

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ANTROPOLOGÍA



## TESIS

**EXPERIENCIA ECONÓMICA DE LAS FAMILIAS INTEGRANTES DE LA  
ASOCIACIÓN WIÑAY ROSAS PUMAMARCA, SAN SEBASTIÁN – CUSCO  
(2008-2018)**

### **PRESENTADO POR:**

Bach. Doris Cordova Guzman

Bach. Yobana Yanet Lizana Diaz

**PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ANTROPOLOGÍA**

### **ASESOR:**

Dr. MARIO MORVELI SALAS

**CUSCO - PERU**

**2023**

## INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Experiencia Económica de las familias Integrantes de la Asociación Winay Rosas Pumamarca, San Sebastián-Cusco (2008-2018) presentado por: Doris Cordova Guzman con DNI Nro.: 46274537 presentado por: Yobana Yanet Lizana Diaz con DNI Nro.: 42166910 para optar el título profesional/grado académico de Licenciada en Antropología

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 1 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 6 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 24 de Julio de 2023

  
Firma  
Post firma Maria Morvelli Sola  
Nro. de DNI 23803476

ORCID del Asesor DORIS CORDOVA 248428271

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: 010 27259 211849524

NOMBRE DEL TRABAJO

**46357\_TESIS EN PDF.pdf**

AUTOR

**Doris y Yobana Córdova y Lizana**

RECUENTO DE PALABRAS

**57915 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**315351 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**219 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**12.0MB**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 9, 2023 10:46 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Mar 9, 2023 10:51 AM GMT-5****● 6% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)



## **DEDICATORIA**

*Con mucho amor y cariño dedico la realización de esta investigación a mi familia. Para Gabrielito, Reynita, Betito y Katicita.*

Doris Cordova Guzmán.

*Esta tesis la dedico a la persona más importante en mi vida; mi madre, quien me ha apoyado para poder llegar a estas instancias, sosteniéndome de formas inconcebibles.*

*También la dedico a mi hija; quien es mi mayor motivación para nunca rendirme en todas mis metas y poder algún día llegar a ser un ejemplo para ella.*

Yobana Lizana Díaz.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, damos gracias a Dios, por permitirnos tener tan buena experiencia en lo que tanto nos apasiona dentro de las aulas de nuestra Universidad Nacional San Antonio de Abad del Cusco; gracias a cada maestro que hicieron parte de este proceso de formación especialmente a nuestros docentes que ya no están con nosotros, pero permanecen en nuestros corazones.

Con especial consideración, al Dr. Mario Morveli Salas, quien estuvo presente en la evolución de todo el proyecto, facilitando su desarrollo, sin su apoyo no hubiera sido posible su culminación.

A todas las familias de la asociación Wiñay Rosas por compartir sus vivencias, que deja como producto terminado a nosotras graduadas; como recuerdo y prueba viviente en la historia esta tesis, que perdurara dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Finalmente agradecemos a quien lea esta tesis, por permitir a nuestras experiencias, investigaciones y conocimiento, aportar a su repertorio de información.

## CONTENIDO

<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>3</b>
<b>ACRÓNIMOS Y SIGLAS.....</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>11</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>1. Capítulo I: Metodología y Marco Teórico .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1. Metodología .....</b>	<b>17</b>
1.1.1. Planteamiento y Formulación del Problema.....	17
1.1.2. Hipótesis .....	23
1.1.3. Objetivos.....	23
1.1.4. Justificación .....	23
1.1.5. Marco Metodológico .....	24
1.1.6. Población y Muestra .....	26
1.1.7. Método de Análisis.....	27
<b>1.2. Marco Teórico .....</b>	<b>27</b>
1.2.1. Teoría.....	27
1.2.2. Estado de Arte .....	39
1.2.3. Marco Conceptual.....	50
<b>2. Capítulo II: Referencia del Área de Estudio y de la Actividad Florícola. ....</b>	<b>54</b>
<b>2.1. Referencia del Área de Estudio.....</b>	<b>54</b>
2.1.1. Aspectos Geográficos y Ambientales .....	54
2.1.2. Aspectos Sociales, Económicos y Culturales .....	58
<b>2.2. Aspectos Generales de la Floricultura.....</b>	<b>83</b>
2.2.1. La Floricultura Mundial.....	83
2.2.2. La Floricultura en el Perú .....	84
2.2.3. Historia de las Flores en el Perú y Simbolismo. Las flores fueron utilizadas en diferentes épocas, a continuación, detallamos:.....	87
2.2.4. Producción de Flores con Fines de Comercialización en la Región. ....	90
<b>2.3. Acerca de la Asociación Wiñay Rosas.....</b>	<b>91</b>

<b>3. Capítulo III: Sistematización de Resultados y Discusión .....</b>	<b>95</b>
<b>3.1. Adaptación y Producción de Nuevas Especies de Flores de Corte .....</b>	<b>95</b>
3.1.1. Nuevas Especies de Flores de Corte Producidas .....	95
3.1.2. Proceso Productivo de las Flores .....	106
3.1.3. Actores en el Proceso Productivo Florícola.....	127
3.1.4. Cantidad de Producción por Cosecha .....	135
3.1.5. Especialización en la Producción de Flores.....	143
<b>3.2. Uso de Nuevas Tecnologías.....</b>	<b>149</b>
3.2.1. Nuevas Tecnologías Empleadas por las Familias de la Asociación .....	149
3.2.2. Motivos de Uso de las Nuevas Tecnologías .....	155
3.2.3. Percepción de las Familias Respecto al Uso de Nuevas Tecnologías .....	157
<b>3.3. Inserción de las Familias al Mercado .....</b>	<b>159</b>
3.3.1. Experiencia en el Mercado Florícola.....	160
3.3.2. Fuerza de Trabajo .....	166
3.3.3. Demanda y Oferta de las Flores.....	170
3.3.4. Expansión Geográfica del Mercado Florícola .....	177
3.3.5. Cadena de Comercialización .....	185
3.3.6. Determinantes de los Precios de las Flores.....	193
3.3.7. Racionalidad Económica de los Productores.....	200
<b>3.4. Crecimiento Económico.....</b>	<b>220</b>
3.4.1. Elementos Determinantes de Crecimiento Económico Después del 2008 .....	220
3.4.2. Ahorro Monetario por la Producción Florícola .....	225
3.4.3. Calificación Crediticia Aprobada .....	230
3.4.4. Cambio de Centros de Estudio de Públicos a Privado de los Miembros de Familia de la Asociación .....	233
3.4.5. Mayor Concurrencia a los Centros de Salud .....	240
3.4.6. Adquisición de Bienes Inmuebles y Muebles.....	248
3.4.7. Percepción de Incremento Monetario .....	256
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>263</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>264</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>265</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 01: Población demográfica total según sexo.
- Tabla 02: Población total según edad.
- Tabla 03: Características de los habitantes de Pumamarca.
- Tabla 04: Cantidad de alumnos, docentes y secciones de la I.E.I. Pumamarca.
- Tabla 05: Cantidad de alumnos, docentes y secciones de la I.E.P.50046 Pumamarca.
- Tabla 06: Religión que profesa en el sector de Pumamarca.
- Tabla 07: Población con seguro médico.
- Tabla 08: Condiciones de las viviendas en Pumamarca.
- Tabla 09: Hogares según clasificación socioeconómica.
- Tabla 10: Producción de flores por floricultor.
- Tabla 11: Formas y cantidad de producción por especie.
- Tabla 12: Preparación de sustrato para la siembra de flores.
- Tabla 13: Plagas y hongos.
- Tabla 14: Participación familiar en la producción florícola.
- Tabla 15: Intervención de instituciones en la producción de nuevas especies de flores.
- Tabla 16: Número de familias que producen cada especie de flor.
- Tabla 17: Cantidad de cosecha de flores por familia.
- Tabla 18: Percepción de factores que intervienen en la cantidad de producción.
- Tabla 19: Percepción de factores de mayor importancia.
- Tabla 20: Percepción de la cantidad de producción para la venta.
- Tabla 21: Participación de los productores en sesiones de capacitación y asistencia técnica.
- Tabla 22: Grado de utilidad de las capacitaciones y asistencia técnica.
- Tabla 23: Uso de nuevas tecnologías por las familias.
- Tabla 24: Número de familias que dan uso de nuevas tecnologías.
- Tabla 25: Cantidad de fitotoldos por familia.
- Tabla 26: Logros de mayor importancia por el uso de nuevas tecnologías.

Tabla 27: Percepción del uso de nuevas tecnologías según las familias productoras.

Tabla 28: Contrata de mano de obra para la producción florícola.

Tabla 29: Remuneración monetaria a los miembros de la familia.

Tabla 30: Percepción de incremento de la oferta y demanda en días festivos.

Tabla 31: Expansión del mercado florícola.

Tabla 32: Lugares de venta en la provincia del Cusco.

Tabla 33: Número de familias que venden por mercado.

Tabla 34: Comercialización a acopiadores en la comunidad.

Tabla 35: Comercio al por mayor.

Tabla 36: Comercio al por menor.

Tabla 37: Tipo de venta.

Tabla 38: Factores que incrementan los precios.

Tabla 39: Percepción de incremento de precios por festividad.

Tabla 40: Precios por especie de flor

Tabla 41: Mejoras y/o construcción de viviendas entre el 2008 y 2018.

Tabla 42: Material de construcción de las viviendas.

Tabla 43: Cotejo de crecimiento económico antes y después del 2008.

Tabla 44: Ahorro de la producción florícola.

Tabla 45: Motivo de ahorro.

Tabla 46: Lugar de ahorro por la producción florícola.

Tabla 47: Acceso a créditos.

Tabla 48: Hijos estudiando.

Tabla 49: Tipo de educación antes de la producción florícola tecnificada.

Tabla 50: Tipo de educación actual de hijos de los productores.

Tabla 51: Medio de financiamiento de los estudios de hijos.

Tabla 52: Lugar de atención médica antes de la producción de nuevas especies de flores.

Tabla 53: Lugar de atención médica posterior a la producción de nuevas especies de flores.

Tabla 54: Gasto en soles de la visita médica.

Tabla 55: Medio de financiamiento de las atenciones médicas.

Tabla 56: Adquisición vehicular.

Tabla 57: Tiempo de adquisición vehicular.

Tabla 58: Medio de financiamiento para adquisición vehicular.

Tabla 59: Adquisición de fitotoldos, casa, terreno y/o puesto de mercado recientemente.

Tabla 60: Medio de financiamiento para adquisición de bienes.

Tabla 61: Percepción de incremento monetario.

Tabla 62: Frecuencia de ingresos económicos familiares.

## ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 01: Imagen satelital del sector de Pumamarca.
- Figura 02: Casa hacienda Pumamarca.
- Figura 03: Huaca Pumamarca.
- Figura 04: Actividades de los danzarines en Todos Santos.
- Figura 05: Zapa Inca acompañado de tres hombres para realizar la siembra, todos llevan flores.
- Figura 06: Rosa (Rosaceae).
- Figura 07: Astromelia (Alstroemeria).
- Figura 08: Azucena (Lilium).
- Figura 09: Godecias.
- Figura 10: Producción de flores por floricultor.
- Figura 11: Formas de producción por especie y cantidad de productores que cultivan.
- Figura 12: Fitotoldo.
- Figura 13: Preparación de sustrato para la siembra de flores.
- Figura 14: Policultivos en Fitotoldo.
- Figura 15: Monocultivo en Fitotoldo.
- Figura 16: Instalación de sistema de riego.
- Figura 17: Post Cosecha.
- Figura 18: Lilium.
- Figura 19: Gladiolos.
- Figura 20: Cornos.
- Figura 21: Cultivo de gladiolos a campo abierto.
- Figura 22: Gladiolos en hidratación.
- Figura 23: Enfermedades y plagas de especies de flores.
- Figura 24: Participación familiar en la producción florícola.
- Figura 25: Instituciones que intervinieron en la producción de nuevas especies de flores.
- Figura 26 Producción de flores por floricultor.
- Figura 27 Percepción de factores que intervienen en la cantidad de producción.
- Figura 28: Percepción de factores de mayor importancia.

Figura 29: Percepción de la cantidad de producción para la venta.

Figura 30: Participación de los productores en sesiones de capacitación y asistencia técnica.

Figura 31: Grado de utilidad de las capacitaciones y asistencia técnica.

Figura 32: Uso de nuevas tecnologías por las familias.

Figura 33: Número de familias que dan uso de nuevas tecnologías.

Figura 34: Cantidad de fitotoldos por familia.

Figura 35: Logros de mayor importancia por el uso de nuevas tecnologías.

Figura 36: Percepción del uso de nuevas tecnologías según las familias productoras.

Figura 37: Contrata de mano de obra para la producción florícola.

Figura 38: Remuneración monetaria a los trabajadores familiares.

Figura 39: Percepción de la oferta y demanda en días festivos.

Figura 40: Expansión del mercado florícola.

Figura 41: Número de familias que venden por mercado.

Figura 42: Comercialización a acopiadores en la comunidad.

Figura 43: Comercio al por mayor.

Figura 44: Comercio al por menor.

Figura 45: Tipo de venta.

Figura 46: Factores que incrementan los precios.

Figura 47: Percepción de incremento de precios por festividad.

Figura 48: Cruz hecha de ceniza.

Figura 49: Mejoras y/o construcción de viviendas entre el 2008 y 2018.

Figura 50: Material de construcción de las viviendas.

Figura 51: Cotejo de crecimiento económico antes y después del 2008.

Figura 52: Ahorro de la producción florícola.

Figura 53: Motivo de ahorro.

Figura 54: Lugar de ahorro por la producción florícola.

Figura 55: Acceso a créditos.

Figura 56: Productores con hijos estudiando.

Figura 57: Tipo de educación antes de la producción florícola tecnificada.

Figura 58: Tipo de educación actual de hijos de los productores.

- Figura 59: Medio de financiamiento de los estudios de hijos.
- Figura 60: Lugar de atención médica antes de la producción de nuevas especies de flores.
- Figura 61: Lugar de atención médica posterior a la producción de nuevas especies de flores.
- Figura 62: Gasto en soles de la visita médica.
- Figura 63: Medio de financiamiento de las atenciones médicas.
- Figura 64: Adquisición vehicular.
- Figura 65: Tiempo de adquisición vehicular.
- Figura 66: Tiempo de adquisición vehicular.
- Figura 67: Adquisición de fitotoldos, casa, terreno y/o puesto de mercado recientemente.
- Figura 68: Medio de financiamiento para adquisición de bienes.
- Figura 69: Percepción de incremento monetario.
- Figura 70: Frecuencia de ingresos económicos familiares.

## ACRÓNIMOS Y SIGLAS

**APOMIPE:** Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa.

**ASODECO:** Asociación para el Desarrollo Rural de Comarcas.

**HELVETAS:** HELVETAS Swiss Intercooperation.

**INEI:** Instituto Nacional de Estadística e Informática.

**JASS:** Junta Administradora de Servicios de Saneamiento.

**MIDIS:** Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

**MINEDU:** Ministerio de Educación.

**ONG:** Organismo no Gubernamental.

**SEPIA:** Seminario Permanente de Investigación Agraria.

**SIS:** Seguro Integral de Salud.

**ITC:** Centro de Comercio Internacional.

**EXPERIENCIA ECONÓMICA DE LAS FAMILIAS INTEGRANTES DE LA  
ASOCIACIÓN WIÑAY ROSAS PUMAMARCA, SAN SEBASTIÁN - CUSCO (2008-2018)**

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación intitulado: **Experiencia Económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas Pumamarca, San Sebastián- Cusco (2008-2018)**, corresponde a estudios enmarcados en la línea de la antropología económica. Explica la experiencia económica de inserción al mercado con la producción de especies de flores de corte de las familias floricultoras asociadas, del sector de Pumamarca de la comunidad de Ayarmaca Pumamarca. El valle en el que se sitúa el sector de Pumamarca posee características medioambientales propicias para el cultivo de flores. Así, la floricultura es una actividad tradicional entre sus pobladores. Durante las últimas dos décadas, los productores del sector han innovado la producción y algunas familias conformaron la asociación Wiñay Rosas, con el soporte de instituciones privadas y públicas, sentando una nueva etapa en la producción de flores. Las familias innovaron la producción con el cultivo de especies de flores de corte en fitotoldos. Adaptaron flores como las rosas, astromelias y lirios con el uso de nuevas técnicas y tecnologías. No obstante, la innovación no implicó el cambio de racionalidad, pues aún conservan prácticas agrícolas tradicionales. Ellos están posicionados en los mercados locales de la ciudad y su producción abastece la demanda particular de cada familia integrante de la asociación. La cercanía del sector a la ciudad del Cusco (mercado florícola más importante de la región), la posesión de puntos de ventas aseguradas, las estrategias de venta como la fidelidad comercial (caseritos) y distinción del gusto de los compradores permiten vender toda la producción. La inserción en el mercado ha desencadenado el crecimiento económico de las familias, desde la percepción de los mismos. Esta experiencia se plasmó en la presente investigación.

**Palabras clave:** familias – floricultura – experiencia económica – innovación – mercado.

## CH'UYANCHASQA YACHAY

Kay k'uchkiri ruranaq sutinqa: Qusqu llaqtaq San Sebastián p'ititanpi wayna llaqta Wiñay Rosas Pumamárka Ayllupi, kawsayninpaq imaymana ruraykunaq puririyinpa. Antropologia Económica nisqapin yachaypin pachkarikun imaynas kay ayllukuna kay t'ikakunata huk niraykuna uywaywan ima huk ayllukunawan chalanakuspa kachkanku.

Pumamárka Ayllupa hallpankunaqa munaymi tika uywanapaq, may pacha unaymantapunin t'ikataqa uywaq kasqaku, yaqapas iskay chunka watakunamantañan huk llaqtakuñapi wiñaq tikakunata apamuspa fito toldo nisqawan p'istuspa uywakapunku, wakiwakin ayllukunaqa paykuna kama huñunakuspanku aswan hatun ayllu kanankukama wiñasqaku.

Huk llaqtakunapi tiyaq t'ikakunataq apamurqanku chayqa yachachikapunankupaq imayna llank'aynita ima yachaspanku kunanqa uywakapunku sumaqta rosastapas, astunwilltapas, liriutapas kawsayninkuman hina uywakapunku, kay hinataqa taripasqaku huk ayllukunawan yanapachikuspanku.

Qusqu llaqta patapi kasqanku rayku chhalana qhatukunama hunt'aykachipunku, allin uywasqankuman hina munay phanchikunata allin llanllarisqata apaspa, riqsisqankuman kamalla rakispanku kunanqa Qusqu qhatukunata manaña kacharipunkuchu.

Kay aylluq qhawarisqanman hinaqa kay t'ikakunata uywaspa Qusqu llaqtaman apasqankumanta pacha kawsayninkuqa as allinta qhapaqyarín. Chay kawaykunamantaya k'uchkirimuni.

## ABSTRACT

This research project entitled: Economic experience of the families of the Wiñay Rosas Pumamarca association, San Sebastián-Cusco (2008-2018), corresponds to the studies framed in the line of economic anthropology. As he explains, the economic experience of commercial insertion, with the production of new species of cut flowers, of the associated flower families, of the Pumamarca sector of the Ayarmaca Pumamarca community. The valley in which the Pumamarca sector is located, has environmental characteristics conducive to the cultivation of flowers, so floriculture is a traditional activity among its inhabitants. During the last two decades, the producers of the sector have innovated production and some families formed the Wiñay Rosas association, with the support of public and private institutions, opening a new stage in flower production.

The flower growing families innovated production with the cultivation of new species of cut flowers in phytotoldos. They adopted and adapted flowers such as roses, astromeliads, lilies and their cultivation led to the application of new techniques and technologies. However, the innovation did not imply the change of rationality since they still conserve traditional agricultural practices. The floriculturists are positioned at the markets of the city and their production supplies the local demand. The proximity of the sector to the city of Cusco (the most important flower market in the region), the possession of fixed points of sale, sales strategies such as commercial loyalty (small houses) and the distinction of buyers' taste allow for the sale of the entire production.

The insertion in the market has triggered the economic growth of families, from their own perception. This experience was reflected in the present investigation.

**Keywords:** families – floriculture – economic experience – innovation – market.

## INTRODUCCIÓN

Hace muchos años las familias de Pumamarca complementaban su actividad agrícola con el recojo de flores silvestres y plantas medicinales para la venta ambulatoria en calles aledañas a los mercados de la ciudad del Cusco. Entre las verduras y atados de hierbas como la cola de caballo, hinojo, flor de retama, se observaba flores de pensamiento, hampi rosas y zapatillas de fines curativos, y flores decorativas como la vara de Noe, papelillo, calas blancas, margaritas, entre otras.

Con el transcurso de los años, las familias empezaron a producir flores en pequeñas áreas de cultivo. Sembraban gladiolos, ilusiones, boca de sapo y demás especies, cuyas semillas encontraban en las agroveterinarias locales. La producción era vendida de manera exitosa en los mercados por lo que intensificaron su cultivo.

Hacia la primera década del siglo, en los mercados locales se vendían especies de flores de corte como rosas y variedades de lirio, procedentes de otros departamentos y países (Ecuador, Colombia) que conquistaron a los compradores. Las familias de Pumamarca anhelaban producir flores como esas, por lo que se asociaron y con el soporte de la ONG Helvetas se aventuraron a su cultivo. Así, las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas fueron pioneros en su cultivo junto con otros productores de dos comunidades de la región y por tal motivo, son considerados como referente en el cultivo de flores de corte en el ámbito regional.

La producción innovadora de especies de flores de corte conllevó a la pronta inserción de las familias al mercado de manera exitosa, permitiéndoles incrementar sus ingresos económicos. Es esta experiencia la que se plasma en el presente trabajo de investigación, situado entre los años 2008 y 2018.

Lo referido en el párrafo anterior, resume de manera precisa el objeto de la investigación. De manera que conocer y explicar la vivencia respecto a la inserción al mercado de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas, es la razón de ser del proyecto.

Para mayor precisión y entendimiento, el contenido de la investigación se ha organizado en tres capítulos. El primero referente al aspecto metodológico y marco teórico de la investigación. Es decir, en él, se plantea y formula el problema de investigación, se presentan los objetivos, hipótesis, método, técnicas e instrumentos, así como, la teoría, estado de arte y marco conceptual.

En este capítulo se formulan las preguntas ¿Cuál es la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas Pumamarca, San Sebastián – Cusco (2008-2018)? y ¿Qué práctica en el cultivo de flores entre los años 2008 y 2018, impulso a las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca-San Sebastián- Cusco, insertarse exitosamente en el mercado?, las cuales son respondidas en los enunciados hipotéticos y sustentadas en el tercer capítulo. Básicamente, las hipótesis indican que la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas Pumamarca-San Sebastián-Cusco (2008-2018), es la inserción al mercado a través de la producción de nuevas especies de flores de corte, con el resultado de crecimiento económico. Además, plantea la forma en la que se realizó el estudio (metodología) y plasma el respaldo científico a través de las teorizaciones de Figueroa, Molina, Cáceres y Lacki, las experiencias similares estudiadas en otros sitios y las definiciones de especialistas en la materia.

El segundo capítulo, esboza las principales características del área de estudio y de la floricultura. Se puntualizan aspectos de la ubicación del sector y el distrito, las particularidades ambientales, así mismo, se detallan las particularidades sociales, económicas y culturales.

En esta parte, también se brinda información acerca de la actividad florícola en el país y en el ámbito internacional. Desde el inicio de la floricultura de manera consecuente, cuando se constituyó la primera empresa florícola formal hasta la actualidad.

El tercer y último capítulo, muestra los hallazgos del trabajo de campo logrado a través de la información recogida de las encuestas, entrevistas y observación. Se presenta el desarrollo de cada indicador con su respectivo análisis y discusión de acuerdo a los planteamientos teóricos estudiados.

En esta parte se observa el desarrollo de las cuatro variables: la producción de nuevas especies de flores de corte, innovación tecnológica, inserción de las familias al mercado y el crecimiento económico. Se describen los rasgos característicos del proceso productivo, se explica la especialización, la venta en el mercado, la racionalidad económica y todos los motivos por el que las familias consideran que incrementaron sus ingresos económicos. Por último, se presentan las conclusiones, recomendaciones y bibliografía de la investigación.

## **1. Capítulo I: Metodología y Marco Teórico**

### **1.1. Metodología**

#### **1.1.1. Planteamiento y Formulación del Problema**

La ubicación geográfica del sector de Pumamarca ha permitido mayor interacción de los pobladores en los mercados locales de la ciudad del Cusco. Esto significa que las unidades domesticas se organizan con nuevas estrategias para convivir en el entorno capitalista armonizando con sus prácticas tradicionales.

Las características medioambientales del sector de Pumamarca han propiciado el desarrollo de la actividad florícola. A partir del año 2008, los productores florícolas han aprovechado estas condiciones para cultivar nuevas especies de flores con mejores técnicas y tecnologías en su proceso de cultivo.

La innovación en la producción florícola, ha permitido que la economía de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca se incremente a través de la interacción con el mercado. La realización de actividades agrícolas tradicionales de cultivo de hortalizas, maíz, verduras, entre otros, fue complementada con el cultivo de flores.

Durante los años siguientes, la producción florícola se convirtió en la actividad principal que generaba mayores ingresos económicos a las familias. Las ganancias de su comercialización hicieron multiplicar su producción en el sector y aminoró la producción de otros productos.

Para el año 2008 un grupo de familias se asociaron para innovar la producción con el cultivo de flores antes no producidas en la región. Estas especies de flores introducidas son: las rosas de corte, conocidas también como rosas mejoradas, ecuatorianas o colombianas, las astromelias, los lirios, godecias, rosas chinas y otras, serán entendidas a partir de ahora para la investigación como nuevas especies de flores.

Las innovaciones en los insumos dentro del proceso productivo de flores adaptadas por las familias integrantes de la asociación, favorecieron la demanda del producto en los mercados locales. Estas innovaciones constituidas por semillas, plántones, fertilizantes, plaguicidas, entre otros, han permitido el cultivo de las nuevas especies de flores, que son solicitadas por los compradores.

Igualmente, el uso de nuevas tecnologías (fitotoldos, infraestructura de riego por goteo y otros) en la producción florícola por las familias asociadas ha propiciado el mejoramiento de la calidad de las flores. La adopción y adaptación tecnológica por los productores y los buenos resultados obtenidos a partir de su utilización contribuye a la especialización de estos en el cultivo de flores.

Así, las familias integrantes de la asociación, se han especializado en este cultivo, gracias a la intervención en el proceso productivo de profesionales de instituciones públicas y privadas, como la Municipalidad Distrital de San Sebastián y la ONG ASODECO. La ejecución de proyectos productivos florícolas en la comunidad ha hecho posible que las familias reciban capacitación, asistencia técnica, insumos y nuevas tecnologías, además de la aplicación de diferentes técnicas innovadoras. Ahora bien, es necesario destacar que las acciones innovadoras para la producción de nuevas especies de flores, fueron y son complementadas con usos y costumbres propios del hombre andino.

El mejoramiento de la vía principal de Santutis Chico (Cusco) al abra San Martín (Ccorao), que atraviesa por el sector de Pumamarca ha favorecido la conexión de los pobladores con los mercados locales. De esta forma, las familias que se dedican a esta actividad pueden transportar de manera más segura, a menor costo y en mínimo tiempo la cosecha de flores hacia

los mercados locales de San Jerónimo, San Sebastián, Wanchaq, Cusco y Santiago, para su distribución a los comerciantes o la venta directa.

Esta experiencia económica de las familias asociadas que a través de la producción de nuevas especies de flores ha consolidado su mercado incrementando sus ingresos económicos. De tal manera que satisfacen sus necesidades y posibilita mayor acceso a servicios sociales como: educación, salud, entre otros y mejorando las condiciones de vida de sus miembros.

Además, existen otras actividades económicas complementarias que han favorecido el crecimiento económico de estas familias. Estos son: a) La venta de terrenos, b) La producción y venta de verduras y hortalizas, c) La crianza y venta de animales menores, d) Preparación y expendio de platos típicos.

Ser una comunidad limítrofe con la ciudad ha permitido a los comuneros de Pumamarca vender terrenos con altos costos y como consecuencia ha restado espacios de uso agrícola, afectando a los integrantes de la asociación. Sin embargo, ha favorecido momentáneamente al crecimiento económico en el sector, expresado en muchos casos con la construcción de viviendas de material noble.

La producción y venta tanto de verduras como de hortalizas son actividades tradicionales que permiten a las familias obtener ingresos adicionales. Entre estos productos están: las habas, lechuga, culantro, cebollita china, entre otros. Cabe destacar que años anteriores al 2008, fue la venta de verduras y hortalizas su principal fuente de ingresos y con el transcurso de los años fue cambiando hasta ser complemento de otras actividades como la producción florícola.

La crianza y venta de cuy fue un aporte a la economía familiar. La reproducción de estos animales menores genera ingresos económicos para las familias de la asociación, quienes los expenden de diferentes formas.

La realización de la feria gastronómica “Corredor Gastronómico Real Pumamarca” durante los años 2015-2017, fue una actividad que buscó incrementar la economía familiar a través de la preparación de platos típicos locales basados en ingredientes producidos por ellos mismos. La feria se realizaba los días domingo y estaba direccionada a los visitantes locales que buscan salir del estrés que genera la ciudad; en ella se ofrecen platos típicos como el pepián de cuy, chicharrones, soltero y la infaltable bebida chicha preparada a partir de su propia producción de maíz; los precios a los que ofrecían los potajes eran menores en comparación con otras zonas de recreación; propiciaron que durante ese periodo la feria gastronómica genere ingresos económicos adicionales a las familias de la asociación Winay Rosas. Cabe destacar que para el año 2018, el expendio de comidas y bebidas dejó de ser continua.

Por último, se debe resaltar que dichas acciones han sido reforzadas por las inversiones públicas y privadas, para la promoción del desarrollo económico en el sector de Pumamarca de la comunidad de Ayarmaca Pumamarca. El gobierno local, regional y nacional, así como organismos no-gubernamentales han apoyado al crecimiento económico de las familias del sector y la asociación.

La inversión pública en el sector de Pumamarca ha fomentado el desarrollo económico de los pobladores mediante la ejecución de proyectos y/o programas. El mejoramiento de la carretera; las obras de saneamiento básico; servicios del Programa Nacional Tambos (Pais), los proyectos productivos de cultivo de flores, crianza de animales menores, preparación de potajes, la restauración de sitios arqueológicos y programas sociales, dirigidos desde las instituciones estatales conformadas por el Municipio Distrital de San Sebastián, el Gobierno Regional Cusco y programas sociales.

La Municipalidad de San Sebastián a través del fondo concursable PROCOMPITE, impulsó la producción florícola tecnificada a través de capacitaciones, asistencia técnica y donación de materiales para la producción.

Del mismo modo, organismos no gubernamentales como Word Visión, Perú Chanel, y ASODECO (HELVETAS), han trabajado en la comunidad propiciando el desarrollo económico de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas. La intervención de ONGs fue fundamental, pues promovió la especialización de productores mediante capacitaciones, asistencia técnica y donación de materiales para la realización de sus actividades agropecuarias, entre otros.

Para el año 2016, las familias productoras florícolas en el sector de Pumamarca estuvieron agrupadas en dos asociaciones: Wiñay Rosas y Tikary Ayllu. La Asociación Wiñay Rosas; fue pionera en la producción de flores de corte en la localidad y la región, propiciando la formación de la Asociación Tikary Ayllu.

De proseguir este crecimiento económico, las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas, expandirán su mercado de venta de flores de corte a otras regiones de mayor enlace económico. Durante el periodo de investigación, las familias integrantes de la asociación, tecnificaron su proceso productivo, especializando el cultivo de nuevas especies flores de corte para la venta en mercados locales y ocasionalmente en mercados regionales. Por ello, se piensa que en los próximos años expandirán su mercado regional y formarán alianzas estratégicas para conseguir mayor manejo del clientes local y regional que incremente los ingresos económicos a las familias.

No obstante, esta experiencia económica de las familias floricultoras integrantes de la asociación Wiñay Rosas motivará a los demás productores florícolas de la comunidad a producir flores de corte. Tal como sucedió con los productores de la Asociación Tikary Ayllu.

Por último, cabe destacar el cometido que cumple la economía tradicional en el proceso del crecimiento económico de integrantes de la asociación Wiñay Rosas, pues si bien se han insertado de manera exitosa en el sistema de mercado, conservan sus prácticas tradicionales. Como: el intercambio “truque”, fidelidad en la venta “caseritos”, entre otros. Además, en el proceso de producción apelan a creencias mágicas religiosas combinando con el uso de tecnologías.

En este sentido, la presente investigación “Experiencia Económica de las Familias Integrantes de la Asociación Wiñay Rosas Pumamarca, San Sebastián - Cusco (2008-2018)” tiene por finalidad estudiar la experiencia económica de inserción al mercado a través de la producción de nuevas especies de flores de corte de los integrantes de la asociación. Por lo cual se formulan las siguientes interrogantes:

A.- ¿Cuál es la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, entre los años 2008 y 2018, en cuanto al cultivo de flores?

B.- ¿Qué práctica en la producción de flores entre los años 2008 y 2018, impulso a las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, a insertarse en el mercado?

### **1.1.2. Hipótesis**

A.- La experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, entre los años 2008 y 2018, en cuanto al cultivo de flores, es la inserción al mercado con la producción de nuevas especies de flores de corte, obteniendo como resultado el crecimiento económico.

B.- La práctica en la producción de flores entre los años 2008 y 2018, que impulsó a las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, a insertarse en el mercado, es la adaptación y producción de nuevas especies de flores de corte, con el uso de tecnologías modernas.

### **1.1.3. Objetivos**

A.- Explicar la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, entre los años 2008 y 2018, en cuanto al cultivo de flores.

B.- Determinar la práctica en la producción de flores entre los años 2008 y 2018, que impulsó a las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, a insertarse en el mercado.

### **1.1.4. Justificación**

La investigación es importante porque permite conocer la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca, durante los años 2008 al 2018. La presente investigación, demuestra empíricamente el incremento económico logrado por las familias, a través de la inserción al mercado con la producción de nuevas especies de flores de corte, siendo de relevancia por ser un fenómeno que se replica en otras comunidades de la región y el país.

Los resultados del proyecto serán de utilidad para los profesionales, organismos de desarrollo y técnicos en el campo de investigación de las experiencias que impulsan el avance rural. El proyecto servirá de guía de estudios y/o fuente de información, pues dará mayores alcances para la comprensión de estas experiencias que generan aumento de los ingresos monetarios de familias rurales, a través de la inserción al mercado.

Así mismo, se busca con la investigación suministrar conocimiento, que ayude a los pobladores de la comunidad así incidencia familias de la organización Wiñay Rosas, como partida de información sistematizada de las prácticas que le conllevaron a un crecimiento económico.

Dichos beneficiarios, utilizarán el conocimiento generado como herramienta de gestión. Los profesionales, organismos de desarrollo, técnicos en el campo de investigación y las familias de la organización Wiñay Rosas,0 adquirirán este aporte como guía en la comprensión y manejo.

### **1.1.5. Marco Metodológico**

**1.1.5.1. Método.** El método que se utilizó en esta investigación fue el deductivo, porque la sistematización y análisis de los datos se hizo utilizando la teoría de Figueroa, Molina, Cáceres y Lacki.

**1.1.5.2. Tipo de Investigación.** El tipo de investigación fue explicativo, porque se explicó las relaciones causales indicadas en las hipótesis. Pues la inserción al mercado con la adaptación y producción de nuevas especies de flores de corte conllevó al crecimiento económico de las familias asociadas.

**1.1.5.3. Técnicas de Investigación.** Las técnicas que se utilizaron en la investigación fueron la entrevista, la encuesta y algunas observaciones complementarias (ver anexo 2).

**Entrevista.** El instrumento manejado para la realización de la entrevista fue la guía de entrevista. Las investigadoras visitaron a los integrantes de las familias de la asociación, durante la realización de sus actividades de producción y venta, recabando la información según las pautas de la entrevista y la disponibilidad de tiempo de cada entrevistado.

La modalidad de la entrevista efectuada fue estructurada de la siguiente manera:

**Según su Forma.** La entrevista que se manejó fue semiestructurada, porque se formularon preguntas basadas en pautas detalladas en la unidad de observación, según el criterio de las investigadoras. Esto permitió a los entrevistados responder de manera libre y en el lugar de la investigación sobre determinados hechos.

**Según el Número de Participantes.** Las entrevistas se llevaron a cabo de manera individual en el que intervinieron el investigador y el entrevistado únicamente. Así, el entrevistador propició un ambiente de confianza con el interrogado, de modo que la información recaudada fue más provechosa para la investigación.

**Según su finalidad.** Las entrevistas fueron de investigación porque se recopiló información de los sujetos para luego sistematizarlas y explicarlas.

**Encuesta.** El instrumento que se utilizó para la encuesta fue el cuestionario. Los cuestionarios se aplicaron mediante visitas domiciliarias, según la programación que brindó cada familia.

Las modalidades de encuesta fueron:

**Según su Forma.** Estuvo estructurada con preguntas abiertas, cerradas y de lección múltiple, que permitieron al entrevistado elegir la alternativa de su preferencia.

**Según su Contenido.** Fueron preguntas de conducta, opinión e información porque estuvieron referidas a las acciones, opiniones y el conocimiento de los productores florícolas de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca.

**1.1.5.4. Instrumentos.** Los instrumentos de acopio de información que se utilizaron para la investigación fueron cuestionarios para las encuestas, guía de preguntas para las entrevistas y una cámara fotográfica, (para el cuestionario y guía de preguntas ver el anexo 02 y para el registro de imágenes ver anexo 03).

**1.1.5.5. Unidad de Análisis y Unidad de Observación**

<b>Unidad de Análisis</b>	<b>Unidad de Observación</b>
<p>El objeto de estudio de la investigación fueron las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca que se dedican a la producción y venta de nuevas especies de flores de corte.</p>	<p>Actividades de producción florícola. Cambios en la actividad agrícola. Actividad comercial florícola. Fidelidad comercial. Trueque. Formas de trabajo. Organización. Los roles en la producción florícola. Valor agregado. Forma de trabajo. Actividades económicas.</p>

**1.1.6. Población y Muestra**

**1.1.6.1. Población.** El trabajo de investigación se realizó en el sector de Pumamarca perteneciente a la comunidad campesina Ayarmaca Pumamarca del distrito de San Sebastián, provincia y departamento del Cusco, con las familias integrantes de la asociación florícola Wiñay Rosas cuya población está constituida por 13 socios integrantes de la asociación. En este

sentido, la población de estudio corresponde a 13 socios pertenecientes a la asociación florícola quienes a través de la inserción al mercado generaron el crecimiento monetario.

**1.1.6.2. Muestra.** La investigación contempla al total de la población como muestra. En este sentido, está constituida por 13 productores florícolas miembros de la asociación Wiñay Rosas.

En las investigaciones cualitativas, como indican Hernández, Fernández y Batista (2003) la muestra puede estar constituida por toda la población. Es decir, la población puede ser el universo de análisis, como se da en esta investigación.

### **1.1.7. Método de Análisis**

El método con el que se analizaron los datos acopiados de la entrevista y observación ha sido cualitativo. Las entrevistas se tabularon por temas en una base de datos en el programa Microsoft office (Excel).

Para la encuesta se ha apelado al análisis estadístico frecuencial, primeramente, se codificaron los datos para luego ser procesados en el programa Microsoft office (Excel), en el que se generaron tablas y figuras.

## **1.2. Marco Teórico**

### **1.2.1. Teoría**

El estudio de la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas Pumamarca, San Sebastián, Cusco entre los años 2008 – 2018 a través de la inserción al mercado con la producción de nuevas especies de flores, se realizó a partir de las sistematizaciones teóricas de Adolfo Figueroa, José Luis Molina, Daniel Cáceres y Polan Lacki. Estos aportes ayudaron a entender la experiencia económica de las familias, pues contribuyen a

responder las preguntas: ¿Cuál es la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, entre los años 2008 y 2018, en cuanto al cultivo de flores?, ¿Qué práctica en la producción de flores entre los años 2008 y 2018, impulso a las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca - San Sebastián – Cusco, a insertarse en el mercado?

Figuroa (2001) argumenta que el crecimiento económico, como parte del desarrollo rural está vinculado al aumento sostenido de la productividad. O sea, las familias campesinas tienen la posibilidad de producir para el mercado siempre y cuando desarrollen los condicionantes o factores durante el proceso productivo.

Los factores que dan lugar al aumento sostenido de la productividad a partir de la sistematización teórica de Figuroa, son las adopciones de nuevas técnicas de producción. Es decir, la aplicación de nuevos procedimientos en la producción agrícola.

Del mismo modo, el aumento de la productividad, según Figuroa supone la adopción de nuevos factores de producción. Referido al aumento de la capacidad productiva de las familias campesinas con capital físico, capital circundante, tierras y trabajo.

Así mismo, el autor hace referencia a nuevos productos como factor de incremento de la productividad. Estos son: semillas, plántones, patrones, esquejes, entre otros, que hacen posible la innovación en la producción de las familias campesinas.

Por último, Figuroa señala que el descubrimiento de nuevos mercados de productos es otro factor que hace posible el incremento de la productividad. Este factor cobra importancia, puesto que el acceso al mercado de insumos es limitado para las familias rurales.

El autor, haciendo referencia a Schumpeter indica que estos factores constituyen la innovación tecnológica que permite a las unidades productivas producir en mayores cantidades.

Estas innovaciones surgen con frecuencia por lo que a largo plazo la productividad será sostenida.

No obstante, Figueroa plantea que la adopción y adaptación de innovaciones tecnológicas por parte del campesino está condicionada a la utilización de capital físico y al aumento del capital. Condicionada al capital físico, porque requerirá el uso de otros bienes en la producción, pues un nuevo conocimiento tecnológico incorpora el uso de nuevos insumos. Condicionada al capital humano, o sea, a la reserva de conocimientos (educación), permite a los individuos entender las prácticas innovadoras cambiantes. Estas condicionantes están limitadas a la vez por la capacidad de financiamiento de los campesinos.

Con relación a la economía campesina, Figueroa señala que está expuesta una oferta continua de innovaciones por operar en el contexto de una economía capitalista. Por ello, se podría esperar que estas unidades campesinas adoptan y adaptan nuevas técnicas de producción, nuevos insumos materiales, nuevos productos y nuevos mercados; que conlleven a la modernización de la economía campesina elevando su productividad e ingreso a largo plazo. A ello, aporta la existencia de mano de obra que es relativamente mayor en comparación con los otros factores.

Por otra parte, Figueroa indica que los campesinos deben satisfacer ciertas necesidades por la presencia del capitalismo, así, venden sus excedentes para satisfacer las necesidades, sin que ello implique que estos estén integrados al mercado. Pues esta venta, es una estrategia para complementar los requerimientos de subsistencia y no es parte de su racionalidad.

Respecto al crédito campesino, Figueroa considera que este elemento representa una de las mayores desventajas para el desarrollo rural. Pues las instituciones bancarias prefieren otorgar préstamos a largo plazo y en mayor cantidad a empresarios agrícolas que producen en

gran escala y no ocurriría lo mismo con los productores campesinos que producen a una escala menor.

El autor indica que el factor limitante en el desarrollo de la economía campesina es el financiamiento. Para el desarrollo del mercado de los pequeños productores en la etapa inicial es necesario que reciban intervención exógena (instituciones estatales y/o privadas) que les ayude acumular capital físico y humano, de manera que lograrían aumentar su productividad y serían sujetos de crédito.

En lo que se refiere al mercado proveniente del medio rural, el autor indica que existen dos tipos de productores, el primero conformado por los empresarios de las agroindustrias y el segundo conformado por las familias campesinas. Ambos operan en el contexto de la economía campesina, pero en diferentes condiciones.

Figuroa señala que las empresas agrícolas capitalistas operan en el mercado de manera distinta a las unidades campesinas. Los primeros realizan transacciones monetarias, sin saldos, sin consideraciones personales (impersonales), a corto plazo, con precios fijos y son características de las sociedades abiertas y de gran tamaño. Mientras que los segundos se caracterizan por poseer transacciones múltiples dentro de una red de relaciones generales, pueden ser a largo plazo y tener restricciones sociales, donde la ley del precio único no tiene por qué cumplirse y es característica de las micro sociedades.

En suma, Adolfo Figuroa sostiene que la producción para el mercado que genera el crecimiento económico de las familias campesinas depende del aumento de la productividad lograda a través de la adopción y adaptación de innovaciones tecnológicas en la producción. Sin embargo, la adquisición de innovaciones está condicionada al aumento del capital humano

(acrecentamiento de conocimientos) y capital físico, que a la vez están condicionados por disponibilidad de financiamiento.

Desde este planteamiento se interpreta que existe un aumento sostenido en la productividad que permitió producir para el mercado y desencadenó el crecimiento económico de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas Pumamarca-San Sebastián- Cusco, durante los años 2008-2018. La producción de nuevas especies de flores como: gladiolos, astromelias, lirios, godecias y rosas de corte, para el mercado es resultado de la adopción y adaptación de nuevas tecnologías como fitotoldos, insumos, entre otros; más el conocimiento de los productores acerca de su cultivo.

Molina (2004) en su análisis de distintos estudios realizados en el marco de la antropología económica durante el siglo XX, plantea ideas que se relacionan con el que hacer de esta investigación. Un primer tema está relacionado con la tecnología, en el que concluye que es la aplicación del trabajo para la obtención de los medios de vida, que requiere un mínimo de organización social y conocimiento. En el análisis de las sociedades cazadoras recolectoras, indica que la tecnología puede estar distribuida en toda la población o un grupo social y que se obtiene mediante la socialización entre parientes o a través de la experiencia diaria.

El autor señaló que el conocimiento de la tecnología se logra a través de la transmisión oral, con la práctica de la vida diaria, reforzado por la experiencia, ensayo, error y el experimento deliberado. Así, la repetición constante hace que el uso o práctica tecnológica sea una tradición integradora entre lo racional e irracional o dígase de lo técnico y no técnico.

Otro tema de interés para esta investigación y planteado por el autor está referido al modo de producción doméstica, el autor refiere que: se trata de la organización de la producción por la unidad doméstica que es autosuficiente y tiene sus bases en el parentesco, así como en la división

sexual del trabajo. Es decir, la producción se organiza en función a los integrantes de la unidad doméstica (familia).

Molina señala que la realización de algunos trabajos requiere de la colaboración de otras unidades domésticas para su desarrollo, de manera que surgen sistemas de cooperación. En este entender, se intercambia trabajo por trabajo, como el “ayni”, o comida y/o bebida a cambio de trabajo.

Además, el teórico agrega que el modo de producción doméstico está relacionado con la economía de prestigio. Donde se generan excedentes en la producción y como consecuencia se puede generar una posición social anhelada por los demás.

Otro tema que trata Molina es sobre los campesinos, citando a Ortiz quien caracteriza a los campesinos, indica que estos actúan racionalmente de acuerdo a las circunstancias y al nivel de información. Por un lado, pueden actuar como empresarios agricultores capitalistas, que se relacionan con bancos y por el otro actúan en el contexto de la economía de subsistencia donde prevalecen valores comunales como la reciprocidad y tienen obligaciones sociales.

En otro apartado Molina asevera que los campesinos minimizan los riesgos, por ello, cabe la posibilidad que sean renuentes a la innovación en el marco de la subsistencia, sin embargo, si la subsistencia está asegurada pueden introducir innovaciones tecnológicas. Este comportamiento es racional de acuerdo a las circunstancias y al nivel de información que se tenga. Una manera de asegurar la subsistencia son las actividades complementarias como el comercio, trabajo asalariado ocasional, crianza de animales, entre otros. En este marco, las instituciones que se presentan en una comunidad también contribuyen al aseguramiento de la subsistencia. La reciprocidad, el trabajo cooperativo, las relaciones con los patronatos y clientes aseguran la renta mínima de la subsistencia.

En relación con la economía, de mercado, el autor por medio del análisis de textos basados en la experiencia de distintas sociedades, plantea que el mercado se regula bajo los principios de oferta y demanda, sin embargo, la tecnología y la cultura tradicional se mantienen en gran medida. Los vendedores y compradores dependen del mercado para la subsistencia, pero prevalecen formas cotidianas en él, de modo que también se le atribuyen funciones sociales.

Un último tema a considerar es el relacionado al consumo del producto, Molina explica que el consumo de un producto responde a una necesidad fisiológica o de lujo. En tal sentido, el consumo se da en el marco de las relaciones sociales. El consumo finaliza con la compra en el mercado, pero el producto sigue un proceso que cumplirá una función fisiológica y social.

En relación con el ahorro, el autor precisa que este podría estar destinado a compensar posibles decrementos de los ingresos en un futuro, siendo una acción completamente racional. Que no necesariamente responderá al enunciado de “no gastar en proporción al aumento de los ingresos”.

En síntesis, Molina a través del análisis de diferentes estudios de antropología económica concluye que: (1) La innovación tecnológica se puede obtener a través de la socialización de la práctica en la familia o un grupo mayor que puede conllevar a una tradición que no necesariamente implique un conocimiento técnico. (2) El modo de producción doméstico es autosuficiente y su organización se basa en el parentesco y la división sexual del trabajo. No obstante, puede demandar trabajo cooperativo con otras unidades domésticas. (3) Los campesinos actúan dentro de la economía de mercado, también en una economía de subsistencia. Así, una familia puede ser renuente al riesgo o puede arriesgar (tecnológicamente) siempre y cuando asegure su subsistencia. (4) El ahorro dentro de la economía de mercado, en el que se consumen productos, podría darse para compensar bajas en los ingresos futuros.

Desde este planteamiento teórico, se reflexiona que las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas están inmersas en la economía de mercado, sin embargo, comparten usos y costumbres de la economía de subsistencia. Es decir, adoptan el comportamiento de la economía de mercado como es el acceso a medios de financiamiento externos (cooperativas, financieras), nuevas tecnologías y a la vez conservan elementos de la auto subsistencia, como el cultivo para el autoconsumo, modo de producción domesticar y cooperación con miembros del grupo, entre otros.

En la perspectiva de Cáceres (1995) las sociedades campesinas están pasando por un proceso de mercantilización, pues existe una reorientación de la producción para el mercado y la venta de fuerza de trabajo del campesino. El autor considera que la mercantilización de las economías campesinas se debe al desarrollo de mercados y medios de comunicación.

En este entender, para Cáceres se produce una reorientación del perfil productivo de las familias campesinas. Con productos para el mercado y por la creciente necesidad de contar con dinero en efectivo para hacer frente a las necesidades y obligaciones antes no presentes.

El autor hace hincapié al indicar que no se puede caracterizar de una única manera a las economías campesinas, pues cada grupo tiene dinámicas sociales diferentes, además de las diferencias temporales existentes. De modo que no se podría caracterizar a un grupo de campesinos actuales bajo los criterios de Chayanov, no obstante, existen características inherentes como la fuerza de trabajo familiar no remunerada y otros, que permiten distinguirlos.

Cáceres sostiene que la producción de bienes de uso por los campesinos en un contexto contemporáneo es complementada y en algunos casos hasta sustituida por bienes de cambio. Es decir, anteriormente producían para el autoconsumo y en la actualidad los campesinos producen para su consumo y para el mercado e inclusive en algunos casos únicamente para el mercado.

Tomando los postulados de Bernstein, Cáceres afirma que la mercantilización está transformando la estructura de la economía campesina. Con una división del trabajo más compleja y mercados especializados para la producción de los campesinos.

Para Cáceres, existen estrategias de producción sustentadas en los pilares de la economía campesina que permite a los campesinos posicionarse mejor para competir con los productores capitalistas. La primera relacionada con el predio rural, que es a la vez la unidad de producción y la residencia de sus miembros, y la segunda es la dependencia de las actividades productivas al trabajo familiar no asalariado que disminuye los costos de producción.

En síntesis, Cáceres asevera que las sociedades campesinas están en un proceso de mercantilización con la producción para el mercado y la venta de la fuerza de trabajo. Este dinamismo en la economía de las familias rurales les permite poseer dinero en efectivo para hacer frente a las necesidades emergentes en el contexto actual.

A partir de lo indicado por Cáceres, se evidencia las diferencias que existen entre las familias productoras florícolas de la asociación con otros productores tradicionales, puesto que innovaron la producción con flores de corte, siendo este un bien de cambio y no de uso. Sin embargo, conservan los elementos tradicionales de una economía campesina, pues su fuerza de trabajo proviene de los miembros de la familia y la unidad de producción es su residencia.

Al respecto de la agricultura, Lacki (1995) asevera que en América Latina y el Caribe puede ser rentable y competitiva si los agricultores introducen innovaciones tecnológicas, gerenciales y organizativas. Estas innovaciones deben aplicarse en toda la cadena agroalimentaria, dado que son prerequisites para que ellos se transformen en eficientes empresarios capaces de obtener insumos a precios más bajos, reducir costos de producción, incrementar sus precios de venta; entre otros; de tal modo mejorarán sus ingresos.

El autor indica que la modernización que permite la rentabilidad de la agricultura se logrará a través de la dotación de los gobiernos a los campesinos de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes. Así, se alcanzará la autosuficiencia técnica, la competitividad y especialmente la autoconfianza para que ellos mismos puedan asumir el protagonismo en la solución de sus problemas.

En relación con lo manifestado en el párrafo anterior, Lacki asevera que los campesinos deben de adoptar un modelo más endógeno, de autosuficiencia, autogeneración y autogestión, que les permita resolver sus problemas. De ser así, los campesinos podrán desarrollarse con recursos que realmente poseen, solucionar problemas aun cuando las situaciones sean adversas, aportar parte de sus recursos financieros para la compra de insumos modernos, entre otros. Señala que los campesinos que adopten este modelo en forma integral y correcta podrán reducir al mínimo la cantidad y el costo de las entradas e incrementar al máximo la cantidad, la calidad y el precio de venta de sus productos. Inexorablemente se dotarán de conocimientos, tecnologías adecuadas, mayor productividad, eficiente administración de predios, disminución en la cantidad de insumos, disminución de pérdidas, conservación de cosechas para venderlas en épocas de mejores precios y el incremento en el precio de los excedentes.

Además, afirma que las pérdidas en la producción se dan porque los agricultores no poseen los conocimientos para lograr que los factores de producción disponibles aumenten su productividad. Las pérdidas se eliminarían o disminuirían si los agricultores tuvieran alternativas tecnológicas compatibles con sus recursos y si recibieran capacitación para adoptar correctamente tecnologías más productivas y menos costosas, es decir, por falta de tecnologías adecuadas y de capacitación, ellos gastan más innecesariamente y producen mucho menos de lo que podrían producir.

Para Lacki el sistema de educación rural es la clave para solucionar los problemas existentes en la agricultura. Es decir, que el sistema educacional debe formar y capacitar agricultores con capacidad de corregir las ineficiencias y de solucionar los problemas productivos, gerenciales y comerciales que actualmente ocurren en las actividades agrícolas y ganaderas.

En resumen, Lacki manifiesta que la rentabilidad de la actividad agrícola se logra a través de la adopción de los campesinos en la producción de un modelo más endógeno, de autosuficiencia, autogeneración y autogestión, logrado mediante la dotación a estos de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes. Así, introducirán innovaciones tecnológicas, organizacionales y gerenciales que les permitan reducir costos de producción y aumentar sus ingresos.

A partir del planteamiento de Laki, se puede decir que las acciones de capacitación en la producción florícola brindada a familias de la asociación han permitido la adopción de tecnologías adecuadas, mayor nivel organizativo y gerencial que hacen posible la rentabilidad de la producción. De este modo, las familias logran incrementar sus ingresos, reducir riesgos en la producción y adoptar un modelo más endógeno que les permite hacer frente a las adversidades.

La teoría sistematizada conduce a precisar que la experiencia económica de inserción al mercado que desencadenó el crecimiento económico de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas del sector de Pumamarca de la comunidad de Ayarmaca Pumamarca, se logró precisamente tal como indican Figueroa, Molina, Caceres y Lacki , es decir, fue decisiva la capacitación que implicó la dotación de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes a los productores, además de la inclusión en la producción florícola de los factores que elevan la productividad constituidos por la adopción y adaptación de innovaciones tecnológicas. Todos

estos hechos que impulsan la intensificación de la producción florícola y el posicionamiento en el mercado generan crecimiento económico a las familias desde sus propias perspectivas. Así, la adquisición de artefactos, aparatos electrónicos, vehículos, propiedades; la construcción y mejoramiento de sus viviendas e instalaciones de uso agropecuario, sus ahorros, acceso a créditos, entre otros, respaldan el aumento de sus ingresos monetarios.

La producción de nuevas especies de flores de corte para el mercado que realizan las familias de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca, hace referencia a la experiencia económica de productores campesinos que operan para el mercado en un contexto de economía campesina. Así, la adopción y producción de flores con el uso de nuevos productos e innovaciones en la infraestructura, así como la especialización, les ha permitido insertarse en los mercados locales y regionales, posibilitando mejorar sus ingresos económicos y condiciones de vida.

En suma, la experiencia económica de las familias integrantes de la asociación Wiñay Rosas, de Pumamarca del distrito de San Sebastián-Cusco durante los años 2008-2018, es la inserción al mercado de flores de corte adaptadas y producidas por ellos mismos. Para ello, la utilización de tecnologías adecuadas, los programas de capacitación, el nivel de educación del poblador, la eficiencia en la organización y acceso a vías mejoradas de comunicación fueron factores que intervinieron en la etapa de producción y en la consolidación en el mercado.

Así se concluye que las familias de la Asociación Wiñay Rosas, innovaron su producción con un bien puramente de cambio “flores” y para el mercado, sin embargo, operan en el contexto de la economía campesina y sus principios básicos. Considerando que el factor decisivo fue la adaptación de nuevas especies de flores de corte con el uso de tecnologías y la potencialización del capital humano, las familias de la asociación evidencian la adaptación de los campesinos a

los nuevos contextos de mercado. Por tanto, demuestran la flexibilidad y dinamismo de la economía campesina.

### **1.2.2. Estado de Arte**

Razeto (1998) a partir de su investigación en América Latina específicamente en Santiago de Chile, propone una nueva concepción de desarrollo relacionada con el fortalecimiento de capacidades individuales y de grupos organizados. Los individuos deberán desarrollar sus capacidades para hacer frente a sus problemas y satisfacer sus necesidades, de este modo, el protagonismo se traslada a los actores sociales, los cuales deberán ser los responsables de la mejora de su propia calidad de vida, sus propias condiciones de existencia, aprovechando los recursos locales disponibles y potencializando las actividades económicas, sociales y culturales.

Baca (1990) a partir de la investigación de la agricultura campesina en el Perú, señala que la combinación de insumos modernos (semillas, fertilizantes, tecnologías y más) con la tecnología tradicional hace posible obtener rendimientos mayores. Se trata de adaptaciones técnicas que no son casuales, sino que corresponden a los patrones actuales de comportamiento económico de los campesinos. Así mismo, señala que la educación permite una mayor capacidad de gestión de un crédito, un aprendizaje tecnológico más rápido, una mejor asimilación de los contenidos y una mayor experiencia migracional que canaliza nuevos conocimientos tecnológicos.

