

LÍNEA DE BASE DEL PROYECTO EMPRESARIOS RURALES DE MUJERES EN LA PROVINCIA DE AYABACA

El documento describe los principales hallazgos a partir del análisis de la información secundaria e información primaria recogida de manera participativa en 5 distritos de la provincia de Ayabaca referente a emprendimientos liderados por mujeres. El estudio se realiza en el marco del convenio interinstitucional entre el Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza Perú-Ecuador Capítulo Perú, y CARE Perú.



Plan Binacional de Desarrollo
de la Región Fronteriza
Perú - Ecuador

Piura, enero del 2024

INDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO	4
II.	INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES.....	6
III.	ALCANCE Y DELIMITACIONES DEL ESTUDIO	7
	3.1 Componentes del proyecto	7
	3.2 Enfoques programáticos del proyecto	8
	3.2.1 Marco de empoderamiento de mujeres en CARE:	8
	3.2.2 Teoría del cambio para el empoderamiento de las mujeres:.....	8
	3.2.3 Una vida sin violencia	9
	3.2.4 Gestión del riesgo y resiliencia	9
	3.3 Ubicación geográfica del estudio	9
	3.4 Población objetivo de interés.....	9
IV.	METODOLOGÍA UTILIZADA.....	10
	4.1 Diseño del estudio de Línea de Base:	10
	4.1.1 Herramientas para el recojo de información:	10
	4.1.2 Descripción de las herramientas y proceso de aplicación:.....	12
	a) Encuestas:.....	12
	b) Entrevistas a profundidad.....	16
	c) Grupos Focales.....	16
	d) Talleres locales	17
	e) Observación Directa	17
V.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	19
	5.1. Diagnóstico situacional de la provincia de Ayabaca.....	19
	5.2. Datos generales por distrito.	21
	a) Datos generales distrito de Ayabaca.....	21
	b) Datos generales distrito de Montero.....	22
	c) Datos generales distrito de Pacaipampa.....	22
	d) Datos generales distrito de Frías.....	23
	e) Datos generales distrito de Lagunas.....	23
	5.3 Datos Productivos de la provincia de Ayabaca.....	24
	5.4 Datos de la dinámica social.	28
	a) Índice de Desarrollo Humano (IDH).....	28
	b) Pobreza monetaria distrital.....	30
	c) Violencia de género.....	31
	d) Embarazo adolescente y parto en niñas menores de 14 años.....	33
	e) Educación.....	35
	f) Brecha laboral y salarial.....	36
	5.5 Datos ambientales.	37
	a) Datos ambientales del distrito de Ayabaca.....	37
	b) Datos ambientales del distrito de Montero.....	37
	c) Datos ambientales del distrito de Pacaipampa.....	38
	d) Datos ambientales del distrito de Frías.....	38
	e) Datos ambientales del distrito de Lagunas.....	39
VI.	DIAGNÓSTICO PROSPECTIVO	39
	6.1 Emprendimientos Identificados.....	39
	6.2 Análisis FODA por distrito.....	44
	a) Análisis FODA distrito Ayabaca.....	45
	b) Análisis FODA distrito Montero.....	46
	c) Análisis FODA distrito Pacaipampa.....	47
	d) Análisis FODA distrito Frías.....	48
	e) Análisis FODA distrito Lagunas.....	49
	6.3 Consolidado de la matriz FODA.....	51

	6.4Análisis de resultados generales de los talleres por componentes del proyecto.....	53
i)	Componente Productivo.	53
ii)	Componente Asociativo	53
iii)	Componente Comercial.....	55
6.5	Análisis para la priorización de emprendimientos.....	56
VII.	MATRIZ DE INDICADORES.....	62
VIII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68

INFORME FINAL DE CONSULTORIA:

“DIAGNÓSTICO Y LINEA DE BASE DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTOS RURALES DE MUJERES EN LA PROVINCIA DE AYABACA – PIURA”.

I. RESUMEN EJECUTIVO

El diagnóstico y línea de base del proyecto “Emprendimientos Rurales de Mujeres en la Provincia de Ayabaca – Piura”, se ha implementado sobre la priorización preliminar de 5 distritos que forman parte de la provincia de Ayabaca, los cuales se encuentran ubicados al noreste de la región Piura, y comprenden una población de 83,918 habitantes que representan el 70.3% del total de la población de la provincia. Es importante mencionar que de los 10 distritos más pobres de la región Piura, 03 de ellos forman parte de los distritos priorizados en el estudio, siendo Pacaipampa, Ayabaca y Lagunas.

El presente estudio se ha obtenido a partir del trabajo de recojo de información, tanto en gabinete como en campo, específicamente en los distritos de Ayabaca, Montero, Frías, Pacaipampa y Lagunas, entre octubre y noviembre del 2023. Para ello, en la fase de campo, se realizó la aplicación de los instrumentos desarrollados para tal fin, como fueron: encuestas a familias, entrevistas a actores locales y regionales, talleres distritales, y grupos focales, habiéndose dirigido esta aplicación a las mujeres, especialmente a las mujeres organizadas, entre ellas, representantes de asociaciones de tejedoras y productoras de miel de agave, sin embargo, también participaron grupos de mujeres de emprendimientos como elaboración de harinas y productoras de jamón ayabaquino.

Así mismo se registra que en los distritos de intervención, en la última campaña 2022-2023, se han sembrado 31,036 hectáreas de cultivos, destacando en cantidad de área el café, la tara, menestras, caña de azúcar, maíz (amiláceo y duro), pastos y trigo. Otro aspecto productivo importante es la actividad pecuaria, sobre ello en crianzas, básicamente se cuenta con ganado vacuno, porcino, caprino, así como ovinos en las partes más altas de la provincia, habiéndose acentuado en los últimos años la crianza de cuyes y aves de corral. En la parte pecuaria, destaca el distrito de Ayabaca, ya que posee el 44% de la producción pecuaria de todos los distritos de intervención. En resumen, la provincia de Ayabaca tiene una marcada aptitud de producción agropecuaria de donde basan su economía, al que se suma como una actividad liderada por mujeres a la artesanía en tejidos, teniendo mayoritariamente 342 mujeres en el registro nacional del artesano de MINCETUR.

Los datos cuantitativos presentados son el resultado del procesamiento de 133 encuestas, las cuales como ya se mencionó fueron aplicadas exclusivamente a mujeres de los cinco distritos, recogiendo información sobre aspectos resaltantes de sus emprendimientos, pero también sobre sus hogares, vivienda, ingresos económicos, además de temas transversales como el enfoque de género, gestión de riesgo, y seguridad alimentaria, de tal manera de que se pueda obtener una lectura clara de la situación de las familias, de los emprendimientos y de las organizaciones.

El escenario sobre el que se implementará el proyecto evidencia importantes brechas relacionadas al acceso a servicios y garantía de derechos, como es que el 24.81% de mujeres ha culminado solamente la primaria, 21.05% ha logrado culminar la secundaria y un 6.77% de mujeres no registra estudios.

Con relación a los hogares, el acceso al servicio de agua es solo del 53.38% de las familias y el 13.53% a alguna red de desagüe, cuentan con energía eléctrica el 100% y, el 33.83% de mujeres tiene acceso a celular.

Entre otros hallazgos tenemos, que el promedio de miembros del hogar es de 5.26 personas por familia. La edad de las mujeres encuestadas está comprendida entre jóvenes de 18 a 29 años (14%), adultas de 30 a 59 años (65%) y adultas mayores de más de 60 años (21%). Estos datos nos muestran una baja participación de mujeres jóvenes en actividades productivas asociadas, brecha que debe considerarse con miras de generar un proceso de sostenibilidad.

En cuanto a la participación de la mujer en la vida organizacional de la comunidad esta se muestra en un porcentaje bajo, pues actualmente solo el 21% de las mujeres participa en cargos directivos. Otro factor determinante identificado es el aspecto organizativo, ya que solo el 3% de organizaciones identificadas, con las cuales se realizó el estudio, cuenta con estatutos y reglamento interno actualizados.

Con relación a la dinámica productiva de los emprendimientos de mujeres se tiene que el 97% de las mujeres financia sus campañas de cultivo, crianza o comercio con recursos propios y/o ahorros. Sumado a ello, el 96% de mujeres no tiene cuentas en el sistema financiero y solo el 3% ha logrado acceder a un préstamo financiero.

Sobre acceso a capacitación productiva y de empresa el 50% de mujeres refiere haber participado de cursos para mejorar su emprendimiento. El factor determinante para el éxito de los emprendimientos liderados por mujeres es el acceso al mercado, sobre lo cual se tiene que el 78% vende sus productos en el mercado local, lo cual demuestra por qué no se han desarrollado los emprendimientos a una mayor escala.

Un dato importante que mencionar, es que del total de mujeres encuestadas el 51.13% refiere haber identificado casos de violencia de género en su entorno. Este problema es muy marcado en la provincia de Ayabaca, actualmente se vienen implementando iniciativas de instituciones regionales sobre la reducción de violencia en la mujer y miembros del grupo familiar, aspecto que se debe considerar para articular acciones sobre los avances logrados desde redes de acompañamiento a casos de violencia en el que participan las mujeres de cada localidad.

El estudio nos permite sustentar la urgencia de la implementación del proyecto, para potenciar los negocios y un mejor desarrollo de los emprendimientos liderados por mujeres desde su entorno familiar y asociativo que les permita incrementar sus ingresos mensuales, ya que el 78% de las familias tiene ingresos per cápita menores de S/ 250 mensual.

Es en el marco de la información generada a partir del presente estudio, y detallada a continuación, que la intervención del proyecto debe promover la participación prioritaria de mujeres en los procesos de desarrollo económico de la provincia de Ayabaca, construyendo una participación igualitaria con hombres, pero también incluyendo a mujeres jóvenes en las dinámicas de fortalecimiento de emprendimientos locales.

II. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES.

Uno de los aspectos más importantes en la búsqueda de la equidad, es la eliminación de las barreras de género en el ámbito del emprendimiento. Los emprendimientos asociativos de mujeres aportan al crecimiento de los territorios, impulsando la expansión económica, apropiación tecnológica, promueven la competencia y con ello la generación de empleo.

La evidencia indica que, para desarrollar capacidades de autonomía económica y empoderamiento de mujeres, es necesario trabajar en fortalecer el liderazgo, la autoestima y generar las relaciones de corresponsabilidad familiar y propiciar el mejor uso del tiempo de las mujeres, tomando en cuenta los diferentes contextos

El presente documento, es elaborado por encargo de CARE Perú que en alianza con el Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza Perú-Ecuador, Capítulo Perú, han unido esfuerzos para la implementación de proyectos en la provincia de Ayabaca.

CARE Perú, implementa el programa “Empoderamiento económico de la mujer, seguridad alimentaria y nutrición”, que tiene como objetivo incrementar sosteniblemente los ingresos económicos de las personas (especialmente, de mujeres que se encuentran en situación de vulnerabilidad), así como mejorar su acceso a recursos financieros, vocería y participación en espacios de toma de decisión. De igual manera, busca garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de niñas y niños, facilitando e incidiendo en políticas públicas que contribuyan a la provisión de servicios adecuados.¹

El Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza Perú-Ecuador, es el marco institucional constituido por los Gobiernos del Perú y del Ecuador, mediante el Acuerdo Amplio de Integración Fronteriza, Desarrollo y Vecindad, suscrito en Brasilia el 26 de octubre de 1998, orientado a impulsar y canalizar esfuerzos con el propósito de acelerar el desarrollo de la región fronteriza y contribuir a elevar el nivel de vida de sus respectivas poblaciones. El Plan Binacional -Capítulo Perú- es una entidad con personería jurídica de derecho internacional público y actúa de conformidad con el Acuerdo de Sede suscrito con la República del Perú, aprobado mediante Decreto Supremo 049-2007-RE, se rige por las normas del Capítulo 1 del Título V y Anexos 4 y 5 del Acuerdo Amplio Peruano - Ecuatoriano de Integración Fronteriza.

Plan Binacional ha considerado impulsar proyectos productivos en el ámbito del departamento de Piura, que incluye las provincias de Ayabaca y Huancabamba de la sierra piurana. Para el año 2023 se ha priorizado la intervención de un proyecto orientado a mejorar la implementación de emprendimientos rurales liderados por mujeres en la provincia de Ayabaca. El objetivo es contribuir a la generación de ingresos de las familias y a la autonomía económica de mujeres.

¹ <https://care.org.pe/empoderamiento-economico-seguridad-alimentaria-y-nutricion/>

III. ALCANCE Y DELIMITACIONES DEL ESTUDIO

El estudio de línea de base se desarrolla en el marco del proyecto de empoderamiento económico de mujeres en la provincia de Ayabaca, la idea central del proyecto propone garantizar que se genere una cultura de buenas prácticas productivas, organizativas (asociatividad) y de vinculación con los mercados locales y regionales (comercialización), a través de los productos finales resultantes del fortalecimiento de las cadenas de valor y/o líneas de producción priorizadas. El proyecto debe orientarse a brindar asistencia al menos a 200 mujeres y sus familias. A continuación, detallamos el alcance y delimitaciones del estudio

3.1 Componentes del proyecto

Se ha contemplado como estrategia programática del proyecto la implementación de tres componentes centrales:

A. Componente Productivo: Se requiere que el proyecto se oriente a reforzar los conocimientos técnicos en la producción y mejorar las buenas prácticas productivas y/o manufactura según corresponda, incluyendo las mejoras técnicas desde la obtención del insumo primario, lo que signifique una mejora en la cantidad y calidad del producto final del emprendimiento. Los emprendimientos deben tener al menos un producto mínimo viable que sea demandado por el mercado.

B. Componente Organizacional: Debe sustentarse en el fortalecimiento de capacidades para conformar una plataforma organizacional o modelo empresarial que permita sostener la producción y comercialización asociativa. En ese sentido el fortalecimiento de capacidades debe orientarse a trabajar en un programa de capacitación que parta de un proceso de concientización sobre las ventajas del trabajo conjunto, la necesidad de generar mecanismos de confianza mutua, y el desarrollo de una cultura sustentada en el trabajo asociativo, como garantía para mejorar las condiciones productivas y de comercialización. En ese sentido, la transparencia administrativa y de comunicación, bajo una cultura de cooperación y de compromisos de socios encaminados a lograr un fin común favorable a todos los que libremente se asocian, lo cual resulta fundamental en este componente. Es importante resaltar en la intervención, que la asociatividad es un aspecto que brinda ventajas competitivas, tales como: facilidad para el acceso a servicios empresariales, a la asistencia técnica, a economías de escala para la compra colectiva de insumos y/o contratación de servicios, para el transporte y la comercialización en conjunto con la finalidad de reducir costos, incrementar la capacidad de negociación frente a los vaivenes del mercado, optimización de procesos productivos, a través del intercambio de información y acceso a la transferencia tecnológica, entre otros aspectos que los productores de manera individual no pueden desarrollar y que a través de la implementación de este componente se lograría.

C. Componente Comercial: Debe estar orientado a los aspectos meramente comerciales, basado en la búsqueda de oportunidades de mercado, el logro de estándares de calidad y garantía en la oferta agregada que la demanda de mercado requiere. Ello implica, establecer una estrategia que facilite y fomente acuerdos comerciales entre las organizaciones de mujeres y los compradores. Para llegar a un pleno desarrollo de este componente, primero se debe garantizar que los dos componentes anteriores funcionen adecuadamente, ello no impide que con proyecciones de volúmenes productivos dado el tamaño de intervención del proyecto, se pueda ir elaborando una estrategia de acuerdos comerciales con compradores locales en primera instancia y con compradores regionales en un segundo momento y/o de manera paralela, según se presenten las oportunidades de mercado para la comercialización principalmente de “Miel de Agave”, “Artesanía en

Tejidos”, “Jamón Ayabaquino”, entre otros, buscando en cada momento, facilitar la generación de condiciones comerciales apropiadas para la articulación eficiente a mercados ventajosos y sostenibles.

3.2 Enfoques programáticos del proyecto

3.2.1 Marco de empoderamiento de mujeres en CARE:

CARE define el empoderamiento económico de las mujeres como el proceso mediante el cual las mujeres aumentan su derecho a los recursos económicos y el poder para tomar decisiones que benefician a ellas, a sus familias y a sus comunidades. Esto requiere un acceso y control igualitario sobre los recursos económicos, los activos y las ~~oportunidades~~ ^{oportunidades}, así como los cambios a largo plazo en las normas sociales y las estructuras económicas que benefician por igual a mujeres y hombres.

Es imprescindible para la reducción de la pobreza. La contribución económica de las mujeres que proceden de hogares de bajos ingresos, para la supervivencia de todas las personas en ese hogar: mujeres, hombres, niñas y niños.

Es esencial para la igualdad entre hombres y mujeres. La igualdad de género, esta nunca se logrará mientras las mujeres tengan menos derechos económicos, menos control sobre los recursos económicos y menos acceso a oportunidades económicas que los hombres.

Es, fundamentalmente, un tema de justicia social y económica. CARE trabajará para superar la injusticia social y reducir la pobreza, y CARE entiende que lograr un cambio sustancial en el área del empoderamiento económico de las mujeres es una parte crucial de esto.

CARE define el empoderamiento de la mujer como el efecto combinado de: Agencia (el conocimiento de sí mismo/a, el incremento de las habilidades y capacidades productivas y empresariales de la mujer); Relaciones (mejora en las relaciones de poder entre los miembros de la familia y la comunidad) y Estructuras (transformar o incidir para el cambio de las normas sociales, costumbres, legislación que perpetúan la desigualdad de género). Al cubrir los tres elementos las mujeres son capaces de gestionar sus propias vidas, las de sus hogares y comunidades.

3.2.2 Teoría del cambio para el empoderamiento de las mujeres:

Si la agencia y la capacidad de las mujeres para influir en la toma de decisiones económicas (individual y colectivamente) se incrementa y se utiliza en espacios inclusivos y efectivos para la negociación. Si el papel productivo / económico de la mujer se expande y reconoce dentro de los hogares y la sociedad en general, así como lo promueven, defienden y respetan los que tienen el poder;

Entonces las mujeres tendrán mayor y más equitativo acceso y control sobre los recursos económicos, las oportunidades y los activos, así como, en última instancia, lograrán la igualdad de beneficios de su contribución económica.

Esta estrategia propone que CARE se centre en cuatro vías clave que están interrelacionadas para el empoderamiento económico, basadas en una combinación de los roles económicos centrales de las mujeres como productoras, trabajadoras, emprendedoras y consumidoras, la experiencia de décadas de CARE y donde esperamos poder tener el mayor impacto son: i) Mujeres y cadenas de valor, ii) Trabajo digno, iii) Emprendimiento, iv) Inclusión financiera.

3.2.3 Una vida sin violencia

Empoderar económicamente a las mujeres implica desafiar y alterar las normas y percepciones sociales en torno al papel productivo de las mujeres, como por ejemplo cambiar el poder de negociación en torno a las decisiones económicas del hogar como resultado de que las mujeres tengan una fuente de ingresos independiente. Esto puede aumentar el riesgo de violencia de género. Por el contrario, lograr mayores niveles de empoderamiento económico puede reducir el riesgo de violencia o brindara las mujeres un medio para escapar de la violencia. Es fundamental que las mujeres que participan en la intervención programática de empoderamiento económico de CARE puedan hacerlo sin exponerse a riesgos. Nuestro trabajo debe basarse en una comprensión específica del contexto (por ejemplo, a través de preguntas de Conocimiento-Actitudes-Prácticas) para los/as miembros de la familia y la comunidad del grupo de impacto) del empoderamiento económico de las mujeres y su potencial riesgo de violencia de género, con el fin de comprender y tomar medidas para ~~mitigar~~

3.2.4 Gestión del riesgo y resiliencia

Según el INFORME DE EMERGENCIA N°901-03/04/2023/COEN-INDECI, desde el 1 de enero del 2023 hasta abril, se registraron lluvias intensas que desencadenan diversos eventos (emergencias) causando daños a la vida y salud de las personas, viviendas, medios de vida (agricultura, ganadería), infraestructura de transporte, infraestructura de salud, infraestructura educativa y locales públicos en diversos distritos del departamento de Piura. Este escenario trae al análisis un enfoque de gestión del riesgo a considerar en la implementación del presente proyecto, por ello es imprescindible considerarlo como un aspecto importante para la efectividad y sostenibilidad del proyecto. Además, se debe considerar que la resiliencia es el proceso de adaptarse bien a la adversidad, a un trauma, tragedia, amenaza, o fuentes de tensión significativas, como problemas familiares o de relaciones personales, problemas serios de salud o situaciones estresantes del trabajo o financieras.

3.3 Ubicación geográfica del estudio

El estudio se ha desarrollado en la provincia de Ayabaca, departamento de Piura, inicialmente el proyecto de referencia ha priorizado 5 distritos: Ayabaca, Lagunas, Montero, Frías y Pacaipampa.

3.4 Población objetivo de interés

El proyecto trabajará con 200 mujeres rurales y sus familias, dedicadas a la implementación de emprendimientos rurales como: miel de agave, artesanía en tejidos y su articulación a la crianza de ovinos, jamón ayabaquino y su articulación a la crianza de porcinos. Se alentará la participación prioritaria de mujeres, promoviendo una participación igualitaria e incluyendo a jóvenes.

En cuanto a los actores presentes en el territorio, se debe considerar como mínimo a los representantes del Gobierno Regional Piura a través de las gerencias o direcciones afines, por ejemplo, Dirección Regional de Agricultura, Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Dirección Regional de la Producción. A los representantes de la Municipalidad Provincial de Ayabaca y las municipalidades distritales. Estas instancias deben contribuir al ecosistema de los emprendimientos rurales liderados por mujeres.

IV. METODOLOGÍA UTILIZADA

La presente Línea de Base (en adelante, LB) se ha realizado con la finalidad de describir la situación inicial de los emprendimientos generados por las organizaciones de los distritos de intervención. Así como del contexto pertinente, a los efectos de que esta información pueda compararse con mediciones posteriores y de esta manera evaluar objetivamente la magnitud de los cambios logrados en virtud de la implementación de un proyecto.

4.1 Diseño del estudio de Línea de Base:

El estudio, se realiza con la finalidad de describir la situación inicial de: Mujeres rurales y sus familias, dedicadas a la implementación de emprendimientos rurales en los distritos de Ayabaca, Montero; Pacaipampa, Frías y Lagunas.

