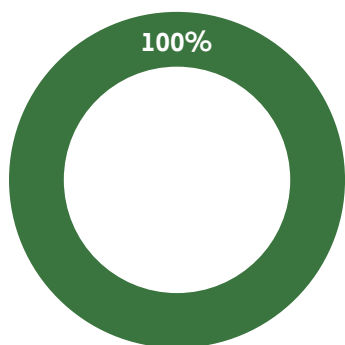
Cuadro 1: Nombre de las mujeres emprendedoras encuestadas.

Entrevistadores	N°	Nombres y Apellidos del productor(a) inscrito en el proyecto	Género	Comunidad nativa
Lyn Alex Diaz.ch.	1	Loyda Simón Herrera	Mujer	Ticumpinia - Chocoriari
Lyn Alex Diaz.ch.	2	Perori Vargas Gómez	Mujer	Camisea
Kim Chiong Su Flores	1	Mirtha Pogenti Manchiñari	Mujer	Puerto Huallana
Kim Chiong Su Flores	1	Luz Yaneth Hernández Vargas	Mujer	Nuevo Mundo
Sergio Mendez Echebarria	2	Gerty Días Ríos	Mujer	Nueva Vida
Sergio Mendez Echebarria	3	Saida Urquía Piño	Mujer	Nueva Luz

\*El cuadro indica el registro de 6 mujeres emprendedoras indígenas de las diferentes CCNN pertenecientes al proyecto y a la Organización CECONAMA.

## Procedencia

Gráfico 1: Etnia.

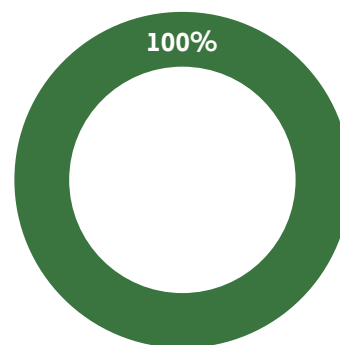


■ Matsigenka ■ Español ■ Yine

El 100% de las mujeres emprendedoras pertenecen a la etnia Matsigenka y están ubicadas en el distrito de Megantoni, Bajo Urubamba.

## Género

Gráfico 2: Género.

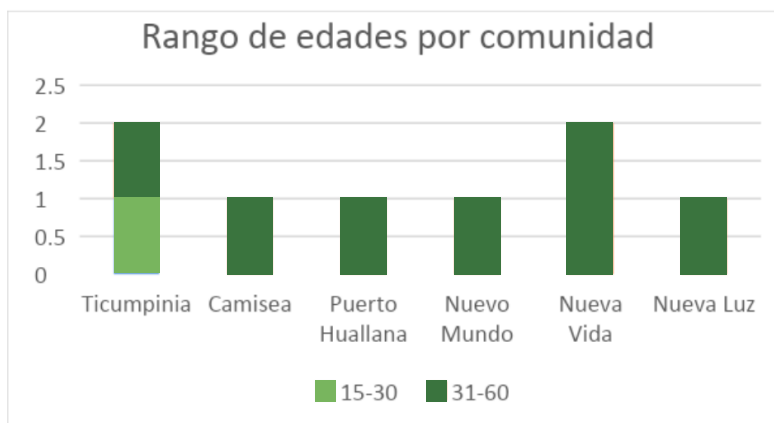


■ Mujer ■ Hombre

Se han registrado a las mujeres porque desarrollan emprendimientos indígenas que participaron en el taller de planificación de micro proyectos.

## Edad

Gráfico 3: Edad.



Se han agrupado a las emprendedoras en rangos, con la finalidad de conocer la cantidad de mujeres por edad y comunidad. En el rango de edad tenemos 1 entre 15-30 años y 7 entre 31-60 años.