Navarro (2012) asegura que el ingreso a los mercados representa adaptarse a los sistemas culturales, económicos y legales de cada contexto, mismos que, en muchos casos son diferentes a su territorio de iniciación; después de realizar los estudios estratégicos correspondientes, ya ha cubierto todas sus expectativas dentro del mercado interno o que su nivel de crecimiento le permite llegar a nuevos compradores; es el momento de tomar la decisión de integrarse al

mercado global de forma organizada. Así indica que el proceso de integración al mercado se estructura de manera sistemática, conformando un procedimiento organizacional a través del cual, maneja con mejor disposición, temas como acceso, canal de distribución, volumen de producto, precio, competencia, calidad de producto, atributos, expansión entre otros, los cuales le permitirán ubicar su producto, adecuándose a las necesidades de la creciente demanda.

Pati (2011) en su trabajo de tesis para optar al título de Licenciado en Antropología, manifiesta que en la comunidad de Huatta se observa un crecimiento económico debido a la adopción e introducción de nuevos tipos de cultivos como las hortalizas, la nueva tecnología de riego y las nuevas técnicas de producción. Sostiene que la existencia de conocimiento manifestado en el nivel de instrucción de los campesinos y la adopción de la racionalidad capitalista, han hecho posible este crecimiento.

Arriola y Rojas (2010) en su trabajo de tesis en el consejo menor de Tinke del distrito de Ocongate, mencionan que el intercambio cultural y la inserción al mercado son factores que han contribuido al cambio social en el centro poblado. La conducta campesina tradicional es una respuesta realista a las condiciones que han caracterizado sus vidas, las nuevas oportunidades que se han presentado por la intensificación del mercado han favorecido para que el poblador modifique su modo de vida, dicen que la inserción al mercado equivale a desarrollo y la gente de la zona Tinke tiene conciencia de que el crecimiento de urbanizaciones turísticas aporta para la solución de algunos de los problemas económicos de la zona.

Ballón y Cortes (2010) en su trabajo de tesis llevado a cabo en la comunidad de Raqchi; exponen que la actividad agrícola en la comunidad ha ido disminuyendo paulatinamente debido a la ausencia de políticas de estado, capital y tecnologías adecuadas que los mantengan en la actual economía de mercado. Así, los productores agrícolas y pecuarios han sustituido estas actividades

por actividades relacionadas con el turismo debido a su alta rentabilidad, pues les genera mayores ingresos, además, la sustitución de estas actividades tradicionales en la comunidad ha debilitado la organización social, política y económica.

Calle (2010) en su trabajo de tesis para optar al título de Licenciado en Antropología, manifiesta que los pobladores de la comunidad campesina de Huancaray, dejaron de lado las actividades agrícolas tradicionales para dedicarse al recojo de cochinilla que genera mayores beneficios económicos. Las actividades principales tradicionalmente practicadas en la comunidad han cambiado paulatinamente; actualmente los pobladores producen tunas y recogen la cochinilla que se reproduce en su penca para la venta en el mercado.

Fernández (1999) en su tesis presentada para optar al título de economista, en su trabajo de investigación en el distrito de Limatambo, señala que el margen de utilidad es mejor con una producción optimizada, pues permite una elevación sustancial del nivel de vida de los productores de Limatambo. El autor asevera que existe una relación de causalidad entre el uso de insumos industriales y el grado de instrucción de los productores.

Gómez (1988) en el Seminario Permanente de Investigación Agraria SEPIA II, sustenta a partir de su investigación de campesinos en el valle del Mantaro, que el cambio tecnológico constituye una estrategia para elevar los ingresos de los campesinos. Pues las brechas de productividad entre los agricultores dependen en gran medida de las diferencias tecnológicas adoptadas por las unidades agrícolas, contempladas en el nivel de adopción de insumos y factores modernos en cada unidad y la intensidad con que ello se produce, así las unidades productivas que adquirieron nuevas tecnologías para la producción incrementan su ingreso en comparación con las que no lo hicieron.

Así mismo, Gómez (1986) refiriéndose a la economía campesina, sostiene que en la actualidad esta se encuentra integrada al mercado, aunque los niveles de integración pueden ser diferentes por regiones debido principalmente a los accesos que unen las ciudades con las comunidades campesinas. Esta integración se debe a la expansión del capitalismo en el área andina, por lo tanto, la economía campesina es una economía de mercado porque produce para el mercado, dando a conocer que por lo menos un porcentaje de los ingresos campesinos resulta de transacciones mercantiles que desmiente cualquier imagen relativa a la autosuficiencia. Indica que el objetivo principal de las familias campesinas es satisfacer las necesidades familiares y complementariamente la acumulación.

Calisto (1986) en SEPIA I, tratando el tema de economía campesina basada en producción, el consumo y la obtención de ingresos, argumenta que los comuneros establecen relaciones con el capital comercial, unidades de producción y de servicio basadas en relaciones de producción capitalistas, distintas en esencia a las que se desarrollan al interior de las unidades domésticas sin que lo tradicional se disipe, en las que sus habitantes participan aún de formas de cooperación, trabajo e intercambio monetario que se combinan con otras que sí pasan por la esfera capitalista. Vale decir que la presencia capitalista y una gran integración a la sociedad global no somete a los comuneros a la pérdida de sus costumbres, tradiciones y organización basándose en la reciprocidad, asevera que subsisten en dinámicas económicas distintas, sin perder vigencia dentro de la economía campesina.

Landini (2011) a partir de su investigación en la provincia de Formosa, Argentina, respecto a la racionalidad económica campesina, plantea que la lógica campesina no es la misma de los empresarios capitalistas. A través de distintos aportes teóricos y su trabajo de campo, caracteriza la racionalidad campesina de la siguiente manera: Sostiene que esta se organiza por

medio de la mano de obra familiar, se orienta a la subsistencia familiar y no a la obtención de ganancias sobre el capital invertido, reducen riesgos antes de maximizar ingresos, esperan contar con más bienes que solo se pueden adquirir con dinero, evalúan sus actividades y priorizan las de corto plazo, evalúan sus posibilidades para la adopción de tecnologías, evalúan de manera concreta los resultados económicos de sus actividades productivas y poseen habilidades para manejarse eficientemente en contextos de escasez económica. Considerando que cada sociedad dista de las demás y la forma de pensar de ellas es diferente.

Novella y Salcedo (2006) exponen en el Seminario Permanente de Investigación Agraria SEPIA XI; en referencia a los determinantes para la adopción de tecnologías para la producción de café orgánico en el Perú, que los productores con mayores posibilidades de adoptar tecnologías son los que poseen mayor nivel educativo, mayor manejo del cultivo, son más organizados y arriesgados. Al adoptar nuevas tecnologías y producir café orgánico los productores mejoraron sus condiciones socioeconómicas en comparación con los productores convencionales.

Agreda (1999) en el SEPIA VII, a partir de su investigación de las posibilidades de la pequeña producción en las condiciones de mercado en el contexto peruano, deduce de la referencia de estudiosos que los pequeños productores deben realizar cambios radicales para la inserción exitosa en el mercado. Estos cambios están relacionados con la estructura de producción comprendida por la introducción de nuevos cultivos, la tecnología mediante la adopción de nuevos procesos logrados con capacitación, la gestión para que les permita incursionar en mercados y el acceso a recursos como crédito, equipos y máquinas.

Paullo, Elorrieta y Machacuay (2016) a partir de sus experiencias, exponen sobre la racionalidad económica campesina en su libro “Diseño y Aplicación de Instrumentos de Gestión

del Desarrollo Económico Territorial”, que esta se orienta a la acumulación de la familia. Sostienen que se encamina a satisfacer las necesidades familiares, mejorar las condiciones de hábitat, educación, seguridad. Así, se prioriza la capitalización de la familia y no de la empresa.

La CEPAL (2005) a través de la Unidad de Desarrollo Agrícola, en una publicación denominada “El Nuevo Patrón de Desarrollo de la Agricultura en América Latina y el Caribe: Panorama 2005”, sostiene que Brasil y Argentina tienen éxito en el mercado de la soya debido a su óptima conducta empresarial dada por la organización productiva asociada con la prestación de servicios para la provisión de insumos, crédito, maquinaria, asistencia técnica, entre otros. La modernización y especialización en el cultivo de soya ha permitido la eficiencia en la producción, de este modo Brasil es el primer exportador mundial de soya y Argentina el segundo.

De Olazabal, Delpero y Flores (2013) en su investigación “Planeamiento Estratégico de Flores” para optar el título de Magíster en Administración Estratégica, por la PUCP, plantean que la producción de flores se realiza cerca de los mercados, puesto que son productos perecederos y así ocurre en todo el mundo. Acerca de la actividad florícola en el Perú, indican que mayoritariamente es para abastecer el mercado local, además consideran que los inconvenientes para la expansión territorial al ámbito internacional, están relacionados a la infraestructura y tecnología para el transporte.

Gasselin (2001) en su trabajo realizado acerca de la explosión de la floricultura de exportación en la región de Quito, Ecuador, argumenta que el éxito del mercado florícola en este país se debe a ventajas comparativas. Estas ventajas son: Las excelentes condiciones agroecológicas; los bajos costos de producción en mano de obra, consumo energético, agua, tierra, infraestructura e insumos; también las políticas públicas que brinda facilidades a los

productores; de este modo, los productores logran flores de calidad y están en la capacidad de abastecer los mercados en épocas de gran demanda.

Orozco (2007) en su estudio “Entre la Competitividad Local y la Competitividad Global: Floricultura Comercial en el Estado de México”, tiene la intención de mostrar que el impulso de la demanda renueva la producción de la flor de corte en el Estado de México, fortaleciendo las relaciones entre el mercado, su demanda y el proceso de comercialización. Indica que los floricultores han aumentado su productividad tanto individual como corporativa en el mercado. Así mismo, la variación de precios es una constante, ello se debe a ciertos factores que modifican la relación entre oferta y demanda. En la demanda se destacan las preferencias individuales, la temporada de venta, así como la competencia con productos plásticos u otras variedades de flores de ornato. En la oferta sobresale la naturaleza perecedera de las flores, cuyo ciclo de vida puede ser afectado por la distancia entre las áreas de producción y las de consumo.

El Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa en el Perú - APOMIPE (2009) de la intervención en la comunidad de Chitapampa, exponen en experiencias promovidas por el programa denominada “Redes Empresariales: Casos de Asociatividad y Negocios Rurales Exitosos” que la Red de Productores de Flores del Paraíso de la Comunidad de Chitapampa, distrito de Taray, provincia de Calca, en el Cusco lograron incrementar sus ingresos económicos y mejorar sus condiciones de vida gracias al incremento de la producción de flores por el uso de invernaderos. Consiguieron flores de mayor calidad y los ingresos por la venta de las mismas crecieron en un 20 %, la construcción de invernaderos les permitió incrementar su nivel de producción para abastecer conjuntamente al mercado regional de una manera sostenida, produciendo mayor cantidad de flores fuera de estación que es cuando el precio y la demanda son más favorables.

Ibérico (2014) presidenta de la Asociación Peruana de Arquitectura del Paisaje APP, en una entrevista brindada al diario “Correo”; señala que los obstáculos que impiden el crecimiento del mercado florícola en el Perú son la condición de minifundistas de los productores, la falta de vías de comunicación que conecten el campo con la ciudad y la falta de capacitación tecnológica. Dice que los minifundistas tienen obstáculos porque necesitan asociarse para incrementar el mercado y sostiene que para consolidar el negocio es necesario la creación de un mercado mayorista de flores.

Velásquez (2014) presidente de Sierra Exportadora, en un artículo publicado por esta institución manifiesta con respecto a la producción de las hortensias en Huánuco, que la asistencia técnica en el proceso de cosecha y en la postcosecha permiten mejorar e incrementar la producción de estas flores. En temas de sanidad, selección de tallos, raleo, nutrición de plantas, en el envasado para la exportación, entre otros.

Paño (2017) expone en su proyecto de investigación, para optar el título profesional de economista, que los productores florícolas de las comunidades de Pumamarca y Ccorao cuentan con: (1) un proceso productivo semitecnificado, (2) conocimientos técnicos y prácticos para mejorar la productividad, y (3) mayores ingresos económicos por la producción de flores. Todo ello en gran medida por la implementación de iniciativas de apoyo a la competitividad productiva PROCOMPITE, del gobierno local, en el año 2014-2015.

Yopez (2005) en el “Estudio de Mercado de Flores Regional-Cusco”, para la asociación ASODECO, sostiene que los principales factores limitantes para producción de flores en los sectores de Pumamarca y Ticapata en el año 2005, fueron de índole técnico, productivo, comercial y organizacional. Los productores no contaban con uso y manejo de nuevas tecnologías, información técnica desactualizada, ni estaban organizados, así mismo no contaban

con el apoyo de instituciones públicas y privadas. Su estructura productiva no había desarrollado el uso de invernaderos u otras alternativas, principalmente por los costos. El sistema de comercialización era deficiente para el manejo del producto y la falta de organización, que mermaba el producto y castigaba el precio. La falta de organización, impedía que obtuvieran mayores ganancias, así mismo abastecer los mercados, pues no le permitía en la producción minimizar costos en: compra de insumos, transporte, entre otros. Del mismo modo, Yépez, propone la utilización de nuevas tecnologías, fortalecimiento de las capacidades técnicas y la creación de asociaciones florícolas.

Meza y Gomero (2007) plantean que las condiciones socioeconómicas, sociolaborales y ambientales de la producción de flores en el Perú es minifundista y de débil organización por lo cual no se puede obtener ventajas en el mercado. Sustentan que no existen condiciones para la presencia sindical y los pequeños productores solo abastecen para el consumo interno y local en comparación con otras empresas constituidas que exportan su producción.

Aquehua y Castillo (2019) en su trabajo de investigación para optar al título de licenciadas en Administración, indican respecto a la asociación rosales de Mandorni que los clientes tienen una percepción favorable respecto a las rosas que producen y los precios de venta. Afirman que las ventas en la mayoría de los casos son en lugar de producción, y los compradores de florerías de la ciudad surten flores de la región con flores de otros departamentos.

Flores (2019) en su trabajo de investigación para optar al título de licenciada en Antropología, sostiene que la percepción de los pobladores de San Isidro de Chicón respecto a las flores naturales, es de ser plantas que aportan a las diferentes dimensiones de la vida del hombre andino. En este entender, asumen una responsabilidad social, aportan a la salud, predicen comportamientos de la naturaleza y tienen un valor simbólico en las festividades. Por otra parte,

la percepción de las flores cultivadas, es de ser plantas que generan ingresos económicos y tienen un valor comercial. De manera que, aportan a diferentes dimensiones de la vida de los hombres de los centros urbanos.

Mamáni y Merma (2019) en su trabajo de tesis para optar al título de Licenciadas en Administración, manifiestan que los productores de flores del distrito de Quiquijana poseen: un proceso productivo semi tecnificado, capital productivo adecuado, un nivel limitado de innovación en el producto debido al alto costo de implementación, así como asistencia técnica y capacitaciones. En cuanto a la comercialización, indican que los floricultores realizan ventas colectivas e individuales en Urcos, Sicuani y Cusco.

Ochoa, Y. (2021) en su trabajo de investigación para optar al título de licenciada en Antropología, manifiesta que los proyectos implementados en la comunidad de Ccorao durante los años 2000-2015, han ayudado a incrementar las ventas y mejorar la calidad de vida de la población. Los proyectos generados fueron el cultivo de flores, crianza de cuyes y otros, en los que se aplicaron nuevas tecnologías y para lo cual fueron capacitados.

Del documento de la Municipalidad Distrital de San Sebastián, el proyecto “Mejoramiento Carretera Santutis Chico, CC. Pumamarca, Abra San Martín” ejecutado entre los años 2007-2012, se concluye que la carretera es un factor que contribuye al desarrollo económico de las familias rurales situadas a lo largo de la vía. Fomenta mayor interacción entre los pobladores y autoridades locales, brinda facilidades de transporte a mercados locales, la intervención de instituciones públicas y privadas mediante el desarrollo de las capacidades de negocios; todos estos hechos resultan de suma importancia para el incremento de los ingresos de los pobladores, así como el fortalecimiento de los mercados.

Recharte (2012) realizó una investigación acerca de la violencia familiar en la comunidad de Ayarmaca Pumamarca para optar el grado de Licenciado en Antropología, en él, expone que la violencia familiar está estrechamente ligada al alcoholismo y al cambio en los roles de género pues las mujeres trabajan generando ingresos económicos para la familia. Plantea que este contexto produciría un desafío para la sociedad patriarcal.

De las treinta y una lecturas efectuadas, dieciséis lecturas muestran diferentes experiencias exitosas, logradas principalmente por factores tecnológicos, de especialización y organización, coexistiendo entre la economía capitalista y la economía de subsistencia. De esta manera, el cambio de producto, la adopción tecnológica, la capacitación constante, la organización, manejo de nuevos cultivos, cambio de actividad agrícola, entre otros, propiciaron el posicionamiento en el mercado, que dio lugar a una mejora económica sin dejar de moverse dentro de la economía campesina. Además, trece lecturas caracterizan la actividad florícola, en estas se precisan las condiciones para su desarrollo. Así mismo, dos lecturas exponen características del área de estudio.

Por lo tanto, en el caso de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, se observa que la experiencia económica de inserción al mercado a través de la producción de nuevas especies de flores, les permitió incrementar sus ingresos monetarios. Este hecho se produjo a partir del uso de nuevas tecnologías, programas de capacitación, manejo adecuado del cultivo y acceso a vías mejoradas de comunicación.

### **1.2.3. Marco Conceptual**

**Actividad Económica.** Es “toda acción humana dirigida a la creación de valor, en forma de bienes y servicios, que se aplicarán a la satisfacción de necesidades” (Rodríguez, 2009, p. 4).

**Adopción Tecnológica.** Cáceres, Silvetti, Soto y Rebolledo (1997) indican que son las tecnologías de origen externo o exógenas, las cuales se incorporan por los productores a sus unidades de producción. De manera que el proceso de adopción tecnológica es complejo por los factores técnico productivos, la red de relaciones sociales donde los agentes confrontan lógicas distintas y desarrollan actividades diferentes.

**Adaptación Tecnológica.** “Es una operación tecnológica por medio del cual la tecnología que adquirimos, incorporada o desincorporada, en cualquier tipo de canal, la modificamos con el fin de que sea más eficiente en las condiciones del sistema para el cual adquirimos la tecnología” (Carbajal, 2013, Adopción tecnológica: párrafo 1).

**Bienestar Económico.** Escobar (2011) es el acceso que tiene la población total de un país a los ingresos generados como resultados del crecimiento económico y los empleos creados, además de considerar los balances socioeconómicos que determinan el nivel y la calidad de vida, tales como educación, salud, alimentación, vivienda y dotación de servicios básicos.

**Capital Humano.** “Schultz concebía el capital humano no solamente como compuesto por el acervo educativo de un país, sino también por la capacidad de generar conocimiento y por su infraestructura investigativa” (Uribe, 2008, p.78).

**Competitividad.** Según Escamilla, Caldera y Ortega (2013) la competitividad en la actividad florícola es la capacidad de los productores para producir bienes y servicios de forma eficiente, de tal manera que estos puedan competir y lograr mayores cuotas del mercado, ya que estos por tanto, se ha identificado factores que inciden en la competitividad tales como:

productividad, infraestructura, recursos humanos, actividades tecnológicas, logística, mercadotecnia, servicio, distribución y precios, ya que éstos determinan la situación en la que se encuentra la agrupación o empresa.

**Crecimiento Económico.** El crecimiento es el “incremento de los factores de producción de la economía. Se utiliza en la bibliografía actual para hacer referencia al proceso de expansión de las economías desarrolladas” (Rodríguez, 2009, p. 31).

**Especies.** Según Templeton (1989) una especie consiste en una población o grupo de poblaciones que comparten un destino evolutivo común a través del tiempo. Esta definición tiene la ventaja de ser aplicable tanto a grupos vivientes como a grupos extintos y a organismos sexuales y asexuados. Además, hace hincapié en el hecho de que una unidad de especie puede mantenerse unida no solo a través del flujo génico, sino también a través de restricciones del desarrollo, genéticas y ecológicas. Las decisiones de dar estatus de especie se toman usualmente en función de patrones de cohesión fenotípica dentro de un grupo de organismos versus la discontinuidad fenotípica entre los grupos. Obviamente, los polimorfismos pueden existir incluso dentro de las poblaciones locales, y muchas especies son politípicas.

**Experiencia.** “Las experiencias son procesos históricos y dinámicos: están en permanente cambio y movimiento...las experiencias son procesos complejos: intervienen una serie de factores objetivos y subjetivos que están en interrelación” (Jara, s/f, p. 3).

**Demanda.** “Está constituido por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios” (Rodríguez, 2009, p. 35).

**Floricultura.** Según Pineda, J. (2020) es una práctica orientada al cultivo, producción y comercialización de flores y plantas ornamentales. Esta disciplina se dedica al cultivo de flores, agricultura, homogeneidad en los productores, permite ambientes en invernaderos, capital y

mano de obra en la superficie de la tierra, parte fundamental de la horticultura, y con tecnologías nuevas mejorar los periodos de producción.

De acuerdo a los tipos de floricultura podemos distinguir a la particular y la comercial. La particular hace referencia a la jardinería y cultivo de plantas con flores para su decoración, la floricultura comercial se basa en el lucro, plantas para la ornamentación y otras actividades industriales o comerciales en relación al cultivo de plantas. Este último pretende lograr la producción óptima de capullos de flores o semillas para nuevas variedades y estilos flores, mejorando el almacenamiento, envasado, manufactura de capullos, de flores, brotes, desbrotado, tratamiento postcosecha, fertilización, conservación, empaque, poda, tutorado y otras labores en el área de flores de corte y plantas.

**La Asociación.** “La asociación es una organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a través de una actividad común persigue un fin no lucrativo” (Código Civil Peruano, Artículo 80, p. 95).

**Mercado.** “El mercado es un mecanismo por medio del cual los compradores y vendedores interactúan para fijar los precios de bienes y servicios” (Mochón, 2006, p. 9).

El mercado es el “lugar en el que compradores (demanda) y vendedores (oferta) se reúnen para efectuar intercambios” (Barfield, 2000, p. 307).

**Nuevos Cultivos.** Meier (1980) señala que los nuevos cultivos implican reintroducción de recientes variedades de productos en medios geográficos en los cuales no tuvieron su origen. Es la introducción de nuevas plantas provenientes de otras partes del mundo, que modifican la productividad y el medio natural.

**Oferta.** Méndez (2009) afirma que es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad. En razón a ello, se define como oferta individual y como oferta total.

**Producción.** “Es todo proceso por medio del cual se crean bienes y servicios económicos. Actividad cuyo fin directo o indirecto es la satisfacción de las necesidades de prestación de servicios” (Hernández, 2006, p.304).

**Productividad.** “La productividad desde el punto de vista económico se define como la proporción existente entre los resultados obtenidos (productos o servicios) y los recursos aplicados a su obtención” (Toro, 1990, p. 312).

**Producto.** Es el “resultado material o concreto del proceso de producción, en términos del bien elaborado u obtenido” (Rodríguez, 2009, p.100).

**Racionalidad Económica.** Molina (2004) sostiene que consiste en la adquisición de bienes por un grupo social más allá del simple crecimiento monetario. Priorizando el beneficio del conjunto al antes que el particular. Así pues, para el autor esta racionalidad económica trata del proceso de creación utilidades materiales, priorizando el beneficio grupal y la forma en que este proceso priorizan los requerimientos, ya sean políticas, éticos, entre otros; trasladando a un segundo plano la eficiencia de medios y fines propiamente dicha.

## **2. Capítulo II: Referencia del Área de Estudio y de la Actividad Florícola.**

En este capítulo se presentan los aspectos generales del sector de Pumamarca, lugar donde se realizó la investigación, así como la historia y características específicas de la producción florícola, como origen, producción a nivel nacional y local; del mismo modo características generales de la asociación. Se especifica el medio geográfico y ambiental, así como los aspectos sociales, económicos y culturales, de igual forma las características de producción a nivel internacional, países pioneros y resaltantes en cuanto a la producción florícola, así como los orígenes de la producción florícola en el Perú, características de la producción, peculiaridades de la floricultura en la época colonial e inicios de la producción florícola en Cusco, finalizando con las particularidades de la organización Wiñay Rosas.

### **2.1. Referencia del Área de Estudio**

#### **2.1.1. Aspectos Geográficos y Ambientales**

**2.1.1.1. Ubicación Geográfica del Sector de Pumamarca.** El sector de Pumamarca de la comunidad de Ayarmaca Pumamarca está ubicado en el distrito de San Sebastián, provincia y departamento del Cusco; al noreste de la capital provincial. Está localizada en la microcuenca de Pumamarca a 12 kilómetros del centro de la ciudad, en la ecorregión natural quechua con una altura de 3495 m s. n. m. (Zegarra y Guillen, 2006).

En el “Censo de Población y Vivienda 2007”, se considera al sector de Pumamarca como un caserío, ubicado en la región natural de sierra, y en la ecorregión quechua, con una altura de 3495 m.s.n.m. (INEI, 2007).

El sector de Pumamarca limita por el norte con las comunidades campesinas de Ccorao y Yuncaypata, por el sur con el predio Puyoc Patapatayoc, por el este con la comunidad de Ccorao

y por el oeste con la comunidad de Quillahuata (Informante 14, autoridad comunal, 47 años, 2017). Véase, la siguiente figura 1:

### Figura 1

*Imagen satelital del sector de Pumamarca.*



Nota. Adaptado de Google Maps. 2020.

La comunidad está dividida en tres sectores. Estos son Ayarmaca, Pumamarca y Tikapata. Además, el sector de estudio está dividido por barrios los cuales son, Capital, Iglesia Pata y Qinray. (Informante 14, autoridad comunal, 2017).

#### **Vías de Acceso.**

El sector de Pumamarca tiene tres formas de acceso. Puede ser por camino de herradura o carretera. A continuación, se detalla los medios de acceso, tomando como punto de partida la plaza de armas de la ciudad del Cusco:

**Carretera ENACO- Ccorao.** Se parte de la plaza de armas del Cusco con dirección a Enaco (San Sebastián), la distancia aproximada es de 3 km, desde Enaco al sector Pumamarca se

va por la carretera “Santutis Chico-Abra San Martín” con una distancia de 4 km. Desde este punto, el recorrido puede ser a pie cerca de 30 minutos o en algún vehículo de transporte en aproximadamente 10 minutos. Se brinda servicio de transporte urbano durante todo el día. Cabe mencionar que es la principal vía de acceso a la comunidad y al sector.

**Por el Camino de Herradura.** Existe un camino de herradura que inicia aproximadamente a la altura del segundo paradero de San Sebastián, por la urbanización Cantuta atravesando las andenerías, el tiempo de llegada es aproximadamente de una hora. Actualmente esta vía es poco utilizada debido a la accesibilidad y a la afluencia vehicular por Enaco. (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2018).

**Por la Comunidad Campesina de Quillahuata.** Se parte de la plaza de armas hasta el tercer paradero de San Sebastián, del lugar se toma la carretera que desvía hacia la comunidad de Quillahuata, desde ahí, se continúa el recorrido por la carretera que llega hasta Pumamarca. El tiempo de cruce es de 30 minutos aproximadamente (Informante 14, autoridad comunal, 2017).

### ***Clima***

El sector de Pumamarca de la comunidad de Ayarmaca Pumamarca tiene el clima que corresponde a la zona de la región suni; con un clima caracterizado por una precipitación efectiva semi seca, distribuido en el año durante la primavera, verano y otoño; con una eficiencia térmica templada y de humedad atmosférica moderadamente húmeda. Con temperatura promedio anual de 11°C. La temporada de lluvia es de noviembre a abril. (Bezold, en Calvo, 2005).

### ***Recursos Hídricos***

La comunidad goza de recursos hídricos conformados por un río, riachuelos y manantes, los cuales son aprovechados para la actividad agrícola, pecuaria y consumo humano. El agua

para riego por aspersión y goteo proviene del ojo de agua “Uñuc Ñahui”, el agua para consumo humano es del manante “Orcon Pujio” el cual es clorado en la caja de captación para su posterior distribución a las viviendas. (Informante 10, autoridad comunal, 46 años, 2017)

#### **2.1.1.2. Aspecto Físico – Ecológico**

La comunidad de Ayarmaca Pumamarca está asentada sobre un suelo aluvial del valle de los ríos Huatanay y Cachimayo, tiene una topografía ondulada con pendientes que varía entre el 2 y 12 %, circundada por cerros de altura variada con pendientes de moderadas a abruptas. Se extiende de 3,248 m.s.n.m. hasta los 4,053 m.s.n.m., en el cerro Pícol, al noreste. (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2018).

#### **2.1.1.3. Flora y Fauna**

**Flora.** Constituida principalmente por especies como: llulli (*Barbadesia Horrida*), chinchircuma (*Mutisia Acuminata Hirsuta*), pacpa (*Agave Americano*), kiswar (*Buddleja Incana*), sauco (*Sambucus Peruvianus*), queuña (*Polilapiz Incana*), entre otras. (Bezold, en Calvo, 2005).

**Fauna.** Constituida principalmente por especies como: llut’tu (*Nothopocta Pendaflandi*), q’uillichu (*Falco Spaverius*), q’uente (*Patagonias Gigas Peruviana*), atoc (*Duccycion Culpaesus*),añas (*Conepatus Rex*), ccatai (*Mustela Frenata*), taruca (*Hypocamelus Antisensis*), poronccohue (*Cavia Tschudil*), entre otros. (Bezold, en Calvo, 2005).

## 2.1.2. Aspectos Sociales, Económicos y Culturales

### 2.1.2.1. Aspectos Sociales

**Población.** La población del sector de Pumamarca en el año 2017 ascendía a 604, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática. A continuación, se presenta la tabla 1 que muestra el tamaño de la población según el sexo. (INEI, 2017).

**Tabla 1**

*Población demográfica total según sexo*

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cantidad de varones	300	49.67 %
Cantidad de mujeres	304	50.33 %
<b>Población total</b>	<b>604</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de información INEI, 2017.

De la tabla 1, muestra que, del total de la población, 300 habitantes son varones y 304 habitantes son mujeres, sumando un total de 604 habitantes que representa el total de la población. (INEI, 2017).

De igual manera se presenta la tabla 2, de población según edades. (INEI, 2017).

**Tabla 2**

*Población total según edad*

<b>Sexo</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>Rango de edades</b>								
			<b>0-9</b>	<b>10-19</b>	<b>20-29</b>	<b>30-39</b>	<b>40-49</b>	<b>50-59</b>	<b>60-69</b>	<b>70-79</b>	<b>80 a más</b>
Varones	300	49.67%	56	66	49	46	37	29	10	5	2
Mujeres	304	50.33%	50	69	54	43	35	22	19	6	6
<b>Total</b>	<b>604</b>	<b>100%</b>	<b>106</b>	<b>135</b>	<b>103</b>	<b>89</b>	<b>72</b>	<b>51</b>	<b>29</b>	<b>11</b>	<b>8</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de información INEI 2017.

La tabla 2, muestra que el rango de edades varía por nueve años de la siguiente manera: 0 a 9 años con 106 habitantes, 10 a 19 años con 135 habitantes, 20 a 29 con 103 habitantes, 30 a 39 años con 89 habitantes, 40 a 49 años con 72 habitantes, 50 a 59 años con 51 habitantes, 60 a 69 años con 11 habitantes, 80 años a más con 8 habitantes, constituyendo 604 habitantes del sector de Pumamarca en total; y la mayor concentración de población se da entre los 10 a 19 años con 66 hombres y 69 mujeres, de similar modo se muestra que la menor cantidad de población se da entre las edades de 80 a más contando con 2 hombres y 6 mujeres. (INEI, 2017).

**Características de los Habitantes de Pumamarca.** La población del sector de Pumamarca en el año 2017, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, se caracterizó de la siguiente manera en la tabla 3 (INEI, 2017).

**Tabla 3**

*Características de los habitantes de Pumamarca*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Con DNI o Carnet de Extranjería	474	78.48 %
Niños de 0-3 años	32	5.30 %
Personas de 15 años a más	434	71.85 %
Analfabetos mayor de 15 años	52	8.61 %
Persona con seguro SIS	406	67.22 %
Personas sin algún seguro de salud	171	28.31 %
Personas con algún seguro salud	433	71.69 %
Personas con alguna discapacidad	43	7.12 %

*Nota.* Elaboración propia a partir de información INEI, 2017.

Según la tabla 3, los habitantes sector de Pumamarca están conformadas por un total de 604 habitantes de los cuales; 474 personas cuentan con DNI o carnet de extranjería, 32 niños entre los 0-3 años de edad, 434 personas de 15 años a más, 52 personas analfabetas mayores de 15 años, 406 personas con seguro SIS, 171 personas sin algún seguro de salud, 433 personas con algún seguro de salud, 43 personas con alguna discapacidad. (INEI, 2017).

**Educación.** Los servicios educativos que se brindan en el sector Pumamarca es educación inicial y primaria. El servicio de educación inicial Pumamarca, atiende a infantes de tres, cuatro y cinco años de edad, con asignación de dos docentes. Este servicio se ofrece desde el año 2014, en años anteriores contaban con el Programa no Escolarizado de Educación Inicial “PRONOEI”.

La Institución Educativa Primaria 50046, atiende a niños y niñas que cursan de primero a sexto grado. Años atrás, se ofrecía el servicio hasta el cuarto grado; y los estudiantes tenían que desplazarse hasta el distrito de San Sebastián para concluir sus estudios primarios, razón por la cual, existen muchos adultos con estudios de educación primaria inconclusos. Actualmente, es una Institución Educativa poli docente que atiende a todos los grados. (Informante 15, 2016).

A continuación, se presenta una tabla 4, con datos del número de alumnos, docentes y secciones por año de las I.E. del sector de Pumamarca.

**Tabla 4***Cantidad de alumnos, docentes y secciones de la I.E.I. Pumamarca*

	AÑOS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I. E. 50046	Alumnos	104	106	80	68	77	68	62	60	56	63	80
	Docentes	4	2	2	4	5	4	4	5	4	5	5
	Secciones	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
I.E. Inicial	Alumnos	--						22	28	31	33	35
	Docentes	--						2	1	1	2	2
	Secciones	--						3	3	1	3	3

*Nota:* Elaboración propia a partir de datos de ESCALE-MINEDU, 2020.

En la tabla 4, se observa el número de alumnos, docentes y secciones a partir del año 2008 hasta el año 2018 de la I.E. Primarias. El número de alumnos entre esos años oscila entre 56 y 104, de docentes entre 2 y 5, mientras que el número de secciones fue constantemente 6.

En el caso de la I.E. Inicial, la cantidad de alumnos se incrementó con el transcurso de los años, el primer año 2014, contó con 22 alumnos y a partir de ahí se fue incrementado hasta que en el año 2018 ya contaba con 35. En cuanto a los docentes, el servicio cuenta con dos docentes al 2018. (MINEDU-ESCALE, 2020).

Respecto al nivel educativo de los pobladores de Pumamarca, el Censo 2017 – INEI, presenta datos respecto al jefe de hogar, en el cual se evidencia que, existe mayor número de jefes de hogar varones y estos poseen algún nivel de estudios. Para mayor detalle se muestra la siguiente tabla 5:

**Tabla 5***Nivel de educación del jefe de hogar*

<b>Jefe de Hogar</b>	<b>Varones</b>	<b>Mujeres</b>
Sin nivel de educación	05	12
Educación inicial	00	00
Primaria incompleta	22	13
Primaria completa	18	04
Secundaria incompleta	19	04
Secundaria completa	33	09
Educ. Sup. no universitaria incompleta	02	01
Educ. Sup. no universitaria completa	02	01
Educ. Sup. universitaria completa	00	00
Educ. Sup. universitaria completa	02	02
	63	46

*Nota:* Elaboración propia a partir de datos de ESCALE-MINEDU, 2020.

La tabla 5, evidencia que, en el año 2017, a) las personas consideradas como jefes de hogar en Pumamarca, estaba constituido por 63 varones y 46 mujeres; b) del total de jefes de hogar varones, 05 no tenían ningún nivel de estudios; c) la mayoría de varones curso estudios secundarios completos o incompletos; d) de las 46 mujeres consideradas jefes de hogar, 12 no tenían ningún nivel de estudio y e) se presenta mayor número de mujeres con estudios primarios incompletos.

**Religión.** En el sector de Pumamarca se profesa la religión católica y evangélicas. La católica tiene iglesia en el sector, las evangélicas cuentan con iglesia o realizan sus cultos en la casa de sus fieles. Gran parte de la población es de fe católica, así, como se muestra en la tabla 6 (INEI, 2007).

**Tabla 6***Religión que se profesa en el sector de Pumamarca*

<b>Religión</b>	<b>Católica</b>		<b>Evangélica</b>		<b>Otros</b>		<b>Ninguno</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Pobladores	591	97.85 %	4	0.66 %	9	1.49 %	0	0
<b>Total</b>	<b>604</b>							

*Nota.* Elaboración propia a partir de datos del censo de población y vivienda, 2007.

De acuerdo a la tabla 6, la religión que profesan, del 100 % el 97.85 % profesa la religión católica, el 0.66 % es evangélico y el 1.49 % profesan otras religiones.

**Salud.** En la comunidad no existe un centro de salud, los pobladores para acceder al servicio de salud acuden a la capital de distrito y a la ciudad del Cusco. En el servicio estatal, la comunidad pertenece a la Red de Salud Cusco-Sur y territorialmente al Centro de Salud San Sebastián y Posta de Salud Santa Rosa. El Centro de Salud, realiza constantes monitoreos a mujeres gestantes e infantes para su vacunación, de igual modo organizan y efectúan campañas de salud en la comunidad. (INEI, 2017).

Respecto al acceso de la población a seguros de salud, seguidamente se presenta la tabla 7 que muestra los porcentajes de población que accede y no accede a un seguro de salud. Además, detalla las instituciones de salud en los que están asegurados. (INEI, 2017).

**Tabla 7***Población con seguro médico*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Asegurados en el Sistema Integral de Salud (SIS)	142	23.51 %
Asegurados en otros seguros	1	0.17 %
Asegurados en ESSALUD	17	2.81 %
Sin ningún seguro de salud	444	73.51 %
<b>Total</b>	<b>604</b>	<b>100 %</b>

*Nota.*

Elaboración propia a partir del censo de población y vivienda, 2007.

Según muestra la tabla 7, 142 pobladores cuentan con SIS, un poblador está asegurado en otra institución. De estos últimos, 17 pobladores cuentan con ESSALUD y 444 sin ningún tipo de seguro (INEI, 2017).

Por otro lado, las enfermedades más frecuentes en el sector son las infecciones respiratorias que afecta más a población de infantes menores de un año y las enfermedades diarreicas que inciden mayormente en los mismos. Otras enfermedades reportadas son la tuberculosis, que ataca a la población adulta, y el alcoholismo. (Recharte, 2012).

Con relación a las atenciones brindadas a los pobladores de la comunidad, por los centros de salud estatales del distrito de San Sebastián, figuran atenciones de gestantes, partos, control de natalidad, desnutrición, tuberculosis, infecciones respiratorias, enfermedades gastrointestinales, atenciones por violencia familiar, entre otros. En relación con la atención por violencia familiar, la Red de Servicios de Salud Cusco en el año 2010 reportó que del 100% casos, el 89% de víctimas fueron mujeres y el 11% varones. El número de casos reportados fue 87 (Recharte, 2012).

**Vivienda y Servicios Básicos.** Las viviendas en el sector de Pumamarca están estructuradas nuclearmente, sin embargo, existen algunas viviendas dispersas. Actualmente en el poblado se distinguen cuadras y calles que le dan un aspecto urbano. Las casas están construidas con material de adobe, bloqueta y material noble, los techos son de calamina, tejas, cemento y se distinguen algunos de concreto armado, la gran mayoría de casas tienen un fitotoldo al costado en el que producen las flores, otras tienen un huerto en el que se aprecia variedades de verduras, hortalizas, flores y tienen corrales para sus ganados vacunos y ovinos.

Las características particulares de las viviendas del sector de Pumamarca. A continuación, se muestra la tabla 8.

**Tabla 8***Condiciones de las viviendas en Pumamarca.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Total de viviendas ocupadas	149	73.04 %
Viviendas con abastecimiento de agua por red pública o pilón	137	67.16 %
Viviendas con abastecimiento de agua por red pública	133	65.20 %
Viviendas con abastecimiento vía red pública o pozo séptico	112	54.90 %
Viviendas con abastecimiento vía red pública	9	4.10 %
Viviendas que usan gas para cocinar	35	17.16 %
Viviendas con acceso a electricidad	127	62.25 %
Viviendas con acceso a telefonía fija/móvil	110	53.92 %
Viviendas con acceso a internet	4	1.96 %
Viviendas con piso de tierra	121	59.31 %
Viviendas con acceso a paquete de servicios 1	93	45.59 %
Viviendas con acceso a paquete de servicios 2	70	34.31 %
<b>Total de viviendas empadronadas</b>	<b>204</b>	<b>100 %</b>

Nota. Elaboración propia a partir de información INEI, 2017.

De la tabla 8, se obtiene que las condiciones generales de las viviendas del sector de Pumamarca están conformadas por un total de 204 viviendas empadronadas, de los cuales cuentan con; 149 viviendas ocupadas, 137 viviendas con abastecimientos de agua por red pública o pilón, 133 viviendas con abastecimientos de agua por red pública, 112 viviendas con abastecimientos vía red pública o pozo séptico, 9 viviendas con abastecimientos vía red pública, 35 viviendas que usan gas para cocinar, 127 viviendas con accesos a electricidad, 110 viviendas con accesos a telefonía fija/móvil, 4 viviendas con accesos a internet, 121 viviendas con pisos de tierra, 93 viviendas con accesos a paquete de servicios tipo 1 (viviendas con agua potable, saneamiento por red pública y electricidad), 70 viviendas con accesos a paquete de servicios tipo 2 (viviendas con agua potable, saneamiento por red pública, electricidad y telefonía fija y/o móvil).

Según el INEI que categorizó las viviendas en casas independientes, chozas y locales no destinados para el hábitat humana, el 98,63 % de las viviendas en el sector de Pumamarca son

casas independientes. El 1,73 % restante, equivalente a dos casos que corresponden a viviendas en chozas y local no destinado para el habitad humano. (INEI, 2007).

Respecto a los servicios con los que cuentan las viviendas, el servicio eléctrico cubre a toda población desde hace ya 25 años aproximadamente. El alumbrado público no cubre toda la población y es de baja calidad. El agua para consumo humano es tratada y clorada, se administra a través de la Junta de Administración de Servicios de Saneamiento “JASS” Pumamarca. La fuente es un ojo de agua, denominado “Orcon Pujio” que se ubica en la parte superior del sector. (Informante 1, 2017).

El servicio de desagüe es inexistente en la comunidad, las viviendas tienen baños secos, los cuales son tratados en algunos casos y otros no. Otros servicios, con los que cuenta el sector, son telefonía e internet, sin embargo, su cobertura es limitada. Los operadores de telefonía Claro y Movistar tienen señal en algunas partes, Bitel abarca más espacios, y no existen cabinas de telefonía ni internet. (Informante 14, 2017).

**Creación Política de la Comunidad.** La comunidad de Ayarmaca Pumamarca, fue reconocida legalmente como comunidad campesina teniendo como número de ubigeo 080105, con R.S. 46; de fecha 20 de septiembre del 1956, contando con 212 familias, procediendo subsiguientemente a la obtención de la inscripción registral inscrita en el tomo I, folio N° 499, asiento 1, partida electrónica N° 11009744, con fecha 01-07-1994. (Registros Públicos, 2020).

**Instituciones y Organizaciones.** En la comunidad de Ayarmaca Pumamarca, sector de Pumamarca, han intervenido e intervienen instituciones estatales y privadas (Informante 14, 2017). Estos son:

- **Municipalidad Distrital de San Sebastián.** Con ejecución de proyectos productivos y planes de negocio PROCOMPITE. Entre ellos: “Sub-Corredor Gastronómico de Ccorao 2006”,

“Fortalecimiento de capacidades en la crianza de Cuyes en las comunidades campesinas del distrito de San Sebastián-Cusco-Cusco”, “Forestación en la Red vial Enaco Pumamarca”.

**-PROCOMPITE.** “Mejoramiento de la productividad de flores Asociación Wiñay Rosas de la Comunidad Campesina de Pumamarca distrito de San Sebastián, provincia de Cusco, región Cusco” y “Gastronomía Real Pumamarca”, entre otros.

**-Gobierno Regional del Cusco.** A través de la Dirección Regional de Agricultura: Mejoramiento de Crianza de cuyes en la región Cusco 2010, proyectos agrícolas; la ejecución del proyecto “Mejoramiento de la carretera Santutis Chico, CC. Pumamarca, Abra San Martín-Cusco-Cusco”.

**-SENASA.** Interviene con sanidad pecuaria. Brindando dosificaciones a ganados vacunos de los productores pecuarios de la comunidad.

**-Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa “APOMIPE”.** Es un programa de cooperación bilateral de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude) y el Ministerio de la Producción Peruano, operado por la ONG Helvetas en alianza con ONG peruanas en poblaciones pobres y extremadamente pobres con cadenas productiva potenciales (Amezaga, Swissinfo. Ch.). Intervinieron en la comunidad, para conformar una red de productores de flores, cuyo resultado fue la conformación de la asociación Wiñay Rosas de producción y venta de flores mejoradas.

**-Helvetas Swiss.** Organización no gubernamental, que implementa proyectos de desarrollo en áreas de agua y saneamiento, agricultura, nutrición, educación, desarrollo económico, democracia y paz, clima y medio ambiente. Entre los años 2005 y 2011 intervino en los departamentos de Cajamarca, Cusco y La Libertad, con 125 familias en Cusco, distribuidas en las provincias de Calca, Quispicanchis, Urubamba y Cusco, con talleres y asistencia técnica

principalmente relacionados a la floricultura. En la comunidad de Ayarmaca Pumamarca trabajo con la red de productores de flores asociados y denominados “Wiñay Rosas” ([ASOCAM - Caso Ilustrativo - APOMIPE Flores - Aplicacion del Enfoque Sistémico MSD - 2014 \(es\).pdf \(shareweb.ch\)](#)). Con IMAGEN, desarrollaron un programa para la inserción al mercado, capacitándolos en Marketing.

**-Peru Chanel.** Organización no gubernamental que interviene en las instituciones educativas de la Comunidad. Mediante donaciones de mobiliario escolar, infraestructura, material educativo, entre otros.

**-World Vision.** Organización no gubernamental que interviene con programas para niños y niñas de la comunidad.

**-Programas Sociales.**

- a) Programa PAIS “Tambo Quillahuata”: Articulación institucional, de manera que instituciones intervienen en la comunidad, como: GRIAS – RENIEC; A comer pescado, y otros.
- b) Pensión 65: Atiende a adultos mayores en pobreza y pobreza extrema mediante subvención económica de 250 soles bimensual. En el distrito atiende a 759 adultos mayores (MiDistrito, 2020).
- c) Programa Cuna Mas: En la modalidad de cuidado diurno; atiende a 426 infantes en el distrito (MiDistrito, 2020).
- d) Qali Warma: El programa de alimentación escolar atiende la Institución Educativa Inicial y Primaria (Midistrito, 2020).
- e) Vaso de leche.: Operado a través de la Municipalidad Distrital de San Sebastián (Midistrito, 2019).

f) Contigo: Atiende a población vulnerable, otorgando una pensión no contributiva a personas con discapacidad en situación de pobreza extrema. En el distrito atiende a 151 familias (Midistrito, 2019).

**-Organización Comunal.** La comunidad está conformada por organizaciones como comités, clubes y asociaciones. Estas son:

a) Comité Local. Conformado por un presidente, tesorero, secretario, tres vocales y un fiscal.

b) JASS. Encargados de la administración del servicio de saneamiento local.

c) Comité de Regantes. Reparten el agua para riego en la comunidad. Así mismo, administran una piscigranja comunal:

d) Rondas Campesinas.

e) Club Deportivo “Pumas de Pumamarca”.

f) Asociación de Productores de Flores “Tikary Ayllu”.

g) Asociación de Productores de Flores “Wiñay Rosas”.

h) Asociación de Criadores de Animales Menores como Cuyes y Gallinas.

i) Asociación Gastronómica.

j) Asociación de Padres y Madres de Familia de las I. E.s. - AMAPAFA (Informante 14, 2015).

**Principales Problemas Sociales.** Los problemas latentes que identifican los pobladores y autoridades del sector son: (1) problemas de salubridad por falta de saneamiento básico, (2) conflictos con el Ministerio de Cultura, pues limita la construcción y ampliación de viviendas y servicios en el sector por estar dentro de una zona arqueológica; actualmente tienen un proceso judicial, (3) conflictos entre pobladores del sector por linderos y (4) conflictos entre miembros de la comunidad por la venta de terrenos. (Informante 14, 2015).

**Pobreza.** Según el mapa de pobreza, el porcentaje de población en situación de pobreza en el distrito de San Sebastián era el 58.39 %, y el porcentaje de población en pobreza extrema era del 11.84 % (INEI 2017), cabe mencionar que los datos recabados en esta sección se basan en criterios del estado. Se presenta la tabla 9.

**Tabla 9**

*Hogares según clasificación socioeconómica.*

<b>Clasificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No Pobre	11.805	58.39 %
Pobre	6.019	29.77 %
Pobre Extremo	2.394	11.84 %
<b>Total</b>	<b>20.218</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de información INEI 2017.

En la tabla 9, se visualiza que, del total de la población del distrito de San Sebastián, 11805 (58.39 %), personas son no pobres, siendo este grupo mayoritario. Seguido por el grupo de personas pobres, en un número, 6019 (29.77 %) y, por último, está el grupo centrado por pobres extremos, en un número de, 2393 (11.84 %). (INEI, 2017).

#### **2.1.2.2. Aspectos Económicos**

**Población Remunerada Económicamente.** La población remunerada económicamente en la comunidad es de aproximadamente un 45 % de la población total. En la comunidad el promedio de una persona para empezar a trabajar es a partir de los 8 años (varones y mujeres) hasta ser anciano, a excepción de los enfermos o personas que tiene alguna limitación física que le imposibilite trabajar. (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2018).

Las principales actividades ocupaciones remuneradas son: agricultores, floricultores, conductores de vehículos, albañiles y constructores, peones agrícolas, estos principalmente

realizados por varones. En cuanto a las actividades ejecutadas por las mujeres, son: pastoreo tanto de animales menores como mayores, venta de flores, venta de hortalizas. El tipo de trabajo en la zona consiste en la labor agrícola, (siembra, plantado, desyerbe y cosecha), pastoreo de ovinos y vacunos. (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2018).

En cuanto a los menores de edad, en la comunidad tanto varones como mujeres mayores de 8 años ayudan a sus padres en las labores tanto agrícolas como florícolas, esto se da como se indicó aproximadamente desde sus 08 años de edad hasta los 16 años de edad que es la edad promedio que terminan la educación básica. De igual forma, los estudiantes mayores de 16 años que cursan estudios superiores ayudan a sus padres en la actividad agrícola y florícola, por lo menos hasta que terminan sus estudios. Solamente los varones y mujeres que se encuentran en centro de preparación preuniversitarios se limitan a esta actividad, pero solamente durante este periodo, pues se dedican exclusivamente al estudio o preparación preuniversitaria. (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2018).

**Actividades Económicas.** La economía en la comunidad se basa principalmente en la agricultura. Es importante señalar que tradicionalmente la comunidad fue principalmente florícola produciendo flores como rosas silvestres, margaritas, gladiolos. Sin embargo, en estos últimos años también producen legumbres y verduras como lechuga, repollo, zanahorias, col, cebolla china y demás, destinadas al autoconsumo y a los mercados locales para su venta (Informante 14, 2015).

También es relevante señalar que en la comunidad existe las ferias gastronómicas realizadas una vez por semana los días domingos, por lo que la crianza de animales menores como el cuy, las gallinas, y la piscicultura se ha incrementado, generando un pequeño aporte económico familiar. Los pobladores que se dedican a esta actividad, tienen un día por mes para

expenden sus productos, de acuerdo con los turnos establecidos por ellos mismos (Informante 14, 2015).

El potencial de desarrollo económico, según la Municipalidad Distrital de San Sebastián, es la producción de: flores, cuyes, truchas, ganado y aves. En el sector agrícola se identifica tres sectores potenciales: papa nativa, flores y hortalizas. (Paño, 2017).

*-Ámbito Distrital.* Las principales actividades que se desarrollan en el distrito, son: la actividad agrícola, la carpintería, servicios de restaurantes y quintas y servicios de alojamiento, hospedajes, hoteles y alojamientos. Son el potencial económico que dinamiza la economía del distrito y de sus habitantes. (Paño, 2017).

### **2.1.2.3. Aspectos Culturales**

*Historia.* Existe registro histórico que indica que una etnia pre inca denominada Ayarmaca abarcó el actual sector de Pumamarca. Según Rostworowski, los Tocay Capac (nombre de los jefes Ayarmaca) gobernaron el Antisuyo, antes de ser conquistados por los Incas, posterior a ello, intercambiaron mujeres y de su descendencia surgió un linaje Inca Ayarmaca, el cual no se incluye en la lista de ayllus reales de los Incas.

Según Gamboa, los Ayarmacas hurtaron a Titu Cusi Guallpa (Yahuar Huacac), engañando a Inca Roca, luego de un tiempo regreso con sus padres al llorar sangre. Con el pasar del tiempo, Yahuar Huacac se casó con Mamá Chuqui Chicya Illpay, de la etnia de los Ayarmaca, quien era descendiente de Tocay Capac, y la unión implicó el nexo entre familias (Zegarra y Guillen, 2006).

El Inca Garcilaso de la Vega, refirió que la ocupación de los Ayarmaca se extendía hasta tres leguas de distancia por el camino real del Qollasuyo, empezando por el paraje de salinas (actual Salineras). Sarmiento de Gamboa, también hace referencia a los Ayarmaca, respecto a

ellos refirió “cerca del valle del Cusco, esta una nación de indios llamados Ayarmacas, los cuales tenían un cinche, soberbio y rico, llamado Tocayccapac. Este ni los Ayarmacas no quisieron venir a reverenciar al Inca, antes procuraban alistar armas para contra los Cusco” (Zegarra y Guillen, 2006).

Calvo, citando a Rostworowski, expone que el término “ayar”, se impuso posterior a la conquista y la total dominación de los Incas a los Ayarmacas. Según refiere, el término “Ayarmaka” hace referencia al vínculo entre incas y los sañus pertenecientes a la etnia referida, por ello su composición lingüística provendría de “ayar” que significaría raíz de quinua y “maca” de cántaro. De otro modo, se consideró que el nombre de Ayarmaca, provino del apocope ayar y maka, en el cual maka tomo sentido como un lugar protegido (Calvo, 2005).

Aguilar, en su ensayo “Los Ayllus de San Sebastián”, considera que el nombre de Ayarmaka es un apocope de “ayar” y “marka”. Marka en alusión a un sitio aislado o protegido de todo peligro y ayar porque fue el grupo que invadió la zona y posiblemente se les dio el nombre a todos los habitantes (Calvo, 2005).

Por otro lado, existen vestigios arqueológicos de la importancia de la zona en la ideología inca, puesto que en el sistema de ceque que hacen referencia a la dualidad cuatripartita, se encontraban las huacas de Pumamarca. Lo que denota el valor de este territorio, para los grupos culturales de ese entonces (Calvo, 2005).

Según Cobo, Ayarmaka tenía a cargo los ceques del antisuyo. Refiere que el octavo ceque ubicado en la zona tenía once wakas, el primero de este era el manantial Sacasayllapujyu, otros eran la fuente Pilcopuqui y el Pilcourco. Cobo, al referir a las wakas del antisuyo (divididas en grupos) asevero que la Waka Pumamarca perteneciente a la división de Cayao, era una casa llamada Pomamárca en el que se guardaba el cuerpo de la mujer del Inca Yupanqui, y se ofrecían

niños. Al respecto, otros cronistas afirmaron que en dicha waka se hacían sacrificios y ofrendas, posiblemente en una ceremonia denominada Qapac Qocha. (Cobo, 1893).

En la época colonial, se estableció la parroquia de San Sebastián en gran medida por la existencia de varias huacas en la zona. Por lo que incidieron en la conversión de la población. Refiere que el cacique Cristóbal Cayo estuvo a cargo del ayllu de Pumamarca (Zegarra y Guillen, 2006).

Las crónicas refieren que los del ayllu Pumamárka no difirieron considerablemente de los Sañus, puesto que ambos grupos se dedicaban al cultivo de maíz y cebollas en su gran mayoría. También refieren a una rivalidad en las fiestas, más que todo por la influencia religiosa de la época. Cabe destacar que los Ayarmaka no estuvieron considerados entre los ayllus reales incas.

La comunidad, antiguamente estuvo dividido en dos anexos: Kórau y Tikapata. Los Ayamaka estuvieron situados en el llano, por el Picol, limitando con el Sakas-Waylla y Santutis (Zegarra y Guillen, 2006).

***Sitios Arqueológicos del Sector de Pumamarca.*** A continuación, se menciona los principales sitios arqueológicos del ámbito de estudio.

***-Palacio Pumamarca o Casa Hacienda Pumamárka.*** Ubicada en la localidad de Pumamarca, a 30 minutos de la plaza de armas del Cusco. Fue una casa hacienda construida sobre una edificación Inca. Según historiadores, quien mandó a construir la edificación fue el inca “Pachacutec” para su esposa la coya “Mamá Anaguarque”, a la cual le pertenecía el palacio. Sin embargo, hallazgos arqueológicos han puesto al descubierto que la casona posee similitudes al templo ceremonial del Qoricancha, por lo que se presume que esta edificación habría sido utilizada para fines ceremoniales de culto al agua y no de vivienda. (Acción ambiental, 2006).

## Figura 2

### *Casa hacienda Pumamarca*



*Nota.* Apuntes, revista digital de arquitectura, 2020.

***-Otras Edificaciones.*** Otras edificaciones en el sector de Pumamarca, son los acueductos y terrazas adyacentes a la Huaca Pumamarca (sexta huaca). Las cuales están vinculadas también al palacio o casa hacienda y hacen del lugar un complejo arqueológico. (Calvo, 2005).

La huaca ubicada en una a floración rocosa, fue revestida arquitectónicamente y aún posee un ojo de agua; los pobladores de la zona lo conocen como “Apu Pilco”. En la parte superior o alta al sector se encuentra la huaca Sucsumayo, que es un manantial, el cual está vinculado a andenerías piramidales y canales. (Calvo, 2005).

### Figura 3

#### *Huaca Pumamarca*



*Nota.* Adaptado de hacienda Pumamarca (Fotografía), <https://mapio.net/pic/p-1511179>, 2020.

**Costumbres.** A continuación, se detalla los principales usos y costumbres sociales del ámbito de estudio.

**-Cuentos y Leyendas.** Aguilar, cuenta una leyenda del Taukaray y Picol, “Taukaray, venido de fuera, quiso ocupar el valle de Watanay, a lo que se opuso el Picol que estaba encargado de la vigilancia. Taukaray cogió una honda y le disparo como proyectil un huevo, que le sumió las costillas con lo doloroso de la herida, el Picol enfureció, cogió una gran barra y le descargo a Taukaray un golpe que lo dividió en dos” (p.84). El autor cree que la leyenda pueda estar referida simbólicamente a la invasión del Cusco o una narración infantil para explicar la forma de ambos cerros (Aguilar en Calvo, 2005).