La investigación involucra un análisis situacional y prospectivo de los emprendimientos rurales liderados por mujeres, considerando las dimensiones económico, social, y ambiental, principalmente en los distritos priorizados de la provincia de Ayabaca. A partir de este análisis se estructura y mide el diseño de los indicadores claves a lograr con el proyecto. A continuación, describimos las pautas metodológicas técnico-económicas a considerar para el desarrollo de la presente consultoría.

El levantamiento de la información se realizó a través de revisión de documentos de fuente secundaria, encuestas a mujeres potenciales a participar del proyecto, entrevistas a profundidad a actores locales, grupos focales con grupos de mujeres, talleres de validación emprendimientos, y visitas de observación directa.

4.1.1 Herramientas para el recojo de información:

La aplicación de las herramientas de recojo de información se implementó en el marco de las interrogantes planteadas y los indicadores estimados en los términos de referencia el estudio, las cuales fueron:

Cuadro 01. Información priorizada para el estudio de Línea de Base.

Interrogantes	Indicadores
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es el tamaño del emprendimiento? incluyendo unidades producidas, capacidad instalada y el capital de los negocios.• ¿Cuál es la calidad de los productos generados por el emprendimiento? Identificando la existencia de registros sanitarios, certificados de producción u otros que garanticen la inocuidad de los productos.• ¿Implementan las buenas prácticas de producción, de manufactura, de comercialización?• ¿Cuentan con un producto mínimo viable? Identificando si el producto tiene una presentación competitiva, como: peso y medida estandarizada, empaque,	<p><i>Algunos indicadores en respuesta a las consultas, asociadas al empoderamiento económico de la mujer:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• % de mujeres que participan en asociaciones de productores, organización social de base, u otras afines.• % de mujeres que integran las juntas directivas de asociaciones de productores, organización social de base, u otras afines.• % de mujeres que aplican instrumentos/herramientas de gestión productiva, empresarial, y comercial.• % de mujeres que se articulan a mercados.• % de mujeres que comercializan colectivamente.

<p>marca, y los registros que garanticen la sanidad y/o inocuidad alimentaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la temporalidad de la producción? Identificando épocas de mayor producción por disponibilidad de insumos a lo largo del año. • ¿Cuáles son los costos de producción? Aproximando la estimación de los costos puesto en planta y sin costos de comercialización, incluyendo costos de empaque. • ¿Cuánto es el volumen de venta mensual, anual? diferenciando producción para venta y autoconsumo. • ¿Cuáles son los precios de venta de cada producto? Diferenciando precio al minorista, mayorista y consumidor final • ¿Cuáles son los canales de comercialización usados actualmente? Incluyendo la plaza. • ¿Cómo financian sus emprendimientos, tienen acceso al crédito, practican el ahorro? • ¿Cuáles son las principales limitaciones de los emprendimientos? • ¿Cuáles son los ingresos brutos de la familia generados por los emprendimientos? • ¿Cuáles son las limitaciones que la mujer tiene para emprender con sus negocios? ¿Cuál es la estructura del ecosistema de los emprendimientos liderados por mujeres? ¿Cuál es la estructura de emprendimiento bajo el enfoque de cadena de valor? • ¿Cuál es el uso del tiempo en el hogar y en los emprendimientos de la mujer y hombre? • ¿Existe acceso a capacitación y asistencia técnica productiva, empresarial, y comercial por parte de la mujer? • ¿Existe acceso a créditos o recursos financieros por parte de la mujer? • ¿La mujer cuenta con acceso a activos productivos y/o ingresos? • ¿La mujer participa en cargos directivos de asociaciones de productores, asociaciones sociales de base, u otro cargo comunal? • ¿Quién se encarga de la elaboración de alimentos y la alimentación de los/as hijos/os? 	<p>Algunos indicadores sobre voz y liderazgo de las mujeres y cambios en las relaciones de género</p> <ul style="list-style-type: none"> • % de mujeres y niñas que reportan tener confianza en sus propias habilidades de negociación y comunicación. • # y % de mujeres que son usuarias activas de servicios financieros (desglosados por servicios informales y formales). • # y % de mujeres que han aumentado su capacidad de participar equitativamente en actividades económicas. • # y % de mujeres que han participado activamente en la toma de decisiones del hogar en (a) la producción agrícola (b) el uso de los ingresos del hogar. • # y % de mujeres que han participado activamente en la toma de decisiones económicas en (a) el hogar y/o (b) su comunidad. • Horas semanales no remuneradas dedicadas al trabajo doméstico y de cuidado, por sexo. • Horas semanales remuneradas o valoradas como generación de ingresos, por sexo. - % de personas de todos los géneros que rechazan la violencia de género • % de personas que conocen los servicios públicos de atención y protección frente a casos de violencia de género • # y % de mujeres que tienen mayor capacidad para participar equitativamente en la actividad económica
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué alimentos son los que acostumbran a consumir las familias? En el desayuno, el almuerzo y la cena. • ¿Las familias reconocen qué alimentos son nutritivos? Identifica alimentos ricos en: hierro, proteínas, energéticos, fibra. • ¿Las familias tienen acceso a la alimentación completa por día? Limitaciones por bajos ingresos, precios altos. • ¿Existe disponibilidad de alimentos nutritivos? ¿Cuáles son los más consumidos? 	
---	--

Fuente: TdR estudio de línea de base.

Elaboración: propia

Los instrumentos de recojo de información fueron validados con el equipo técnico de CARE PERÚ, a continuación, la descripción de cada uno de ellos:

Cuadro 02. Herramientas utilizadas para el estudio.

N°	HERRAMIENTAS	POBLACIÓN OBJETIVO	PERSONAL REQUERIDO PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN
1	Encuestas	La muestra representativa es de 133 familias, con un nivel de confianza de 95% y margen de error de 5%. Con las que se determinará el análisis contextual y prospectivo	05 encuestadores y 01 supervisor de campo
2	Entrevistas a profundidad	11 entrevistas a profundidad. Correspondiendo stakeholders de los 05 distritos de intervención y stakeholders de la región Piura.	02 entrevistadores
4	Grupos focales a mujeres	5 grupos focales, es decir 01 por cada distrito. En cada uno se contará con la asistencia de 8 a 12 participantes según criterio de participación.	02 facilitadores
6	Talleres de validación	5 talleres de validación, correspondiendo 01 por cada distrito priorizado	02 facilitadores
7	Observación directa	10 fichas de observación directa a emprendimientos liderados por mujeres en los distritos.	01 investigador

Fuente: elaboración propia.

4.1.2 Descripción de las herramientas y proceso de aplicación:

a) Encuestas:

Permitieron el desarrollo del análisis cuantitativo que se dio mediante el levantamiento de la información por parte del equipo consultor. Las y los encuestadores fueron capacitados en el uso de la herramienta y en el contenido de la encuesta.

- **Estructura:** se desarrollaron 10 ítems con el abordaje temático como se presenta a continuación:

Cuadro 03. Estructura de la encuesta

ITEM	TEMAS
I. PRESENTACIÓN	• Corresponde al saludo, presentación, declaratoria de permiso de uso de los registros, mención sobre la protección de datos y consulta sobre deseo voluntario de participación.
II. DATOS GENERALES	• Información general, sobre los miembros de la familia, características de la vivienda, ubicación, entre otros.
III. SOBRE LA VIVIENDA Y FAMILIA	• Información general, sobre los miembros de la familia, características de la vivienda, ubicación, entre otras.
IV. EDUCACIÓN	• Información socioeconómica, acceso a servicios (agua, educación, salud, energía), acceso a programas sociales, empleo y actividades económicas, entre otras.
V. SALUD	
VI. GÉNERO	• Información de género, con relación a la voz y participación de las mujeres en espacios de toma de decisión, participación de la mujer y hombres en trabajo doméstico no remunerado o trabajo de cuidado, uso del tiempo y participación de las mujeres en las actividades sociales y económicas, así como la tolerancia a la violencia de género.
VII. ECONOMÍA	• Información productiva, con relación a las actividades de los emprendimientos, principalmente de obtención de la materia prima, producción, datos de productividad, del valor bruto de la producción, transformación y/o valor agregado, entre otros.
VIII. EMPRENDIMIENTO	
IX. PARTICIPACIÓN DE LA MUJER	• Participación de la mujer a nivel organizacional.
X. SEGURIDAD ALIMENTARIA	• considerando el uso, acceso, y disponibilidad de recursos alimentarios y nutritivos de la familia.

Fuente: elaboración propia.

- **Diseño Muestral:** Se traduce en el desarrollo de una encuesta estructurada diseñada y que fue validada en campo el 25 de octubre de 2023, en el distrito de Montero, por el equipo técnico de la consultoría.

Considerando que el tamaño de la población meta es de 200 familias aproximadamente se tuvo como referencia el siguiente modelo estadístico:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Erro de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q = (1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Siendo la muestra representativa de 133 familias, con un nivel de confianza de 95% y margen de error de 5%. La muestra finita para la aplicación de encuesta es de forma aleatoria en el territorio y población determinada.

Teniendo como criterios para seleccionar a las participantes fueron:

- Predisposición para participar
 - Posibilidad que se encuentra en el horario y día solicitado.
 - Que sea representativo.
 - Tiempo previsto para la Consultoría.
- **Participantes en la aplicación de las encuestas semi estructuradas:** Como primer paso se identificó en cada distrito grupos de mujeres organizadas sobre la base de la pre-identificación realizada por CARE Perú. Al respecto, se realizó la siguiente aplicación de encuestas a:

Cuadro 04. Mujeres participantes de la encuesta

DISTRITO	N° DE PARTICIPANTES	TIPO DE EMPRENDIMIENTO PREDOMINANTE	ORGANIZACIONES REPRESENTADAS
AYABACA	25	Artesanía de Tejidos	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Artesanas de Yanchalá
MONTERO	24	Artesanía de Tejidos	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Mujeres Tejedoras Vitalina Núñez • Asociación de Mujeres Unidas Comunidad Chanta • Asociación de Mujeres Emprendedoras María Zimmerman • Asociación de Mujeres Unidas Comunidad Campesina Chonta
PACAIPAMPA	31	Artesanía de Tejidos	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Mujeres Tejedoras de Pacaipampa • Comedor Popular • Vaso De Leche • Asociación de Mujeres Artesanas Trabajando Por El Cambio De Pacaipampa • Asociación de Mujeres Tejas • Asociación San Lázaro • Asociación El Sauce de Villas
FRIAS	30	Artesanía de Tejidos	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Mujeres Productoras Rurales • Asociación de Mujeres Artesanas de Frías • Asociación de Artesanas Textiles - Innovadoras de Frías- Tucaque
LAGUNAS	23	Artesanía de Tejidos Miel de Agave	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Espiga De Oro • Asociación El Trigal Andino • Asociación de Productoras de Miel De Agave • Asociación de Mujeres Laguneñas • Asociación Blanca Flor • Asociación Corazón de Jesús • Asociación Rincón de Los Pinos • Asociación Campesino de Yerbas Buenas • Asociación Gotas Lluvia • Carpintería Dios Es Mi Rey • Asociación Los Rondoy Panela Granulada • Carnicería Nutri Campo
TOTAL	143 PARTICIPANTES		

Fuente: elaboración propia.

Es importante mencionar que, de las 143 encuestas aplicadas, para el registro de datos en marco al procedimiento de control de calidad previsto por el equipo técnico, se desestimó un total de 10 encuestas, debido a datos faltantes o referencia no precisadas por el encuestado. Lo que representa el 6.9% de variación en la muestra, lo que no impacta en el diseño muestral establecido para el presente estudio.

- **Desagregación de la información:** El estudio de línea base se desagregó y analizó a nivel de solo mujeres, diferenciando por grupos de edades y por la línea de negocio. Se menciona que respecto al rango de edad de mujeres participantes de la encuesta se tiene:

Cuadro 05. Rango de edades de mujeres participantes de la encuesta

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-29	19	14%
30-59	86	65%
MAYORES 60	28	21%
TOTAL	133	100%

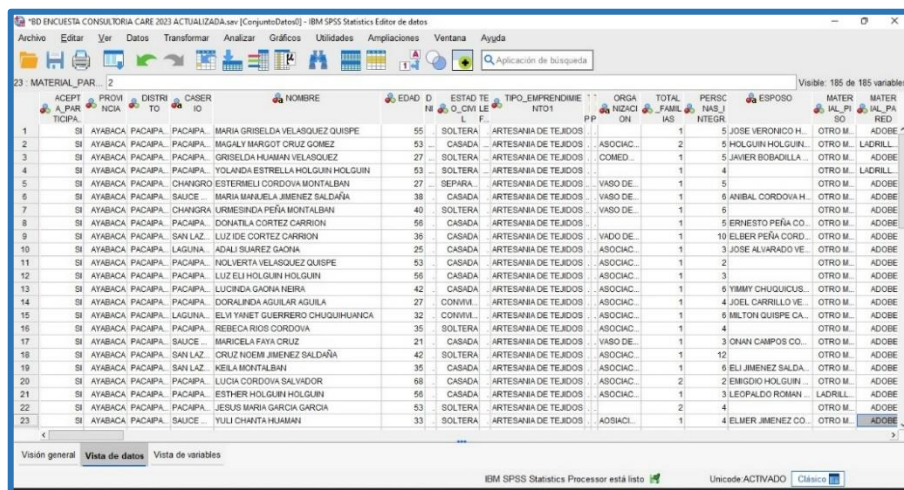
Fuente: Encuestas Estudio Línea Base – 2023.
Elaboración: Propia.

En el 65% de las mujeres entrevistadas su edad está comprendida entre los 30 a 59 años y el 21% por mujeres mayores de los 60 años. Lo que demuestra que en el 86% de mujeres que desarrollan emprendimientos en los distritos de Ayabaca, Montero, Pacaipampa, Frías y Lagunas su edad es de 30 años a más.

En ese sentido, podemos comentar que solo el 14% es decir que relativamente de cada 10 mujeres 1, en promedio forma parte del grupo poblacional de mujeres jóvenes. Lo que genera inquietudes en las organizaciones respecto a la garantía del recambio generacional para la continuidad y sostenibilidad de los emprendimientos de las organizaciones.

- **Procesamiento y tratamiento de la información:** Para el procesamiento de la información y análisis se realizó mediante software estadístico SPSS. Que ha permitido realizar la captura y análisis de datos para la creación de las tablas y gráficas del estudio, como se muestra en la siguiente imagen.

Figura 01. Data de registro de encuestas en el SPSS.



b) Entrevistas a profundidad

Se realizaron 11 entrevistas a profundidad con el objetivo de contar información, opiniones y perspectivas de algunos actores estratégicos a fin de contar con información que complemente información generada en las otras herramientas de recojo de información y que aportes a la construcción del análisis situacional y prospectivo en el marco de la estrategia programática que plantea el proyecto “Emprendimientos Rurales de Mujeres en la Provincia de Ayabaca”, que es dirigido desde tres componentes centrales: componente productivo, componente organizacional y componente comercial.

Para lo cual se contó con una guía que brindó la pauta general, para su desarrollo, a fin de guiar su desarrollo hacia una mejor comprensión y profundidad de los temas e intereses del estudio.

Sobre las y los stakeholders participantes de las entrevistas se tiene:

Cuadro 06. Registro de actores participantes de las entrevistas

N°	DISTRITO	ACTOR	CARGO	CONTACTO
1	AYABACA	Wilmer Labán Pintado	Gerente de la Municipalidad Provincial de Ayabaca	943 060 310
2		Adriano Holguín Quispe	Sub-Gerente de Desarrollo Social y Medio Ambiente	997 304 688
3	MONTERO	Gary Guerrero Alberca	Jefa de Oficina de Desarrollo Local de la Municipalidad Distrital de Montero	969769083
4		Adela Campos Núñez	Jefa de Oficina de Desarrollo Social	973 759 991
5	PACAIPAMPA	Martin Arrieta	Gerente de la Municipalidad Distrital	937 365 826
		Marita Holguín Holguín	Encargada de Área de Turismo de Municipalidad Distrital	997 448 713
6		Elver Herrera	Jefe de Oficina de Desarrollo Local	977 122 516
7	FRÍAS	Nolberto López	Jefe de Imagen Institucional	965 422 696
8		Zully Orozco	Asiste del Área de Desarrollo Económico	957 723 608
9	LAGUNAS	Vladimir Saguma	Asesor de Alcaldía	942 662 875
10	PIURA	Ana Gilda Castillo	Especialista de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo	969298089
11		Carlos Cárdenas Cruz	Jefe del Instituto Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Gore Piura	967 246 536

Fuente: elaboración propia.

c) Grupos Focales

Se desarrollaron para la identificación de brechas de género como parte de la información cualitativa, que permitió explorar la percepción de las participantes, representantes de grupos de mujeres emprendedoras de cada uno de los distritos programados, en torno a aspectos relacionados a los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas en el marco del diagnóstico y línea de base del proyecto de emprendimientos rurales de mujeres en la provincia de Ayabaca – Piura. Así como recoger sugerencias de las participantes para identificar puntos críticos, alternativas, estrategias y mejoras a futuro.

- **Participantes:** Los grupos focales fueron dirigidos a mujeres representantes líderes de las organizaciones de productoras, emprendedoras, y, para cada sesión se contó con un mínimo de 8 y un máximo de 12 participantes. Se buscó en la medida de lo posible, la mayor diversidad en la participación, especialmente tomando en cuenta las experiencias de mujeres emprendedoras.

- **Sesiones de trabajo:** Se realizó un grupo focal con mujeres por distrito y se evaluó de manera conjunta como provincia. Dado el amplio número de organizaciones de mujeres y, por ende, de participantes potenciales para los grupos focales, para la ejecución de ellos, se apoyó en la convocatoria de los gobiernos locales. En el marco de las políticas de CARE Perú, se aseguró a las participantes la confidencialidad de la información a recoger. El eje central de los grupos focales fue la dimensión de género considerando que este fue un espacio más seguro para las mujeres, a diferencia de la encuesta, sin embargo, se mantuvo un marco referencial en torno a los emprendimientos.

d) Talleres locales

Se desarrollaron para los grupos de mujeres organizadas en el marco de los emprendimientos identificados, para determinar principalmente las brechas de los tres ejes o componentes del proyecto: i) producción, ii) asociatividad, iii) comercialización. Además, se consideró aspectos prioritarios como uso de tecnológica, modelo empresarial, acceso a financiamiento, competitividad.

- **Matriz de trabajo:** Para las sesiones de trabajo en los talleres se diseñó una matriz FODA en cuanto a los componentes del proyecto, la cual se enmarca en los tipos de emprendimiento de cada distrito para validar la priorización preliminar de los emprendimientos. Además, se incluyó la valorización de las participantes en marco a la matriz de valorización proporcionada por CARE Perú dividida en: i) valor de la cadena, i) valor de la competitividad, i) valor de inversiones presentes o próximas.
- **Grupos participantes:** Con ayuda de los gobiernos locales se pudo realizar la convocatoria de organizaciones de mujeres de los 5 distritos identificados, de los cuales participaron:

Cuadro 07. Implementación de talleres con mujeres emprendedoras de Ayabaca.

DISTRITO	ORGANIZACIONES REPRESENTADAS
AYABACA	- Asociación de mujeres Tejedoras de Rodeopampa - Asociación de Mujeres Tejedoras de Yanchalá - Asociación de productores de Ayabaca (Integrantes Mujeres)
MONTERO	- Asociación de Mujeres Tejedoras Vitalina Núñez - Asociación de Mujeres de la Comunidad de Chonta
PACAI PAMPA	- Asociación de Mujeres Emprendedoras de Pacaipampa - Asociación de Mujeres Tejedoras de Curilcas - Asociación de Mujeres Tejedoras de Lagunas
FRIAS	- Asociación de Mujeres Tejedoras de la Meseta Andina. - Asociación de Mujeres Tejedoras de Frías
LAGUNAS	- Asociación de Mujeres Productoras de miel de San Antonio - Asociación de Mujeres Productoras de miel de Cruz de Huacas - Asociación de Mujeres Productoras de miel de Lagunas - Asociación de Tejedoras de Lagunas

Fuente: elaboración propia.

e) Observación Directa

Se contó con 10 visitas de observación directa a los emprendimientos liderados por mujeres en los distritos de intervención. Es decir, se tuvo como máximo 02 observaciones directas por distrito.

En este sentido, la visita se coordinó con lideresas y equipo técnico de los gobiernos locales de los distritos de Ayabaca, Montero, Pacaipampa, Frías y Lagunas. Y comprendió dos objetivos:

- El primer objetivo, fue referido a la observación no invasiva sobre las y los actores participantes de los grupos focales, en el que dependerá del criterio de la facilitadora/or para identificar a participantes que puedan generar información complementaria importante.
- El segundo objetivo, fue referido a la observación directa de algunos emprendimientos que se vienen desarrollando por mujeres u organizaciones de mujeres. Relacionado con los principales hallazgos que se van identificando previamente.

Para su desarrollo, se tuvo en cuenta:

i. Durante la visita

- Hacer el registro adecuado de la dinámica a observar de manera directa.
- Para esto se recomienda establecer máximo 02 objetivos de observación, para esta herramienta de recojo de información, se sugiere dinámica de producción y dinámica de venta local y en posibilidad de otros espacios de comercialización.
- Contar con listado de ítem para el registro de la observación.

ii. Posterior

- Implica redactar el registro más significativo del proceso de observación a partir de la visita de campo, complementando los resultados de los grupos focales.

V. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

5.1. Diagnóstico situacional de la provincia de Ayabaca

a) Ubicación de la provincia de Ayabaca:

La provincia de Ayabaca forma parte de la región Piura, y está ubicada al noreste de la misma región, y al noroeste del Perú, aproximadamente a 207 Km., de la ciudad de Piura. Limita por el norte y por el este con el Ecuador; por el sur con las provincias de Morropón y Huancabamba; y por el oeste con las provincias de Piura y Sullana. Se sitúa geográficamente en las coordenadas 04°38'13" de latitud sur; y 79°43'26" de longitud oeste.

La provincia de Ayabaca tiene una extensión de 5,230.68 Km², y se sitúa dentro de la zona andina, conformando los Andes del norte, cuyo relieve está configurado por valles más o menos profundos por el Quiroz, que nace desde la Cordillera de Huamaní, en los límites con Huancabamba y cumbres que incluso superan los 3 mil metros sobre el nivel del mar. Ofrece un paisaje dominado por montañas, colinas y lomas con valles estrechos; se presentan pendientes de hasta 70% en las partes más altas

Políticamente, la provincia de Ayabaca es parte del departamento de Piura y es una de las ocho provincias que la constituyen, siendo su capital la ciudad de Ayabaca, que se encuentra a 2,970 m.s.n.m.