## Nivel de educación

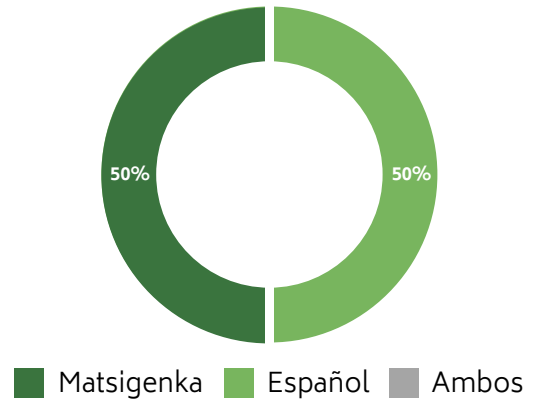
Gráfico 4: Grado de Instrucción.



El 100% de las mujeres cuenta con estudios.

## Idioma Hablado

Gráfico 5: Idioma.



Para la realización del proyecto es necesario conocer el idioma que hablan las mujeres emprendedoras, con la finalidad de planear una buena estrategia. Las 8 mujeres encuestadas hablan tanto Matsigenka como Matsigenka y español.

## Datos generales de los emprendimientos

### Actividades y productos

Cuadro 2: Actividades y productos que desarrollan en el emprendimiento.

Comunidades Nativas	Tipo de actividad (1)	Producto que comercializa	Tipo de actividad (2)	Producto que comercializa
Ticumpinia	Piscicultura, agricultura, crianza de aves menores, artesanía y servicios de restaurantes	Peces, tejidos y bisutería	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos y huesos de animales)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros
Camisea	Artesanía, agricultura y servicios de restaurantes	Artesanía (tejidos y bisutería)	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros
Puerto Huallana	Piscicultura, artesanía y servicios de restaurantes	Tejidos y bisutería	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros, canastos y escobas
Nuevo Mundo	Artesanía, crianza de aves menores, agricultura y servicios de restaurantes	Tejidos y bisutería	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros, monederos, bufandas, carteras y chalecos
Nueva Vida	Artesanía, boletería en transporte, agricultura, ganadería y servicios de restaurantes	Artesanía en fibras vegetales y animales	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos y fibras animales)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros, monederos, bufandas, carteras, chalecos y muñecos de animales
Nueva Luz	Artesanía, boletería en transporte, agricultura, ganadería y servicios de restaurantes	Tejidos y bisutería	Artesanía en fibra vegetal (materiales sintéticos como los mullos, crianza de aves)	Collares, aretes, brazaletes, faldas, cushmas, zapatos, llaveros y crianza de gallinas

Las actividades realizadas en los emprendimientos son similares ya que las 6 comunidades de cada CCNN son de la etnia Matsigenka.



## Tipo de insumos utilizados para la producción o servicio

Cuadro 2: Tipo de insumos utilizados para la producción o servicio.

Comunidades Nativas	Tipo de actividad (1)	Materiales	Equipos	Herramientas
Ticumpinia	Tejidos y bisutería	Fibras vegetales, semillas vegetales, algodón, mullos sintéticos y naturales, tintes vegetales, tintes de barro y huesos de animales descompuestos por muerte natural y caza	Leño de palmeras duras como la pona y ponilla	Tijera y ollas para la mezcla
Camisea	Artesanías (tejidos y bisutería)	Fibras vegetales, algodón, mullos sintéticos y naturales, tintes vegetales, tintes de tubérculos, tintes de barro	Leño de palmeras duras como la pona y ponilla	Tijera y ollas para la mezcla
Puerto Huallana	Tejidos y bisutería	Fibras vegetales, algodón, mullos sintéticos y naturales, tintes vegetales, tintes de tubérculos, semillas, piedra para moler, tabla y leña	Leño de palmeras duras como la pona y ponilla	Tijera y ollas para la mezcla
Nuevo Mundo	Tejidos y bisutería	Fibras vegetales, algodón, mullos sintéticos y naturales, tintes vegetales, tintes de tubérculos, semillas, piedra para moler, tabla y leña	Piedra para moler, tabla y leña	Tijera y ollas para la mezcla
Nueva Vida	Artesanía en fibras vegetales y animales	Fibra vegetal, materiales sintéticos como los mullos, semillas y fibras animales	Piedra para moler, tabla y leña	Tijera y ollas para la mezcla
Nueva Luz	Tejidos y bisutería	Fibras vegetales, algodón, mullos sintéticos y naturales, tintes vegetales, tintes de tubérculos, semillas, piedra para moler, tabla y leña	Piedra para moler, tabla y leña	Tijera y ollas para la mezcla