**-Principales Festividades.** Pumamarca es un sector que cuenta con una gran variedad de fiestas y celebraciones durante todo el año. La mayoría de estas fiestas están relacionadas con la religión y con las raíces Incas, en las cuales los pobladores expresan rituales religiosos,

andinos, tradiciones, ritmos; disfrutando de la gastronomía y otras costumbres del lugar.

(Informante 14, 2015).

**a) Aniversario de la Comunidad Campesina Ayarmaca Pumamarca.** La comunidad de Ayarmaca-Pumamarca, del distrito de San Sebastián; celebra anualmente el aniversario de reconocimiento desde 1956. Esta celebración se realiza cada 20 de septiembre, los eventos que se programan para tal motivo comienzan con la celebración de la misa, prosiguiendo con un saludo cívico de parte de las autoridades principales y la comunidad en general, continuando con encuentros deportivos, futbolísticos acompañados de exhibiciones gastronómicas de la culinaria de la localidad finalizando con el concurso de danzas de los tres principales barrios Cruz Pata, Capital y Quinraypata. (Informante 14, 2015).

**b) Fiesta de la Virgen de la Natividad.** La Virgen Natividad, considerada la patrona de la comunidad Ayarmaca Pumamarca, su devoción es ampliamente difundida en el sector, los días clave de la fiesta son: 7, 8 y 9 de septiembre. La Virgen es venerada mediante eucaristías y misas, las cuales hacen cumplir a rigurosidad el ritual de la novena, proceso por el cual se preparan espiritualmente para la celebración de la fiesta principal. El día 7 de septiembre, después de la Santa Misa, se realiza la entrada de donaciones “Jurk’as”, por parte de aquellas personas que fueron comprometidos meses atrás, dichas donaciones son entregados a los mayordomos como: ciriones, ropaje para la virgen, alimentos, cohetes y bombardas, dinero en efectivo, entre otros. El día de víspera, 08 de septiembre, por la noche, entre plegarias y cánticos, la virgen es venerada por sus fieles devotos, se escuchan estallidos de cohetes, la frentera de la iglesia de Ayarmaca Pumamarca queda completamente colmada de asistentes, más tarde, se efectúa la quema de castillos y fuegos artificiales, mientras que las diferentes danzas y comparsas se ponen de manifiesto, el público se deleita plácidamente con los diferentes

espectáculos, saboreando los ponches bien calientes. El día central, día 9, la entrada de esta fastuosa fiesta se da inicio con el estallido de un cohete, el mismo que es contestado por repique de campanas, la interpretación de dianas a cargo de las bandas musicales; seguidamente se efectúa la entrada de pequeñas comparsas de danzas como: Capac Collas, Collacha, Siclla, Chunchu, Sacra Leon y Tinkus en horas de la mañana, se realiza la solemne misa de fiesta, en un altar muy especial, prosiguiendo con la entrada de los carguyoc y familiares quienes alrededor de plaza al son de la banda arrojan mensajes de plástico, la feligresía en general, visitantes se abarrotan al ardor religioso, la Virgen luce un traje especial donado, rodeada de bellas y multicolores flores, después de la santa misa, la Virgen es cargada en hombros en procesión por las calles principales de la comunidad, acompañada por los fieles asistentes y diferentes comparsas dancísticas. La fiesta central se desarrolla con un despliegue de actividades, religiosas, sociales, artísticas, gastronómica, finalizando con un agasajo general entre los asistentes. (Informante 14, 2015).

**c) Cruz Velacuy o Fiesta de la Cruz.** Una de las celebraciones religiosas andinas tradicionalmente ejecutada el 03 de mayo. Se rinde culto y homenaje a las cruces, símbolos sagrados ubicados en el sector. Antiguamente los habitantes comenzaban a juntarse en sus casas en pequeñas reuniones familiares para celebrar esta fiesta de manera privada, fue a partir del 2012, cuando la celebración se volvió comunal, haciendo de este día una fiesta mucho más grande. (Informante 14, 2015).

Para esta fiesta religiosa, los vecinos del sector se organizan con doce meses de anticipación para elegir a un mayordomo o “carguyoc”, quien será la persona encargada de planificar y costear el mayor gasto de la próxima celebración. Como dicta la tradición, el mayordomo contrata una banda de músicos y ofrece panes especiales para el “J’urkar”, evento

donde piden apoyo y donativos a familias, amigos y otras personas con solvencia económica. Tras aceptar la j'urka, toman cerveza y bailan al interior de la vivienda del visitado. De esta forma, está todo listo para el día principal, donde los devotos visitan las cruces en procesión. El día principal (3 de mayo) se celebra la misa central, al mediodía, el mayordomo ofrece un almuerzo y durante la tarde una fiesta con mucha bebida y música. Finalizando el día, tras la invocación del mayordomo principal a una pequeña reunión para la elección del mayordomo del año siguiente, se realiza en una reunión entre todos los asistentes, frente a los cuales se les realiza la pregunta, “¿Quién desea tomar la mayordomía el siguiente año?”, esto de manera simbólica ya que, con anterioridad se sabe quiénes serán los mayordomos de al menos los dos siguientes años, que asumirán de manera secuencial los cargos pero, la pregunta siempre se realiza para validar ante la población que se cumple de manera voluntaria y con fe, la recepción del cargo. Al día siguiente, 4 de mayo, es el “kacharpari” o “el adiós de la fiesta”, donde se despide hasta el próximo año en una reunión con los mayordomos actuales y los futuros acompañados de la población. (Informante 14, 2015).

**d) Carnavales.** El carnaval se realiza en los meses de febrero o marzo, la fecha es movable. Comienza en domingo desde muy temprano, se realizan concursos de danzas, música, cantos, entre los barrios, así mismo los pobladores vestidos con sus trajes típicos, mujeres y varones danzan alrededor del árbol, uno a uno van talando el tronco con un hacha hasta que el árbol quede extendido en suelo y los danzantes puedan recoger los regalos; entre alegres pasacalles y festivales gastronómicos donde también se expende el “t'impu” o “puchero”.

Las fiestas de compadres y comadres. Dos jueves, antes del domingo de carnaval, las mujeres visitan y agasajan a sus compadres, pero también se burlan de ellos colgando en las

calles muñecos de trapo de tamaño natural. Los hombres hacen lo mismo con sus comadres el jueves siguiente.

Al consiguiente domingo tiene lugar el comúnmente llamado “remate” u “octava de carnavales” acompañado de un alegre corzo, fiesta que congrega a los ganadores de las danzas, música, cantos, de los barrios, quienes, en torno a la música de los huaynos y canciones festivas, juegan con el agua, las harinas de colores y la serpentina de papel infaltable en esta fecha, para expresar su alegría hasta el siguiente año.

Esta es una fecha igualmente propicia para la realización del linderaje y amojonamiento de límites territoriales. Ejemplo de cómo el ser humano puede convivir con límites o fronteras vivas, que permanecen en la memoria y no solo en los títulos de propiedad. En este día desde muy temprano antes que salga el sol, se convoca al pueblo con el sonido de los pututos, se hacen rituales previos y cuando toda la comunidad está reunida, los varayoc dirigen el saludo al sol y se comparte la hoja de la coca, después las personas que van a dirigir todo el recorrido del día son generalmente jóvenes varones, vestidos con la ropas típicas, es decir, los mejores tejidos de fiesta, llevan dos banderas blancas, una en cada mano, estos hombres tienen la habilidad de bailar al ritmo de la música durante todo el recorrido.

Toda la caminata es animada por los músicos, la hoja de coca, la chicha, la cerveza, el alcohol y la comida que se comparte en los descansos. En todo el recorrido hay mojones, señales permanentes para fijar los linderos de heredades, términos y fronteras, estos son pequeños montículos de tierra y/o apachetas de piedras, que se incrementan en cada nuevo recorrido, son lugares de obligada parada para ofrendar, rezar y bailar. Los varayoc o autoridades se quitan las sandalias o zapatos por respeto, estos varayoc se acercan con sus varas de mando o báculos, que son de madera adornadas en plata, símbolo de su poder y hunden sus varas de mando en la tierra,

sobre la parte superior y central de los mojones, con la fuerza y el debido respeto, luego alguien previamente designado, invoca el nombre sagrado de los Apus en orden de importancia o jerarquía que tienen, a cada mojón de tierra o piedra que tiene su propio nombre, se le entrega la ofrenda que son flores multicolores preparadas para la ocasión luego, el encargado de hablar pronuncia muchas vivas por cada montaña, y finaliza diciendo ¡que viva la comunidad!, y todos los participantes responden con fuerza ¡que viva!, y el grupo al ritmo de la música continúa al próximo mojón; hasta llegar al último y principal donde se reúnen las mujeres y hombres de todos los sectores, que luego de terminar el ritual principal, juntos comen, beben y bailan hasta cansarse y regresar a la población. (Informante 14, 2015).

e) **Todos Santos.** En la comunidad se celebra la fiesta y conmemoración a los difuntos, con cantos fúnebres, danzas y música. La fecha coincide con la fiesta católica de los difuntos, 2 de noviembre, y los pobladores locales también suelen visitar las tumbas de sus parientes o seres queridos, dejándoles arreglos de flores y otros regalos. Otro rasgo particular, es aprovechar esta fecha, para que las diferentes comparsas de la comunidad visiten las tumbas de ex caporales, ex danzarines, realizando el bautizo de los integrantes nuevos, así como el castigo de los integrantes que tuvieron alguna falta durante la fiesta patronal de la Virgen de la Natividad, algunas de estas danzas son: Capac Collas, Collacha, Siclla, Chunchu, Sacra León. (Informante 14, 2015).

## Figura 4

### *Actividades de los danzarines en Todos Santos*



*Nota.* Fotos tomadas por las tesisistas Córdova y Lizana, 2016.

**f) El Pago a la Pachamamá.** Este día los comuneros representantes o jefes de hogar, son quienes dejan descansar a la tierra de su increíble trabajo y la agasaja alimentándola, es por ello por lo que para esta fecha es tradición enterrar diferentes ofrendas que se encuentra llenas de alimentos, dulces, adornos simbólicos destinados a la divinidad. Al finalizar la quema de las ofrendas bajo un ritual específico y sagrado, el fuego que emana es símbolo que los Apus y la Pachamamá recibieron complacidamente la ofrenda.

Es común realizar el tributo “pago” a la divinidad, también con distintas hojas de coca “quintu”, de uso mágico y ritual para los habitantes de los Andes. En este pago que se le hace a la Pachamamá a su vez se encuentran presentes bebidas como la tradicional chicha fermentada (chicha de jora), no es de extrañar otros tipos de licores en conjunto con cigarros que también sirven de ofrendas. Lo que se ofrece a la tierra no son cosas arbitrarias, a mayores y más variadas

ofrendas es mejor, ya que las ollas y demás productos enterrados simbolizan aquellas cosas que los comuneros no quieren que falte durante el año venidero para sus familias, es por esta razón que los habitantes de la comunidad Ayarmaca Pumamarca entienden de manera ancestral la importancia de este ritual, el cual realizan de manera infaltable año tras año y de manera generacional. (Informante 14, 2015).

**g) Unu Raymi.** El “Unu Raymi” es una celebración de adoración al agua y un homenaje a las riquezas que se encuentran en las qochas o lagunas andinas. La celebración inicia con danzas y actos rituales que rinden culto al agua, la ceremonia se realiza en la waca de Pumamarca, acompañado de wacas y adoratorios, prosiguiendo el recorrido de manantes y ojos de agua donde se ofrecen el mismo ritual y pago. Es propicia la ocasión para desarrollo de diferentes actividades como: la carrera de burros, concurso de aros, concurso de danzas, donde participan representantes de los barrios: Capital, Cruz Pata y kinray, siendo los ganadores acreedores de premios monetarios. (Informante 14, 2015).

## **2.2. Aspectos Generales de la Floricultura**

### ***2.2.1. La Floricultura Mundial***

Las flores cortadas son algunos de los productos de floricultura más importantes que se venden en todo el mundo, junto con los bulbos, follaje cortado y plantas vivas enteras. Las flores cortadas son aquellas que han sido recogidas o cortadas y, por lo tanto, desmembradas de sus tallos. (Chambers, 2020).

Es así, que cada vez el mercado global florícola se está acrecentando económicamente en diferentes países. El 1 %, de la cuota global, la tiene Israel representando a \$ 200 millones de dólares anuales; premiados por su clima cálido en el desierto de Negev convirtiéndose en uno de

los mayores exportadores a la Unión Europea. Otro 0.94 %, la mantiene Alemania con ingresos anuales de \$ 200 millones de dólares anuales. Así contamos con 1 %, que la mantiene Italia convirtiéndose en uno de los principales exportadores en el mercado en Australia, Reino Unido y Suiza. De igual manera Malasia mantiene un 1 %, de la cuota de mercado global. También está Etiopía manteniendo el 2 %, de la cuota de mercado global, beneficiado por el clima tropical oleado del país y su tipología variable, acumulando \$ 550 millones anuales. Igualmente, Bélgica con los 3 %, de la cuota de mercado mundial producida en su mayoría bajo invernadero. (Chambers, 2020).

Además, Kenia cuenta con 7 %, de la cuota de mercado global representando a \$ 507 millones de ingresos económicos. Además el 9 %, de la cuota de mercado global lo mantiene Ecuador. Igualmente, el 15 %, de la cuota de mercado global, lo mantiene Colombia, generando un ingreso anual de \$ 1 billón para el país. Finalmente tenemos a los Países Bajos con 52 %, de la cuota del mercado global, la industria de las flores cortadas ha florecido y crecido en los Países Bajos desde la 1970, ya en fecha tan temprana como 1995, los productores holandeses producían más de 8 mil millones de floraciones anuales, lo que a su vez generaba unos ingresos equivalentes a unos \$ 3.2 billones de dólares. (Chambers, 2020).

### ***2.2.2. La Floricultura en el Perú***

La floricultura como actividad industrializada en el Perú comenzó desde 1978 en Sayan-Lima, siendo Esmeralda S.A., una de las primeras empresas reconocidas formalmente, siendo sus principales flores los claveles, statice y gypsophila. (Fumagalli, 1995).

Durante los años 1980 y 1990 se incrementaron las empresas, sobre todo las que producían gypsophila peruana por destacar en calidad mundial. Exportando principalmente a los mercados de Estados Unidos y Europa. Sin embargo, por las medidas políticas entre esos años no

se pudo seguir compitiendo ante los precios internacionales, sumado a la crisis del terrorismo en el Perú, fue así que el mercado peruano florícola fue reduciéndose, quedando Ancash, Junín y Lima, las principales zonas de producción. Es así que en Perú no se cuenta con apoyo del gobierno para generar verdadera competitividad a nivel de la producción florícola. Es probable este el motivo principal para que en el año 2016 el Perú haya ocupado el puesto 47 como exportador a nivel mundial. (Fumagalli, 1995).

En consecuencia, el IV Censo Nacional Agropecuario 2012, determino que el cultivo de flores en el Perú, se ubica en las tres regiones naturales del país, destacando los gladiolos, la heliconia y el cartucho como los principales cultivos. En la costa se utilizan tanto las tierras cultivables como las desérticas, sobresaliendo el departamento de Lima, donde se cultivan 1,1 miles de hectáreas. En la sierra, dentro de los valles alto andinos, en el piso quechua, se presentan climas propicios para su cultivo. En el departamento de Junín, destaca el cultivo del gladiolo con 309 hectáreas y Áncash, donde el clavel es la flor predominante, con 103 hectáreas sembradas. Los pisos altitudinales ubicados en el flanco oriental de la cordillera de los Andes son los más propicios para la siembra de flores tal es el caso de los pisos rupa rupa y omagua, así como la yunga fluvial, cuyo territorio se caracteriza por los suelos ácidos de las zonas lluviosas y el relieve inclinado que generan un ecosistema adecuado para este tipo de cultivo. El gladiolo se cultiva en 0,57 mil hectáreas a nivel nacional, teniendo mayor participación en el departamento de Junín, con un rango de extensión sembrada entre 25 a 36,2 hectáreas. La heliconia se cultiva en 0,43 mil hectáreas, teniendo mayor presencia en el departamento de Huánuco, en el rango de superficie sembrada entre 50 a 63 hectáreas. El cartucho se siembra en un área de 0,34 mil hectáreas, teniendo mayores niveles de cultivo en el departamento de Cusco, con un rango entre 10 a 14 hectáreas sembradas. El clavel se cultiva en 0,25 mil hectáreas, destacando los

departamentos de Huánuco y Ancash, con extensiones entre 5 a 6,47 hectáreas sembradas, resultando que las flores principales cultivadas en el Perú es el gladiolo, heliconia, cartucho, clavel. Así mismo, según el último censo agropecuario realizado (INEI 2012) la superficie total agropecuaria sumaba a 38'742,464 hectáreas, distribuidas entre 2'213,506 unidades agropecuarias. Sin embargo, solo se aprovechaba el 18.4% de esta superficie para el cultivo, esta se dividía en un: 68.5% para tierra de labranza, correspondiente al cultivo transitorio, barbecho o descanso; y 28.3% para tierras con cultivo permanente, lo que incluye pastos cultivados, cultivos forestales y cultivos asociados. Manteniendo una superficie de 774,882 m<sup>2</sup> que no es cultivada principalmente por la falta de agua, falta de crédito, falta de mano de obra, entre otros motivos, contando con un 89.9% de los productores que no han recibido beneficio alguno de mejora, ni capacitación individual, tenemos que de un total de 2'246,702 productores solo 226,444 productores tuvieron algún tipo de capacitación, asistencia técnica, asesoría empresarial o algún tipo de enseñanza entre la combinación de estos temas. Con respecto a la producción florícola en el Perú, la superficie total sembrada es 3,557.0, de la cual se cuenta con 6,584 unidades agropecuarias, lo que equivale a una participación total de solo 1.18 %, de la producción agrícola total. Produciéndose un total de 99.5 %, para el mercado nacional, y dejando un 0.5 %, para el mercado extranjero. Priorizando dentro del mercado nacional, como usos finales, la decoración de eventos y elaboración de adornos. (INEI,2017).

La importación por cantidad de toneladas de flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, en el Perú, en el durante los años 2015 al 2019 fueron de la siguiente manera: en el año 2015 fue de 1.414 toneladas, mientras en el año 2016 fue de 914 toneladas, mientras tanto en el año 2017 fue de 1.099 toneladas, así mismo en el año 2018 fue 940 toneladas, finalmente en el 2019 fue de

851 toneladas. Evidenciándose una reducción considerable en el transcurso de los cuatro años. (Centro de Comercio Internacional, 2019).

De igual manera, en cuanto a la cantidad de toneladas por las exportaciones en el Perú de flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, durante los años 2015 al 2019 fueron de la siguiente manera: en el año 2015 fue de 2.196 toneladas, mientras en el año 2016 fue de 1.620 toneladas, mientras tanto en el año 2017 fue de 1.375 toneladas, así mismo en el año 2018 fue 1.376 toneladas, finalmente en el 2019 fue de 1.492 toneladas. Evidenciándose una reducción relevante en el transcurso de los cuatro años. (Centro de Comercio Internacional, 2019).

### ***2.2.3. Historia de las Flores en el Perú y Simbolismo. Las flores fueron utilizadas en diferentes épocas, a continuación, detallamos:***

**2.2.3.1. En la Época Incaica.** En la época incaica se implantaron normas de uso de adornos en sus vestidos y tocados con la finalidad de distinguirse entre grupos. Estas distinciones fueron plasmadas en los dibujos de Guaman Poma de Ayala, quien muestra escenas de la vida diaria de personas con vestimenta adornadas de flores. En su obra existe una clara distinción y uso diferencial de hojas y flores entre grupos, por ejemplo, las mujeres llevan flores en la mano y pañuelos sobre la cabeza, mientras que los varones llevan llauto o tocados (Mulvani, 2000).

Las flores fueron utilizadas en diferentes contextos, los tocados florales eran utilizados por quienes desempeñaban funciones en el sistema administrativo incaico (incas e incas de privilegio). Al adquirir la posición jerárquica durante el “Capac Rayme”, los varones de la nobleza eran presentados como parte del ciclo de renovación social y política, momento en el cual les colocaban los tocados florales por primera vez y eran seleccionados para cumplir funciones en el gobierno, sacerdocio y administración del estado. Los tocados florales

simbolizaban que el portador era adulto, pero joven; expresaban la hermosura y cualidades aceptadas (Mulvani, 2000).

Las flores estaban presentes en diferentes rituales. Utilizaban, para adornar los gnómones donde se asentaba el sol durante los equinoccios, el palio que protegía al inca y lanzas, así mismo, eran ofrenda en diferentes momentos del ciclo agrícola y ceremonias. En los keros, tejidos se representaban motivos fitomorfos. Las flores más representadas en los tejidos, incluyen al ñucchu, trifolias y cuatrifolias no identificadas (Mulvani, 2000).

A comienzos del siglo XVII, se utilizaban, diferentes vocablos para referirse a las flores dependiendo del contexto de uso. Gonzales Holguin indico que al plumaje de flores le denominaban “ynquil ttica”, plumaje de toda suerte de flores era “chantasca ttica”, ponerse flores era “tticallicuni”; “ttica” era flor y pluma, pero en forma de plumaje. Bertonio, también consideraba que a las flores se les denominaba según el contexto de uso. Flor era “thuthumpi”, flores de todas suertes era “inquillcuna”, flor cualquiera que se pone en el sombrero era “huayta pancara”, flor común no asociada a los tocados era “thuthumpi”. Tanto en el quechua como en el pillucuni, las flores que integraban el tocado fueron denominadas como “ttica” o “huayta” (Mulvani, 2000).

Los personajes que llevaban tocados de flores según las ilustraciones de Guaman Poma de Ayala, son: el administrador de depósitos “suyoyoc apo poma chawa”, alcalde corte “capa capo uatac”, alguacil mayor “chacnai camayoc”, administrador de provincias “suyoyoc guayac poma”, gobernador de caminos reales “capac ñan tocricoc anta inga”, noble contador inca “inca quipocnin capac”, contador de curacas “apoconap cama chicuniquipoc”, secretario “apolluyac poma”, contador mayor “tawantinsuyo quipoc”, visitador y veedores “taripacoc papri inca”. Al respecto de todos estos personajes que cumplían funciones en la administración incaica,

Garcilaso realiza una descripción detallada de la ceremonia del “huaracu”, donde colocaban los tocados florales (Mulvani, 2000).

Gonzales Holguin y Bertonio registraron los nombres de las flores: chihuanhuay, chinchicuma, huayarcuma, mayhua, ñupchu, cantuta, amancaya, panti, cchimakhapanti y huayrancaya. Y el conjunto de diferentes flores se llama “inquillcuna” (Mulvani, 2000).

### Figura 5

*Izquierda: Zapa Inca acompañado de tres hombres para realizar la siembra, todos llevan flores, Derecha: queros decorados con flores de Príncipe Kusi Yupanki, Pastor.*



*Nota.* Izquierda: adaptado de la flor en el ciclo ritual incaico, boletín de arqueología N°9, 2004. Derecha: adaptado de queros decorados del Qosqo, Municipalidad del Qosqo, 1995.

**2.2.3.2. Acerca de los Jardines en el Perú Colonial.** Los primeros pobladores españoles en el Perú reprodujeron sus jardines de origen moriscos de su tierra, agregando

especies locales. Los primeros lugares en poseer jardines fueron conventos y monasterios, estos estaban compuestos por árboles ornamentales, frutales, verduras, flores y plantas medicinales, sembrados de manera común, sin orden alguno (Coloma, 2012).

En el periodo colonial, en las ciudades no se veía con frecuencia jardines en las casas, puesto que requerían de grandes patios empedrados para el ingreso de los carruajes, así como de animales de carga, tenían vistosas flores en recipientes. Las casas con jardines por lo general se encontraban fuera de las ciudades (Coloma, 2012).

Los principales cultivos florales fueron camelias, magnolias, mariñosas, anemonas, claveles, rosas de toda clase y color, azucenas, nardos, juncos, jazmines, violetas, diamelas, tulipanes, entre otras especies originarias y aclimatadas. De acuerdo a Garcilaso, los jazmines, mosquetas, azucenas y rosas no eran conocidas antes de la conquista del Perú (Coloma, 2012).

Ricardo Palma, relato que vendían jazmines, diamelas, suches, azahares, flores de chirimoya y otras, entre hojas de plátano. También cuenta que los domingos después de la misa, algunas mulatas vendían flores, sahumerios y perfumes. Antes eran los árboles frutales de atención de los ciudadanos y la flor de lujo era el clavel (Coloma, 2012).

Desde la segunda década del XX, con la expansión urbana, se edificaron casas rodeadas de jardines, al estilo de jardines ingleses con césped y árboles ornamentales (Coloma, 2012).

#### ***2.2.4. Producción de Flores con Fines de Comercialización en la Región.***

De acuerdo al Censo de 1998, en la región del Cusco los productores de flores se ubicaban en seis provincias: Anta, Calca, Cusco, La Convención, Quispicanchis y Urubamba; en los distritos con aparente microclima adecuado para la producción de flores. Así: del 100 %, de floricultores, el 31, 03 %, producía claveles; el 29, 31 %, producía gladiolos; el 12 %, producía

margaritas; el 7 %, producía crisantemos y rosas, y el 5, 17 %, producía azucenas (Censo de productores de flores, 1998).

Inicialmente la producción y venta de flores procedentes de fitotoldos, dentro de la región fue antecedida en las zonas de Yuccay (Urubamba), Chitapampa (Calca), Pumamátrea (Cusco). El origen comercial de las flores de corte en cusco, se inició con los pequeños productores y personas individuales, los cuales producían dentro de fitotoldos, asegurando la calidad y cantidad, asegurando su participación en el sector de floricultura como productores, intermediarios, vendedores o consumidores.

Una minoría estaba activa en otros eslabones de la cadena productiva como intermediarios o revendedores. Estos intermediarios compraban flores en sus comunidades y las revendían a vendedores en el mercado o a consumidores finales.

En Cusco la demanda de flores, especialmente rosas de corte, es significativa. Pero el mercado aún no está satisfecho con la oferta local, las flores vienen de Ecuador y Colombia. Las flores cusqueñas están conocidas y reconocidas por los intermediarios por la buena calidad y por eso existe un interés de colaboración con los floricultores de Cusco.

Se puede decir, que el sector de floricultura por la demanda que existe y las potenciales de mejoramiento de calidad y cantidad de producción permite a hombres y mujeres de escasos recursos generar ingresos significativos. Sin embargo, existen algunos problemas como: falta de conocimientos, asistencia técnica, manejo post-cosecha y organización, los cuales limitan a los productores de mejorar su producción e incrementar sus ingresos.

### **2.3. Acerca de la Asociación Wiñay Rosas**

La asociación Wiñay Rosas de Pumamarca, está conformada por 13 productores florícolas de la comunidad y pertenece a la red de productores florícolas del distrito de San Sebastián. Inicialmente 40 personas se inscribieron para pertenecer a la asociación, hasta consolidarse con 13 familias. Por otra parte, la asociación está incluida en la red de productores de flores de San Sebastián, denominado “Mil flores”, junto con otros productores de la comunidad de Ccorao (informante 1, 2016).

La asociación se conformó tras la incursión de la ONG HELVETAS, quienes buscaban conformar una red de productores florícolas del distrito de San Sebastián. De acuerdo a la información brindada por los socios; primero, los profesionales de Helvetas los convocaron a una asamblea general en el sector, en el que presentaron el proyecto y les indicaron la forma de trabajo (contrapartida: parte de la implementación tecnológica sería financiada por APOMIPE flores y la otra parte por los socios mediante cuotas); segundo, los pobladores que producían flores de manera temporal se inscribieron para ser partícipes, pero paulatinamente fueron desistiendo al no poder cubrir las cuotas y tercero, únicamente cumplieron con las exigencias de la implementación del proyecto los socios que permanecen hasta el día de hoy (informante 3, 2016).

Las instituciones que intervinieron en la producción de flores fueron:

**a) HELVETAS Swiss y APOMIPE**

Mediante el proyecto APOMIPE flores, durante los años 2005 y 2011 intervino en 10 comunidades del departamento, incluyendo Pumamarca, específicamente en la cadena productiva de flores, de manera que facilitó el acceso a tecnologías y mercados a pequeños productores de flores en Cusco. Específicamente su marco estratégico busco mejorar la calidad

de vida de los productores, fortaleciendo su emprendimiento florícola, mejorar acceso a proveedores de servicios, mayor productividad y otros logrados a través de capacitación y asistencia técnica (ASOCAM - Caso Ilustrativo - APOMIPE Flores - Aplicacion del Enfoque Sistemico MSD - 2014 (es).pdf (shareweb.ch), 2023).

#### **b) Instituto de Medio Ambiente y Género para el Desarrollo – IMAGEN**

Mediante el proyecto “Mejora de la oferta de flores de producción local, en la región del Cusco” financiado por FONDOEMPLEO y ejecutado en los distritos de Cusco, San Sebastián (Pumamarca), Calca, Taray, Quiquijana y Yucay; durante el 2011 y 2014, tuvo como propósito mejorar la competitividad de la cadena productiva de las flores en la región. En este entender, los componentes del proyecto fueron: a) disminución de la estacionalidad de la producción de flores, b) el eficiente manejo técnico en la producción, cosecha y postcosecha de flores, y c) el fortalecimiento de la asociatividad y competitividad de los productores florícolas ([C-10-14.pdf \(fondoempleo.com.pe\)](#), 2023).

De acuerdo a la información obtenida, IMAGEN capacitó y brindó asistencia técnica a los productores de flores de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca. Se informa que los invernaderos fueron equipados con riego por goteo, los productores manejan un registro de producción actualizado de flores, aumentaron la productividad de rosas de corte. Se realizaron pasantías, asistencia técnica y capacitaciones (C-10-14.pdf (fondoempleo.com.pe), 2023).

#### **c) PROCOMPITE**

Implementado por la Municipalidad Distrital de San Sebastián, en el año 2014 asistió a productores florícolas de Pumamarca y Ccorao. Brindándoles asistencia técnica, capacitación e insumos para la producción de flores en invernaderos (Municipalidad Distrital de San Sebastián, 2014).

Caracterización de los 13 integrantes de la asociación (encuesta, 2018):

- a) Sexo del socio inscrito en la asociación: 10 (76.93 %) mujeres y 03 (23.07 %) varones.
- b) Miembros de la familia de los socios: 2 familias conformadas por 3 miembros, 6 familias conformadas por 5 miembros, 2 familias conformadas por 6 miembros y las últimas dos conformadas por 7 miembros.
- c) Grado de instrucción de los socios: 9 socios cuentan con estudios primarios incompletos, una persona tiene estudios secundarios completos, otra persona tiene estudios universitarios en curso y una última persona no tiene estudios.
- d) Edad de los socios: el rango de edad de los socios oscila entre los 18 y 59 años, la mayoría tiene entre 39 y 49 años.

### **3. Capítulo III: Sistematización de Resultados y Discusión**

En este capítulo se expone la sistematización de resultados y discusión de las variables de la investigación “Experiencia económica de las familias pertenecientes a la Asociación Wiñay Rosas, Pumamarca, San Sebastián - Cusco (2008 - 2018). Las cuales son 1) Adaptación y producción de nuevas especies de flores de corte, 2) Uso de nuevas tecnologías, 3) Inserción de las familias productoras al mercado y 4) Crecimiento económico.

#### **3.1. Adaptación y Producción de Nuevas Especies de Flores de Corte**

Según el trabajo de campo realizado, la producción de flores en el sector marca claramente dos etapas. La primera que fue la producción a campo abierto, sin tecnificación alguna, antes del año 2008 y la segunda en la que se produce nuevas especies de flores de corte en fitotoldos, con tecnificación y complementado con el cultivo a campo abierto, desde el 2008 y los años posteriores que dura la investigación.

##### **3.1.1. Nuevas Especies de Flores de Corte Producidas**

De acuerdo a las entrevistas y la observación, la actividad florícola en el sector de Pumamarca, es tradicional. Empezó con el recojo y venta de flores silvestres, para después ser producida a campo abierto y finalmente innovada con la producción tecnificada en fitotoldos, logrando posicionarse en el mercado a partir del 2008. Las familias de la asociación Wiñay Rosas fueron las pioneras en el cultivo de nuevas especies, por lo cual, son considerados como referente a nivel regional. Al respecto, los entrevistados señalaron:

Desde siempre trabajamos flores aquí, es zona florícola. Desde chiquitito yo veía a mi mamá vender sus florcitas ...De pasantía han venido de otras comunidades y al ver cómo ha dado recién se han animado. (Informante 1, 2016).

Siempre nos hemos dedicado a las flores, desde pequeños aquí en Pumamarca trabajamos (Informante 2, 2016).

Porque desde nuestros ancestros se han dedicado a hacer flores, antes pues ponían margarita pensamiento, rosas, esas florcitas que recogían del campo. Negocio hacían desde las abuelitas, ahora ya no venden. desde siempre han crecido flores aquí, bonito es el vallecito y daba flores, entonces eso llevaban y así nomás se han hecho conocidos (Informante 3, 2016).

Siempre aquí nos hemos dedicado a las flores, la mayoría trabaja siempre, en su chacra en un ladito así ponen. Nosotros, pero hemos iniciado poniendo en fitotoldos (Informante 4, 2016). Mi abuelita vendía flores desde los 10 años más o menos. Esas florcitas que crecían así nomás, sin plantar, traían para vender. Primerito hemos puesto así nomás, a campo abierto, Gladiolo, Crisantemo, eso como se habrán conseguido, mi papá todavía ha comprado semillas, lo que encontraban en Cusco, en Lima así” (Informante 5, 2016).

Desde chiquita yo le acompañaba a mi mamá a vender, desde que murió yo me he encargado (Informante 6, 2016).

Todos aquí trabajamos flores, desde nuestras mamás todavía. Como da bien hemos puesto fitotoldos (Informante 8, 2016).

Desde siempre, hemos trabajado flores, mi abuelita todavía vendía (Informante 7, 2016).

Desde ante hacíamos flores, primerito nuestras mamás llevaban lo que se crecía, después ya hemos puesto en la chacra y también primerito nosotros hemos puesto en fitotoldos (Informante 10, 2016).

Mi mamá todavía vendía, a mí también siempre me ha gustado y por eso hemos empezado con los fitotoldos (Informante 11, 2016).

Toda mi vida, desde niña he vendido flores, claro antes chusquito nomas poníamos (Informante 12, 2016).

Yo vendo desde los 17 años, mi mamá también vendía. Antes poníamos a campo abierto nomas, gladiolo ilusión. Hace 8 años más o menos se trabaja rosas con APOMIPE (Informante 13, 2016).

Nosotros primerito hemos llevado al Cusco, antes que Ccorao, Tikapata, ahora todos llevan.

Desde antes nos conocían a nosotros (Informante 09, 43 años, 2016).

Conforme a los 13 entrevistados, la producción florícola es realizada desde sus antepasados, o sea es tradicional. Esto supone que ha sido transmitida de generación a generación y en los últimos años innovaron la producción con el cultivo de nuevas especies de flores de corte para el mercado.

Además, las entrevistas señalan que antiguamente recogían flores silvestres y producían otras flores como: sapito o boca y sapo (*Antirrhinum*), bella unión, dalia (*Dahlia*), crisantemo (*Chrysanthemum*), pensamiento (*Viola Wittrockiana*), siempre viva (*Limonium Sinuatum*) papelillo (*Helichrysum*), clavelina (*Deltoides*), cala (*Antedeschia Aethiopica*), margarita (*Bellis Perennis*), bochilas, ilusión o lluvia (*Gypsophila*), geranio (*Geranium*), gladiolo rojo o vara de Noé (*Gladiolus*), rosa silvestre (*Rosaceae*), amapola (*Papaver*), monte casino (*Aster Tataricus*), ñiñachay, ambar, botón de novia, corazón francés, cresta de gallo (*Celosia*), entre otras. Estas se producían de manera artesanal y a campo abierto, sin embargo, algunas especies dejaron de producirse por la poca demanda en el mercado y otras aún son cultivadas, estas son: gladiolos, calas blancas, margaritas, crisantemos, ilusiones, entre otros. Los entrevistados señalaron:

Antes poníamos: gladiolos, claveles, ilusiones, rosas comunes papelito, bella unión, boca y sapo... de todas esta ya no hacemos las rosas comunes porque en el mercado ya no quieren comprar, clavel tampoco ya no quieren (Informante 1, 2016).

Antes, desde pequeña he visto bella unión, crisantemo, dalias, boca sapo, rosa chusquita, nomas, pero estos ya no hacemos porque ya no quieren en el mercado, clavel y rosa chusquita ya no ponemos (Informante 2, 2016).

Antes pues poníamos, siempre nos hemos dedicado desde pequeños hacer bella unión, crisantemo, margarita, pensamiento, rosas chusquitas, hampi rosas, ilusiones gladiolos, corazón francés, cañarí, no me olvides, delfín, coposo, margarita, amapola, bochila, boca sapo uno que otro siempre crece, rosa noma ya no da ahora (Informante 3, 2016).

Antes producíamos solo rosa blanca, gladiolos, ilusión, pensamiento, vara de Noé (Informante 4, 2016).

Nosotros siempre hemos tenido en nuestra huertita porque mi mamá vendía antes poníamos crisantemo, ilusiones, clavelitos, siempre viva, rosas chusquitas, papelillo, cala, gladiolo, vara de Noé, bella unión. Ahora crisantemo ya no se produce mucho porque le entra como enfermedad se vuelve como cespito feo (Informante 5, 2016).

Desde antes hacíamos ilusiones y gladiolos siempre poníamos hasta ahora seguimos poniendo (Informante 6, 2016).

Antes de todo había, crisantemo gladiolo también había, pero no como el de ahora eran más feitos, crisantemos, rosas chusquitas (Informante 8, 2016).

Siempre vendía florcitas desde mi mamá, rosas chusquitas, clavel común, papelillo, siempre viva, cala, crisantemo, vara de Noé, margaritas, bella unión, clavelinas, la mayoría solito se ha desaparecido será pues por las enfermedades y el clima, los crisantemos se vende nomas pues, ahora, pero la gente ya no quiere mucho (Informante 7, 2016).

Nosotros siempre hemos hecho gladiolos, ilusiones y lo seguimos haciendo ahora porque, aunque poquito, pero se puede trabajar para combinar (Informante 10, 2016).

Nosotros desde pequeñas siempre hicimos crisantemo, claveles chusquitos, gladiolos, a mi abuelita le gustaba los gladiolos rosados siempre, pero en el 2008 entro la enfermedad de chupadera y desapareció los gladiolos y crisantemos (Informante 11, 2016).

Desde niña siempre hemos hecho claveles, nevada, rosas comunes, crisantemo, gladiolos, flor amarillos, esas ahora no hacemos porque ya nadie nos quiere comprar en el mercado pues (Informante 12, 2016).

Siempre hicimos ilusiones, boca sapo, bochila, bella unión, Antes hacíamos claveles, pero siempre crecían torcidos y era muy difícil de amarrar por eso ahora ya no hacemos. También hacíamos gladiolos ahora también seguimos haciendo (Informante 13, 2016).

Antes teníamos sapito, gladiolo, ilusiones, hasta ahora tenemos eso, también hacíamos clavel chico, margarita, bochila (Informante 09, 2016).

Los 13 entrevistados refieren que hay especies de flores como margaritas, rosa común, bella unión, boca y sapo, entre otros, que ya no son producidas porque no las quieren en el

mercado. Sin embargo, otras como los gladiolos, ilusiones y crisantemos aún son cultivadas a campo abierto.

Los datos evidencian la producción a campo abierto, con el cual se demuestra la primera etapa de la producción de flores, sin la innovación tecnológica, ya antes mencionada. Las especies de flores que corresponden a esta primera fase establecida antes del año 2008, son: gladiolos, ilusiones, crisantemos, papelillo, y demás.

Respecto a las nuevas especies de flores corte cultivadas por las familias de la asociación, después del año 2008, son: rosas (rosas de corte), astromelias, godecia, lirios (lilium, azucena), exofilia, pompos y/o anastasia, clavel chino, cala amarilla. También cultivan follajes para el acompañamiento a las flores (ramos). Estos son: espárragos, monedita o lenteja, hinojo, cebada. Sobre lo mencionado, los asociados afirman:

Godecia, astromelias, lilium, azucena, exofilia, nevadita, clavel chino, rosas mejoradas (Informante 1, 2016).

Ahora ultimo ponemos variado: godecias, gladiolos, rosas mejoradas, ilusión, rosas chinas, astromelias, azucenas" Adentro ponemos rosas (fitotoldos). El príncipe negro, rosado... banderita, capa de toro, blanco... lilium, azucena (Informante 2, 2016).

Rosas mejoradas, astromelias, godecias, lilium, azucena, exofilia, gladiolo de colores (Informante 3, 2016).

Desde que APOMIPE ha entrado hemos empezado con fitotoldos, con rosas mejoradas, godecias, lilium, astromelia, cala, gladiolos, ilusiones, azucenas (Huaranca Melchor, 2016).

Las nuevas flores serán las rosas, astromelias, lirio, exofilia, godesia (Informante 5, 2016).

En el fitotoldos cultivamos rosas, azucena, lilium, esparrago (Informante 6, 2016).

Ahora ponemos rosas en invernadero, astromelias recién estoy poniendo, godecias afuera nomas tengo, ilusión y gladiolos esas nomas hago ahora (Informante 8, 2016).

Desde que tenemos fitotoldos ponemos rosas, astromelias, lilium, azucenas, afueras también ponemos gladiolos, exofilia para arreglar los ramitos pues (Informante 7, 2016).

... Rosas mejoradas, astromelias, cala amarilla, gladiolos, liliium, lirio, exofilia, clavel chino y clavel normal (Informante 10, 2016).

Desde el año 2010, pusimos lirios de colores. ponemos godesia, rosas, lirios, eso (Informante 11, 2016).

Ahora por el fitotoldos nosotros aprendimos a hacer rosas mejoradas, astromelias, liliium, gladiolos, ilusión, godesia, exofilia, porque esas son las que mejor se venden en el mercado (Informante 12, 2016).

... hora lo hacemos rosas mejoradas, gladiolo (Informante 13, 2016).

Ahora ponemos astromelias, liliium, rosas, azucenas, godecias (Informante 09, 2016).

De las entrevistas se reluce que los asociados: a) todos adaptaron y producen rosas de corte, b) complementan la producción con otras especies como astromelias, lirios, azucena, (liliium), godecias, entre otros, c) cultivan en fitotoldos y a campo abierto.

A continuación, se presenta fotografías de las nuevas especies de flores producidas:

## **Figura 6**

*Rosa (Rosaceae)*



Nota. Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

**Figura 7**

*Astromelia (Alstroemeria)*



*Nota.* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

**Figura 8**

*Azucena (Lilium)*



*Nota.* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

**Figura 9**

*Godecias*



*Nota.* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

Considerando la innovación en la producción, cabe destacar que todas las familias asociadas son parte de esta experiencia económica. Al respecto se presentan los siguientes datos logrados por medio de la encuesta.

**Tabla 10**

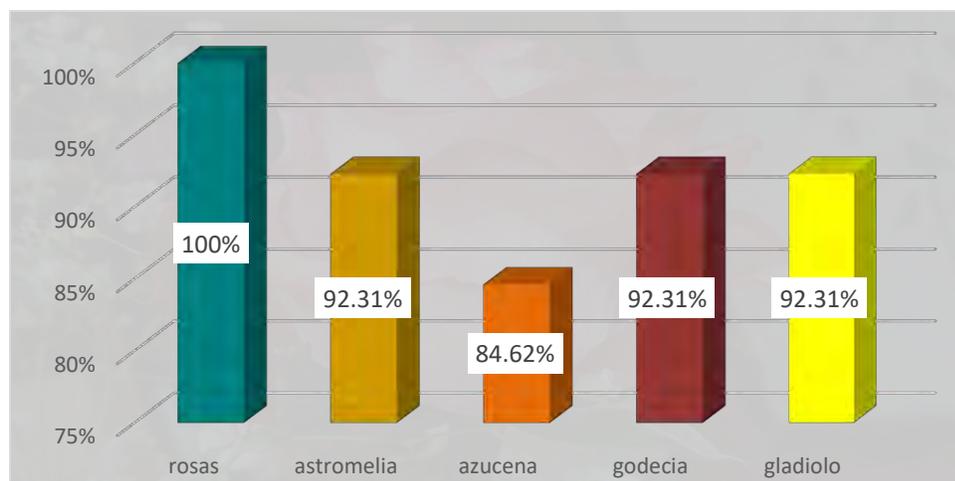
*Producción de flores por floricultor*

Especie de flor	Si produce		No produce		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Rosas	13	100%	0	0%	13	100%
Astromelia	12	92.31%	1	7.69%	13	100%
Godesia	12	92.31%	1	7.69%	13	100%
Gladiolo	12	92.31%	1	7.69%	13	100%
Lilium	11	84.62%	2	15.38%	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 10**

*Producción de flores por floricultor*



Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 10 y figura 10 visualizan que todos los productores florícolas cultivan rosas de corte es decir el 100 %. En cuanto a la producción de astromelias, un 92.31 %, del cual se admite que 12 productores florícolas la cultivan y 01 familia no lo hace. Así mismo, un 84.62 %, de los productores, que representan a 11, cultivan lirio (azucena). De igual manera, se observa que un 92.31 %, o sea 12 productores, cultivan godecias y gladiolos.

Con estos datos, se constata la existencia de nuevas especies de flores, adaptas y producidas por las familias de la asociación Wiñay Rosas, como se plantea en la hipótesis de investigación. Las rosas de corte, astromelias, lilium, godecias y demás, permitieron y permiten a las familias asociadas el éxito en los mercados locales.

Ahora, es preciso remarcar que estas nuevas especies se producen para el mercado desde el año 2008. Las rosas, astromelias, lirios, azucenas y exofilias son producidas exclusivamente en fitotoldos, las margaritas, crisantemos, ilusiones y nevadita, más los follajes espárragos y

monedita, los producen a campo abierto y los pompos y/o anastasia, clavel chino, gladiolos y calas son producidos tanto en fitotoldos como a campo abierto. Para mayor precisión véase el desarrollo del siguiente indicador.

Por último, las entrevistas muestran que los productores del sector fueron pioneros en el cultivo de nuevas especies de flores en la región Cusco. Desde el año 2006 algunas familias de Pumamarca se organizaron con el apoyo de instituciones privadas, recibieron capacitación en la producción, mejora de producto y venta al mercado, además, recibieron asistencia técnica, este proceso fue de aprendizaje que duro aproximadamente dos años. A partir del año 2008 empezaron a producir especies que importaron de otros países como Ecuador y Holanda, así como de los departamentos de Huancayo y Junín (referentes en el mercado florícola nacional). En razón a ello, manifestaron los entrevistados:

Rosa no sé de dónde todavía hemos traído, de Ecuador creo, en esa fecha hemos traído.

APOMIPE nos ha ayudado (Informante 3, 2016).

Vino a capacitarnos un ingeniero ecuatoriano y nos trajo patrones y esquejes de rosa mosqueta francesa... Nosotros sufrimos para el cultivo de las godecias, con 70 dólares hicimos el pedido de semillitas desde Holanda. Nosotros buscamos en internet las godecias (Informante 1, 2016).

Nosotros hemos hecho pedido de otros países así (Informante 2, 2016).

Vinieron trayendo plantones de Huancayo y Huaraz y se perdieron, luego vinieron otros técnicos y recién prendieron ... Nosotros hemos traído primerito la godecia, antes nadie tenía en Cusco.

Ahora todos ya tienen (Informante 11, 2016).

Hemos hecho pedido desde Ecuador, por eso nosotros hemos sufrido al primerito ahora los nuevos ya tienen todo a la mano (Informante 5, 2016).

Desde que APOMIPE ha entrado hemos empezado con fitotoldos, con rosas mejoradas, godecias, liliium, astromelia, cala, gladiolos, ilusiones, azucenas... hemos traído varias flores, no todo ha dado. Nos ha fallado eucalipto chino y otro como clavel, aleli (Informante 4, 2016).

Nosotros hemos ido de pasantía a Lima así y hemos visto como ponen y con APOMIPE no sé de dónde todavía hemos traído (Informante 12, 2016).

Cuando recién se ha formado la asociación han buscado flores en internet y hemos traído de Ecuador todavía la rosa y poco a poco hemos hecho prender (Informante 7, 2016).

Primerito nosotros hemos puesto godecia, ahora ya se ha llenado. Esa vez con APOMIPE todavía hemos hecho (Informante 13, 2016).

No sé de dónde todavía han traído las flores, no se mucho porque esa vez era chiquita nomas, mi mamá sabia eso (Informante 6, 2016).

Godecia hemos comprado por internet de Holanda todavía, junto con otro que no ha dado (Informante 9, 2016).

No me recuerdo, pero primerito hemos traído rosa de Ecuador, el ingeniero de APOMIPE nos ha ayudado (Informante 8, 2016).

Nosotros siempre hemos tenido flores, ya después hemos hecho pedido de otras flores el 2006 o el 2007 creo, con APOMIPE de Huaraz, de Ecuador hemos conseguido (Informante 10, 2016).

De las entrevistas se recoge que las rosas de corte fueron importadas de Ecuador, explícitamente así lo señalan 5 personas, mientras, 8 personas dijeron que fueron traídas de otros lugares sin especificar el lugar de origen. Respecto a las godecias, 2 personas indicaron que importaron de Holanda y otras 4 dijeron que fueron pioneros en el cultivo de dicha especie en Cusco, los demás no especificaron su origen. De las demás variedades no especificaron. Finalmente, cabe destacar que 6 productores mencionaron a APOMIPE (ONG Helvetas) como la institución que apoyo en el proceso de adquisición de las nuevas especies de flores.

Entonces, los productores florícolas de la asociación Wiñay Rosas innovaron la producción de flores, adoptaron especies de flores de otros lugares y las adaptaron a su medio. Estas son: las rosas de corte, astromelias, lirios, godecias, clavel chino, exofilias, pompos y/o anastasia, otros. Además, adaptaron otras especies como espárragos y moneditas, para follaje de los ramos de flores que preparan. Así mismo, continúan cultivando otras especies florales, como: calas, gladiolos, crisantemos, margaritas, ilusiones y nevadita, que aún son requeridas en el mercado.

## **Discusión**

La descripción, evidencia que la adopción y adaptación de nuevas especies de flores constituyen la innovación tecnológica en la producción, que finalmente conlleva al crecimiento económico, tal como refiere Adolfo Figueroa. Quien menciona que el crecimiento económico de las familias rurales, está asociada a la innovación en la producción agrícola y parte de esta innovación son los nuevos insumos como semillas y plantones.

### **3.1.2. *Proceso Productivo de las Flores***

De acuerdo a la encuesta, la entrevista y la observación, el proceso productivo comprende tres fases definidas: la siembra, la cosecha y post cosecha. Las familias de la asociación siembran en fitotoldos y/o a campo abierto, brindando diferentes cuidados por especie de flor.

Las diferentes especies de flores, ya sean las convencionales o las introducidas requieren de características medioambientales específicas para su desarrollo, ello conllevó a la implementación de fitotoldos. Dentro los fitotoldos la temperatura varia y las familias pudieron realizar camas con sustratos especiales, además de realizar instalaciones para un riego adecuado, entre otras tecnologías. A continuación, se presenta la tabla 11 y figura 11, en la que se indica el lugar donde se siembra cada especie de flor y follaje, considerando si la especie es producida antes del año 2008 o introducida después del año 2008 y la cantidad de familias asociadas que la producen.

**Tabla 11**

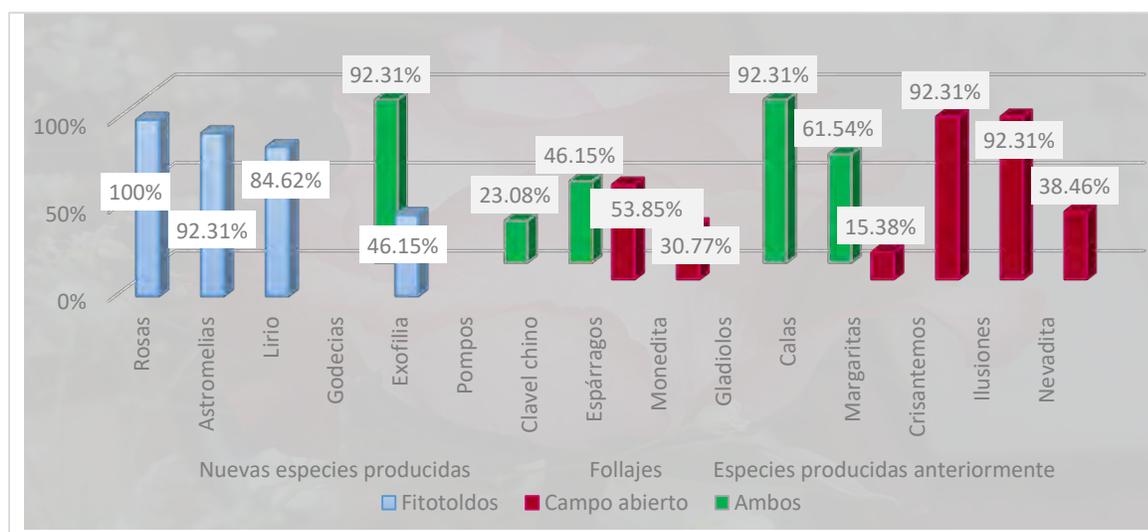
*Formas y cantidad de producción por especie*

	Especies	Fitotoldos	Campo abierto	Ambos	No produce
Nuevas especies producidas	Rosas	100%			0
	Astromelias	92.31%			7.69%
	Lirio/Azucena	84.62%			15.38%
	Godecias			92.31%	7.69%
	Exofilia	46.15%			53.85%
	Pompos				23.8%
Follajes	Clavel chino			46.15%	53.85%
	Espárragos		53.85%		46.15%
	Monedita		30.77%		69.23%
	Gladiolos			92.31%	7.69%
Especies producidas anteriormente	Calas			61.54%	38.46%
	Margaritas		15.38%		84.62%
	Crisantemos		92.31%		7.69%
	Ilusiones		92.31%		7.69%
	Nevadita		38.46%		61.54%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019. Los cultivos de flores son estacionales a campo abierto.

**Figura 11**

*Formas de producción por especie y cantidad de productores que cultivan*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

En la tabla 11 y la figura 11 se observa que: a) las especies producidas en fitotoldos exclusivamente, son: rosas, astromelias, lirios y exofilias. b) las especies producidas en campo abierto son: margaritas, crisantemos, ilusiones y nevadita, más los follajes espárragos y monedita. Siendo las ilusiones y crisantemos las especies más producidas en esta modalidad, con un 92.31 %, que representa a 12 productores. Los cultivos de flores son estacionales a campo abierto. c) por último, las especies producidas tanto en fitotoldos como a campo abierto son los pompos y/o anastasia, clavel chino, gladiolos y calas. En esta forma de producción destacan los gladiolos y las godecias, puesto que son cultivadas por 12 productores, o sea, por el 92.31 %, de los asociados.

Refiriendo al uso de fitotoldos, los cultivadores entienden la importancia del uso de tecnologías para producir rosas y otras especies durante todo el año. Para ello, estos fitotoldos cuentan con: grandes dimensiones (50 x 20 a más), luz adecuada, la altura considerable, la ventilación y calefacción apropiada. A continuación, se presenta la imagen de un fitotoldo construido por las familias de la asociación.

## **Figura 12**

### *Fitotoldo*



*Nota.* Foto tomada por las tesisistas Córdova y Lizana, 2016.

Los productores indicaron que la siembra en fitotoldos se hace en sustrato preparado con humus de lombriz, tierra negra, tierra agrícola o común, arena (mineral) y otros materiales orgánicos en descomposición (composta), tales como: corteza de chachacomo y queuña, cascara de huevo, guano de animales, cascara de frutas entre otros; que abonan la tierra, permiten la ventilación y dan las condiciones adecuadas para el desarrollo de cada planta. Lo cual indica la complementación de técnicas tradicionales e innovadores en el proceso productivo.

Para los cultivos en campo abierto indicaron que no requieren preparar sustratos y siembran en tierra agrícola. Véase la tabla 12 y figura 13.

**Tabla 12**

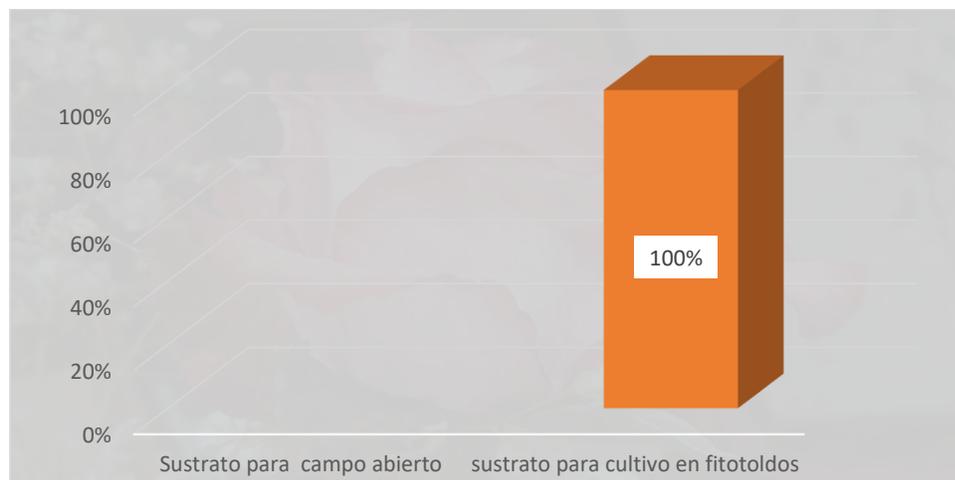
Preparación de sustrato para la siembra de flores

	Si prepara		No prepara		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	F	%
Para siembra en fitotoldos	13	100%	0	0%	13	100%
Para siembra a campo abierto	0	0	13	100%	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

### Figura 13

#### *Preparación de sustrato para la siembra de flores*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

A partir de la tabla 12 y la figura 13 indican que el 100 %, de los productores que representa a las 13 familias, preparan un sustrato especial para el cultivo en fitotoldo. Para el cultivo de flores en exteriores, a campo abierto, ninguna familia elabora sustrato y siembran de manera directa sobre la tierra agrícola.

En los fitotoldos cultivan una especie de flor o varias. Es decir, pueden realizar monocultivos, que generalmente son de rosa y de policultivos en el que cultivan rosas, juntamente con liliun, astromelias y otros. La técnica de producción depende del número de fitotoldos que posee la familia, quienes poseen más de un fitotoldo, reservan uno para la producción exclusiva de rosas de corte, ya que es el producto de mayor demanda en el mercado; especializándose en la calidad y cantidad. Además, el policultivo favorece al control fitosanitario y al mayor aprovechamiento de mayor espacio.

Seguidamente, se muestra dos imágenes en las que se visualizan fitotoldos con cultivos de flores. La primera, muestra la asociación entre los cultivos de astromelias, gladiolos, con rosas, es decir, pertenece a un policultivo y la segunda imagen muestra un fitotoldo con cultivo exclusivo de rosas, en otras palabras, un monocultivo.