La provincia de Ayabaca está conformada por diez distritos, los cuales son:

Cuadro 08. Distritos de Ayabaca y extensión territorial.

Distrito	Capital	Extensión km ²
Ayabaca	Ayabaca	1,549.99
Frías	Frías	568.81
Jililí	Jililí	104.73
Lagunas	Lagunas	190.82
Montero	Montero	130.57
Pacaipampa	Pacaipampa	981.50
Paimas	Paimas	319.67
Sapillica	Sapillica	267.09
Sícchez	Sícchez	33.10
Suyo	Suyo	1,084.40

Fuente: Plan de Desarrollo Concertado provincial de Ayabaca.

b) Clima de la provincia de Ayabaca:

Los climas en la provincia de Ayabaca son relativamente diferentes, debido a que existen distritos con característica propias, y que se difieren de la capital provincial. Hasta los mil metros sobre el nivel del mar, el clima es templado, y en esta altura se encuentran los distritos de Paimas y Suyo. Desde los 2 mil hasta los 3 mil metros sobre el nivel del mar, el clima es frío. En altitudes que supera a la indicada el clima es muy frío y con formación gélida conforme sucede en la Cordillera de los Andes.

La temperatura en las ciudades de Ayabaca, Pacaipampa, Lagunas y Sapillica, tiene un promedio de 14° centígrados. Las precipitaciones se producen en los meses de enero, febrero, marzo e incluso abril.

El clima de la provincia de Ayabaca, en consecuencia, es variado con grandes similitudes entre sus distritos, excepto Paimas y Suyo cuya altitud los condiciona a un clima más costero, que serrano. En los demás distritos, es cálido en las quebradas profundas o valles, frío en las regiones medias y elevadas y húmedos en las partes elevadas por las constantes precipitaciones.

c) Hidrografía de la provincia de Ayabaca:

Respecto a la hidrografía de la provincia de Ayabaca, una extensa red de ríos y quebradas se desplazan por el territorio de Ayabaca, desde su nacimiento en la cordillera de los Andes.

Los ríos corren de Este a Suroeste, para luego unirse a los ríos Chira y Piura, y desembocar en la cuenca del Pacífico, y estos ríos, quebradas y riachuelos se dividen en cuatro vertientes o cuencas:

- **Cuenca del Río Quiroz.** El río Quiroz es uno de los más importantes de la provincia de Ayabaca. Nace y recorre territorio netamente de la provincia hasta llegar a tributar en el Macará, el cual después hace lo mismo con el Chira. Nace en la Cordillera de Huamaní o más conocida como "Huarinas" en la parte ayabaquina, a 3 mil 900 metros sobre el nivel del mar.
- **Cuenca del Río Chipillico.** El río Chipillico forma una cuenca importante en la región Piura, cuyo nacimiento tiene sus orígenes en la provincia de Ayabaca, recorre su territorio y después tributa sus aguas al río Chira. Nace del cerro Las Pircas y de un conjunto de riachuelos se forma el río San Pedro, que recorre toda la meseta pantanosa de los "altos" descendiendo por Sapillica hacia la costa, por la quebrada de Palominos en donde es tomado para incrementar la represa de San Lorenzo.
- **Cuenca del Río Yapatera.** Este río tiene un origen complejo, se inicia desde el río Citán, que se forma en la parte posterior del cerro del Huamingas y al cual se suma el río Parihuanás que se forma por el cerro Cachiris. La formación de estos ríos se desarrolla en los territorios de Pacaipampa y se desplazan por Frías. Aguas abajo de este distrito se forma el Huasipe, después el río Palo Blanco hasta adoptar el nombre de río Yapatera. Sus aguas son tributarias del río Piura.
- **Cuenca de la Vertiente Internacional del Río Macará.** La provincia de Ayabaca limita con el Ecuador, cuyos referentes divisores son los ríos de Macará, Calvas y Espíndola, capta aguas de la divisoria peruana y ecuatoriana. El río Macará nace en el Nudo de Cabanillas con el nombre de Espíndola, hasta recibir las aguas del río Calvas. Con ese nombre se desplaza hasta adoptar el de Vado Grande, luego Anchalay y finalmente Macará, hasta su confluencia con el Quiroz y tributar sus aguas al Río Chira.

d) Población de la provincia de Ayabaca:

La provincia de Ayabaca, cuenta con una población de 119,287 habitantes de los cuales el 49.4% son mujeres y 50.6% son varones. Siendo el grupo poblacional de mujeres jóvenes cuya edad está comprendida entre los 30 y 44 años la que representa con el 8.7% (10 419), el mayor porcentaje de población según su ciclo de vida. Estos porcentajes se reflejan en las encuestadas quienes agrupan el 65% de entre 30 a 59 años.

Cuadro 09. Población de la provincia de Ayabaca

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	7 978	9 152	8 774	8 395	10 321	8 121	7 567	60 308
Mujer	7 501	9 047	8 009	8 528	10 419	8 059	7 416	58 979
Total	15 479	18 199	16 783	16 923	20 740	16 180	14 983	119 287

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

5.2 Datos generales por distrito.

El estudio ha priorizado 5 distritos que, por formar parte de la provincia de Ayabaca, están ubicados al noreste de la región Piura, y comprenden una población de 83,918 habitantes que representan el 70.3% del total de la población de la provincia, teniendo la siguiente descripción:

a) Datos generales distrito de Ayabaca.

El distrito de Ayabaca es uno de los diez que conforman la provincia de Ayabaca ubicada en el departamento de Piura en el Norte del Perú. Limita por el Norte y por el Este con la República del Ecuador; por el Sur con el distrito de Pacaipampa; y, por el Oeste con los distritos de Lagunas, Montero, Sícchez y Jililí.

- Elevación de la capital: 2.709 m.
- Superficie: 1.550 km².
- Capital: Ayabaca.
- Coordenadas: 4°38'24"S 79°42'55"O / -4.64005, -79.71536.
- Gentilicio: ayabaquino, -na.

Cuadro 10. Población del distrito de Ayabaca.

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	1 795	2 189	2 308	2 021	2 684	2 250	2 206	15 453
Mujer	1 683	2 292	2 105	2 119	2 756	2 273	2 171	15 399
Total	3 478	4 481	4 413	4 140	5 440	4 523	4 377	30 852

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

Este distrito cuenta con un total de 30 852 habitantes de los cuales el 49.9% lo representan las mujeres del distrito. Siendo la población de mujeres adultas jóvenes cuyas edades están comprendidas entre los 30 a 44 años quienes representan con el 8.9% el mayor porcentaje de la población total del distrito, seguido de las niñas cuyas edades están comprendidas entre los 6 y 11 años con el 7.4%.

b) Datos generales distrito de Montero.

El distrito de Montero es uno de los 10 distritos que conforman la provincia de Ayabaca, ubicada en el departamento de Piura, bajo la administración del Gobierno regional de Piura, en el norte del Perú. Su capital es el centro poblado de Montero ubicado a 1,200 msnm.

El distrito de Montero limita con:

- Norte: con los distritos de Suyo y Jililí.
- Sur: con el distrito de Lagunas.
- Este: con el distrito de Ayabaca.
- Oeste: con el distrito de Paimas.

Cuadro 11. Población del distrito de Montero

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	345	410	432	493	512	446	544	3 182
Mujer	315	368	368	436	490	462	558	2 997
Total	660	778	800	929	1 002	908	1 102	6 179

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

El distrito cuenta con una población de 6 179 habitantes, de los cuales 2 997 que representa el 4.8% es representado por mujeres. Siendo las mujeres que conforman el ciclo de vida de adulto mayor cuya edad es de 60 años a más quienes representan con el 9% (558).

c) Datos generales distrito de Pacaipampa

El distrito de Pacaipampa está ubicado al sur de la Provincia de Ayabaca, al noreste del departamento de Piura. Geográficamente se encuentra en la parte occidental de la cordillera de los Andes de Piura, en la zona alta de la sub-cuenca del río Quiroz, tributario del Río Chira.

El distrito limita:

- Norte: con los distritos de Ayabaca y Lagunas.
- Sur: con los distritos de Yamango (Provincia de Morropón), Lalaquiz y Sapalache (Provincia de Huancabamba).
- Este: con el distrito de Carmen de la Frontera (Provincia de Huancabamba).
- Oeste con los distritos de Frías (provincia de Ayabaca) y Chalaco (Provincia de Morropón).

Cuenta con un área total de 981.5 km², su capital se sitúa a 1,968 metros sobre el nivel del mar (msnm), a 4º 59'13" de Latitud Sur y a 79º39'74" de Longitud Oeste (IGCH, 2 005).

El distrito de Pacaipampa, según el censo Nacional 2017: XII Censo de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, cuenta con una población de 21,257 habitantes de los cuales 10,644 (50.07%) son hombres y 10,613 (49.93%) son mujeres.

Cuadro 12. Población del distrito de Pacaipampa.

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	1 677	1 791	1 585	1 404	1 768	1 309	1 110	10 644
Mujer	1 603	1 779	1 440	1 505	1 910	1 328	1 048	10 613
Total	3 280	3 570	3 025	2 909	3 678	2 637	2 158	21 257

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

Este distrito lo conforman un total de 21 257 habitantes, de los cuales el 4.9% (10 613) son mujeres. Siendo el grupo poblacional de mujeres adultas jóvenes las que con el 8.9% (1 910) representan el mayor peso poblacional.

d) Datos generales distrito de Frías.

El distrito de Frías está localizado en el sector alto de la margen derecha de la cuenca del río Piura entre las coordenadas 79° 47' 30" W y 80° 09' W, y 4° 50' S y 5° 03' S. Ocupa el sector sur de la provincia de Ayabaca, departamento de Piura.

El distrito de Frías limita:

- Norte: con los distritos de Sapillica, Lagunas y Pacaipampa;
- Sur: con los distritos de Chulucanas, Santo Domingo y Chalaco;
- Este: con el distrito de Pacaipampa;
- Oeste: con el distrito de Tambogrande.

Cuadro 13. Población del distrito de Frías

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	1 304	1 609	1 590	1 323	1 597	1 387	1 254	10 064
Mujer	1 203	1 532	1 428	1 337	1 707	1 362	1 263	9 832
Total	2 507	3 141	3 018	2 660	3 304	2 749	2 517	19 896

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

Del total de 19 890 habitantes del distrito de Frías el 49.4% (9 832) está conformado por mujeres. Siendo, según su ciclo de vida, las mujeres adultas jóvenes cuya edad está comprendida entre los 30 y 44 años las que conforman con el 8.4% (1707) el grupo con mayor representatividad poblacional en el distrito.

e) Datos generales distrito de Lagunas.

El distrito de Lagunas está situado en la parte central de la provincia de Ayabaca en el departamento de Piura, a una altura de 2,351 m.s.n.m. Ubicado geográficamente en 4°47'13" de Latitud Sur y a 79°50'74" de Longitud Oeste. Superficie: 190.82 km² Población: Aprox. 6625 hab. Ubigeo: 200204.

El distrito limita con:

- Norte: con el distrito de Montero.
- Sur: con los distritos de Frías y Pacaipampa.
- Este: con el distrito de Pacaipampa.
- Oeste: con el distrito de Sapollica.
- Noroeste: con el distrito de Paimas.
- Noreste: con el distrito de Ayabaca.

El distrito de Lagunas es el octavo distrito con mayor población de los diez distritos que conforman la provincia de Ayabaca, aunque su población disminuyó de 6,625 habitantes en el 2007 a 5,734 habitantes en el 2017 (INEI, 2017). Este último significó que la población del distrito decreció a una tasa promedio anual intercensal de -1.19%.

La actual estructura demográfica del distrito Lagunas se caracteriza porque está conformada por una ligera mayoría de hombres que representan el 50.24%, en tanto que las mujeres representan el 49.76%. Por esto, el índice de masculinidad asciende a 101.22%, significando que existen 101 hombres por cada 100 mujeres. Según el INEI (2017), la estructura demográfica del distrito de Lagunas según zona de residencia indica que es netamente rural, es decir, toda la población del distrito pertenece a la zona rural.

Cuadro 14. Población del distrito de Lagunas.

P: Sexo	P: Población según ciclo de vida							Total
	Primera infancia (0 - 5 años)	Niñez (6 - 11 años)	Adolescencia (12 - 17 años)	Jóvenes (18 - 29 años)	Adultos/as jóvenes (30 - 44 años)	Adultos/as (45 - 59 años)	Adultos/as mayores (60 y más años)	
Hombre	448	512	465	410	464	297	285	2 881
Mujer	442	494	422	386	473	342	294	2 853
Total	890	1 006	887	796	937	639	579	5 734

Fuente: Censo Nacional 2017- INEI

La población está conformada por 5734 habitantes, de los cuales el 49.7% son mujeres. Siendo en la población de mujeres las que conforman el ciclo de vida de niñas de 6 a 11 años las que tienen mayor cantidad poblacional en el distrito con el 8.6% (494), seguido de las mujeres adultas jóvenes cuyas edades están comprendidas entre los 30 y 44 años con el 8.2% (473).

5.3 Datos Productivos de la provincia de Ayabaca.

En cuanto a producción, la provincia de Ayabaca es básicamente agrícola, lo que incide en la producción de alimentos principalmente, pero con poca variabilidad y con serias limitaciones debido a la falta de asistencia técnica, la falta de infraestructura hídrica, ausencia de créditos para el sector agropecuario, falta de organización, entre otras.

En la zona, existen cultivos importantes que son aprovechados incluso para la agroexportación, tales como el café y la caña de azúcar, exportándose el primero en oro (en grano) y el segundo procesado como panela granulada, de gran aceptación en los mercados internacionales.

**Cuadro 15. Producción agrícola distritos de la provincia de Ayabaca.
Siembra campaña 2022-2023 (Há.).**

CULTIVOS	AYABACA	MONTERO	LAGUNAS	FRIAS	PACAIPAMPA	TOTAL
CULTIV. PERMANENTES	1,572	677	52	162	604	3,067
CHIRIMOYA	130	73	10	11	10	234
LIMON ACIDO	16	1	-		8	25
LUCUMA	13	22	3		-	38
MANGO	9	12	-		8	29
NARANJO	19	12	1		8	40
LIMA	-	17	-		-	17
PALTO	7	6	-		-	13
TARA	1,018	-	38		-	1,056
CACAO	-	25	-		1	26
CAFÉé	360	509	-	151	569	1,589
CULT. SEMI-PERMANT.	1,308	2,898	38	5,308	446	9,998
GRANADILLA	30	22	-	-	-	52
PAPAYO	-	-	-	-	4	4
PLATANO CONVENCIONAL	193	247	10	437	12	899
PLATANO ORGANICO	-	-	-	-	-	-
CAÑA AZUCAR	587	523	8	420	80	1,618
PASTO CASTILLA	-	1,235	-	-	-	1,235
PASTO GRAMALOTE	103	285	-	4,451	350	5,189
PASTO ELEFANTE	355	576	20	-	-	951
PASTO ELEFANTE ROJO	40	10	-	-	-	50
CULTIV. TRANSITOR.	4,185	976	3,481	4,265	5,064	17,971
CEREALES	2,273	633	1,369	3,850	4,065	12,190
ARROZ CASCARA	9	30	2	-	5	46
CEBADA GRANO	10	-	20	120	53	203
MAIZ AMARILLO DURO	840	297	57	530	9	1,733
MAIZ AMILACEO	1,047	306	340	2,450	2,420	6,563
TRIGO	367	-	950	750	1,578	3,645
HORTALIZAS	120	8	12	-	44	184
AJO	33	-	12	-	21	66
TOMATE	17	-	-	-	-	17
ZAPALLO	57	8	-	-	23	88
ZANAHORIA	13	-	-	-	-	13
MENESTRA	1,152	289	1,988	340	606	4,375
ARVEJA G. SECO	735	136	1,200	240	322	2,633
FRIJOL G. SECO	394	153	760	80	256	1,643
HABA G. SECO	23	-	28	20	28	99
TUBEROS. Y RAICES	345	29	112	75	349	910
CAMOTE	53	-	9	-	8	70
OCA	9	-	17	40	50	116
OLLUCO	17	-	17	35	56	125
PAPA	50	-	46	-	155	251
YUCA	216	29	23	-	80	348
INDUSTRIAL	295	17	-	-	-	312
MANI	293	9	-	-	-	302
SOYA	2	8	-	-	-	10
TOTAL	7,065	4,551	3,571	9,735	6,114	31,036

Fuente: Dirección Regional de Agricultura de Piura.
Elaboración: propia.

En el ámbito de los distritos de intervención, en la última campaña 2022-2023, se han sembrado 31,036 hectáreas de cultivos, destacando en cantidad de área el café, la tara, menestras, caña de azúcar, maíz (amiláceo y duro), pastos y trigo.

**Cuadro 16. producción pecuaria campaña 2022 - 2023
según distritos priorizados de la provincia de Ayabaca.**

Crianza	POBLACIÓN DE GANADO (CABEZAS)					
	AYABACA	MONTERO	PACAIPAMPA	FRÍAS	LAGUNAS	TOTAL
Vacuno	30,111	3,804	20,061	9,179	6,281	69,436
Porcino	17,332	1,065	8,249	2,878	2,695	32,219
Ovino	11,272	312	9,564	5,458	8,132	34,738
Caprinos	8,960	217	5,926	225	3,641	18,969
Aves	73,190	9,953	37,381	21,874	14,505	156,903
Cuyes	7,592	1,272	12,252	326	778	22,220
Conejos	89	57	52	168	12	378
TOTAL	148,546	16,680	93,485	40,108	36,044	334,863

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Piura.

Elaboración: propia.

En cuanto a cranzas, básicamente se cuenta con ganado vacuno, porcino, caprino, así como ovinos en las partes más altas de la provincia, habiéndose acentuado en los últimos años la crianza de cuyes y aves de corral. En la parte pecuaria, destaca el distrito de Ayabaca, ya que posee el 44% de la producción pecuaria de todos los distritos de intervención.

A continuación, se presenta información productiva de los distritos de intervención del proyecto.

a) Datos Productivos del distrito de Ayabaca.

La principal actividad económica del distrito de Ayabaca es la agricultura familiar, mayoritariamente bajo secano. Más del 65 % de la PEA distrital se dedica a esta actividad, que se desarrolla en 7,433 unidades agropecuarias, con 32,155 ha. de superficie agrícola. La siembra de los principales cultivos se realiza en 25,489 ha de tierras de labranza, que representan el 79.3 % de la superficie agrícola en las unidades agropecuarias.

Los cultivos que, predominantemente, se desarrollan en estas tierras son, los cultivos de maíz, menestras, principalmente frijol; y tubérculos, fundamentalmente yuca.

Al año 2022, la superficie sembrada alcanzó las 7,065 ha.; de las cuales el 42.3 % se encuentra en unidades agropecuarias que cuentan con 1.0 a 2.9 ha de tierras agrícolas. Los principales cultivos que se siembran en el distrito se muestran en el Cuadro 15.

Más del 90 % del área cultivada se desarrolla bajo secano y las siembras se concentran entre los meses de octubre - diciembre. El 55.7 % de agricultores destinan la mayor parte de su producción a la venta y el 80.9 % al autoconsumo. Se trata de una agricultura familiar que mayormente se encuentra entre intermedia a consolidada.

Las cranzas principales en el distrito son los vacunos, porcinos, caprinos y ovinos, existiendo también una gran cantidad de cuyes y aves.

b) Datos Productivos del distrito de Montero.

Las potencialidades económicas del distrito de Montero están asociadas a los sectores agrícola, pecuario, forestal y manufactura, así como turismo.

Respecto al sector agrícola, el distrito de Montero tiene potencialidades económicas latentes que aún no se han aprovechado al máximo, pese a que existe un mercado local, departamental, nacional e incluso mundial que se puede atender. Tal es el caso del café, cacao, panela y que tiene diversas propiedades para la industria alimentaria. Aún falta desarrollar proyectos productivos e infraestructura hidráulica a fin de dar sostenibilidad a este sector. El distrito cuenta con 4,551 hectáreas de cultivos, mayormente de secano, entre los cuales destaca ampliamente el café con 509 Has. instaladas, también los pastos con 2,106 Ha., caña de azúcar con 523 Ha., y maíz con 603 ha.

Con relación a la actividad económica pecuaria, el distrito de Montero tiene un gran potencial por desarrollar y que aún no se ha manifestado. En el distrito se cuenta con 3,804 cabezas de ganado vacuno, 1,065 de porcino, 9,953 aves y 1,272 cuyes, entre las crianzas más destacadas.

Considerando que, el recurso de los pastizales es amplio, este puede ser orientado hacia la generación de raza mejorada vacuna y porcina, además de ser una fuente saludable de alimentación para la población, también son muy apreciados a nivel comercial. Por lo tanto, promover su crianza permitiría generar mayores niveles de ingresos.

Con relación a la actividad manufactura o comercio, el distrito de Montero tiene un gran potencial por desarrollar y que aún no se ha manifestado. Por lo que se deberá impulsar el ordenamiento del comercio en busca de integración con otros mercados provinciales y regionales, con la finalidad de mostrar los productos locales y abrir nuevos mercados.

c) Datos Productivos del distrito de Pacaipampa.

El distrito de Pacaipampa ha logrado una diversificación productiva, entre las actividades primarias, secundarias, las mismas que han impulsado un proceso de crecimiento económico de las familias asentadas en el territorio.

El distrito actualmente cuenta con 4 ONG que vienen apoyando al desarrollo productivo y ambiental, las cuales son AIDER, Progreso, NCI, y la Cooperativa Agraria Norandino.

En la campaña 2022-2023 se sembraron en el distrito 6,114 Ha. de cultivos, destacando por el área sembrada los cultivos de café con 563 Ha., pasto con 350 Ha., maíz con 2,429 Ha., trigo con 1,578 Ha., y menestras con 606 Ha.

En cuanto a la parte pecuaria, destaca la crianza de vacunos con 20,061 cabezas, aves y cuyes con 37,381 y 12,252 unidades respectivamente, aunque también cuenta con crianzas de porcinos, caprinos y ovinos.

d) Datos Productivos del distrito de Frías.