Los materiales, equipos y herramientas utilizados, son iguales y/o parecidos debido a las actividades realizadas

## Fuente principal de ingresos económicos para la familia

Cuadro 4: Fuente principal de ingresos económicos para la familia.

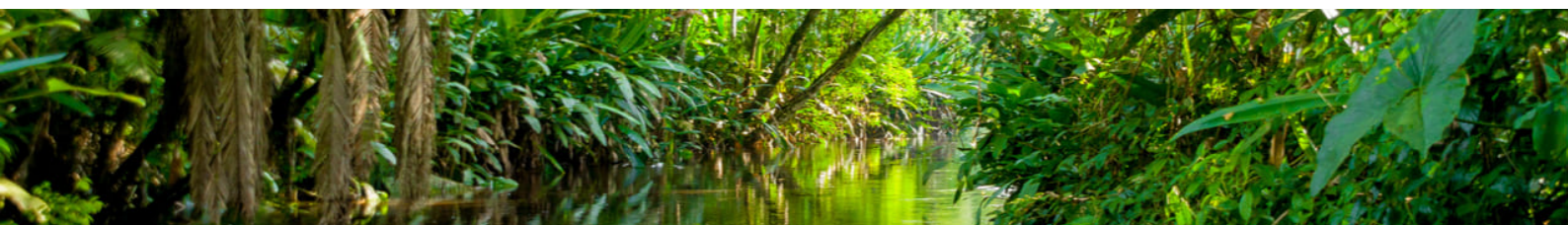
Comunidades Nativas	2.3. Fuente principal de ingresos económicos para la familia, actividad.
Ticumpinia	Piscicultura, agricultura, crianza de aves menores, artesanía y servicios de restaurantes.
Camisea	Artesanía, agricultura y servicios de restaurantes.
Puerto Huallana	Piscicultura, artesanía y servicios de restaurantes.
Nuevo Mundo	Artesanía, crianza de aves menores, agricultura y servicios de restaurantes.
Nueva Vida	Artesanía, boletería en transporte, agricultura, ganadería y servicios de restaurantes.
Nueva Luz	Artesanía, boletería en transporte, agricultura, ganadería y servicios de restaurantes.

## Recursos del bosque utilizados para la producción o servicio de su emprendimiento

Cuadro 5: Recursos del bosque utilizados.

Comunidades Nativas	RRFF (maderables y no maderables)	Flora/fauna	Agua y suelos
Ticumpinia	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Agua que filtran, tierra negra del bosque
Camisea	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Arcilla amarilla y arcillas de colores (rojo, negro y blanca)
Puerto Huallana	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Agua que filtran, arcilla amarilla y arcillas de colores (rojo, negro y blanca)
Nuevo Mundo	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Arcilla amarilla y arcillas de colores (rojo, negro y blanca)
Nueva Vida	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Agua que filtran, arcilla amarilla y arcillas de colores (rojo, negro y blanca)
Nueva Luz	Leche caspi, copaiba, achiote, tubérculos, semillas de ojo de baca, semillas de shihuahuaco, tahuari, etc	Flora y fauna	Agua que filtran, tierra negra del bosque, arcilla amarilla y arcillas de colores (rojo, negro y blanca)

El material biológico obtenido del bosque es utilizado como herramienta en sus emprendimientos ya que son naturales y no generan costos.