### **Figura 14**

#### *Policultivos en fitotoldo*



*Nota.* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

## Figura 15

### *Monocultivo en fitotoldo*



*Nota. Foto tomada por las tesisistas Córdova y Lizana, 2016.*

Así como la técnica de policultivos, las familias utilizan diferentes técnicas para el cultivo de cada flor. A continuación, se presenta de manera genérica el proceso productivo de las especies más importantes.

**3.1.2.1. Rosa de Corte.** Su sustrato es considerado como el más especial. La fase de la siembra inicia con la preparación del sustrato, para ello primero suavizan y nivelan la primera capa de tierra y agregan el sustrato, para nutrir el suelo incorporan materiales orgánicos (bocache: estiércol fresco de animales, frutas de la zona, melaza de caña, leche, cascara de huevo, chicha, plátano y productos de la zona que después de un período controlado de descomposición se aplican directamente a la tierra) ya elaborada la cama realizan los surcos, se instala el sistema de riego por goteo localizado, para ello utilizan las mangueras para instalarlas en cada cama. Se debe instalar las mangueras y/o tubos de riego antes de la plantación de patrones en el sustrato para poder sembrar cada patrón en cada gotero.

## Figura 16

### Instalación de sistema de riego



*Nota.* Foto tomada por las tesisistas Córdova y Lizana, 2016.

Después de la siembra de patrones proceden a la injertación, desbotone y desbrote. Conforme los plantones van adquiriendo más grosor realizan el tutorado, utilizan listones delgados de madera (tutores) que estimulan el crecimiento vertical de los tallos de las rosas, en algunos casos atándolos con rafia o hilo nylon al tutor.

A continuación del tutorado realizan la poda y eliminación de malas hiervas. Con la tijera de podar encima de las yemas y de forma sesgada eliminan las ramas muertas, enfermas o mal formadas y los botones de rosas ubicadas en el mismo tallo, con la misma escrupulosidad se realiza el deshierbe según se vea necesario cabe señalar que los plantones de rosas se deshieran después de 6 meses y se podan cada año; los plantones duran hasta 5 años según su cuidado, posterior a eso renuevan sus plantones para no perder la calidad en la producción.

Seguidamente, de la poda y eliminación de malas hiervas, se pasa a la siguiente fase de cosecha. Prefieren las primeras horas del día o las últimas de la tarde para la actividad, con el uso

de las tijeras podadoras desinfectadas, realizan el corte de manera sesgada para no dañar el plantón y permitir la hidratación de las rosas cosechadas. La cosecha se realiza dos a tres veces por semana de acuerdo a la floración, cortan los pétalos cuando aún no se han desplegado, si cortan demasiado inmaduras, los botones pueden marchitarse y la flor no se endurece, en ocasiones, días antes de la cosecha colocan mallas capulleras para evitar que los pétalos de las rojas se abran, mostrando su mejor calidad. siempre dejan el tallo después del corte con 2 o 3 yemas que correspondan a hojas completas.

Inmediatamente, ejecutada la cosecha se realiza la post cosecha. Inicia con la selección de rosas cosechadas, las rosas cortadas las van colocando en bandejas, recipientes, baldes y/o cámaras de hidratación, tan pronto como sea posible, la sumergen en agua fría, almacenándolos en un lugar frio, adecuadamente ventilado, asignado especialmente para esta labor, por un tiempo promedio de doce a setenta y dos horas, la cual depende de las salidas que programan hacia el mercado, una vez que las flores se sacan del almacén, se arrancan las hojas, pétalos dañados y espinas, desechando aquellos curvados, deformados o dañados, clasificándolas de forma manual, conservándolas en baldes de agua en el punto de venta. A continuación, se añade la figura 17 post cosecha

## Figura 17

### *Post Cosecha*



*Nota.* Foto tomada por las tesisas Córdova y Lizana, 2016.

**3.1.2.2. Liliun (Lirio y Azucena).** La forma más usual de propagación empleada por los floricultores de la zona es a partir de los bulbillos obtenidos de plantas anteriores. La plantación la realizan exclusivamente dentro de los fitotoldos para un mejor control de riego, temperatura y calidad. Ellos aprovechan los surcos ya existentes para el cultivo de rosas, puesto que manejan el policultivo dentro del fitotoldo para optimizar recursos; la plantación lo programan con antelación para que a la llegada de los bulbos se proceda inmediatamente a su colocación en el sustrato de lo contrario los bulbos tienden a secarse y no echan raíz.

Después del cultivo de los bulbillos se realiza el tutorado. Para evitar que se tuerzan o quiebren, los floricultores recurren al uso de nylon realizando trazos y/o cuadros de 12.5 x 12.5 cm, o de 15 x 15 cm, colocan una sola línea la cual se irá elevando a medida que crezca el cultivo.

Posterior al tutorado, se prosigue con el riego. El *lilium* exige agua de buena calidad, el riego es frecuente y en pequeñas dosis. A continuación, se muestra la figura, corresponde a las flores de *lilium*.

### Figura 18

#### *Lilium*



*Nota.* Fotos tomadas por las tesisas Córdova y Lizana, 2016.

Después realizan la fertilización y el deshierbe. Conforme los bulbos estén brotando inician el deshierbe, para lo cual retiran la maleza desde la raíz solo con el uso de las manos, para luego echarlas fuera del fitotoldo. La fertilización se realiza tanto con productos químicos como naturales.

Cuando la planta ha alcanzado el desarrollo propicio para la cosecha, se procede a la recolección. El momento óptimo determinado por ellos, es cuando los dos o tres primeros

botones florales empiezan a colorear y antes que se produzca la apertura, se corta el tallo floral por su base a unos 2 cm del inicio del escapo floral.

Luego prosigue la post recolección. Inmediatamente realizan una limpieza de las hojas basales del tallo hasta una altura de unos 10 cm para mejorar la apariencia de éste e incluso alargar la vida útil de la flor al aumentar la facilidad de absorción de agua, posteriormente son llevadas al espacio de hidratación a la espera de su empaquetado y traslado para la venta.

En cuanto a la recolección de bulbos para realizar nuevos cultivos, los floricultores determinan el momento óptimo de recolección cuando las hojas de la planta se han secado completamente tras realizar el corte de las flores. Después de la recolección, se procede a la clasificación manual y selección de los de mejor calidad.

**3.1.2.3. Gladiolos.** El gladiolo necesita estar expuesto a la luz directa, es por eso que su cultivo se realiza tanto en el fitotoldo como a campo abierto, el proceso inicia con la propagación de la planta.

La propagación la realizan mediante las semillas o separación de cornos. En cuanto a la propagación por semilla, es útil para la obtención de nuevas especies, las semillas las obtienen de los brotes secos, luego de sacarlos las esparcen sin distinción (después del brote las separan), cubriéndolas con una capa de tierra de 6 a 10 cm de espesor; después de 20 días brotan los primeros plantones. Regularmente la propagación la realizan por medio de la separación de cornos que se forman durante la vegetación normal, obteniendo más cantidad de cornos, se clasifica manualmente según el tamaño, los más grandes se desinfectan con fungicidas y se vuelven a sembrar, las pequeñas se entierran en otra zona hasta que obtengan el tamaño deseado; de cada planta se obtiene alrededor de 20 a 30 cornos. A continuación, se presenta la imagen de gladiolos.

**Figura 19**

*Gladiolos*



*Nota.* Fotos tomadas por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

**Figura 20**

*Cornos*



*Nota.* Adaptado de Infoagro, 2019.

Continuadamente de la preparación del suelo, realizan el cultivo de los gladiolos. A continuación, se muestra imagen de gladiolos cultivados a campo abierto.

### **Figura 21**

*Cultivo de gladiolos a campo abierto*



*Nota.* Adaptado de Infoagro, 2019.

Alrededor de 3 meses de realizado el cultivo comienzan a salir las primeras espigas florales, momento adecuado para realizar la cosecha, realizan el corte a 10 cm aproximadamente sobre el suelo. Inmediatamente continúan con la post cosecha, las varas florales son llevadas a espacios especialmente acondicionados en cuanto a temperatura y luz, en recipientes con agua. A continuación, se muestra la figura 22, de gladiolos en la zona de exhibición para la venta.

## Figura 22

### *Gladiolos en hidratación*



*Nota:* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2016.

Otras especies que han adaptado y producen son las astromelias, godecias, exofilias, pompos y/o anastasia, calas de diferentes colores, y follajes como espárragos. De acuerdo a las entrevistas realizadas, algunas semillas fueron importadas, y adaptadas con éxito en la zona, como es el caso de las godecias. Otras semillas fueron compradas de otras regiones del país, así lograron producir pompos y/o anastasia, calas de colores, astromelias y exofilias.

Tanto las astromelias como las exofilias son cultivadas en los fitotoldos, acompañan las plantas con tutores que permiten el crecimiento erguido. Además, por lo general las cultivan

junto a otras especies, para aprovechar espacios, evitar la proliferación de hierbas y controlar plagas.

Las godecias al igual que las ilusiones son cultivadas a campo abierto y en los fitotldos. Es una especie que no requiere muchos cuidados como las otras especies adaptadas, crecen a partir de semillas y son sembradas al boleó. Por ser flores de acompañamiento o complemento de otras flores en los ramos, prefieren realizar su cultivo a campo abierto.

En cuanto al tratamiento de plagas y/o enfermedades, las entrevistas realizadas a los productores visualizan la importancia de las acciones realizadas por estos para hacerle frente a plagas, enfermedades y fisiopatías (anomalías) de las flores antes mencionadas, siendo este un elemento fundamental para producir flores de calidad. existiendo afecciones diferentes para cada tipo de flor, específicamente por cada especie. A continuación, se visualiza lo manifestado por los entrevistados:

Nosotros damos todo nuestro tiempo para las rosas, porque si no la plaga le ataca rapidito. Entra ranca, roya, arañita roja... entra a todas las flores no solo a la rosa, hay que funigar, hechar ceniza, canela, de todo para que no se llene tu fitotoldo (Informante 3, 2016).

A la rosa rapidito le entra la plaga, oídium, mildiu, roya a todo le ataca, arañita roja, así. al gladiolo también trips, pulgón. Hay veces le entra nematodos y malogra sus raíces, feo se vuelve la flor, al liliun también le entra eso pobredumbre gris, de raíz, de su papa (Informante 1, 2016). El pulgón total ataca si no cuidas la planta... después entra roya, oídium, arañita roja, arto entra (Informante 2, 2016).

Todo el tiempo tiene que cuidar de la enfermedad, tienes que corear biencito (deshierbar), porque si no entra la enfermedad y uno solo a todito le ataca y se malogra. Siempre hay que estar mirando ranca, roya, arañita roja, todo pe, todo te tienes que fijar. Medicina nomas tiene que estar comprando, siempre tienes que fumigar (Informante 11, 2016).

Plaga siempre entra y tienes que estar fumigando nomas, a la rosa entra oídium, roya, trips, arañita roja; a los gladiolos, al lirio nematodo feo le ataca si no sabes cuidarle... tienes que comprar medicina, corear (deshierbar), todo biencito pe (Informante 5, 2016).

Rancha, el mildiu, la roya, arañita roja, pulgón, oruga, que más, arto entra. A mí no mucho porque estoy coreando (deshierbando), y fumigando nomas (Informante 4, 2016).

De todo le entra, tienes que cuidar nomas, no cualquiera entra (al fitotoldo) porque en sus pies lleva plaga (Informante 12, 2016).

Hay que cuidar bien todas las plantas, la rosa especialmente es delicada rapidito le ataca rancha, roya, malogra sus hojas, feo chiquito sale la flor y no conviene para vender, por eso es para dedicarse (Informante 7, 2016).

Toda enfermedad entra a la flor, a nosotros ya no mucho (referido a las flores que produce) nos han enseñado para curar y también viendo, preguntándonos hemos aprendido que medicina debemos comprar para la enfermedad (Informante 13, 2016).

Siempre hay plaga, pero si sabes tratar normal, bonito sale tus flores... no conozco bien como le llaman nosotros aquí le decimos roya, rancha, arañita roja (Informante 6, 2016).

Hay todo tipo de enfermedad, para eso debes poner medicina siempre (Informante 9, 43 años, 2016).

Nosotros compramos medicina, coreamos (deshierbamos)... miramos siempre cual esta con plaga y sacamos y rápido curamos (Informante 8, 2016).

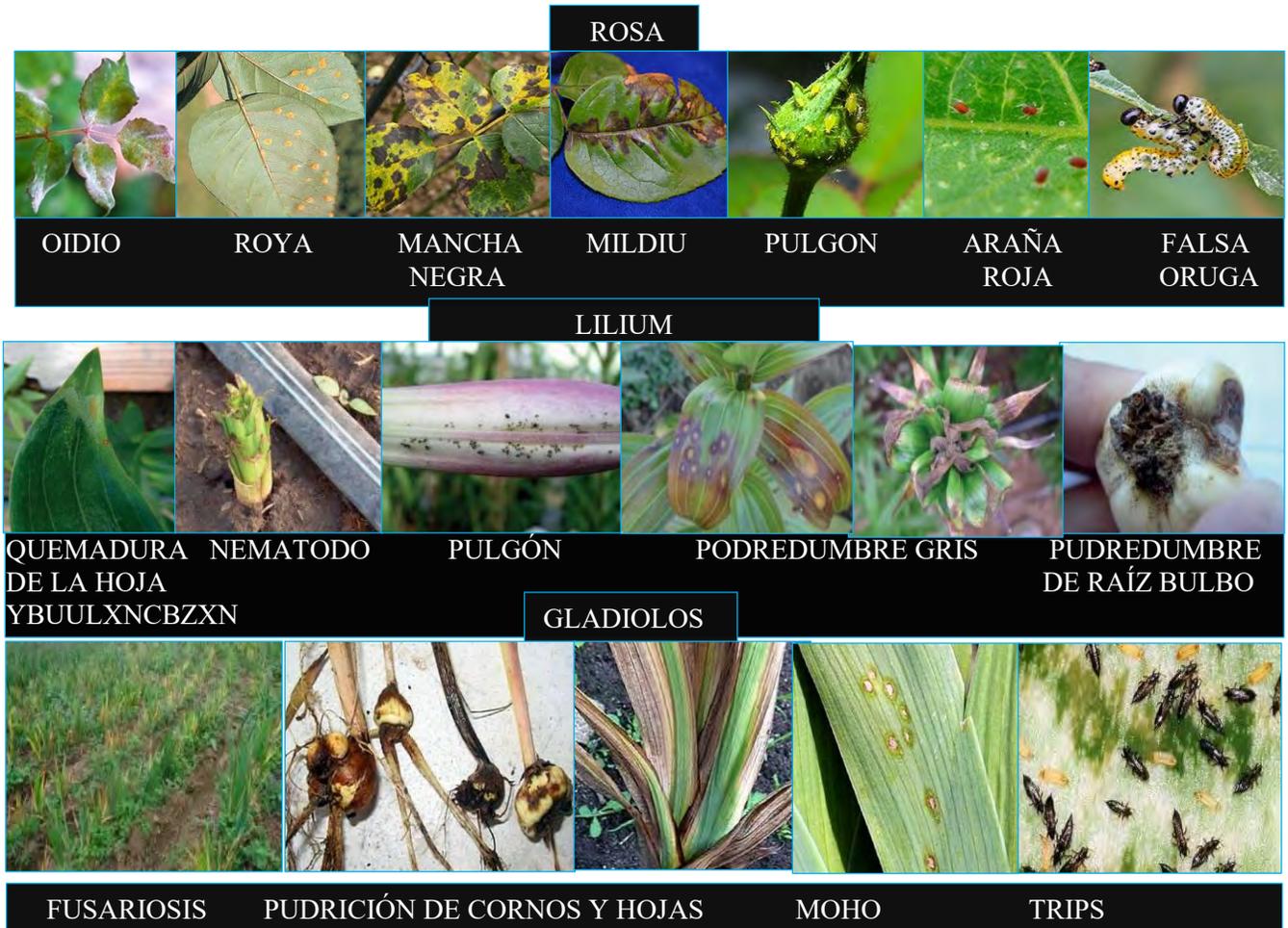
Plaga siempre entra, pero cuando ya sabes, ya no te malogra todo, la roya, el oídium rapidito contagia para eso todos ya sabemos y compramos para fumigar (Informante 10, 2016).

De acuerdo a las entrevistas de los productores, se distingue que existen plagas y enfermedades que atacan a un tipo y a la vez a varios tipos de flor. Los productores hacen frente utilizando métodos de tratamiento químico y natural.

A continuación, se presenta la figura 23, de plagas y enfermedades:

**Figura 23**

*Enfermedades y plagas de especies de flores*



*Nota.* Elaboración propia, imágenes obtenidas de infoagro, 2019.

De la información obtenida en las entrevistas y complementadas con la información que brinda Infoagro, se presenta la siguiente la tabla 13:

**Tabla 13***Plagas y hongos*

<b>Flor</b>	<b>Enfermedades, Plagas y Hongos</b>	<b>Prevención</b>	<b>Tratamiento</b>
Rosa	Oídium y mancha negra	Mantener el suelo siempre con cierta humedad, tras la poda, tratar con un equisetonina (fungicida).	Podar las partes afectadas y/o aplicar un fungicida de contacto para que no se extienda.
Rosa	Mildiu	Con fungicidas basados en óxido de cobre o equisetonina.	Podar las partes afectadas y aplicar fungicidas fularaxil.
Rosa	Falsa oruga del rosal	Vigilar las plantas y raspar las puestas de huevos en las ramas.	Eliminar manualmente.
Rosa /Gladiolo	Roya	Eliminar las hojas tratar con un fungicida equisetonina de prevención (cola de caballo).	Tratar con oxicarboxina, maneb o triforina.
Gladiolos	Araña roja	Tratar con azufre antes de que aparezcan.	Aplicar cihexaestan (arañas adultas) o dienocloro (huevos).
Rosa /Lilium /Gladiolos	Trips	Eliminación de malezas, tanto dentro como fuera del invernadero. Colocación de trampas adhesivas azules a la altura del cultivo.	Pulverizar con aceites minerales y otros productos químicos autorizados.
Rosa /Lilium /Gladiolos	Pulgón	Fumigar con agua jabonosa, purín de ortigas	Aplicación de insecticidas con metomilo o acefato, Las mariquitas sirven para su control biológico.
Lilium	Quemadura de la hoja	Evitar cambios bruscos de temperatura y humedad, humedecer bien el suelo antes de la plantación, plantar bulbos con buen sistema radicular y sombrear durante épocas muy luminosas.	Elevar la calidad del sustrato con abono de frutas cítricas.
Gladiolo /Lilium	Nematodo	Desinfección de bulbos con vapor o productos autorizados, eliminación de malas hierbas que puedan actuar como reservorio, rotaciones.	Eliminación de plantas afectadas, se citan a caracoles, babosas, hormigas podadoras.
Lilium /Gladiolo	Podredumbre del bulbo y de la raíz	Rotación del cultivo, buen drenaje del suelo, evitar	Uso benzimidazoles, se pueden usar fungicidas como maneb antes de la

		sustratos con exceso de nitrógeno.	plantación. Arrancar plantas enfermas y evitar excesos de riego.
Lilium /Gladiolos	Podredumbre gris	Buena ventilación del invernadero para favorecer el descenso de la temperatura y de la humedad, evitar que se moje el follaje con el riego.	Eliminar las plantas atacadas y efectuar tratamientos periódicos con benomil e iprodiona.
Gladiolos	Roya transversa	Tratamientos con fungicidas y a partir de los primeros síntomas, tratar con productos químicos autorizados.	Eliminar material vegetal infectado, malas hierbas, evitar encharcamientos y evitar el exceso de fertilización nitrogenada.
Gladiolos	Botrytis glandiolorum	Se debe evita el exceso de humedad, espaciando las plantas o ventilando, utilizando herramientas desinfectadas. Rotar los cultivos durante cinco años, secado rápido de cormos, encalado de suelos y tratamientos preventivos con productos químicos autorizados.	Retirar tejidos enfermos, cortándolos a ras de tallo.
Gladiolos	Fusariosis		Tratamientos con fungicidas.

*Nota.* Elaboracion propia, a partir de Infoagro, 2019.

De la tabla 13 se extiende, que los floricultores conocen y manejan tanto la prevención como el tratamiento de plagas, hongos y enfermedades que puedan dañar su producción. Desde la etapa del preparado de la tierra y/o sustrato, las enfermedades, hongos y plagas la controlan con productos polivalentes, reduciendo considerablemente la aparición de estos, complementado este accionar, con la instruida detección visual, para controlar el ataque en sus inicios, realizando actividades concretas en tiempo y compra de tratamientos oportunos.

Durante el proceso de producción de las flores de corte, los productores cuentan con mejor manejo técnico y tecnológico. El uso del fitotoldo complementado con el uso de manta térmica y mallas raschel y/o agrofilm; les permite un manejo de temperatura uniforme, que

controlan la humedad y el sistema de calefacción en el que de otra forma no sería posible, consiguiendo mejores productos en calidad y cantidad.

Así mismo durante el preparado de la tierra asignan a miembros de la familia con suficiente conocimiento para el desarrollo de esta etapa. Puesto que entienden que esta etapa es fundamental para lograr un buen producto tanto en calidad de las flores, como en la duración de vida de las plantas, ellos adquieren insumos y materia prima verificando calidad y garantía.

También complementan nuevos conocimientos con los ancestrales. Los floricultores aplican sus conocimientos tradicionales como el policultivo, la cama a doble hilera (huachos), calendario agrícola; para el óptimo manejo del cultivo, aprovechar mejor el espacio disponible y así se consigue: mejor iluminación, ventilación, calidad y cantidad, perfeccionando el uso de sus recursos.

De la misma forma adoptan nuevas tecnologías. A través de la exigencia del mercado, ellos necesitan producir flores en mayor cantidad y calidad, por lo que adquieren y adoptan nuevos instrumentos y herramientas como el riego por goteo, uso de tutores, mallas capulleras, hidratación de la flor en cámaras de enfriamiento; permitiendo que la flor se desarrolle más sana, erguida y consecuentemente de mayor calidad, permitiéndoles alargar la vida útil de la flor, ya que en el mercado se paga más por una flor , fresca, bonita y de tallo derecho, además facilita el manejo de empaquetado.

## **Discusión**

Por consiguiente, el proceso productivo realizado por las familias de la asociación Wiñay Rosas, comprueba un segmento de lo indicado por Adolfo Figueroa, quien afirma que los factores que dan lugar a un aumento sostenido en la productividad son: las adopciones de nuevas técnicas de producción, de nuevos factores de producción. A todas estas actividades las llamó

innovaciones tecnológicas. Así al adoptar estas nuevas innovaciones los productores florícolas producen más y de mejor calidad, con los mismos recursos, elevando el rendimiento de la mano de obra familiar y de los demás recursos.

### **3.1.3. Actores en el Proceso Productivo Florícola**

De acuerdo a las encuestas, son las familias quienes intervienen directamente en el proceso productivo florícola, desde la preparación del terreno hasta la venta en el mercado. Exceptuando el trabajo de construcción y mantenimiento de fitotoldos, así como desmalezamiento, en el que participan vecinos u otros miembros de la asociación.

Los actores en el proceso productivo florícola desde la siembra hasta la venta en el mercado, son las familias nucleares y extensivas. En la mayoría de los casos, toda la familia participa del proceso productivo y en otros casos, solo algunos miembros. Al respecto se presenta la tabla 14 y figura 24.

**Tabla 14**

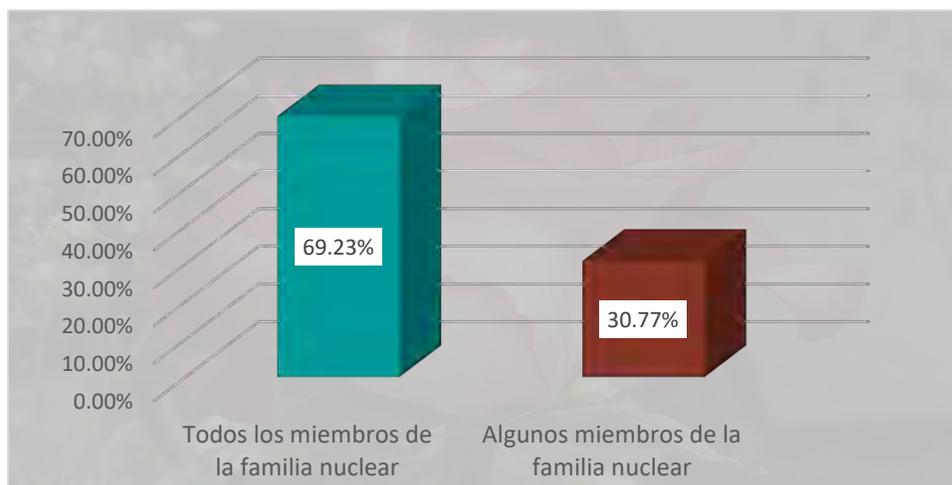
Participación familiar en la producción florícola

	<b>Todos los miembros de la familia.</b>	<b>Algunos miembros de la familia.</b>	<b>Total</b>
Porcentaje	69.23%	30.77%	100%
Frecuencia	9	4	13

Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 24

### *Participación familiar en la producción florícola*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 14 y figura 24 evidencian que, del 100 %, de encuestados, el 69.23 %, o sea, 9 familias trabajan con todos sus miembros. El 30.77 %, que representa a 4 familias, trabajan con algunos de sus integrantes.

Respecto a los roles en el proceso productivo florícola, la observación realizada, muestra que no son exclusivos para un determinado género, sin embargo, hay tareas que son realizadas preferiblemente por varones o por mujeres. La construcción de fitotoldos, la toma de agua para el riego y la fumigación mayormente lo realizan los varones, y la venta las mujeres.

Respecto a la construcción y mantenimiento de fitotoldos, se observó que el rol tradicional de construcción de viviendas asignado a los varones en el ámbito rural, se replica en la edificación de fitotoldos. Son estos quienes se encargan de todas las labores, desde la determinación del área hasta el techado. Cada familia que construye o repara dicha infraestructura, trabaja con dos personas como mínimo, para ello recurren al valor comunal

tradicional “ayni” y/o contrata de fuerza de trabajo, esto implica que la construcción de fitotoldos no es una actividad familiar exclusiva.

Con relación a la toma de agua de riego (turno de riego) se observó que: son los varones quienes participan de las reuniones y distribución, es el comunero empadronado (por lo general el considerado jefe de familia) quien asiste, de no asistir el comunero empadronado puede ir otro miembro de la familia de preferencia un varón adulto. Todo ello, porque este rol fue asignado tradicionalmente a los varones en la labor agrícola.

En cuanto a la fumigación, las entrevistas muestran que es una labor generalmente realizada por varones. Primero, por el peso de la mochila fumigadora que las mujeres no pueden cargar y segundo, porque al fumigar las mujeres son más vulnerables a adquirir enfermedades uterinas refieren. Los entrevistados manifestaron:

Yo fumigo porque pesa mucho la mochila fumigadora (Informante 1, 2016).

Da cáncer por trabajar en invernadero por la fumigación, mi esposo se está tratando con yerbas, peor es a las mujeres (Informante 02, 2016).

Nosotros fumigamos, por el mismo hecho que la mochila pesa y las mujeres no pueden cargar. Yo nomas fumigo, para la mujer es peligroso para su matriz (Informante 03, 2016).

Nosotros nomas fumigamos, pesa mucho la mochila y las mujeres no pueden cargar, onqoyta hapimman (le puede dar alguna enfermedad) (Informante 4, 2016).

Los varones echan insecticida, porque los insecticidas echan con moto fumigadora y pesa y para que cargues. No hay fuerza (Informante 05, 2016).

Mi tío fumiga (fumiga), la mochila es pensante vacío nomas, peor cuando está lleno. Es peligroso entrar al fitotoldos cuando se fumiga da cáncer... Nosotros tenemos la casa y tenemos que cocinar y atender a los niños también. (Informante 6, 2016).

El invernadero mi esposo es el que fumiga, las mujeres que vamos a poder cargar... mis hijos ayudan, pero el grandecito los niños más estorban y malogran, (Informante 10, 2016).

Mi esposo se encarga de fumigar (Informante 12, 2016).

Mi hijo lo hace, porque cuando se fumiga a la mujer le entra la enfermedad por eso trabajan los varones, pero los niños no pueden todo lo ven jugar. (Informante 8, 2016).

Mayormente riegan los hombres, como pesa la mochila (Informante 11, 2016).

Dice que a las mujeres más rápido les puede coger cualquier enfermedad, les puede dar cáncer así, por eso no deben fumigar (Informante 7, 2016).

Mi hijo fumiga porque el olor es fuerte y eso te puede entrar y te da enfermedad (Informante 09, 43 años, 2016).

Mi esposo fumiga en las mañanitas, después ya no se entra. El invernadero produce cáncer, pero se gana buena plata (Informante 13, 2016)

Según las entrevistas, en las 13 familias asociadas son los varones quienes se encargan de la fumigación durante el proceso productivo. Porque pueden cargar las mochilas que pesan y porque las mujeres son más propensas a adquirir enfermedades como el cáncer.

Acerca de la venta en el mercado, se observó que es una actividad realizada mayormente por las mujeres. No obstante, en algunas ocasiones lo realizan los varones, siempre y cuando una mujer no pueda hacerlo. A propósito, es importante resaltar que en las sociedades andinas tradicionalmente son las mujeres quienes participan en el mercado, con la venta de la producción familiar.

En los párrafos anteriores, se ha mostrado de manera puntual que ciertas actividades en el proceso productivo, son realizadas preferentemente por varones o por mujeres. Ahora bien, los demás roles del proceso productivo: la preparación del terreno, la siembra, el deshierbe, el riego (por goteo), la cosecha, la post cosecha y demás, no están designadas por género, según la observación realizada en campo.

Acerca de los roles en el proceso productivo asignados por edad, las tareas no se distribuyen acorde a la edad de los miembros de familia, salvo, en el caso de infantes y niños(as). Los infantes no participan, según los padres porque pueden estropear las plantaciones o por

protección de su salud y a los niños y niñas les asignan labores sencillas como el desmalezar, sin que guarden responsabilidad sobre ella.

En cuanto a los trabajadores jóvenes, los mismos que oscilan entre los 09 y 18 años de edad desarrollan actividades como: Riego a campo abierto y en fitotoldo, aplicación de fertilizantes, cosechar, tanto en invernadero como en fitotoldos, carga de paquetes florales, colocar el agrofilms, clasificador de flores en buen estado.

Por otro lado, los jóvenes entre los 19 a 29 años y ya tienen una carga educativa mayor, como postulación y estudios en universidades e institutos superiores. Lo que les limita a apoyar de manera más efectiva lo cual no excluye a la realización de ciertas actividades en sus tiempos libres, como: Elaboración de compost, movimiento y acomodación de la tierra en campo abierto, colocación de plantas y patrones, aplicación de agroquímicos, preparado del compost, arreglo y mantenimiento de fitotoldos, regado tanto a campo abierto como en fitotoldo, cosecha y carga de mercadería tanto al lugar de enfriamiento como al mercado final.

En cuanto, a la distribución de labores por género cabe resaltar que se asigna ciertos roles considerando el aspecto cultural, quiere decir, la paciencia, el cuidado de la mujer adulta para tratar la flor. Considerando estas características se le asignan roles socio laborales, como: colocación de plantas y patrones, riego en fitotoldos, corte de ramas secundarias, transporte del material inservible en mantones para que sea retirado, armar los ramos, colocar mallas capulleras, plásticos decorativos, empaçado, venta.

Los hombres hacen tareas más diversificadas que involucren actividades en su mayoría de fuerza y esfuerzo físico prolongado como: preparado de la cama, tanto en fitotoldo como a campo abierto, colocación del compost y sustrato, colocación de sustrato, injertación de plantas y patrones, movimiento y acomodación de la tierra, arreglo de tuberías, riego a campo abierto,

fumigación con bomba manual o motor, aplicación de fertilizantes y agroquímicos, transporte de material inservible fuera de la zona de cultivo, armado y reparación de fitotoldos, colocación de materiales termorreguladores, cosecha, transporte de flores a las cámaras de frío y lugar de venta, empaquetado, preparado de computadora.

Otros actores que influyen indirectamente en el proceso productivo florícola y es necesario considerar, son las instituciones que capacitaron a los productores, dieron asistencia técnica y donaron insumos para la producción de flores. La encuesta muestra que a partir del 2006 las instituciones que intervinieron, fueron: la ONG Helvetas con el proyecto APOMIPE flores, la ONG Imagen y la Municipalidad Distrital de San Sebastián. Véase la siguiente tabla 15 y figura 25:

**Tabla 15**

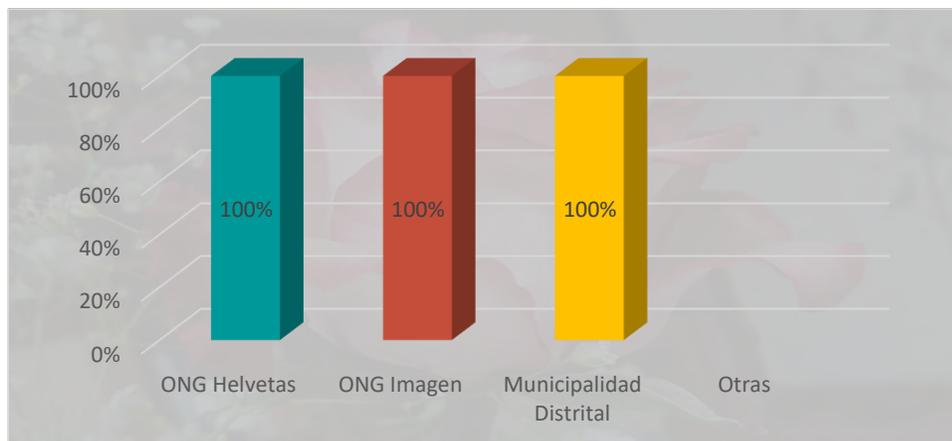
*Intervención de instituciones en la producción de nuevas especies de flores*

Instituciones	<b>Producción de Flores</b>				Total	
	Intervinieron		No intervinieron		F	%
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje		
ONG Helvetas	13	100%	0	0	13	100%
ONG Imagen	13	100%	0	0	13	100%
Municipalidad Distrital	13	100%	0	0	13	100%
Otras	0	0	13	100%	0	100%

Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 25

*Instituciones que intervinieron en la producción de nuevas especies de flores*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 15 y figura 25 muestra que a partir del año 2006 las instituciones intervinientes fueron estatales y privadas. Estas son: las ONG Helvetas e Imagen y la Municipalidad Distrital de San Sebastián.

Cabe destacar que el apoyo institucional impulsó a las familias innovar en la producción florícola. La ONG y la municipalidad distrital brindaron apoyo, mitigando la aversión al riesgo sentida por los productores florícolas, tema desarrollado en la sección de racionalidad económica.

Por último, el trabajo de campo evidenció la participación de los miembros de la asociación “Wiñay Rosas”, en la distribución de insumos necesarios para la producción y organización de actividades conjuntas. La asociación posee una motofumigadora para uso de todos los miembros, por lo cual se organizan para usar rotativamente. Así, los miembros de la asociación serían un actor indirecto en la producción de flores en Pumamarca.

Por consiguiente, los actores en el proceso productivo florícola, son los miembros de las familias productoras y excepcionalmente otros vecinos o socios, según los datos rescatados en la encuesta y entrevista. De manera que, aprovechan la fuerza de trabajo familiar, como ocurre en la agricultura tradicional. En la producción, las familias se caracterizan por designar algunas actividades (edificación de fitotoldos, toma de agua para riego y fumigación) preferentemente a varones y otras (venta) a mujeres. Además, no participan infantes y los niños únicamente realizan pequeñas tareas como desmalezar. Los actores indirectos, son las instituciones que intervienen de algún modo en la producción y que apoyaron la innovación de los productores florícolas.

### **Discusión**

Las aseveraciones realizadas acerca de los actores en el proceso productivo florícola, de las familias de la asociación Wiñay Rosas prueban por una parte lo indicado por Vilma Gómez, que encuentra relación entre el éxito en el mercado de las familias campesinas y el trabajo familiar, quien además considera que la satisfacción de las necesidades familiares es el objeto de la producción campesina, que se logra a través del trabajo familiar.

Similarmente, Luis Razeto considera que las actividades económicas se potencian a través del fortalecimiento de las capacidades individuales y de grupos organizados como se muestra en Pumamarca. Las familias productoras de la asociación Wiñay Rosas, conformaron su organización con el fin de obtener beneficios con la producción de nuevas especies de flores.

### 3.1.4. Cantidad de Producción por Cosecha

De acuerdo a los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados, el tiempo determinado para el cálculo de la cosecha varía por especie de flor, debido a que hay especies de producción temporal y otras que se recogen durante todo el año. Este indicador, muestra las cantidades relativas de producción.

A continuación, se presentan datos estadísticos recogidos de la encuesta con la cantidad de familias de la asociación que producen cada especie de flor (las más importantes):

**Tabla 16**

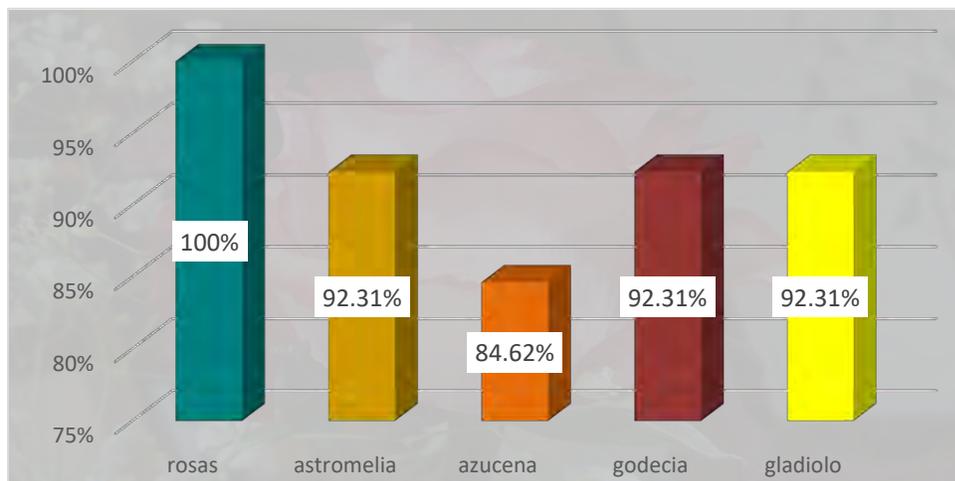
*Número de familias que producen cada especie de flor*

Especie de flor	Producen		No Producen	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Rosa	100 %	13	0	0
Astromelias	92.31%	12	7.69%	1
Lirios (azucena)	84.62%	11	15.38%	2
Godecias	92.31%	12	7.69%	1
Gladiolo	92.31%	12	7.69%	1

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 26**

*Producción de flores por floricultor*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 16 y figura 26 puntualizan acerca de las especies de flores más importantes para los floricultores, así: Rosas cultivan el 100 % vale decir los 13 productores se la asociación Wiñay Rosas cultivan rosas de corte; astromelias cultivan el 92.31 %, que representa a 12 familias que cultivan astromelias; lirios producen el 84.62 %, es decir 11 floricultores la producen; las godecias y gladiolos son cultivadas por el 92.31 %, o sea, 12 floricultores. En ese entender, la rosa es la única especie de flor producida por todas las familias, además es considerada la especie más importante para todas las familias.

Respecto a la cantidad de la producción de las principales especies de flores, se obtuvo la información mediante encuestas las cuales dieron como resultado los siguientes datos:

**Tabla 17***Cantidad de cosecha de flores por familia*

<b>Especie de Flor</b>	<b>Producción Semanal</b>	<b>Producción Anual</b>
Rosa	120-480 unidades	6240 – 24960 unidades
Astromelia	5 – 16 atados	260 – 832 atados
Lirio (azucena)	3 – 5 docenas	156 – 260 docenas
Gladiolo	8 – 10 docenas	No se especifica

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 17 muestra la cantidad aproximada de cosecha de cada especie de flor por familia. La flor más producida entre las familias de la asociación, es la rosa, la producción semanal oscila entre 120 y 480 unidades y anual de 6240 a 24960, considerando que se cosecha durante todo el año, puesto que se cultiva en fitotoldos. La cantidad de la producción de astromelias, varía entre 5 y 16 atados por semana, siendo de 260 a 832 atados aproximadamente la cosecha anual. Los lirios, cosechan entre 3 y 5 docenas (36 a 60 unidades) a la semana, al año aproximadamente entre 156 y 260 docenas (1872 a 3120 unidades). Los gladiolos, cosechan entre 8 y 10 docenas a la semana, pero la producción no es todo el año, en la época de lluvias cosechan las de campo abierto y en época de secas solamente las que cultivan en fitotoldos. Por lo que no se puede realizar el cálculo de cosecha anual.

Es necesario puntualizar que la cantidad de cosecha varía de familia a familia, por lo cual no se puede estandarizar. La cantidad de producción en fitotoldo depende de la cantidad de fitotoldos que posee cada familia, el área de estos (entre 150 y 400 m<sup>2</sup>), el sistema de cultivo (monocultivo o policultivo), proceso productivo en general y la cantidad de producción a campo abierto depende condiciones climáticas, control fitosanitario y otros.

En relación a los factores que influyen en la cantidad de cosecha por especie de flor de acuerdo a la percepción de las familias, las encuestas destacan: el cuidado (riego, deshierbo, fumigación, nutrición), el sustrato, el tiempo de vida de la especie y el clima. Véase la siguiente tabla 18 y figura 27:

**Tabla 18**

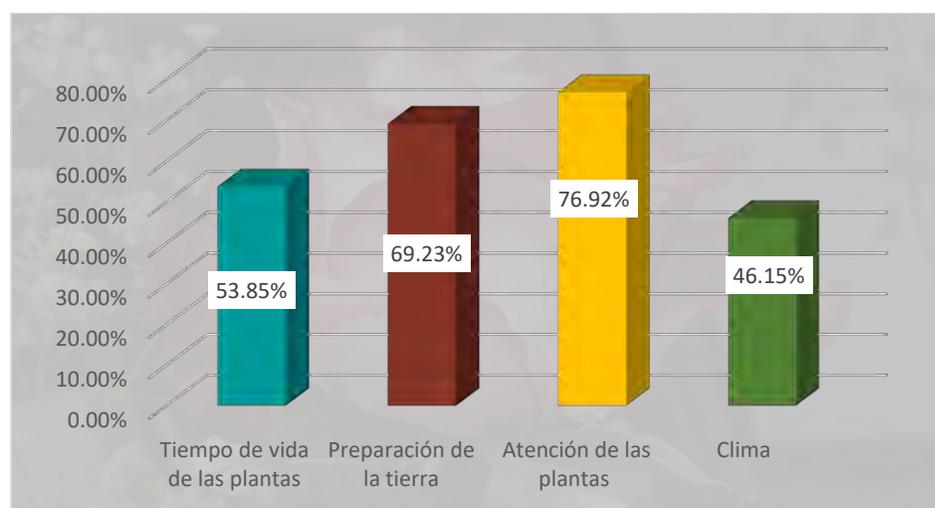
*Percepción de factores que intervienen en la cantidad de producción*

Factores Intervinientes	Factor Trascendental		Factor No Trascendental		Total
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Tiempo de vida de las plantas	7	53.85%	6	46.15%	13
Preparación de sustrato	9	69.23%	4	30.77 %	13
Atención de las plantas	10	76.92%	3	23.08 %	13
Clima	6	46.15%	7	53.85%	13

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 27**

*Percepción de factores que intervienen en la cantidad de producción*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 18 y figura 27 señalan de los factores que influyen en la cantidad de la producción, que: el 53.85%, o sea 7 productores, consideran que el tiempo de vida de las plantas influye. El 69.23 %, que representa a 9 familias, reconocen a la preparación de la tierra como influyente. El 76.92 %, es decir 10 floricultores, afirman que influye el cuidado que les dan a las plantas. Y el 46.15 %, vale decir 6 productores, sostienen que el clima afecta, en el cultivo a campo abierto.

De los factores mencionados por las familias productoras, destaca como el más importante la atención que les dan a las plantas. Véase la siguiente tabla 19 y figura 28:

**Tabla 19**

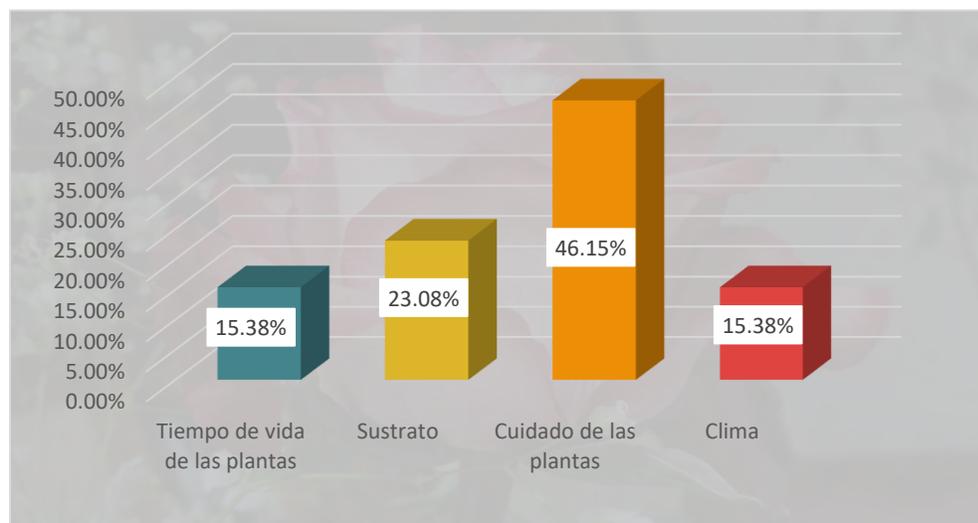
*Percepción de factores de mayor importancia*

<b>Factores Influyentes</b>	<b>Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de vida de las plantas	2	15.38%
Preparación del sustrato	3	23.08%
Atención de las plantas	6	46.15%
Clima	2	15.38%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 28**

*Percepción de factores de mayor importancia*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 19 y figura 28 indican la importancia de los factores para la obtención de cosechas cuantiosas según la percepción de los productores. Un mayoritario 46.15 %, que representa a 6 familias, considera que la atención que les dan a las plantas (fumigación, fertilización, y demás), es factor más importante. Seguidos por un 23.08 %, o sea, 3 productores, quienes indican que es la preparación del sustrato. Otro 15.38 %, es decir 2 productores, señalan que lo más importantes es el tiempo de vida de las plantas. Por último, otro 15.38 %, considera que son los factores climáticos los que influyen más en la cantidad de producción.

Para concluir, la cantidad de cosecha para la venta en el mercado, según las familias productoras es suficiente. Para mayor detalle véase la tabla 20 y figura 29:

**Tabla 20**

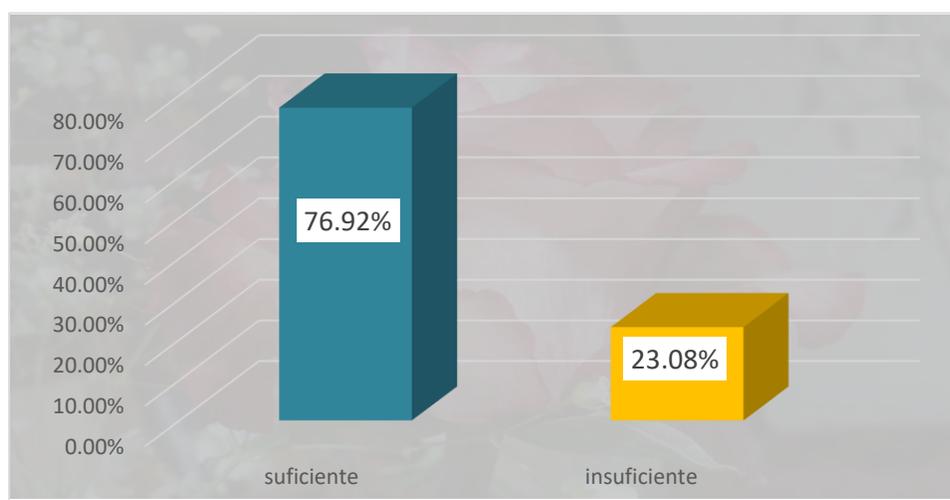
*Percepción de la cantidad de producción para la venta*

	<b>Producción para la Venta</b>		
	Suficiente	Insuficiente	Total
Frecuencia	10	3	13
Porcentaje	76.92%	23.08%	100%

*Nota:* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 29**

*Percepción de la cantidad de producción para la venta*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 20 y figura 29, muestran que para el 76.92 %, es decir para 10 familias productoras, la cantidad de cosecha es suficiente para la venta en el mercado. Mientras, para un 23.08 %, o sea 3 productores la cantidad de cosecha es insuficiente para la venta. Estos últimos, indicaron que la producción es insuficiente en la época de secas, cuando hace frío puesto que no producen a campo abierto y tienen que comprar para abastecer su mercado.

En resumen, la cantidad de cosecha de familia en familia es variada. Influyen, la dimensión y cantidad de fitotoldos por productor, el sistema de cultivo y por último el tratamiento y cuidado que le dan a las plantas.

La cantidad de producción por productor, se presenta de la siguiente manera: (a) rosas, entre 120 y 480 unidades semanales y de 6240 a 24960 anuales, considerando que se producen en fitotoldos. (b) astromelias, de 5 a 16 atados por semana y entre 260 a 830 atados por año. (c) lirios, de 36 a 60 unidades semanales, y anualmente de 1872 a 3120 unidades. (d) gladiolos, entre 8 y 10 docenas semanales.

## **Discusión**

Pierre Gasselin sustenta que en condiciones adecuadas (agroecológicas, tecnológicas, de insumos) los floricultores ecuatorianos pueden abastecer al mercado. Similarmente ocurre con los floricultores de Pumamarca, quienes producen con mejores condiciones de manera que la cantidad de la cosecha abastece al mercado.

Así mismo, lo enunciado en párrafos anteriores demuestra que el planteamiento de Adolfo Figueroa acerca de los factores que permiten el aumento en la producción, se aplica a la realidad de las familias productoras de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca. Puesto que innovaron en la producción con fitotoldos, insumos y capital humano, para producir mayor cantidad de flores.

Para concluir, la producción semanal y anual de las principales especies de flores cultivadas por las familias de la asociación Wiñay Rosa, abastecen al mercado de acuerdo a la percepción de mayoría. La cantidad está condicionada por factores relacionados a la innovación en la producción, tal como indican Adolfo Figueroa, Polan Lacki y Pierre Gasselin.

### 3.1.5. Especialización en la Producción de Flores

Los productores florícolas de la asociación Wiñay Rosas, se están especializando en el cultivo de nuevas especies de flores. El trabajo de campo evidencia que las familias han introducido nuevas tecnologías, insumos y técnicas en la producción de flores, para lo cual se han capacitado.

Para el desarrollo de este indicador se tomará en cuenta los siguientes aspectos: (1) el stock de conocimientos adquiridos a través de la capacitación y asistencia técnica, (2) el uso de nuevas tecnologías y (3) las técnicas de producción.

Respecto al aprendizaje para la producción de nuevas especies de flores, la encuesta demuestra que todas las familias han sido capacitadas y asistidas técnicamente. Tal como se observa en la siguiente tabla 21 y figura 30.

**Tabla 21**

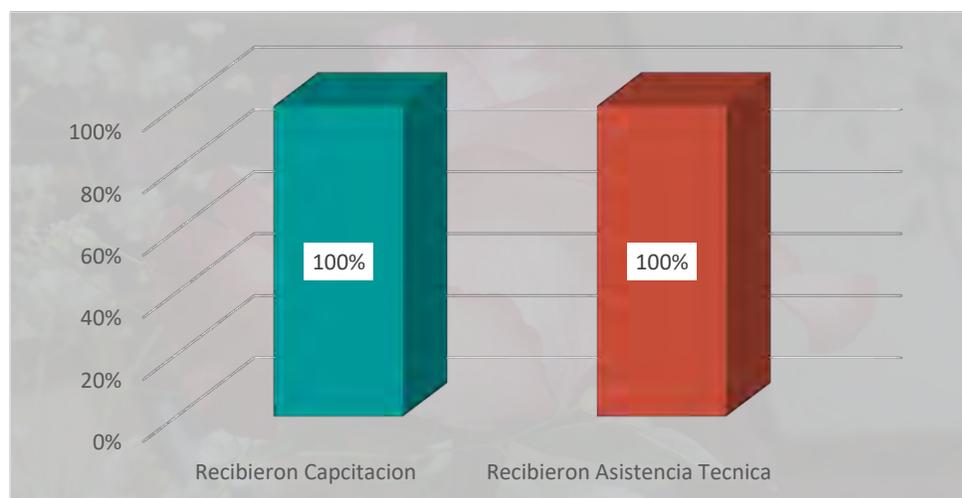
*Participación de los productores en sesiones de capacitación y asistencia técnica*

	<b>Participación de los Productores en Actividades de Aprendizaje</b>			
	Si Recibieron		No Recibieron	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación	13	100%	0	0
Asistencia Técnica	13	100%	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 30**

*Participación de los productores en sesiones de capacitación y asistencia técnica*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 21 muestra y la figura 30 muestran que el 100 %, de encuestados, es decir, las 13 familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, han sido capacitadas. De igual forma, el 100 %, recibió asistencia técnica en el cultivo de nuevas especies de flores.

La utilidad de la intervención de estas instituciones según los encuestados, se presenta en la tabla 22 y figura 31.

**Tabla 22**

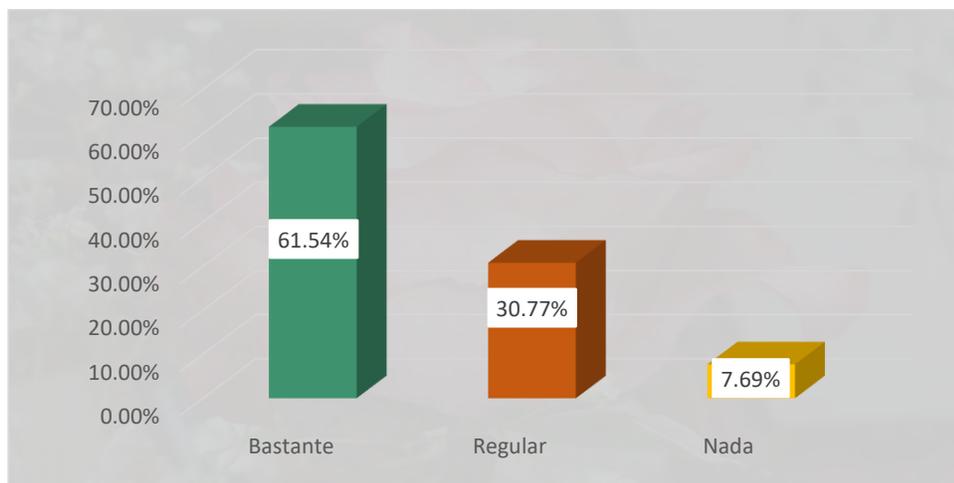
*Grado de utilidad de las capacitaciones y asistencia técnica*

Grado de Utilidad	Capacitaciones y Asistencia Técnica	
	Frecuencia	Frecuencia
Bastante	8	61.54%
Regular	4	30.77%
Nada	1	7.69%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 31**

*Grado de utilidad de las capacitaciones y asistencia técnica*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Como se visualiza en la tabla 22 y figura 31, el grado de utilidad de las capacitaciones y asistencia técnica, para un mayoritario 61.54 %, que representa a 8 productores, fueron bastante útiles. Para un 30.77 %, o sea, 4 familias, fueron de regular utilidad y para un 7.69 %, es decir una familia, no fue nada útil. Respecto a la última familia que indico, que no fue nada útil la asistencia técnica y/o capacitación fue por tener una mala experiencia en los inicios de la producción ya que no se contó con profesionales especializados.

Lo descrito en párrafos anteriores, muestra que las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, fueron dotadas de conocimientos para la producción de nuevas especies de flores de corte. A través de capacitaciones y asistencia técnica, lograron adoptar y adaptar tecnologías y técnicas para la producción. En este entender, a continuación, se desarrolla el segundo aspecto que demuestra la especialización de las familias de la asociación: la adopción y adaptación de nuevas tecnologías.

La dotación de conocimientos permitió la adopción de nuevas tecnologías, técnicas e insumos que innovaron la producción. Así, durante el proceso de producción de las flores de corte, los productores cuentan con buen manejo técnico y tecnológico. El uso de fitotoldos complementado con el uso de manta térmica y mallas raschel y/o agrofilm; les permite un manejo de temperatura uniforme, controlan la humedad y el sistema de calefacción en el que de otra forma no sería posible, consiguiendo mejores productos en calidad y cantidad. Para mayor detalle véase apartado usos de nuevas tecnologías.

Para concluir, se desarrolla el tercer aspecto relacionado a las técnicas de producción que permiten la especialización de las familias floricultoras. El aprendizaje sobre el cultivo de nuevas especies de flores, también permitió a los productores innovar sus técnicas de producción.

La observación de campo pauta que, durante el preparado de la tierra asignan a miembros de la familia con suficiente conocimiento para el desarrollo de esta etapa. Puesto que entienden que esta etapa es fundamental para lograr un buen producto tanto en calidad de las flores, como en la duración de vida de las plantas, ellos adquieren insumos y materia prima verificando calidad y garantía.

Igualmente complementan nuevos conocimientos con los ancestrales. Los floricultores aplican sus conocimientos tradicionales como el policultivo, la cama a doble hilera, calendario agrícola; para un óptimo manejo del cultivo, aprovechar mejor el espacio disponible y así consiguen: mejor iluminación, ventilación, calidad y cantidad, perfeccionando el uso de sus recursos. El sistema de cultivos puede ser de monocultivos o policultivos. Quienes poseen un solo fitotoldo, cultivan varias especies de flores y por lo general, la infraestructura es grande. Quienes poseen de dos a más, ya designan un fitotoldo para la producción exclusiva, frecuentemente es para la producción de rosas de corte.

Los floricultores conocen y manejan tanto la prevención como el tratamiento de plagas hongos y enfermedades que puedan dañar su producción. Lo controlan con productos polivalentes, reduciendo considerablemente la aparición de estos, complementado este accionar, con la instruida detección visual, para controlar el ataque en sus inicios, realizando actividades concretas en tiempo y compra de tratamientos oportunos.

En conclusión, las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, se vienen especializando en el cultivo de nuevas especies de flores. Gracias al proceso de aprendizaje sobre su cultivo, complementado con la adopción de tecnologías y técnicas, que les permiten optimizar su producción y obtener mayores ganancias.

### **Discusión**

La experiencia económica de los floricultores, se presenta como señalan Figueroa y Lacki, quienes precisan que el aumento en la producción agrícola se debe en parte al aumento del capital humano. Es decir, las capacitaciones y asistencia técnica dotaron de conocimientos a las familias, para producción de nuevas especies de flores de corte, innovando en el proceso productivo.