Las actividades económicas dominantes en el distrito de Frías se centran en la agricultura y en la ganadería. Para desarrollar estos rubros se necesita reforzar las capacidades de las familias rurales mediante talleres, charlas y, otras formas que informen a los actores del campo sobre otras posibilidades de producción, con experiencias de campo. Asimismo, hay que informar a los consumidores sobre la

valoración nutritiva de los recursos producidos localmente para que paguen un precio justo. El funcionamiento de la oferta y demanda es vital para el desarrollo sostenible del sistema económico.

La producción agrícola es variada y según sus periodos de crecimiento se distinguen entre permanentes y de secano/anuales/transitorios, con una superficie cultivada en la campaña 2022-2023 de 9,735 Ha., destacando por la cantidad de área, el pasto gramalote con 4,551 Ha., maíz amiláceo y amarillo duro con 2,980 Ha., y trigo con 750 Ha.

En cuanto a la producción pecuaria, destaca la crianza de vacunos con 9,179 cabezas, ovinos con 5,458 unidades y aves con 21,874 unidades. También producen o crían porcinos, caprinos y cuyes en menor escala.

e) Datos Productivos del distrito de Lagunas.

La mayoría de la producción agrícola en el distrito está destinada al autoconsumo, originando que haya un bajo rendimiento en cuanto al volumen de la producción total en el distrito.

La cédula de cultivos en la actividad agrícola del distrito de Lagunas está condicionado a la fisiografía del distrito, así como a las diferentes condiciones agroecológicas.

En la parte baja del distrito arriba de los 1200 msnm, en estribaciones alimentadas por pequeños cursos de agua puede encontrarse cultivos tales como la yuca, el plátano y la caña de azúcar, pero en pequeñas cantidades y con características de una economía campesina de subsistencia.

A partir de los 2,000 m.s.n.m. se desarrolla principalmente una agricultura de secano, con un gran componente de autoconsumo, con mínimos excedentes de intercambio, que, en los últimos años, merced a una mejora tecnológica ha logrado incrementar sus niveles de intercambio; en esta zona se cultiva: trigo, cebada, papa, maíz amiláceo, ajo, oca, olluco, haba, arveja, entre otros.

Las áreas de cultivos son principalmente secano y en la campaña 2022-2023 se sembraron 3,571 Ha., casi todas de secano, debido a la escasez de las fuentes de agua para riego y de infraestructura adecuada para distribución y mejor aprovechamiento del recurso hídrico que disponen. Entre los principales cultivos, destacan el trigo con 950 ha., maíz amiláceo y amarillo duro 397 ha., arveja con 1,200 Ha., y frijol seco con 760 ha.

En cuanto a crianzas, destacan los vacunos con 6,281 cabezas, porcinos con 2,695 unidades, ovinos con 8,132 cabezas, caprinos con 3,641 unidades y aves con 41,505 unidades de acuerdo con la campaña 2022-2023. En menor escala se crían cuyes también.

5.4 Datos de la dinámica social.

a) Índice de Desarrollo Humano (IDH)

El programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD, ha elaborado un ranking en cuanto al Índice de Desarrollo Humano (IDH) y, en el nivel provincial Ayabaca se ubica en el puesto 192, de 195 provincias del Perú. Lo cual determina que es una de las provincias con más bajo desarrollo humano.

Cuadro 17. Datos de población y desarrollo humano provincial de Ayabaca.

UBIGEO	Provincia	Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Con Educación secundaria completa (Poblac. 18 años)		Años de educación (Poblac. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
		Habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	Años	ranking	N.S. mes	ranking
200200	Ayabaca	129,529	46	0.2498	192	68.10	170	39.14	177	4.42	188	234.2	190

Fuente: PNUD – Índice de Desarrollo Humano Provincial Perú 2017.

Siendo que la esperanza de vida de las y los habitantes de la provincia es de 68.10 años, la población con educación secundaria completa (Población de 18 años) es de 39.14% y el ingreso per cápita familiar es de S/. 234.2.

En relación con el índice de Desarrollo Humano al 2019 a nivel de los distritos de intervención se tiene que:

Cuadro 18. Datos de población y desarrollo humano distrital.

UBIGEO	Distrito	Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Con Educación secundaria completa (Poblac. 18 años)		Años de educación (Poblac. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
		habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	años	ranking	N.S. mes	ranking
200204	4 Lagunas	6,763	676	0.0912	1874	67.33	1662	21.80	1842	3.42	1823	51.8	1873
200206	6 Pacaipampa	22,545	254	0.1900	1817	67.03	1681	31.74	1733	3.09	1852	177.2	1722
200203	3 Jililí	2,403	1207	0.2769	1549	70.81	1398	44.37	1411	4.84	1478	257.5	1537
200201	1 Ayabaca	34,311	168	0.2916	1473	66.90	1692	43.76	1427	5.08	1379	310.4	1398
200205	5 Montero	5,664	759	0.3221	1313	70.16	1448	53.45	1076	5.26	1322	338.3	1330

Fuente: PNUD – Índice de Desarrollo Humano Provincial Perú 2017.

De los cinco distritos priorizados el distrito con menor desarrollo según el IDH 2019 es Lagunas, ubicado en el ranking 1874 de 1875 del total del país. Sin embargo, con relación a los 5 distritos de intervención, registra el mayor ranking por ingreso familiar per cápita de S/. 1 873.

Continuando en el ranking según el IDH 2019 el distrito de Pacaipampa en el puesto N° 1 817, luego el distrito de Jililí cuyo ranking es el N° 1 549, luego el distrito de Ayabaca, que, a pesar de ser capital de la provincia, de los 05 distritos priorizados se ubica en el ranking N° 1 473, y finalmente el distrito de Montero ubicado en el ranking N° 1 313. Lo que evidencia que los en los distritos de Ayabaca y Montero en donde se generan mayores dinámicas económico- productivas y comerciales hay mejores condiciones de desarrollo.

Por lo que fomentar estas dinámicas a partir de los emprendimientos organizacionales en distritos como Lagunas, Pacaipampa y Jililí permitirá mejorar las oportunidades y condiciones de desarrollo para la población con énfasis en las mujeres.

b) Pobreza monetaria distrital².

Según el Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Piura del MIDIS³ la incidencia de Pobreza Monetaria en la región al 2022 es de 30.4% generando un incremento con relación al registro del 2021 en el que se señala que la incidencia de la Pobreza Monetaria es de 25.3%.

Para su medición, utiliza el gasto como indicador de bienestar, el cual está compuesto por las compras, el autoconsumo, el auto suministro, los pagos en especies, las transferencias de otros hogares y las donaciones públicas. Se considera como pobres monetarios a las personas que residen en hogares cuyo gasto per cápita es insuficiente para adquirir una canasta básica de alimentos y no alimentos (vivienda, vestido, educación, salud, transporte, etc.)⁴

A nivel de los distritos de intervención se cuenta con el siguiente registro según el “Mapa de Pobreza Monetaria Provincial y Distrital 2018” del INEI, con relación a la incidencia de Pobreza Monetaria, siendo:

Cuadro 19a. Pobreza monetaria por distrito de la provincia de Ayabaca.

DISTRITO	POBLACIÓN PROYECTAD2020 1/	INTERVALO DE CONFIANZA AL 95%		UBICACIÓN POBREZA MONETARIA TOTAL
		INFERIOR	SUPERIOR	
Lagunas	5 816	56,0	80,0	43
Pacaipampa	23 262	57,0	77,4	49
Frías	21 370	49,3	73,5	103
Ayabaca	32 889	41,8	64,3	263
Montero	6 628	33,3	60,6	461

Fuente: Mapa de Pobreza Monetaria Provincial y Distrital 2018 – INEI.

Por lo que se entiende que, de los 1 874 distritos en el Perú, el distrito de Montero se ubica en el ranking N° 461 con relación a la incidencia de pobreza monetaria que presenta, el distrito de Ayabaca a pesar de ser capital de la provincia del mismo nombre se ubica en el ranking N° 267, a pesar de ser capital de la provincia se ubica por debajo del distrito de Montero. Y, en el caso del distrito de Frías se ubica en el puesto N° 103 del total nacional. Sin embargo, los distritos de Pacaipampa y Lagunas, sin lugar a duda se ubican en los rankings más altos de incidencia de la pobreza monetaria, ubicados en el ranking 49 y 43 respectivamente. Estos índices se manifiestan en los resultados de las encuestas: tasa de inversión menor a 50 soles es de 41.35% en alimentación, 69.92% en Salud y 66.92% en Educación.

En este marco, al hacer el análisis en relación los indicadores de la pobreza distrital⁵ que permite a la luz de los datos identificados, priorizar distritos con mayores brechas. Se tiene que, entre los 10 distritos más pobres de la región, 3 distritos pertenecen a los priorizados en la provincia de Ayabaca como son Lagunas, Pacaipampa y Frías. Como se muestra a continuación:

² Mapa de Pobreza 2018

³ <https://sdv.midis.gob.pe/redinforma/Upload/regional/PIURA.pdf>

⁴ https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1425/cap03.pdf

⁵ <https://sdv.midis.gob.pe/RedInforma/Reporte/Reporte/18>

Cuadro 19b. Nivel de pobreza (%) por distrito de la provincia de Ayabaca.

DISTRITO	
Lagunas	68.00%
Pacaipampa	67.20%
Frías	61.40%
Ayabaca	53.00%
Montero	46.90%

Fuente: Mapa de Pobreza 2018 – INEI.

c) Violencia de género.

En el análisis general de género en la dinámica de las mujeres se vincula a partir del desarrollo de un emprendimiento u organización, las mujeres son agentes clave para conseguir los cambios económicos, ambientales y sociales necesarios para el desarrollo sostenible en sus territorios, sin embargo, su acceso limitado al crédito, la asistencia sanitaria, la educación y entornos machistas, se encuentra entre los muchos retos a los que se enfrentan.

En ese marco abordar las desigualdades de género y generar condiciones que permitan aportar hacia la reducción de las brechas que enfrentan las mujeres rurales por medio de políticas, programas y proyectos que incorporen el enfoque de género, son algunas de las demandas planteadas por las mujeres participantes en las acciones de recojo de información, señalando que, para ello, se requiere conocer la situación que ellas viven cotidianamente como productoras, jefas de hogar e integrantes de organizaciones.

En el análisis de los resultados cualitativos, se identifican como condiciones de desigualdad las siguientes:

- A pesar de que muchas de las mujeres son productoras, comerciantes/o líderes de organizaciones, todavía se les considera “la esposa del productor” o una “ayudante”, “apoyo”, “la que participa en representación del esposo”; es decir, se les ubica en un rol subordinado.
- En el marco de la participación política, se analiza que tienen menos posibilidades que los hombres de ser electas como representantes a nivel de organizaciones, espacios mixtos de gestión territorial y más aún en cargos políticos.
- Los roles de género asignados tradicionalmente, les limita a tareas vinculadas a la reproducción, que van desde el aprovisionamiento de recursos al cuidado de personas dependientes. Lo que refuerza la mirada que les señala como “ayudantes”, considerándoles trabajadoras secundarias, que complementan los ingresos del hogar o ahorran recursos como la contratación de mano de obra para la producción agrícola familiar.
- Para las mujeres predomina el acceso a trabajos informales, y de más baja remuneración. Se señala que las mujeres jóvenes, trabajan más horas en total, sin embargo, tienen menos horas remuneradas, lo que les limita a contar con ingresos propios que realmente solventen sus necesidades. Lo que hace continuo el círculo de dependencia con sus padres, hermanos o pareja. Situaciones que les expone a abuso y control, y otras formas de violencia de género.

- La mayor parte de familias están encabezadas por mujeres sin acceso a la propiedad de tierras, sin poder acceder a los avances tecnológicos. aquí es interesante enfatizar que esta condición afecta directamente la productividad de sus territorios y el acceso a mejora de condiciones para la seguridad alimentaria de sus familias.

En el Perú, el 54,9% de las mujeres de 15 a 49 años fue víctima de violencia familiar alguna vez en su vida por parte del esposo o compañero, según los resultados de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2021. De acuerdo con el tipo de violencia ejercida por el esposo o compañero alguna vez en su vida, el 26,7% de las víctimas sufrió violencia física, 50,8% psicológica o verbal y el 5,9% violencia sexual.⁶

Según la forma de violencia, a noviembre de 2023 en la región Piura se registraron un total de 70647 casos de los cuales el 89.1% son mujeres. De las que el 42.5% de denuncias corresponden a violencia psicológica, el 34.5% a violencia física, el 11.8% a violencia sexual.

La ENDES 2022, refiere que las mujeres que fueron víctimas de violencia física no buscaron ayuda; principalmente por las siguientes razones: *No era necesario* (44,1%), que *sentían vergüenza* (17,0%) y que *no sabían dónde ir o no conocen los servicios* (11,0%).

Así mismo, el 17,8% mencionó tener algún tipo de miedo; que comprende en mayor porcentaje el miedo a que le pegaran de nuevo a ella o a sus hijos (8,5%), seguido del miedo de causarle problemas a la persona que le pegó (6,4%) y el miedo al divorcio o separación (2,9%).

Con relación a la brecha de violencia, los 05 distritos de intervención tienen correspondencia para la denuncia de casos de violencia al CEM Sectorial Ayabaca (Comisaría PNP Ayabaca), en el que se registra un total de 1,968 casos de violencia en cualquiera de sus formas a noviembre del 2023, de los cuales el 87.7 % corresponde a denuncia de mujeres, tal como se registra en el siguiente cuadro.

Cuadro 20a. Denuncias en casos de violencia familiar CEM Ayabaca.

CEM	Categoría	Violencia Económica o Patrimonial						Violencia Psicológica						Total
		0 - 17 años		18 - 59 años		60 + años		0 - 17 años		18 - 59 años		60 + años		
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	
Sectorial Ayabaca	Comisaría	0	0	0	0	0	0	26	13	30	0	2	1	72
CEM	Categoría	Violencia Física						Violencia Sexual						Total
		0 - 17 años		18 - 59 años		60 + años		0 - 17 años		18 - 59 años		60 + años		
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	
Sectorial Ayabaca	Comisaría	15	7	59	1	4	1	27	1	7	0	2	0	124
TOTAL													196	

Fuente: Boletín Estadístico Aurora- MIMP 2023

Predominando en el grupo de mujeres la violencia física con 78 casos que representan el 45,3% de denuncias, seguida de la violencia psicológica con 58 casos que representan el 33.7%. Sobre los casos de violencia sexual denunciados en el CEM Sectorial Ayabaca por mujeres en sus diferentes ciclos de vida, se registran 36 casos representando el

⁶ Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES) 2021

⁷ Boletín Estadístico Aurora-MIMP- noviembre 2023

⁸ Boletín Estadístico Aurora-MIMP- noviembre 2023

20.9%, del total de casos de violencia registrados a nivel de la provincia. Sin embargo, al realizar el análisis más detallado el 75% de la población principalmente afectada por violencia sexual corresponde a la población de niñas y adolescentes cuya edad se registra de 0 a 17 años.

Por otro lado, a nivel regional, respecto a casos sobre tentativa de feminicidio atendidos por los CEM, se registran 09 casos en las provincias de Ayabaca, Morropón, Piura, Sechura y Sullana.

Asimismo, en las encuestas aplicadas encontramos que un 51.13% de las mujeres (68) conoce algún caso de violencia en el distrito, ya sea física, psicológica o sexual. Un 59.4% está sensibilizada y reconoce el hecho de violencia, así como dónde acudir (68.42% reconoce a la comisaría como institución donde acudir). Sin embargo, este último dato expresa que las personas violentadas recurren a la comisaría, pero no acceden a los Centros de Emergencia Mujer (10.53% le reconoce) y que consideran poco eficiente la gestión y atención de estas instituciones (75.44%).

En el distrito de Ayabaca en agosto del 2018, mediante Ordenanza Municipal N° 007-2018-MPA-CM se crea la Instancia Provincial de Concertación para la erradicación de la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar tal como lo establece la Ley N°30364 y el Plan Nacional Contra la Violencia de Género 2016-2021. La misma que se encarga de coordinar, planificar, organizar y ejecutar las políticas públicas de atención a la violencia contra la mujer e integrantes del grupo familiar. Promueve acciones articuladas e integradas de entidades del Estado, sociedad civil organizada y sector privado. Prevenir, atender, proteger y reparar a las víctimas. estando integrada por: Alcalde de la Municipalidad Provincial de Ayabaca, Gerencia de Planeamiento y Presupuesto de la Municipalidad Provincial de Ayabaca, Subprefectura Provincial de Ayabaca, Comisaría PNP Sectorial Ayabaca, Unidad de Gestión Educativa Local- UGEL Ayabaca, Municipalidad Distrital de Pacaipampa, Municipalidad Distrital de Frías, Municipalidad Distrital de Suyo, Centro de Salud Ayabaca, Juntas Vecinales de la Provincia de Ayabaca, Central Única Provincial de Rondas Campesinas de Ayabaca sede Hualcuy - CUPRCA-HC, Federación Provincial de Comunidades Campesinas de Ayabaca-FEPROCCA, CEM Comisaría de Ayabaca, Mesa de la Mujer de Ayabaca, Centro de la Mujer Flora Tristán, Fundación APY Solidaridad en Acción, Poder Judicial de la Provincia de Ayabaca, Parroquia de la Provincia de Ayabaca.

También se señala que en marco a la Ley 30364 - Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar, que contempla la trata de personas como una modalidad de violencia, según reporte del Ministerio Público a diciembre del 2023 se han registrado 25 casos de trata de personas en la región Piura. Siendo las modalidades más frecuentes ser damas de compañía en bares y/o cantinas, y prostitución en hoteles.

d) Embarazo adolescente y parto en niñas menores de 14 años.

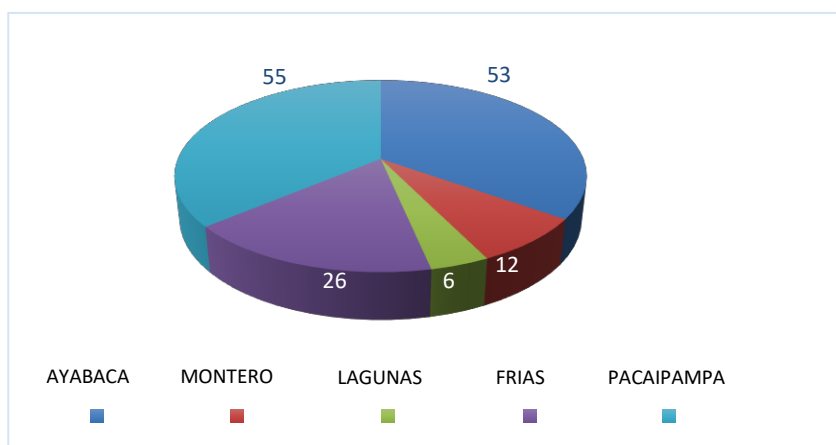
El embarazo y la maternidad en la adolescencia es un problema de salud pública, de derechos y oportunidades para el desarrollo integral y salvaguarda de la vida de niñas y adolescentes.

En la región Piura el porcentaje de mujeres adolescentes de 15 a 19 años que ha tenido un hijo o ha estado embarazada por primera vez es de 10.6%. A nivel nacional, este grupo corresponde al 9.2% (ENDES-INEI 2022). Indicador que contribuye a la reproducción del círculo de la pobreza, deserción escolar y postergación los planes de vida de las adolescentes de la región Piura, especialmente de aquellas que residen en los distritos de intervención del proyecto que son afectadas por condiciones de pobreza estructural.

La Unidad Funcional Salud Reproductiva de la Dirección Ejecutiva de Intervención Sanitaria Integral- DIRESA Piura reportó a diciembre de 2023 que en a la región Piura se registraron un total de 2,273 gestantes adolescentes atendidas, de los cuales el 11.6%, es decir 263 pertenecen a la provincia de Ayabaca, convirtiéndose en la tercera provincia con mayor incidencia de casos de embarazo adolescente en la región.

A diciembre de 2023, con relación a los distritos priorizados, se registran 205⁹ gestantes adolescentes cuyas edades están comprendidas entre los 12 y 17 años.

Gráfico 1: Gestantes adolescentes en distritos de Ayabaca.



Como se da cuenta en el presente gráfico el distrito en el que se registra mayor número de gestantes adolescentes es Pacaipampa, seguido del distrito de Ayabaca. Sin embargo, al hacer el análisis en relación a la proporcionalidad poblacional hay que tener en cuenta que el valor absoluto de la población de mujeres del distrito de Pacaipampa es menor en relación a la población de Ayabaca.

La situación crítica del embarazo adolescente, especialmente el de menores de 14 años, suele estar relacionado con otro problema igualmente grave: la violencia sexual. Sobre ello, se señala que en el 2023 en la región Piura de los 64¹⁰ partos en niñas menores de 14 años registrados 01 pertenece al distrito de Pacaipampa, en la provincia de Ayabaca. Cabe mencionar que, si bien en relación al 2021 y 2022 hay menor incidencia de casos, los distritos de Ayabaca y Pacaipampa son dos de los distritos con mayor incidencia de casos, en la provincia, como se muestra a continuación.

Cuadro 20b. Registro de partos en niñas menores de 14 años en la provincia de Ayabaca.

PROVINCIA	DISTRITO	AÑO			TOTAL
		2021	2022	2023	
AYABACA	SAPILLICA	0	1	0	1
	PAIMAS	1	1	0	2
	PACAIPAMPA	3	2	1	6
	JILILI	1	0	0	1
	AYABACA	1	1	0	2
TOTAL, PROVINCIA AYABACA		6	5	1	12
TOTAL, REGIÓN PIURA		78	87	64	229

Fuente: CNV en línea.

⁹ Diresa Piura- noviembre 2023

¹⁰ Sistema de Registro del Certificado de Nacido Vivo en Línea

En este sentido, es importante señalar que Piura, es una de las cinco regiones con más casos de embarazo adolescente a nivel nacional y con menos presupuesto per cápita para la prevención del embarazo adolescente.

Según el UNFPA¹¹, este presupuesto debería estar alrededor de los S/55 y los S/98 per cápita, sin embargo, para la región Piura, este presupuesto solo es de S/ 8,3 soles.