## Respecto al Emprendimiento

### Tipos de producto, cantidad e ingresos

Cuadro 6: Producto, cantidad e ingresos.

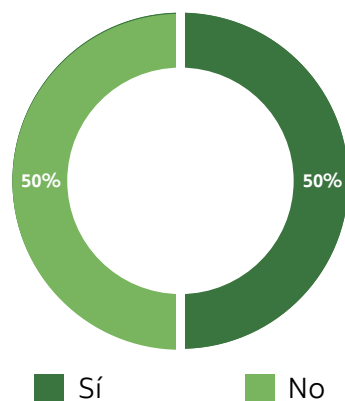
Comunidades Nativas	Tipos de producto	Cantidad	Gastos	2019	2020	2021
Ticumpinia	Tejido y bisutería	30	100	160	240	1245
Camisea	Tejido y bisutería	30	100	160	240	1245
Puerto Huallana	Tejido y bisutería	30	18	43.2	400	600
Nuevo Mundo	Tejido y bisutería	20	75	0	0	150
Nueva Vida	Tejido y bisutería	30	300	300	300	600
Nueva Luz	Tejido y bisutería	15	100	0	0	600

Los tipos de productos elaborados en sus emprendimientos son iguales por comunidad: piscicultura (peces), artesanías (pulseras, collares, pampanillas), tejidos (canastas, cushmas, zapatos, faldas, blusas, gorras). Su producción varía entre 15 y 30 unidades; los gastos fluctúan entre 18 -300, obteniendo ingresos económicos para la familia en diferentes periodos del año (desde 2019 a 2021), siendo gran parte para su consumo.

### Gestión del emprendimiento

#### Cuenta con RUC

Gráfico 6:



#### Tienen libros de cuentas

Gráfico 7:



#### Listados de productos

Gráfico 8:



#### Listado de precios

Gráfico 9:

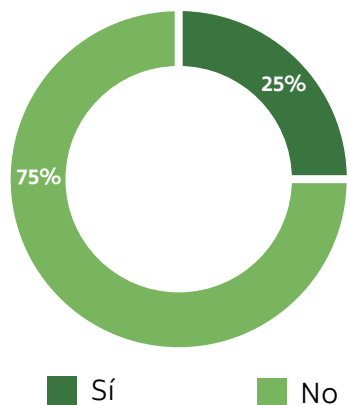


La gestión del emprendimiento en tener RUC o Libros o Cuadernos de Cuentas es 50% hay una informalidad de comercializar sus productos y llevar un registro de acuerdo a su producción. El listado de productos para utilizar es 10% y el listado de precios es 60% que significa que desconoce un tipo de registro.

¿Cómo establece o determina el precio de sus productos? En el lugar de venta establecen el precio, según el tamaño del producto y quien realice la compra, ya que optan por generar afinidad regateando precios con los clientes. Además, también manejan sus precios según el precio que manejan los comuneros.

## Tiene capacitación y/o asistencia técnica para su producción

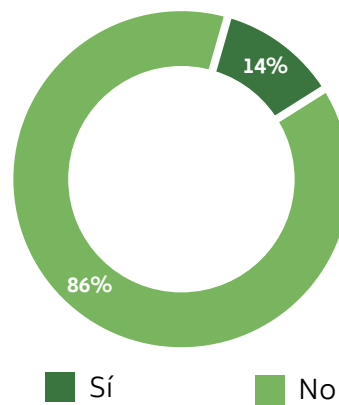
Gráfico 9: Capacitación/asistencia técnica.



De las 6 CCNN solo 2, que representa el 25% de personas encuestadas, recibieron capacitación técnica y 6, que representa el 75%, no recibieron ninguna capacitación y/o asistencia técnica; indicando, además, que es la primera vez que participan en un taller de emprendimiento.

## Ha recibido financiamiento para el emprendimiento

Gráfico 10: Financiamiento.



De las 6 CCNN solo 1, que representa el 14% de personas encuestadas recibieron financiamiento y 6, que representa el 86%, no recibieron ninguna financiación.