La adopción tecnológica por las familias floricultoras, está acorde a la sistematización teórica de Epifanio Baca. Quien señala que la combinación de insumos modernos, incluyendo las nuevas tecnologías, permiten obtener mayor rendimiento en la producción. Indica que los logros se consiguen a partir de un proceso de escolaridad, refiriendo a la canalización de conocimientos tecnológicos por parte de los campesinos.

Los datos recabados en campo acerca de la adopción de técnicas en la producción de flores, comprueba un segmento de lo indicado por Adolfo Figueroa. Quien afirma que los

factores que dan lugar a un aumento sostenido en la productividad son: las adopciones de nuevas técnicas de producción, de nuevos factores de producción.

Las sistematizaciones teóricas de Figueroa y Lacki, reflejan la experiencia de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas. Estos, consideran que las adopciones de nuevas tecnologías y técnicas en la producción logradas a través de la educación, permiten el desarrollo de los productores agrícolas.

Al respecto del desarrollo, análisis y discusión de los indicadores presentados en esta variable, se concluye que las familias de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca 1) utilizan nuevos insumos como semillas y plántones; emplean nuevas técnicas en la producción como el riego por goteo, injertación, elaboración de sustratos y otros; además, se han capacitado para el uso y manejo de los nuevos elementos tecnológicos, y han implementado fitotoldos y otras tecnologías; que les permite producir más flores y de mejor calidad; por lo cual, se presenta un aumento sostenido de su productividad, tal como plantea Adolfo Figueroa. Este teórico, indica que la innovación tecnológica (nuevos insumos, nuevas técnicas, capital físico y otros), considerando su adecuado uso logrado a través de la capacitación, permiten a los productores campesinos aumentar sosteniblemente su productividad, lo que implica la inserción en el mercado con resultados óptimos que conlleva al desarrollo rural. 2) Organizan sus actividades productivas, tomando la fuerza de trabajo familiar, designando tareas según el sexo y edad de los miembros, aunque no sea determinante; también recurren al trabajo mediante el ayni, lo cual significa que sus labores productivas se organizan de manera tradicional, como exponen Cáceres y Molina. Estos autores, señalan que los elementos mencionados corresponden al modo de producción campesino. 3) Fueron disminuyendo paulatinamente el cultivo de productos de pan llevar e incrementando la producción de flores, actualmente consideran que su actividad

principal es cultivo y venta de flores; este hecho prueba la teoría Cáceres, quien asevera que los campesinos en contextos contemporáneos complementan la producción de bienes de uso con bienes de cambio y en algunos casos lo sustituyen.

### 3.2. Uso de Nuevas Tecnologías

Esta variable permite demostrar que las familias de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca, adoptaron y adaptaron tecnologías foráneas, para la producción de nuevas especies de flores de corte entre los años: 2008 y el tiempo de duración de la presente investigación. En relación al tema, se plantean tres indicadores que dan cuenta de las nuevas tecnologías incorporadas, la percepción de las familias sobre su uso y logros alcanzados.

#### 3.2.1. Nuevas Tecnologías Empleadas por las Familias de la Asociación

De acuerdo a los datos recogidos en campo, es fundamental el empleo de tecnologías para la producción de nuevas especies de flores de corte. Sin su uso, simplemente no sería posible cultivar rosas de corte, astromelias, lirios u exofilias; especies de mayor demanda en el mercado.

La encuesta muestra que todas las familias de la asociación emplean nuevas tecnologías para el cultivo de flores. Véase la tabla 23 y figura 32.

**Tabla 23**

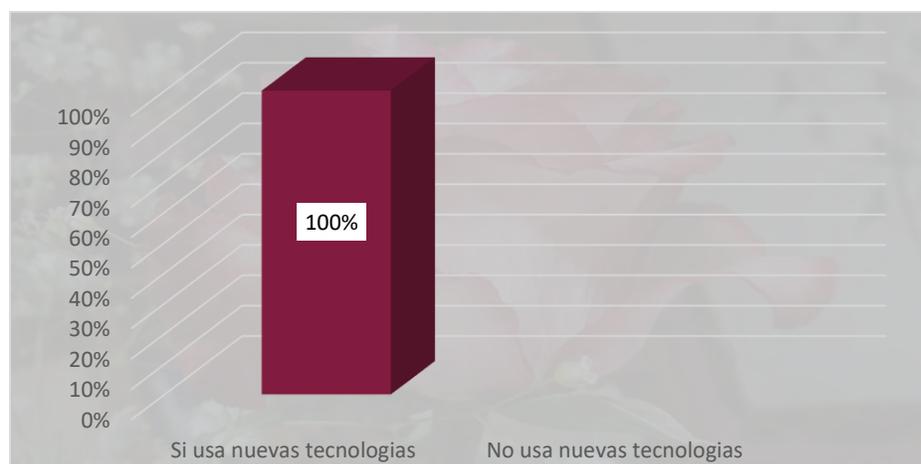
*Uso de nuevas tecnologías por las familias*

Uso de Nuevas Tecnologías	Número de Familias	
	Frecuencia	Porcentaje
Si usa nuevas tecnologías	13	100%
No usa nuevas tecnologías	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 32

### *Uso de nuevas tecnologías por las familias*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 23 y figura 32, evidencian que el 100 %, o sea, las 13 familias asociadas emplean tecnologías nuevas en la producción de flores de corte.

Estas nuevas tecnologías empleadas, son: los fitotoldos, manta térmica, sistema de riego por goteo, instrumentos para realizar la fumigación (moto fumigadoras y fumigadoras manuales) y otras tecnologías que permiten obtener flores con las características requeridas en el mercado. Por ejemplo, las rosas más compradas son las que poseen tallos largos, tienen los pétalos firmes y no están completamente abiertas. Para obtener rosas con estas características los floricultores de la asociación aparte de las tecnologías antes mencionadas, usan tutores, mallas capulleras y tijeras podadoras en la cosecha y una cámara de enfriamiento en la post cosecha, previo al traslado del producto a los mercados.

Al respecto, la encuesta aplicada muestra el número de familias que utiliza cada tecnología mencionada anteriormente. Véase la tabla 24 y figura 33.

**Tabla 24**

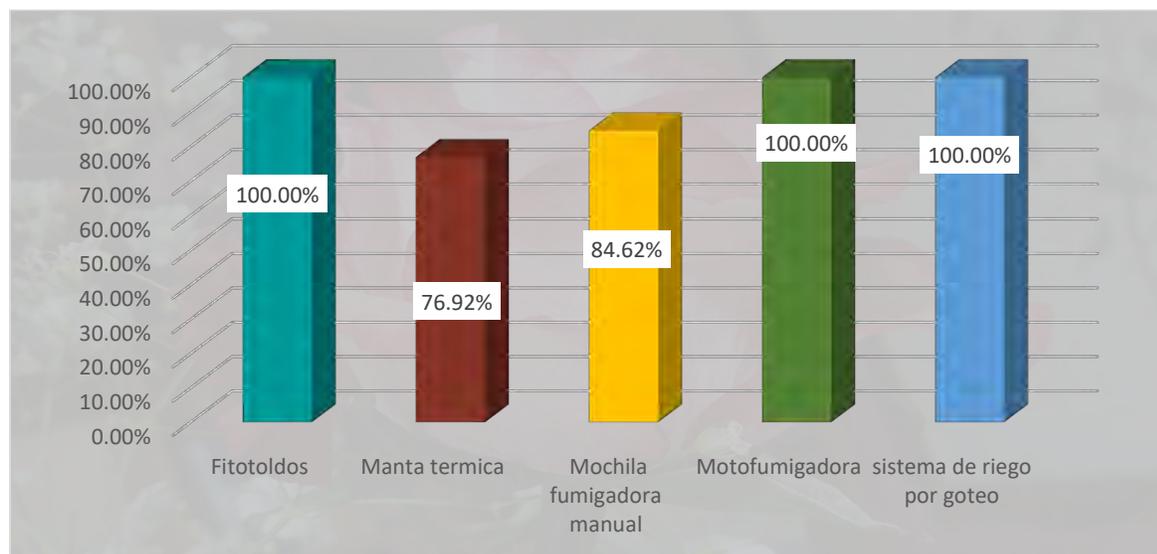
*Número de familias que dan uso de nuevas tecnologías*

Tecnologías	Usa		No usa		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frec.	Porcentaje	Frec.	%
Fitotoldos	13	100%	0	0	13	100%
Manta térmica	10	76.92%	3	23.08%	13	100%
Mochila fumigadora manual	11	84.62%	2	15.38%	13	100%
Motofumigadora	13	100%	0	0	13	100%
Sistema de riego por goteo	13	100%	0	0	13	100%
Otros (tijeras podadoras, mallas capulleras, tutores y cámaras de enfriamiento)	13	100%	0	0	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 33**

*Número de familias que dan uso de nuevas tecnologías*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 24 y figura 33 indican que: (a) El 100 %, de encuestados, es decir, todos los miembros de la asociación usan fitotoldos para la producción de nuevas especies de flores de corte. (b) El 76.92 %, que representa a 10 productores, utilizan manta térmica. (c) Un 84.62 %, o sea, 11 familias emplean mochilas fumigadoras manuales, las dos familias restantes indicaron que no tienen la necesidad de usarla pues utilizan motofumigadora. (d) La motofumigadora es utilizada por el 100 %, de floricultores de la asociación, aunque no todos posean una. Tienen una de la asociación de uso rotativo. (e) El 100% de productores posee riego por goteo implementado dentro de los fitotoldos. (d) Por último, 100 %, de familias posee otras tecnologías que hacen más atractivas a sus nuevas especies de flores.

Ahora, es necesario puntualizar sobre la implementación de los fitotoldos, ya que la inserción de esta tecnología es la base para la producción de nuevas especies de flores que no podrían cultivarse a campo abierto, considerando las características ambientales de la zona. Inicialmente su uso implicó un gran cambio, pues adaptaron un espacio artificial para cultivar rosas de corte, astromelias, lirios y exofilias; flores que no producían, y que le conllevó al éxito en el mercado, siendo esta la experiencia económica de las familias de la asociación.

De acuerdo a las encuestas, las familias de la asociación poseen veintidós fitotoldos en total. Individualmente poseen entre uno, dos y tres. El tamaño de los fitotoldos, oscilan entre los 150 y 400 m<sup>2</sup>. No existe una dimensión exacta, cada productor decidió de acuerdo a su posesión de tierras y presupuesto. A continuación, se muestra una tabla 25 y figura 34 con dichas especificaciones:

**Tabla 25**

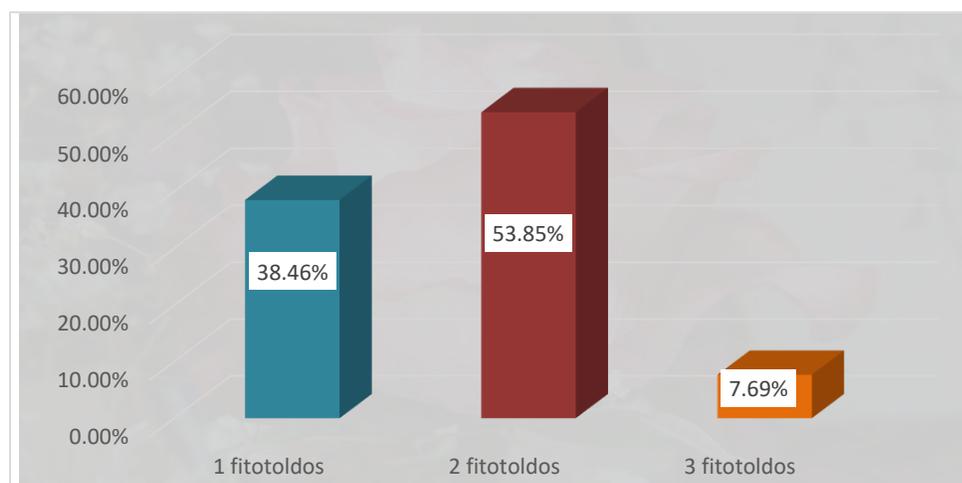
*Cantidad de fitotoldos por familia*

	Cantidad de Fitotoldos por Familia			Total
	1 Fitotoldos	2 Fitotoldos	3 Fitotoldos	
Frecuencia	5	7	1	13
Porcentaje	38.46%	53.85%	7.69%	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 34**

*Cantidad de fitotoldos por familia*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 25 y figura 34 muestran que del 100 %, de encuestados, el 53.85 %, mayoritario que representa a 7 productores, posee 2 fitotoldos. El 38.46 %, o sea 5 encuestados, tiene 1 fitotoldo y un minoritario 7.69 %, constituido por un productor, posee 3 fitotoldos.

La observación realizada muestra que los fitotoldos implementados por las familias de la asociación, son construidos con adobes o bloquetas de cemento para las columnas y/o paredes; madera para los tijerales, vigas y columnas; así como malla raschel o agrofilm para la cubierta de

techos o/y muros. Esta infraestructura es implementada con otras tecnologías que hacen posible el desarrollo de las plantas, de manera que, todos los fitotoldos son implementados con sustratos especiales, sistemas de riego por goteo y mantas térmicas en la mayoría de los casos.

En este entender, los fitotoldos, el riego por goteo y la manta térmica, son tecnologías adaptadas para la infraestructura del espacio de producción que permite el desarrollo de las plantas. Así mismo, durante el proceso productivo florícola las familias utilizan otras tecnologías que facilitan el cuidado de las plantas, como equipos para el control fitosanitario (fumigadores), para lo cual utilizan equipos de protección personal. También, utilizan tecnologías que permiten moldear las flores para hacerlas más atractivas en el mercado, estas son las mallas capulleras que les dan consistencia a los pétalos y los tutores que sostienen los tallos de las rosas y favorecen el crecimiento erguido. Por último, utilizan cámaras de enfriamiento una vez cosechadas las flores, para mantenerlas frescas hasta su venta en el mercado.

Además, resulta necesario precisar que las nuevas tecnologías adaptadas forman parte de la innovación tecnológica que realizaron las familias de la asociación. Estas también innovaron los productos y las técnicas de producción.

En resumen, las familias floricultoras adaptaron nuevas tecnologías que les permitió cultivar flores que no podrían producir en la zona de manera tradicional. Estas tecnologías posibilitaron adecuar espacios para cultivar, controlar su desarrollo y brindar un producto atractivo en el mercado.

## **Discusión**

Por tanto, la implementación de las nuevas tecnologías posibilita cultivar flores de corte para el mercado, a su vez la venta de flores favorece el desarrollo de las familias, tal como teoriza Figueroa. Para el teórico, la innovación tecnológica es condicionante para el aumento

sostenido de la productividad que permite a las familias desenvolverse en el mercado y ultimadamente mejorar sus condiciones de vida.

### **3.2.2. Motivos de Uso de las Nuevas Tecnologías**

Las familias adaptaron y adaptaron nuevas tecnologías para producir flores solicitadas en el mercado y que no se cultivan a campo abierto. La encuesta indica que, Ellos necesitan producir flores en mayor cantidad y calidad, por ello adquieren y adoptan nuevos instrumentos y herramientas como el riego por goteo, uso de tutores, mallas capulleras, cámaras de enfriamiento, entre otros.

Con relación al uso de nuevas tecnologías, las familias asociadas señalaron que los logros de mayor importancia alcanzados son la optimización y la rentabilidad. Cada productor indicó que el uso de fitotoldos, riego por goteo y demás, les permitió obtener mayor cantidad y calidad de flores, en otras palabras, optimizan la producción. También, indicaron que el uso de tecnologías les permitió obtener mayores ganancias, que conducen al incremento económico. Véase la siguiente tabla 26 y figura 35.

**Tabla 26**

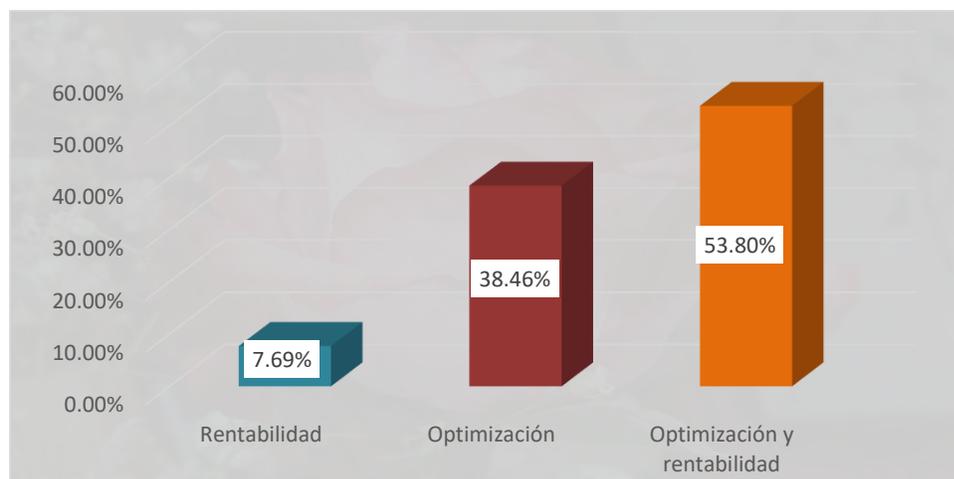
*Logros de mayor importancia por el uso de nuevas tecnologías*

<b>Logros del uso de Tecnologías</b>	<b>Percepción de los Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Optimización	5	38.46%
Rentabilidad	1	7.69%
Optimización y rentabilidad	7	53.85 %%%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

### Figura 35

*Logros de mayor importancia por el uso de nuevas tecnologías*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Según la tabla 26 y la figura 35, un mayoritario 53.85 %, que representa a 7 familias, consideran que el uso de tecnologías les ha permitido lograr la optimización y rentabilidad simultáneamente. Un 38.46 %, de familias, afirmaron haber conseguido la optimización del producto y un único encuestado, o sea, el 7.69 %, indicó que el logro fue la rentabilidad.

Entonces, la adopción de nuevas tecnologías por las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, está relacionada con el proceso de inducción, logrado a través de las capacitaciones y asistencia técnica. Ahora, las tecnologías adoptadas como los fitotoldos, riego por goteo, motofumigadora, les han permitido optimizar su producción y ha incrementado la rentabilidad del producto.

### Discusión

Con estos datos se refrenda los postulados de Figueroa y Lacki, quienes consideran que el desarrollo de los campesinos se logra a través de la innovación tecnológica en la producción

agrícola. Siendo este un factor para la optimización de la producción que les permite competir en el mercado.

### **3.2.3. Percepción de las Familias Respecto al Uso de Nuevas Tecnologías**

La adaptación de las nuevas tecnologías permite el cultivo de especies de flores y las familias de la asociación reconocen su importancia, sin embargo, la valoración de su uso no está sujeta íntegramente a la funcionalidad de estas. Influye en su percepción su entorno social y cultural. Para mayor detalle véase el apartado de racionalidad económica.

De acuerdo a las encuestas, el grado de conveniencia del uso de tecnologías según la percepción de los floricultores varia. Para algunos su uso es completamente adecuado, para otros regularmente adecuado y para otros no es adecuado. A continuación, se presenta la tabla 27 y figura 36.

**Tabla 27**

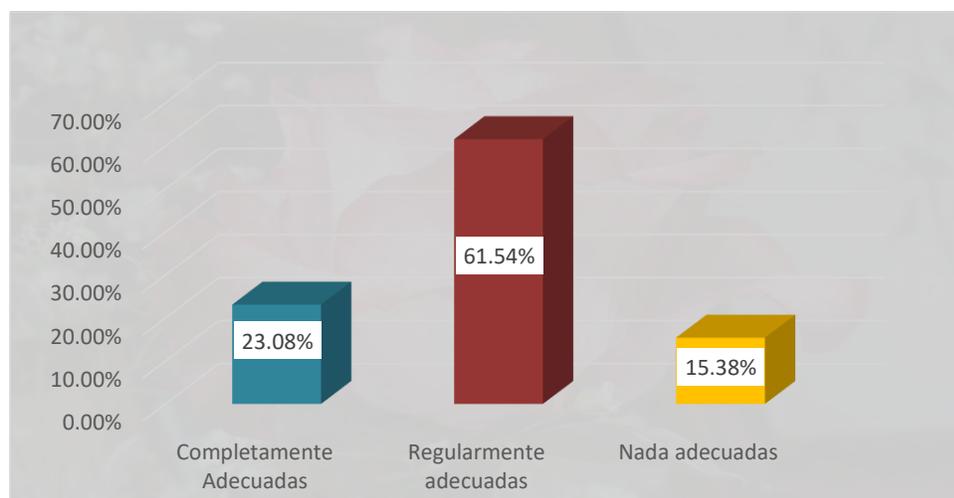
*Percepción del uso de nuevas tecnologías según las familias productoras*

	<b>Uso de Tecnologías</b>			<b>Total</b>
	Completamente Adecuadas	Regularmente Adecuadas	Nada Adecuadas	
<b>Porcentaje</b>	23.08%	61.54%	15.38%	100%
<b>Frecuencia</b>	3	8	2	13

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 36**

*Percepción de las nuevas tecnologías según las familias productoras*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 27 y la figura 36, visualizan que el 61.54 %, es decir, 8 familias productoras consideran que las tecnologías utilizadas son regularmente adecuadas. Únicamente el 23.08 %, o sea, 3 familias indican que las tecnologías utilizadas son completamente adecuadas. Y un 15.38 %, vale decir, 2 familias sostienen que no son nada adecuadas.

Al respecto, la observación realizada permite entender las respuestas de las familias a la interrogante planteada. Los asociados que consideran que las tecnologías utilizadas no son nada o son regularmente adecuadas es porque creen que la exposición y su uso ocasionan enfermedades, atraen rayos y/o granizo, entre otros.

En suma, las familias de la asociación perciben mayoritariamente que el uso de las nuevas tecnologías es regularmente conveniente. Precizando que no valoran uso considerando la funcionalidad del producto únicamente.

## **Discusión**

De este modo, se evidencia la relación existente entre el empleo de nuevas tecnologías y los principios culturales de las familias de la asociación Wiñay Rosas. En el que la adquisición de bienes (tecnologías) y su uso, no es valorado por su eficiencia o fines del producto sino por la racionalidad, tal como ha indicado Molina.

En cuanto al desarrollo, análisis y discusión de los indicadores de la variable uso de nuevas tecnologías, se comprende que las familias de la asociación Wiñay Rosas de Pumamarca 1) introdujeron innovaciones tecnológicas (aprendiendo sobre su uso y manejo) para la producción de nuevas especies de flores; lo que les permitió disminuir pérdidas, optimizar la producción y lograr rentabilidad de la actividad, tal como menciona Lacki. Dicho teórico, indica que la introducción de tecnologías en el proceso productivo agrícola mejora los ingresos económicos de las familias rurales, considerando como factor clave la educación rural para el manejo de las innovaciones. 2) Se conducen bajo principios de la economía campesina, pues reconocen la importancia del uso de las nuevas tecnologías, sin embargo, valoran sus usos de acuerdo a su racionalidad, así como plantea Molina. El autor, sostiene que el uso de bienes no es valorado por su eficiencia o fines del producto, sino por la racionalidad de los campesinos.

### **3.3. Inserción de las Familias al Mercado**

Entre los años 2008 y 2018 las familias floricultoras de la asociación Wiñay Rosas, incrementaron su producción en variedad y cantidad (frecuencia de cosecha), ofreciendo al mercado flores de manera más continua y en mayor diversidad.

Así mismo las familias de la asociación sobresalen entre las organizaciones de producción florícola de la región, considerando que: a) fueron pioneros en el cultivo de flores de corte en el ámbito regional, b) Son especialistas en producir flores de corte de mayor cantidad,

variedad y calidad, c) Poseen puntos de venta estables y propios, y d) La corta distancia de Pumamarca a los mercados locales beneficia la llegada de productos más frescos, en buen estado, y de manera inmediata.

Lo referido anteriormente se expone a continuación:

### **3.3.1. *Experiencia en el Mercado Florícola***

La producción de flores guarda correspondencia con el mercado, puesto que este es un bien de cambio y no de consumo como los productos agrícolas tradicionales. En este entender las familias de la asociación cultivan flores exclusivamente para la venta.

Cuentan las familias de la asociación que su experiencia en el mercado con la producción florícola empezó con el recojo de flores silvestres, que eran llevadas junto a hiervas medicinales a la ciudad del Cusco, para la venta. Siendo esta una actividad tradicional.

A partir del año 1970 empezaron a producir verduras para la venta en ferias de la ciudad, juntamente con las verduras iniciaron la siembra de flores a campo abierto. Cultivaban flores como boca y sapo e ilusiones, estacionalmente, estas eran vendidas junto con las verduras en época de lluvias, posteriormente empezaron a producir gladiolos.

Durante esos años las familias fueron observando que, las flores de mayor demanda eran las rosas mejoradas, ecuatorianas y/o colombianas, así como gladiolos, azucenas, traídos de otros departamentos del país. Estos productos eran vendidos a alto precio durante todo el año en comparación con sus flores que eran vendidas estacionalmente y bajo costo. Al respecto véase las siguientes entrevistas:

Desde siempre trabajamos flores aquí, es zona florícola. Desde chiquitito yo veía a mi mamá vender sus florcitas ...De pasantía han venido de otras comunidades y al ver cómo ha dado recién se han animado. (Informante 1, 2016).

Siempre nos hemos dedicado a las flores, desde pequeños aquí en Pumamarca trabajamos (Informante 2, 2016).

Porque desde nuestros ancestros se han dedicado a hacer flores, antes pues ponían margarita pensamiento, rosas, esas florcitas que recogían del campo. Negocio hacían desde las abuelitas, ahora ya no venden. Desde siempre han crecido flores aquí, bonito es el vallecito y daba flores, entonces eso llevaban y así nomás se han hecho conocidos... Mi mamá todavía llevaba flores, mi esposa llevará ya hace 40 años así, como ambulante todavía en Qasqaparo han empezado (Informante 3, 2016).

Siempre aquí nos hemos dedicado a las flores, la mayoría trabaja siempre, en su chacra en un ladito así ponen. Nosotros, pero hemos iniciado poniendo en fitotoldos (Informante 4, 2016).

Mi abuelita vendía flores desde los 10 años más o menos. Esas florcitas que crecían así nomás, sin plantar, traían para vender. Primerito hemos puesto así nomás, a campo abierto, Gladiolo, Crisantemo, eso como se habrán conseguido, mi papá todavía ha comprado semillas, lo que encontraban en Cusco, en Lima así” (Informante 5, 2016).

Desde chiquita yo le acompañaba a mi mamá a vender, desde que murió yo me he encargado... mi mamá desde los setentas así será, cuando era jovencita, me conto que llevaba. (Informante 6, 2016).

Todos aquí trabajamos flores, desde nuestras mamás todavía. Como da bien hemos puesto fitotoldos (Informante 8, 2016).

Desde siempre, hemos trabajado flores, mi abuelita todavía vendía (Informante 7, 2016).

Desde antes hacíamos flores, primerito nuestras mamás llevaban lo que se crecía, después ya hemos puesto en la chacra y también primerito nosotros hemos puesto en fitotoldos... desde los ocho años le acompañaba a mi mamá a vender por las calles del mercado San Pedro... si, mas o menos será 35 años. (Informante 10, 2016).

Mi mamá todavía vendía, a mí también siempre me ha gustado y por eso hemos empezado con los fitotoldos (Informante 11, 2016).

Toda mi vida, desde niña he vendido flores, claro antes chusquito nomas poníamos (Informante 12, 2016).

Yo vendo desde los 17 años, mi mamá también vendía. Antes poníamos a campo abierto nomas, gladiolo ilusión. Hace 8 años más o menos se trabaja rosas con APOMIPE (Informante 13, 2016).

Nosotros primerito hemos llevado al Cusco, antes que Ccorao, Tikapata, ahora todos llevan. Desde antes nos conocían a nosotros (Informante 09, 43 años, 2016).

Del análisis de las entrevistas, se concluye que, inicialmente la venta de flores fue una actividad ocasional; posteriormente fue temporal, únicamente en época de lluvias. Estas dos modalidades de venta se realizaban de manera ambulatoria por las calles aledañas a los mercados de Qasqaparo y San Pedro.

Viendo esta realidad anhelaron producir flores de corte de como las que vendían en el mercado, materializando la aspiración con el apoyo de la ONG HELVETAS. Entre los años 2005– 2006, iniciaron con el proceso de organización y capacitación a los asociados en producción de flores de corte, durante estos años hubo prácticas fallidas en las diferentes fases del proceso productivo, como técnicas erradas para la elaboración del sustrato, cosecha, tratamiento de enfermedades, etc. Para el año 2008 adaptaron y produjeron flores para el mercado tras el proceso de aprendizaje; en los años siguientes, fortalecieron el manejo del cultivo, restando pérdidas en la producción. Al respecto de lo mencionado, se presenta las entrevistas:

Para las rosas que pones adentro hemos sufrido, porque no sabíamos. Para hacer la cama de la rosa hemos ido al cerro a conseguir Qewña...como surcos y armando bonito hemos puesto nuestras primeras rosas. De miedo estábamos pues, tal vez no da diciendo. Muy delicado es la Rosa... Si, total. hemos padecido para sacar rosa los técnicos tampoco sabían bien. Experimentando con nosotros han aprendido. En cusco en ninguna parte hacían flores. Ellos tampoco sabían, juntos hemos aprendido. dos años habremos tardado en aprender todavía. (Informante 1, 2016).

Ahora ultimo ponemos variado, porque ya no quieren los antiguos, los chusquitos no se venden. Ya no es como antes que se vendían solito junto con nuestras verduras y hiervas para mates... desde el dos mil ocho llevamos biencito (Informante 2, 2016).

Primerito nos han dicho que para regar la tierra agua hervida de chicha frutas malogradas menos cítrico... y nosotros hemos echado agua caliente hervido, porque nos dijeron que eso mataría los gusanos, nematodos todo eso y lo quemamos peor toda la semilla (Informante 3, 2016).

Las rosas mejoradas dan mucho más trabajo se riega mucho, pero se vende rapidito y ganamos más (Informante 4 2016).

Antes el ingeniero nos sabía mucho y no había aquí en CUSCO alguien que sepa, pero con APOMIPE se hacían surcos, nos ha hecho desinfectar, con legía y agua de manzanilla para echar al suelo...dos años hemos estado así sufriendo todavía. (Informante 5, 2016).

Después de tener más variadito ahora podemos combinar mejor pues y sale nomas rapidito... antes compraban gente de plata nomas en los mercados, ahora ya todos compran. (Informante 6, 2016).

Como todos de la asociación nos dijeron que si queremos ganar más tenemos que hacer más variadito y sacar nuevas flores aja (Informante 7, 2016).

Nosotros tratamos de hacer caso al gusto de la gente y por eso no sembramos flores más variaditas pues (Informante 8, 2016).

Ahora variamos las flores nuevas con las antiguas así cuando llevamos al mercado las personas les gusta así de todo (Informante 9, 2016).

Por eso ahora sacan otras flores, ahora nos dedicamos más a las flores lilium, godesia y rosas, eso quieren, se vende mejor en el mercado (Informante 10, 2016).

Ahora por el fitotoldos nosotros aprendimos a hacer rosas mejoradas, astromelias, lilium, gladiolos, ilusión, godesia, exofilia, porque esas son las que mejor se venden en el mercado (Informante 11, 2016).

Es que en el mercado veíamos que se vende más y por eso decidimos producir más bonitas esas flores pues, primerito así nomás aviamos puesto nadie sabía cómo se tenía que poner (Informante 12, 2016).

Veíamos que la gente quería rosas y flores más bonitas y no nos compraban a nosotros hasta que plantamos las mejoradas pues (Informante 13, 2016).

De las entrevistas se obtiene que, por la demanda en el mercado, los productores se motivaron a producir nuevas especies de flores de corte, con el apoyo de la ONG HELVETAS (APOMIPE). Este proceso fue pionero en la región, acarreado perdidas, perjuicios en los dos

primeros años, debido a, la falta de técnicos especializados en rosas de corte en la región, motivo por el cual tardaron dos años aproximadamente en producir rosas de calidad para el mercado.

Con respecto a la venta, las entrevistas evidencian que, fueron posicionándose de un espacio en el mercado (físico y de interacción), con la venta de flores de corte. Con el transcurso de los años los productores fueron situándose, con sus productos y siendo reconocidos como vendedores de estos. Así mismo, se resalta que los productores fueron pioneros en la venta de su propia producción de rosas de corte, lo cual les permitió acceder a puestos fijos en los mercados y/u otros puntos de venta (calles, plazas, etc.). Se verifica lo dicho en las siguientes entrevistas:

Mi esposa llevaba a Vinocanchon y así nomás se vendía, después de un tiempo la municipalidad nos dijo para que nos inscribamos si queríamos vender, y nos hemos inscrito y pagábamos diez soles creo que un año o dos años y de ahí ya es de nosotros. (Informante 1, 2016).

Como antes no había mucha gente que vendía, solo éramos nosotros, te ponías normal, así pagabas un solcito y así nomás me vendo ahí... no, nadie se pone ahí yo nomas puedo vender. (Informante 2, 2016).

Mi esposa se ha inscrito en el municipio cuando han hecho llamamiento y verdura llevábamos y después llevamos flores también. (Informante 4 2016).

Mi papa me ha dado este puesto, de él sus flores también se lo vendo... En ese tiempo había ferias los domingos y ahí llevábamos, la municipalidad estaba inscribiendo para venta de verduras no había para flores, y nos inscribimos para verduras. años antes las que llevaban verdura también llevaban flores, pero como era por temporada nomas, con la verdura juntábamos, nosotros (en referencia a las familias de la asociación) empezamos a llevar nuestras rosas primerito, con godecia, en el mercado nos miraban, total se admiraban y salía bien nomas, ahora este sitio ya es de nosotros, ahora todos saben que esta parte es flores, verduras empieza en el siguiente ya, mira pues en nuestro cartel había dicho verduras (señala el cartel de identificación de secciones del mercado). (Informante 5, 2016).

No se cómo, mi mamá todavía se habrá inscrito. (Informante 6, 2016).

Mi mamá dice se ha inscrito en el municipio desde esa vez tenemos ese puesto. (Informante 7, 2016).

Yo vendía como en feria y del municipio nos han hecho inscribir. (Informante 8, 2016).  
Hace años llevo a San Sebastián los domingos (en referencia a las flores de corte) ... de Vinocanchon con sacrificio me he comprado mi puesto. (Informante 9, 2016).  
Yo ya tengo mi sitio en San Pedro, afuera del mercado, ahí nomás vendo ya me conocen todos. (Informante 10, 2016).  
Como desde antes vendemos así nomás tenemos nuestro sitio. (Informante 11, 2016).  
Antes yo llevaba verdura a la feria y hay veces florcita así nomás todo lo que poníamos afuera después mis rosas ya hemos llevado... también estoy inscrita en la municipalidad. (Informante 12, 2016).  
En la calle nadie tiene puesto como de mercado, ahí nomás vendo ya me conocen todos (Informante 13, 2016).

De acuerdo a lo manifestado por los informantes, los productores de la asociación se situaron en espacios fijos y son reconocidos en estos. Del mismo modo, desde que venden flores de corte, en los mercados de Tanqarniyuq y Vinocanchon están registrados desde hace años atrás en las municipalidades distritales de San Sebastián y San Jerónimo.

En síntesis, las familias productoras, la experiencia en el mercado florícola se desarrolló de manera paulatina, iniciando con la venta ambulatória de flores silvestres, posteriormente expendiendo las flores cultivadas a campo abierto conjuntamente con las verduras en ferias y de manera ambulatória, concluyendo en la venta desde espacios fijos con flores de corte.

## **Discusión**

Esta experiencia de las familias de la asociación, es expresada en el estudio de mercado de Yopez, quien indica que en el año 2005 el sistema de comercialización de flores era deficiente, pues los productores no estaban organizados, no manejaban nuevas tecnologías, no contaban con el apoyo de instituciones. En este entender, sugiere que la inserción al mercado será óptima si las condiciones se modifican.

### 3.3.2. Fuerza de Trabajo

El trabajo florícola en el sector de Pumamarca es una actividad familiar. De acuerdo a la encuesta, no contratan mano de obra para el trabajo de producción y venta en el mercado, a excepción exclusiva de la construcción de fitotoldos, en caso no se cuente con el total de personas requeridas y/o con conocimiento de esta actividad. Para mayor detalle véase la siguiente tabla 28 y figura 37.

**Tabla 28**

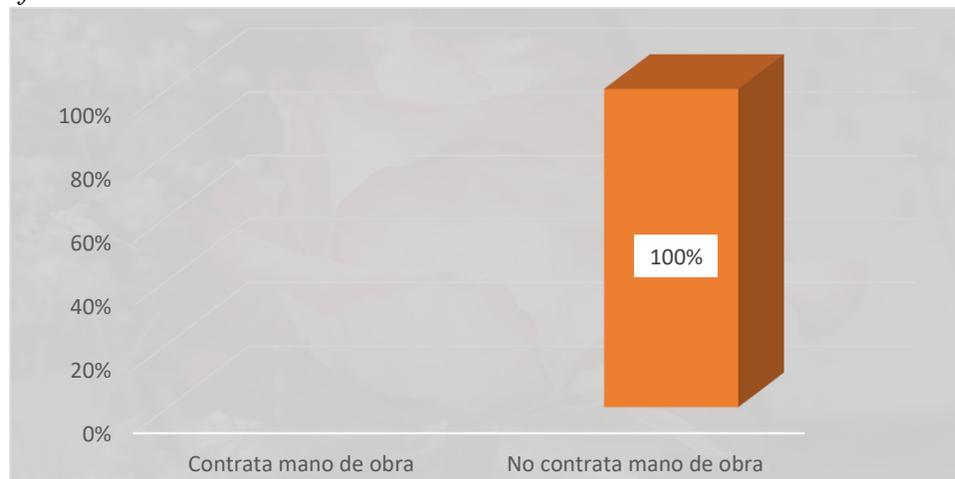
*Contrata de mano de obra para la producción florícola a excepción de la construcción de fitotoldo.*

	<b>Contrata Mano de Obra</b>			
	<b>Si</b>		<b>No</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Producción florícola (desde la preparación de tierra hasta la cosecha).	0	0	13	100%
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

### Figura 37

*Contrata de mano de obra para la producción florícola a excepción de la construcción de fitotoldo.*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

En la tabla 28 y figura 37 se observa que: el 100 %, de encuestados, que representan a los 13 asociados, manifestaron que no contratan mano de obra para la labor florícola. Es decir, las labores de siembra, injertación, fumigación, deshierbe, riego, cosecha y venta, no requieren la contrata de mano de obra, ya que son realizados por los miembros de familia.

Cabe aclarar no contratan mano de obra para el trabajo de producción y venta en el mercado, a excepción de la construcción de fitotoldos, en caso no se cuente con el total de personas requeridas y/o con conocimiento de esta actividad.

Además, es necesario considerar que la fuerza de trabajo obtenida de los miembros de la familia no es remunerada. Los beneficios son colectivos para los miembros, nadie cobra por los trabajos en la producción y venta. Véase la tabla 29 y figura 38.

**Tabla 29**

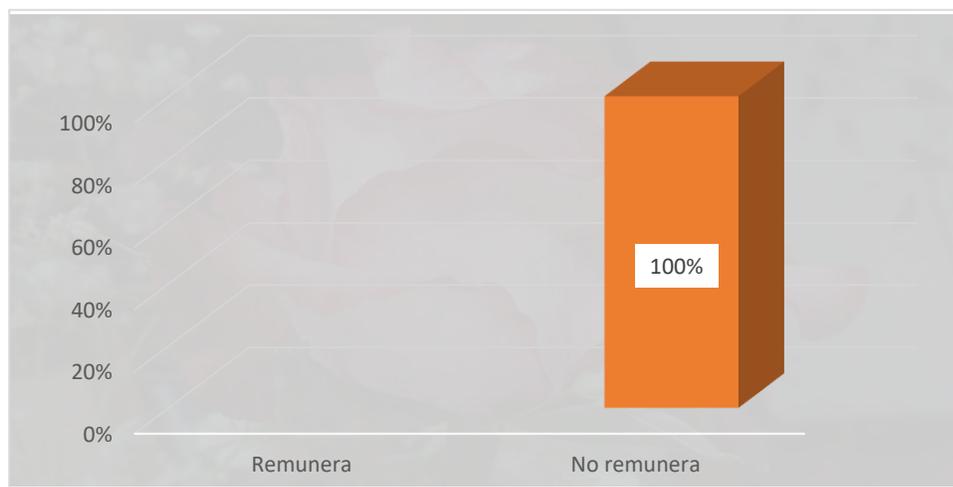
*Remuneración monetaria a los miembros de la familia*

	<b>Remuneración a la Familia</b>			
	<b>Si Remunera</b>		<b>No Remunera</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Producción florícola (desde la preparación de tierra hasta la cosecha	0	0%	13	100%
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 38**

*Remuneración monetaria a los trabajadores familiares*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 29 y la figura 38, se deduce que el 100 %, de floricultores de la asociación no remuneran económicamente a los miembros de su familia por el trabajo en la producción de flores. Nadie de la familia cobra por las labores realizadas, porque el dinero de la venta está destinado al beneficio colectivo de la unidad familiar.

Por otra parte, de acuerdo a la observación de campo se evidencia que la construcción y reparación de las infraestructuras florícolas (fitotoldos) son las únicas actividades que requieren

la contratación de fuerza de trabajo remunerada. El proceso de edificación precisa de tres personas como mínimo, además de conocimientos básicos en construcción de fitotoldos, el pago por día de trabajo oscila entre 25 y 50 soles, la cual se realiza de manera exclusiva para esta actividad y solo si en la familia no se cuenta con la cantidad de estos integrantes y/o una persona idónea para la construcción.

Otra forma de compensar por la fuerza de trabajo para la construcción de fitotoldos es el “ayni”. Esta práctica tradicional permite cooperar entre las familias, se efectúa entre familiares y miembros de la misma asociación. Bajo esta modalidad también realizan desmalezamiento, y otras labores pequeñas que afianza los lazos sociales entre los miembros de la asociación.

Resumiendo, la labor florícola en el sector de Pumamarca es una actividad familiar que no requiere la compra de fuerza de trabajo, excepto para la construcción de fitotoldos. El trabajo florícola es realizado por miembros de la familia, quienes no perciben pago monetario por su trabajo. En ocasiones trabajan mediante trabajo cooperativo, “ayni”, entre los miembros de la asociación.

Estos datos evidencian que las familias de la asociación Wiñay Rosas se conducen bajo los criterios de la economía campesina. Puesto que el trabajo familiar no remunerado y el trabajo cooperativo entre miembros de un grupo en las labores productivas, corresponde a este tipo de economía.

## **Discusión**

De este modo, las aseveraciones tanto de Molina como Cáceres quienes consideran la fuerza de trabajo obtenida de los miembros de la familia es característica principal de la economía campesina, se replica en el caso de los productores de la asociación Wiñay rosas. Ya que la fuerza de trabajo en la producción de flores, proviene de los miembros de la familia.

También se ha constatado que lo expuesto por Paullo, Elorrieta y Machacuay sobre la racionalidad económica orientada a la acumulación de la familia, se replica en el trabajo productivo florícola de los asociados. Puesto que las ganancias de la venta de la producción son destinadas a la satisfacción de las necesidades familiares.

### ***3.3.3. Demanda y Oferta de las Flores***

Las familias floricultoras de Pumamarca se insertaron al mercado ofertando mejores productos. La demanda de los consumidores ha ido cambiando en cuanto a calidad, variedad, color y demás exigencias, así lo entendieron los floricultores de la zona los cuales fueron adecuándose y manteniendo el mercado de flores atrayente económicamente. En esta sección se presentan las principales características de la demanda y oferta de las flores, de acuerdo a la percepción de las familias de la asociación Wiñay Rosas recogidas en las entrevistas, encuestas y observación.

Para caracterizar la oferta y la demanda, es necesario precisar los siguientes puntos: Primero, el área que comprende su mercado, según las encuestas realizadas sobre la expansión del mercado florícola es provincial. Segundo, en la provincia los lugares de venta son los mercados minoristas y el mayorista (Huancaro), calles aledañas a los mercados, plaza de armas y cementerio de San Sebastián, donde acuden los compradores finales o revendedores para adquirir flores de corte. Tercero, en estos espacios tienen puestos de venta fijos y/o ambulorios las familias de la asociación (para mayor detalle véase la sección de expansión del mercado florícola).

En este entender, las familias de Pumamarca acceden a la zona más importante de compra y venta de flores a nivel de la región Cusco. Esta ventaja fue lograda por varios factores, como

la mejora e inserción de nuevas especies, la especialización en la producción y el conocimiento y manejo del mercado.

Las familias de la asociación entienden las características particulares que exigen los consumidores y asumen su demanda, insertándose al mercado con una mejor oferta en variedad, color, calidad, cantidad. De este modo, los productores ofrecen en el mercado nuevas variedades y nuevas especies acordes a las tendencias y exigencias del mercado actual.

De las entrevistas realizadas se considera que los productores incrementan su oferta adoptando y adaptando nuevas especies de flores según exigencia del mercado. Ellos desde el año 2008 introdujeron nuevas flores de corte en los mercados locales. Sobre lo mencionado, los asociados afirman.

Nosotros fuimos los primeros en traer flores nuevas bonitas, mejoradas y ya los demás vieron que vendíamos bien y trajeron más (Informante 1, 2016).

Ahora ultimo ponemos variado, porque ya no quieren los antiguos, los chusquitos no se venden (Informante 2, 2016).

De esa parte hemos mejorado, flores antiguas ya no eran buenas, los paquetes de nuevas flores ahora se venden a mejor precio (Informante 3, 2016).

Las rosas mejoradas dan mucho más trabajo se riega mucho, pero se vende rapidito y ganamos más (Informante 4 2016).

Mi papa me dijo que ponga otras flores el me trajo las mejoradas para vender mejor (Informante 5, 2016).

Después de tener más variadito ahora podemos combinar mejor pues y sale nomas rapidito (Informante 6, 2016).

Como todos de la asociación nos dijeron que si queremos ganar más tenemos que hacer más variadito y sacar nuevas flores aja (Informante 7, 2016).

Nosotros tratamos de hacer caso al gusto de la gente y por eso no sembramos flores más variaditas pues (Informante 8, 2016).

Ahora variamos las flores nuevas con las antiguas así cuando llevamos al mercado las personas les gusta así de todo (Informante 9, 2016).

Por eso ahora sacan otras flores, ahora nos dedicamos más a las flores lilium, godesia y rosas, eso quieren, se vende mejor en el mercado (Informante 10, 2016).

Ahora por el fitotoldos nosotros aprendimos a hacer rosas mejoradas, astromelias, lilium, gladiolos, ilusión, godesia, exofilia, porque esas son las que mejor se venden en el mercado (Informante 11, 2016).

Es que en el mercado veíamos que se vende más y por eso decidimos producir más bonitas esas flores pues (Informante 12, 2016).

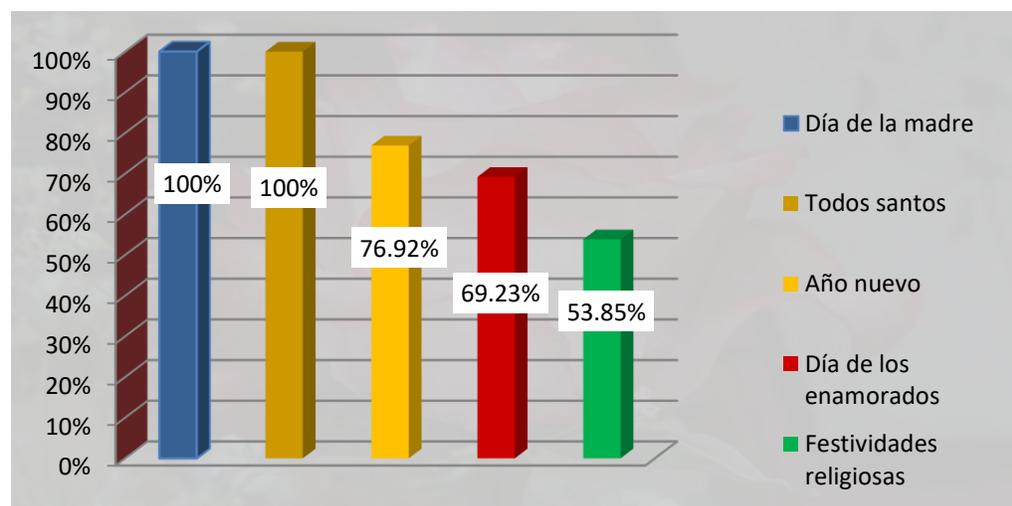
Veíamos que la gente quería rosas y flores más bonitas y no nos compraban a nosotros hasta que plantamos las mejoradas pues (Informante 13, 2016).

Las entrevistas muestran que las familias de la asociación producen nuevas especies de flores de corte para el mercado desde el 2008. Consiguiendo brindar una mejor oferta, ofreciendo un producto más atractivo, en cuanto a especie, color y calidad, conforme a los requerimientos de los compradores.

Las encuestas evidencian que demanda del producto ofrecido por las familias de la asociación, incrementa en los días festivos. Los floricultores manejan fechas festivas determinadas para las cuales disponen sus productos en variedad, cantidad, agregando valor a su producto, según los motivos especiales. En estas mismas fechas la demanda es mayor, pues se trata de días festivos en el que adquirir flores es una necesidad, además los productos de las familias asociadas son pedidos con antelación por acopiadores, revendedores y vendedores directos. Véase la tabla 30 y figura 39.

**Tabla 30***Percepción de la oferta y demanda en días festivos*

Días festivos	Percepción de Incremento de Precios					
	Si Incrementa		No Incrementa		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Día de la Madre	13	100%	0	0%	13	100%
Todos Santos	13	100%	0	0%	13	100%
Año Nuevo	10	76.92%	3	23.08%	13	100%
Día de los Enamorados	9	69.23%	4	30.77%	13	100%
Festividades Religiosas	7	53.85%	6	46.15%	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.**Figura 39***Percepción de la oferta y demanda en días festivos**Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 30 y figura 39 evidencian que los floricultores manejan fechas específicas de mayor relevancia para la oferta de sus productos, ya que en estas fechas se incrementa la demanda del mercado florícola. El 100 %, que representa a 13 productores definen el día de la

madre como fecha de mayor oferta y demanda, así como el 100 %, de productores que representa 13 productores especifican que el día de Todos Santos como festividad de incremento de oferta y demanda , del mismo modo el 76.92 %, que representa a 10 cultivadores que manifiestan el Año Nuevo como fecha de mayor oferta y demanda, el 69.23 %, que representa a 9 productores que consideran el Día de los Enamorados como fecha de mayor oferta y demanda aclarando que 4 productores consideran este día muy difundido para los regalos de flores; el 53.85%, que constituye 7 productores que afirman que durante las festividades religiosas exigen mayor oferta y demanda teniendo en cuenta 6 del total de productores no consideran esta fecha por tener otras actividades esos mismos días.

Al respecto del párrafo anterior, se debe precisar que las familias productoras manejan las fechas de mayor demanda para las cuales producen en mayor cantidad. Permitiéndoles abastecer la demanda requerida en el mercado florícola.

Del mismo modo, se observó que también manejan meses de mayor y menor oferta. Al cultivar flores de tipo estacionarias, por ende, no estar abastecidos durante todo el año (excepción de los cultivados dentro de los fitotoldos), los floricultores compran flores, flores acompañantes y follaje escaso en la temporada, así mismo adquieren celofán con diseño, cinta de agua, tarjetas, para poder surtir el armado de ramos, atados y mantener a la clientela con una oferta estable en variedad y presentación. Ahora bien, este accionar no implica que los productores no incrementen el costo de venta en estos meses escasos, por ejemplo, la producción en el invierno se reduce a la producción de flores de invernadero debido a las bajas temperaturas, la incidencia de helada, el largo del día y la baja radiación solar, por lo que la denominan periodo de oferta baja con alza de precios asociado a un alto consumo por la presencia de las fechas festivas, prolongándose hasta mediados de la primavera. Del mismo modo, califican de periodo

de oferta alta desde mediados de la primavera y el verano, en el que se oferta numerosas especies, lo que trae consigo un descenso en los precios, que también va acompañado de una reducción considerable de la demanda de flores.

Así mismo, se observó que, ocasionalmente restan productos de la venta del día, los cuales llevan al altar del santo o santa patrono/patrona del mercado. Esta acción esporádica, la realizan como agradecimiento por la venta del día.

Ahora, existen otros aspectos no relacionados directamente con la labor de cada familia en la producción que permiten conseguir mayores demandantes de sus productos. De acuerdo a la observación realizada, estos son: (a) la cercanía a los mercados y el acceso a través de una vía de transporte en buen estado que permiten brindar un producto en mejores condiciones para ofertarlo en el mercado. El producto puede ser afectado negativamente por la distancia entre las áreas de producción y las de consumo, para el caso de las familias de la asociación Wiñay Rosas este aspecto ha sido resuelto con el transporte accesible y cercano y (b) la asociatividad permite mejorar la oferta de productos. Los floricultores están asociados, incrementando el nivel de confianza hacia el mercado, contribuyendo indirectamente a sus niveles de competitividad en el mercado.

Por lo antes mencionado, y según la encuesta realizada, los productores tienen la percepción de contar con la cantidad de producción suficiente para el mercado en el que ellos expenden sus productos. Para mayor detalle, véase la sección de cantidad de la producción para el mercado.

Por todo lo mencionado anteriormente y por la observación realizada, el producto es reconocido ante los compradores locales como flores frescas de buena calidad; existe interés de los consumidores de los diferentes distritos, al punto de establecer una relación de fidelidad

comercial (caseros). Los consumidores estables tienen exigencias al grado de demandar particularidades que los floristas no ofertan habitualmente, pero sí brindan a esta selecta gama de clientes.

Por consiguiente, se demuestra que los floricultores entienden y manejan las exigencias del mercado y dinamizan la cadena productiva florícola para insertarse al mercado, ofreciendo su producto con una oferta basta, estable y continua. En suma, las características del mercado para los floricultores en cuanto a la demanda; son dinámicas y particulares. Los consumidores mantienen frecuencias de compra delimitadas en días normales y festivos cíclicamente durante el año, cuentan también con preferencias específicas sobre ciertos tipos, especies, colores de flores, así mismo los consumidores asiduos (caseros) cuentan con diferentes exigencias que no se ofertan de manera estándar.

Los floricultores entienden las características particulares que exigen los consumidores y asumen su demanda, insertándose al mercado con una mejor oferta. Los productores incrementan su oferta, surtiendo sus productos acordes con tendencias y exigencias del mercado. De igual modo la asociatividad les permite abaratar precios de producción y así ofrecer productos con mejores particularidades, así mismo, la capacitación en el uso y aprovechamiento de los recursos contribuyen en mejorar la productividad y la oferta, también, se abastecen de productos propios y/o comprados; para manejar las demandas estacionales ya sea por días festivos, meses de mayor y menor demanda, y de caseros con exigencias particulares, por último, la cercanía y el acceso a una vía de transporte en buen estado brindan un producto en mejores condiciones para ofertarlo en el mercado. Por lo antes mencionado, los floricultores tienen la percepción de contar con la cantidad suficiente de producción, sumando valor agregado por exigencias del mercado.

## **Discusión**

Esta evidencia confirma la teoría de Escamilla, Caldera y Ortega (2013), quienes exponen que la competitividad en la actividad florícola es la capacidad de los productores para producir bienes y servicios de forma eficiente, de tal manera que estos puedan competir y lograr mayores cuotas del mercado. Así mismo, Orozco Hernández, M. E. (2007), afirma que, en el intento de recuperar la posición comercial, se tiende a diversificar la oferta de flor de exportación, considerar la estacionalidad y la diversidad en la demanda de flores.

### ***3.3.4. Expansión Geográfica del Mercado Florícola***

Este indicador está referido a la expansión territorial del mercado de flores de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, de Pumamarca. En este entender, se presentan los lugares y la extensión territorial de comercialización.

Tradicionalmente las mujeres de Pumamarca se trasladaban a la capital provincial (Cusco) para vender sus productos como hiervas medicinales, incluidas las flores, en los mercados locales del centro de la ciudad de manera ambulante. El acceso al centro de la ciudad fue durante muchos años por el camino de herradura y los lugares de venta, fueron las calles próximas a los mercados de San Pedro y Qasqaparo.

En la actualidad, las familias de la asociación venden la producción en los mercados locales de la ciudad del Cusco, Estos mercados son: Qasqaparo, San Pedro, Tanqarniyoc, Vinocanchon y Huancaro (mercado florícola más importante de la región).

De acuerdo a las encuestas aplicadas, todas las familias productoras comercializan las flores a nivel local, es decir, en Cusco ciudad. No obstante, en este ámbito geográfico, existen varios distritos y así se presentan dos tipos de comercialización: (1) solo en el distrito de San

Sebastián y (2) en el ámbito provincial. Para mayor detalle se presenta la siguiente tabla 31 y figura 40:

**Tabla 31**

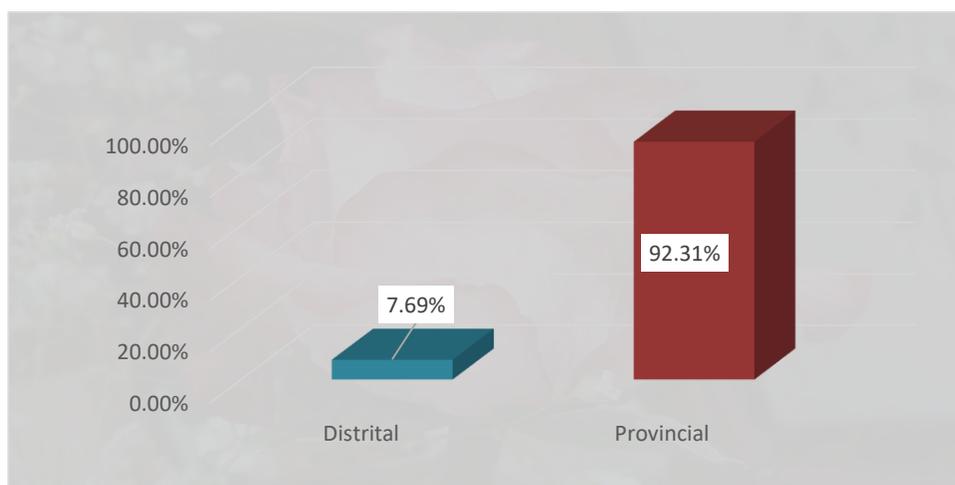
*Expansión del mercado florícola*

Ámbito geográfico de la expansión	Número de Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
Distrital	1	7.69%
Provincial	12	92.31%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 40**

*Expansión del mercado florícola*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Tanto la tabla 31 como la figura 40, indican que la expansión del mercado florícola de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, mayoritariamente es en el ámbito provincial. Del 100 %, de encuestados, 92.31 %, que representa a 12 familias, venden en las

flores en mercados de la provincia del Cusco. El 7.69 %, es decir, una familia vende únicamente dentro del distrito de San Sebastián, empero, esta familia se sitúa en dos espacios en el que comercializa toda su producción.

En este punto es necesario precisar que, en la provincia de Cusco se ubica el mercado mayorista de flores más grande de la región: el mercado de productores de Huancaro al que acuden comerciantes de las demás provincias de la región para adquirir las variedades de flores y en el que venden algunas familias floricultoras de la asociación Wiñay Rosas. Esto Indica que los floricultores de la asociación, acceden al mercado florícola de mayor envergadura de la región.

Es importante señalar que el sector de Pumamarca, de la comunidad de Pumamarca Ayarmaca, al que pertenecen las familias de la asociación se encuentra en la periferia de la ciudad del Cusco. La ubicación geográfica implica una ventaja sobre los demás productores de la región, puesto que, las familias tienen mayor facilidad para acceder al mercado más predilecto de flores de la región. El traslado es en menor tiempo y las flores no se maltratan, de manera que les da cierta ventaja frente a otros productores de la región.

Respecto a los lugares de comercialización, la encuesta señala que, en la provincia de Cusco principalmente son mercados, calles, cementerios y plazoletas. Siendo el mercado de productores de Huancaro uno de ellos. Véase la siguiente tabla 32:

**Tabla 32***Lugares de venta en la provincia del Cusco*

Distrito	Lugares de Venta				
	Mercados	Plazas	Cementerios	Calles	Otros
Cusco	San Pedro Cascaparo Rosas Pata			Tres Cruces de Oro Cascaparo Gral. Buen día Psje. Goherin Psje. Túpac Amaru Av. Collasuyo Ramón Castilla Llocllanpata Prolongación Grau	
San Jerónimo	Vinocanchon			San Martín Av. Cusco	Pumamarca
Santiago	Mercado de Huancaro				
San Sebastián	Tancarniyoc	Plaza de armas San Sebastián (Templo) Túpac Amaru (excepcionalmente)	San Sebastián		
Wanchaq					

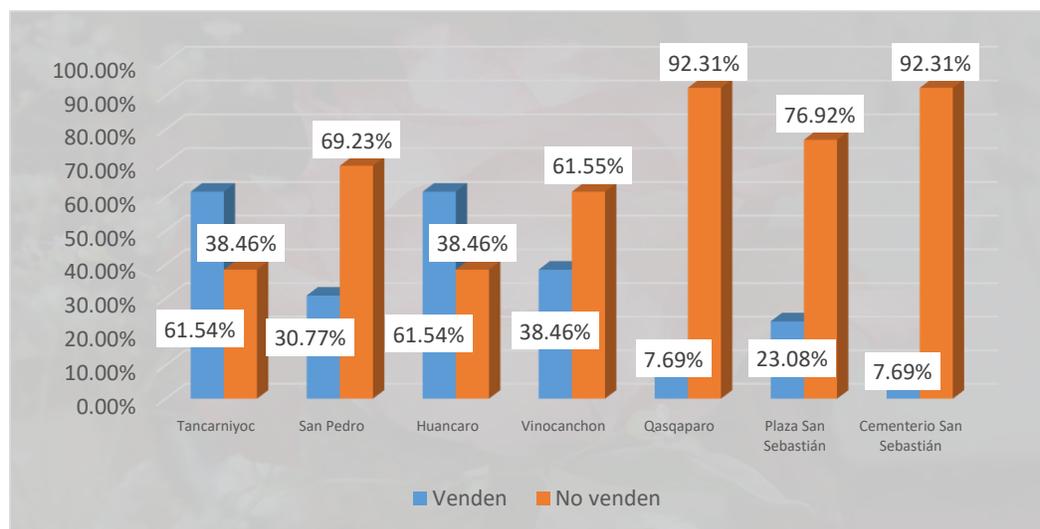
Nota. Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 32 muestra que, en el distrito de San Jerónimo, venden en el mercado de Vinocanchon y las calles aledañas. En el distrito de Santiago, expenden en el mercado de productores Huancaro y las calles aledañas donde venden flores al por mayor. En el distrito de Cusco son los mercados de San Pedro, Qasqaparo y Rosas pata y las calles circundantes. En el distrito de San Sebastián, comercializan en el mercado de Tancarniyoc, la plaza y puerta del cementerio, así mismo, venden en su comunidad. En el distrito de Wanchaq venden en la plaza Túpac Amaru, excepcionalmente cuando hay ferias florícolas.

A continuación, se presenta la tabla 33 y figura 41, con el número de familias de la asociación que venden por mercado o calles aledañas:

**Tabla 33***Número de familias que venden por mercado*

Mercados	Venden		No venden		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tancarniyoc	8	61.54%	5	38.46%	13	100%
San Pedro	4	30.77%	9	69.23%	13	100%
Huancaro	8	61.54%	5	38.46%	13	100%
Vinocanchon	5	38.46%	8	61.54%	13	100%
Qasqaparo	1	7.69%	12	92.31%	13	100%
Plaza San Sebastián	3	23.08%	10	76.92%	13	100%
Cementerio San Sebastian	1	7.69%	12	92.31%	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.**Figura 41***Número de familias que venden por mercado**Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 33 evidencia que en el mercado de Tancarniyoc venden 8 productores, es decir, 61.54 %, del 100 %, de encuestados. Además, todos rotativamente puede vender en el puesto que les asigno la municipalidad distrital de San Sebastián. En el mercado San Pedro, y sus calles aledañas, venden 4 familias, o sea el 30.77 %, de encuestados. En el mercado de Huancaro,

considerado como el mercado mayorista de flores de la región, venden 8 familias que representan al 61.54 %, del total de familias. En el mercado de Vinocanchon, venden 5 familias, que representan al 38.46 %. En el mercado Qasqaparo, vende una familia, es decir, el 7.69 %. En la plaza San Sebastián venden 3 familias, que representan al 23.08 %, por último, en el cementerio de San Sebastián, vende 1 familia.

Según las entrevistas aplicadas, no expandieron a más la comercialización, como a otros mercados de la región o a mercados nacionales, puesto que su producción abastece al mercado local. Sin embargo, se les presentaron oportunidades para vender en otros departamentos a nivel de asociación, pero decidieron no hacerlo. Otros floricultores consideran que podrían realizar la venta en otros departamentos o provincias, pero prefieren asegurar la venta en el mercado local. Al respecto, los entrevistados indicaron:

Nos propusieron para llevar a Juliaca. Mandorani mando. Iba ser con contrata permanente, pero al final todos se desanimaron porque tenía que formar como una empresa. Para mandar tendría que tener fitotoldo grande y solo nomás no se puede. (Informante 1, 2016).

Se presentó la oportunidad de vender en otros sitios, pero no hemos aceptado. En ese tiempo todavía no se había llenado las flores (Informante 2, 2016).

Podríamos llevar a otros sitios, pero a Huancaro llevan de todos sitios y ahí nomás se termina (Informante 4, 2016).

Nunca hemos llevado, pero hubiéramos podido. Difícil es trabajar en grupo. Dice en Quillabamba, en Juliaca, en Puerto (Puerto Maldonado) normal venden. Si conocería iría nomas pues. (Informante 5, 2016).

No llevamos a otros sitios, en Huancaro nomas terminamos. Pero vienen de Juliaca, de Quillabamba para llevar (Informante 6, 2016).

Podíamos llevar como Mandorni a Juliaca, pero no tenemos RUC (personal), yo solita normal podría llevar, pero no tengo tiempo. Con la Laura nos estamos animando a ir para ver como es, queremos probar (Informante 8, 2016).

Otros dicen llevan, del nuevo grupo (asociación) como no tienen sitio. Nosotros acá nomás vendemos, pero ya no está saliendo (Informante 9, 2016).

No llevamos a otros sitios porque aquí vendíamos bien. Ahora recién ha bajado porque de todos sitios traen (Informante 10, 2016).

De Corao ya se mandaba a Juliaca, nosotros no teníamos mucho antes por eso no podíamos, pero ahora ya podemos llevar creo (Informante 11, 2016).

Si hemos pensado en llevar porque mucha competencia está viendo. Helvetas nos dijo: vamos a llevar a Juliaca, pero no aceptamos porque teníamos miedo. Ahora está bajando porque en otros sitios Mandorani y Ccorao están favorecidos porque hay tierra negra (Informante 12, 2016).

Sin respuesta: (Informante 9, 2016), (Informante 3, 2016).  
(Informante 8, 2016).

Las entrevistas de 10 productores, relucen que las familias floricultoras tuvieron la oportunidad de expandir su mercado a otros departamentos, pero no lo hicieron porque: (1) tenían éxito en el mercado local, aunque últimamente está disminuyendo la venta (2) no abastecerían al mercado propuesto individualmente y como asociación no cumplían (3) no contaban con registro de contribuyentes y (4) por aversión al riesgo. Tres entrevistados no dieron respuestas al respecto.

La observación de campo marca que las familias productoras de flores de la asociación ya se posicionaron en el mercado provincial y tienen su venta asegurada, no obstante, no descartan posibilidad expandir sus ventas a otros departamentos como Puno y Madre Dios. Esto, en razón a la disminución del precio de las flores en el departamento, ya que se incrementó la oferta por la expansión de la actividad florícola en otras localidades de la región.

Cabe destacar, que excepcionalmente una familia expandió su mercado a otra región del país, transporto sus productos hasta la provincia de San Román en el departamento de Puno, donde los comercializó exitosamente. Sin embargo, prescindió de ese mercado, porque puede vender toda su producción en los mercados locales, sin necesidad de realizar largos viajes.

Concluyendo, los datos evidencian que la producción para el mercado local (Cusco ciudad) es suficiente, por lo cual no han expandido su mercado, además mantienen la certeza que agotaran el total de sus productos al final del día de venta, por tener un mercado asegurado. Es decir, las familias no han buscado otros mercados fuera de la región, ya que abastecen a la demanda en sus puntos de venta.

No obstante, en la actualidad algunas familias tienen la predisposición de expandir su mercado porque los precios han caído en el mercado local, debido a la producción de flores de corte en otras localidades de la región.

Por otra parte, los datos demuestran que las familias floricultoras de la asociación Wiñay Rosas poseen una gran ventaja frente a otros productores, pues acceden de manera más rápida al mercado regional de mayor importancia, además poseen sitio fijo (puntos de venta).

Floricultores de toda la región buscan vender sus productos en mercados de la ciudad, como en el de Huancaro donde precisamente están posicionadas las familias de estudio por ofertar flores de mejor calidad.

## **Discusión**

Lo evidenciado en párrafos anteriores prueba lo enunciado por Olazabal, Delpero y Flores, quienes aseveran que la producción florícola en el Perú es para abastecer el mercado local mayoritariamente. Como la experiencia económica que viven las familias florícolas pertenecientes a la asociación.

### 3.3.5. Cadena de Comercialización

Las familias productoras pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, comercializan el producto de distintas maneras. Las formas identificadas para esta actividad, son el comercio al por mayor, al por menor o detallista, además, también practican intercambio no monetario, trueque.

Las ventas son realizadas por los miembros de la familia. Pueden hacerlo trasladando el producto hasta los mercados u otros espacios de venta en la ciudad de Cusco o hacerlo directamente en la comunidad, a los acopiadores que van en busca de flores.

Con relación a la venta en la comunidad, los datos recabados en la encuesta, muestran que gran parte de las familias optan por vender a acopiadores. Es decir, comercializando directamente a otros vendedores. Véase la tabla 34 y figura 42.

**Tabla 34**

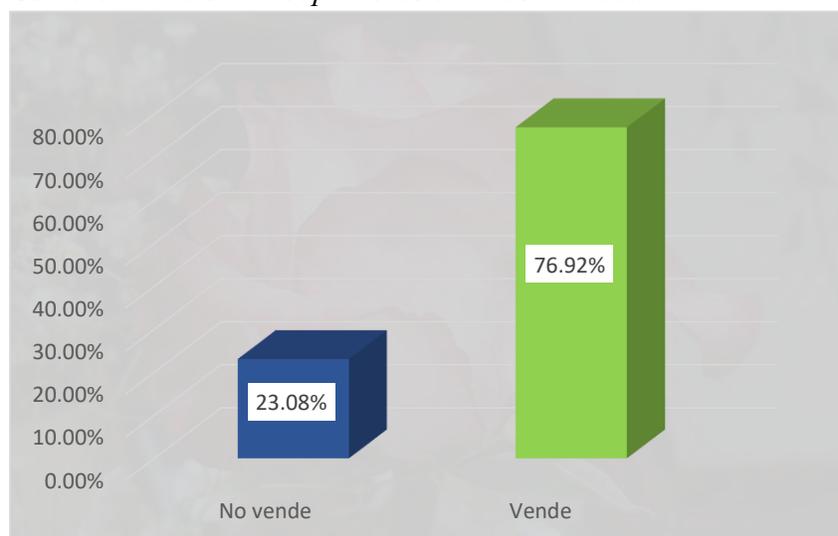
*Comercialización a acopiadores en la comunidad*

<b>Comercialización a acopiadores</b>	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Comercializan	10	76.92%
No comercializan	3	23.08%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 42**

*Comercialización a acopiadores en la comunidad*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Como se observa en la tabla 34 y en la figura 42, del 100 %, de familias, el 76.92 %, que representa a 10, venden en el lugar de producción (Pumamarca) a acopiadores. El restante 23.08%, correspondiente a 3 familias, no venden a acopiadores. Estas últimas 3 familias, indicaron que no venden a acopiadores porque estos no son compradores permanentes y prefieren asegurar la venta con sus clientes en los mercados, además es la actividad que realizan desde su niñez.

La observación de campo realizada, demuestra que los compradores van directamente a comprar a la comunidad, en fechas festivas, de manera que este tipo de venta no es permanente. Acopiadores que comercializan en la provincia de Quillabamba, o en el departamento de Puno, y la misma ciudad de Cusco, visitan la comunidad por las fechas festivas, como el día de los enamorados, o todos santos, día de la madre o año nuevo mayormente.

Las familias de la asociación también comercializan al por menor en la comunidad. Venden a comuneros, que solicitan ramos para llevar a sus altares en sus casas o la iglesia o para el cementerio; también, venden a visitantes. Sin embargo, las ventas en esta modalidad no son considerables, de modo que los productores no reservan la producción para este tipo de ventas.

En este entender, un primer aspecto a tener en cuenta de la cadena de comercialización de las flores de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, es la venta directa en el lugar de producción, o sea, en Pumamarca. Todas las familias expenden al por menor a foráneos y lugareños, sin embargo, al por mayor algunas prefieren no hacerlo.

Respecto a la comercialización fuera del lugar de producción, las familias productoras trasladan las flores a la ciudad, las comercializan: al por mayor y/o al por menor, en un puesto fijo o de manera ambulatoria, a los consumidores finales o acopiadores. Por último, también pueden intercambiarlas por otros productos, es decir, trocarlas.

El comercio al por mayor, se presenta a través de la venta de flores en paquetes o docenas. La distribución se realiza en los mercados locales, principalmente en el mercado de Huancaro, donde acuden compradores de los principales mercados de las provincias del Cusco y departamentos de Madre de Dios y Puno. Al respecto, los datos recogidos en la encuesta muestran.

**Tabla 35**

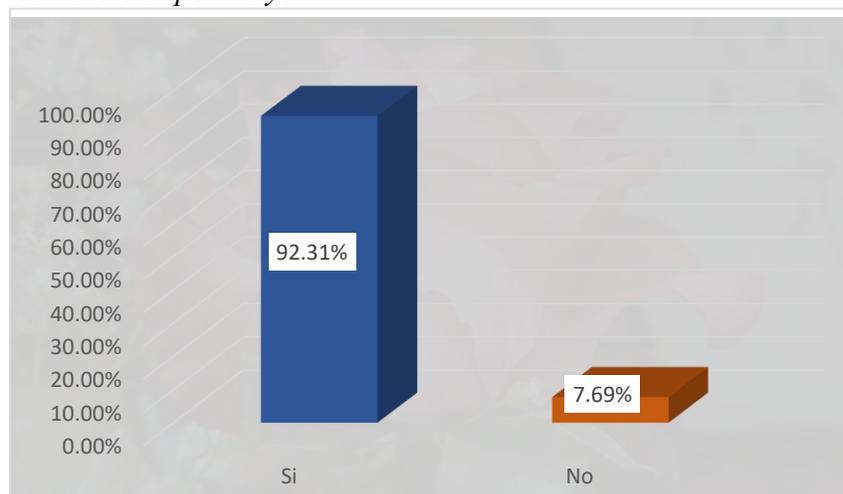
*Comercio al por mayor*

Comercio al por mayor	Número de Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
Si comercializan	12	92.31%
No comercializan	1	7.69%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 43**

*Comercio al por mayor*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Tanto la tabla 35, como la figura 43, visualizan que la mayor parte de las familias realizan ventas al por mayor. Del 100 %, de encuestados, el 92.31 %, que representa a 12 familias, indico que realiza ventas al por mayor. Un minoritario 7.69 %, es decir, únicamente una familia no vende en esta modalidad.

De igual modo, todas las familias comercializan al por menor. La comercialización, la realizan en los mercados de Tancarniyoc, San Jerónimo, Rosas Pata, San Pedro y en los exteriores del templo y cementerio de San Sebastián; donde expenden el producto a los consumidores finales. La modalidad de venta es ramos o unidades dependiendo de la variedad de flor y el gusto de los clientes. Según la encuesta aplicada, se presenta la tabla 36 y figura 44.

**Tabla 36**

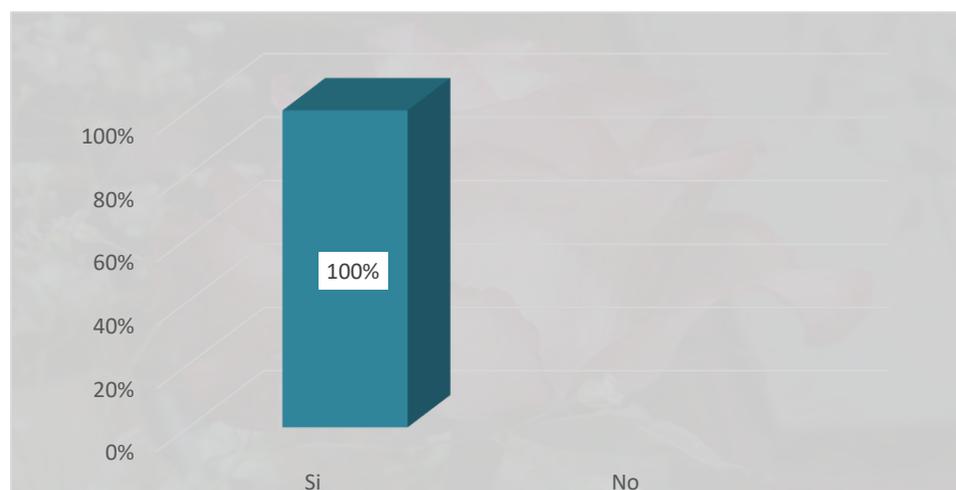
*Comercio al por menor*

<b>Comercio al Por Menor</b>	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Si comercializan	13	100%
No comercializan	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 44**

*Comercio al por menor*



*Nota:* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 36 y la figura 44, muestran que todas las familias integrantes de la asociación venden al por menor. Es decir, el 100 %, de encuestados, indicaron que comercializan directamente al consumidor final.

Cabe precisar que la venta al detalle es una actividad practicada tradicionalmente por las mujeres del sector de Pumamarca. Empezó con el recojo de productos silvestres y cultivos para la venta ambulatoria en la ciudad y desencadenó en la venta especializada.

De acuerdo a la observación realizada, la gran mayoría de las familias productoras venden las flores los días sábados y domingos en sus puestos fijos. La labor empieza a partir de las 5 de la mañana, cuando transportan las flores desde la comunidad hasta los puntos de venta en transportes contratados, al posicionarse en el mercado realizan la venta durante toda la mañana y parte de la tarde, hasta terminar de vender. También, existen casos de venta a diario en el mercado de Vinocanchon.

Un aspecto a tomar en cuenta en la cadena de comercialización, son los compradores. La venta puede ser directamente al consumidor final o a los acopiadores. En los mercados locales las familias floricultoras venden las flores al por mayor o menor a comerciantes florícolas (revendedores) o también a los consumidores directos. De lo indicado, se muestra la tabla 37 y la figura 45.

**Tabla 37**

*Tipo de venta*

Venta	Número de Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
Solo al consumidor final	3	23.08%
Solo a acopiadores	0	0
Ambos	10	76.92%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 45**

*Tipo de venta*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 37 y la figura 45, se evidencia que gran parte de las familias venden tanto a los consumidores finales como a acopiadores, pues del 100 %, de encuestados, el 76.92 %, o sea, 10 familias manifestaron ello. Un 23.08 %, que representa a 3 familias, indicaron que únicamente venden a consumidores finales.

De acuerdo a lo observado, es necesario precisar que las ventas al por mayor no siempre son a mayoristas u acopiadores. Los consumidores finales también compran al por mayor, es decir, en paquetes o docenas, para llevar a la iglesia, alguna festividad patronal, al cementerio o a sus casas.

Otro aspecto a considerar en la cadena de comercialización, puesto que influye en las ventas es el espacio en el que se expende las flores. Según la observación realizada, todas las familias venden de manera ambulatória y en puestos fijos. En el mercado Tancarniyoc, todos venden en puestos fijos dentro del mercado; en los mercados de Huancaro y Vinocanchon, las

flores se expenden en puestos fijos y de manera ambulatoria; en los alrededores de los mercados de Cascaparo y San Pedro, se vende de manera ambulatoria, pero con sitio permanente, o sea, venden en un espacio fijo en la calle en el que no se pueden colocar otros vendedores.

Entonces, en la cadena de comercialización en los mercados: a) todos venden al por menor y una gran mayoría lo hace también al por mayor, b) comercializan tanto a los consumidores finales como a acopiadores y c) Las familias pueden expender de manera ambulatoria en las calles circundantes a los mercados y/o centro de la ciudad, y/o en puestos fijos en mercados y/o calles.

Por último, se ha detectado que aún persiste la práctica del intercambio “truque”. Antiguamente la práctica era común, con el transcurrir del tiempo la práctica disminuyó y fue sustituida por el comercio con dinero. Actualmente, el intercambio se produce en referencia al costo en dinero, sin embargo, no es exactamente igual al valor monetario. Para mayor detalle, véase práctica del truque en racionalidad económica.

En suma, los datos evidencian que la cadena de comercialización de las flores de las familias de Pumamarca distingue dos espacios de venta, con el cual se han integrado exitosamente al mercado. El primero, en el lugar de producción, Pumamarca, donde venden a interesados que van en busca del producto. Y el segundo, en el que los productores transportan su producción a los mercados locales, donde comercializan al por mayor y al por menor en sus puestos fijos o como ambulantes, vendiendo a los consumidores finales o a los acopiadores que llevan las flores a los mercados locales para revenderlos.

## **Discusión**

Estas aseveraciones prueban la hipótesis planteada por Vilma Gómez, sobre la economía campesina. Quien plantea que los campesinos están integrados al mercado, dependiendo

principalmente del acceso a este, como sucede con las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas que producen flores para el mercado.

### **3.3.6. Determinantes de los Precios de las Flores**

En el mercado de flores existen factores que determinan sus precios, estas cualidades son entendidas y manejadas por las familias de la asociación. En esta sección se caracterizan los aspectos que incrementan y disminuyen el precio de las flores en el mercado de acuerdo al conocimiento de las familias de estudio.

**3.3.6.1. Factores que Incrementan los Precios de las Flores en el Mercado.** Los factores que incrementan los precios de las flores según las familias productoras de flores son la escasez del producto en el mercado y fechas determinadas en las que las flores son más solícitas. Entendido como ocasiones en las que incrementa la demanda.

De acuerdo a los datos recabados en la encuesta, los precios de las flores en el mercado varían de acuerdo a distintos factores. La mayor demanda del producto y la escasez del mismo en los mercados, son determinantes para el incremento de los precios. Así, se presenta la siguiente tabla 38 y figura 46.

**Tabla 38**

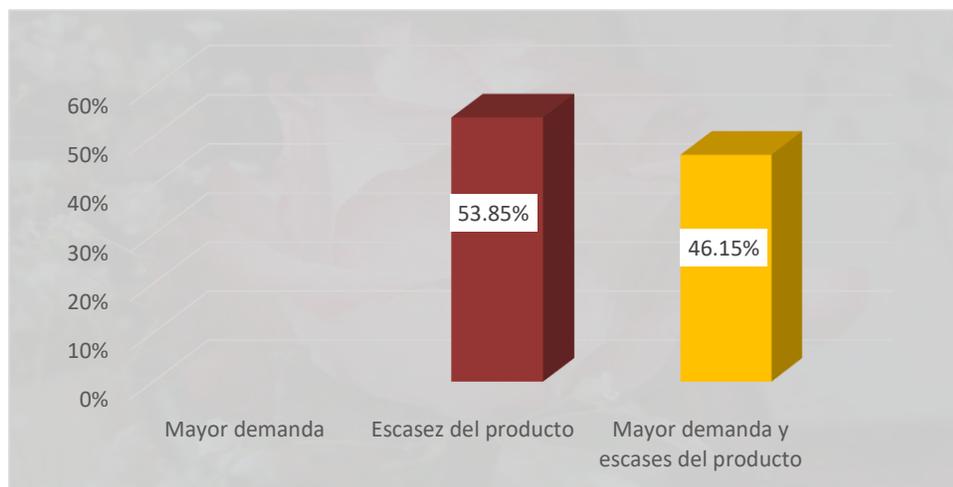
*Factores que incrementan los precios*

	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Mayor demanda	0	0
Escasez del producto	7	53.85%
Ambos	6	46.15%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 46

### *Factores que incrementan los precios*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 38 y la figura 46, visualizan que del 100 %, de familias productoras de flores, un 53.85 %, que representa a siete, consideran que el determinante en la fijación de precios es la escasez de flores en el mercado. El 46.15 %, que constituyen seis personas, indican que además de la insuficiencia del producto en el mercado, influye la mayor demanda en el mercado. Es decir, todos los encuestados consideran que la insuficiencia de flores en el mercado influye en el precio.

Ahora, respecto a la escasez del producto en el mercado, la observación efectuada determino que en época de secas es cuando disminuye la producción de flores. Las familias floricultoras, cultivan en fitotoldos y en campos abiertos, en meses de frío (entre mayo y noviembre) dejan de producir en el campo abierto y es cuando diferentes variedades de flores escasean en el mercado, por lo cual los precios se acrecientan. Siendo, un determinante según todas las familias.

Con relación al incremento de la demanda como determinante de los precios, los datos recogidos de las encuestas, muestran que son los días festivos cuando esto ocurre. Estos días son: Día de los Enamorados o la Amistad, Día de la Madre, Todos Santos, Año Nuevo y otras festividades religiosas de veneración. Para mayor detalle, véase la tabla 39 y la figura 47.

**Tabla 39**

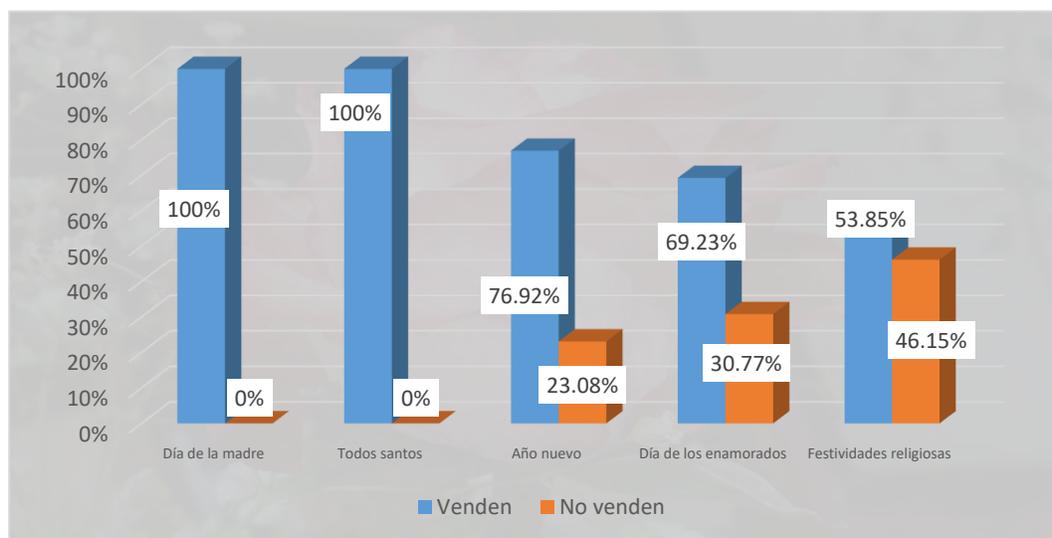
*Percepción de incremento de precios por festividad*

Días Festivos	Incremento de Precios				Total	
	Si Incrementa				No Incrementa	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Día de la Madre	13	100%	0	0	13	100%
Todos Santos	13	100%	0	0	13	100%
Año Nuevo	10	76.92%	3	23.08%	13	100%
Día de los Enamorados	9	69.23%	4	30.77%	13	100%
Festividades religiosas	7	53.85%	6	46.15%	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 47**

*Percepción de incremento de precios por festividad*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Según la tabla 39 y figura 47, todas las familias consideran que en el día de la madre y en todos santos, se incrementan los precios de las flores. El 76.92 %, es decir, 10 familias indican que los precios suben en año nuevo. Un 69.23 %, que representa a 9 familias, estiman que los precios se acrecientan en el día de los enamorados. Y el 53.85%, o sea, 7 familias señalan que el precio se incrementa en otras festividades religiosas.

Los datos presentados muestran que las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, acrecientan los precios de las flores en los mercados, por lo general cuando hay escasez del producto y cuando hay mayor demanda en el mercado. Las cosechas son menores en época de secas, puesto que no cultivan a campo abierto durante esos meses, por ende, los precios aumentan. Igual ocurre en días festivos, cuando hay mayor cantidad de compradores.

**3.3.6.2. Factores que Disminuyen los Precios de las Flores en el Mercado.** Las familias de la asociación consideran que el precio en el mercado disminuye cuando el mercado se abarrota con diferentes variedades. Es decir, cuando incrementa la oferta.

Las entrevistas demuestran que existen factores que reducen el precio de las flores en el mercado. Esto ocurre cuando aumentan las cantidades del producto en los mercados. A continuación, se presentan las respuestas recogidas en las entrevistas:

Algunos meses se llena de flores, hay veces para que salga debes bajar un poquito. Competimos con los que traen a Cusco de Lima (Informante 1, 2016).

En octubre hasta abril más o menos baja el precio, todos se están dedicando a flores pues (Informante 02, 2016).

Los municipios están apoyando con fitotoldos y por eso hay competencia, están bajando los precios (Informante 03, 2016).

Cuando se llena de flor el mercado para que salga tienes que bajar un poquito por paquete o aumentar también (Informante 04, 2016).

En sequia aumenta el precio vendemos de 25 a 30 soles, en lluvia se llena y tienes que bajar, para que salga (Informante 05, 2016).

No baja mucho la flor, claro hay veces cuando se llena bajamos, pero pocas nomas como ya tenemos caseros siempre sale. Más bien subimos por el clima, porque en tiempo de frio no da ninguna flor, solo en fitotoldos (Informante 06, 2016).

Cuando es tiempo de flor bajamos pues o yapamos y sale nomas. Más bien subimos cuando no es su tiempo (Informante 8, 2016).

Cuando llueve de todos sitios llevan y el paquete de flor baja hasta 15 soles (Informante 08, 2016).

Cuando hay mucha competencia bajamos (Informante 09, 2016).

Ahora hay mucha competencia, antes el paquete de rosas hasta 40 soles costaba. Ahora hasta 15 soles baja (Informante 10, 2016).

Hay veces tenemos que bajar pues, cuando se llena en el mercado en tiempo de flores (Informante 11, 2016).

Ahora ultimo mucha gente está trabajando flores y está bajando el precio (Informante 12, 2016).

Baja de precio cuando hay harta flor en el mercado, en lluvia pues (Informante 13, 2016).

Según lo manifestado por los entrevistados, hay meses durante el año en el que el precio de las flores reduce, es en época de lluvia, así manifestaron 10 entrevistados. Otros 3 entrevistados señalaron que en los últimos años (2016, 2017 y 2018), los precios están cayendo por la intensificación de la producción florícola en fitotoldos.

De los datos recabados en las entrevistas, se concluye que los precios de las flores en el mercado disminuyen, cuando se incrementa la oferta. El incremento de flores para la venta en el mercado ocurre en dos situaciones: la primera, en meses de lluvia cuando cosechan las flores que se producen a campo abierto y la segunda, ocurre por el incremento de la producción de flores en fitotoldos, lo que ha hecho que el precio se reduzca paulatinamente a través de los años.

#### **3.3.6.3. Precio de las flores.**

Los precios de las flores varían como se indicó párrafos arriba, de acuerdo a los datos recogidas de la encuesta, los precios de las flores varían de acuerdo a fechas festivas y estaciones. El precio de las rosas en paquete de 24 unidades oscila entre 15 y 35 soles de acuerdo a la época de venta o festividades; por unidad su costo es entre 2 y 3 soles y en ramos de 3 unidades con o sin acompañamiento (follajes u otras flores como astromelias, exofilias, geodesias u otros) cuesta 5 soles.

Las astromelias se venden por paquetes, en ramos acompañados con otras flores, mas no por unidad. Su costo en ramos (acompañados con exofilias u otras flores) es de 2 soles y en paquetes (atados) es 5 soles.

Los gladiolos se venden en ramos de 3 o cuatro unidades, surtidos con otras flores en 5 soles, en paquetes de 12 unidades entre 8 y 10 soles y en paquetes de 24 unidades a 20 soles.

Cabe precisar que el precio vario de acuerdo a la época del año.

Los lirios y azucenas se venden unidades, así estén en una misma rama, su costo por 3 unidades es de 5 soles y por paquetes de 12 unidades es de entre 8 y 12 soles.

Ahora es necesario precisar que, en la modalidad de venta directa, se venden ramos de flores surtidos cuyo costo oscila entre 2, 3 y 5 soles. Los ramos tienen diferentes combinaciones, entre calas, godecias, ilusiones, pompos, crisantemos, anastasias, claveles chinos, papelillo, boca y sapo y otros; acompañados de follajes como hojas de té, hinojo, espárragos u otros.

A continuación, se presenta una tabla con los precios promedios por especie de flor:

**Tabla 40**

*Precios por especie de flor*

Venta de:	Unidad		Ramo		Paquete	
	Precio	Unid	Precio en soles	Unid.	Precio en soles	
Rosas	2.00	3	5.00	24	20.00 – 25.00	
Astromelias	--	--	2.00	--	5.00	
Gladiolo	--	3-4	5.00	12	8.00 – 10.00	
Lirios	--	3	5.00	12	10 .00	
Azucena	--	3	5.00	12	10 .00	
Surtidos (flores y acompañamientos)	--	--	2.00, 3.00. Y 5.00	--	--	

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 40, se deduce que; la rosas la venden por unidad ramo o paquete, el precio unidad promedio es dos soles, del ramo es cinco soles, así mismo del paquete entre veinte y veinticinco soles. Las astromelias se venden por ramo y paquete, el costo del ramo es dos soles y del paquete es cinco soles. Los gladiolos se venden por ramos de tres a cuatro unidades a cinco soles y paquetes de veinticuatro unidades entre veinte y veinticinco soles. De igual manera los

lirios y azucenas se venden por ramos y paquetes cada ramo de tres unidades cuesta cinco soles, mientras los paquetes de doce unidades cuestan diez a doce soles. por otra parte el costo de los ramos surtidos oscila entre dos y cinco soles.

En conclusión, el precio de las flores varía en el mercado. Se incrementan cuando hay escasez del producto en el mercado y cuando la demanda es mayor; los precios disminuyen cuando los mercados se copan de flores. De manera que, las familias floricultoras pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas se adecuan a las exigencias del mercado.

### **Discusión**

Lo indicado en el párrafo anterior, muestra que la condición de las familias ha cambiado en el mercado porque se han adecuado a sus requerimientos, por ende, lo indicado en el estudio de mercado de flores de Pumamarca, realizado por Nay Ruth Yopez en el año 2005 ha cambiado. En dicho estudio se señala que el sistema de comercialización era deficiente por el manejo del producto de tal modo que castigaban el precio en el mercado. Cuestión que ha cambiado en la actualidad pues las familias han mejorado los productos y conocen las exigencias del mercado.

#### ***3.3.7. Racionalidad Económica de los Productores***

por medio del desarrollo de este indicador se busca comprender la racionalidad económica de las familias floricultoras de la asociación, considerando que tras la producción de flores de corte participan activamente en el mercado. Se tomó en cuenta los siguientes aspectos: actividades productivas; fuerza de trabajo; usos, costumbres y creencias, valor agregado en la venta, estrategia en el proceso de venta, aversión al riesgo y propósito de la producción. A continuación, se expone cada aspecto:

**3.3.7.1. Actividades Productivas.** La principal actividad productiva de las familias de la asociación es la agricultura, específicamente la floricultura. Ellos al cultivar flores producen un bien de cambio destinado para el mercado y no para el consumo familiar, como ocurre con la agricultura tradicional.

No obstante, aún cultivan productos de pan llevar destinados para consumo familiar y mercado. Además, realizan otras actividades que les permite complementar sus ingresos económicos.

Según las entrevistas realizadas, la actividad esencial que genera el substancial ingreso económico familiar es la producción florícola, sin embargo, complementan sus ingresos con otras actividades, que les permite afrontar las necesidades básicas emergentes por estar próximo a la ciudad. La intensificación de la producción florícola, ha permitido que la economía familiar se incrementé a través de la incursión al mercado, complementándolas con otras actividades como; actividades agrícolas tradicionales de producción de alimentos, servicios de transporte (taxi), carpintería, vidriería, carga, producción y venta de artesanía, servicios como obreros, venta de cuyes y elaboración y expendio de comida. Así manifiestan los entrevistados.

Siempre hemos hecho la chacra aparte de las flores, ponemos hortalizas y verduras, cebolla, zanahoria, beterraga, nabo, ahora hacemos habas, coliflor, china, culantro, todo junto pero el maíz y papa es aparte y por temporadas todo eso también para vender pues... nomas el tiempo no alcanza, el terreno tampoco ya no alcanza, más nos preocupamos para la flor. (Informante 1, 2016).

Además, yo también trabajo haciendo verduras como culantro habas zanahoria, beterraga, pero se demora seis meses, también vendo cuyes, y comida... hay veces prefiero ya no hacer verdura y solo hago pasto para el cuy, ya no sale verdura muy bajo se pide (Informante 2, 2016).

También hago habas, pero saco en 5 meses y los vendo, ya no hago verdura más me dedico a la flor... papa y maíz hago para mi nomás (Informante 3, 2016).

Trabajo también haciendo, cebolla, coliflor, maíz, zanahoria, pero la papa lo hago aparte según su temporada, no vendo mucho (Informante 4, 2016).

También hago para vender cebolla china, brócoli, culantro que demoran tres meses y habas que duran cinco meses todavía y pongo maíz con quinua al costado y nabo, también mi esposo es vidriero y le buscan para cortar vidrios pues... poníamos en la chacra que mi papa nos ha dado, pero como ahora está trabajando mi esposo ya no puedo hacer chacra a la flor nomas me dedicare (Informante 5, 2016).

También hacemos coliflor, habas, brócoli, zanahoria, lechuga, pero no da semanal como las flores... ahora le hemos dado a mi tía al partir, nosotros no tenemos tiempo, nosotros no tenemos tiempo por nuestros estudios (Informante 6, 2016).

Yo trabajo en la chacra habas, coliflor, culantro, betarraga, pero se espera seis meses todavía para poder venderlos (Informante 9, 2016).

Antes daba plata las verduras, pero igual sigo haciendo para comer hago culantro, nabo, zanahoria, betarraga, china, papa, maíz, y a veces vendo nomas también mis hijas hacen artesanías y venden eso, mi esposo trabaja como obrero en construcciones cuando sale obritas (Informante 10, 2016).

Aparte de eso me dedico a las verduras lo malo es que las verduras cebolla, brócoli, papa, habas, cebolla china y culantro para vender y para comer, pero se demoran todavía seis meses... más tenemos que ver que te da más plata (Informante 11, 2016).

Mi hijo también trabaja como taxista aparte de las flores... lleva al mercado los fines de semana, chacra casi no hago difícil es y ya no tengo fuerza para traba (Informante 8, 2016).

Yo solo puedo hacer las flores no tengo más tiempo es cansadito, y tengo que dedicarme a estudiar también (Informante 08, 2016).

Mi hijo trabaja de taxista y me ayuda en casa (Informante 12, 2016).

Mi esposo tiene su carpintería y camión con el que hace servicio de carga también...ya no tenemos tiempo para hacer chacra, mi esposo trabaja y yo estoy en las flores ... más bien para nosotros hacemos papa maíz cebada (Informante 13, 2016).

Como manifiestan los 13 productores en las entrevistas, las familias de la asociación aprovechan al máximo los espacios agrarios con los que cuentan. Reservan el terreno para el cultivo de flores (fitotoldo y campo abierto), logrando cosechas suficientes para abastecer su

mercado. Por otro lado, cuentan con productos de pan llevar, con excedente que llevan al mercado junto con las flores.

Del mismo modo, las familias mantienen el cultivo de productos alimenticios tradicionales. Los productores a través de los años siguen sembrando especies como maíz, quinua, papa, cebolla, cebolla china, zanahoria, beterraga, nabo, habas, coliflor, culantro, coliflor y brócoli para diversificar la dieta en su hogar y para ofertar productos alimenticios en el mercado. Sin embargo, la producción ha disminuido a partir del 2008, ya que dedican más horas a la producción florícola que les genera mayores ingresos económicos, por lo manifestado cultivan en menor proporción productos alimenticios cuyo destino es el consumo familiar.

Además, las familias floricultoras diversifican sus ingresos económicos a través de otras ocupaciones. No obstante, su principal fuente de ingreso económico, es la producción florícola. Las alternativas de ingreso económico secundario para el hogar, con las que cuentan los productores, son: servicio de carga, producción y venta de artesanía, obrero, taxista, carpintería, vidriero, venta de cuyes y comida, trabajos que son esporádicos.

En resumen: a) la actividad productiva principal es la floricultura para el mercado, los productores realizan otras actividades complementarias que le generan ingresos económicos, que la percepción de ellos son insuficientes para sustentar la economía familiar. b) complementan el cultivo de flores con la producción de alimentos destinados al consumo y a la venta. c) realizan otras actividades complementarias para obtener más dinero en efectivo. Los productores manifiestan que la agricultura con propósito de producción de alimentos y otras ocupaciones no satisfacen sus necesidades, porque son ingresos económicos temporales, exige un tiempo extendido para adquirir el pago, como en el caso de la producción de alimentos que esperan alrededor de 3 a 6 meses para cosechar, añadiendo que los ingresos económicos de estas

actividades específicas son muy bajos; de ahí que anteponen los rentables ingresos económicos semanales que les brinda la producción y venta de nuevas especies de flores.

En este entender, la teoría planteada por Daniel Cáceres acerca del proceso de mercantilización por el que atraviesan las sociedades campesinas en el que destinan la producción para el mercado y venden su fuerza de trabajo, se demuestra con la experiencia de las familias de la asociación Wiñay Rosas. Pues complementan su actividad florícola con otras actividades para poder contar con dinero en efectivo y hacer frente a sus necesidades cotidianas.

**3.3.7.2. Fuerza de Trabajo.** Las familias de la asociación florícola Wiñay Rosas aprovechan la mano de obra familiar para la producción florícola, tal y como se evidencia en la sección de fuerza de trabajo de la variable de adaptación y producción de nuevas especies de flores. Los miembros de las familias realizan todas las tareas concernientes a la producción y venta de las flores.

De acuerdo a la observación, los integrantes del núcleo familiar, tanto varones como mujeres, desarrollan todas las actividades que implican la producción, desde el cultivo hasta la venta de las flores en los mercados. Por lo general, las tareas se dividen por roles, aunque estos no sean determinantes.

Se ha observado que los varones realizan las labores: (1) de fumigación pues, la mochila fumigadora pesa y aparte porque consideran que a las mujeres le afecta fisiológicamente a su sistema reproductivo y son más sensibles a contraer enfermedades y (2) la toma de agua para riego, pues es una actividad que tradicionalmente corresponde a los varones en la comunidad, empero excepcionalmente pueden asistir las mujeres. Las mujeres realizan la labor de venta en los mercados, este es su rol asignado tradicionalmente; sin embargo, esta labor lo puede realizar algún miembro de la familia varón excepcionalmente. Las labores colectivas realizadas por

varones y mujeres son la preparación del sustrato, siembra, deshierbe, riego, y otros no mencionados anteriormente. Los niños realizan labores pequeñas como desmalezamiento.

Las familias trabajan la tierra en conjunto para ofrecer sus productos en el mercado. Esto hace que la agricultura familiar se convierta en un medio de vida para las familias de la asociación que centran su economía en el cultivo de flores.

## **Discusión**

De este modo, se corrobora el principio de la economía campesina que toma la fuerza de trabajo familiar para las actividades productivas. En la teoría de la economía campesina, de modo particular desde los alcances de Cáceres y Molina, se destaca la mano de obra familiar como característica principal, tal y como sucede con las familias de la asociación, en el que cada miembro cumple roles específicos y también realiza labores colectivas en beneficio de la unidad familiar.

**3.3.7.3. Usos, Costumbres y Creencias.** Un segundo aspecto que permite entender la racionalidad económica de las familias de Pumamarca está relacionado a los usos, costumbres y creencias durante el proceso productivo.

*Ayni.* Un valor comunitario que practican las familias floricultoras de la asociación, es el ayni. Esta práctica de reciprocidad es propia de las sociedades andinas y tradicional en las prácticas agrícolas. Durante el proceso productivo florícola, los asociados practican el ayni en las labores de construcción y mantenimiento de fitotoldos, así como en el desmalezamiento.

De acuerdo a la observación de campo, las jornadas de construcción y mantenimiento (refacción) de fitotoldos requiere un mayor número de personas con conocimientos al respecto, es por ello que las familias trabajan mediante el ayni. En el año 2008, los miembros varones de las familias de la asociación fueron capacitados en la construcción de fitotoldos, y construyeron

de manera rotativa. Cada familia mediante ayni elaboró los adobes y después realizó la infraestructura, fueron los miembros varones del hogar quienes asumieron estas labores y con el transcurso de los años se especializaron y mantienen hoy en día la práctica para la refacción de la infraestructura y construcción de nuevas infraestructuras. En este entender, existe ayni para la construcción de fitotoldos, entre los miembros varones de las familias de la asociación, en el que intercambian fuerza de trabajo por fuerza de trabajo.

Así mismo, durante los primeros años de construcción de fitotoldos, el día destinado a la construcción, las mujeres de la familia preparaban las comidas y bebidas con el apoyo de otras mujeres integrantes de la asociación, devolviéndose en esta misma forma. En los últimos años, esta práctica ha ido disminuyendo.

La observación de campo permitió identificar la práctica del ayni en las labores de desmalezamiento y ocasionalmente en la fumigación. El desmalezamiento es una labor sencilla, que puede ser cubierta por los miembros de la familia, no obstante, las familias realizan ayni para esta labor, aunque, su práctica no sea permanente. Es decir, no es imprescindible, como en la construcción de fitotoldos.

La práctica del ayni en las labores de desmalezamiento, cumple la función de afianzamiento de las relaciones sociales entre miembros del grupo, puesto que el desmalezar no requiere mano de obra adicional. Durante las labores de deshierbe los miembros varones y mujeres de las familias comparten momentos amenos, cuentan sus vivencias, comen juntos, se organizan para realizar actividades, todo ello como parte de su cotidianidad, esta labor se retorna con la misma actividad.

Con respecto a la práctica del ayni en la fumigación, se observó que está condicionado a la presencia de un miembro varón de la familia. Cuando deben realizar la fumigación y el

miembro varón de la familia está ausente, las mujeres solicitan a otros integrantes de la asociación para que lo haga como favor, a cambio comida y/o devolución de trabajo en cualquier otra actividad. Es preciso señalar que ellos no consideran esta práctica como ayni, sin embargo, hay intercambio.

Por lo tanto, el ayni fortalece las relaciones sociales, el trabajo armónico y la solidaridad, reafirma la confianza. Implicando una gran ventaja para las familias en la producción de flores para el mercado.

Con estos datos se refrenta la teoría de Molina, quien expone que durante el trabajo productivo familiar se requiere en ocasiones de otras unidades domésticas y surgen sistemas de cooperación como el ayni. Tal cual como sucede con las familias florícolas asociadas.

**Trueque.** Según la observación, los vendedores de la asociación florícola Wiñay Rosas realizan el trueque. Los floristas intercambian sus flores por productos de primera necesidad como verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y demás, donde el valor del dinero no es preponderante y es el intercambio no monetario el que predomina.

El lugar donde se realiza el trueque no es de exclusividad del mercado. Las familias florícolas realizan también el intercambio en sus hogares, ya que para los vecinos este acto es usual, siendo ellos mismos los que visitan llevando sus productos a intercambiar a la casa de los floricultores.

En cuanto al trueque en el mercado, no todos intercambian. Sin embargo, la mayoría de floristas realizan el trueque de manera ininterrumpida y arraigada, bajo esta racionalidad las familias sienten la necesidad de realizar este acto por el intercambio solidario que enraíza los lazos amicales entre los actores del intercambio.

El trueque se realiza de manera permanente. Los floricultores tienen como prioridad la transacción monetaria de los ramos ya sea por menudeo o al por mayor, sin embargo, consideran inevitable trocar, logrando según su percepción, una ganancia mediante la adquisición de variados productos de primera necesidad y fortaleciendo sus relaciones sociales.

Estos intercambios se realizan con personas específicas. Los productores si bien ejecuten sus intercambios de manera habitual lo hacen con vendedores fijos esto quiere decir que ya tienen mercaderes específicos con los que realizan el trueque creando una fidelidad tanto del mismo acto como de los productos a intercambiar.

Los productores florícolas tienen patrones puntualizados para realizar el trueque. Por ejemplo, un ramo de rosas que para ellos cuesta en promedio S/. 2.00 (godecia, ilusión y astromelia, una rosa o gladiolo o crisantemo), se puede intercambiar por un kilo de tomate, zanahorias, cebolla y demás. De la misma forma un atado de ramos de S/. 5.00 (cinco rosas e ilusión o tres rosas y astromelias), se intercambian por frutas, así como zapallo zanahoria de similar precio, cabe destacar que si estos productos costaran más de S/5.00 a comparación del ramo de rosas, se incrementa el ramo con dos rosas más que acrecienta el precio a S/. 7.00. Además, un atado de S/. 10.00 (5 gladiolos o 5 lirios o 6 rosas) se puede combinar con fruta e incluso con pan de similar precio promedio. No obstante, los floristas no intercambian sus productos con carne porque las carniceras prohíben la elección de carne que las floristas desean a diferencia de los otros productos como verduras, hortalizas, frutas, legumbres y demás, donde sí es permitido la selección del producto a intercambiar.

Así mismo, los trocantes de los otros productos consideran de importancia el intercambio con flores. Las flores cambiadas por lo general van a los altares del mercado y de las viviendas de los comerciantes, como símbolo de agradecimiento y veneración religiosa.

En suma, los vendedores de la asociación florícola Wiñay Rosas siguen realizando de manera tradicional el trueque. Consideran como una actividad indispensable, más que por la adquisición de productos variados, por fortalecer las relaciones amicales y la armonía con los otros vendedores del mercado y vecinos. El intercambio se efectúa tanto en el mercado como en los lugares de producción, se realiza de manera constante con vendedoras específicas y productos determinados en cuanto a cantidad, además del tipo de producto, es así como se comprueba que el trueque se realiza de manera permanente, logrando beneficios mutuos, consiguiendo la diversificación de su canasta familiar, estrechando lazos de amistad entre los vendedores, obteniendo la percepción de haber ganado en la transacción, todo esto sin la necesidad del intercambio con dinero.

Los datos de la observación de campo, demuestran que en el proceso productivo florícola las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, innovan la producción con nuevas técnicas y tecnologías, prácticas agrícolas modernas, sin embargo, todas estas prácticas son complementadas con sus actividades cotidianas tradicionales y sus saberes ancestrales como el ayni y el trueque. Así mismo persisten otros padrones de la agricultura tradicional.

A continuación, se describen las prácticas tradicionales en la producción innovadora de flores de corte de acuerdo a la observación de campo:

Un rito asociado al cultivo de flores está referido a ahuyentar el granizo y las tormentas, que dañan los fitotoldos (la malla y el agrofílm) y las flores. Cuando el cielo da indicios de una próxima tormenta, las familias salen de sus casas, silban, gritan, revientan cuetes, tocan latas, alzan cuchillos, hacen cruces de ceniza o azúcar o sal, queman maíz, azúcar, eucalipto e incienso, puesto que consideran que estas acciones disuadirán los relámpagos, truenos y rayos.

Acompañan con frases como: “Hawallanta pasay niñucha” (Informante 5, 2016) o “Urubamba

llaqtapi capulípas, duraznupas kammi, Kaypitaq manan” (Informante 1, 2016). Véase la siguiente figura 48:

### **Figura 48**

*Cruz hecha de ceniza*



*Nota.* Foto tomada por las tesistas Córdova y Lizana, 2017.

Cabe destacar que son los productores florícolas quienes realizan estas actividades, pues una percepción general de la población de Pumamarca, es que el material de la infraestructura de los fitotoldos atrae los rayos y el granizo. Así consideran que los responsables de las inclemencias climáticas son los productores de flores, por tanto, ellos deben hacerse responsables

de ahuyentarlos. Antes de la producción de flores realizaban el mismo ritual para ahuyentar el granizo y las fuertes lluvias.

Otro ritual que realizan es la procesión de la cruz cuando las lluvias son escasas. Es realizada únicamente por niños, quienes a falta de lluvias hacen un recorrido con la cruz repitiendo una canción: “Señor mándanos tu agua para tus pobres hijos, acá no tenemos. Por favor Taytay” (Informante 5, 2016) y echándole flores antes silvestres y ahora las que producen. Repiten las procesiones semanalmente hasta que llueva. En esta actividad, los niños son elegidos puesto, que consideran que ellos poseen la pureza para pedir y ser escuchados por Dios. A diferencia de la primera actividad descrita, esta no es exclusiva de las familias productoras de flores, es de todos los agricultores de la zona.

Las familias han complementado las interpretaciones de su entorno, con los nuevos elementos tecnológicos de la producción florícola. En relación con la producción en fitotoldos, los pobladores consideran que: 1) Los fitotoldos atraen los rayos, por ello los productores de flores en fitotoldos de la comunidad deben ahuyentar los rayos, pues es su responsabilidad. 2) Las mujeres, durante la menstruación y el embarazo, no pueden entrar a los fitotoldos porque es mala suerte o “quencha”, pues se mueren las plantas, además los bebés pueden nacer con deformidades o ceguera. 3) Los fitotoldos son celosos y no puede entrar cualquier persona, si eso ocurre se estropean las plantas, por ello echan ceniza en la puerta (forma de explicar el control biológico de plagas y enfermedades). 4) Los fitotoldos castigan si vas a trabajar a medio día y te hacen enfermar, más a las mujeres. Estos hechos demuestran el animismo otorgado a los objetos, como los fitotoldos, que favorecen a la producción; por ejemplo, dar la cualidad de celoso al fitotoldo para que nadie ajeno a la producción puede ingresar en él, permite prevenir la expansión de plagas y enfermedades que se transportan en la ropa y/o zapatos.

Así mismo es preciso remarcar que en la cultura andina los elementos de un medio forman parte de un todo, de manera que, guardan relación entre sí. Otro ejemplo es otorgarles cualidades humanas a las rosas, ellos dicen que las rosas son “celosas” por ello piden dedicación si no se enferma y se muere. También dicen que las rosas exigen sacrificio de sangre para que crezcan grandes, bonitas y de colores intensos, caso contrario la rosa crece mal, enfermiza y con colores pálidas. En razón a lo mencionado anteriormente, las rosas son plantas susceptibles al ataque de plagas y enfermedades, por lo que requieren cuidado permanente. Así mismo, la sangre aporta nutrientes que favorece el adecuado desarrollo de la planta.

Otra costumbre que persiste es el tributo o “haywarikuy” a las deidades andinas. En la comunidad, realizan el ritual a los ojos de agua y a la tierra, en él participan las familias floricultoras, además, han adecuado los pagos de la construcción de la vivienda a la de los fitotoldos. Los Apus (deidades) encomendadas son Picol, Mamá Simona, Ausangate, Verónica y Pachatusan.

Durante el proceso de venta en los mercados también existen costumbres replicadas de generación en generación. Antes de la primera venta, algunas de las de familias de la asociación llevan flores al Patrón o Santo del mercado, como símbolo de veneración, para pedir el éxito en el día o agradecer las ventas, otras familias rosean el espacio de venta con agua de ruda pues, consideran que atrae a los clientes. Igualmente se ha observado que en los mercados algunos vendedores de otros productos son los primeros en comprar flores, para venerar, pedir el éxito y dar las gracias al Patrón del mercado.

En resumen, las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, complementan las actividades de producción florícola moderna, con conductas propias de la agricultura tradicional. De esta manera, persisten ritos para ahuyentar al granizo y rayos, así como para atraer lluvias;

costumbres como el ritual de tributo a la tierra y el agua, adecuados a la construcción de fitotoldos, entre otras acciones con diferente simbolismo.

**3.3.7.4. Estrategia en el Proceso de Venta.** Un cuarto aspecto que facilita la comprensión de la racionalidad económica de las familias, son las estrategias de venta que utilizan. Siendo resaltante el valor agregado y la fidelidad comercial durante la venta:

*Valor Agregado.* Para la venta en los mercados, las familias productoras de flores han incorporado nuevas técnicas, brindando elementos adicionales al producto. De modo que les permite ofrecerlos de manera más atractiva y asegurar las ventas.

Estos elementos adicionales, que hacen de los productos más atractivos para los compradores en el mercado, son: el teñido de flores y los adornos con motivos alusivos a fechas festivas. Las familias productoras de flores, fueron capacitadas por la ONG Imagen, en marketing, valor agregado y demás, con el objetivo de obtener ventas exitosas.

La práctica de teñido de flores, lo realizan con el objeto de brindar a los clientes mayor variedad de colores. Las flores que tiñen son gladiolos y pompos y/o anastasia, sin embargo, los tintes tiñen también los tallos y hojas, quitándole la naturalidad al producto, por lo que la práctica ya no es muy usual actualmente.

En días festivos, las familias adicionan elementos a las flores para venderlas. Estos son: las tarjetas, escarchas, papel celofán, cartón corrugado, cintas de agua, cajas para flores y embaces para arreglos como canastas y macetas con esponjas oasis. Para el día de la madre hacen arreglos de rosas con ilusiones en papel celofán, o en cartón corrugado o arreglos, y le adicionan tarjetas y/o cintas de agua; en año nuevo a las flores amarillas le agregan cintas de agua y así sucede en todas las fiestas. En días particulares también llevan estos agregados, por si algún cliente los solicita.

Ahora, otro aspecto que influye en las ventas exitosas es la forma de ofrecer el producto. Con el transcurso de los años, las mujeres han perfeccionado las formas de atraer a los clientes, para ello: 1) Distinguen las flores que pueden agrandar a los clientes y conocen el tipo de flor de acuerdo a su destino. Por lo general, el aspecto del cliente, su forma de vestir o hablar conlleva a la vendedora ofrecerle algún tipo de flor (las flores de un solo tipo y más costosas como los Lirios son ofrecidas a las personas que aparentemente tienen más dinero, y los ramos surtidos y más baratos son ofrecidos a quienes aparentan o dicen no tener dinero). Así mismo es fundamental para la vendedora saber el destino de las flores, para la iglesia recomiendan gladiolos generalmente, para el cementerio ramos surtidos con pompos y/o anastasia, o crisantemos, etc. 2) Adicionan más flores a los ramos “yapas” para venderlas. 3) Hacen comentarios para asegurar las ventas, dicho coloquialmente enamoran a los clientes. Comentan sobre la calidad, la procedencia de las flores o la necesidad de comprarlas. 4) Compran flores por paquetes para surtir los ramos que venden al menudeo, por ejemplo, compran ilusiones u hojas de té para armar los ramos.

También añaden valor agregado denotando la representación y simbolismo que poseen las flores de acuerdo a las referencias culturales. (1) El color: las flores blancas representan la pureza, las flores rojas el amor, el amarillo la fortuna, entre otros, (2) el tipo: las rosas para los enamorados, los gladiolos para la veneración de santos, los crisantemos para atraer la fortuna.

Los datos recabados en la observación de campo, muestran que en el proceso de venta de flores las familias han adecuado mecanismos que les permiten expender el total de la producción. Para ello adicionan elementos que acompañan a los ramos, como papel celofán, tarjetas, cinta de agua y otros, así mismo, tiñen flores para ofrecer mayor variedad de colores, de manera que hacen del producto más atractivo a los ojos de los compradores, así mismo, ofrecen los productos

añadiendo el valor simbólico que estos poseen. Por otra parte, conocen a sus potenciales clientes y tienen la capacidad de ofrecer el producto deseado por estos.

***Fidelidad Comercial.*** Las entrevistas y la observación de campo muestran que, durante el proceso de ventas de las flores, existe fidelidad comercial. Las vendedoras valoran a sus clientes fieles, mejor conocidos como “caseros”, con estos crean vínculos amicales y aseguran una parte de las ventas.

Según las entrevistas aplicadas, cada vendedora cuenta con caseros para quienes reserva ramos los días de venta.

Tengo 15 caseros, separo para ellos. si no vienen lo vendo, hasta las once más o menos les hago esperar (Informante 11, 2016).

Tengo 4 caseros, todos los domingos hasta el final les guardo. También hay otros, pero a ellos más o menos nomas (Informante 9, 2016).

Siempre hay caseritos, mi esposa siempre les hace esperar y siempre vienen. Ellos llevan arto. Como 5 creo son (Informante 3, 2016).

Fieles, fieles, tendré 5 todos los domingos vienen. Llevan para el cementerio, ya sé que flor separarle, uno lleva para la Iglesia de San Sebastián, siempre les guardo y les llamo cuando no vienen o me llaman también. Hay veces les fías así y te lo pagan nomas (Informante 8, 2016).

Tengo caseritos. Una caserita viene tempranito vende aquí y antes que empiece lleva para su altar de la Virgen de Guadalupe, en la mañanita le pone o le manda a su hija para que le ponga, no vende antes de poner flor. Siempre terminamos de vender con los caseritos (Informante 5, 2016).

Siempre todos tienen caseritos fijos a los que les venden. Mi esposa también, mi hija también (Informante 1, 2016).

Yo tengo 5 caseritas en Huancaro, no sé quiénes serán, pero siempre me vienen a comprar arto, ahí nomás nos encontramos, a que mercados todavía llevaran (Informante 6, 2016).

Yo si tengo mis caseritos, a mi nomas me buscan en el mercado, bonito yo se los separo para que no se vayan con otras. Atenta también tienes que estar para llamarles cuando te están buscando (Informante 10, 2016).

Tengo varios caseros, donde vendes siempre te conoces y te haces amigos. Yo siempre les hago esperar hasta el último, cuando ya termino si no vienen lo vendo (Informante 12, 2016).

Todos tenemos caseros, yo tendré 9 o 10. Siempre les hago esperar (Informante 13, 2016).

Si tengo caseros, vienen todos los domingos al cementerio y a mi nomas me llevan yo ya sé que flor llevan y listito les hago esperar (Informante 2, 2016).

Mi hija tiene caseros, desde aquí separa para entregar, yo no sé mucho, pero vende nomas (Informante 4 2016).

Claro, todos tenemos caseros, así nomás también se vende, cuando no sale te llamas nomas y siempre te compran (Informante 8, 2016).

Los entrevistados manifestaron que tienen caseros o compradores fieles. De acuerdo al gusto de los caseros les separan atados o ramos de flores.

La observación realizada en los mercados reluce que existe fidelidad comercial en la venta de flores, así como sucede en la venta de productos alimenticios. Los mecanismos de venta de productos alimenticios han sido adaptados por las vendedoras de flores: separan ramos para sus caseros y los guardan hasta culminar sus ventas.

Si los caseros no acuden a los mercados, al final de la jornada venden lo reservado. Si otros compradores pretenden comprar lo reservado para los caseros, las vendedoras no les venden así les ofrezcan mayores precios. Si los caseros les piden fiado, es decir llevar las flores con la consigna de pagarles en otra ocasión, aceptan el trato. Si los caseros piden adicionalmente flores (yapa), les brindan gustosamente y por último compran flores que no producen para surtir los ramos de sus caseros.

Entonces, las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, en la etapa de venta de flores en el mercado, han incorporado mecanismos propios de la venta tradicional de productos alimenticios. Parte de estos mecanismos, es la fidelidad comercial dada a través de los caseros. De manera que, parte de los atados o ramos para la venta son reservados para estos.

**3.3.7.5. Aversión al Riesgo.** De acuerdo a los datos logrados del trabajo de campo, una característica de la racionalidad económica de las familias productoras de flores pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas es la reducción de riegos durante el proceso productivo. En la etapa de expendio de flores se manifiesta de la siguiente manera:

Las mujeres miembros de las familias, encargadas de las ventas en los mercados, tienen compradores fieles. Para estos separan ramos, aun cuando otros compradores ofrecen mayores precios. La justificación para este hecho, es asegurar la venta de flores con los compradores fieles “caseritos” en próximas ocasiones.

Asegurar la venta en los mercados tradicionales es trascendental para las familias de la asociación. Aun contando con un nuevo punto de venta rotativo, asignado a la asociación por la municipalidad distrital de San Sebastián en el mercado de Tancarniyoc, las vendedoras prefieren expender en sus puestos tradicionales, ya que sus compradores los ubican ahí. Durante la observación de campo efectuada, se visualizó que el punto de venta dado por la municipalidad estaba cerrado y ninguna familia de la asociación muestra interés en este lugar.

De manera similar, las familias productoras de flores, no aceptaron propuestas para vender a mayoristas, por temor a no abastecer los pedidos y no cumplir con el trato. Según manifestaron los productores, tuvieron propuestas para vender en Juliaca y en la tienda de Plaza Vea del Cusco como asociación, pero las familias decidieron no hacerlo alegando que no abastecerían los nuevos mercados y sus mercados tradicionales, por lo que prefirieron asegurar la venta en los lugares de siempre.

Los datos presentados demuestran que existe aversión al riesgo entre las familias florícolas. Ya que prefieren asegurar las ventas, reduciendo los riesgos antes de incrementar sus

ingresos. Esta es una peculiaridad de la racionalidad del campesino andino, como sucede con las familias pertenecientes a la asociación.

**3.3.7.6. Propósito de la producción.** De acuerdo a los datos de la observación, el propósito de la producción florícola, es la satisfacción de las necesidades familiares. Las familias de la asociación anteponen sus necesidades de manera que sus ingresos económicos están destinadas a la unidad familiar. En este entender producen un bien para el mercado sin estar inmersos en la lógica capitalista.

En suma, las familias floricultoras complementan las prácticas tradicionales con las modernas, durante el proceso productivo de nuevas especies de flores en fitotoldos. Así, realizan actividades que complementan sus ingresos económicos; aprovechan la mano de obra familiar no remunerada; mantienen prácticas ancestrales como el ayni y truque, entre otras costumbres y creencias. Además, han desarrollado estrategias de venta a través del valor agregado, que ha generado fidelidad comercial.

Para culminar el desarrollo de este indicador, un aspecto a destacar sobre la racionalidad económica de las familias productoras de flores de la asociación, son las representaciones simbólicas de ciertos hechos durante el proceso productivo. Estos hechos permiten comprender que las familias florícolas se conducen bajo principios de la economía campesina en un contexto de economía de mercado. Hechos que permiten asignar normas bajo las cuales se conducen las familias asociadas. Por ejemplo, (1) no permitir el ingreso de ajenos a los fitotoldos que es una forma de control sanitaria, justificada mediante el otorgamiento de animismo al fitotoldo, “si entran extraños el fitotoldo se pone celoso y se malogran las plantas” y (2) son responsables de espantar el granizo y lluvias fuertes mediante gritos, lanzando cuetes, mezclando sal y ceniza, exponiendo cuchillos al aire libre, entre otros, dicen que sus fitotoldos

atraen rayos y granizo, por ello hacen sus rituales para espantarlos y consideran que funciona, explicado de otra manera, las ondas sonoras de los gritos y cuetillos disipan las nieves y evitan las precipitaciones.

Además, es necesario entender que las familias ofrecen en el mercado un producto diferente al de primera necesidad, al de satisfacción fisiológica, lo que implicaría que no necesariamente sean adquiridos por la población. Las flores ofrecidas no son el producto alimenticio convencional que venden los campesinos en los mercados, sin embargo, satisfacen otras necesidades, como la espiritual, lo cual les permite asegurar las ventas. Esto indica que la compra de flores está asociada a las creencias y a los aspectos culturales de los pueblos.

De acuerdo a la observación de campo, las vendedoras reconocen que las flores son adquiridas con fines de veneración religiosa y culto a los muertos. Las familias saben que los productos que venden no son alimenticios, pero saben que siempre se venderán por la necesidad de las personas de satisfacer sus requerimientos religiosos, de ofrenda a los muertos, entre otros.

## **Discusión**

De este modo, se corrobora el principio de la economía campesina desde los alcances de Cáceres y Molina, como sucede con las familias productoras de flores de la asociación Wiñay Rosas. Quienes complementan las prácticas tradicionales con las modernas, durante el proceso productivo de nuevas especies de flores en fitotoldos.

Los datos presentados en el desarrollo de los indicadores de la presente variable, evidencian que las familias pertenecientes a la asociación 1) están expuestas a innovaciones producto de la actividad florícola pues cultivan para el mercado, así como sustenta Figueroa al referirse a la economía campesina. 2) Producen flores para satisfacer necesidades de lujo, de manera que se corrobora el planteamiento teórico de Molina. 3) Han incrementado la producción de flores de

corte por las adopciones tecnológicas realizadas, lo cual les otorga mayores ingresos económicos, tal como aseveran Figueroa y Lacki refiriéndose a la economía campesina. 4) Durante el proceso productivo y la venta de flores mantienen usos y costumbres tradicionales, lo cual denota que se conducen bajo principios de la racionalidad campesina, así como indican Cáceres y Molina en sus enunciados teóricos.

### **3.4.Crecimiento Económico**

#### **3.4.1.Elementos Determinantes de Crecimiento Económico Después del 2008**

En este indicador se evidencia los cambios ocurridos en la realidad socioeconómica de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas entre los años 2008-2018, los cuales denotan el crecimiento económico. En este entender se presentan datos de la variabilidad experimentadas por las familias a partir del 2008, cuando innovan la producción de flores con nuevas especies.

Un primer elemento que demuestra el cambio de la realidad socioeconómica está relacionado a las viviendas. Las familias de la asociación realizaron mejoras y construcciones en sus viviendas, así como nuevas construcciones.

Los datos recabados de la encuesta muestran que:

**Tabla 41**

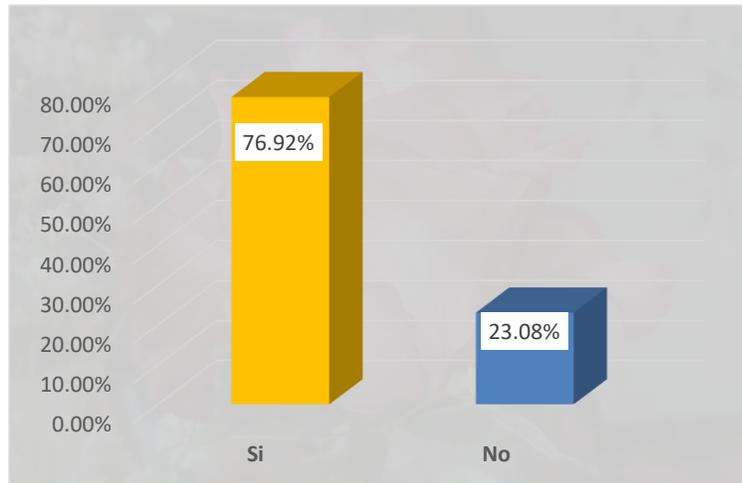
*Mejoras y/o construcción de viviendas entre el 2008 y 2018*

<b>Mejora y/o construcción</b>	<b>Número de familias</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	76.92 %
No	3	23.08 %
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 49**

*Mejoras y/o construcción de viviendas entre el 2008 y 2018*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 41 y figura 49 muestran que del 100% de familias asociadas, el 76.92 %, que representa a 10 familias, realizó mejoras y/o construcción de su vivienda, mientras que el 23.08%, es decir, tres familias no realizaron mejoras ni construcciones.

De las tres familias que no realizaron mejoras, una indicó que no hicieron mejoras en sus viviendas porque construyeron sus casas, otra familia mencionó que no están en posibilidades por tener miembros de la familia estudiando en instituciones educativas particulares y el dinero de la venta de flores está destinado a la educación y una última familia manifestó que no pudieron realizar mejoras pues un miembro de la familia enfermo y las ganancias de la venta de flores fueron destinadas netamente para cubrir los gastos de tratamiento.

Así, mismo los encuestados entre el 2008 y el 2018, mejoraron el material de construcción de sus viviendas. Los datos de la encuesta evidencian el cambio de material de construcción de las viviendas. Antes del 2008, las familias encuestadas contaban con viviendas

construidas con adobe en comparación a los siguientes años de estudio, donde las viviendas son predominantemente hechas de material noble. Véase la siguiente tabla 41 y figura 50.

**Tabla 42**

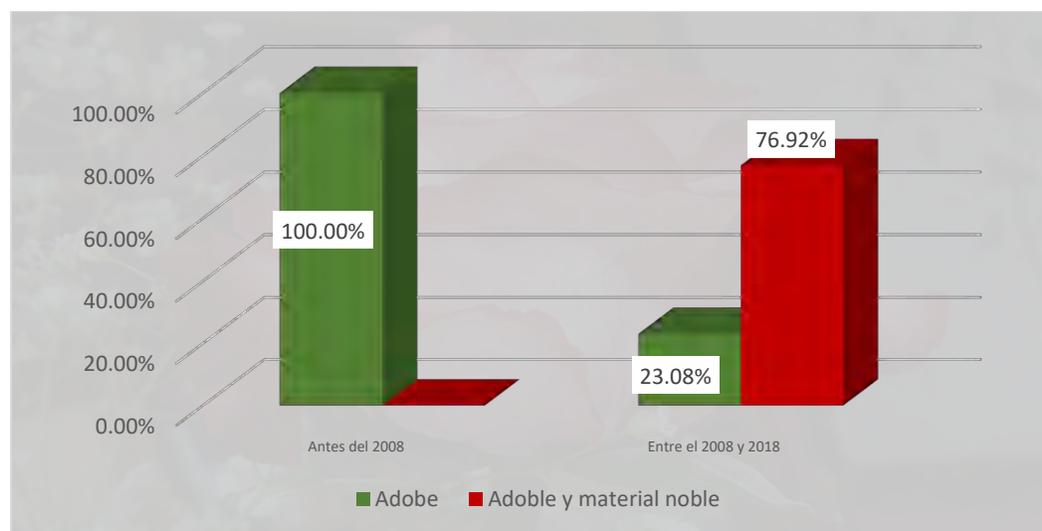
*Material de construcción de las viviendas*

Años	Años del 2008 y el 2018			
	Antes del 2008		Entre el 200 y el 2018	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Adobe	13	100%	3	23.08 %
Material Noble	0	0	0	0
Ambos	0	0	10	76.92 %

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 50**

*Material de construcción de las viviendas*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 42 y figura 50 se obtiene que antes del año 2008 el 100 % de encuestados el material de sus viviendas era de adobe. Así mismo, entre los años 2008 y 2018 el 76.93 %

cuentan con viviendas tanto de material noble como adobe y el 23.07 % conservan sus viviendas de adobe.

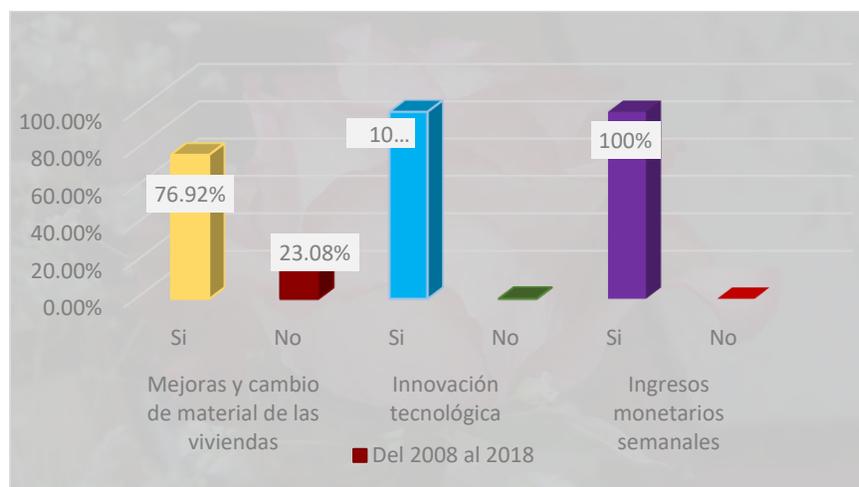
Un segundo elemento que denota el crecimiento económico de las familias, es la innovación tecnológica. A partir del 2008 cambiaron la producción florícola con nuevos productos (cultivos de nuevas especies de flores de corte), nuevas técnicas, uso tecnologías modernas agrícolas, nuevos factores en la producción (capacitándose), desencadenando el aumento sostenido de la productividad, permitiendo insertarse al mercado logrando obtener mayores ingresos económicos. Para mayor detalle ver los apartados 3.1 y 3.2.

El último elemento que evidencia el crecimiento económico de las familias productoras, está referido al ingreso económico permanente durante el ciclo anual. Los integrantes de la asociación, antes del 2008, contaban con ganancias de forma trimestral y semestral, posterior al año 2008, sus retribuciones son semanales de forma permanente. Para mayor información ver los apartados 3.3.4 y 3.3.6.1.

En síntesis, se presenta la siguiente tabla 43:

**Tabla 43***Cotejo de crecimiento económico antes y después del 2008*

Elementos		Año 2008		Años 2008 al 2018	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mejoras y cambio de material de las viviendas	Si	0	0	10	76.92/
	No	13	100%	3	23.08%
Innovación tecnológica	Si	0	0	13	100%
	No	13	100%	0	0
Ingresos monetarios semanales	Si	0	0	13	100%
	No	13	100%	0	0

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.**Figura 51***Cotejo de crecimiento económico antes y después del 2008**Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 43 y la figura 51, se concluye que las familias de la asociación después del año 2008 incrementaron sus ingresos económicos debido a los cambios de las características

socioeconómicas en sus hogares. Del 100 % de familias, el 76.92 % realizó mejoras y construcción en sus viviendas; todos innovaron tecnológicamente en la producción florícola obteniendo ingresos semanales permanentemente.

En suma, se evidencia que las familias productoras han experimentado un crecimiento económico con base en la variación de las características socioeconómicas de sus hogares. A través de la modificación de sus viviendas, ingresos económicos semanales permanentes y el uso de nuevas tecnologías en la producción florícola.

## **Discusión**

Los datos presentados confirman la teoría de Adolfo Figueroa, quien argumenta que el crecimiento económico de las familias campesinas se logra a través de la inserción al mercado para lo cual estas realizan invasiones tecnológicas en la producción. Tal como sucede con las familias de la asociación Winay Rosas, quienes adaptaron y producen nuevas especies de flores de corte con el uso de tecnologías modernas.

### ***3.4.2. Ahorro Monetario por la Producción Florícola***

En el presente documento, para fines del análisis se entiende como ahorro monetario, todo aquel dinero tangible que las personas separan y reservan para el futuro, bajo diversas motivaciones y en distintas formas.

Las familias de la asociación poseen ahorros, que les permite acumular recursos, invertir en capital humano, actividades productivas y emergencias familiares. Para mayor detalle véase la siguiente tabla 44 y figura 52.

**Tabla 44**

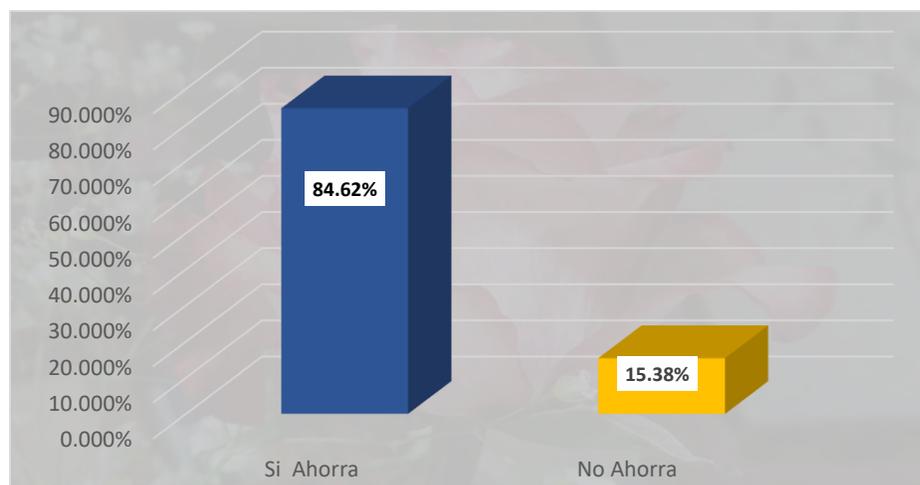
*Ahorro de la producción florícola*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si Ahorra	11	84.62 %
No Ahorra	2	15.38 %
<b>Total</b>	13	100 %

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 52**

*Ahorro de la producción florícola*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 44 y la figura 52; se evidencia que el 84.59 %, que representa a 11 familias ahorran, mientras que 15.38 %, que representa a 2 familias no cuentan con la posibilidad de ahorrar por ser familias numerosas y contar con un solo fitotoldo. Por lo que se demuestra que la mayoría cuenta con fondos excedentes para realizar ahorros voluntarios.

De la misma manera se posee la información, que los motivos de ahorro son específicos. Las familias productoras ahorran para emergencias, equipamiento de la producción florícola, adquisición de bienes inmuebles. Se muestra la tabla 45 y figura 53.

**Tabla 45**

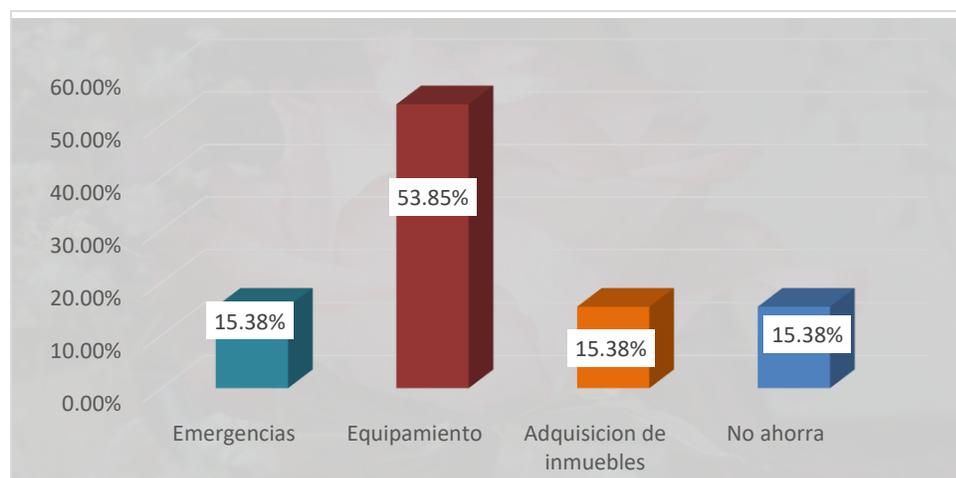
*Motivo de ahorro*

<b>Motivo de ahorro</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Emergencias	2	15.38%
Equipamiento para la producción Florícola	7	53.85%
Adquisición de bienes inmuebles	2	15.38%
No ahorra	2	15.38%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 53**

*Motivo de ahorro*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Como se observa en la tabla 45 y la figura 53; el 15.38 %, que representa a dos floricultores consideran ahorrar para afrontar casos de emergencia, otro 15.38 %, que representa a otros dos floricultores consideran ahorrar para adquirir bienes inmuebles, mientras que el 53.85%, que representa a siete floricultores consideran ahorrar para adquirir equipamientos para la producción Florícola.

Además, se tiene la información del lugar de ahorro de preferencia. Los floricultores inmersos en una economía de subsistencia, optan por mantener el dinero dentro de su casa. Así se muestra en la siguiente tabla 46 y figura 54.

**Tabla 46**

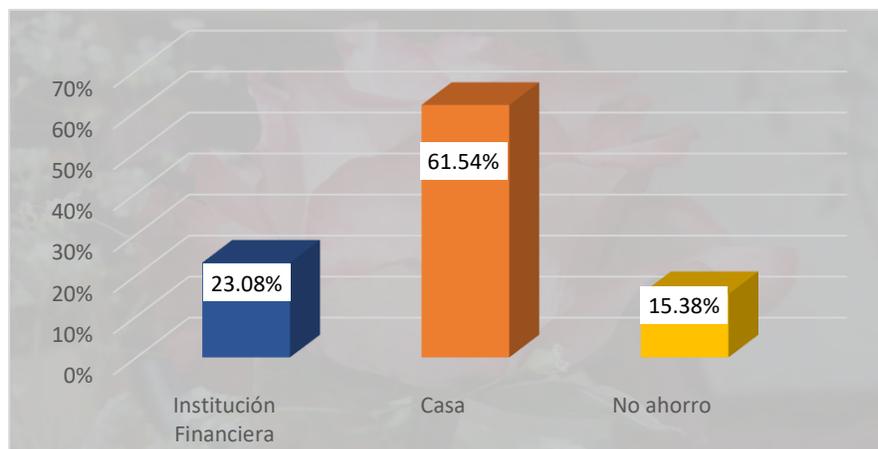
*Lugar de ahorro por la producción florícola*

<b>Lugar de ahorro</b>	<b>Asociados</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Institución financiera	3	23.08%
Casa	8	61.54%
No ahorra	2	15.38%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 54**

*Lugar de ahorro por la producción florícola*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 46 y la figura 54 se comprueba que, el 61.54 %, que son 8 productores mantiene sus ahorros dentro de su casa, el 23.08 %, representando a 3 productores prefieren llevar sus ahorros a una entidad financiera, y como antes ya se había mencionado el 15.38 %, representando a 2 cultivadores no ahorran. Por lo tanto, se evidencia que las familias productoras, optan en su mayoría, en mantener el dinero dentro de su hogar, por desconfianza a las entidades financieras, acceso más rápido cuando lo necesitan, evitando trámites engorrosos.

En suma, las familias de la asociación Wiñay Rosas cuentan con un excedente que les brinda la producción y venta de flores, el cual deciden voluntariamente acumular, reconociéndolos como ahorro. Los motivos de ahorro más significativos para los productores son para: afrontar alguna emergencia, adquisición de bienes inmuebles, equipamiento para la producción florícola; siendo el último, el motivo más importante de ahorro para los cultivadores.

Además, las familias productoras prefieren mantener el dinero dentro de su hogar y no llevarla a una entidad financiera por desconfianza a trámites y demoras.

## **Discusión**

Por consiguiente, los datos confirman de cierto modo la teoría de Molina, quien sustenta que los agricultores ahorran para hacer frente a situaciones futuras. Así mismo, los datos concuerdan con el planteamiento de Paullo, Elorrieta y Machacuay, quienes sustentan que la racionalidad campesina está orientada a la acumulación familiar, para satisfacer las necesidades familiares, mejorar las condiciones de habitabilidad, educación y otros, tal como sucede con las familias floriculturas, quienes ahorran bajo esos criterios.

### **3.4.3. Calificación Crediticia Aprobada**

Según las encuestas realizadas, las familias de la asociación productora Wiñay Rosas, gozan de calificación crediticia aprobada. Los productores florícolas accedieron a uno o más créditos financieros ya sea de entidades bancarias, financieras y/o cooperativas, evidenciando que son sujetos aprobados de crédito. Para mayor detalle se muestra la tabla 46 y figura 55.

**Tabla 47**

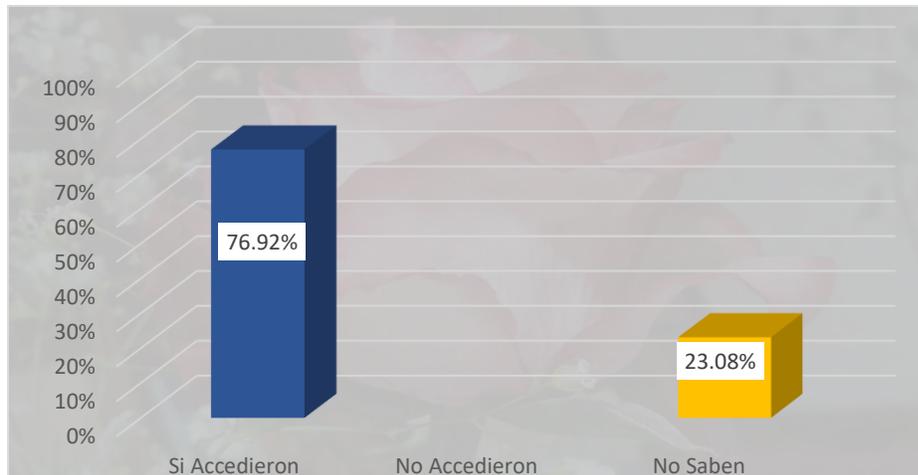
*Acceso a créditos*

<b>Acceso a Créditos</b>	<b>Asociados</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Si accedieron	10	76.92%
No accedieron	0	0
No saben	3	23.08%
<b>Total</b>	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 55**

*Acceso a créditos*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 47 y la figura 55 se identifica que, el 76.92 %, que representa a 10 productores, los cuales en algún momento accedieron a algún tipo de crédito, contando actualmente con historial crediticia aprobada, al mismo tiempo 3 familias manifiestan que no tienen conocimiento alguno del tema por no haber requerido de ningún tipo de préstamo, por falta de necesidad y/o desconfianza al trámite.

De similar modo, las familias productoras entrevistadas manifiestan haber tenido propuestas de crédito como asociación. Los productores formados en asociación tuvieron ofertas de financieras, bancos y cooperativas, así manifiestan los entrevistados.

Nosotros de años queríamos apoyo y ahora que somos un grupo recién vienen todos a ofrecernos plata (Informante 1, 2016).

Yo siempre he tenido miedo a eso de los préstamos, pero cuando vienen a prestarnos a todo nuestro grupo es mejor (Informante 2, 2016).

Como ya somos asociación siempre vienen a ofrecernos dinero (Informante 3, 2016).

Hace pocas nomas vinieron a ofrecernos dinero y en asamblea con todos decidimos que aún no aceptaremos porque es muy fuerte el interés (Informante 4, 2016).

El anterior día vinieron de Agrobanco y Caja Cusco, vinieron pues buscando al presidente para darnos préstamo (Informante 5, 2016).

Yo nunca me he prestado, pero, así como grupo si en comienzos nos han dado plata de Mibanco (Informante 6, 2016).

Hay ah mi si me da miedito dicen que, si no pagas te quitan todo, pero como asociación si nos han ofrecido hace poquito nomas de Agrobanco y Caja Arequipa (Informante 8, 2016).

Ah sí siempre vienen de todo lado nos ofrecen plata de Caja Arequipa, Mibanco así siempre (Informante 7, 2016).

Hace poquito nos llamaron a asamblea pues justo para ver si queríamos plata de ese banco del estado pues (Informante 10, 2016).

No queremos ahora pero siempre vienen muchachos a ofrecer dinero para la asociación (Informante 11, 2016).

Si hace tiempo cuando estábamos comenzando y nos asociamos vinieron a ofrecernos dinero para seguir con otro negocio pues (Informante 12, 2016).

Siempre vienen, pero eso, más sabe el presidente porque a él le buscan para ofrecer dinero a la asociación (Informante 13, 2016).

Justo estos días nos reunimos pues porque otra vez le habían ofrecido a la asociación, pero no queríamos porque estamos bien con nutra propia platita nomas (Informante 9, 2016).

De las entrevistas brindadas, obtenemos que las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas son sujetos de crédito. Mostrando que la asociación es considerada atrayente para el sistema financiero.

En consecuencia, por la encuesta y entrevista realizadas se concluye que tanto los familiares de forma particular como la asociación son sujetos de crédito. Manifestando así, que son atrayentes para el sistema financiero, que considera actualmente a la producción florícola como rentable y segura a devolver un crédito con interés y/o garantizarlos con bienes inmuebles y muebles.

## Discusión

De este modo se afirma la teoría de Figueroa (2001), quien plantea que para el desarrollo de la economía campesina es necesario que los sujetos accedan a créditos y/o financiamientos. La adopción y adaptación de innovaciones tecnológicas por parte de los campesinos está condicionada a la utilización de capital físico, al aumento del capital humano y sobre todo a la capacidad de financiamiento. Es así que en la asociación Wiñay Rosas, cuentan con acceso al financiamiento tanto a nivel particular como en asociación para el desarrollo de sus productos, demostrando que, para el sistema financiero los productores garantizan la apertura de líneas de crédito para el capital de su producción y venta florícola, lo que les permite competir con sus similares.

### ***3.4.4. Cambio de Centros de Estudio de Públicos a Privado de los Miembros de Familia de la Asociación***

Las familias florícolas de la asociación actualmente priorizan la educación formal de sus hijos, para ellos el cambio de instituciones educativas de públicas a privadas demuestran una mejora económica. Los padres de familia en la actualidad entienden la importancia de educar a sus hijos en institutos educativos formales. Estos datos son corroborados en la siguiente tabla 48 y figura 56.

**Tabla 48**

*Hijos estudiando*

	<b>Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Con hijos estudiando	13	100%
Sin hijos estudiando	0	0
<b>Total</b>	13	100%

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 56

### *Productores con hijos estudiando*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 48 y la figura 56 muestra que, actualmente el 100 %, que representa a 13 familias tienen al total de sus hijos estudiando en centros educativos formales. Las familias productoras en la actualidad mantienen a sus hijos cursando estudios primarios, secundarios, técnicos, técnicos superiores, universitarios; en centros educativos formales, evidenciando la importancia que ahora tienen los estudios, en las familias, así como el poder adquisitivo que las familias poseen en la actualidad para afrontar estos gastos educativos.

Considerando que todas las familias de la asociación poseen miembros estudiando, se muestra el cambio que se produjo en el acceso educativo. Para ello se muestran los datos obtenidos de las encuestas aplicadas del tipo de institución educativa a la que accedían anteriormente y a la que acceden ahora (pública o privada). Además del medio de financiamiento de estos.

Primero, el tipo de institución educativa a la que asistían los hijos de los floricultores, antes del año 2008, es decir, antes de la producción tecnificada en fitotoldos, era pública. Al respecto se muestra en la siguiente tabla 49 y figura 57.

**Tabla 49**

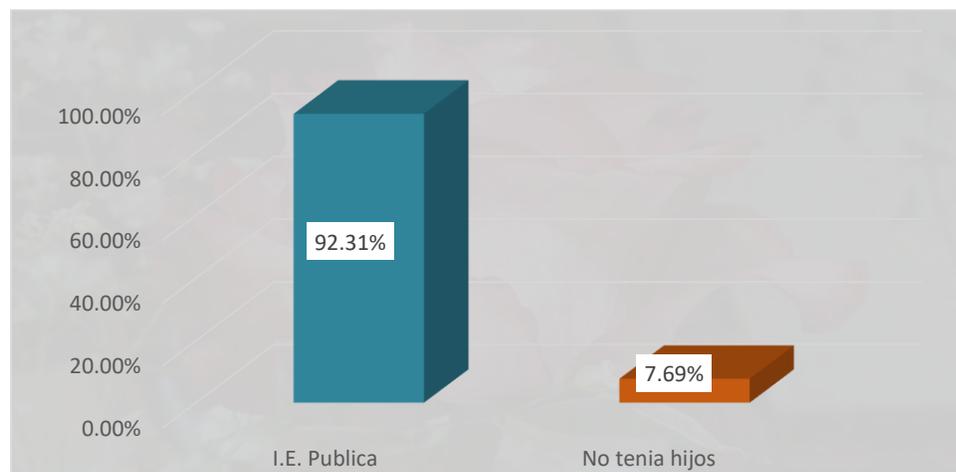
*Tipo de educación antes de la producción florícola tecnificada*

Tipo de educación antes	Hijos de los Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
I.E. Pública	12	92.31%
I.E. Privada	0	0
Ambos	0	0
No tenía hijos estudiando	1	7.69%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 57**

*Tipo de educación antes de la producción florícola tecnificada*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Según la tabla 49 y la figura 57, el 92.31 %, que representa a 12 familias, tenían hijos estudiando en Instituciones Públicas, mientras un 7.69 %, o sea una familia, no tenía hijos. Demostrando que años atrás no tenían el poder adquisitivo para enviar a sus hijos a instituciones educativas privadas que, según la percepción de las familias, cuentan con un mejor nivel de enseñanza.

Segundo, se identificó que el tipo de institución educativa a la que actualmente asisten los hijos de los productores ha variado, puesto que existe acceso a instituciones públicas como privadas. Es necesario precisar que para las familias floricultoras, las instituciones educativas privadas brindan mejor servicio educativo que las públicas. A continuación, se muestra la siguiente tabla 50 y figura 58.

**Tabla 50**

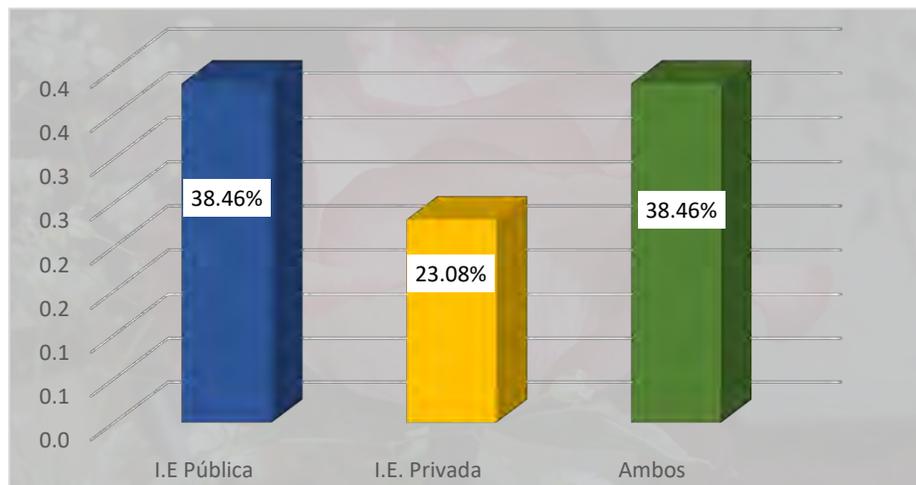
*Tipo de educación actual de hijos de los Productores*

Tipo de I.E.	Hijos de los Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
I.E. Pública	5	38,46%
I.E. Privada	3	23.08%
I.E Pública y I.E. Privada	5	38,46%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 58**

*Tipo de educación actual de hijos de los productores*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 50 y la figura 58, se evidencia que el 38.46 %, que representa a 5 familias tienen a todos sus hijos en una institución educativa pública, de igual manera se muestra que un 23.08 %, de a 3 familias quienes tienen a todos sus hijos en una institución educativa privada, del mismo modo se cuenta con 38.46 %, que representa a 5 familias que tienen algunos de sus hijos en una institución educativa privada y otros hijos en una institución pública. En la actualidad los hijos de las familias estudian en entidades privadas por tener mayores ingresos económicos los cuales posibilitan el acceso a la educación que los padres consideran mejor.

Además, el medio principal de financiamiento de los estudios de los hijos de los productores es por medio de los excedentes que brinda la producción y venta de flores. Por medio de las encuestas realizadas se obtuvo que el principal ingreso con el que cuentan para el financiamiento de los estudios de sus hijos es la comercialización de nuevas especies en flores. Véase la siguiente tabla 51 y figura 59.

**Tabla 51**

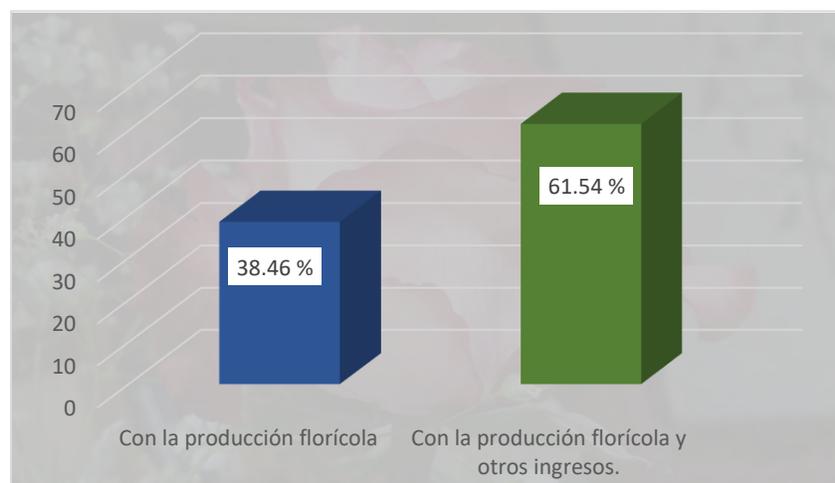
*Medio de financiamiento de los estudios de hijos*

<b>Medio de Financiamiento</b>	<b>Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Con la producción florícola	5	38.46 %
Con la producción florícola y otros ingresos.	8	61.54 %
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 59**

*Medio de financiamiento de los estudios de hijos*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Como se muestra en la tabla 51 y figura 59, se tiene el 38.46 %, que representa a 5 productores financian exclusivamente los gastos educativos con los ingresos que obtienen por la producción y venta de flores, así mismo obtenemos que el 61.54 %, que constituye a 8 productores financian los estudios de sus hijos con los ingresos de la producción florícola

complementándolas con los ingresos económicos de otras actividades que realizan, como son la venta de hortalizas, carpintería, servicios de taxi. Es así que el ingreso principal para asumir los gastos de educación del total de sus hijos proviene netamente de los ingresos de la actividad florícola, en otros casos se complementan con actividades económicas que realizan los padres a condición de añadidura.

En suma, las familias productoras en la actualidad entienden la importancia de la educación de sus hijos y los mantienen cursando estudios; primarios, secundarios, técnicos, técnicos superiores y/o universitarios en centros educativos que en su mayoría son privados gracias al poder adquisitivo que ahora mantienen prioritariamente por la producción y venta de nuevas especies de flores en fitotoldo comparándolas con años anteriores a la dedicación de esa actividad específica que mantenían al total de sus hijos en institutos educativos públicos los cuales consideran con baja nivel de enseñanza.

## **Discusión**

Es así que se corrobora la teoría de Humberto Escobar, (2011), quien manifiesta que para considerar el bienestar financiero se debe tener en cuenta los balances socioeconómicos que determinan el nivel y la calidad de vida, tales como educación, salud, alimentación, vivienda y dotación de servicios básicos. Es así que las familias de la asociación Wiñay Rosas gracias al incremento económico que le proporciona la producción y venta de las nuevas especies de flores en fitotoldo, deciden según su perspectiva mejorar la educación de sus hijos ubicándolos en instituciones educativas privadas.

### 3.4.5. Mayor Concurrencia a los Centros de Salud

Este indicador esboza la influencia de la experiencia económica de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, en el cambio de hábitos de salud, de acuerdo a su percepción, el acceso a centros de salud privadas, es por el incremento de sus ingresos económicos por la producción florícola. Con el transcurso de los años, las formas de atención médica de las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas, ha cambiado, así lo muestran los datos recogidos de la entrevista y encuesta.

Para denotar los cambios en los hábitos de salud, de acuerdo a la percepción de los productores, se presentan datos estadísticos recabados de la encuesta, acerca de la forma de atención sanitaria antes de la producción de nuevas especies de flores y posterior a este hecho. Así: Primero, se presentan datos de la atención médica de las familias antes de que innoven la producción florícola con nuevas especies de flores. Véase la siguiente tabla 52 y figura 60.

**Tabla 52**

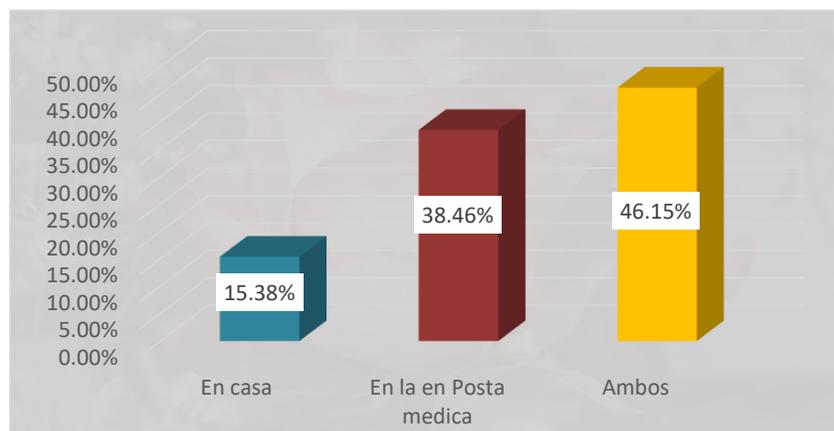
*Lugar de atención médica antes de la producción de nuevas especies de flores*

Lugar de Curación	Número de Familias	
	Frecuencia	Porcentaje
En casa (medicina tradicional y/o curandero)	2	15.38%
En el centro de salud	5	38.46%
Ambos	6	46.15%
Clínica	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 60

*Lugar de atención médica antes de la producción de nuevas especies de flores*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 52 y figura 60 se obtiene que, del 100 %, de familias, el 46.15 %, mayoritario, que representa a seis, se curaban en casa con remedios tradicionales basados en hierbas y a la vez, se atendían en el centro de salud con medicamentos modernos. El 38.46 %, es decir, cinco familias, señalaron que se atendían exclusivamente en el centro médico. Y el 15.38 %, restantes que representa a dos familias, se atendía únicamente con medicina tradicional.

Los datos presentados muestran, que antes de la innovación en la producción florícola, las familias se atendían en el Centro Salud de San Sebastián, que es una institución estatal donde el servicio es gratuito. A su vez y dependiendo de sus dolencias, se atendían en su casa con remedios naturales basados en hierbas.

Como segundo punto, se presentan los datos del lugar de curación posterior a la innovación en la producción florícola. Así se tiene qué.

**Tabla 53**

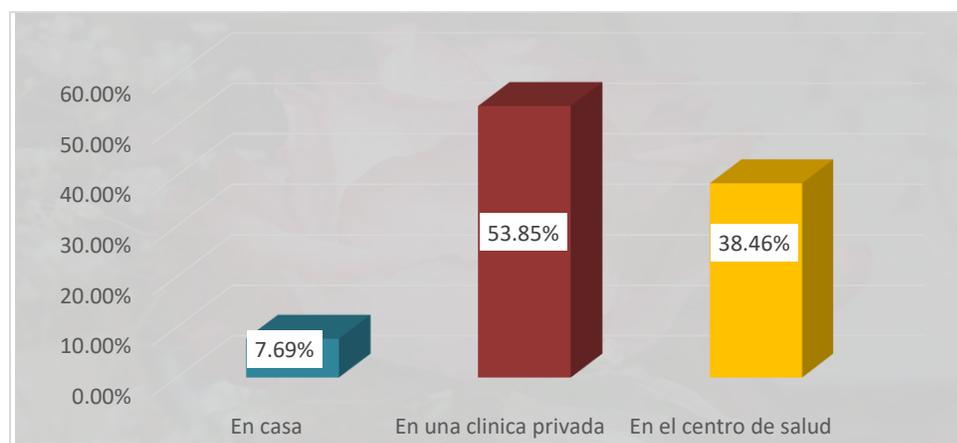
*Lugar de atención médica posterior a la producción de nuevas especies de flores*

Formas de Curación	Número de Familias	
	Porcentaje	Frecuencia
En casa con medicina tradicional y/o curandero	1	7.69%
En una clínica	7	53.85%
En un centro de salud (posta)	5	38.46%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 61**

*Lugar de atención médica posterior a la producción de nuevas especies de flores*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 53 y figura 61, muestra que del 100 %, de encuestados, un mayoritario 53.85 %, es decir, 7 familias se atienden en una clínica privada, cuando se enferman o necesitan un control médico. El 38.46 %, o sea, 6 familias indicaron que se atienden en un centro de salud. El 7.69 %, restante que constituye una familia, manifestó que se cura en su casa con medicina tradicional.

Los datos exponen que el sitio de atención y la percepción de la salud, ha cambiado para las familias floricultoras, pues desde la producción de nuevas especies de flores, visitan clínicas

privadas para su atención. También muestran que varias familias han dejado de lado la atención médica tradicional.

Ahora, los motivos de elección del lugar de atención médica, están relacionados con la solvencia económica y al tiempo para la atención. Al respecto, los entrevistados manifestaron.

Yo me atiendo en la clínica, porque los del campo somos marginados. Una fecha mi señora se ha enfermado y en la posta nos han maltratado, desde esa fecha ya no vamos. Hasta en el saludo hacen diferencia. Con tu plata al instante te atienden en el particular, en la clínica pardo (Informante 1, 2016).

Si fuera grave iría a la posta, pero nadie se enferma y en mi casa nomas nos curamos como antes, yo misma les curo (Informante 2, 2016).

Nosotros vamos a particular, si uno va con tu platita te atienden bien, al instante, no es como el seguro que te hacen esperar semanas y hasta te puedes morir. En Max Salud, Pardo, Paredes ahí nos atendemos (Informante 3, 2016).

A la posta nomas vamos, nos tienden bien y no cobran cuando tienes seguro, ya no gastas plata (Informante 4, 2016).

Nosotros bajamos a la posta nomas porque es gratis y te atienden bien nomas. (Informante 5, 2016).

No nos enfermamos, pero al hospital iríamos, pero mi mamá cuando se enfermado hasta Lima ha llegado al hospital de neoplastias... todo su tratamiento, sus viajes así con la flor nomas hemos pagado (Informante 6, 2016).

Vamos a la clínica porque ahí te atienden bien, más rápido en cambio en la posta te hacen esperar nomas (Informante 8, 2016).

En la posta te atienden bien y es gratis, para ir a particular tampoco la plata no alcanza (Informante 7, 2016).

Nosotros vamos a la posta de San Sebastián nomas, y si nos enfermamos grave al hospital regional y nos atienden bien nomas. Ahora todos estamos iguales pero los que estamos haciendo flor estamos mejorando (Informante 10, 2016).

Ahora nosotros nos atendemos en clínica más, al Max Salud vamos y rápido nos atienden, la consulta esta entre 45 y 75 soles y en Solidaridad esta 10 (Informante 11, 2016).

Cuando tenemos emergencias nos vamos a la clínica San José, ahí os atienden bien, pero es caro, Yo he llegado a pagar hasta 2800, de pastillas camas así (Informante 12, 2016).

Mejor es ir al particular, atenderse en Pardo, pagas tu platita, pero te sanas, te tratan mejor así (Informante 13, 2016).

Nosotros en particular nos atendemos. Mucha plata pide, pero rápido te atienden (Informante 9, 2016).

De las entrevistas, siete Familias manifestaron que prefieren la atención médica en clínicas privadas, puesto que es inmediata y reciben mejor trato. Cinco familias indicaron que la atención médica la realizan en los centros de salud porque el servicio es gratuito y también porque los atienden bien. Una familia indico que se atiende en casa con remedios naturales.

En ese sentido, las familias que se atienden en una clínica privada, lo hacen porque pueden costear los gastos de atención y medicamentos. Además, valoran la atención inmediata, que no brinda el estado, según manifestaron.

Los gastos por cada atención médica, se presenta en la siguiente tabla 54 y figura 62.

**Tabla 54**

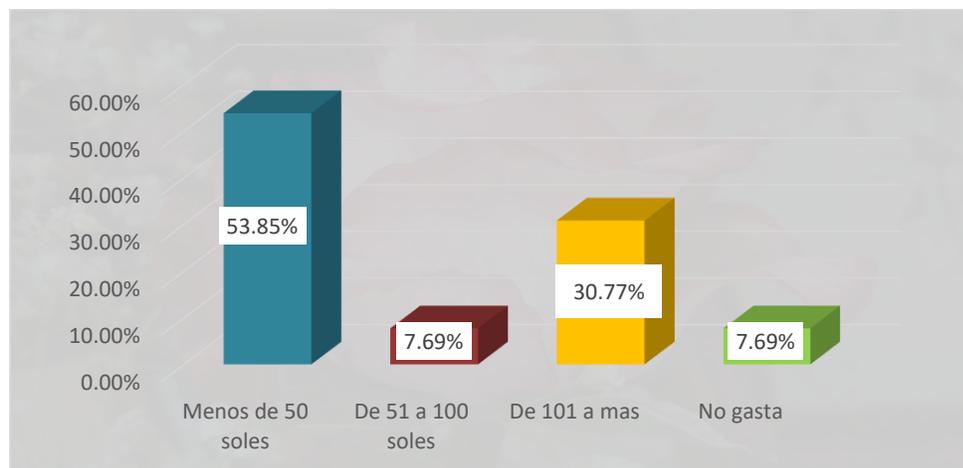
*Gasto en soles de la visita médica*

<b>Gasto Promedio de la Atención Médica</b>	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 50 soles	7	53.85%
De 51 a 100 soles	1	7.69%
De 101 a mas	4	30.77%
No gasta	1	7.69%
Total	13	100 %

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 62**

*Gasto en soles de la visita médica*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 54 y figura 62, se concluye que del 100 %, de encuestados, un mayoritario 53.80 %, que representa a 7 familias, gasta menos de 50 soles por atención médica tanto en clínica y/o centro de salud estatal. Un 30.77 %, constituido por 4 familias, gasta más de 101 soles, por lo general son los que se atienden en clínicas. Un 7.7 %, o sea, una familia gasta entre 51 y 100 soles. Y una familia, el 7.7 %, restante, no gasta nada porque se atiende en su casa.

De acuerdo a las encuestas, el medio de financiamiento de las atenciones médicas proviene de las ganancias de la producción florícola, así como otros ingresos complementarios. Estos pueden ser de la producción de hortalizas, o servicios como transporte. A continuación, se presenta la tabla 55 y figura 63 con las especificaciones del caso:

**Tabla 55**

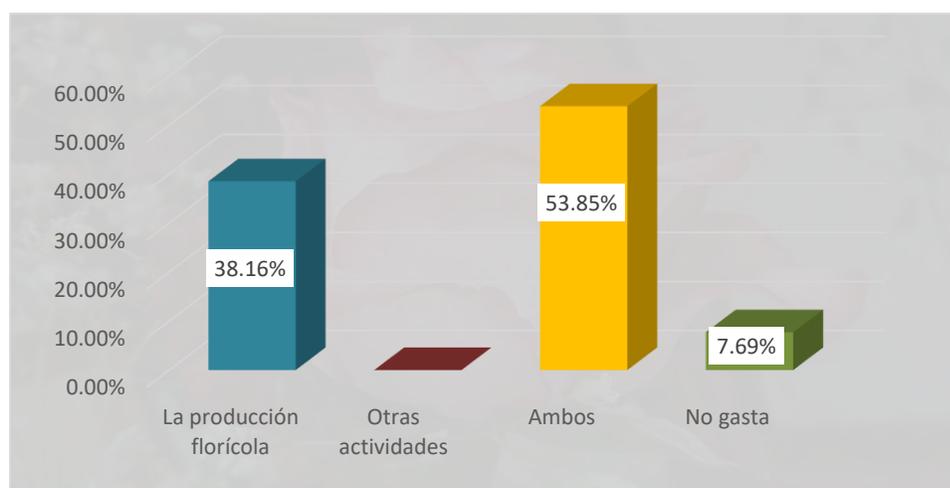
*Medio de financiamiento de las atenciones médicas*

Medio de Financiamiento	Número de Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
La producción florícola	5	38.46%
Otras actividades no florícolas.	0	0
Ambos (florícola y otros trabajos)	7	53.85%
No gasta	1	7.69%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 63**

*Medio de financiamiento de las atenciones médica*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Tanto la tabla 55 como la figura 63, muestran que el 38.46 %, es decir, cinco familias financian su tratamiento médico exclusivamente con las ganancias de la producción florícola. Un 53.85 %, que representa a siete encuestados, indico que utilizan las ganancias de la producción florícola y de otras actividades como, servicio de trasporte, venta de comida, atención médica y/o otros servicios, puesto que no separan las ganancias de cada una de sus actividades, sin embargo,

indican que la mayor ganancia económica proviene de la venta de flores. Y el 7.69 %, restante, no gasta por qué se atiende en su casa.

Entonces, según lo manifestado por los encuestados, la atención médica en clínicas privadas o centros médicos los financian con las ganancias de la venta de flores y lo complementan con las ganancias de otras actividades que realizan.

En síntesis, los datos exponen que posterior a la producción de nuevas especies de flores, las familias atienden en establecimientos de salud privados, además de los estatales. El acceso a estos nuevos espacios, en parte, se realiza con la ganancia de la producción florícola. Es preciso indicar que antes de la producción de las nuevas especies de flores, las familias no accedían a centros de salud privados.

Para concluir, los ingresos monetarios obtenidos de la producción de nuevas especies de flores, han permitido a las familias floricultoras pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas acceder a servicios de salud en establecimientos privados. Años atrás, cuando aún no habían innovado la producción, se atendían caseramente o en el centro de salud estatal.

## **Discusión**

La mayor concurrencia a los establecimientos de salud privados y públicos, como una nueva necesidad, demuestra que se ha producido un acrecentamiento monetario de las familias productoras de flores, tal como señala Samuel Pati. Quien indico que el crecimiento económico campesino, entendido a partir de estos, se reluce en parte en el acceso a nuevos servicios de salud.

### 3.4.6. *Adquisición de Bienes Inmuebles y Muebles*

De acuerdo a las encuestas realizadas, las familias pertenecientes a la asociación florícola Wiñay Rosas vienen adquiriendo bienes muebles e inmuebles financiados prioritariamente por la producción y venta de nuevas especies de flores en fitotoldo. Mostrando un nivel de avance económico en cada unidad familiar, exponiendo la incidencia que ha tenido y tiene la actividad florícola en los ingresos económicos de las familias.

Es así, que las familias florícolas vienen adquiriendo bienes como la compra de vehículos motorizados. Algunos de los productores priorizaron la compra de un vehículo motorizado, como muestra el siguiente cuadro 56 y figura 64.

**Tabla 56**

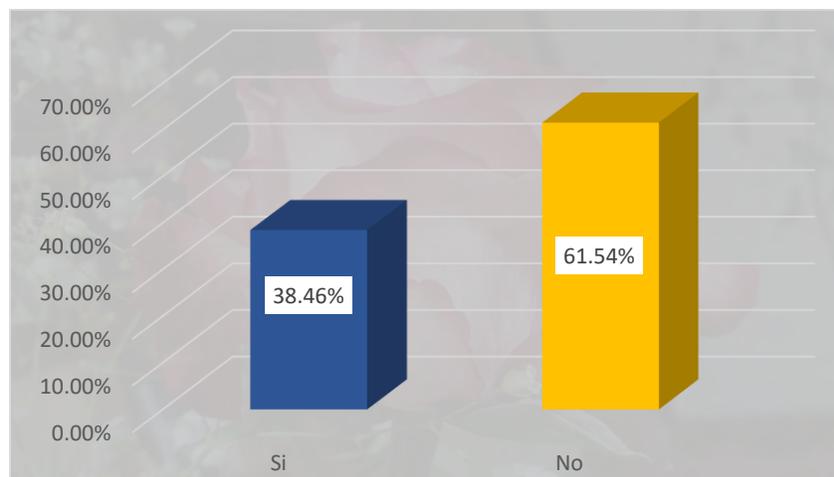
*Adquisición vehicular*

<b>Adquisición de Vehículo</b>	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Si adquirió	5	38.46%
No adquirió	8	61.54%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 64**

*Adquisición vehicular*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

Como se muestra en la tabla 56 y la figura 64, el 38.46 %, que representa a 5 productores florícolas quienes priorizaron la compra de vehículos, del mismo modo se tiene 61.54 %, que representa a 8 productores prefirieron adquirir otros bienes antes que un vehículo motorizado, los cuales serán detallados más adelante.

También, los 5 productores que adquirieron estos vehículos, lo realizaron después de la innovación en la producción florícola. Para lo cual se muestra el cuadro 57 y figura 65.

**Tabla 57**

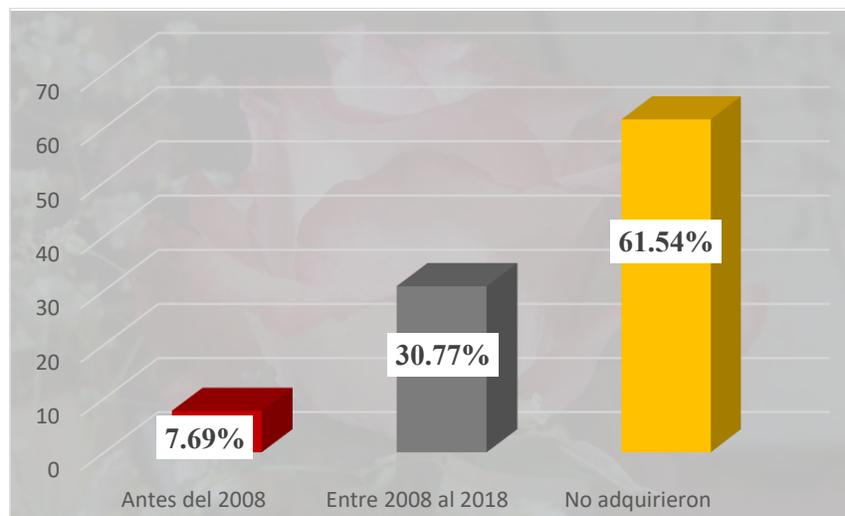
*Tiempo de adquisición vehicular*

<b>Tiempo de Adquisición</b>	<b>Número de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Antes del 2008	1	7.69%
Entre 2008 al 2018	4	30.77%
No adquirieron	8	61.54%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 65**

*Tiempo de adquisición vehicular*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 57 y la figura 65 se muestra que el 7.69 %, que representa a la familia productora que adquirió 1 vehículo antes del 2008, cuando la producción florícola no se realizaba de manera intensiva, de la misma forma se muestra que un 30.77 %, que representa a 4 productores adquirieron sus vehículos durante los años 2008 y 2018 cuando la producción de

flores se realizaba intensivamente. Mientras que el 61.54 %, es decir, 8 productores no adquirieron ningún vehículo.

Además, las 4 familias productoras que adquirieron un vehículo en los años 2008 y 2018 lo financiaron principalmente a través de la rentabilidad que les brinda la producción florícola. Las familias floricultoras realizaron estas adquisiciones gracias a la rentabilidad que les dio la producción y venta de nuevas especies de flores en fitotoldo. Para mayor detalle se muestra la siguiente tabla 58 y figura 66.

**Tabla 58**

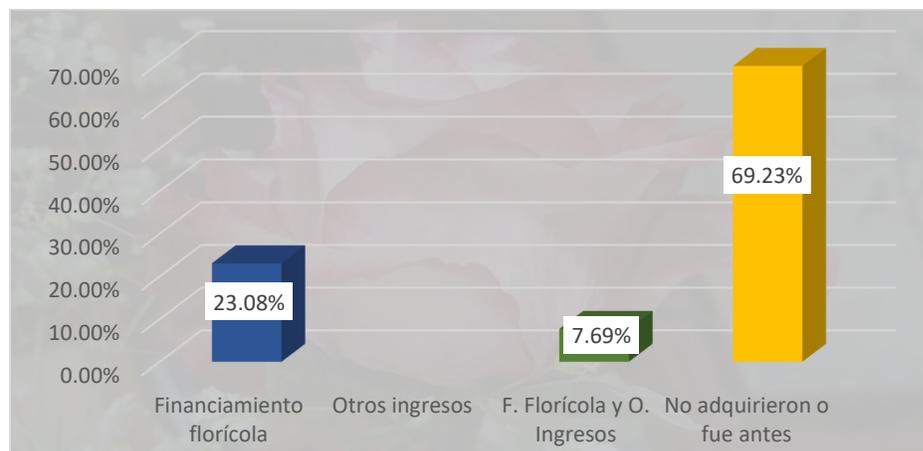
*Medio de financiamiento para adquisición vehicular*

<b>Medio de Financiamiento</b>	<b>Numero de productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento florícola	3	23.08%
Otros ingresos o medios de	0	0
Financiamiento florícola y otros	1	7.69 %
No adquirieron vehículos o fue antes de la producción florícola tecnificada	9	69.23%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 66

### *Medio de financiamiento para adquisición vehicular*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 58 y figura 66 muestran que el 23.08 %, que representa a 3 productores que financiaron su compra vehicular exclusivamente de los ingresos de la producción y venta florícola, del mismo modo se observa que un 7.69 %, que representa a 1 productor adquirió el vehículo con dinero de la venta florícola y otros ingresos económicos. Mientras que el 69.23 %, que representa a 9 productores, no adquirieron o adquirieron antes de la producción florícola tecnificada.

Entonces, se evidencia que a partir de la innovación en la producción florícola algunos productores han adquirido vehículos motorizados. Una de las principales razones es para el transporte de su producción y la de otros asociados a los mercados locales, también para brindar servicio de transporte de Cusco a Pumamarca. De esta manera se destaca que la experiencia económica de las familias productoras de flores conduce a un incremento monetario.

Por otra parte, los floricultores adquirieron bienes inmuebles como fitotoldos, casas, terrenos, puestos de mercados. La compra de nuevos bienes evidencia el aumento de la frecuencia de compra en estos últimos años. Para lo cual se muestra la tabla 59 y figura 67.

**Tabla 59**

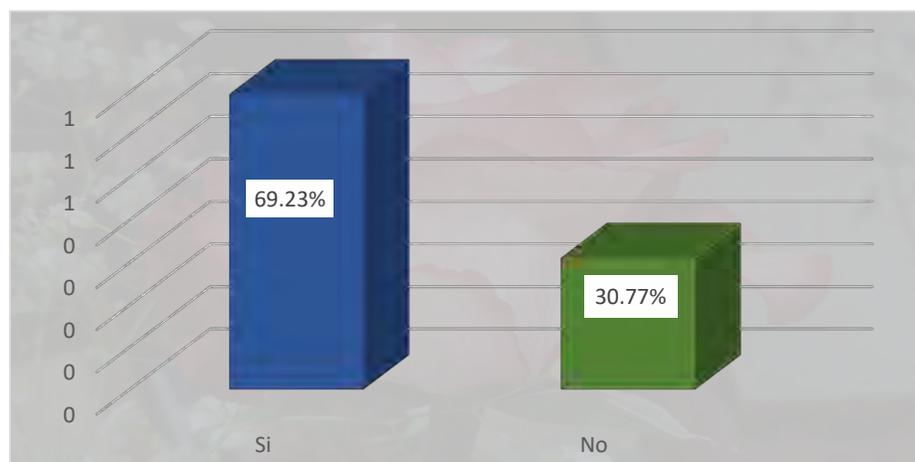
*Adquisición de fitotoldos, casa, terreno y/o puesto de mercado recientemente*

Adquisición de Bienes	Numero de Productores	
	Frecuencia	Porcentaje
Si adquirió	9	69.23%
No adquirió	4	30.77%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

**Figura 67**

*Adquisición de fitotoldos, casa, terreno y/o puesto de mercado recientemente*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 59 y la figura 67 se obtiene que, un 69.23 %, que representa a 9 productores en los últimos años adquirieron algunos de estos bienes inmuebles, un 30.77 %, que representa a

4 productores durante los últimos años no han adquirido ningún tipo de bien inmueble. Estos últimos priorizaron el excedente económico en financiar la educación, mantenimiento del hogar, y la producción florícola, entre otros.

Así mismo, de los 9 productores que adquirieron estos bienes inmuebles y muebles, 7 los subvencionaron fundamentalmente con los excedentes de la producción y venta de flores y 2 subvencionaron con la ganancia de la producción de flores y otras actividades complementarias. A continuación, se plasma la tabla 60 y figura 68.

**Tabla 60**

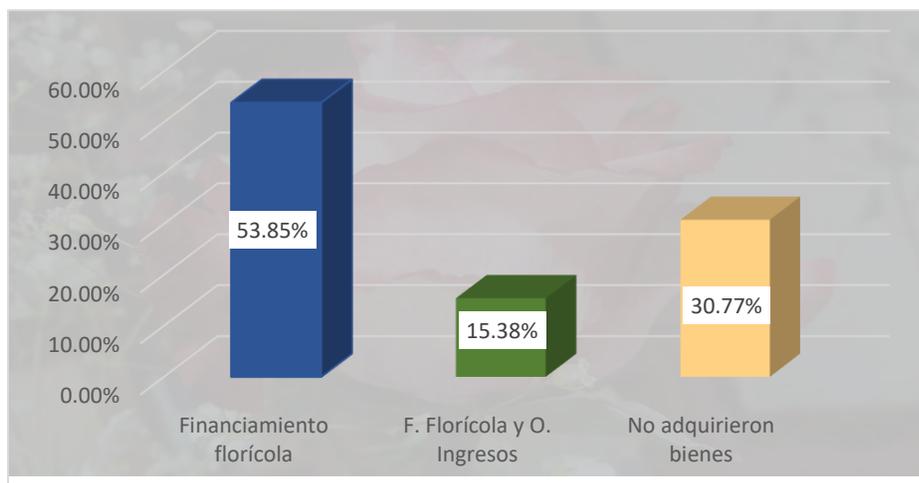
*Medio de financiamiento para adquisición de bienes*

<b>Medio de Financiamiento</b>	<b>Numero de Productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento florícola	7	53.85%
Otros ingresos	0	0
Financiamiento florícola y otros	2	15.38%
Institución bancaria o financiera	0	0
No adquirieron ningún bien	4	30.77%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 68

### *Medio de financiamiento para adquisición de bienes*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

De la tabla 60 y figura 68 se evidencia que el 53.85%, que representa a 7 productores, financiaron sus compras únicamente con los ingresos de la producción y venta florícola, un 15.38 %, que representa a 2 productores financiaron la compra de estos bienes con el excedente de la venta de flores complementándolo con ingresos económicos de otras actividades. El 30.77 % restante, no adquirió ningún bien, como fue mencionado en los párrafos anteriores.

En este entender, las familias de la asociación florícola desde el 2008 en adelante han incrementado la adquisición de bienes como casas, fitotoldos, terrenos puestos en mercado, entre otros. El financiamiento principal para estas compras proviene de la producción y venta de las nuevas especies de flores.

En resumen, el análisis de los datos recabados en la encuesta sobre la adquisición de vehículos y otros bienes inmuebles por las familias de la asociación, marcan claramente una diferencia entre el poder adquisitivo de antes y después de la producción de nuevas especies de

flores de manera tecnificada. Si bien es cierto, no todas las familias asociadas adquirieron vehículos u otros bienes, pero se encaminan en la adquisición de bienes que les permita intensificar y especializarse más en la producción de flores de corte. Además, estos hechos demuestran el progreso económico de los asociados según su percepción.

## **Discusión**

Esta evidencia confirma lo mencionado por Landini, quien afirma que los campesinos para desarrollar su vida y su actividad productiva esperan contar cada vez con más bienes y servicios que solo pueden adquirir con dinero, que las economías campesinas se encuentran en un proceso de creciente mercantilización, por lo que las familias productoras requieren de montos crecientes de dinero para ser frente a las nuevas necesidades y obligaciones. De igual manera sucede con las familias de la asociación floricultora Wiñay Rosas que financian las compras de sus bienes principalmente con el excedente económico que le produce la producción y venta de nuevas especies de flores en fitotoldo, en aras de alcanzar un crecimiento económico y el progreso tanto en los hogares como en la asociación obteniendo un mayor rendimiento y prosperidad.

### **3.4.7. Percepción de Incremento Monetario**

Según las encuestas realizadas, las familias de la asociación floricultora, manifiestan una percepción positiva del ingreso económico al hogar mediante la producción y venta de nuevas especies en fitotoldo. El ingreso económico familiar viene incrementándose por medio del proceso productivo de flores, según la percepción de las familias, es suficiente para la mantención de los integrantes, logrando un excedente que les permite manejarlo para la adquisición de bienes y/o ahorrarlo como ya se profundizó anteriormente. Al respecto, los entrevistados manifiestan.

La entrada por la venta es semanal, yo vendo interdiario con esa plata me he ido a otros sitios de viaje, yo he empezado con un fitotoldo y ahora tengo tres, a mi hija mayor le he dado un fitotoldo para para su educación y también le está yendo bien nomas. Claro otros dicen que no da, mienten, pero si da bien (Informante 1, 2016).

Es muy sacrificado a veces pienso hacer más verduras o criar chanco, pero eso no da tanta plata como las flores y ahora mi hija está en la universidad. Con esa plata arreglamos su cuarto y compramos su ropa siempre, eso no podíamos hacer con la venta de maíz y tengo mi otro hijo que está en la academia (Informante 2, 2016).

Haciendo nuevas flores hay ganancia nomas, nos da platita, de esa parte hemos mejorado a mí me da para la educación de mis hijos porque quiero que estudien en universidad y que no sean como nosotros, también me da para la alimentación, salud porque ahora vamos a particular porque con la platita te atienden mejor. las flores nos dan más que las verduras que se demoran mucho como 5 meses y las flores son semanal (Informante 3, 2016).

Hay veces se gana bien nomas, a veces se regresa con flores que no se vende pues y después de un día se vuelve a vender, en mi casa nos ayuda para la casa porque recién estamos comenzando, cuando comienzas con un invernadero pequeño es solo para la mantención de la familia, con el tiempo tendré más, no trabajo afuera porque no tengo terreno (Informante 5, 2016).

El invernadero es el sustento, estoy en el instituto particular y mi hermano menor en colegio, con las flores nomas nos mantenemos, las verduras dan cada seis meses. Todo el tratamiento de mi mamá ha sido con eso nomas (Informante 6, 2016).

Me da para poder mantener a mis hijos y tengo un hijo en instituto (Informante 8, 2016).

Si nos da para la semana, para los pasajes, el fitotoldo nos da para la casa y sus gastos (Informante 7, 2016).

Yo tengo todos mis hijos en la universidad y es con las flores, me ayuda mucho lo que vendo mis flores hice mi cocina con esas flores todos los que hacemos flores si estamos mejorando poco a poquito, en la casa somos siete y nos da para mantenernos (Informante 10, 2016).

Han comprado carros, cosas, yo he mejorado mi casa, me mantengo con eso y hago estudiar a mis hijos en particular, si nos sale nomas para la casa y el diario, hace año y medio me he comprado carro para que mi hijo mayor se taxee, me he construido cuyeria y les voy hacer educar a todos mis hijos en la universidad (Informante 11, 2016).

A pesar de lo difícil que es este negocio se está mejorando poco a poco, pero te botan del mercado así pues, pero esto te mantiene bien nomas, me he dedicado en verduras y te sale más en flores,

porque se tiene que esperar seis meses por eso yo solo me dedico a las flores a nada mas ahora (Informante 12, 2016).

Todos sabemos que en las flores hay ganancia por eso hay bastantes ahora, con las flores se mantiene toda la familia, yo me he hecho mi casita y el estudio de mis hijos. Se gana buena plata y los jóvenes profesionales que hay aquí se han podido educar gracias a las flores (Informante 13, 2016).

Yo me he comprado carro y me he hecho huerta, también he mejorado mi casa y mi bañito, si hemos mejorado con el dinero de las rosas, ahora tengo para mis hijos, para su educación (Informante 9, 2016).

A mi si me da platita nomas con eso tengo ahorita a tres de mis hijos en la universidad y dos preparándose (Informante 4, 2016).

Los 13 productores entrevistados manifestaron obtener beneficios económicos de la producción y venta de flores. Estos revelaron que las ganancias les permiten educar a sus hijos principalmente y es su fuente de ingresos para la manutención semanal. Destacan que los ingresos son semanales, algunos les permitieron hacer mejoras, adquirir objetos, vehículos, entre otros.

Respecto a la percepción de incremento económico familiar, gracias a la producción y venta florícola los encuestados manifestaron que incrementaros sus ingresos, véase la tabla 61 y figura 69.

**Tabla 61**

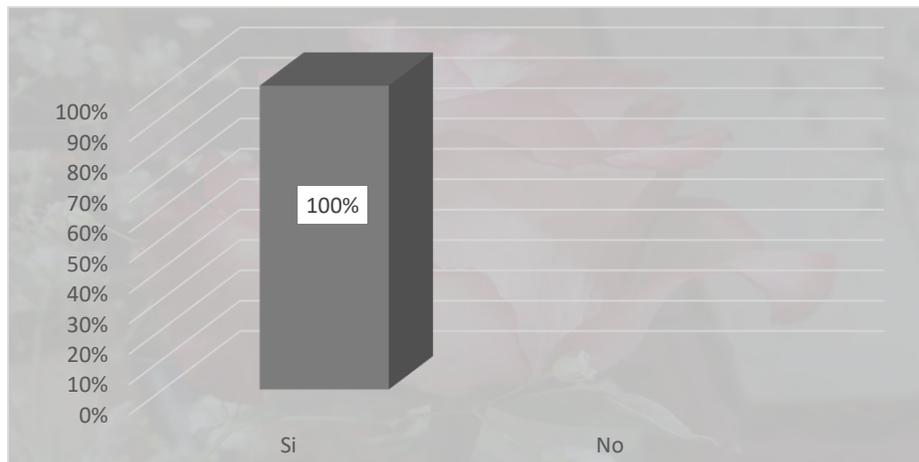
*Percepción de incremento monetario*

<b>Percepción de los productores</b>	<b>Numero de productores</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Hubo incremento monetario	13	100%
No hubo incremento monetario	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

## Figura 69

### *Percepción de incremento monetario*



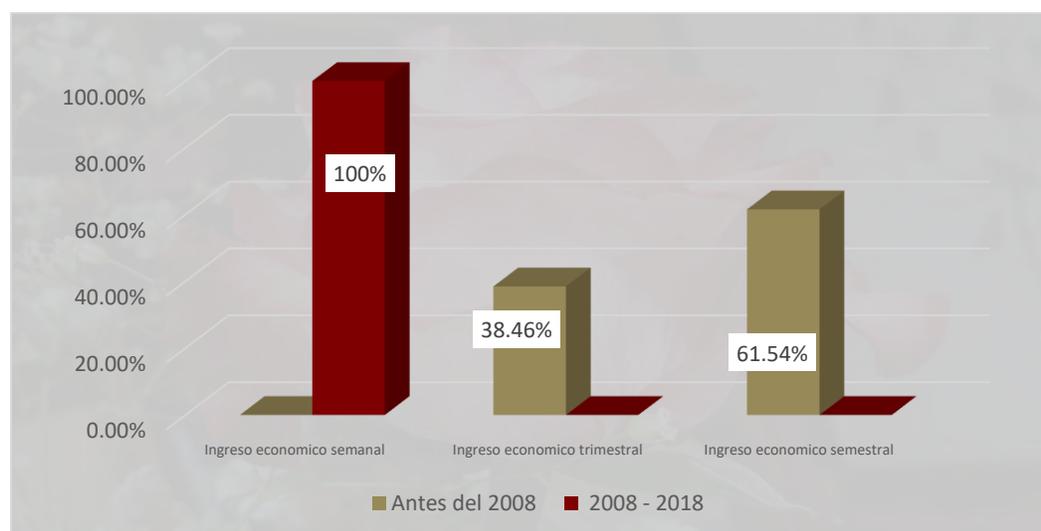
*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 61 y figura 69 muestra que los 13 productores que representan el 100 %, de la muestra tienen la percepción de incremento monetario en sus hogares, producto del cultivo y venta de nuevas especies de flores.

Así mismo, respecto a la frecuencia de ingresos económicos familiares, los encuestados manifestaron que incrementaron la frecuencia de venta con la nueva producción y venta de flores de corte, por lo que sus ingresos son de manera semanal, véase la tabla 62 y figura 70.

**Tabla 62***Frecuencia de ingresos económicos familiares*

<b>Frecuencia de Ingreso por la Actividad Agrícola</b>	<b>Antes del 2008</b>		<b>Del 2008 al 2018</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0	0	0
Semanal	0	0	13	100%
Mensual	0	0	0	0
Trimestral	5	38.46 %	0	0
Semestral	8	61.54 %	0	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.**Figura 70***Frecuencia de ingresos económicos familiares**Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta, 2019.

La tabla 62 y figura 70 muestra que, antes del 2008, cinco productores cosechaban de manera trimestral mientras que ocho productores lo hacían de manera semestral, posteriormente

muestran un cambio durante los años 2008 al 2018, los 13 productores que representan el 100 % de la muestra cosechan de manera semanal, traduciéndose en un incremento monetario en sus hogares. Cabe señalar que la cosecha consta de verduras, legumbres y flores, más no papa por considerarlo un producto netamente para autoconsumo.

En resumen, las familias floricultoras tienen la percepción que el ingreso económico que les ayuda a sustentar los gastos familiares proviene de la producción y venta de flores. Las familias asumen los gastos de alimentación, atención de enfermedades en clínicas particulares, educación del total, sus hijos en institutos y/o universidades, academias preuniversitarias, colegios, escuelas, particulares y estatales, provienen fundamentalmente de la producción y venta de flores, manifiestan que la frecuencia de cosecha (fitotoldo) oscila entre dos o tres veces por semana, en comparación de los otros cultivos como el de hortalizas el cual demora su cosecha de tres a más meses, obteniendo ingresos económicos semanales.

Considerando los datos presentados y analizados en los indicadores correspondientes a la variable, se concluye que las familias pertenecientes a la asociación Wiñay Rosas 1) incrementaron sus ingresos económicos, tras la inserción al mercado florícola, tal como expone Adolfo Figueroa al referirse al desarrollo rural. 2) Son sujetos de crédito, fruto de la producción florícola tecnificada, de manera que son autosuficientes, así como indica Lacki sobre las posibilidades de desarrollo de los campesinos en América Latina.

## **Discusión**

De este modo se afirma la teoría de Figueroa (2001), quien plantea que la adopción y adaptación de innovaciones tecnológicas por parte de los campesinos y está condicionada al aumento del capital humano y sobre todo a la capacidad de financiamiento. Como sucede en la

asociación Wiñay Rosas, demuestran que lo que les permite competir con sus similares es el aumento monetario el cual obtuvieron por la comercialización florícola.

## CONCLUSIONES

La experiencia económica de las familias de la asociación florícola Wiñay Rosas (2008-2018), es la inserción al mercado con nuevas especies de flores de corte, a través del cual incrementan sus ingresos económicos. Este logro fue posible porque los asociados innovaron la producción, ofertando mayor variedad, calidad y cantidad de flores solicitadas en el mercado; por consiguiente, expenden toda su producción y con mayor frecuencia, lo que les permite obtener ganancias.

En este sentido, la venta de flores en los mercados locales, les proporciona ingresos monetarios semanales que posibilitan la satisfacción de necesidades familiares. Como la educación de miembros de la familia, atención médica, adquisición de bienes muebles e inmuebles, entre otros.

La práctica en la producción de flores entre los años 2008 y 2018, que impulsó a las familias a insertarse en el mercado, fue la adaptación y producción de nuevas especies de flores con el uso de tecnologías innovadoras. A partir del 2008 las familias de la asociación innovan la producción con nuevos insumos (semillas y plántones de rosas de corte, astromelias, lirios y otros), nuevas tecnologías (uso de fitotoldos, riego por goteo, insumos fitosanitarios, etc.) y nuevas técnicas (preparación de sustratos especiales, injertación y demás) acorde con las exigencias del mercado.

Cabe precisar que la producción con nuevas especies de flores de corte, implicó para las familias asociadas delimitar su producción como un bien de cambio y no de uso, como ocurre en la economía campesina. Si bien se cultivan flores para el mercado, durante el proceso productivo se conducen de acuerdo a principios de la economía campesina.

## RECOMENDACIONES

Dentro de un proyecto de investigación, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; por lo tanto, se recomienda a futuros investigadores que tengan interés en el propósito; el análisis del actual proceso de crecimiento económico que experimentan las familias de la asociación Wiñay Rosas. Para así tener una mayor comprensión del incremento monetario que experimentan las familias de la asociación Wiñay Rosas, principalmente por la de producción y venta de flores de corte.

Es necesario, la inserción a un mercado competitivo a través de la producción o renovación de nuevos productos. Como se desarrolla en la presente tesis, la inserción de la asociación Wiñay Rosas al mercado se realizó a través de la producción de variedades de flores de corte.

Otra recomendación se precisa la importancia de una constante capacitación, esté sea; de manera particular, de instituciones privadas y públicas, de tal manera que asegure la renovación y actualización de sus productos conforme a la oferta y demanda del mercado cada vez más competitivo.

Por último, sería recomendable, alentarlos a su inserción a mercados regionales. Gracias a la calidad en las flores de corte que actualmente producen en la actualidad, están preparados para la venta de estos, por lo cual se exhorta a tener una mejor organización para realizar ventas regionales de manera eficiente

## REFERENCIAS

Acción Ambiental Perú (2006). Propuesta Restauración de la Casa Hacienda de Pumamárka, Cusco. (archivo PDF).

[Propuesta Restauración de la Casa Hacienda. de Pumamárka, Cusco ACCIÓ AMBIENTAL, PERÚ ACÇÃO AMBIENTAL, PORTUGAL. Abril PDF Free Download \(docplayer.es\).](#)

Agreda Ugas, V. (1999). La viabilidad de la pequeña producción y transformación agropecuaria en las condiciones actuales de mercado. Posibilidades de la pequeña producción en las condiciones de mercado. *Perú: El problema agrario en debate SEPIA VII*. SEPIA, (7), 19-88.

Arriola, R. y Rojas, B. (2010). *Turismo y cambio Social. El caso del consejo mejor de Tinke*. (Tesis de Licenciatura en Antropología, UNSAAC).

APOMIPE. (2009). Red de productores de flores de la comunidad de Chitapampa: a 30 minutos del paraíso. (archivo PDF)

[APOMIPE: Red de Productores de Flores de la Comunidad de Chitapampa: a 30 minutos del Paraíso APOMIPE programa redes empresariales 2009: casos de asociatividad y negocios rurales exitosos.](#)

Aquehua, D. y Castillo, M. (2019). *Factores críticos de éxito para la dirección estratégica en la asociación rosales de Mandorani de la comunidad de Paucarpata, provincia de Cusco*. (Tesis de licenciatura en Administración, UNSAAC).

Baca Tupayachi, E. (1990). *Agricultura campesina andina: productividad y cambio tecnológico*. CEDEP -Ayllu Centro para el Desarrollo de los Pueblos.

- Ballón, A. y Cortes, P. (2010). *Actividad económica en Raqchi entre los años 2001-2010*.  
(Tesis de licenciatura en Antropología, UNSAAC).
- Barfield, T. (2000). *Diccionario de antropología*. Siglo veintiuno editores.
- Cáceres, D. M. (1995). Estrategias campesinas en sociedades rurales contemporáneas. *Revista de la facultad de agronomía de la Universidad Nacional de Buenos Aires*. 15(1), 67-72.  
[https://www.researchgate.net/publication/234003505\\_Estrategias\\_Campesinas\\_en\\_Sociedades\\_Rurales\\_Contemporaneas](https://www.researchgate.net/publication/234003505_Estrategias_Campesinas_en_Sociedades_Rurales_Contemporaneas).
- Cáceres, D., Silvetti, F., Sotto, G., Rebolledo, W. (1997). La adopción tecnológica en sistemas agropecuarios de pequeños productores. *Agro Sur*, 24(2), 123-135.
- Calisto Guerrero, M. (1986). Economía Campesina y Capitalismo. *Perú: El problema agrario en debate SEPIA I*. SEPIA, (I), 53-67.
- Calvo Calvo, R. (2005). *San Sebastián, aspectos de patrimonio, historia, etnología y Folklore*.  
Municipalidad Distrital de San Sebastián.
- Calle, S. (2010). *La Tuna- Cochinilla en la economía Campesina: Un análisis sobre sus efectos. De la introducción de la Cochinilla en la Comunidad de Huarca*. (Tesis de licenciatura en Antropología, UNSAAC).
- Carbajal, L. (2013). Adaptación de tecnología. (archivo PDF).  
<http://www.lizardo-carvajal.com/adaptacion-de-tecnologia/>
- Castillo, J. (2 de diciembre del 2014). Buscan obtener hortensias de nuevos colores en Huanuco. Inforegion, boletín 2348. (archivo PDF). [Buscan obtener hortensias de nuevos colores en Huánuco | Inforegion](#)

CEPAL. (septiembre 2005). *Panorama 2005: El nuevo patrón de desarrollo de la agricultura en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. (archivo PDF).

<https://hdl.handle.net/11362/31927>

Cobo, B. (1893). *Historia del nuevo mundo*. Sociedad de Bibliófilos andaluces.

Coloma, C. (2012). Historia de los antiguos jardines del Perú. “VOCES”, *Revista Cultural de Lima*, (13) ,48. (archivo PDF).

[El Perú y su Historia - 2 - Antiguos jardines del Perú \(google.com\)](#)

Chambers, D. (2020). *Líderes mundiales en la exportación de flores*. (archivo PDF).

[Líderes Mundiales En Exportaciones De Flores Cortadas | 2020 \(ripleybelieves.com\)](#)

Chaves Ávila, R. (2006). La economía social en España: concepto, agentes y políticas públicas. En Pérez de Uralde (Coord). *La economía social en Iberoamérica: un acercamiento a su realidad*. FUNDIBES.

Municipalidad distrital San Sebastián. (2018). PIP “*Mejoramiento del Camino Vecinal en el tramo APV Miguel Grau – Comunidad Quillahuata – Pumamarca del distrito de San Sebastián – Cusco*”.

Escobar, A. (2011). Una minga para el posdesarrollo. *Signo y pensamiento*, (3)58, 3006-312.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038022>

Escamilla Salazar, Z., Caldera Gonzales, D. C. y Ortega Carrillo, M. A. (2-4 de octubre 2013).

*Descripción de Algunos Factores para la Competitividad en la Plantas y Flores de Ornato*. XVIII Congreso Internacional de Contaduría Administrativa e Informática, Mexico. [\(PDF\) DESCRIPCIÓN DE ALGUNOS FACTORES PARA LA ...congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.07.pdf · LA COMPETITIVIDAD EN PRODUCTORES DE PLANTAS Y FLORES DE ORNATO ... El factor - DOKUMEN.TIPS](#)

- Fernández, A. (1999). *Efectos económicos sociales de uso de insumos industriales en la agricultura: caso producción de tomate en el distrito de Limatambo*. (Tesis para optar el título de Economista, UNSAAC).
- Figuroa, A. (2001). *Reforma en las sociedades desiguales. La experiencia peruana*. PUCP.
- Flores, E. X. (2019). *Percepción cultural de la floricultura por los comuneros de San Isidro de Chicón – Urubamba – Cusco*. (Tesis de licenciatura en Antropología, UNSAAC).
- Fumagalli Galli, S. (1995). La Floricultura en el Perú. La más alta calidad en Gypsophila Revista horticultura Internacional, (10), 101-104. [Horticultura Revista de Industria Distribución y Socioeconomía Hortícola, ISSN: 1132-2950 \(mapa.gob.es\)](#)
- Gasselin, P. (2001). La explosión de la Floricultura de exportación en la región de Quito: una nueva dinámica agraria periurbana. *Dinámicas territoriales: Ecuador, Bolivia, Perú, Venezuela*, (10), 55-68. [La explosión de la floricultura de exportación en la región de Quito: una nueva dinámica agraria periurbana \(inrae.fr\)](#).
- Hernandez Mangones, G. (2006). *Diccionario de economía*. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill.
- Gobierno Regional del Cusco. (2008). PIP “*Mejoramiento carretera Santutis Chico, CC. Pumamarca, Abra San Martín del distrito de San Sebastián - Cusco – Cusco*”.
- Gomero, L. y Meza, R. (2007). *Condiciones socioeconómicas, socio laborales y ambientales de la producción de flores en el Perú*. FEDEPAZ. (archivo PDF). <http://blog.pucp.edu.pe/media/avatar/1140.pdf>

- Gómez Galarza, V. (1988). Tipos de agricultores y cambio tecnológico. El caso del valle del Mantaro. *Perú: El problema agrario en debate SEPIA II*. SEPIA, (2), 93-122.
- Gómez Galarza, V. (1986). Economía Campesina; balance y perspectivas. *Perú: El problema agrario en debate SEPIA I*. SEPIA, (I), 23-52.
- Huaman, R. (2017). *Saberes ancestrales de los agricultores y su relación con el calendario agrícola en la comunidad de Ayarmaca – Pumamarca*. (tesis para optar al grado académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Educación Ambiental y Desarrollo Sostenible, UNEGV).
- Iberico, C. (15 de septiembre del 2014). Se necesita invertir en la floricultura. *Correo* <https://diariocorreo.pe/cultura/carmen-iberico-se-necesita-invertir-en-la-6443/>:
- Jara, O. (2011). *Orientaciones teórico-prácticas para la sistematización de experiencias* (Archivo PDF). [Guía para la Sistematización de Experiencias \(alboan.org\)](http://alboan.org)
- Lacki, P. (1995). Desarrollo Agropecuario: De la dependencia al protagonismo del agricultor. *Desarrollo Rural*, (9).
- Landini, F. (2011). Racionalidad económica campesina. *Mundo Agrario*. CONICET (12)23. <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/>
- Light, D. (1991). La estratificación y la clase social. Light, D., Keller, S. y Calhoun G. (Ed.), *Sociología*, 291. McGraw-Hill.
- Mamáni, M. y Merma, F. (2019). *Competitividad de la floricultura en los invernaderos de la red de productores del distritito de Quiquijana, provincia de Quispicanchi, región Cusco, periodo 2018*. (Tesis de licenciatura en Administración, UNSAAC).

- Manrique Gálvez, N. (2007). Mercado interno, campesinado e historia. *Perú Hoy: mercados globales y desarticulaciones internas*. DESCO.
- Meier, H. (1980). *Tecnología agropecuaria y forestal*. Aedos Editorial.
- Méndez Morales, J. S. (2009). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*. McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Mochón Morcillo, F. (2006). *Principios de economía*. McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U. (archivo PDF). [Principios de economía \(3a. ed.\) \(ula.ve\)](#)
- Molina Gonzáles, J. L. (2004). *Manual de Antropología Económica*. UAB.
- Mulvany, E. (2000). Flores para los incacuna, haua incas y uaccha incas. *Cuadernillos del Instituto Nacional de Antropología y pensamiento latinoamericano*, (19). (archivo PDF). [Flores para los Incacuna, Haua Incas y Uaccha Incas | Mulvany | Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano \(inapl.gov.ar\)](#).
- Navarro, R. E. (2012). *Mercadotecnia Internacional*. Red tercer milenio.
- Novella, R. y Salcedo, R. (2006). Determinantes de la adopción de tecnologías de producción orgánica. El caso del café. *Perú. El problema agrario en debate –SEPIA XI*. SEPIA, (11), 57-94.
- Ochoa, Y. K. (2019). *Cambios socioeconómicos en Ccorao – San Sebastián – Cusco- 2000-2015*. (Tesis de licenciatura en Administración, UNSAAC).
- Olazabal, A. Delperio, B. y Flores, U. (2013). *Planeamiento estratégico de flores*. (Tesis para optar al título de Magister en administración estratégica, PUCP).
- Orozco Hernández, M. E. (2007). Entre la competitividad local y la competitividad global: floricultura comercial en el Estado de México. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (45). <https://convergencia.uaemex.mx/article/view/1360>

- Paullo Nina, A. E., Elorrieta Agramonte, J. I. y Machacuay Romero, S. (2016). *Diseño y aplicación de instrumentos para la gestión del desarrollo económico territorial desde los gobiernos sub nacionales*. Guamán Poma de Ayala.
- Pati, S. (2011). *Crecimiento económico en la comunidad de Huatta en los últimos cinco años*. (Tesis de licenciatura en Antropología, UNSAAC).
- Paño, W. (2017). *Incidencia del Procompite en la productividad y competitividad de los productores de flores en las comunidades campesinas de Pumamarca y Ccorao del distrito de San Sebastian, provincia y región del Cusco, periodo 2014-2015*. (Tesis para optar el título profesional de economista, UAC).
- Razeto Migliaro, L. (1998.) *De la economía popular a la economía de solidaridad en un proyecto de desarrollo alternativo*. Ediciones PET.
- Recharte, H. (2012). *Violencia familiar en la comunidad campesina Ayamarca Pumamarca del distrito de San Sebastián*. (Tesis de licenciatura en Antropología, UNSAAC).
- Rodríguez, C. E. (2009). *Diccionario de economía. Etimológico, conceptual y procedimental*. (Archivo PDF). <https://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Samuelson, P. A. y Nordhausm, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. McGraw-Hill Interamericana.
- SASE Consultores. (2014). *Estudio de evaluación final del proyecto “Mejora de la oferta de flores de producción local, en la región del Cusco” C-10-14*. Fondo Nacional de Capacitación laboral y Promoción del Empleo. (archivo PDF). <C-10-14.pdf> (<fondoempleo.com.pe>)

Templeton, A. (1989). El significado de especie y especiación: una perspectiva genética. En Otte, D. y Endler, J. A. (Eds.). *La especiación y sus consecuencias*. Sinauer, Sunderland MA.

Toro Alvarez, F. (1990). *Desempeño y Productividad*. Cincel.

Uribe Mallarino, C. (2008). *Un modelo para armar. Teorías y conceptos de desarrollo*. Fondo Editorial PUCP. (archivo PDF). [Un modelo para armar.pdf \(pucp.edu.pe\)](#).

Vollmar, A. (2014). *Caso Ilustrativo APOMIPE Flores. Aplicación del enfoque sistémico (MAP/DSM)*. (archivo PDF). [ASOCAM - Caso Ilustrativo - APOMIPE Flores - Aplicación del Enfoque Sistémico MSD - 2014 \(es\).pdf \(shareweb.ch\)](#)

Yepez Chacon, N. R. (2005). *Estudio de mercado de flores regional*. ASODECO.

Zegarra, F. y Guillen, J. (2006). *Prospección arqueológica en la microcuenca de Pumamarca*. (Tesis de licenciatura en Arqueología, UNSAAC).

Código Civil Peruano (CCP). Art. 80. Título II: Asociación. 24 de julio de 1984.

## **Enlaces Web.**

### Imágenes

[Apuntes - Revista Digital De Arquitectura: La Casa Hacienda Pumamárika En Cusco - Propuesta De Restauración Acción Ambiental \(Apuntesdearquitecturadigital.Blogspot.Com\)](#).

### imágenes

[Agricultura. Directorio de empresas, artículos, cultivos y negocios agrícolas \(infoagro.com\)](#)

Encolombia, floricultura, consultado el 24/10/2020.

[Floricultura, cultivo de flores y plantas ornamentales, temas de agronomía](#)

[\(encolombia.com\)](#)

INEI: Cultivo de flores en el Perú, consultado el 12/26/2018.

[Censo Nacional Agropecuario \(CENAGRO\) 2012 - \[Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI\] | Plataforma Nacional de Datos Abiertos.](#)

INEI, Censos distritales, consultado el 08-05-2019.

<http://www.inei.censos.nacionales.2007:xi.de.poblacion.y.vi.de.vivienda>

INFOAGRO, enfermedades, plagas y hongos, consultado el 01/06/2019.

<https://www.bing.com/search?q=infiagro+2017&cvid=011899f88cad497c8140c273c69e9644&aqs=edge..69i57.6818j0j1&pgt=931&FORM=ANNTA1&PC=U531>

Ministerio de Economía y Finanzas, consultado 18-06-2019.

<https://ofi5.mef.gob.pe/invierte/ejecucion/traeListaEjecucionSimplePublica/82857.CaracteristicasGeneralesDelDistrito>

MINEDU – ESCALE, consultado el 18-04-2020.

[http://www. Inicio - ESCALE - Unidad de Estadística Educativa \(minedu.gob.pe\)](http://www.inicio-escala-unidad-de-estadistica-educativa.minedu.gob.pe)

MIDIS – MiDistrito, consultado el 12/02/2019.

[REDinforma - Repositorio Digital de Información - Reporte de Indicadores \(midis.gob.pe\)](http://redinforma.midis.gob.pe)

Municipalidad Distrital de San Sebastián - MDSS, consultado el 15/05/2019.

[Municipalidad distrital de San Sebastián \(munisansebastian.gob.pe\)](http://munisansebastian.gob.pe)

Diario “La república”. El Perú es un campo de flores.

[http://www.larepublica.pe/07-09-2014/el-peru-es-un-campo-de-flores.](http://www.larepublica.pe/07-09-2014/el-peru-es-un-campo-de-flores)

SUNARP, Partidas registrales Pumamarca, consultado el 24/05/2020.

[Ver partidas registrales en el SPRL de Sunarp - Servicio - Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - Gobierno del Perú \(www.gob.pe\)](#)

Memoria descriptiva proyecto carretera Santutis Chico Abra San Martin.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/02-Capitulo-i-Memoria-Descriptiva/80838565.html><http://www.buenastareas.com/ensayos/02-Capitulo-i-Memoria-Descriptiva/80838565.html>

Centro de Comercio Internacional. Importación por tonelada de flores, consultado el 24/5/2019. [Centro de Comercio Internacional – Plataforma Digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y Humanas \(leyderecho.org\)](#)

## ANEXOS

### ANEXO 01

#### OPERACIONALIZACION DE HIPOTESIS

<b>TÍTULO: EXPERIENCIA ECONÓMICA DE LAS FAMILIAS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN WIÑAY ROSAS PUMAMARCA, SAN SEBASTIÁN – CUSCO (2008-2018).</b>	
<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
1.- Adaptación y producción de nuevas especies de flores entre los años 2008 y 2018.	1.1. Nuevas especies de flores de corte adaptadas. 1.2. Proceso productivo de las flores. 1.3. Actores en el proceso productivo florícola. 1.4. Cantidad de producción por cosecha. 1.5. Especialización en la producción de flores.
2.- Uso de nueva tecnología	2.1. Nuevas tecnologías empleadas por las familias de la asociación. 2.2. Motivos de uso de las nuevas tecnologías. 2.3. Percepción de las familias respecto al uso de nuevas tecnologías.
3.- Inserción de las familias al mercado.	3.1. Experiencia en el mercado florícola. 3.2. Fuerza de trabajo. 3.3. Demanda y oferta de las flores. 3.4. Expansión geográfica del mercado florícola. 3.5. Cadena de comercialización. 3.6. Determinantes de los precios de las flores. 3.7. Racionalidad económica de los productores.
3.- Crecimiento económico entre los años 2008 y 2018.	3.1. Elementos determinantes de crecimiento económico después del 2008. 3.2. Ahorro monetario por la producción florícola. 3.2. Calificación crediticia aprobada. 3.3. Cambio de centros de estudio de público a privado de los miembros de las familias de asociación. 3.4. Mayor concurrencia a los centros de salud. 3.5. Adquisición de bienes inmuebles y muebles. 3.6. Percepción del incremento monetario.

## ENCUESTA: FAMILIAS PRODUCTORAS FLORICOLAS DEL SECTOR DE PUMAMARCA

NOMBRE: ..... NUMERO .....

EDAD: .....

SEXO: F  M 

NUMERO DE INTEGRANTES DE LA FAMILIA: .....

## SECCIÓN I: PRODUCCIÓN DE NUEVAS ESPECIES DE FLORES

1.Ud. Cultiva:	
a. A campo abierto.....	1
b. Fitotoldos.....	2
c. Ambos.....	3

3. ¿Quién impulso el cultivo de nuevas especies de flores en la comunidad?	
a. APOMIPE (Helvetas) .....	1
b. otras ONGs .....	2
c. Municipalidad distrital.....	3
d. Interés propio.....	4
e. Otros.....	5

5. ¿Cuáles son los factores que intervienen en la cantidad de la producción?	
a. El Clima.....	1
b. Tiempo de vida de las plantas.....	2
c. La preparación de la tierra .....	3
d. Atención de las plantas .....	4
e. Otros ¿Cuáles?.....	5

6. ¿usted elabora sustrato?	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
a. Siembra en fitotoldo .....	1
b. Campo abierto.....	2
c. Ambos.....	3

8. ¿Utiliza nuevas tecnologías para la producción florícola? SI <input type="radio"/> Continúe NO <input type="radio"/> Termine.	
a. Fitotoldos.....	1
b. Manta térmica .....	2
c. Mochilas Fumigadoras.....	3
d. Mochilas fumigadoras motorizadas.....	4
e. Otros ¿Cuáles?.....	5

2. ¿Cuáles son las nuevas variedades de flores que producen? Y ¿Dónde?, (0) no produce (1) campo abierto, (2) fitotoldo, (3) ambos	
a. Rosas Mejoradas.....	
b. Astromelias.....	
c. Lilium.....	
d. Exofilia.....	
e. Godecias.....	
f. Otros ¿Cuáles?.....	

4. ¿Qué especies cultivaban antes del 2008 y continúan cultivando hasta la actualidad? Y ¿Donde?, (0) no produce, (1) campo abierto, (2) fitotoldo, (3) ambos.	
a. Gladiolo .....	1
b. Cala .....	2
c. Margarita .....	3
d. Crisantemo .....	4
e. Ilusiones .....	5
f. Otros ¿Cuáles?.....	6

7.¿Cuántas personas trabajan en la producción de flores?.....Estos son:	
a. Todos los miembros de la familia.....	1
b. Algunos miembros de la familia.....	2
c. Trabajadores familiares y no familiares.	3
d. Trabajadores no familiares.....	4

9. ¿Qué plagas hongos o enfermedades atacan a las flores?	
.....	
.....	
.....	
.....	

10. ¿Por qué decidió utilizar estas tecnologías?	
1. Rentabilidad.....	1
2. Optimización de la producción.....	2
3. Abastecimiento del mercado .....	3
4. 1 y 2 .....	4

12. ¿Cuáles son los logros alcanzados por el uso de las nuevas tecnologías en la producción florícola?	
1. Rentabilidad.....	1
2. Optimización.....	2
3. Ambos.....	3
4. Otros.....	4

14. ¿Recibió capacitación para la producción de flores? SI <input type="radio"/> continúe NO <input type="radio"/> ase pgta. 17	
15. ¿Qué entidades lo capacitaron?	
a. APOMIPE.....	
b. Municipalidad distrital.....	
c. ONG Imagen.....	
d. Otros.....	

16. ¿Recibió Asistencia técnica para la producción de flores? SI <input type="radio"/> continúe NO <input type="radio"/> pase pgta. 20	
18. ¿Qué entidades la brindaron?	
a. APOMIPE.....	
b. Municipalidad distrital.....	
c. ONG Imagen.....	
d. Otros.....	

11. ¿Las tecnologías que utiliza para la producción florícola son:	
a. Completamente adecuadas? .....	1
b. Regularmente adecuadas? .....	2
c. Nada adecuadas?.....	3

13. ¿Cuántos Fitotoldos ha implementado usted para la producción florícola?	
a. 1 Fitotoldo .....	1
b. 2 Fitotoldos .....	2
c. 3 Fitotoldos .....	3
d. 4 a más Fitotoldos.....	4

15. Ud. Considera que las capacitaciones fueron:	
a Buena.....	1
b. Regular.....	2
c. Mala.....	3

17. Ud. Considera que la asistencia técnica le fue:	
a. Buena.....	1
b. Regular.....	2
c. Mala.....	3

## SECCIÓN II: INSERCIÓN DE LAS FAMILIAS AL MERCADO

18. Ud. ¿Usted contrata mano de obra para la producción florícola? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>
--

19. Ud. ¿Paga a los miembros de su familia por el trabajo que realizan en la producción florícola? SI <input type="radio"/> continúe NO <input type="radio"/> pase Pgta. 20
---

20. ¿Porque?.....  
 .....  
 .....  
 .....

21. ¿Qué cantidad de flores vende a la semana?	
a. Rosas.....	
b. Astromelia.....	
c. Liliium .....	
d. Gladiolo .....	
e. Otros .....	

22. ¿Cuál es el valor en soles de la venta de flores por semana?	
a. De 1 a 200 soles.....	1
b. De 201 a 400 soles.....	
c. De 401 a 600 soles.....	2
d. De 601 a 800 soles.....	3
e. De 801 a más soles.....	4
	5

23. Expansión del mercado florícola:	
a. Local.....	1
b. Distrital.....	2
c. Provincial.....	3
d. Regional.....	4
e. Nacional.....	5

24. ¿Dónde vende sus flores?	
a. Mercado de Tancarniyoc.....	1
b. Mercado de Vinocanchon....	2
c. Mercado de Huancaro.....	3
d. Mercado de San Pedro.....	4
e. Otros.....	5

25. ¿Es suficiente la producción de flores para la venta? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Por qué?	
.....	
.....	
.....	

26. La venta es:	
a. Directa.....	1
b. Al Acopiador.....	2
c. Ambos.....	3

27. ¿Qué factores determinan los precios de las flores?	
a. Mayor demanda del producto.....	1
b. Escases del producto en el mercado.....	2
c. Ambos.....	3
d. Otros .....	4

28. ¿En qué días festivos cuestan más las flores?	
a. Día de la madre .....	1
b. Todos santos.....	2
c. Año nuevo.....	3
d. Día de los enamorados .....	4
e. otros ¿Cuáles?.....	5

29. La venta es:	
a. Al por mayor.....	1
b. Al por menor.....	2
c. Ambos.....	3

30. Vende a los acopiadores en la comunidad	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	

### SECCIÓN III: CRECIMIENTO ECONÓMICO

31. ¿Antes de la producción en fitotoldos sus hijos estudiaban en?	
a. Institución Educativa Pública.....	1
b. Institución Educativa Privada.....	2
c. Ambos.....	3
d. No tiene hijos .....	4

32. ¿Tiene hijos estudiando? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
Sus hijos estudian en :	
a. Institución Educativa Pública.....	1
b. Institución Educativa Privada.....	2
c. Ambos.....	3

33. ¿Cómo financia sus estudios?	
a. Con la ganancia de la producción florícola	1
b. Con otros ingresos.....	2
c. Ambos.....	3

34. Antes de la producción florícola, en caso de enfermedad, Usted:	
a. Se curaba con medicina tradicional y/o curandero .....	1
b. Acudía a la posta medica.....	3
c. Ambos.....	4
d. otros.....	5
	6

35. En la actualidad usted se:	
a. Se cura con medicina tradicional y/o curandero	1
b. Se cura en casa.....	2
c. Clínica .....	3
d. Clínica .....	4
d. Centro de salud, (Posta medica) .....	5
e. Acude a la farmacia.....	6

36. El gasto en una visita médica por lo general es:	
a. Menos de 50 soles.....	1
b. De 51 a 100 soles.....	2
c. De 101 soles a más.....	3
d. No gasta	4

<b>37. ¿Cuenta con algún ahorro económico por la producción florícola?</b> SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
<b>Usted ahorra para:</b>	
a. Emergencias .....	1
b. Equipamiento para la producción florícola .....	2
c. Adquisición de bienes inmuebles .....	3
d. Otros.....	4

<b>38. ¿Cómo financia sus atenciones médicas?</b>	
a. Con la ganancia de la producción florícola	1
b. Con otros ingresos.....	2
c. Ambos.....	3
d. No gasta .....	4

<b>39. Lugar de ahorro</b>	
a. Institución bancaria.....	1
b. Institución financiera .....	2
c. casa .....	3
d. No ahorran .....	4

<b>40. ¿Alguna vez sacaste algún préstamo financiero, o sabes si te podrías acceder a alguno?</b>	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> No Saben <input type="radio"/>	

<b>41. ¿A comprado algún carro?</b>	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
<b>44. ¿En qué año lo adquirió?</b>	
a. Antes del 2008.....	1
b. Entre 2008 – 2018 .....	2
c. No adquirieron .....	3

<b>42. ¿Cómo financio su compra vehicular?</b>	
a. Con la ganancia de la producción florícola	1
b. Con otros ingresos.....	2
c. Ambos.....	3

<b>43. A adquirido alguna casa, terreno, fitotoldo o puesto de mercado últimamente:</b> SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	
<b>¿Cómo lo financiaría?</b>	
a. Con la ganancia de la producción florícola...	1
b. Con otros ingresos.....	2
c. Ambos.....	3

<b>44. Usted cree que ha incrementado sus ingresos a través de la producción y venta florícola:</b>	
SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>	

## **GUIA ENTREVISTA.**

### **SECCIÓN I: PRODUCCIÓN DE NUEVAS ESPECIES DE FLORES.**

- Motivo de actividad florícola.
- Descripción de la venta en el mercado.
- Especies de flores producidas anteriormente.
- Especies de flores producidas actualmente.
- Procedencia de las nuevas especies de las flores.
- Nuevas especies de flores producidas.
- Actores en el proceso productivo de la flor.
- Roles de género en la producción y venta florícola.
- Manejo de plagas, enfermedades y/o hongos

### **SECCIÓN II: INSERCIÓN DE LAS FAMILIAS AL MERCADO.**

- Factores que influyen en el precio del mercado.
- Determinación de precios.
- Características de los clientes (Caseritos).
- 

### **SECCIÓN III: CRECIMIENTO ECONÓMICO.**

- Otras actividades que les generan ingresos económicos.
- Expansión del mercado florícola.
- Percepción de incremento monetarios.
- Calificación crediticia.
- Atención médica.
- Ahorro.
- Mejora en la educación de los hijos gracias al ingreso económico brindado por la producción florícola.

## **GUÍA DE OBSERVACIÓN.**

- Proceso productivo de las flores.
- Técnicas de producción de flores.
- Racionalidad económica.
- Venta de flores.

## PANEL FOTOGRAFICO

EXPERIENCIA ECONÓMICA DE LAS FAMILIAS INTEGRANTES DE LA ASOCIACIÓN WIÑAY ROSAS PUMAMARCA, SAN SEBASTIÁN – CUSCO (2008-2018).

1. Cultivo y producción de nuevas especies de flores.



2. Uso de tecnologías innovadoras.



3. Inserción al mercado



3. Crecimiento Económico.





*Integrantes de una familia de la asociación realizando la siembra de flores en el fitotoldo. Se aprecia surcos pequeños, alambres de tutorado y tuberías del sistema de riego por goteo.*



*Productora realizando el desmalezamiento del cultivo de espárragos.*



*Poda de rozas de corte.*



*Compostaje para preparación de sustrato (cama) para las rosas.*



*Arbustos de rozas desechados por vejez.*



*Cosecha de flores.*



*Expendio de flores en el mercado Vinocanchon.*



*Venta en el mercado Huancaro.*



*Venta en el mercado Tancarniyoc.*



*Gladiolos en baldes con agua, que permiten mantener las flores frescas.*



*Rosas en baldes con agua, que permiten mantener las flores frescas.*



*Ramos de flores empaquetados para la venta.*



*Vehículo y casa de material noble de familia de la asociación.*



*Fitotoldos en Pumamarca.*



*Fitotoldos en Pumamarca.*



*Tesista durante el trabajo de campo.*



*Tesista durante el trabajo de campo.*



*Tesistas durante el trabajo de campo.*



*Tesista durante el trabajo de campo.*



*Puesto de venta de flores, en el mercado Tancarniyoc.*



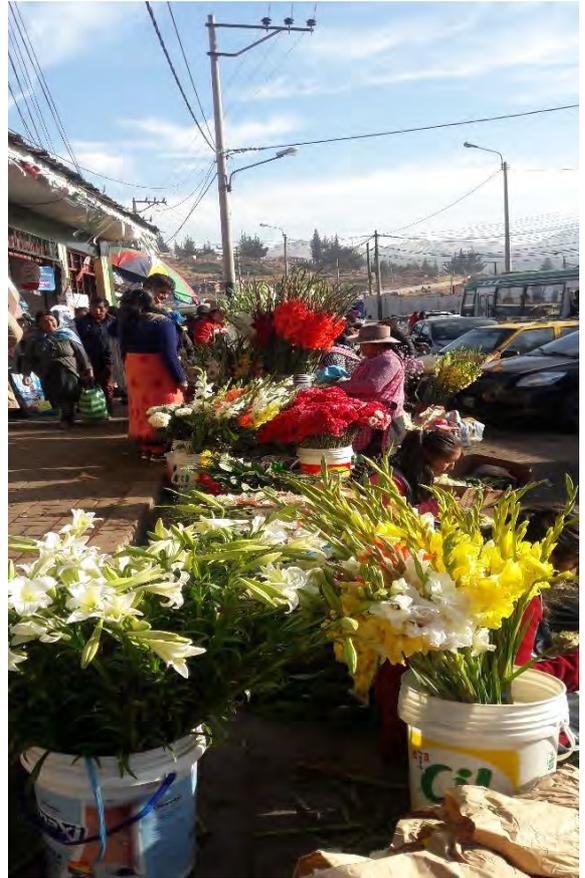
*Puesto de venta de flores, en el mercado Vinocanchon.*



*Sección de expendio de flores, en el mercado Vinocanchon.*



*Sección de expendio de flores, Vinocanchon.*



*Sección de expendio de flores, Huancaro.*



*Puesto de venta de flores en el mercado Huancaro.*



*Expendio de flores en calles aledañas al mercado Qasqaparo.*



*Expendio de flores en calles aledañas al cementerio de San Sebastián.*

**VARIEDADES DE ROSAS**









**VARIETADES DE ASTROMELIAS**







LILIUM



**VARIETADES DE FLORES EN PRODUCCION Y EN RAMOS**



Ramos de rosas con acompañamiento de espárragos, 2016.