Por ello, es importante tener en cuenta en la intervención algunas consideraciones que lejos de prevenir el embarazo adolescente, podría generar, involuntariamente, condiciones para su incidencia. Estas consideraciones, pueden estar relacionadas a acciones con el entorno educativo, dinámicas culturales y económico-sociales, la no generación de estrategias específicas para el abordaje con los grupos de mayor vulnerabilidad y dinámicas que indirectamente puedan limitar las oportunidades de acceso a los servicios de salud, como la realización de actividades con mujeres adultas responsables de las niñas y adolescentes que pudieran afectar sus horarios de acceso a los servicios de salud.

En este sentido, y a referencia de las mujeres participantes en este estudio, señalan que el embarazo adolescente tiene un alto costo emocional y económico para las familias, no solo por lo que implica la atención de la gestante, sino por la pérdida de oportunidades para su desarrollo, y por ende la perpetuidad del ciclo de la pobreza, más aún en los distritos de intervención en los cuales las brechas de género y la pobreza estructural se encuentran tan arraigadas, agravándose esta condición en las gestantes menores de 14 años que se convierten en madres.

e) Educación.

Con respecto al número de alumnas/os matriculados en el sistema educativo nacional al 2021 cuenta con un total de 32, 969. Siendo solo en los distritos de Ayabaca y Pacaipampa donde el mayor número de matriculados son mujeres, como se da cuenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 21. Cantidad de alumnos y alumnas matriculados por sexo en los distritos de intervención.

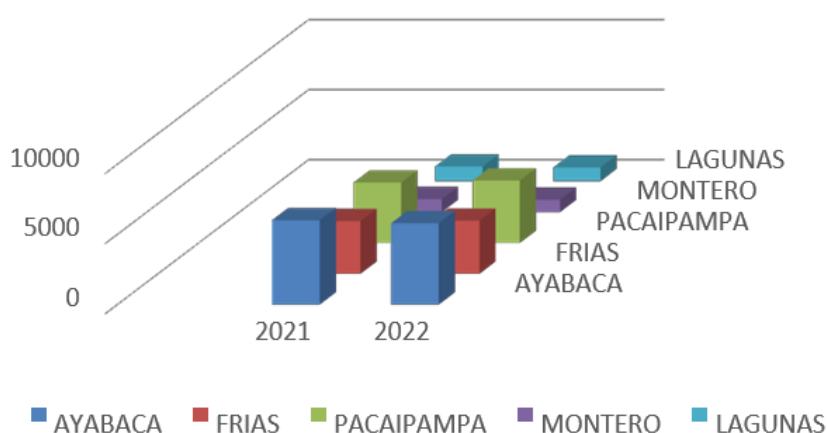
INDICADOR	AYABACA		MONTERO		PACAI PAMPA		FRIAS		LAGUNAS	
	MUJES	VARONES	MUJES	VARONES	MUJES	VARONES	MUJES	VARONES	MUJES	VARONES
Número de alumnos(as) matriculados en el sistema educativo nacional	6,014	5,926	925	1,063	4,300	4,708	3,749	4,106	1,040	1,138
TOTAL	11,940		1,988		9,008		7,855		2178	

Fuente: MINEDU 2023.

¹¹ https://peru.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/a10_0.pdf

Gráfico 2: Alumnas matriculadas en distritos de la provincia de Ayabaca.

Alumnas matriculadas en el Sistema Educativo Nacional



En cuanto a las encuestadas (133) encontramos que, la tasa en educación es de 24.81% para primaria completa, 24.06% para primaria incompleta, 21.05% para secundaria completa, 12.03% para secundaria incompleta; por ende, observamos que un grupo significativo de mujeres ha finalizado la secundaria (28) y otro la primaria (33), entendemos que son mujeres letradas; asimismo, 32 mujeres que no terminaron el nivel primario y 9 de ellas que no lograron estudiar.

f) Brecha laboral y salarial.

Al 2022, en cuanto a la tasa de ocupación laboral, el porcentaje de mujeres que se encuentra trabajando es de 58.8% respecto al 82.7% que refiere a hombres, presentando así una brecha de 23.9%.¹²

Por otro lado, la brecha salarial de S/556.24, donde las mujeres son más perjudicadas económicamente respecto a los varones. Lo que implica que, con relación a la data del 2021, no hay avances significativos ya que en este año la brecha de ocupación laboral y brecha salarial fueron de 21% y S/637 respectivamente.

En Piura, con respecto a las mujeres ocupadas, el 30,3% son asalariadas, el 1,2% son empleadoras y el 50,7% son trabajadoras independientes. Las mujeres tienen una mayor probabilidad que los hombres de estar en un trabajo independiente de baja productividad y escaso valor agregado, principalmente en el sector servicios y de comercio al por menor.

El ingreso promedio mensual de una asalariada en Piura es de S/ 987; y de los hombres es S/ 1413,913. Las mujeres ganan el 69,8% del salario de un hombre; y a nivel nacional el ingreso promedio de las mujeres representa el 79% del de este. Respecto al nivel de educación, el 26,1% de las mujeres ocupadas (Piura) tiene estudios superiores; a pesar de ello, las mujeres profesionales ganan en promedio el 77% del ingreso de sus homólogos masculinos.

Con respecto a la PEA, solo el 31,5%¹⁴ de mujeres están empleadas; y el 64,3%, subempleada. Trabajan, principalmente, en microempresas de manera informal. De los

¹² El Observatorio Socio laboral de la Dirección Regional de Trabajo

¹³ "Brechas de género 2021"- Informe INEI 2021

¹⁴ <https://www.udep.edu.pe/hoy/2022/03/brecha-de-genero-en-acceso-trabajo-asalariado-en-piura/>

hombres, el 51,7% está empleado; y el 43,8%, subempleado. Esto evidencia que la mayoría de las mujeres busca cómo generar ingresos, principalmente en actividades compatibles con el trabajo doméstico.

La tasa de informalidad laboral de mujeres en Piura asciende a 83,8%; y 80%, en el caso de los hombres. Esta tasa es superior al promedio nacional. Además, de la población económicamente no activa, el 53% son amas de casa y el 24%, estudiantes. Este indicador ayuda a entender el concepto de tasa de empresariedad (cociente entre la PEA y la población en edad de trabajar).

Esta tasa es de 53,4%, para las mujeres; y de 78,6%, para los hombres. Esto significa que hay una mayor propensión (en las mujeres) de desempeñarse como amas de casa que no buscan trabajo. Y, solo el 53,4%, de las que están en edad de trabajar, están empleadas, subempleadas o en busca de trabajo. En cambio, la mayoría de los hombres pertenece a la PEA.

En cuanto a los ingresos de las encuestadas, la tasa menor a 250 soles es de 78.95% para mujeres y de 57.14% para hombres. Además, los hombres tienen mayores ingresos, el 26.32% percibe entre 251 a 500 soles, mientras que las mujeres un 12.78%. Esto indica que las mujeres cuentan con menores ingresos y son económicamente afectadas.

5.5 Datos ambientales.

a) Datos ambientales del distrito de Ayabaca.

Ayabaca tiene un clima tropical de sabana. Hace calor todos los meses, tanto en la estación seca como en la húmeda. La temperatura media anual en Ayabaca es 24° y la precipitación media anual es 740 mm. no llueve durante 128 días por año, la humedad media es del 72% y el Índice UV es 5.

Promedios climáticos de todo el año:

- Día: la temperatura media diurna está entre 23°C y 26°C durante el día
- Noche: la temperatura media nocturna está entre 14°C y 16°C
- Lluvia: llueve 215 días y hay un total aproximado de 738 mm precipitaciones
- Horas de sol: a lo largo del año hay 3455 horas de sol
- Temperatura máxima: entre 23°C y 26°C
- Mes más cálido: 26°C en agosto Mes más frío: 23°C en enero
- Temperatura nocturna: entre 14°C y 16°C
- Días secos: 150 días
- Días con lluvia: 215 días
- Lluvia total: 738 mm
- Número de horas de sol: 3,455 horas

b) Datos ambientales del distrito de Montero.

Montero tiene un clima tropical de sabana. Hace calor todos los meses, tanto en la estación seca como en la húmeda. La temperatura media anual en Montero es 24° y la precipitación media anual es 740 mm. no llueve durante 128 días por año, la humedad media es del 72% y el Índice UV es 5.

Promedios climáticos de todo el año:

- Día: la temperatura media diurna está entre 23°C y 26°C durante el día
- Noche: la temperatura media nocturna está entre 14°C y 16°C
- Lluvia: llueve 215 días y hay un total aproximado de 738 mm precipitaciones

- Horas de sol: a lo largo del año hay 3455 horas de sol
- Temperatura máxima: entre 23°C y 26°C
- Temperatura nocturna: entre 14°C y 16°C
- Días secos: 150 días
- Días con lluvia: 215 días
- Lluvia total: 738 mm

c) Datos ambientales del distrito de Pacaipampa.

El clima de Pacaipampa se caracteriza por ser calurosa en temporada de verano. La temperatura promedio de esta zona es de 21° C aproximadamente. Las lluvias en este lugar son abundantes en los meses de diciembre a marzo. En general, el distrito tiene un clima templado cálido, dividido en dos estaciones una de invierno entre los meses de diciembre a abril, marcado por un período lluvioso; presentan una temperatura promedio entre los 10º y los 16º C; las lluvias en las zonas más altas registran 1900 y 2200 mm anuales.

En la parte occidental donde se ubica la zona más húmeda del sistema, el promedio anual puede alcanzar los 2400 mm con tendencia al aumento. El verano se da con ausencia de lluvias, va desde mayo a noviembre. Durante los meses de marzo a julio el distrito es afectado por fuertes vientos que ocasionan pérdida de los cultivos y viviendas al malograrse el techo de estas.

Cabe mencionar que el fenómeno del niño es una de las alteraciones climáticas que más afecta al distrito, ocasionando que los ríos cambien sus cauces, ocasionando inundaciones, derrumbes y prolongado las sequías. La variación del clima afecta de manera desfavorable a la agricultura y la ganadería de la zona ya que no se siembran algunos cultivos tradicionales como el maíz, caña de azúcar, menestras y no hay pastos naturales para la alimentación del ganado.

d) Datos ambientales del distrito de Frías.

El clima en la jurisdicción de Frías es variado y responde en gran parte a la topografía, orientación de los valles y vientos del Pacífico y del Atlántico que se encuentran en la Meseta Andina. En efecto, corrientes de aire húmedo que vienen de la cuenca Atlántica entran a la cuenca del Pacífico dejando la humedad en las nacientes del Quiroz. Así, el viento que continúa al oeste es seco, pasa por encima de Pacaipampa y llega a la Meseta Andina en donde se encuentra con vientos que vienen del Pacífico. Este encuentro entre corrientes de aire seco-frío y aire húmedo produce condensaciones del vapor de agua resultando en la formación de niebla en el cinturón que rodea a la Meseta Andina por lado oeste. Las precipitaciones estacionales son densas en este sector (jalca) y van disminuyendo en intensidad y frecuencia a medida que se avanza a los sectores más bajos. Esta distribución de precipitaciones junto con las variaciones térmicas ha dado lugar a una rica biodiversidad que forma una fortaleza en términos ecológicos.

La estación lluviosa va desde fines de diciembre-enero hasta mayo-junio. Al inicio, las lluvias empiezan en el sector alto para luego extenderse poco a poco a los sectores bajos; al final el proceso es inverso, las lluvias se retiran de los sectores bajos y van despejando el tiempo hacia los sectores altos.

No existe una red meteorológica que cubra cada una de las zonas ecológicas del distrito, ni a nivel de sub-cuencas. Por eso la información que se ofrece es aproximada tomando como referencia la información que existe en estaciones ubicadas en los pisos altitudinales parecidos de los distritos vecinos. Las temperaturas medias en la Meseta Andina (páramo) según datos de la Estación Alto Poclús, están alrededor de los 12°C,

con mínimas diarias entre 3° C y 10° C (SENAMHI, 2013). Sin embargo, el rango de temperaturas diarias va desde más o menos 0° C hasta 20° C. A medida que disminuye la altitud, las temperaturas aumentan y para la capital, Frías, se tiene (estación Frías) temperaturas que van desde más o menos 10° C hasta los 25° C.

La información pluviométrica también es escasa, pero al menos se tienen dos estaciones en el páramo (Altos de Poclús y Las Pircas) y una en Frías. Según Rojas Vásquez e Ibáñez Talledo (2003-23) las precipitaciones totales promedio mensuales de Frías en milímetros son: enero (162.6), febrero (255.6), marzo (312.1), abril (147.4), mayo (42.1), junio (8.2), julio (3.1), agosto (5.4), septiembre (8.5), octubre (18.1), noviembre (22.5), diciembre (69.6), dando un promedio anual de 1055.2 mm. En el sector bajo, las precipitaciones están entre 100 y 600 mm y la humedad relativa fluctúa entre 67 y 93% avanzando de abajo hacia arriba y de acuerdo con la época del año

e) Datos ambientales del distrito de Lagunas.

En base al mapa de clasificación climática del Perú (SENAMHI,1988), desarrollado a través del sistema de clasificación de Climas de Warren Thornthwaite, el distrito Lagunas, se caracteriza por presentar un clima semiseco, semifrío y húmedo, con lluvia deficiente en gran parte del año, propio de su estacionalidad, a excepción de los meses de verano

Durante los meses de marzo a septiembre, la temperatura máxima promedio del aire fluctúa entre 20°C y 24°C, incrementándose progresivamente durante el invierno debido al cielo despejado que permite ingresar mayor radiación solar durante el día. En cuanto a la temperatura mínima del aire, presenta comportamiento opuesto que la temperatura máxima, con valores que oscilan entre 4,0°C y 12,0°C, con menores valores durante los meses de invierno (junio a agosto).

Respecto al comportamiento de las lluvias, suele presentarse entre los meses de enero a abril, siendo más intensas en febrero y marzo. Entre febrero y abril las lluvias totalizan aproximadamente 301,3 mm. Los meses más secos para la zona predominan durante el invierno (junio a agosto). Anualmente acumula en promedio 418,9 mm.

VI. DIAGNÓSTICO PROSPECTIVO.

6.1 Emprendimientos identificados.

Como resultado del recojo de información secundaria y del contacto con las municipalidades de Ayabaca, Montero, Pacaipampa, Frías y Lagunas, se ha logrado conocer que existe una gran variedad de emprendimientos liderados por mujeres, algunos se desarrollan de manera individual y otros de forma asociativa. Sin embargo, la mayoría de los emprendimientos asociados están relacionados al trabajo de proyectos o iniciativas institucionales desde el gobierno local o de instituciones de desarrollo como FONCODES mediante el programa Hakun Wiñay, y de ongs como Flora Tristán que trabaja desde un enfoque de reducción de violencia de género.

En líneas generales, los emprendimientos son de impacto local y el desarrollo aun es incipiente y de pequeña escala, sin tener un mayor impacto regional. El único emprendimiento de mayor desarrollo es la artesanía en tejido. De las líneas de negocio pre identificadas, la artesanía de tejido es una actividad histórica que se ha desarrollado de forma constante y que representa una alternativa latente de negocio, sin embargo, aún no se ha desarrollado en su total potencial.

a) Emprendimientos identificados en el distrito de Ayabaca.

En el distrito de Ayabaca, en base a las coordinaciones con la gerencia de Desarrollo Económico y Social – GDES, de la municipalidad provincial de Ayabaca, la mayoría de las organizaciones y emprendimientos están conformados y liderados por varones, entre las cuales destacan las organizaciones productoras de panela, cooperativas cafetaleras, asociaciones de productores de bocadillo, entre otras.

En cuanto a organizaciones lideradas y conformadas por mujeres, se cuenta con proyectos incipientes de mujeres bocadilleras, de mujeres productoras agropecuarias y de tejedoras. Estas últimas con mayor desarrollo con relación al resto de organizaciones, pues han desarrollado una marca y expenden sus productos en ferias locales y provinciales, incluso cuentan con acuerdos con tiendas en la ciudad de Lima para comercializar sus productos.

Cuadro 22. Emprendimientos del distrito de Ayabaca.

Nº	LUGAR	NOMBRE DE ASOCIACION	EMPRENDIMIENTO	INTEGRANTES			PRESIDENTE	CELULAR
				Mujeres	Hombres	Total		
1	AYLAN	ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS AYLAN TABLAS DE CHOCAN	Elaboración de Panela Granulada	12	30	42	SANTOS FAUSTINO LLOCLA NOLASCO	961469819
2	ARAGOTO	ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS ARAGONITOS EMPRENDEDORES	Comercialización de productos agropecuarios	2	5	7	JUAN ALBERTO VEGAS ABAD	943705482
3	LANCHIPAMPA	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS EL CAÑAVERAL	Elaboración de Derivados Lácteos; quesos, yogurt, mantequilla	7	21	28	JORGE ADALBERTO ORTIZ FLORES	995230312
4	HUAMBA	ASOCIACION AGROPECUARIA SANTA ROSA DE HUAMBA - AYABACA	Comercialización de productos agropecuarios	7	12	19	ADALBERTO ABAD GONZA	974507956
5	NOGAL	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y SERVICIOS EL NOGAL DE CUJACA	Elaboración de Abonos Orgánicos, Insecticidas, Fungicidas orgánicos	15	15	30	JOSE DANFER ABAD JIMENEZ	928333042
6	PARAGUERO	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES NUEVO HORIZONTE DE CUJACA	Comercialización de productos agropecuarios	5	7	12	MANUEL RIVERA CHUQUIHUANG A	962597728
7	LAS PIRCAS	ASOC. DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS PIRCAS	Comercialización de productos agropecuarios	3	3	6	ELIO JESUS CHAMBA CAMPOVERDE	968733292
8	CHANTA GRANDA	ASOCIACION DE EMPRENDEDORES AYABAQUINOS	Jamón Ayabaquino	13	4	17	MARIA MAGDALENA ABAD RIVERA	927422821

9	FREJOLITO	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS LOS LIDERES DE FREJOLITO	Comercialización de productos agropecuarios	2	5	7	ARCESIO JIMENEZ RIVERA	942300909
10	TONDOPA	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS VALLE DEL QUIROZ	Comercialización de productos agropecuarios	1	6	7	EDIN PINTADO TACURE	
11	AYABACA	ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS CABAÑA CAÑA DON EMI	Comercialización de productos agropecuarios	1	2	3		
12	YANCHALA	ASOCIACION DE MADRES ARTESANAS DE YANCHALA AYPATE	Elaboración de tejidos telar de cintura	10	0	10	FEDIMA CHINCHAY DE ROBLEDO	950467766
13	COMUNIDAD DE CUJACA-RODEOPAMPA	ASOCIACION CULTURAL YAKTANCHI- RAYKU	Turismo	12	4	16	MARIA EUSEBIA RIVERA CHUQUIHUANG A	962934016
14	RODEOPAMPA	ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS MANOS UNIDAS DE CUJACA	Elaboración de tejidos telar de cintura	17	0	17		

Fuente: Diagnóstico Estudio de línea de base Consultoría.

Elaboración: propia.

b) Emprendimientos Identificados en el distrito de Montero.

En el distrito de Montero, de las reuniones con el Alcalde y con la Jefa de la Oficina de Desarrollo Económico Local – ODEL y la Jefa de Desarrollo Social, se ha logrado identificar a sesenta (60) emprendimientos, la mayoría de ellos liderados y conformados por varones, otros liderados por varones pero que incluyen a mujeres en su organización, como es el caso de las cooperativas agrarias, y, otras organizaciones, lideradas y conformadas especialmente por mujeres, como es el caso de las cinco (05) organizaciones de mujeres tejedoras, una organización de mujeres productoras de chifles y una organización de mujeres que transforman el café.

En el caso de las organizaciones de tejedoras, son las que mayor experiencia y vida organizacional presentan, incluso algunas organizadas y con procesos de capacitación y equipamiento, que, aunque pequeños, llevan la delantera en cuanto a trabajo organizado y comercialización se refiere, incluso reciben el apoyo de la municipalidad distrital con un local en el palacio municipal, en el cual exhiben y venden sus productos a la población y los pocos turistas que llegan a la zona. En cuanto al equipamiento de estas organizaciones, cuentan con maquinaria de tejidos, pero es insuficiente para las necesidades que las propias mujeres reconocen, en vista de las exigencias del mercado.

Cuadro 23. Emprendimientos del distrito de Montero.

Nº	LUGAR	NOMBRE DE ASOCIACION	EMPREDIMIENTO	INTEGRANTES			PRESIDENTA	CELULAR
				Mujeres	Hombres	Total		
1	NARANJO DE CHONTA	ASOCIACIÓN DE MUJERES UNIDAS DE COMUNIDAD DE CHONTA	CONFECCIÓN DE PRENDAS/ACCESORIOS CON TELAR DE CINTURA	15	0	15	HIPOLITA LAURA ALBERCA DE GUERRERO	982529869
2	MONTERO	ASOCIACION DE MUJERES TEJEDORAS "VITALINA NUÑEZ"	CONFECCIÓN DE PRENDAS/ACCESORIOS CON TELAR DE CINTURA	25	0	25	MELVA MOROCHO LIVIA	910790106
3	MONTERO	AOCIACION DE MUJERES "MARIA ZIMMERMAN"	CONFECCIÓN DE PRENDAS/ACCESORIOS CON TELAR DE CINTURA	16	0	16	AUSTRAGILDA ZAVALA CASTILLO	938524761
4	CHONTA	ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS EL CUCHAIN CHONTA	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAFE	15	0	15	ESTHER NONAJULCA CRUZ	932306249
5	CHONTA	ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTORAS DE HARINAS Y GRANOS NATIVOS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE CHONTA	PRODUCCION DE HARINA, CHIFLES	14	0	14	ESTHER MEZA CUNGUIA	962816427

Fuente: Diagnóstico Estudio de línea de base Consultoría.

Elaboración: propia.

c) Emprendimientos Identificados en el distrito de Pacaipampa.

Según la data obtenida de la Municipalidad Distrital de Pacaipampa, existen cuatro organizaciones de mujeres, las cuales están formalizadas y con alguna que otra actividad en su rubro, fundamentalmente en tejidos artesanales.

Entre las características resaltantes de estas organizaciones, se puede mencionar que su desarrollo es incipiente, debido principalmente al escaso desarrollo de sus capacidades y habilidades de manejo financiero, de comercialización, esto último especialmente en el diseño de sus tejidos y en los canales para comercializar sus prendas, haciéndolo básicamente de manera personal y aprovechando algunas ferias locales o de pueblos vecinos.

Cuadro 24. Emprendimientos del distrito de Pacaipampa.