### Principales problemas de su emprendimiento y/o actividad

Las mujeres indígenas emprendedoras señalan como principales problemas el no tener accesibilidad al mercado y el elevado costo del transporte.

## ¿En qué periodo del año produce más?

Cuadro 7: Periodo de mayor producción.

Periodos de mayor producción	Enero - Marzo	Abril - Junio	Julio - Septiembre	Octubre - Diciembre
Ticumpinia	0	0	x	0
Camisea	0	0	x	0
Puerto Huallana	0	0	x	x
Nuevo Mundo	0	0	0	x
Nueva Vida	x	0	0	x
Nueva Luz	0	0	0	x
<b>Periodos</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Los periodos de mayor producción son los meses de Octubre a Diciembre

## ¿En qué fase de la cadena se requiere más apoyo?

Cuadro 8: Fase de la cadena productiva.

Fase de la cadena que requiere mayor apoyo	Producción	Transformación	Comercialización	Mercado
Ticumpinia	0	x	0	x
Camisea	0	x	x	x
Puerto Huallana	x	0	x	x
Nuevo Mundo	x	0	x	x
Nueva Vida	0	x	0	x
Nueva Luz	x	0	0	x
<b>Número de apoyos</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

Las fases que requiere más apoyo son: transformación, comercialización y consumo/mercado



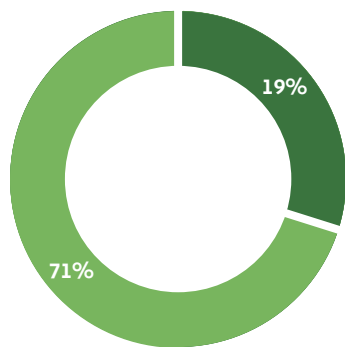
## Comercialización

Cuadro 9: Historia de comercialización.

Comunidad	Comercialización: (Historia de comercialización)											
	AÑO	2019				2020				2021		
	¿Dónde vendió su producto?	¿A quién vendió su producto?	¿A qué precio vendió? ALTO	¿A qué precio vendió? BAJO	¿Dónde vendió su producto?	¿A quién vendió su producto?	¿A qué precio vendió? ALTO	¿A qué precio vendió? BAJO	¿Dónde vendió su producto?	¿A quién vendió su producto?	¿A qué precio vendió? ALTO	¿A qué precio vendió? BAJO
Ticumpinia	Quillabamba	intermediario	500.00	400.00	Megantoni	compradores individuales	300.00	400.00	Quillabamba	comerciante	400.00	500.00
Camisea	Quillabamba	intermediario	500.00	400.00	Megantoni	compradores individuales	300.00	400.00	Quillabamba	comerciante	400.00	500.00
Puerto Huallana	Megantoni	intermediario	30.00	80.00	Megantoni	compradores individuales	30	80	Megantoni	comerciante	30	80
Nuevo Mundo									comunidad	comerciante	30.00	80.00
Nueva Vida	Quillabamba	intermediario	30	150	comunidad	visitantes, comerciantes	30.00	50.00	comunidad	comerciante	20.00	30.00
Nueva Luz					comunidad	compradores individuales	30.00	150.00				

Los productos son comercializados/vendidos con diferentes precios a consumidores intermediarios, en distintos distritos y comunidades de la ciudad de Cusco

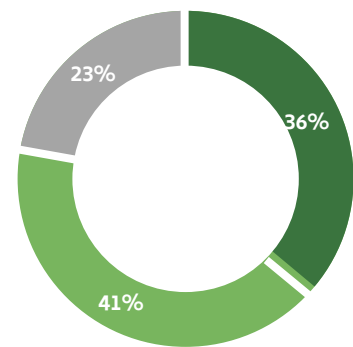
Gráfico 11: Lugar de venta.



Comunidad Otro lugar

La venta de los productos es 29% en otras comunidades y 71% en su comunidad (años 2019 – 2021).