Nº	LUGAR	NOMBRE DE ASOCIACION	EMPREDIMIENTO	INTEGRANTES			PRESIDENTA	CELULAR
				Mujeres	Hombres	Total		
1	TOJAS	GRUPO DE MUJERES "TEJEDORAS DE FE Y ESPERANZA"	CONFECCIÓN DE PRENDAS, TEJIDOS	10	0	10	SANTOS RIOS GARCIA	913597760
2	SAUCE DE VILCAS	GRUPO DE MUJERES "EL SAUCE DE VILCAS"	CONFECCIÓN DE PRENDAS, TEJIDOS	7	0	7	LUZ NELLY GARCIA CORDOVA	913403136

3	SAN LAZARO	GRUPO DE MUJERES "SAN LAZARO"	CONFECCION DE TEJIDOS	14	0	14	ERICKA SAAVEDRA CORTES	987865758
4	PACAIPAMPA	En proceso de formalización "ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS TRABAJANDO POR EL CAMBIO DE PACAIPAMPA"	CONFECCION DE TEJIDOS A CROCHET, CAIGUIA, A PANILLA, LABRADO BORDADO	80	0	80	DANNY YESENIA HERRERA CARHUAPOMA	983818508

Fuente: Diagnóstico Estudio de línea de base Consultoría.

Elaboración: propia.

d) Emprendimientos identificados en el distrito de Frías:

En el distrito de Frías, de acuerdo a la coordinación realizada con la Municipalidad Distrital de Frías, especialmente con las áreas de desarrollo económico local, la oficina de turismo y cooperación internacional y el área de desarrollo social, se cuenta con varias organizaciones y emprendimientos, sin embargo, se ha podido determinar que solamente tres de ellas tiene una asociación conformada y con vida orgánica, estando una de ellas dedicada exclusivamente a los tejidos en telar de cintura, una dedicada a tejidos de telar de cintura y gastronomía y una dedicada a la comercialización de productos agropecuarios, principalmente de verduras, hortalizas y productos de pan llevar.

La situación de estas organizaciones es similar a otras de los demás distritos, primando la falta de capacitación en diversos temas, tales como habilidades financieras, capacidades técnicas para el diseño y mejora de sus productos y los bajos niveles de conocimiento para la comercialización de sus productos.

Cuadro 25. Emprendimientos del distrito de Frías.

Nº	LUGAR	NOMBRE DE ASOCIACION	EMPREDIMIENTO	INTEGRANTES			PRESIDENTA	CELULAR
				Mujeres	Hombres	Total		
1	FRIAS	ASOCIACION DISTRITAL DE MUJERES DE FRIAS - ADIMUF	SERVICIO DE CONFECCION DE PRENDAS TEXTILES Y GASTRONOMIA	23	0	23	Rosario del Pilar Paz López	942382132
2	FRIAS-AAHH 28 DE JULIO	ASOCIACION DIOSA DE FRIAS	SERVICIO TEXTIL Y PREPARACION DE PLATOS TIPICOS	14	0	14	Mereyda Zurita López	968305518
3	CHAYE CHICO	ASOCIACION DE MUJERES PRODUCTORAS RURALES DEL DISTRITO DE FRIAS -AMPRORUF	SERVICIO DE DERIVADOS LACTEOS, CHIFLES, CONSERVAS Y PRODUCTOS AGRICOLAS.	15	0	15	Zulema Zurita López	970226406

Fuente: Diagnóstico Estudio de línea de base Consultoría.

Elaboración: propia.

e) Emprendimientos identificados en el distrito de Lagunas.

En el distrito de Lagunas, de acuerdo a lo coordinado con el área de desarrollo económico local de la Municipalidad Distrital de Lagunas, se ha podido identificar varios emprendimientos, algunos de ellos relacionados a la producción y comercialización de productos agropecuarios, tales como crianza de ovinos, productos de pan llevar, crianza de gallinas, productores de panela, etc.; otros en función del trabajo de carpintería, tanto metálica como de madera y otros en relación a productos de panadería y gastronomía.

La característica fundamental de estos emprendimientos es el bajo nivel de producción y de comercialización existentes, lo que conlleva a su bajo nivel de desarrollo y la poca o baja incidencia en la economía de las familias.

Un tema particular merecedor de resaltar es que la Municipalidad Distrital de Lagunas ha programado ejecutar un proyecto de apoyo a los emprendimientos de mujeres para el año 2024.

Cuadro 26. Emprendimientos del distrito de Lagunas.

Nº	LUGAR	NOMBRE DE ASOCIACION	EMPRENDIMIENTO	INTEGRANTES			PRESIDENTA	CELULAR
				Mujeres	Hombres	Total		
1	CASERIO LUCUMO	"ASOCIACION DE PRODUCTORAS AGROPECUARIAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE LUCUMO"	CRianza, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE OVINOS DE LANA Y CARNE	19	0	19	BEATRIZ PAZ PINTADO	992378670
2	CASERIO ARRENDAMIENTOS	"ASOCIACION DE PRODUCTORAS AGROPECUARIAS MUJERES EMPRENDEDORAS DULZURA DE LA MESETA ANDINA"	CRianza, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MIEL DE MEJICO (Agave americana)	10	0	10	MAGALY TACURE CORDOVA	997659511
3	CASERIO ARRAYAN	"ASOCIACION DE PRODUCTORAS AGROPECUARIAS MUJERES EMPRENDEDORAS DEL SOL DIVINO"	CRianza, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUYES	24	0	24	SABINA DOMADOR AGUILAR	963057719
4	LAGUNAS	"ASOCIACION DE MUJERES TEJEDORAS CARDARYS"	CONFECION TEJIDOS EN TELAR A MANO	32	0	32	PORFILIA MONDRAGON ALVA	951364793
5	CASERIO LUCUMO	"ASOCIACION DE PRODUCTORAS AGROPECUARIAS MUJERES EL BOSQUE DE LUCUMO"	CRianza, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CERDOS	65	0	0	ALICIA PINTADO BERRU	941518372

Fuente: Diagnóstico Estudio de línea de base Consultoría.

Elaboración: propia.

6.2 Análisis FODA por distrito.

Como parte de la metodología empleada para el presente estudio, se realizaron talleres empleando el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y

amenazas), con la participación de las mujeres emprendedoras de los distritos seleccionados.

Para enriquecer ese análisis se realizaron grupos de trabajo en cada taller que luego se debatió con todas las participantes para redondear el resultado por localidad. En cada sesión se trabajó en la matriz FODA con la participación de las mujeres y facilitación de la sesión.

A continuación, se presentan los resultados de los análisis FODA mediante matrices o cuadros, por cada uno de los distritos.

a) Análisis FODA distrito Ayabaca.

Cuadro 27: Resultados del análisis FODA con mujeres del distrito de Ayabaca.

MATRIZ FODA AYABACA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<i>POSITIVAS INTERNAS</i>	<i>POSITIVAS EXTERNAS</i>	<i>NEGATIVAS INTERNAS</i>	<i>NEGATIVAS EXTERNAS</i>
La asociación está en registros públicos	Proyectos de ONG (Financiamiento para emprendimientos)	Carecemos de máquinas para acabados	Bajo precio de los productos
Registro Nacional del Artesano como asociación	Apoyo de instituciones públicas y privadas	No cuentan con remalladora	Competencia de las fábricas por menores precios
Registro Nacional del Artesano de cada mujer	AGROIDEAS (Fondos concursables)	Poca experiencia en diseño	Pandemia que redujo el flujo de turistas
Cuentan con RUC	El PROCOMPITE de la Municipalidad Provincial de Ayabaca	No sabemos manejar maquinas	Lluvias intensas
Buena ubicación cerca de AYPATE	Ferias regionales	Productos no tienen un mercado constante	Aislamiento por derrumbes se encarecen los productos
Zona turística	Algunas instituciones pueden ofrecer pasantías	Catálogo virtual está de baja	Encarecimiento de materia prima e insumos: lana, algodón, etc.
Mujeres responsables	Capacitaciones para diseño de instituciones como MINCETUR	Pocos recursos para participar en capacitaciones y ferias	Mala situación económica
Les gusta tejer	Mercado cercano de Ecuador	Falta capacitación para acabados, diseños, etc.	Situación inestable del país
Tienen experiencia en tejidos	El PROCOMPITE de la Región Piura	No cuentan con marca de la asociación	No les entregan constancias de posesión para postular a fondos como el de AGROIDEAS
Cuentan con materiales de la zona para los teñidos: nogal, aliso, eucalipto, faique colorado, naranjo agrio, plátano, tabaco, zambumba, alumbre de tierra, etc.		No se cuenta con local propio	Las mujeres se desaniman y abandonan la organización

Productos hechos a mano		Carencia de equipos (ahumador, vitrinas, cortadoras, balanzas, etc.)	Encarecimiento del insumo (chancho)
Son mujeres unidas		Miedo a invertir	
Buena disponibilidad para trabajar		No producen sus propios chanchos	
El trabajo es ya conocido		Compran las piernas de chancho	
Tienen organizado el trabajo		No tienen registro sanitario	
Tienen experiencia en el rubro			

Fuente: Talleres FODA con mujeres emprendedoras 2023.

Elaboración: propia.

b) Análisis FODA distrito Montero.

Cuadro 28: Resultados del análisis FODA con mujeres del distrito de Montero.

MATRIZ FODA MONTERO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POSITIVAS INTERNAS	POSITIVAS EXTERNAS	NEGATIVAS INTERNAS	NEGATIVAS EXTERNAS
Elaboramos un producto de calidad; limpio, con buen acabado, buen matizado de los colores y buenos diseños	Existe un mercado Regional y nacional para la venta de nuestros productos	En una época las socias dejaron de tejer y teníamos poca producción	Productos sintéticos que vienen de afuera, compiten con nuestro emprendimiento ya que son más baratos y vienen en mayor volumen
Gobierno local apoya en nuestro emprendimiento, contamos con un ambiente en la municipalidad para venta y exposición de nuestros productos	Ofertar nuestros productos a través del internet y redes sociales	Deficiente capital para compra de materia prima para elaboración de prendas	Interrupción de las vías de acceso por lluvias intensas genera falta de insumos impide la producción de nuestras prendas
Nuestros productos hechos a mano permiten un valor agregado en la venta a los turistas	Esporádicamente existen Turistas extranjeros que compran nuestros productos	Perdida de interés de producir de algunas socias, debido a que la materia prima industrial ha subido de precio	Tejedoras de otros distritos se copian de nuestros modelos lo que genera competencia en la venta de nuestros productos
Trabajamos con materia prima orgánica (algodón) FRASE: "Productos orgánicos hechas a mano por mujeres de Montero"		No se cuentan con máquinas y equipos para el adecuado acabado de las prendas	
Existen interés por la nueva generación de tejedoras por integrarse a la		Deficiente comunicación de las socias genera ausentismo en la organización	

organización (Hijas y familiares de las pioneras)			
		Deficiente manejo de las redes sociales	
		No todas las socias participan en las capacitaciones para mejorar la producción.	

Fuente: Talleres FODA con mujeres emprendedoras 2023.

Elaboración: propia.

c) Análisis FODA distrito Pacaipampa.

Cuadro 29: Resultados del análisis FODA con mujeres del distrito de Pacaipampa.

MATRIZ FODA PACAIPAMPA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POSITIVAS INTERNAS	POSITIVAS EXTERNAS	NEGATIVAS INTERNAS	NEGATIVAS EXTERNAS
Existe compañerismo entre socias, se ayudan entre ellas	Eventualmente aparecen Proyectos del Gobierno Regional y Gobierno Local de apoyo a los emprendimientos que tienen que ser aprovechados por nuestra asociación	No valoramos adecuadamente nuestros emprendimientos	Aumento de costos de materiales e insumos para la elaboración de nuestros productos
Algunas socias son creativas en el diseño de su emprendimiento	Internet para difundir nuestros emprendimientos	Falta de optimismo de algunas socias	Escasa o mínima presencia de instituciones públicas y privadas de apoyo a los emprendimientos de mujeres
Entre mujeres se tienen mayor confianza	Redes Sociales para promocionar los productos	No tenemos máquinas que permitan producir más y de calidad	Presencia de pandemia inactiva la actividad económica de nuestro emprendimiento
Enseñanza mutua para elaborar sus productos		Falta de recursos económicos para capital de trabajo	Aislamiento por lluvias intensas, impide el desarrollo de nuestros emprendimientos
Buena comunicación entre integrantes de la organización		Deficiente nivel de asociatividad del grupo	
Comparten ideas y se animan a salir adelante entre ellas		Algunas socias no asistentes a reuniones	
Algunas organizaciones están registradas en RNA (Registro Nacional de Artesanas)		Algunas socias no aplican el compañerismo	

Con la venta de sus productos contribuyen en la economía y al sostén de la familia		La organización no está en Registros Públicos	
Casi todos los productos son hechos a mano lo que es valorado por los compradores y turistas		Organización no cuenta con RUC	
Hacen uso de materiales no sintéticos			

Fuente: Talleres FODA con mujeres emprendedoras 2023.

Elaboración: propia.

d) Análisis FODA distrito Frías.

Cuadro 30: Resultados del análisis FODA con mujeres del distrito de Frías.

MATRIZ FODA FRIAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POSITIVAS INTERNAS	POSITIVAS EXTERNAS	NEGATIVAS INTERNAS	NEGATIVAS EXTERNAS
Socias interesadas en mejorar nuestra organización y nuestro emprendimiento	Existen instituciones externas que nos pueden capacitar en mejorar la producción y comercialización de nuestros productos	Divisionismo de algunas socias	Instituciones Públicas no apoyan los emprendimientos locales
Socias demuestran honradez en la producción y venta de sus prendas	Intervención en el distrito de ONGs y otras organizaciones públicas y privadas en apoyo a la producción	Desconocimiento en el tema marketing, poca promoción de los productos elaborados	Instituciones públicas no aplican equidad de género para apoyar emprendimientos de mujeres
Mujeres socias son amables para atender al público interesado en su emprendimiento	Participación en ferias y eventos de promoción de la producción de nuestro emprendimiento	Poca participación de algunas socias	Apoyo de emprendimientos se realiza considerando el tema político
Perseverancia, constancia en mantener el negocio	Presencia de turistas para promocionar y vender nuestros productos	Dejades para actualizar y legalizar su organización	Lluvias intensas, generan problemas en exceso de las vías que impiden el comercio de los productos del emprendimiento
Socias valoramos que tenemos una fuente de trabajo a través de nuestro emprendimiento	Lograr tener una marca de la nuestro como organización a través del emprendimiento	Deficiente capital de trabajo	Presencia de Sequias generan poca comercialización de los productos elaborados
Mayoría de socias tienen adecuado conocimiento del emprendimiento		Limitada capacidad para obtener materia prima industrial de calidad que	Competencia del mercado con productos Industriales elaborados a mayor escala

		permita mejorar el producto	comparados con los productos elaborados artesanalmente
Contamos con materia prima que se obtiene en la zona (Asoc. de Mujeres Líderes de la Meseta Andina: lana de alpaca, lana de ovinos)			

Fuente: Talleres FODA con mujeres emprendedoras 2023.
Elaboración: propia.

e) Análisis FODA distrito Lagunas:

Cuadro 31: Resultados del análisis FODA con mujeres del distrito de Lagunas.

MATRIZ FODA LAGUNAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<i>POSITIVAS INTERNAS</i>	<i>POSITIVAS EXTERNAS</i>	<i>NEGATIVAS INTERNAS</i>	<i>NEGATIVAS EXTERNAS</i>
Tradición en tejidos con técnicas ancestrales (cungalpo, cahulla) y uso de tinte naturales	Incursionar en el mercado local y regional	La pandemia debilito a la organización y no es vigente la junta directiva	Incremento en los precios de la materia prima
Los tejidos son reconocidos por los compradores por su buen acabado	Aliarse con otros emprendimientos de tejedoras de la región	No se cuenta con un plan de marketing	Los tejidos industriales
Diversidad de tejidos, desde piezas grandes como ponchos, cubre camas, jergas y textilera decorativa, suvenires	Acceder a apoyos de parte de instituciones de cooperación	No aprovechan las redes sociales para promocionar sus productos	Pérdida de identidad cultural de la juventud migrante
En diferentes concursos han ganado premios al mejor tejido y presentación	Participar en ferias locales y regionales	Desconocimiento de las demandas del mercado regional y las tendencias del mercado	Producción local empírica
Cuentas con algunas máquinas tejedoras y remalladoras	Nicho de mercado que admiran y demanda tejidos autóctonos que refleja la cultura de un territorio	Perdida de espacios de promoción regional (ferias) porque no se enteran o no las invitan.	Lluvias intensas malogran las vías de acceso
Han tenido experiencias de articulación con el mercado regional	Convertirse en una referencia de producción en la región Piura	Poca capacitación en nuevos diseños textiles	Familias (algunas) que producen miel de agave sin el debido control de calidad generan una mala imagen a la miel
Socias siempre dispuestas a viajar para participar en eventos comerciales	Existe alta demanda en el mercado local y regional	Maquinaria deteriorada, por falta de reparación y de mantenimiento	Familias que producen miel de agave baratea el precio

La asociación agrupa a mujeres tejedoras de los caseríos	Fuentes de cooperación podrían invertir para mejorar la producción y el proceso	Local no reúne las condiciones para promoción de prendas textiles	
La asociación está formalmente inscrita en registros públicos	Ofrecer un producto de buena calidad y a precios competitivos en el mercado regional y nacional	No se cuenta con una marca colectiva	
La asociación cuenta con un local cerca de la plaza de la paz	Pueden participar en ferias regionales e internacional	No se cuenta con registro sanitario	
Cuentan con local propio con divisiones de zona de producción, almacén y baños		No están formalizadas, no se cuenta con RUC, registro público	
La línea de producción es una cocina mejorada que aprovecha mejor la energía y consume poca leña		La miel se envasa en envases reciclados de bebidas gaseosa, agua, sporade	
Se cuenta con todos los equipos- y materiales (pailas) para la producción de miel de buena calidad		No se tiene publicidad para ser conocidos en el mercado regional	
El caserío de San Antonio y Cruz Huacas cerca de Lagunas capital del distrito		No se cuenta con aliados comerciales en otras zonas de la costa	
Las emprendedoras han sembrado agave y lo cultivan (2 has)		Aun es necesario mejorar el local de producción para poder gestionar el certificado sanitario	
Es un producto de buena calidad		La línea de producción está deteriorada, no quedo bien desde la construcción	
Las socias son muy activas		El caserío de Arrendamientos está lejos de la capital del distrito	
La miel de agave tiene muchas propiedades nutricionales y de salud		No cuentan con un plan de marketing	
Se ha logrado estandarizar el proceso de producción.			
Las emprendedoras han sembrado agave y lo cultivan (6 has)			

La Asociación esta formalizada inscrita en registros públicos y cuenta con RUC			
--	--	--	--

Fuente: Talleres FODA con mujeres emprendedoras 2023.

Elaboración: propia.

6.3 Consolidado de la matriz FODA

Luego de realizados los talleres con las mujeres emprendedoras, se realizó una compilación de las ideas principales vertidas en los talleres por las participantes, luego de lo cual se fusionaron las ideas similares, tratando de que no pierdan el sentido ni la expresión original de los aportes de las mujeres de los cinco distritos, logrando obtener una serie de ideas los cuales se agruparon en función de los componentes establecidos para el estudio como son asociatividad (organizacional), productivo y comercial.

A continuación, se presentan las ideas resultantes de los talleres con grupos focales de mujeres emprendedoras de los cinco distritos intervenidos.

Cuadro 32. Consolidado de la matriz FODA de los talleres con mujeres emprendedoras de los distritos de intervención.

N°	COMPONENTE	RESULTADO IDEAS FUERZA
1	ASOCIATIVO	Algunos emprendimientos se están formalizando.
		Algunas mujeres se han retirado de la organización.
		Hay organizaciones inscritas en Registros Públicos, Registro Nacional de Artesanos.
		Las asociaciones tienen ganas de mejorar, algunas se están reactivando.
		No es suficiente la formalización, hay que fortalecer las organizaciones de mujeres, liderazgo y promover la participación de jóvenes.
		Los gobiernos locales apoyan para formalizar las asociaciones.
		Hay temor en formalizarse por los programas sociales presentes en la provincia.
		Se puede hacer una alianza entre todas las tejedoras, se puede hacer una red de asociaciones de artesanas.
		No hay un modelo empresarial, solo líderes que gestionan el negocio.
		El Gobierno Regional puede ayudar en la sostenibilidad de emprendimientos lideradas por mujeres a través de PROCOMPITE.
		Predisposición de la Municipalidad Provincial de Ayabaca, y Municipalidades Distritales por apoyar a grupos de mujeres
Antes los varones no querían que las mujeres participen, ahora sí. Sin embargo, la brecha de violencia de género aun es preocupante.		
2	PRODUCTIVO	Hay muchos emprendimientos pequeños, pero con potencial productivo.
		Hay emprendimientos muy productivos, pero son individuales o son de 3 a 6 personas.
		Los emprendimientos de tejidos se han debilitado, sobre todo después de la pandemia.

		Se ha incrementado el costo de materiales en la zona, han subido los insumos.
		La actividad de tejido es muy versátil, se pueden hacer diversos productos.
		La miel de agave es un potencial principalmente en el distrito de Lagunas.
		Es necesario mejorar el acabado de los productos, obtener registros productivos y sanitarios.
		Es clara la falta de capacitación productiva y empresarial a mujeres.
		La capacitación en temas ambientales es muy limitada, bajo conocimiento en segregación de residuos sólidos.
		Es limitado el acceso a servicios o capacitación en diseños para mejorar el emprendimiento de tejidos.
		Los pocos equipos que tienen algunas organizaciones ya se encuentran obsoletos.
		El acceso a las localidades es difícil, carecen de vías de acceso, hay quebradas peligrosas.
		Es limitado el acceso a agua potable para los procesos de transformación.
		Existen fuentes de financiamiento para planes de negocio, PROCOMPITE, AGROIDEAS, pero son muy limitados.
		Es limitado el acceso a financiamiento para insumos y/o capital de trabajo.
	COMERCIAL	La provincia cuenta con un capital turístico potencial y conocido a nivel regional y nacional.
		Existen nichos de mercado que admiran y demanda tejidos autóctonos que refleja la cultura de un territorio.
		Existe una creciente demanda por productos saludables.
		Pese a las oportunidades de mercado no se ha establecido un flujo constante de demanda y oferta.
		Algunas organizaciones de tejido cuentan con pequeños mercados establecidos, cuentan con pedidos y elaboran productos para la venta local y regional.
		Existen algunos canales de comercialización como ferias locales, regionales y en centros comerciales en Piura.
		Las ventas se realizan por unidad y pocas veces por cantidad, lo que genera un flujo lento de comercialización.
		Algunas organizaciones tienen experiencias pasadas de ventas por internet, pero actualmente no cuentan con el soporte necesario.
		La señal de internet es limitada y de baja calidad.
		Las ventas aún están recuperándose después de la pandemia fue muy difícil continuar.
		Se deben buscar nuevos mercados en base a las corrientes actuales de salud, economía circular, valorización cultural, entre otras.
		Los productos no cuentan con una marca de impacto o representativa.
		Las mujeres no cuentan con planes de mercadeo o promoción que les permita llegar a nuevos segmentos de mercado. El acceso a capacitación o información de mercados es muy limitado.

*Fuente: Taller Focus Group con mujeres emprendedoras 2023.
Elaboración: propia.*

6.4 Análisis de resultados generales de los talleres por componentes del proyecto.

De acuerdo con lo programado, se ha realizado talleres con las mujeres emprendedoras, la mayoría de ellas pertenecientes a organizaciones de los cinco distritos de intervención, tanto en lo concerniente al análisis FODA como en los talleres de grupos focales, habiendo logrado una buena interrelación y comunicación para el recojo de esta información primaria.

Posteriormente ya en el proceso de realización del diagnóstico prospectivo, se cruzaron los resultados obtenidos tanto en el análisis FODA como en los talleres de grupos focales o Focus Group, agrupando dichos resultados ya conjugados, por cada uno de los tres componentes planteados, como son asociatividad (organizacional), productivo y comercial.

A continuación, se presentan los resultados globales de ambas metodologías, por cada uno de los componentes, desde una mirada integral que abarca los cinco distritos de intervención.

i) Componente Asociativo

En el análisis organizacional, se identifica como una gran fortaleza a las propias mujeres, quienes son perseverantes, comunicativas, buenas compañeras, de confianza, que son unidas y con disposición para el trabajo. Las socias de una organización mencionan que conocen y tienen experiencia en cuanto al emprendimiento, incluso algunas en el nivel regional cuentan con experiencias de incidencia.

Por otra parte, algunas organizaciones están formalizadas y cuentan con local propio y/o con máquinas y equipos, pero que en muchos casos están deteriorados o tienen que ser renovados. Además, también reconocen que algunas socias han perdido el optimismo y ya no participan de la organización, probablemente debido al lento flujo del negocio lo que desanima a las mujeres entorno a un negocio, sumado a una mala comunicación o manejo de herramientas de planificación o administración del grupo.

También identifican como debilidad la falta de formalización y/o la actualización de la junta directiva, este aspecto requiere de una inversión que las familias no visibilizan como necesaria al tener ventas por piezas y no por mayor.

Como oportunidades, tienen mucha esperanza de que se implementen proyectos que las apoyen, incluyendo fondos concursables y apoyo de ONG. Este aspecto se entiende debido al limitado acceso a líneas de crédito para mujeres, por desconocimiento de la existencia de líneas de crédito especializadas o por los requisitos que se solicitan y las excluyen, como en el caso de entrega de las constancias de posesión, ya que se otorgan a quienes son dueños de las tierras, los hombres, y la mayoría de los emprendimientos o mujeres no cuentan con terrenos.

Es importante mencionar que en algunos grupos las mismas mujeres identificaron la necesidad de organizarse o aliarse con otros grupos de mujeres en la línea de tejido, es cierto que este aspecto puede ayudar en los temas de incidencia, pero sería necesario un modelo empresarial que de soporte a las organizaciones de mujeres en este y otros rubros.

Un sentimiento común de las mujeres es sentirse desprotegidas de las instituciones locales y regionales ya que los apoyos, como ellas indican, son muy limitados. Pese a ello, encontramos Municipalidades como la de Lagunas que cuenta con propuestas para apoyar a las mujeres de su distrito, este aspecto debe considerarse al momento de formular las estrategias del proyecto.

Algunos grupos de mujeres identifican al gobierno regional y al gobierno local como aliados estratégicos potenciales para su organización, sin embargo, no cuentan con herramientas de incidencia que logren gestionar o canalizar los recursos, limitándolas a la predisposición del gobierno de turno.

En el aspecto de género, las mujeres identificaron un cambio positivo en las relaciones con los varones a diferencia de años pasados, pues hay mayor predisposición de los hombres y los conflictos entre varones y mujeres se han reducido, para la participación de ellas en sus organizaciones. Sin embargo, aun las brechas de violencia de género en la provincia son presentes.

Respecto a la participación de mujeres jóvenes, vemos que es bajo con respecto a las que actualmente participan, pese a ello los grupos organizados manifiestan que buscan o promueven la participación de niñas, enseñándoles a tejer, sin embargo, es muy limitado el proceso.

ii) Componente Productivo.

Los emprendimientos que desarrollan las mujeres cuentan con ventajas comparativas entre las cuales se encuentran el uso de productos e insumos locales, algunos producidos por ellas mismas y otros recogidos de manera natural en sus comunidades, muchos de los cuales tienen características de productos orgánicos, especialmente en lo referido a tejidos, elaboración de miel de agave y producción de harinas. Sin embargo, las ventajas competitivas aun cuentan con limitaciones.

Un riesgo importante que consideran las mujeres es la subida de precios de los insumos y la inestabilidad económica del país. Incluimos que las vías de acceso hacia las localidades fuera de las capitales de distrito o capital provincial es muy limitada y que se cortan en periodos de lluvia intensos. El periodo de pandemia ha disminuido significativamente la actividad productiva, ya que la demanda de productos bajo y por la limitada disponibilidad de insumos.

Por otra parte, las mujeres mantienen en alto nivel su consideración respecto a sus productos, dadas sus características, tal como hecho a mano, representa su cultura, productos sanos. Sin embargo, podemos comentar que comercialmente no han puesto en valor dicha valorización, los productos aun cuentan con baja calidad en los acabados y presentación, identificando que no se implementan controles de calidad a los productos.

Sin embargo, también reconocen sus debilidades como la falta de maquinarias y equipos más modernos, el deficiente manejo y uso de redes sociales y del internet. Si bien es cierto que son productos artesanales, requieren de maquinarias que permitan realizar producciones masivas que optimicen costos de producción y estandarización.

Los grupos de mujeres ven como amenazas el alto costo de insumos y la competencia de los productos industriales. Este aspecto nos ayuda a identificar que si bien son conscientes del valor de los productos artesanales o sanos se comparan con un mercado masivo, lo cual no ayuda a que identifiquen e implementen mejoras productivas según el mercado. También manifiestan que sienten como competencia de productos provenientes de otros grupos de mujeres, para lo cual es necesario generar productos con diferenciación y/o generación de alianzas empresariales con esos otros grupos de mujeres.

Con respecto a la disponibilidad de insumos y su elevado costo, definitivamente es necesario estandarizar procesos productivos e identificar proveedores de insumos para compras masivas que permitan abaratar costos. Las mismas mujeres identifican claramente de que hay buenas posibilidades de mejorar los emprendimientos, mediante fortalecimiento de las capacidades de las emprendedoras, poniendo énfasis en la implementación de equipos mejorados para optimizar la línea de producción y también el producto final.

Específicamente en la producción de miel de agave las mujeres manifiestan que han instalado áreas de cultivos de agave, justamente para tener disponibilidad del insumo y tener una mayor producción.

La miel de agave es un producto potencial principalmente en el distrito de Lagunas, mientras que la artesanía en tejidos es una actividad masiva que se desarrolla en los cinco distritos. Existen otros emprendimientos liderados por mujeres, pero son de pequeña escala como la elaboración de harinas, acopio de café, elaboración de jamón, venta de bocadillos, entre otros.

En líneas generales, las mujeres de las organizaciones reconocen que existen muchos emprendimientos locales, pero que son pequeños en su capacidad instalada, carentes de recursos, con limitado acceso a capacitación productiva y recursos financieros.

Considerando lo concerniente a la gestión de riesgos de desastres y la gestión ambiental, las mujeres reconocen que existen peligros ante los que están expuestas, no solamente sus emprendimientos, sino también sus familias. Ante ello, manifiestan que en sus comunidades existe un cierto nivel de organización, realizando faenas comunales y limpieza de canales de riego, cunetas y protección, fundamentalmente para asegurar el tránsito en los caminos y reducir el riesgo de inundaciones de sus unidades productivas; por otra parte, reconocen a la municipalidad y a Defensa Civil como soporte en casos de emergencias y para el desarrollo de acciones de capacitación a sus organizaciones, identificando la promoción de acciones de segregación de residuos sólidos con apoyo de la municipalidad.

iii) Componente Comercial.

En el componente comercial, se aprecia una valoración de las mujeres respecto del aporte de las ventas de su emprendimiento a la economía de sus hogares y que es una fuente de trabajo para ellas. Asimismo, se identifica la poca capacidad de inversión o de capital para invertir en el emprendimiento, especialmente en el aspecto comercial.

Vislumbran la existencia de diferentes tipos de mercado y las posibilidades de venta, incluso en articulación con los temas culturales y turísticos, así como nichos de mercados “especiales” que buscan los productos que ellas elaboran, especialmente en tejidos, para lo cual, mencionan que haría falta la elaboración de un plan de marketing que les ayude a mejorar la comercialización.

Por otra parte, reconocen las posibilidades que ofrece el uso de internet y las redes sociales, sin embargo, son conscientes de que no tienen manejo de estas herramientas, requiriendo capacitación en este tema, a esto se suma la baja calidad del internet en los territorios rurales. Con la pandemia se ha desarrollado el uso de redes sociales y aplicativos para ventas, sin embargo, para las mujeres aún sigue siendo difícil aprovechar este mecanismo para las ventas.

Las tejedoras reconocen en su mayoría que su emprendimiento ha decaído, probablemente por la falta de nuevos diseños, identificación de nuevos canales de comercialización, uso de herramientas de internet para la venta, y la limitada promoción.

Las mujeres identifican en las ferias locales y regionales un espacio importante de comercialización, las festividades en los distritos y la provincia son una plaza importante, sin embargo, estos espacios limitan el crecimiento de las ventas y por consecuencia del emprendimiento.

En el tema comercial manifiestan que es una debilidad no contar con un local propio o punto de venta en lugares claves como Piura, no se ha identificado una marca de producto o colectiva que ayude a identificar a las artesanas y a las productoras de miel de agave.

Las ventas se realizan por unidad principalmente en ferias o en pedidos cortos y pocas veces por cantidad o al por mayor, lo que genera un flujo lento de comercialización. Algunas organizaciones tienen experiencias pasadas de ventas por internet, pero actualmente no cuentan con el soporte necesario. Al respecto, se cree necesario poder generar un soporte técnico comercial que permita la identificación, apertura y sostenibilidad de nuevos mercados que permitan incremento de ventas.

6.5 Análisis para la priorización de emprendimientos.

Mediante las visitas a los 5 distritos, se hizo un análisis del estado actual y promisorio de los emprendimientos rurales liderados por mujeres, para ello la matriz de valorización del emprendimiento compuesta por: eje cadena, eje competitividad, eje apoyo de inversión. Esta herramienta nos permite determinar el nivel del emprendimiento, considerando principalmente aspectos productivos, de mercado y cobertura de participación de mujeres.

Cuadro 33. Matriz de priorización de emprendimientos de tejido de los distritos de intervención.

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTO					
TEJIDOS					
EJE 01: CADENA					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Mercado	0.30	5			1.50
Rentabilidad	0.20		3		0.60
Capacidad de diferenciarse	0.15	5			0.75
Nivel de producción	0.15		3		0.45
Se puede expandir	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	10.00	9.00	0.00	3.90
EJE 02: COMPETITIVIDAD					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Rendimiento	0.30		3		0.90
Productoras	0.15	5			0.75
Experiencia	0.10	5			0.50
Calidad	0.10	5			0.50
Disponibilidad de tecnología	0.10		3		0.30
Accesibilidad a medios tecnológicos	0.10		3		0.30
Acceso de distribución	0.15		3		0.45
Sub Total	1.00	15.00	12.00	0.00	3.70
VALOR DETERMINANTE					0.4
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Cuenta con financiamiento pasado	0.10		3		0.30
Cuenta con financiamiento actual	0.25			1	0.25
Cuenta con financiamiento promisorio	0.25		3		0.75
Está priorizado por gobierno local	0.20	5			1.00
Está priorizado por gobierno regional	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	5.00	9.00	1.00	2.90
VALORIZACIÓN FINAL					3.44

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 34. Matriz de priorización de emprendimientos de miel de agave de los distritos de intervención.

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTO					
MIEL DE ÁGAVE					
EJE 01: CADENA					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Mercado	0.30	5			1.50
Rentabilidad	0.20		3		0.60
Capacidad de diferenciarse	0.15	5			0.75
Nivel de producción	0.15		3		0.45
Se puede expandir	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	10.00	9.00	0.00	3.90
EJE 02: COMPETITIVIDAD					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Rendimiento	0.30		3		0.90
Productoras	0.15	5			0.75
Experiencia	0.10	5			0.50
Calidad	0.10		3		0.30
Disponibilidad de tecnología	0.10		3		0.30
Accesibilidad a medios tecnológicos	0.10		3		0.30
Acceso de distribución	0.15		3		0.45
Sub Total	1.00	10.00	15.00	0.00	3.50
VALOR DETERMINANTE					0.4
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Cuenta con financiamiento pasado	0.10			1	0.10
Cuenta con financiamiento actual	0.25			1	0.25
Cuenta con financiamiento promisorio	0.25		3		0.75
Está priorizado por gobierno local	0.20		3		0.60
Está priorizado por gobierno regional	0.20			1	0.20
Sub Total	1.00	0.00	6.00	3.00	1.90
VALORIZACIÓN FINAL					2.98

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 35. Matriz de priorización de emprendimientos de producción de harinas y servicio de molienda de los distritos de intervención.

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTO					
HARINAS					
EJE 01: CADENA					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Mercado	0.30		3		0.90
Rentabilidad	0.20		3		0.60
Capacidad de diferenciarse	0.15		3		0.45
Nivel de producción	0.15		3		0.45
Se puede expandir	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	0.00	15.00	0.00	3.00
EJE 02: COMPETITIVIDAD					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Rendimiento	0.30		3		0.90
Productoras	0.15		3		0.45
Experiencia	0.10		3		0.30
Calidad	0.10		3		0.30
Disponibilidad de tecnología	0.10		3		0.30
Accesibilidad a medios tecnológicos	0.10			1	0.10
Acceso de distribución	0.15			1	0.15
Sub Total	1.00	0.00	15.00	2.00	2.50
VALOR DETERMINANTE					0.4
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Cuenta con financiamiento pasado	0.10			1	0.10
Cuenta con financiamiento actual	0.25			1	0.25
Cuenta con financiamiento promisorio	0.25			1	0.25
Está priorizado por gobierno local	0.20			1	0.20
Está priorizado por gobierno regional	0.20			1	0.20
Sub Total	1.00	0.00	0.00	5.00	1.00
VALORIZACIÓN FINAL					2.05

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 36. Matriz de priorización de emprendimientos de jamón ayabaquino de los distritos de intervención.

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTO					
JAMÓN					
EJE 01: CADENA					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Mercado	0.30		3		0.90
Rentabilidad	0.20		3		0.60
Capacidad de diferenciarse	0.15	5			0.75
Nivel de producción	0.15		3		0.45
Se puede expandir	0.20			1	0.20
Sub Total	1.00	5.00	9.00	1.00	2.90
EJE 02: COMPETITIVIDAD					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Rendimiento	0.30		3		0.90
Productoras	0.15		3		0.45
Experiencia	0.10	5			0.50
Calidad	0.10		3		0.30
Disponibilidad de tecnología	0.10			1	0.10
Accesibilidad a medios tecnológicos	0.10		3		0.30
Acceso de distribución	0.15		3		0.45
Sub Total	1.00	5.00	15.00	1.00	3.00
VALOR DETERMINANTE					0.4
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Cuenta con financiamiento pasado	0.10			1	0.10
Cuenta con financiamiento actual	0.25			1	0.25
Cuenta con financiamiento promisorio	0.25			1	0.25
Está priorizado por gobierno local	0.20			1	0.20
Está priorizado por gobierno regional	0.20			1	0.20
Sub Total	1.00	0.00	0.00	5.00	1.00
VALORIZACIÓN FINAL					2.17

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 37. Matriz de priorización de emprendimientos de producción y comercialización de café de los distritos de intervención.

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTO					
CAFÉ					
EJE 01: CADENA					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Mercado	0.30		3		0.90
Rentabilidad	0.20		3		0.60
Capacidad de diferenciarse	0.15			1	0.15
Nivel de producción	0.15			1	0.15
Se puede expandir	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	0.00	9.00	2.00	2.40
EJE 02: COMPETITIVIDAD					0.3
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Rendimiento	0.30		3		0.90
Productoras	0.15		3		0.45
Experiencia	0.10		3		0.30
Calidad	0.10		3		0.30
Disponibilidad de tecnología	0.10		3		0.30
Accesibilidad a medios tecnológicos	0.10			1	0.10
Acceso de distribución	0.15		3		0.45
Sub Total	1.00	0.00	18.00	1.00	2.80
VALOR DETERMINANTE					0.4
Factor crítico de éxito	Ponderación	Valor			Sub total
		Alto	Medio	Bajo	
Cuenta con financiamiento pasado	0.10			1	0.10
Cuenta con financiamiento actual	0.25			1	0.25
Cuenta con financiamiento promisorio	0.25			1	0.25
Está priorizado por gobierno local	0.20		3		0.60
Está priorizado por gobierno regional	0.20		3		0.60
Sub Total	1.00	0.00	6.00	3.00	1.80
VALORIZACIÓN FINAL					2.28

Fuente: elaboración propia.

De los emprendimientos comparados, se puede determinar que, para efectos del presente estudio, mayores injerencias tienen las artesanas y tejedoras de los distritos, entre otras condiciones pues es el emprendimiento casi exclusivo de mujeres, con presencia en los cinco distritos, con mayor cantidad de participantes mujeres que los otros emprendimientos, y, que tiene, además, una alta prioridad por los gobiernos locales y por el gobierno regional.

En segundo lugar, se puede inferir como un emprendimiento promisorio la producción de miel de agave, siendo importante mencionar que la cobertura es baja, solamente se han identificado tres emprendimientos con 24 mujeres participantes, todas del distrito de Lagunas. Lo pertinente de invertir en este emprendimiento es que es una zona de alta pobreza siendo

de alto impacto para las familias desarrollar este emprendimiento, además se cuenta con el apoyo del gobierno local para desarrollar el emprendimiento en los próximos años.

Se ha identificado que el Gobierno Regional de Piura lanzará en el primer trimestre del año 2024 el fondo de PROCOMPITE con un presupuesto total de más de S/. 15,000,000 de soles, siendo una de las cadenas priorizadas la artesanía y como producto identificado se indican los tejidos. Los proyectos van de S/ 80,000 a S/ 160,000 en la categoría "A", S/ 80,000 a S/ 350,000 en la categoría "B", S/ 100,000 a S/ 1,000,000 en la categoría "C". Este contexto podría aprovecharse para potenciar el emprendimiento en tejidos.

Se ha identificado otros emprendimientos en los que participa la mujer, pero son de forma parcial, hombres y mujeres, o son de baja escala, dedicadas a la elaboración de jamón, producción de harinas, café molido, bocadillos, chifles, crianzas de aves, y otras relacionadas a la agricultura familiar.

Gráfico 3: valorización de emprendimientos en distritos de la provincia de Ayabaca.



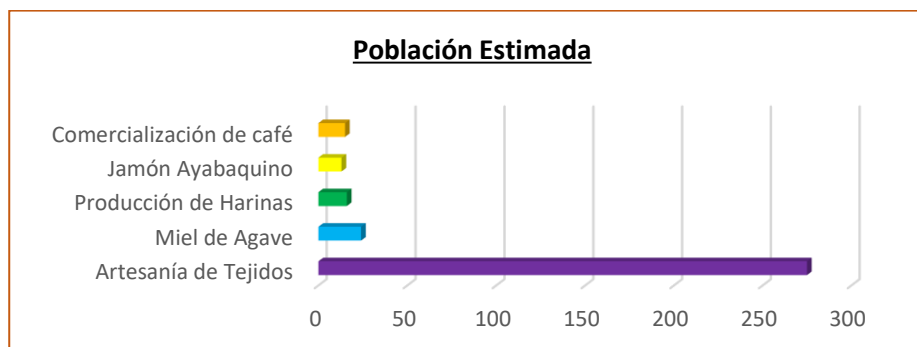
Fuente: elaboración propia.

Cuadro 37. Matriz resumen de priorización de emprendimientos de los distritos de intervención.

RESUMEN DE MATRIZ DE PRIORIZACION					
Tipo de Emprendimiento	Enfoque de Cadena	Competitividad	Valor Determinante	Valorización Final	Población Estimada
Artesanía de Tejidos	3.90	3.70	2.90	3.44	275
Miel de Agave	3.50	3.50	1.90	2.98	24
Producción de Harinas	3.00	2.50	1.00	2.05	16
Jamón Ayabaquino	2.90	3.00	1.00	2.17	13
Comercialización de café	2.40	2.80	1.80	2.28	15

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 4: Población estimada de emprendimientos en distritos de la provincia de Ayabaca.



Fuente: elaboración propia.

VII. MATRIZ DE INDICADORES.

En el marco de la elaboración de la línea de base DIAGNÓSTICO Y LINEA DE BASE DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTOS RURALES DE MUJERES EN LA PROVINCIA DE AYABACA – PIURA, encargado por CARE PERÚ, que se desarrolla desde el programa de Empoderamiento Económico de la Mujer, Seguridad Alimentaria y Nutrición, se presenta la estimación de los valores iniciales de los indicadores de resultado e impacto definidos para el proyecto.

Cuadro 39. Indicadores según componentes de la encuesta aplicada a mujeres emprendedoras de los distritos de intervención.

COMPONENTE	TEMAS / INDICADOR
FINALIDAD	Encuestadas: 100% mujeres.
	Promedio de miembros del hogar es de 5.26 personas por familia.
	Vivienda: 98.5% pared de adobe, 77.4% con techo de calamina y 22.6% con teja.
	Red de agua 53.4% y red de desagüe solo 13.5%.
	Con letrinas de pozo ciego 23.3%.
	Acceso a energía eléctrica 100%.
	Acceso a teléfono celular 33.8%
	Sin estudio 6.8%, con primaria completa 24.8%, primaria incompleta 24.1%, secundaria completa 21%, secundaria incompleta 12%, superior universitaria completa 2.3%.
	5.3% con alguna limitación para moverse, caminar o ver.
	5.3% no cuenta con seguro de salud.
	Identifican casos de violencia de género 51.1%.
	El 23.3% de familias son beneficiadas con el programa Juntos, el 17.3%, con Qaliwarma el 11% y el 7.5% con Pensión 65.
	El 75.4% de mujeres considera que los servicios de protección frente a la violencia de género son poco eficientes y el 69.3% tienen poca confianza.
	El 99% de mujeres menciona que su organización no accedió a nuevos financiamientos.
PROPÓSITO	El 69.9% de las familias tienen ingresos menores a 650 soles mensuales.
	El 67.7% de las familias tienen gastos menores a 430 soles mensuales.
	69.9% de mujeres considera que el gobierno local promueve el desarrollo económico de las mujeres.
	El 85.7% de mujeres no tienen cuenta bancaria en el sistema financiero.
	El 88% no cuentan con ingresos de actividades productivas o comerciales.
	El 100% de mujeres dedica más de 12 horas al día en actividades del hogar (cocinar, lavado, limpiar, cuidado de menores, etc.)
	El 67.4% de decisiones en salud, educación, alimentación, recreación y gastos de la unidad productiva, son tomadas por la esposa y el esposo.
	El 55.6% de las decisiones en torno al emprendimiento son tomadas exclusivamente por la mujer y el 34.6% por ambos integrantes de la pareja.

	<p>El 59.4% de las mujeres ha participado en alguna actividad de capacitación y/o sensibilización relacionada a la prevención de la violencia contra la mujer.</p> <p>El 73.7% de mujeres conoce o ha escuchado sobre la Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.</p> <p>El 85.7% de mujeres conoce donde acudir en caso de ser víctima de violencia.</p> <p>El 68.4% de mujeres identifica a la comisaria como el lugar a donde podría acudir en caso de ser víctima de violencia.</p> <p>El 68.4% de mujeres considera las campañas informativas locales como la actividad más importante para prevenir la violencia contra las mujeres, miembros del grupo familiar en su comunidad.</p> <p>El 81.2% de mujeres no participa de otras organizaciones sociales.</p>
COMPONENTE PRODUCTIVO	<p>El 68.4 de mujeres tienen como actividad principal la agricultura, el 63.9% la artesanía y el 41.4% la ganadería.</p> <p>El 93% de mujeres financian sus cultivos, crianzas y comercio con recursos propios.</p> <p>El 61.7% no cuenta con registro o control de su emprendimiento.</p> <p>El 32.3% considera que la época de mayor producción es de julio a setiembre.</p> <p>El 60.9% de mujeres ha participado de cursos de capacitación para mejorar su emprendimiento, de las cuales el 29.6% ha sido en gestión administrativa y organizacional, el 25.93% en educación financiera, 2.47% en marketing, y 25.93% en comercio y ventas. Las mujeres no reportan capacitación en Liderazgo organizacional, manejo de herramientas de internet, sobre tributación.</p> <p>El 36.1% de mujeres considera que el acceso a financiamiento es una de las principales barreras por el cual su emprendimiento no ha crecido en los últimos 3 años.</p> <p>El 69.9% de mujeres no tienen acceso a capacitaciones o asistencia técnica productiva.</p> <p>El 88% de mujeres no tienen acceso a activos productivos</p>
COMPONENTE ORGANIZACIONAL	<p>El 89.5% de mujeres refiere que su organización cuenta con actas de reunión y el 1.5% cuenta con estatutos y reglamento interno.</p> <p>El 76.7% de mujeres no participan de cargos directivos en organizaciones de la comunidad.</p> <p>El 40.6% de mujeres considera que el acceso a financiamiento para emprendimientos de mujeres es lo que se necesita para la mejora de su emprendimiento.</p> <p>El 98.5% de organizaciones no tiene préstamo con alguna institución financiera.</p> <p>El 99.3% de organizaciones no ha podido acceder a nuevos financiamientos por el estado peruano</p> <p>El 90.3% de mujeres menciona que su asociación continúa trabajando en el emprendimiento.</p> <p>El 76% de emprendimientos se vieron afectados durante el último periodo lluvioso.</p> <p>El 96.2% no realizaron actividades para que el emprendimiento siga adelante durante el último periodo de lluvias.</p> <p>El 63.2% de organizaciones no tiene de conocimiento de la preparación ante posibles desastres naturales.</p> <p>El 36.1 % considera que el acceso a financiamiento y el 28.6% considera que el acceso a capacitación son los principales problemas que limitan el crecimiento de su asociación.</p>
	<p>El 79% de mujeres venden sus productos en el mercado local.</p>

COMPONENTE COMERCIAL	El 12.8% de mujeres venden sus productos en el mercado internacional.
	El 7.5% de mujeres venden sus productos en el mercado regional.
	El 27.8% de mujeres venden sus productos en ferias.
	El 21.1% de mujeres venden sus productos mediante las redes sociales.
	El 13.5% de mujeres venden a partir de pedidos fijos de familiares.
	El 13.5% de mujeres venden sus productos a intermediarios.
	El 6% vende sus productos en un ambiente cedido por el gobierno local.
	El 36.8% de mujeres utiliza la red social Facebook.
	El 61% de mujeres considera a Piura como la principal ciudad en la cual ampliar sus ventas.
	El 96.2% de mujeres solamente cuentan con pago en efectivo para sus ventas.
	El 36% señala que no utilizan redes sociales.
	El 94% de emprendimientos vendieron menos de 2,500 soles durante el último año.

Fuente: elaboración propia.

En base a los resultados evidenciados en el diagnóstico, y dentro del marco de los componentes del proyecto y lo establecido por Care Perú, se propone el siguiente marco lógico para la consideración de la institución, con objetivos, resultados y productos, con sus respectivos indicadores, que pueden aportar a dar una visión más clara de lo que como proyecto se debe trabajar para cumplir la finalidad establecida.

Cuadro 40: Marco lógico a nivel de resultados para los emprendimientos rurales de mujeres de la provincia de Ayabaca.

EMPRENDIMIENTOS RURALES DE MUJERES DE LA PROVINCIA DE AYABACA				
MARCO LÓGICO				
OBJETIVOS		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	Incremento de la generación de ingresos de las familias y la autonomía económica de las mujeres.			
PROPOSITO	Mejorar la competitividad de emprendimientos rurales liderados por mujeres en la provincia e Ayabaca.	Ingresos generados por los emprendimientos liderados por mujeres en la provincia de Ayabaca	Registro de ventas de los emprendimientos de mujeres y sus registros PDT SUNAT.	Arreglos institucionales del GL y GR permiten incremento de presupuesto para acciones a favor del emprendimiento de mujeres.
RESULTADOS	R1. Mujeres fortalecidas para mejorar el nivel organizativo con visión empresarial en la provincia de Ayabaca	N° de iniciativas organizacionales y empresariales de los emprendimientos de mujeres en la provincia de Ayabaca. % de mujeres participantes que han implementado cambios en sus familias y organizaciones para mejorar sus emprendimientos o actividades comerciales	Registro de organizaciones de mujeres emprendedoras y de iniciativas empresariales del gobierno local.	Políticas locales y regionales favorecen la asociatividad y la participación de las mujeres emprendedoras.
	R2. Emprendimientos por distrito trabajan la transformación de sus productos con un valor agregado de calidad.	N° de productos que cumplan con los estándares de calidad producidos por mujeres en base a sus emprendimientos.	Listado de productos de los emprendimientos de mujeres.	Condiciones del contexto favorecen la elaboración de productos de calidad de las emprendedoras.
	R3. Mujeres emprendedoras organizadas, aprovechan las oportunidades de mercado con productos de calidad acorde a las exigencias.	N° de organizaciones de mujeres que cuentan con mercado para sus productos. % de mujeres que participan en asociaciones de producción u otras para la inserción de sus productos al mercado.	Listado de participación en ferias, eventos comerciales, ruedas de negocio, etc.	Políticas locales y regionales promueven oportunidades de mercado a las mujeres emprendedoras.

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se proponen productos e indicadores concretos a tomarse en cuenta, ya sean tomados en parte o en su totalidad, así como en lo posible se complementen, de tal manera de asegurar las líneas de trabajo de la intervención.

Cuadro 41: Marco lógico a nivel de productos para los emprendimientos rurales de mujeres de la provincia de Ayabaca.

EMPRENDIMIENTOS RURALES DE MUJERES DE LA PROVINCIA DE AYABACA			
MARCO LÓGICO			
RESULTADO	PRODUCTOS	INDICADORES	PROPUESTA
R1	Organizaciones de mujeres con enfoque empresarial	Cantidad de grupos de emprendimientos capacitados (#).	10
		Mujeres organizadas con algún emprendimiento (%)	50
	Organizaciones de mujeres emprendedoras con acceso a financiamiento	Cantidad de organizaciones de mujeres que cuentan con un plan de negocios (#)	5
		Mujeres son usuarias activas de servicios financieros informales y formales. (%)	30
		Cantidad de organizaciones de mujeres que lograron financiamiento de fondos concursables o de cofinanciamiento (#)	5
	Organización y participación	Cantidad de espacios de participación que institucionalizan la participación de la mujer (#)	5
		Mujeres que participan en asociaciones de productores, organización social de base, u otras afines (%)	40
		Mujeres que integran las juntas directivas de asociaciones de productores, organización social de base, u otras afines. (%)	40
	R2	Asistencia técnica y capacitación a organizaciones de mujeres emprendedoras.	Organizaciones de mujeres emprendedoras con Asistencia Técnica y capacitación en aspectos productivos (%)
Mejoramiento de infraestructura productiva de organizaciones de mujeres emprendedoras.		Unidades productivas de organizaciones de emprendedoras con alguna infraestructura (%)	30
Mejoramiento de equipos y maquinaria productiva a las organizaciones de mujeres emprendedoras.		Unidades productivas de organizaciones de emprendedoras con algún equipamiento (%)	30
R3	Fortalecimiento en gestión comercial a organizaciones de mujeres emprendedoras.	Organizaciones de mujeres emprendedoras con Asistencia Técnica en aspectos comerciales (%)	30
		Mujeres que aplican instrumentos o herramientas de gestión comercial. (%)	30
		Cantidad de mujeres emprendedoras organizadas con capacitación en aspectos financieros y comerciales (#)	150

	Participación de las organizaciones de mujeres emprendedoras en espacios de comercialización	Cantidad de eventos de comercialización (ferias, ruedas de negocios, etc.) en los cuales participan las organizaciones de mujeres (#)	3
		Cantidad de canales de comercialización mediante los cuales las mujeres se articulan a mercados (%)	3
		Mujeres que comercializan colectivamente. (%)	30
		Cantidad de organizaciones de mujeres que generan o participan en eventos de comercialización (#)	5
	Uso de internet y redes sociales por parte de las organizaciones de mujeres emprendedoras.	Cantidad de mujeres de las organizaciones capacitadas en el uso del internet y redes sociales (#)	150
		Cantidad de organizaciones de mujeres emprendedoras que utilizan el internet y las redes sociales para promocionar sus productos (#)	5

Fuente: elaboración propia.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- a) Se puede concluir que, los principales emprendimientos de mujeres organizadas o asociadas, identificados en el presente estudio, están conformados mayormente por mujeres jóvenes adultas y adultas, lo que evidencia una necesidad de intervenir procurando un recambio generacional que asegure la sostenibilidad de dichos emprendimientos, pero que, por otra parte, asegure la continuidad de los procesos que se inicien o fortalezcan durante la implementación del proyecto.
- b) Pese a las restricciones encontradas en los emprendimientos, como el limitado acceso a recursos físicos y/o financiamiento de los negocios, las mujeres que participaron en el estudio muestran predisposición para la búsqueda de mejoras en sus negocios, demostrando un perfil emprendedor importante por potenciar.
- c) Asimismo, se puede concluir que, existe un gran número de emprendimientos de mujeres rurales organizadas o asociadas, muchos de estos son de pequeña escala en los distritos, con un bajo nivel de organización y reducida capacidad productiva para su desarrollo, lo que se representa en bajos niveles de competitividad. Sin embargo, el territorio muestra una gran diversificación agroecológica y valorización cultural, de gran potencial para la generación de dinámicas económicas, esto representan las ventajas cualitativas por aprovechar.
- d) En los 05 distritos priorizados existe un bajo nivel empresarial en los emprendimientos de mujeres organizadas o asociadas, lo cual se ha manifestado en el retroceso de su rentabilidad generado luego de afrontar los contextos adversos del Fenómeno El Niño – FEN, con lluvias excesivas, la emergencia sanitaria del COVID 19 y, aspectos políticos como el cambio de gobierno local y regional del último año, sumado al limitado apoyo del gobierno nacional en implementar políticas que contribuyan al desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres, como .
- e) Las limitaciones empresariales se manifiestan en bajos niveles de negociación de las mujeres para aprovechar oportunidades de articulación y vinculación a mercados más ventajosos, además, de un reducido acceso a servicios de asistencia técnica comercial, pero también productivo.
- f) Se ha identificado que, han existido procesos de capacitación relacionadas a las habilidades necesarias para crear, gestionar y liderar los emprendimientos de mujeres organizadas o asociadas, tanto por parte de organismos públicos como privados, pero sin orientación a resultados que promuevan su crecimiento sostenible, probablemente debido al limitado acompañamiento de los gobiernos locales para continuar con los procesos iniciados, al limitado enfoque empresarial asumido y las brechas de género de su contexto local y regional.
- g) Tras un primer año de gestión de los nuevos gobiernos locales de los distritos de Ayabaca, Montero, Pacaipampa, Frías y Lagunas, las mujeres señalan que, se ha promovido la participación de ellas en algunas dinámicas económicas de sus localidades. Sin embargo, ello no ha sido suficiente para afrontar las grandes brechas de género que existen. Esto evidencia una importante predisposición de los gobiernos locales para fortalecer acciones con proyección a convertirse en procesos sostenibles para la generación de mejores condiciones y escenarios que fortalezcan a las mujeres organizadas o

asociadas. Lo que se convierte en un contexto favorable para la implementación del proyecto en los 05 distritos priorizados.

- h) En general, la participación efectiva y representativa de las mujeres de la provincia, principalmente en el ámbito rural, es limitada, ello desde la percepción y procesos concretos encontrados en los distritos de intervención. Las mujeres se ven excluidas de la participación, pero sobre todo de la toma de decisiones y organizaciones de índole productivo, fundamentalmente porque la afiliación está definida según criterios reservados, hacia los hombres: en su condición de “dueños de la tierra y/o jefes de hogar”. Un ejemplo de ello, la implementación de fondos de inversión de la estrategia nacional de la mujeres rural e indígena, en donde el requisito para participar es la posesión de la tierra.
- i) Otro aspecto encontrado que no hace más que afirmar lo que ya conocemos, es la sobrecarga de tiempo de las mujeres en las labores de cuidado del hogar y la familia, que se agudizan con el tiempo dedicado al emprendimiento rural y/o actividades productivas agropecuarias. Este aspecto debe ser considerado en la formulación del proyecto.
- j) La dinámica de violencia contra las mujeres y especialmente niñas, adolescentes y adultas jóvenes, es parte de un grave problema de salud pública arraigado en la desigualdad de género y, además, que se agudiza en los distritos como Lagunas, Frías y Pacaipampa, que están en el rankin de los 10 distritos más pobres de la región Piura. La violencia ha afectado la confianza de las mujeres hacia la institucionalidad de los operadores de la ruta de prevención y atención de la violencia en cualquiera de sus formas, así como en la legitimidad de sus procesos y en el acceso a oportunidades orientadas a la mejora de condiciones, oportunidades y autonomía económica para ellas.
- k) Se concluye que es oportuno implementar un proyecto como el propuesto en el presente estudio, proyecto “Emprendimientos Rurales de Mujeres en la Provincia de Ayabaca”, ya que contribuiría significativamente en el desarrollo de capacidades emprendedoras de las mujeres, y en la construcción de nuevas estructuras sociales para un ecosistema emprendedor con igualdad de oportunidades para las mujeres rurales de la provincia de Sullana. Sin embargo, podemos precisar que, debido a la complejidad de las brechas de género presentes en el territorio y los niveles de pobreza de la población, la propuesta debe mirarse como un piloto con un fuerte componente de género y acompañado de acciones hacia una seguridad alimentaria.
- l) Es fundamental trabajar sobre la base de organizaciones de mujeres con experiencia en el emprendimiento y con gran potencial de mercado que aliente o promueva la generación de una cultura de buenas prácticas productivas, organizativas y empresariales (asociatividad) y de vinculación con los mercados locales y regionales (comercialización), para el desarrollo sostenible de los emprendimientos de mujeres y desde allí contribuir a la autonomía económica de las mujeres y su empoderamiento.

8.2 RECOMENDACIONES

- a) Se recomienda promover estrategias diferenciadas, una desde los emprendimientos y otra desde la estructura social y familiar de las mujeres. Además, será importante tener en cuenta las dinámicas relacionadas a su ciclo de vida, así como generar estrategias para la gestión del recambio generacional que pueda tener en cuenta a la población de mujeres jóvenes que garanticen la continuidad de los procesos.
- b) Otra estrategia para considerar es identificar mujeres y sus familias como líderes de los procesos que asuman un modelo para el resto de las mujeres participantes del proyecto. Lo que debe ser parte de una estrategia comunicacional fuerte que promueva cambios de comportamiento en las mujeres y sus familias.
- c) Como parte del desarrollo empresarial se debe fortalecer roles de liderazgo de las mujeres, la construcción de su autoestima, desarrollo de habilidades blandas, y la generación de una visión innovadora hacia el aprovechamiento de sus recursos agroecológicos y culturales.
- d) Es importante reafirmar el valor de la asociatividad o dinámica organizacional de las mujeres, mirado como una estrategia que les permite mejorar la gestión y competitividad de sus emprendimientos para afrontar barreras de interés común como el acceso a mercados y permitirles enfrentar problemas de manera conjunta.
- e) Otro aspecto importante a abordar es la corresponsabilidad familiar como estrategia para la reducción del tiempo de dedicación de las mujeres a las labores de cuidado de sus familias, con el objeto de mejorar la participación de la mujer en los emprendimientos liderados por ellas.
- f) Se recomienda una intervención focalizada sobre los emprendimientos priorizados como son la de artesanía de tejido y producción de miel de agave, y cuyas actividades y estrategias desde el proyecto se orienten a la mejora productiva con una fuerte mirada de innovación. Además, del desarrollo de un fortalecimiento organizacional y comercial de vinculación a mercado, alianzas estratégicas y políticas públicas favorables que son parte del ecosistema emprendedor
- g) Si bien es cierto que la artesanía de tejido y la producción de miel de agave mostraron mejores condiciones, sería importante integrar nuevos emprendimientos promisorios y de fácil implementación como la elaboración de harinas o la comercialización de productos tradicionales como el jamón ayabaquino y bocadillos.
- h) La inclusión financiera y principalmente el acceso al crédito por parte de las mujeres es clave para el escalamiento de los emprendimientos, el capital de trabajo es necesario para buscar mercados de mayor escala, por ello se recomienda la generación o búsqueda de líneas de crédito que se acomoden a las necesidades de las mujeres rurales.
- i) Se recomienda construir acuerdos formales de co-formulación e implementación del proyecto con los gobiernos locales para la apropiación social y política de la iniciativa desde un marco de sostenibilidad. También será importante, incluir a aliados claves del sector de referencia de los emprendimientos, como MINCETUR y PRODUCE, así como el MIMP y otros actores presentes en las cadenas de valor priorizadas con miras a una gestión articulada y de aliados estratégicos en el ecosistema emprendedor de las mujeres.

- j) La cobertura de los 5 distritos incluye un mayor despliegue de implementación, por ello se recomienda asegurar la articulación efectiva con los gobiernos municipales, en el marco de las competencias de los gobiernos locales que faculta la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, en la que define que las municipalidades tienen un rol promotor de la economía local, generando condiciones que faciliten la creación de un entorno favorable para el desarrollo de actividades económicas, la atracción de inversiones y la generación de empleo, así como factores que posibiliten una mejor calidad de vida para las personas.
- k) Es clave la articulación con actores del ecosistema emprendedor de los negocios de las mujeres y sobre todo los que forman parte de la cadena de valor de los negocios priorizados, por ello contribuirá al desarrollo sostenible de los negocios liderados por mujeres.
- l) Considerando que el proyecto asume un rol piloto de acceso a los negocios para las mujeres, será importante que se establezcan mecanismos de recopilación de aprendizajes que aseguren la trasmisión y socialización de conocimientos a partir de los procesos de productivos, asociativos y comerciales con enfoque de género con miras a un escalamiento mayor en la provincia.
- m) Teniendo en cuenta que la violencia basada en género está muy presente para las participantes del estudio, se recomienda contemplar estrategias de contención ante las situaciones de violencia que pueda generarse para las mujeres en el marco del empoderamiento económico que se va desarrollando progresivamente hasta el logro de la independencia financiera. Ello teniendo en cuenta que este proceso no solo implica el logro del emprendimiento desde una asociación u organización, sino que podría implicar el rompimiento de círculos de violencia en los que algunas mujeres pueden estar inmersas sin ser conscientes aun de ello. Por ello se recomienda propiciar el acercamiento efectivo entre los servicios de prevención, contención y atención de la violencia hacia la mujer, en el marco de la Ley N°30364, presentes en la provincia. Asimismo, se recomienda preparar estrategias de prevención propias del proyecto como campañas informativas que activen la ruta de atención y el acercamiento de los actores claves.
- n) Finalmente, se recomienda la implementación del proyecto “Emprendimientos Rurales de Mujeres en la Provincia de Ayabaca”, el cual contribuirá al fortalecimiento de los emprendimientos rurales, y a la construcción de la autonomía económica de la mujer a partir del incremento de los ingresos económicos de las mujeres en situación de vulnerabilidad y de fomentar su participación equitativa en la toma de decisiones financieras del hogar.