Gráfico 12: Comprador.



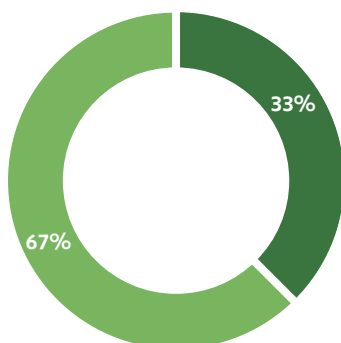
Consumidor final Intermediarios En ferias

El 36% de los productos comercializados son vendidos al consumidor final, el 41% a intermediarios, y un 23% a compradores en la feria.

## Relaciones institucionales

¿Pertenece a alguna organización de emprendimientos?

Gráfico 13: Pertenece a una organización.

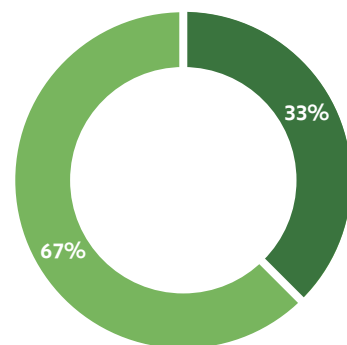


1 2

Solo el 33% pertenece a una organización en temas de emprendimientos.

¿Recibe algún tipo de apoyo por alguna otra institución u organización en temas de emprendimientos?

Gráfico 14: Apoyo de otra institución u organización



1 2

Solo el 33% de los emprendimientos recibe apoyo por parte de otra institución.

## Conclusiones

Establecer compromisos con las instituciones locales de la zona del Bajo Urubamba, Gobierno Regional y Agencia Agraria de Quillabamba.

La participación de emprendedoras indígenas está conformada en un 100% por mujeres de la etnia Matsigenka. El rango de edad varía entre 17 a 30 años (1 persona de 17 años y 7 personas en un rango de 31-60 años).

El 100% de las mujeres emprendedoras posee algún tipo de estudio, sin embargo, se percibe su inexperiencia en temas de emprendimientos.

Las problemáticas con mayor relevancia, para las emprendedoras, son: producción, comercialización y mercado. Aspectos que deben ser considerados para el diseño e implementación del concurso.

Las actividades económicas y productos de los emprendimientos, en las 6 comunidades nativas son: piscicultura, artesanía en tejidos, artesanías en bisutería y servicios de restaurante.

Las fuentes principales de ingresos económicos son actividades productivas como: crianzas de animales menores, agricultura (cacao, plátano, yuca, maíz, frutales) y artesanía.

Los recursos utilizados en la producción de sus emprendimientos son: plantaciones de recursos maderables y no maderables, fuentes hidrológicas y suelo.

Con respecto a los emprendimientos los diferentes productos comercializados son, en su mayoría: artesanías, tejidos y bisuterías y deberían determinar un precio establecido en sus productos a comercializar.

Los problemas de emprendimientos son: deficiencia en accesibilidad al mercado para la venta de sus productos y el elevado costo del transporte.

Las fases de la cadena que requieren mayor apoyo son: la producción y comercialización.

Se logró el llenado de fichas de las representantes de seis comunidades (100%), de las seis que conforman el proyecto en la región y organización (CECONAMA).

## Recomendaciones

Realizar capacitaciones e invitar a todas las instituciones locales y distritales, con mujeres emprendedoras indígenas, con el fin de asegurar la confianza y empoderamiento del emprendimiento de diferentes actividades realizadas.

Realizar convenios institucionales y/o gubernamentales, para la mejora de la comercialización y marketing de las artesanías que elaboran las comunidades de la etnia Matsigenka del bajo Urubamba, distrito de Megantoni.

## Anexos

Fichas de diagnóstico de emprendimientos de mujeres indígenas en las comunidades priorizadas



Diagnóstico de proyecto desarrollado por:



Diagnóstico de proyecto desarrollado con el apoyo de:

