



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABADEL
CUSCO**

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO REGIONAL**

TESIS

**POBREZA MONETARIA Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO
DE BIENES AGRÍCOLAS Y MANUFACTURADOS DE LOS
HOGARES RURALES DEL DISTRITO DE TINTA – CUSCO**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ECONOMÍA MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO
REGIONAL**

AUTOR:

Br. IVAN CCALLO MAMANI

ASESOR:

Dr. ESCOLASTICO AVILA COILA

ORCID 0000-0002-7214-9133

CUSCO – PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

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

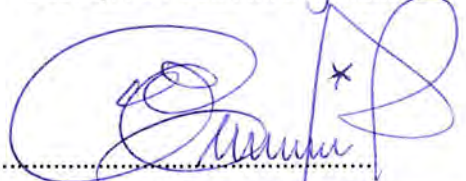
El que suscribe, asesor del trabajo de investigación/tesis titulado: "Pobreza monetaria y su relación con el consumo de bienes agrícolas y manufacturados de los hogares rurales de distrito de Finta - Cusco" presentado por: Ivan Ceallo Mamani con Nro. de DNI: 45798902, para optar el título profesional/grado académico de: Maestro en Economía mención Gestión Pública y Desarrollo Regional. Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 01 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 10%.

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 hoja del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 3 de Agosto de 2023



Firma

Post firma: Dr. Ecaterina Avila Coyla

Nro. de DNI: 23956786

ORCID del Asesor: 0000-0002-7214-9133

SE ADJUNTA:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio
2. Enlace del Reporte generado por el sistema antiplagio: unsaac.turnitin.com/viewer/submission/aid:272529:250715511?locale=es-MX

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS MAESTRÍA IVAN CCALLO MAMAN I.pdf

AUTOR

IVAN CCALLO MAMANI

RECUENTO DE PALABRAS

61094 Words

RECUENTO DE CARACTERES

280262 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

199 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

4.1MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 3, 2023 10:24 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 3, 2023 10:27 AM GMT-5**● 10% de similitud general**

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

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

DEDICATORIA

Al valiente pueblo de Cusco, Apurímac, Ayacucho, Arequipa, Puno y las demás regiones que están luchando por su libertad y dignidad.

Este trabajo está dedicado a la memoria de Wilbert Callo Mamani, quien me enseñó los valores y la fortaleza que se debe seguir en este mundo lleno de injusticia, quien también fue un segundo padre para mí.

A Stefanie Lucia Aguirre Olivera, a mis padres Mariano Ccallo Huallpa, Simona Mamani Mamani, a mis hermanos Maruja Callo Mamani, Benito Ccallo Mamani, a Luis Mario, a Yessica, Miguel Angel, Gabriel, Santiago Leopoldo, Mariana, Alejandro, Ivon y Rafaela.

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento a la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, a la Maestría en Economía, Mención Gestión Pública y Desarrollo Regional. A su cuerpo docente quienes me incursionaron satisfactoriamente en el estudio de la economía de los pueblos rurales andinos, así como por los valiosos conocimientos que implantaron en mi persona.

Al Dr. Escolástico Ávila Coila, quien fue pieza clave en el desarrollo del presente trabajo de tesis. No hubiera sido posible llegar a los resultados obtenidos, de no ser por su vasto conocimiento en el tema y su buen manejo metodológico que permitió dar forma y sustento a la estructura del trabajo de investigación.

A todas las personas que fueron parte de las incansables conversaciones en temas de economía rural andina, del cual pude nutrirme de conocimientos básicos y avanzados. A la Escuela Profesional de Arqueología, en donde me formé como profesional y en el que descubrí lo complejo que es el estudio del Área Andina del pasado y del presente.

ACRÓNIMOS

HRn: Hogar Rural

INEI: Instituto Nacional de Informática y Estadística

MIDAGRI: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

SISAP: Sistema de Información de Abastecimiento y Precios

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ACRÓNIMOS.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
LISTA DE TABLAS.....	ix
LISTA DE FIGURAS.....	xii
LISTA DE ILUSTRACIONES.....	xiv
RESUMEN.....	xv
RESUMO.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.- Situación problemática.....	1
1.2.- Formulación del problema objeto de investigación.....	5
a.- <i>Problema general</i>	5
b.- <i>Problemas específicos</i>	5
1.3.- Justificación de la investigación.....	5
1.4.- Objetivos de la investigación.....	6
a.- <i>Objetivo general</i>	6
b.- <i>Objetivos específicos</i>	6
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	8
2.1.- Bases teóricas.....	8

2.1.1.- <i>Mercado y el equilibrio</i>	8
2.1.2.- <i>Ferias rurales</i>	12
2.1.3.- <i>Teorías sobre pobreza monetaria</i>	14
2.1.4.- <i>Teoría de la conducta del consumidor</i>	16
2.1.5.- <i>Valor del dinero</i>	19
2.1.6.- <i>Teoría del productor agrícola</i>	21
2.2.- Marco Conceptual.....	22
2.3.- Antecedentes empíricos de la investigación.....	24
CAPÍTULO III	30
HIPÓTESIS Y VARIABLES	30
3.1.- Hipótesis.....	30
a.- <i>Hipótesis general</i>	30
a.- <i>Hipótesis específicas</i>	30
3.2.- Identificación de variables e indicadores.....	30
3.3.- Operacionalización de variables.....	33
CAPÍTULO IV	35
METODOLOGÍA	35
4.1.- <i>Ámbito de estudio: localización política y geográfica</i>	35
4.1.1.- <i>Ubicación política y geográfica del distrito de Tinta</i>	35
4.1.2.- <i>Ubicación geográfica de la feria semanal del distrito de Tinta</i>	37
4.1.3.- <i>Características climatológicas</i>	38
4.1.4.- <i>Características geográficas</i>	39
4.1.5.- <i>Vías de acceso</i>	39
4.1.6.- <i>Aspectos demográficos</i>	39
4.1.6.1.- <i>Evolución de la población</i>	40
4.1.7.- <i>Situación de pobreza en el distrito</i>	41
4.1.8.- <i>Aspectos sociales</i>	41

a.- <i>Salud</i>	41
b.- <i>Educación</i>	42
c.- <i>Vivienda y sanidad</i>	44
4.1.9.- <i>Aspectos económicos</i>	47
a.- <i>Población en edad de trabajar en el Área Rural del distrito de Tinta (PET)</i>	47
b.- <i>Actividad agropecuaria</i>	48
c.- <i>Turismo</i>	49
d.- <i>Comercialización</i>	49
4.2.- Tipo y nivel de investigación.....	50
4.3.- Unidad de análisis.....	51
4.4.- Población de estudio.....	51
4.5.- Selección de la muestra.....	51
4.6.- Tamaño de muestra.....	51
4.7.- Técnicas de selección de muestra.....	52
4.8.- Técnicas de recolección de información.....	53
4.9.- Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	54
CAPÍTULO V	55
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	55
5.1.- Implementación de base de datos procedente de fuente secundaria.....	55
5.1.1.- <i>Desarrollo del índice de precios al consumidor, Periodo 2019 – 2022 (agosto)</i>	56
5.1.2.- <i>Desarrollo de precios de principales productos agrícolas y manufacturados en el mercado de la Región Cusco (precios mínimos y precios máximos), (X mes) (años 2019, 2020, 2021 y 2022)</i>	69
a.- <i>Precios de productos agrícolas en la Región Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022</i>	69
b.- <i>Precios de arroz y papa en el mercado de Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022</i>	75

c.- <i>Desarrollo de precios del aceite, azúcar y fideos en el mercado de Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022</i>	81
5.2.- <i>Precios de los productos agropecuarios y manufacturados en la feria semanal del distrito de Tinta</i>	88
5.3.- <i>Presentación de resultados y análisis de la encuesta desarrollada en la feria semanal del distrito de Tinta</i>	89
5.3.1.- <i>Consideraciones básicas de los jefes y jefas de hogar concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta</i>	89
a.- <i>Edad y sexo</i>	89
b.- <i>Comunidad Campesina/Anexo</i>	90
c.- <i>Número de hijos de muestras representativas</i>	91
5.3.2.- <i>Actividad económica de los hogares rurales del distrito de Tinta</i>	92
5.3.3.- <i>Aspectos Sociales de los hogares rurales del distrito de Tinta</i>	95
a.- <i>Salud</i>	95
b.- <i>Educación</i>	95
c.- <i>Tipo de vivienda</i>	96
d.- <i>Saneamiento básico</i>	98
5.3.4.- <i>Ingresos monetarios</i>	98
5.3.5.- <i>Consumo de bienes agropecuarios y manufacturados</i>	104
5.3.5.1.- <i>Cantidad de gasto</i>	111
5.3.6.- <i>Ahorro</i>	112
5.3.7.- <i>Análisis comparativo de datos</i>	116
a.- <i>Precios de productos manufacturados según SISAP y según la feria semanal del distrito de Tinta</i>	116
b.- <i>Ingresos Vs Gastos por consumo semanal</i>	123
c.- <i>Ahorro VS saldo de ingresos monetarios totales y gasto total de consumo semanal</i>	135
5.3.8.- <i>Discusión</i>	139
CONCLUSIONES	144
RECOMENDACIONES	146

BIBLIOGRAFÍA.....	147
ANEXOS.....	150

LISTA DE TABLAS

TABLA 01: Operacionalización de variables.....	33
TABLA 02: Comunidades Campesinas y Anexos del distrito de Tinta.....	35
TABLA 03: Población de la provincia de Canchis y del distrito de Tinta.....	40
TABLA 04: Evolución de la población del distrito de Tinta.....	40
TABLA 05: Evolución de la incidencia de la pobreza del distrito de Tinta.....	41
TABLA 06: Establecimientos de salud de la provincia de Canchis y del distrito de Tinta.....	42
TABLA 07: Población entre varones y mujeres según nivel educativo alcanzado en el Área Rural del distrito de Tinta.....	43
TABLA 08: Población entre varones y mujeres por grupos de edad y nivel educativo alcanzado en el Área Rural del distrito de Tinta.....	44
TABLA 09: Viviendas particulares por material de construcción predominante en las paredes exteriores y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta....	45
TABLA 10: Viviendas particulares por tipo de procedencia del agua y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta.....	45
TABLA 11: Viviendas particulares por disponibilidad de servicio higiénico en la vivienda y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta.....	46
TABLA 12: Viviendas particulares por disponibilidad de alumbrado eléctrico por red pública en la vivienda y total de ocupantes presentes, en el Área Rural del distrito de Tinta.....	47
TABLA 13: Población en edad de trabajar (PET) en el Área Rural del distrito de Tinta....	47
TABLA 14: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor a Nivel Nacional, según división de consumo (por año).....	57
TABLA 15: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2019.....	65
TABLA 16: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2020.....	66
TABLA 17: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2021.....	67

TABLA 18: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – agosto 2022.....	68
TABLA 19: Desarrollo de precios de principales productos agrícolas en el departamento del Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y agosto de 2022 (en soles).....	72
TABLA 20: Desarrollo de precios de papa y arroz en el Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto) (en soles) (Kilogramo).....	77
TABLA 21: Desarrollo de precios de aceite, azúcar y fideos en el Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto) (en soles) (Kilogramo).....	83
TABLA 22: Precios de principales productos ofertados y demandados en la feria semanal del distrito de Tinta.....	88
TABLA 23: Integrantes del hogar, padre/madre y suegros.....	91
TABLA 24: Integrantes del hogar, Esposos/convivientes/viudo(a) y tíos.....	91
TABLA 25: Integrantes del hogar, Hijos y nietos.....	91
TABLA 26: Actividad económica de los hogares rurales del distrito de Tinta, donde x representa la presencia del producto, pero no especifica la cantidad.....	94
TABLA 27: ¿Su comunidad/Anexo tiene centro de Salud?.....	95
TABLA 28: ¿A dónde acude cuando se enferma?.....	95
TABLA 29: ¿Su comunidad/Anexo tiene centro Educativo?.....	96
TABLA 30: ¿A dónde concurren sus hijos a estudiar?.....	96
TABLA 31: Materiales de construcción.....	97
TABLA 32: Nivel de construcción.....	97
TABLA 33: Piso de la vivienda.....	97
TABLA 34: Ventanas.....	97
TABLA 35: ¿Su vivienda tiene agua y desagüe estable?.....	98
TABLA 36: ¿Su vivienda qué tipo de baño posee?.....	98
TABLA 37: Montos de gasto medido en términos generales.....	111
TABLA 38: ¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?.....	114
TABLA 39: Lugar de donde sacan la diferencia faltante para cubrir sus gastos de consumo.....	115
TABLA 40: Precios de principales productos ofertados y demandados en la feria semanal del distrito de Tinta y precios según el SISAP, medido en Kg. y Lt.....	118

TABLA 41: Cantidad de saldo de dinero después de haber destinado para los gastos de consumo.....	131
--	-----

LISTA DE TABLAS BASE DE ANEXOS

TABLA 01: Integrantes del hogar de las muestras seleccionadas, donde HRn representa Hogar Rural 1, 2...n.....	160
TABLA 02: Aspectos Sociales – Salud	161
TABLA 03: Aspectos Sociales – Educación.....	162
TABLA 04: ¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?.....	163

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: Tendencia al alza y baja de precios de principales productos de consumo.....	59
FIGURA 02: Desarrollo de los precios del arroz y la papa en algunas de sus variedades.....	80
FIGURA 03: Desarrollo de precios de nueve principales productos agrícolas y manufacturados (SISAP).....	87
FIGURA 04: Grupos de edad concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta.....	89
FIGURA 05: Lugar de origen de los encuestados concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta.....	90
FIGURA 06: Porcentaje de productos agrícolas llevados a la feria semanal para la venta.....	99
FIGURA 07: Porcentaje de productos pecuarios llevados a la feria semanal para la venta.....	100
FIGURA 08: Porcentaje de otros ingresos monetarios de los hogares rurales.....	102
FIGURA 09: Ingresos monetarios por venta de productos agrícolas, pecuarios y otros ingresos.....	103
FIGURA 10: Ingresos monetarios totales por semana.....	103
FIGURA 11: Porcentaje de consumo de bienes agropecuarios de los hogares rurales.....	104
FIGURA 12: Porcentaje de consumo de bienes manufacturados de los hogares rurales.....	106
FIGURA 13: porcentaje de consumo de bienes no alimentarios.....	106
FIGURA 14: Porcentaje de hogares rurales que compran productos fuera de la feria semanal.....	107
FIGURA 15: Gasto por consumo de bienes agropecuarios, manufacturados y otras compras.....	109
FIGURA 16: Gasto monetario por consumo por semana.....	109
FIGURA 17: ¿Si sube el precio de los productos manufacturados, aun así, compra la misma cantidad que adquiere regularmente?.....	110

FIGURA 18: ¿Cuánto ahorra del total de sus ingresos?.....	112
FIGURA 19: ¿Guarda dinero en el Banco?.....	113
FIGURA 20: ¿Usted presta su dinero?.....	116
FIGURA 21: Ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios VS consumo de productos agropecuarios y manufacturados.....	124
FIGURA 22: Ingresos monetarios totales por venta de productos agropecuarios VS suma del gasto total por consumo de productos agropecuarios y manufacturados.....	126
FIGURA 23: Ingresos monetarios totales por concepto de otros ingresos VS suma del gasto total por consumo de productos agropecuarios y manufacturados.....	128
FIGURA 24: Ingresos monetarios totales VS gasto total en consumo de productos agropecuarios y manufacturados semanal.....	130
FIGURA 25: Ahorro señalado por el jefe de hogar VS saldo de ingresos monetarios totales y gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados semanal.....	138

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 01: Mapa de ubicación del distrito de Tinta.....	36
ILUSTRACIÓN 02: Imagen satelital que muestra la Plaza de Armas del distrito de Tinta donde se realiza la feria semanal.....	37
ILUSTRACIÓN 03: Vista que describe la feria semanal desarrollada en la Plaza de Armas del distrito de Tinta.....	38

RESUMEN

El presente trabajo de tesis corresponde a una investigación de la ciencia económica, respecto a los ingresos monetarios y su incidencia en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta. El estudio fue desarrollado principalmente en la feria semanal del distrito, perteneciente a la provincia de Canchis, Región Cusco, en el año 2022. No obstante, también se utilizó información secundaria correspondiente al alza y baja de precios de principales productos desde el año 2019 hasta agosto de 2022, mes en el que se aplicó las encuestas respectivas.

La investigación describe los ingresos monetarios y su incidencia en el consumo de bienes alimentarios, lo cual determina el grado de pobreza monetaria de los hogares rurales. El consumo se realiza en la feria semanal y en otros días de la semana, en el que se pudo determinar que su incidencia no es significativa en comparación con otros gastos por consumo correspondientes a educación y transporte especialmente. A ello se debe añadir que el alza de los precios no es un condicionante para que la pobreza monetaria persista en estos hogares. También se debe añadir que la realidad geográfica tiene un papel preponderante en el gasto por consumo de bienes alimentarios y no alimentarios debido a su condición agreste. Así, todos estos factores hacen que no se tengan ahorros, ni tampoco una preferencia por incursionar en el mundo financiero con bancos, lo cual implica que su dinero no genera renta alguna.

La información obtenida debe ser considerada por el gobierno y el sector público para que se implementen adecuadas políticas públicas en el área rural, en vista de que las actuales no están dando los impactos esperados y necesarios.

Palabras clave: pobreza, consumo, dinero, rural

RESUMO

A presente tese corresponde a uma investigação da ciência económica, sobre os rendimento monetário e o seu impacto no consumo de bens agrícolas e manufacturados das famílias rurais do distrito de Tinta. O estudo foi desenvolvido principalmente na feira semanal do distrito, pertencente à província de Canchis, região de Cusco, no ano de 2022, no entanto, foi utilizada informação secundária correspondente à alta e queda dos preços do ano de 2019 a agosto de 2022, mês em que foram aplicados os respectivos inquéritos.

A investigação descreve o rendimento monetário e o seu impacto no consumo de bens alimentares, o que determina o grau de pobreza monetária das famílias rurais. O consumo ocorre na feira semanal e nos demais dias da semana, nos quais se constatou que sua incidência não é significativa em comparação com outras despesas de consumo correspondentes à educação e transporte, principalmente. A isto deve acrescentar-se que a subida dos preços não é condição para a persistência da pobreza monetária nestes agregados familiares. Acresce ainda que a realidade geográfica desempenha um papel preponderante nas despesas de consumo alimentar e não alimentar, devido ao seu estado agreste. Assim, todos estes fatores fazem com que não tenha poupança, nem preferência por se aventurar no mundo financeiro com os bancos, o que implica que o seu dinheiro não gera qualquer rendimento.

As informações obtidas devem ser consideradas pelo governo e setor público, para que políticas públicas adequadas sejam implementadas no meio rural, visto que as atuais não estão dando os impactos esperados e necessários.

Palavras-chave: pobreza, consumo, dinheiro, rural

INTRODUCCIÓN

El trabajo de tesis intitulada “POBREZA MONETARIA Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO DE BIENES AGRÍCOLAS Y MANUFACTURADOS DE LOS HOGARES RURALES DEL DISTRITO DE TINTA - CUSCO”, es producto de la investigación económica realizada en los hogares rurales del distrito de Tinta, de la provincia de Canchis, Región Cusco, en la feria semanal llevada a cabo en la plaza de armas de la capital del distrito, desarrollada los días jueves, en el que se realizan las compras y ventas efectuadas por los jefes y jefas de hogar.

El trabajo de investigación de tesis se desarrolló con la finalidad de describir la manera cómo los ingresos monetarios inciden en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados y cómo estos tienen efectos en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta. Para tal efecto, se analizó las transacciones de compra y venta que se desarrollan en la feria semanal del distrito, el cual permitió ver los ingresos monetarios de los hogares rurales y el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados en 2022. Por otro lado, también se pudo ver que el gasto por consumo mayor de los hogares rurales no es en bienes alimentarios, sino en otros gastos como el de educación de sus integrantes en edad de estudiar, así como en transporte de los integrantes del hogar, los cuales están en función de la realidad geográfica. Estos resultados posibilitan tener una mirada más amplia del funcionamiento de la economía campesina con lo cual se pueden plantear políticas públicas acorde a la realidad del Área Rural del distrito de Tinta.

El presente trabajo de tesis está planteado en cinco capítulos estructurados de la siguiente manera: En el Capítulo I, se describe el planteamiento del problema, la formulación del problema objeto de investigación del cual se tiene la interrogante general ¿De qué manera el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados inciden en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022? De igual modo, se describen el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.

El Capítulo II, comprende el marco teórico conceptual, en el que se describe las bases teóricas consideradas, los cuales dieron soporte teórico a la investigación. De igual manera, se tiene el marco conceptual, en el que se expone los principales conceptos utilizados en todo el trabajo. También se explica los antecedentes de investigaciones realizadas en otros lugares como Bolivia, así como los desarrollados a nivel regional, al igual que los estudios realizados de la pandemia por COVID 19.

El Capítulo III, contempla las hipótesis y variables, en el que se tiene la hipótesis general y las específicas, la identificación de variables e indicadores tanto de la variable independiente como de la dependiente, así como la tabla de la operacionalización de variables.

El Capítulo IV, comprende la metodología utilizada durante la investigación, en el que se consideró el ámbito de estudio, la localización del distrito de Tinta y del espacio donde se desarrolla la feria semanal; aspectos demográficos, evolución de la población, situación de la pobreza del distrito, aspectos sociales y económicos. De igual modo, se expone el tipo y nivel de investigación, la unidad de análisis, la población de estudio, la selección de la muestra, el tamaño de muestra, las técnicas de selección de muestra, las técnicas de recolección de información y las técnicas de análisis e interpretación de la información.

El Capítulo V, describe los resultados y discusión. En este capítulo se expone el resultado del trabajo de campo y gabinete realizado a lo largo de toda la investigación, presentado en cuadros, figuras y descripción de los resultados, así como la discusión realizada en base a la información recogida en campo.

Finalmente, se tiene la exposición de las conclusiones a las que se arribó, las recomendaciones planteadas, la bibliografía, los anexos comprendidos por la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de información y el registro fotográfico.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.- Situación problemática

Durante muchos años, la economía del área rural, al que también se la conoce como economía campesina, ha sido estudiada desde sus respectivos sectores productivos. El agrícola, ganadero y manufacturero fueron los principales ejes temáticos de análisis. Los resultados obtenidos han llevado a extensas discusiones de la naturaleza de la economía campesina y por tanto de la pobreza rural (Ver INEI, Mapa de Pobreza).

En el Perú, la pobreza monetaria tiene una diferencia marcada entre el área de residencia urbana y rural. Para el año 2009, los datos muestran que se tenía 21.3% en las zonas urbanas y 66.7% en la rural. Para el año 2017, se tuvo para la residencia urbana un 15.1% y para la residencia rural 44.4% (INEI). Estas informaciones muestran una diferencia de 45.4% para el 2009 y 29.3% para el año 2017, de donde se deduce que la reducción de la pobreza monetaria rural alcanzó un 16.1%, entre 2009 a 2017, lo que se entiende que la política de reducción de la pobreza monetaria en la zona rural tuvo mayor atención que en años anteriores a los indicados.

En el caso particular de la sierra del Perú, se tiene una tendencia positiva en la reducción de la pobreza monetaria, siendo para el año 2009 de 48.9% de pobres monetarios y para el 2017 alcanza una cifra de 31.6%, lo que significa que se redujo en 17.3%, mientras que para el 2018 se tiene un estimado de 30.4%, 1.2% menos que para el 2017 (INEI).

La evolución de la incidencia de la pobreza monetaria en el dominio geográfico de la sierra rural presenta importantes resultados en los últimos tres años (2019, 2020 y 2021), donde se incluye la etapa de la pandemia por COVID 19. Por ejemplo, en el año 2019 la incidencia de la pobreza monetaria alcanzó el 45.2% y para el 2020 el 50.4% (INEI-Evolución de la Pobreza Monetaria 2010 - 2021), es decir una diferencia de 5.2% que

representa un incremento en la incidencia de la pobreza monetaria significativa. Sin embargo, para el año 2021, en la sierra rural la incidencia de la pobreza monetaria alcanzó el 44.3%, es decir 6.1% menor al 2020 (INEI-Evolución de la Pobreza Monetaria 2010 - 2021).

Esta variación porcentual de los tres años, se debe al confinamiento dado por la pandemia, la cual hizo que se tenga este incremento de la pobreza monetaria en 2020 y un descenso en 2021. A primera impresión, ello sugiere que las políticas públicas reaccionaron de manera positiva y lograron reducir la pobreza monetaria pasado el año crítico de confinamiento por el COVID 19 (2020), sin embargo, el patrón de consumo en los hogares rurales no cambió durante este periodo crítico de pandemia, generando así similar gasto en el consumo.

Respecto a la variación del Índice de Precios al Consumidor presentado por el INEI, en 2022 (periodo enero-agosto), a nivel del Perú se tiene un alza de 6.13%, y en la tasa anual de setiembre de 2021 a agosto de 2022, se tiene una variación de 8.40%. Respecto al mes de agosto de 2022, el índice de precios a nivel nacional fue de 0.67% (INEI – variación de los Indicadores de precio de la Economía, Agosto, 2022), lo que representa una baja de la variación porcentual del precio de los productos ofertados en los mercados de las principales ciudades a nivel nacional, y que se refleja en los mercados y ferias rurales.

En cuanto a la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor a nivel nacional, según división de consumo, se tiene que en agosto los alimentos y bebidas no alcohólicas fue de 1.71%, y en el periodo enero a agosto de 2022 se tiene una variación porcentual de 11.06%. Al desagregar esta información, los productos que tuvieron un incremento en el precio fueron el Pan y los Cereales los cuales alcanzaron un 11.29%; Leche, queso y mariscos en un 19.00%; Aceites y grasas en 6.74%; Frutas en 8.47%; Hortalizas en 16.57%; Azúcar y otras presentaciones en 20.32% y Otros productos alimenticios en 11.61% (INEI – variación de los Indicadores de precio de la Economía, agosto, 2022).

Se deduce que en la región Cusco, particularmente en el distrito de Tinta, este fenómeno de la variación del índice de precios tuvo repercusiones, del que se puede decir que, a nivel

regional, se tuvo un impacto negativo en la economía rural, donde algunos productos manufacturados básicos son necesariamente adquiridos por los jefes de hogar, tal es el caso del azúcar, que tuvo un alza de 20.32% en el periodo enero – agosto de 2022, siendo el producto que tuvo mayor incremento en los precios. Sin embargo, para el mes de agosto se tuvo un incremento en el precio en 1.27%, aumento del precio que de alguna manera afectó la economía rural de Tinta. Esta variación de precios, hacen que la cantidad de productos que el campesino trae a la feria semanal del distrito, no estén en equilibrio o sean beneficiosos para sus hogares, porque en muchos casos puede que estén dando resultados negativos en el ingreso del hogar y el gasto en la canasta básica familiar, lo cual incide en la pobreza monetaria de los hogares del distrito de Tinta.

Esto puede reflejarse cuando se comparan los datos de la variación porcentual de los precios de las Hortalizas, legumbres y tubérculos, siendo la producción mayoritaria del hogar rural del distrito de Tinta, con el del Azúcar y otras presentaciones, en una diferencia de 16.57% y 20.32% respectivamente, es decir un contraste de 3.75% entre ambos productos, que representa un alza en el precio del azúcar mayor al de hortalizas, legumbres y tubérculos. Ello significa que cuando el jefe del hogar rural del distrito de Tinta trae sus productos (hortalizas, legumbres y tubérculos) a la feria semanal, el precio al que vende, no tiene similar incremento al del azúcar, porque hace que venda más bienes producidos por él mismo y gaste más en comprar azúcar, entonces sus ingresos por venta son menores a los por consumo. A ello se debe añadir que la feria semanal se da un día a la semana y cuatro al mes, lo que implica que la disposición de efectivo o activo líquido sea cuatro días por mes principalmente y no los días que involucre cada mes determinado, afectando así al flujo del dinero de los hogares rurales.

Por otra parte, el estudio de la economía rural, fue abordado por muchos investigadores a finales del siglo XX. Por ejemplo, Adolfo Figueroa, en sus estudios de economía campesina, menciona que se compone de tres sectores productivos: “bienes agrícolas, bienes pecuarios, artesanías y construcción, así como mano de obra para la exportación como trabajo eventual.” (Figueroa, 1989).

Uno de los aspectos importantes de la economía rural, es que la producción como el consumo están directamente relacionados, distinto al tipo de economía que opera por separado en las ciudades, con la presencia de centros de abastos, centros comerciales, y pequeñas tiendas. Asimismo, el aumento o la baja de precios de los productos, el cambio de los salarios en el mercado de trabajo rural y urbano, son también un problema que se tiene en la cantidad del consumo de bienes agropecuarios y manufactureros, a efectos de que en mayor porcentaje se dan una vez por semana en las ferias semanales (Figuroa, 1989, págs. 125, 126, 131 y 132), los cuales también son vistos en el distrito de Tinta.

Como es sabido, en el distrito de Tinta la comercialización de bienes agrícolas y manufacturados se realiza mediante cuatro tipos de mercado, las fiestas patronales, las ferias semanales, los aniversarios de creación política y los mercados propiamente dichos (PDC Provincia de Canchis 2013 – 2023, pág. 65). En cuanto a las ferias semanales, se realiza los días jueves de cada semana en la capital del distrito de Tinta, a donde concurren los pobladores de las comunidades y de los centros poblados a adquirir y vender productos agropecuarios y manufacturados, así como de zonas foráneas.

Este tipo de mercado propio de las zonas rurales del área andina, hace que el uso del dinero, adquirido mediante diversas formas de ingresos, principalmente por la venta de sus productos, venta de fuerza de trabajo, alquileres y transferencias del estado y privados (programas sociales, remesas, etc.), no tengan la velocidad o frecuencia de uso similar a los mercados en zonas urbanas (ciudades), lo cual incide en el valor y flujo del dinero y por tanto, impide que los habitantes de los hogares rurales del distrito de Tinta puedan adquirir los suficientes bienes que satisfagan de manera óptima sus necesidades y con ello alcancen el bienestar esperado.

A ello se debe añadir el frecuente cambio de los precios de los bienes manufacturados, debido a que son traídos de las fábricas fuera del distrito, lo que hace que dichos precios estén sujetos a las alzas y bajas de los insumos con los que son fabricados, distinto a los productos agrícolas que producen los pobladores rurales, los cuales son vendidos en precios menores a los productos manufacturados, lo que hace que los ingresos adquiridos mediante

estas ventas no puedan superar satisfactoriamente la línea de la pobreza monetaria en la que se encuentran, estando así en desventaja competitiva con los mercados de las zonas urbanas.

1.2.- Formulación del problema objeto de investigación

a.- Problema general

¿De qué manera el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022?

b.- Problemas específicos

1.- ¿Cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios, provenientes de otros lugares, en los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022?

2.- ¿Cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022?

3.- ¿Se tiene otra frecuencia de gastos de dinero que incida en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022?

1.3.- Justificación de la investigación

En cuanto al estudio de la pobreza monetaria de los hogares rurales andinos, un gran porcentaje se encuentra por debajo de la línea de pobreza, es decir, que no alcanzan a cubrir la canasta básica socialmente aceptable. Tal consecuencia se debe a diversos factores, entre ellos los bajos ingresos per cápita de cada familia. Esto puede deberse al tipo de economía que ostentan, la realidad geográfica en donde están asentadas, etc.

Los esfuerzos del estado y las instituciones privadas, aparentemente no han dado los resultados esperados. Los programas sociales o las transferencias del estado, son muchas veces considerados como un paliativo a la pobreza monetaria, al igual que los programas del sector privado como las ONGs. A esto, como respuesta, los hogares rurales hacen uso de los pocos productos que poseen para venderlos y con ello tienen ingresos monetarios que les permiten adquirir diversos productos, entre ellos bienes agropecuarios y manufacturados.

Otro importante factor a considerar son las transacciones de bienes que se efectúan en la feria semanal, los que no tienen la misma naturaleza que en las ciudades, lo que quiere decir que dichas transacciones no se realizan a diario, sino, un día en particular de la semana y en el caso del distrito de Tinta, los días jueves. Con el presente estudio se midió la relación entre los ingresos monetarios y el gasto por consumo de los hogares rurales del distrito de Tinta y la pobreza monetaria que ostentan, además de que se vio el flujo de dinero que influye directamente en la pobreza, con lo cual se permitirá diseñar políticas públicas que se adecuen a la realidad económica de las comunidades campesinas.

1.4.- Objetivos de la investigación

a.- Objetivo general

Explicar la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022.

b.- Objetivos específicos

1.- Conocer la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios, provenientes de otros lugares, en los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022.

2.- Demostrar la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022.

3.- Determinar si se tiene otra frecuencia de gastos de dinero que incida en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco, 2022.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1.- Bases teóricas

2.1.1.- Mercado y el equilibrio

a) Mercado

Según Kotler (2001), “Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.”

En referencia al texto citado, el mercado estaría conformado por todos los clientes que están dispuestos a participar en algún tipo de transacción con la finalidad de satisfacer sus necesidades. En el caso de la feria semanal del distrito de Tinta, se debería cumplir estas condiciones para que pueda denominarse un mercado. En tal sentido, en la revisión de los antecedentes se pudo ver que se tiene consumidores (compradores) que concurren a estos espacios para realizar transacciones, con sus propias particularidades aun así los precios no sean beneficiosos para sus economías.

Rodríguez (2009, págs., 81-83), señala que el mercado “Históricamente era el lugar (espacio físico) donde vendedores y compradores realizaban las transacciones; en su acepción más moderna implica el proceso de convergencia de la oferta y la demanda, donde cada bien o servicio de la economía implica la existencia de un mercado en particular.”, y también “En cada mercado en particular, las variaciones de oferta y demanda pueden tener mayor o menor frecuencia; existen de hecho mercados muy estables y otros sumamente inestables.”

De acuerdo al primer texto citado, en el mercado debe converger la oferta y demanda como elementos fundamentales, así como el bien o servicio. Esta convergencia se tiene

determinado en las ferias semanales de zonas rurales tanto de la región del Cusco, del Perú y Bolivia, por consiguiente, ello hace que se pueda calificar como mercado a este tipo de ferias rurales o campesinas. Respecto a la segunda cita, se indica que las variaciones de la oferta y demanda pueden tener mayor o menor frecuencia, el cual debe ser explicado en las ferias semanales en sus diferentes etapas de desarrollo, aunque en el caso de estas ferias, podría decirse que son mercados muy inestables en relación a los precios, debido a que, en muchos de ellos, los precios los determinan los intermediarios y no los productores rurales (campesino).

Bilas (1986, págs., 22-23), en relación al mercado menciona que “Un mercado es un lugar donde compradores y vendedores se reúnen para comprar y vender sus recursos y sus bienes y servicios.” Este mismo principio se puede ver en las ferias semanales en el área andina, pero con particularidades que poseen cada cual; ello respecto a la cantidad ofertada y demandada y la fijación de precios. Bilas, también identifica cinco funciones principales desarrollados en el siguiente orden:

- “En primer lugar, el mercado establece valores. En la economía de mercado, el precio es la medida de valor.”
- “En segundo lugar, el mercado organiza la producción. Lo hace expresándose en costes. En el estudio de la teoría de los precios se supone que se utilizarán los métodos de producción más eficientes o que, de todos los métodos posibles para obtener un producto, el empresario (el organizador de la producción) utilizará el método que maximiza la relación entre la cantidad obtenida de producción útil y las cantidades de recursos productivos útiles, expresadas todas estas cantidades en unidades monetarias. Esta es, pues la familiar cuestión de saber cómo producir los bienes y los servicios.”
- “En tercer lugar, el mercado distribuye el producto. Es ésta la cuestión de saber para quién son producidos los bienes, y la respuesta está en los pagos a los poseedores de recursos. Quienes producen más reciben más. Así, las personas más productivas o las que poseen los recursos más productivos reciben pagos mayores y, por

consiguiente, están en condiciones de adquirir una parte mayor de los bienes y servicios.”

- “En cuarto lugar, el mercado raciona. El racionamiento es la esencia del precio, porque limita el ritmo actual del consumo a la producción disponible.”
- “En quinto lugar, el mercado se ocupa del futuro. Ahorro e inversión tienen lugar en el mercado y representan el esfuerzo por mantener el sistema y lograr el progreso económico.”

Todas las funciones señaladas deben verse en el mercado, los precios, la organización de la producción, la distribución de la producción, el racionamiento como esencia del precio y el ahorro, y la inversión en el mercado. De ser así, estas funciones no deben faltar en todo mercado; en el caso de la feria semanal andina, también debería darse por tratarse de un tipo de mercado. Si no se cumplen estas funciones, debe replantearse cada uno de ellos, porque, por ejemplo, si en el caso del racionamiento, los precios no son acordes con una competencia perfecta, entonces tal racionamiento no existiría tal como lo planteado por Bilas.

Krugman & Wells, (2013, pág., 66), definen al mercado competitivo como sigue “En líneas generales un mercado competitivo es un mercado en el cual hay muchos compradores y vendedores de un mismo bien o servicio. Más específicamente, el aspecto determinante de un mercado competitivo es que ningún comprador o vendedor puede influir de manera significativa en el precio al que el bien o servicio se vende. Es importante entender que esto en sí no es una descripción precisa que nos sirva para cualquier mercado.”

Como se puede ver en el texto citado, en un mercado competitivo, hay muchos compradores y vendedores de un mismo bien o servicio. En el caso de las ferias semanales andinas, también debe cumplirse este principio para que pueda definírselas como mercado competitivo. En el caso de los precios de los bienes y servicios, también debería darse el hecho de que ningún comprador o vendedor debería influir significativamente. No obstante, como se ha visto en el análisis de los antecedentes de otras ferias semanales andinas, en muchos casos los precios los fijan los intermediarios; ello hace que se tenga en cuenta lo

señalado por Krugman y Wells, en el que tales descripciones no son precisas para la aplicación de cualquier mercado.

b) Competencia perfecta

Krugman & Wells (2013, pág., 346), definen la competencia perfecta de la siguiente manera “En un mercado perfectamente competitivo, todos los participantes del mercado, tanto consumidores como productores, son precio-aceptantes. Es decir, ni las decisiones de consumo realizadas por los consumidores individuales ni las decisiones de producción realizadas por los productores individuales afectan al precio de mercado del bien.”

Bajo las condiciones de la competencia perfecta señalado por Krugman & Wells, el mercado debe estar en equilibrio en donde consumidores como productores deben afectar el precio del bien, además de que todos son precio-aceptantes, es decir, tanto consumidores como productores aceptan los precios definidos por el mercado. Estos planteamientos deberían cumplirse en un mercado donde se cumple la competencia perfecta. En el caso de las ferias semanales rurales, para que sea un mercado de competencia perfecta, debería darse estos principios, donde todos los consumidores y productores que acuden acepten los precios, al mismo tiempo, estos no deberían afectar al precio de mercado del bien.

c) Equilibrio competitivo en el mercado de bienes

Garavito (2014, pág., 238), señala lo siguiente “Existe equilibrio competitivo en el mercado cuando la cantidad del bien que los consumidores están dispuestos a comprar a un determinado precio es igual a la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado a dicho precio.”, y “Vemos también que cuando el equilibrio es competitivo tanto el excedente del consumidor como el excedente del productor son los máximos posibles. La suma de ambos excedentes representa el bienestar total que la sociedad obtiene al intercambiar dicho bien en el mercado.”

En un escenario de equilibrio competitivo como el que describe Garavito, la cantidad con intención de compra y la cantidad de bienes ofertados presentan el mismo precio. En tal sentido, para que en una feria semanal exista equilibrio competitivo, se debe tener este principio, donde los consumidores, sobre todo campesino (zona rural), estén dispuestos a comprar los productos que necesitan al mismo precio que los vendedores, sean estos de la zona o foráneos. De igual modo, Garavito señala que el excedente del consumidor como el del productor, son los máximos posibles; en ese entender ello se debería reflejar en los compradores y vendedores en la feria semanal, de no ocurrir así, entonces no se tendría un equilibrio competitivo de mercado, ya que uno se beneficiaría y el otro no.

2.1.2.- Ferias rurales

Bernabé, Condori, Bernabé, Valencia & Arrázola (2003, págs., 35-36), señalan que la feria campesina es “La feria es entendida desde diferentes puntos de vista y corrientes económicas: desde la dimensión netamente económica, es la articulación entre la economía campesina y la economía capitalista.”, asimismo “Desde la óptica de la investigación, considerando el espectro de las unidades de análisis, la feria campesina se conceptualiza como el espacio rural donde los diferentes actores que participan (campesinos y ciudadanos) conjugan un tejido de relaciones sociales, económicas y culturales, siendo el tipo de intercambio predominantemente compraventa de productos agrícola-ganaderos y la diversidad de insumos, en una continua recreación-readaptación del campesino a nuevas circunstancias y situaciones de vida, la feria campesina es el espacio donde se establecen relaciones económicas, sociales, políticas y culturales que, conforme van pasando los años, se tornan más complejas y dinámicas.”

Respecto a la primera cita, se puede distinguir la concurrencia o articulación de dos economías, la rural o campesina y la capitalista o de libre mercado, donde ambos operan en las mencionadas ferias rurales. De la segunda cita, se puede decir que la participación de dos principales actores en la feria rural son el campesino y el ciudadano, los cuales realizan prácticas de compraventa de productos agropecuarios, así como de insumos, donde el campesino se adapta a las circunstancias y situaciones que las ferias lo permitan.

Gonzales de Olarte (1986, pág., 50), al plantear las relaciones de producción en la familia campesina indica que “Un variado conjunto de relaciones de producción permite a cada familia obtener una producción (Q_i), de la cual autoconsume (A_i), la diferencia ($Q_i - A_i$) es intercambiada fuera de la comunidad, en una cantidad (X_i) y con un precio p_i . Este intercambio se materializa vendiendo o trocando en la feria semanal de la micro-región, vendiendo a los comerciantes o llevando los productos hasta la ciudad. A partir de aquí los comuneros empiezan a articularse mercantilmente y a obtener ingresos monetarios por la venta de sus productos (YV_i)”.

Como señala la cita, la feria semanal es el lugar donde se vende o troca la producción excedente una vez que del total de la producción se haya destinado una parte al autoconsumo, este proceso posibilita a los campesinos incluirse en el mercado donde obtienen ingresos monetarios a cambio de sus productos.

Figuroa (1989, pág., 58), como parte de sus investigaciones en el área andina, señala que “La otra actividad que es predominante de exportación es el comercio. El desplazamiento de bienes se da principalmente entre la comunidad y el exterior. Por lo tanto, el ingreso de comercio está conectado a la exportación o importación de bienes. Aún más, ese ingreso es principalmente por “exportación de servicios”; es decir por la venta al exterior transportando los productos (caso de ganaderos); o por la venta en la misma comunidad de productos importados de las ciudades o de productos intercambiados con comunidades cercanas pero principalmente a personas que vienen a la feria semanal de la comunidad. Entre estos compradores se encuentran tanto negociantes que llevan los productos a las ciudades como campesinos de comunidades cercanas.”

De acuerdo a Figuroa, las familias rurales, tienen actividades de exportación dados por el comercio entre la comunidad y el exterior, con la venta de sus productos fuera de la comunidad o al interior (en las ferias semanales), donde concurren los comerciantes externos a las comunidades para comprar la producción local, los que son llevados a otros

lugares para ser vendidos en otros mercados, así como también los campesinos de comunidades cercanas compran y venden la producción local como la externa.

2.1.3.- Teorías sobre pobreza monetaria

El INEI (pág., 55), respecto a uno de los aspectos de la pobreza monetaria, considera lo siguiente “La medición monetaria utiliza el gasto como indicador de bienestar, el cual está compuesto por las compras, el autoconsumo, el autosuministro, los pagos en especie, las transferencias de otros hogares y las donaciones públicas.”. Asimismo, “Según el enfoque monetario, se considera como pobres a las personas que residen en hogares cuyo gasto per cápita es insuficiente para adquirir una canasta básica de alimentos y no alimentos (vivienda, vestido, educación, salud, transporte, etc.). Son pobres extremos aquellas personas que integran hogares cuyos gastos per cápita están por debajo del costo de la canasta básica de alimentos.”

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática, en la primera cita se puede distinguir que el gasto es la medición monetaria de la pobreza, el que está compuesto por varios factores. Como sucede en las ciudades, en la zona rural andina, también el gasto tiene sus particularidades, no obstante, uno de los mayores gastos se da en las ferias semanales, lo cual hace que se concentre en este tipo de mercado. Respecto a la segunda cita, los pobres monetarios son las personas que no alcanzan a cubrir sus necesidades básicas, llegando a tener un gasto por debajo de la canasta básica de alimentos. Estas condiciones deben estar presentes en los hogares rurales del Perú, siempre en cuando sus ingresos también sean mínimos, los cuales pueden estar condicionados por diferentes factores, como la baja producción agropecuaria por falta de recursos y tierra optima.

Foster & Sen (2021, págs., 191-192), señalan sobre la pobreza monetaria lo siguiente “La indagación de la pobreza en particular, por oposición a la desigualdad en general, requeriría una concentración muy específica en los sufrimientos de los pobres. Además, ninguna evaluación de la pobreza puede ser enteramente “relativa”, ya que los ingresos absolutos (y las oportunidades absolutas en general) deben tener cierto efecto sobre lo que consideramos

la persistencia de la pobreza en una sociedad particular. Así pues, el estudio de la pobreza no puede verse sólo como un estudio de la desigualdad.”.

Lo que sugieren los autores citados, es que el estudio de la pobreza monetaria no puede ser de índole relativo, sino algo absoluto, en el entendido de que los ingresos absolutos pueden tener efectos, lo que hace que la pobreza persista. En el caso de los hogares rurales de la zona andina, los ingresos monetarios deductivamente deberían ser absolutos, ya que sus ingresos están en función de la venta de sus productos agropecuarios, venta de su fuerza de trabajo, transferencias del estado o privados, entre otros, dada las condiciones en las que viven. Otro aspecto a considerar, es la persistencia de la pobreza, la cual debe estudiarse para determinar las causas de tal situación, además de ver su presencia en la zona rural andina donde el índice de pobreza monetaria es alto.

De igual modo, Foster & Sen, (2021, pág., 192) también consideran en el contexto del estudio de la pobreza monetaria un indicador unidimensional del ingreso individual, en el que consideran la pobreza como un ingreso inadecuadamente bajo, a lo cual los autores la llaman “pobreza del ingreso”. Asimismo, indican que la evaluación de la pobreza puede dividirse en términos generales en dos pasos:

- 1) *Identificación*: “Debemos identificar a los pobres entre la población total de la comunidad.”
- 2) *Agregación*: “Tendrán que reunirse las características de los pobres para llegar a una evaluación del nivel de la pobreza agregada en esa comunidad.” (Foster & Sen, 2021, pág., 192).

De igual modo señalan lo siguiente “En el contexto de la “pobreza del ingreso”, el ejercicio de identificación es primordialmente la elección de un “ingreso de la línea de la pobreza” por debajo del cual se cuenta a las personas como pobres. El ejercicio de agregación consistiría, en este caso, en la elección de un procedimiento para ordenar las comunidades con diferentes vectores de ingresos y —más ambiciosamente— la elección de una forma

funcional que proyecte los diferentes vectores de ingresos (y las líneas de la pobreza) en un índice numérico de la pobreza agregada.”.

Los dos pasos mencionados en las citas, hacen referencia principalmente a desarrollar dos ejercicios, el de identificar el ingreso de la línea de la pobreza, y de contar con un procedimiento que permita ordenar a las comunidades que tienen vectores de ingresos diferentes. Si este análisis se lleva a un contexto como el de los hogares rurales andinos, el proceso de identificación de los pobres monetarios, se convierte en fundamental porque nos permitiría tener una data que exponga el porcentaje de hogares pobres por debajo de la línea de la pobreza, para ver si una comunidad es total o relativamente pobre o no.

En cuanto al ejercicio de agregación, en un escenario como el de la zona rural andina, el ordenar a las comunidades campesinas o rurales de acuerdo a sus vectores de ingresos, se convierte fundamental su determinación porque ello permitiría vislumbrar el tipo de ingresos que cuenta cada hogar, si estos son exclusivamente de la venta de sus productos agropecuarios, de otros ingresos como la venta de su fuerza de trabajo, de alquileres, del comercio, de transferencias públicas y privadas (programas sociales), u otros. Además, estos ingresos posibilitarían ver si los ubican por debajo de la línea de la pobreza y también su relación con el consumo que tienen.

2.1.4.- Teoría de la conducta del consumidor

a.- Consumo de bienes

Blanchard, Amighini & Giavazzi (2012, pág., 46-48), alcanzan una definición del consumo en un mercado de bienes, más específicamente en la demanda de bienes, del cual indica lo siguiente “Las decisiones de consumo dependen de muchos factores, pero el principal es, sin lugar a duda, la renta, o mejor dicho, la renta disponible, es decir, la renta que queda una vez que los consumidores han recibido las transferencias del Estado y han pagado los impuestos. Cuando aumenta su renta disponible, compran más bienes; cuando disminuye, compran menos.”

Tal como se ve en la cita, la decisión de consumo depende como factor principal de la renta disponible, es decir de la cantidad de efectivo con que cuenta el consumidor para realizar las compras que considere necesarios. En esta misma línea, Blanchard, Amighini & Giavazzi señalan que al aumentar la renta se compra más bienes, pero en el caso contrario, disminuye tales compras. En las zonas rurales andinas, la medición de la renta disponible es fundamental porque posibilita ver la cantidad de efectivo con que cuenta un hogar rural y si esa cantidad es suficiente para cubrir todas las necesidades básicas o la canasta básica familiar, o en su defecto si está sucediendo otro fenómeno diferente a los indicados como el gasto por consumo fijo o cuasi fijo independiente del ingreso y la renta disponible.

Respecto al tema del incremento o disminución de la renta disponible, Blanchard, Amighini & Giavazzi (2012, pág., 48), muestran una ecuación en la que se examina este problema, en los diferentes supuestos que puede traer. La ecuación alcanzada es de la forma:

$$“C=c_0 + c_1 Y_D”$$

“Donde, C es el consumo, Y_D es la renta disponible y los parámetros c_0 y c_1 representan lo siguiente”:

“El parámetro c_1 se denomina propensión a consumir...está sujeto a la restricción natural de que es positivo. Un incremento de la renta disponible aumentará probablemente el consumo. Otra restricción natural es que es menor a 1. Cuando la renta disponible aumenta, es probable que los individuos sólo consuman una parte del aumento y ahorren el resto.”

“El parámetro c_0 ...Es lo que consumirán los individuos si su renta disponible fuera igual a cero en el año actual. Una restricción natural es que si la renta actual es igual a cero, el consumo será aun así positivo: con o sin renta ¡la gente tiene que comer!”

De la primera cita, de c_1 , se puede decir que, a un incremento de la renta disponible entonces aumentará el consumo, además de que también se destinaría lo restante al ahorro. En el caso particular de los hogares rurales andinos, se debería tener presente también la renta de otros ingresos independiente de la venta de sus productos agropecuarios, es decir

los ingresos per cápita que reciben tanto del sector público, privado, alquileres, venta de fuerza de trabajo, comercio, etc.

Lo dicho en la segunda cita c_0 , también debería darse en los hogares rurales andinos, es decir que cuentan con una renta disponible que alcance a cero, es decir, que sus ingresos per cápita sean menores a la cantidad invertida en la producción de sus bienes agropecuarios. Sin embargo, aun así, las familias necesitan alimentarse, lo que hará que destinen recursos a la adquisición de su canasta básica.

b.- Teoría del consumidor

Ferguson & Gould, (1975, Págs., 34), mencionan lo siguiente “Un consumidor trata de asignar su limitado ingreso monetario entre los bienes y servicios disponibles de tal modo que su satisfacción se eleve al máximo. En suma, un consumidor arregla sus compras para maximizar la satisfacción, sujeto a sus limitados ingresos.”. Como se ve en la teoría, el consumidor busca la mayor satisfacción posible dependiendo de la cantidad de ingresos monetarios que tiene.

La curva de ingreso y consumo. –

Ferguson & Gould, (1975, Págs., 44, 45), indican lo siguiente, “La curva de ingreso y consumo es el locus o lugar geométrico de las combinaciones de equilibrio que se producen cuando varía el nivel de ingreso y los precios permanecen constantes. La curva de ingreso y consumo tiene pendiente positiva en toda su extensión cuando ambos bienes son normales o superiores.”, de igual modo señalan que “Un aumento del ingreso desplaza la línea del presupuesto hacia arriba y a la derecha, y el desplazamiento es paralelo cuando suponemos que los precios nominales permanecen constantes.”.

Del texto citado, se puede decir que en un escenario en el que los ingresos varían la curva del ingreso y consumo se desplaza siempre en cuando los precios permanezcan constantes. Bajo este razonamiento, los hogares rurales consumidores deberían experimentar este principio siempre en cuando sus ingresos monetarios cambien (tengan más ingresos o no),

ello les permitiría tener mayor satisfacción en el supuesto de que tengan mayores ingresos, y viceversa, pero con los mismos precios en todos los periodos donde se realiza el consumo.

La curva de precio y consumo. -

Ferguson & Gould, (1975, Págs., 48, 459, indican lo siguiente “La curva de precio y consumo es el lugar geométrico de las combinaciones de equilibrio que se producen al variar la relación de precios cuando el ingreso permanece constante. A priori no podemos afirmar nada acerca de la pendiente de esta curva.”. De igual manera, Ferguson & Gould especifican lo siguiente “Con la línea de presupuesto original, LM , el consumidor alcanza el equilibrio en el punto P sobre la curva de indiferencia I . Cuando el precio de X disminuye, la línea de presupuesto se convierte en LM' , y el nuevo equilibrio se obtiene en Q , sobre la curva de indiferencia II . Por último, cuando el precio vuelve a bajar, el equilibrio se encuentra en R , sobre la curva de indiferencia III y con la línea de presupuesto LM'' ’.

De acuerdo a la cita, en un contexto en el que el precio de los bienes tenga variaciones, como la baja de los mismos, entonces se tendrá un nivel de satisfacción óptimo, siempre en cuando los ingresos monetarios sean constantes. En el área rural andina, la variación de los precios de los bienes debería afectar en la curva del precio y consumo, es decir a menor precio se debería adquirir mayor cantidad de bienes o viceversa.

2.1.5.- Valor del dinero

Kurihara, (1969, pág., 17), respecto al valor del dinero menciona lo siguiente “El valor del dinero difiere del valor de otros objetos en un aspecto fundamental, a saber: el hecho de que representa poder adquisitivo general o sea, un poder sobre las “cosas en general”. Esto quiere decir que una variación en el valor del dinero afecta nuestra capacidad general para poder disponer a cambio de éste, de bienes y servicios. Por lo tanto, el valor del valor del dinero representa el recíproco del nivel general de precios”. De acuerdo a la cita, la variación del valor del dinero tiene efectos en la capacidad adquisitiva. En la zona andina,

donde se realiza las ferias semanales, este poder adquisitivo del dinero tendría que determinar la compra de bienes manufacturados y productos agrícolas traídos de lugares fuera de sus comunidades. En un escenario donde se da la variación del valor del dinero en sentido negativo, puede determinar la cantidad de bienes que adquiere la familia rural.

De igual manera, Kurihara (1969, pág., 22), también menciona el valor del dinero respecto a la velocidad de circulación del mismo, que es una variable de la ecuación de cambio de la transacción, denotada por $MV=PT$, o también de la forma transpuesta $P=MV/T$. Si bien dicha ecuación presenta muchas críticas a sus fundamentos teóricos, el propósito de considerarlas importantes es que una de sus variables se enmarca en el hecho de que analiza uno de los aspectos básicos que sirve para examinar el ahorro y la cantidad de consumo. En consecuencia, Kurihara, señala lo siguiente:

“La velocidad de circulación del dinero, o sea la V de la ecuación, representa el número promedio de transferencias de dinero realizadas entre gastadores individuales durante un periodo determinado. La velocidad del dinero está condicionada por los hábitos de gasto, las perspectivas y los caprichos particulares, así como por una multitud de condiciones objetivas” (Kurihara, 1969, pág., 22). De igual modo también señala lo siguiente “Los hábitos de las personas con relación al consumo y al ahorro afectan la velocidad del dinero. Como la gente ahorra a expensas del consumo, la velocidad del dinero disminuye en la medida en que se reducen los gastos de consumo.” (Kurihara, 1969, págs., 22, 23).

Respecto a la primera cita, se debe considerar como unidad de análisis los hábitos de gasto y las condiciones objetivas para estudiar el consumo en la zona rural andina, estos principalmente pueden estar condicionados por la compra de alimentos en las ferias semanales que se desarrollan una vez por semana. De igual manera, las perspectivas de cada familia demandante de bienes deben también tener su propia particularidad de acuerdo a las condiciones de su forma de vida y cultura. En cuanto a la segunda cita, se menciona que el ahorro afecta la velocidad del dinero, dando como resultado que dicha velocidad disminuye; en los hogares rurales andinos, de ser el caso se debe tener presente porcentaje de ahorro que tienen las familias campesinas, lo cual permitiría ver y medir la velocidad del

dinero en estas realidades, o si se tiene otras variables que puedan estar afectando dicha velocidad y por tanto la cantidad de transferencias.

2.1.6. Teoría del productor agrícola

a.- Factores de producción

Murcia (1997, págs., 8 y 9), señala lo siguiente “A. Tierra: Comprende todos los recursos naturales: suelo, agua, minas, bosques, etc., la retribución a su uso está dada por la renta. Se dice que el factor de producción tierra es limitado en cantidad y heterogéneo en calidad. En la economía agrícola latinoamericana es frecuente encontrar situaciones extremas en el uso de éste factor: sobre-utilización. B. Trabajo o mano de obra. Es el conjunto de los recursos humanos disponibles para la producción; su retribución está dada por el salario. En la práctica es bastante difícil encontrar la situación de “ocupación plena”; sin embargo, las crecientes cifras sobre desempleo en el sector rural y migraciones a las ciudades revela que no está empleando adecuadamente este factor. C. Capital. Está formado por todo el equipo de producción o por los recursos financieros acumulados en un momento dado. Ejemplos: Herramientas, maquinaria, edificios, acciones en el mercado bursátil, fertilizantes, forrajes, cercas, dinero disponible, créditos posibles, etc. Su retribución está proporcionada por el Interés. D. Administración. Es el proceso de la toma de decisiones con respecto al uso de los recursos disponibles. La función principal de este cuarto factor es combinar los anteriores con el fin de ponerlos a producir lo más eficientemente posible. La retribución a una adecuada administración es la ganancia.”

Estos cuatro factores de producción deben estar orientados a explicar el funcionamiento del proceso productivo en el área rural del distrito de Tinta, desde la tenencia de la tierra, hasta la administración de los recursos disponibles.

b.- Producción y productividad

Murcia (1997, pág., 13), señala lo siguiente “Producción: en términos generales este concepto expresa el proceso de obtención de un artículo determinado a partir de los varios

recursos o factores que se combinan. Productividad: Se refiere a la relación entre la producción y algunos de los insumos que la originan. Una de las medidas de productividad, el rendimiento, expresa la relación entre la cantidad física de producto obtenido y la unidad de insumo que contribuye a la producción. Se establece entonces que el rendimiento cuantifica la productividad en términos físicos, la cual se puede mencionar, por ejemplo, en los siguientes índices: kilogramos de producto por unidad de superficie (hectárea o fanegada), kilogramos de producto por peso invertido, litros de leche por vaca, número de animales o de unidades animal por unidad de superficie (índice conocido como la Carga Animal), lechones por camada, etc. Mientras que producción es el término general, productividad trata de expresar la relación entre Producción y Factor de Producción (insumo).”.

2.2.- Marco Conceptual

- **Ahorro.** – “Abstención de consumos presentes a los efectos de su disposición en el futuro; parte de los ingresos no consumida” (Rodríguez, 2009, pág. 5).
- **Área rural.** – “Es la parte del territorio de un distrito conformado por los centros poblados rurales que se extienden desde los linderos de los centros poblados urbanos, hasta los límites del distrito.” (INEI: Censos Nacionales 2017).
- **Producto agrícola.** – “Un producto agrícola o cultivo son plantas que se pueden cultivar y cosechar extensivamente con fines de lucro o de subsistencia.” (Internet: www.merriam-webster.com)
- **Productos manufacturados.** – “Son productos que han sido elaborados a partir de una serie de materias primas, especialmente aquellos en que se involucra la utilización de maquinaria a gran escala. Los productos manufacturados en bienes de consumo, manufacturados destinados a ser consumidos por el cliente final.” (Internet: enciclopediafinanciera.com).

- **Consumo de bienes y servicios.** – “Es el acto de utilizar completamente bienes y servicios, ya sea en un proceso de producción o durante la satisfacción directa de necesidades o deseos humanos” (BCR 2017, pág., 4).
- **Dinero.** - “Es cualquier activo que puede utilizarse fácilmente para comprar bienes y servicios...El dinero consiste en el efectivo, que es líquido por definición, y en otros activos que tienen una liquidez elevada.” (Krugman & Wells 2017, pág., 412).
- **Hogar.** – “Es la persona o conjunto de personas, sean o no parientes, que ocupan en su totalidad o en parte una vivienda, comparten al menos las comidas principales y/o atienden en común otras necesidades básicas, con cargo a un presupuesto común (comen de una misma olla).” (INEI: Censos Nacionales 2017).
- **Gasto.** – “Desembolso de dinero que tiene como contrapartida una contraprestación en bienes o servicios” (BCR, 2011, pág., 87).
- **Ingreso personal.** – “El ingreso personal es el total de los ingresos recibidos por todas las personas de la economía y que los van a emplear (después del pago de impuestos sobre la renta) en gastos de consumo y en ahorros.” (Garza Valle, 1981, pág., 155).
- **Ingreso total.** – “Se refiere a todos los ingresos monetarios recibidos por trabajos realizados para un empleador o patrono. Comprende: sueldos, salarios, ingresos por horas extras, bonificaciones, pago por concepto de refrigerio y movilidad, comisiones, etc.; antes de efectuar los descuentos de ley i otros descuentos, siempre que estos ingresos se obtengan en forma regular o permanente.” (INEI: 2001, Encuesta Nacional de Hogares sobre condiciones de Vida y pobreza).
- **Ingreso real.** – “O renta real, es la cantidad de bienes y servicios que una persona puede adquirir a través de su renta monetaria. El ingreso real muestra, por tanto, qué bienes pueden adquirirse con la renta monetaria.” (Internet: economipedia.com)

- **Línea de pobreza.** – “Es el valor monetario respecto al que se contrasta el gasto per cápita mensual de un hogar, para determinar si está en condición de pobreza.” (INEI: 2018, Mapa de pobreza monetaria provincial y distrital 2018).
- **Pobreza monetaria.** – “Se considera como pobres monetarios a las personas que residen en hogares cuyo gasto per cápita es insuficiente para adquirir una canasta básica de alimentos y no alimentos (vivienda, vestido, educación, salud, transporte, etc.). Son pobres extremos aquellas personas que integran hogares cuyos gastos per cápita están por debajo del costo de la canasta básica de alimentos.” (INEI: 2022, Evolución de la Pobreza Monetaria, pág., 55).
- **Velocidad de circulación del dinero.** – “La velocidad de circulación del dinero, representa el número promedio de transferencias de dinero realizadas entre gastadores individuales durante un periodo determinado. En ella se incluyen los gastos monetarios de todas las transacciones.” (Kurihara 1969, pág., 22)

2.3.- Antecedentes empíricos de la investigación

Se tiene importantes documentos sobre investigaciones desarrolladas en diferentes zonas rurales del Perú y Bolivia, con el estudio de las ferias semanales como lugares donde se realiza la oferta y demanda de bienes agrícolas, industriales o manufacturados, así como de productos pecuarios, etc. En tal sentido, se hizo un análisis de estudios disponibles realizados en otro país como Bolivia y en la región del Cusco.

A nivel internacional:

Edwin & Huacani, (2015, págs., 51-108), desarrollan un estudio de ferias campesinas en el departamento de La Paz, en Bolivia, con el tema de investigación “Caracterización y dinámica de mercados urbanos y ferias campesinas en el Departamento de la Paz”. Las ferias estudiadas son el de Patacamaya y Villa Dolores, donde se tiene como objetivos el de comparar si la dinámica y caracterización de las ferias y mercados (urbanos y rurales)

reflejan condiciones socioeconómicas desfavorables para la mayoría de los pequeños productores, así como demostrar “si las relaciones que se generan en estas ferias son adversas para el mejoramiento de las condiciones de vida de la mayoría de los productores campesinos o, por el contrario, inciden en la continuidad de los niveles de pobreza medio y extrema”.

Asimismo, determinan que, en la feria de Patacamaya, se tiene dos formas de transacción más común, el trueque y el uso del dinero. Respecto a la comercialización menciona que tiene varios procesos de transferencia entre el productor y consumidor final. Algo interesante que señalan Edwin & Huacani, son los precios de los principales productos agrícolas, “El comportamiento de los precios de los principales productos agrícolas comercializados está relacionado fundamentalmente con la oferta y demanda, época de cosecha, lugar de venta (feria comunal, semanal, anual), acceso a la feria y la situación de una buena o mala producción del año agrícola. Así, los precios de los productos agrícolas bajan en época de cosecha al existir mucha oferta”.

También señalan que, en la feria de Patacamaya, los consumidores acuden por las siguientes razones, “Los consumidores son atraídos a esta feria principalmente por los precios bajos y por la posibilidad de comprar los productos directamente del productor”. Asimismo “En la mayoría de los casos, los consumidores son amas de casa, profesores y personas que trabajan en las cercanías del municipio de Patacamaya. Generalmente, compran una a dos arrobas de papa como máximo, algunas verduras y frutas. Además, son los que pagan mejores precios al productor comerciante.” (Edwin & Huacani, 2015, págs., 79-80).

Bajo las condiciones que describen Edwin & Huacani para la feria de Patacamaya, se ve que los precios de los productos agrícolas que ofertan bajan en temporada de cosecha, aun así, el campesino o poblador rural, necesariamente lleva esos productos a la feria puesto que necesita vender porque con la cantidad de ingresos monetarios, comprarán los bienes que necesitan para los días en la que no realizará dichas transacciones. Del lado de la

demanda, los consumidores acuden por los bajos precios y los compran de manera directa a los productores.

Panozo, (2015, págs., 109-157), desarrolla una interesante investigación sobre las ferias andinas o Qhatu en varios sitios de Cochabamba, Bolivia, con el tema “El aporte del Qhatu a la soberanía alimentaria: Las ferias Confital, El Puente, Cliza, Quillacollo y El mercado Campesino”. Diferencia y analiza las ferias productivas anuales y las otras que se realizan semanalmente. Dado que el interés de la presente investigación de tesis es examinar la feria semanal del distrito de Tinta, se considera los resultados alcanzados para dichas ferias.

De acuerdo a Panozo, (2015, pág., 114), en los lugares estudiados, estas ferias se desarrollan una vez por semana, en Cliza se da los días domingos, en el Puente los lunes, en el Confital los martes, en la Plaza de Quillacollo los domingos y en el Mercado Campesino los miércoles. Como se ve, la frecuencia de desarrollo de las ferias es variada, dándose en cualquier día de la semana, como es el caso del distrito de Tinta en Perú, el que se desarrolla los días jueves de cada semana. Panozo, entre otras conclusiones, indica que “Particularmente se puede mencionar que los productores que tienen una visión de mercado utilizan un cultivo extensivo e intensivo, lo que les permite ofrecer al mercado más del 80% de su producción en el caso de la papa, maíz, y tomate”. De igual modo “En la fase de distribución y redistribución de productos la determinación de precios que en gran parte está en manos del intermediario comerciante es una amenaza fuerte para el productor.”

En este caso, uno de los problemas fundamentales es la fijación de los precios, el que está en manos de los intermediarios, lo que hace que no se esté dando uno de los principios básicos de un mercado competitivo, donde ningún comprador o consumidor puede influir significativamente en los precios del bien que se vende (sobre la definición de mercado competitivo ver Krugman & Wells, 2013, pág., 66), el cual hace que el productor campesino este en desventaja.

A nivel regional:

Marcelo Matucanchi (2007), realiza una investigación el cual es presentado como tesis de pre grado a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del cusco, con el tema “Comunidades campesinas: la producción y los mercados (el caso de las comunidades Muñapata, Pampachulla y Mollebamba en la provincia de Quispicanchi”, el cual tiene como problemática la presencia de mercados limitados a las capitales de distrito coexistiendo con economías de subsistencia en zonas rurales, al igual que la pobreza extrema que se suma a las actividades económicas. Arriba a las siguientes conclusiones “El mercado de bienes es incipiente y este alcanza al 50% de la producción, combinándose con el auto consumo, el cual manifiesta su débil presencia.”, y “La comunidad como forma empresarial productiva se a convertido en un obstáculo en la modernización de las relaciones de producción, el cual a permitido productividades que no superan los 6000 de producción per cápita anual, haciéndose necesaria la incorporación de formas empresariales de producción, el que se viene dando como experiencia en la comunidad de Mollebamba con relativo éxito.”

Como en el resto de mercados del valle sur del Vilcanota, los cuales se caracterizan por ser ferias semanales, en las tres comunidades estudiados por Marcelo, el mercado de bienes aún cuenta con desventajas debido a que las transacciones que realizan los productores y consumidores rurales son en su mayoría para el autoconsumo, diferente a los intermediarios o los comerciantes externos, donde ellos si tienen ganancias por la compra y venta de sus productos, lo cual hace que nuevamente entre en tela de juicio la naturaleza del mercado competitivo en este tipo de ferias semanales locales. A esto se debe añadir que la producción no se da con una mirada empresarial, tal como lo plantea Marcelo.

Respecto al impacto de la Pandemia por COVID 19 en los precios de la actividad agraria en el Perú, así como los ingresos y gastos de los hogares, se tienen las siguientes consideraciones:

En 2020 (pág. 75), la Dirección General de Políticas Agrarias, desarrolla un estudio respecto a los precios de los tubérculos y raíces, entre el periodo enero y julio de 2020, de los que se tienen los siguientes resultados “Los precios se contrajeron de enero a julio,

principalmente, la papa y el camote, en comparación con los que alcanzaron el pasado año. En junio y julio, los precios de papa mostraron variaciones negativas de -26,0% y -33,0% y, en el caso del camote, los porcentajes llegaron a -13,0% y -18,3%”

Como se pudo ver en la cita, los precios del principal producto comercializado en todo el Perú y en el área rural, la papa, tuvo caídas en los precios a partir de inicio del segundo semestre del año.

En 2021 (pág. 27), el CEPLAN publica los resultados de sus investigaciones realizadas sobre el nivel de ingresos y gastos en el Perú y el impacto del COVID-19. En el caso de ingresos y gastos promedio en el Cusco se tienen los siguientes resultados “En el 2020, los ingresos promedio de los hogares del Cusco fueron en los pobres de S/. 325, mientras que para los no pobres fueron de S/. 799. En cuanto a los gastos promedio en 2020, se tiene que para los hogares pobres fue de S/. 271, y para los no pobres fue de S/. 746.”

Al comparar las cifras de la cita se puede decir que el confinamiento por la pandemia no causó alteraciones sustanciales en el incremento de la pobreza monetaria, ello porque se puede ver que se tiene, en los hogares pobres, ingresos promedio de S/. 325, y sus gastos promedio es de S/. 271, es decir que los gastos no superaron a los ingresos.

Espinoza, Fort & Espinoza (2022, págs. 12 y 45), desarrollan un estudio del impacto de la pandemia por COVID 19, en los mercados de abastos minoristas del Perú. Tienen como principales problemas los siguientes ¿Cómo reaccionaron los mercados ante el cierre de la economía y las medidas de control y prevención impuestas por el gobierno?, y ¿Qué efectos, si los hubo, tuvieron estos *shocks* en su sostenibilidad de largo plazo? Llegan a las siguientes conclusiones: “Como en prácticamente todos los ámbitos de la actividad humana, el shock generado por la irrupción de la pandemia del COVID – 19 tuvo un efecto disruptivo en el sistema de distribución de alimentos en el Perú.”

“El cierre casi total de la economía nacional durante el segundo trimestre del 2020 redujo considerablemente el consumo de alimentos en todos los sectores de la población, aunque esta disminución fue temporal en la mayoría de los casos. Sin embargo, dicha medida

general, sumada a las acciones específicas adoptadas por el Gobierno peruano para prevenir y controlar la propagación del virus, tuvo impactos significativos en la estructura misma del sistema de distribución de alimentos.”, “El canal de distribución de alimentos más afectado por esta conjunción de situaciones – con la excepción de los restaurantes – es el de los mercados de abastos, la piedra angular del sistema. En general, las medidas de prevención y control en mercados de abastos promovidas por el Estado peruano – especialmente mediante el Programa de Incentivos (MEF, Produce) – fueron adoptadas de manera satisfactoria.”

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.- Hipótesis

a.- Hipótesis general

El ingreso monetario no incide positivamente en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados y en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, debido al bajo flujo de dinero a causa de la poca intensidad de las ferias semanales y del alza y baja de los precios de bienes, ante sus ingresos reales por venta de sus productos y otros diversos.

b.- Hipótesis específicas

1.- El ingreso monetario no incide positivamente en el consumo de bienes agropecuarios no producidos por los hogares rurales del distrito de Tinta, y por tanto en la pobreza monetaria de dichos hogares.

2.- No se tiene incidencia significativa del ingreso monetario en el consumo de bienes manufacturados y en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta.

3.- Se tiene otros gastos de dinero por consumo que son significativos en la incidencia de la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta.

3.2.- Identificación de variables e indicadores

Variable Independiente:

- Ingresos Monetarios

Indicadores de la variable independiente

- Ingresos monetarios por venta de productos agrícolas (X semana).
- Ingresos monetarios por venta de productos pecuarios (X semana, animales menores y sus derivados).
- Otros ingresos monetarios (venta de fuerza de trabajo, comercio, alquileres, transferencias públicas y/o privadas).
- Cantidad de dinero ahorrado.
- Interés del dinero ahorrado proveniente de sus ingresos monetarios totales.

Variable dependiente:

- Consumo de bienes agropecuarios y manufacturados.

Indicadores de la variable dependiente

- Cantidad adquirida de bienes agropecuarios por semana.
- Precio de bienes agropecuarios.
- Cantidad adquirida de bienes manufacturados.
- Precio de bienes manufacturados.
- Cantidad de dinero gastado por semana en otros consumos.

Sub indicadores de bienes agrícolas

- Cantidad/precio de papa (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de maíz (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de arroz (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de moraya (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de chuño (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de oca (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de lisas (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de fruta (gr., kg., y arroba).
- Cantidad/precio de coca (libra).
- Cantidad/precio de verdura (gr., kg., y arroba, atado).
- Cantidad/precio de haba (gr., kg., y arroba).

Sub indicadores de bienes manufacturados

- Cantidad/precio de fideos (gr., kg.).
- Cantidad/precio de caite (Litro).
- Cantidad/precio de azúcar (gr., Kg.).
- Cantidad/precio de sal (gr., Kg.).
- Cantidad/precio de pan (bolsa, Und.)
- Cantidad/precio de vestimenta.
- Cantidad/precio de menajería y herramientas.

3.3.- Operacionalización de variables

TABLA 01: Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
<p><u>Variable dependiente</u></p> <p>Consumo de bienes agropecuarios y manufacturados</p>	<p>Es el acto de utilizar completamente bienes y servicios, ya sea en un proceso de producción, o durante la satisfacción directa de necesidades o deseos humanos</p>	Consumo de bienes agropecuarios	<p>1.1. Cantidad adquirida de bienes agropecuarios por semana</p> <p>1.2. Precio de bienes agropecuarios</p>	<p>Las fuentes de verificación son la encuesta desarrollada en la feria semanal del distrito de Tinta y la información secundaria obtenida de MIDAGRI respecto a la variación de precios en el mercado</p>
		Consumo de bienes manufacturados	<p>2.1. Cantidad adquirida de bienes manufacturados por semana</p> <p>2.2. Precio de bienes manufacturados</p>	
		Otras frecuencias de gasto de dinero	<p>3.1. Cantidad de dinero gastado por semana en otros consumos</p>	
<p><u>Variable independiente</u></p> <p>Ingresos monetarios</p>	<p>Se refiere a todos los ingresos monetarios recibidos por trabajos realizados para un empleador, los cuales comprenden sueldos, salarios, ingresos por horas extras, bonificaciones, pago por concepto de refrigerio y movilidad, comisiones, etc.;</p>	Ingresos monetarios	<p>4.1. Ingresos monetarios por venta de productos agrícolas (x semana)</p> <p>4.2. Ingresos monetarios por venta de productos pecuarios (x semana)</p> <p>4.3. Otros ingresos monetarios (venta de fuerza de trabajo, alquileres,</p>	

	así como por venta de bienes sean de su propia producción o como intermediarios.		transferencias públicas y privadas) 4.4. Cantidad de dinero ahorrado 4.5. Interés del dinero ahorrado proveniente de sus ingresos monetarios totales.	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1.- **Ámbito de estudio: localización política y geográfica**

4.1.1.- **Ubicación política y geográfica del distrito de Tinta**

El distrito de Tinta se ubica en la provincia de Canchis, en el departamento de Cusco. Tiene los siguientes límites:

- Por el norte : con el distrito de Combapata
Por el este : con el distrito de San Pedro
Por el sur : con el distrito de Yanaoca
Por el oeste : con el distrito de Pampamarca

Geográficamente se encuentra en los pisos ecológicos Quechua, Puna y Suni (Pulgar Vidal, 1987, pág., 65-112), a 3484 m.s.n.m., con una superficie de 79,39 km², a una distancia aproximada de 113.66 km. de la ciudad del Cusco. En las siguientes coordenadas geográficas: N 8434950, E 240123 (Eje referencial) (Ver Ilustración 01). El distrito de Tinta tiene las siguientes Comunidades Campesinas y Anexos:

TABLA 02: *Comunidades Campesinas y Anexos del distrito de Tinta*

Nº	COMUNIDAD CAMPESINA	ANEXOS
1	Tinta	Picotayoc
2	Machacmarca	Quillihuara
3	Queramarca	Llacta Machacmarca
4	Junttuma	Ccaccacucho
5	Uchu	Utapia
6	Patatinta	

Fuente: Municipalidad Distrital de Tinta

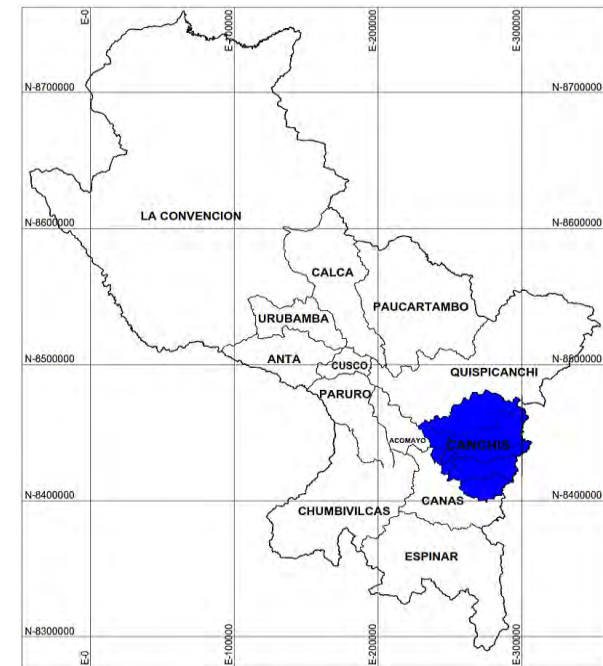
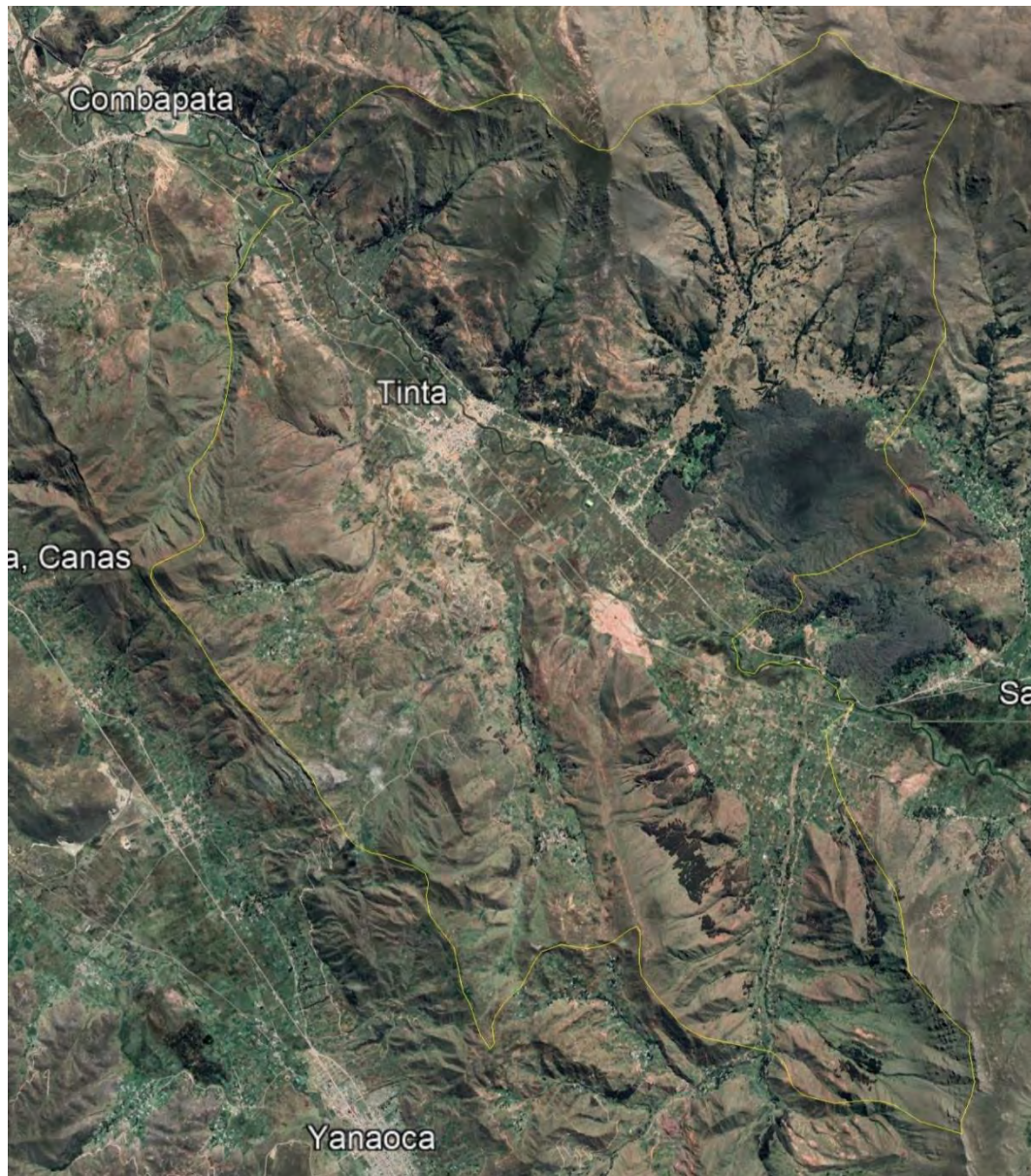


Ilustración 01. Mapa de ubicación del distrito de Tinta.

Fuente de datos: Elaboración propia.

4.1.2.- Ubicación geográfica de la feria semanal del distrito de Tinta

La feria semanal se ubica en la Plaza de Armar del distrito, en la margen izquierda del río Vilcanota, en las coordenadas UTM 240140E 8434814N, a 3,490 m.s.n.m, en el piso ecológico Puna. El relieve del terreno es llano propio de piso de valle interandino; la traza urbana de la población comprende calles definidas en forma de cuadrícula que generan las manzanas, en donde la Plaza de Armas se ubica al medio del poblado y tiene una planta cuadrangular con una pileta en la parte central. La distribución espacial de los feriantes se da en toda la plaza, además de las calles contiguas a éste (Ver Ilustración 02 y 03).



Ilustración 02. Imagen satelital que muestra la Plaza de Armas del distrito de Tinta donde se realiza la feria semanal.

Fuente: Google Earth.



Ilustración 03. Vista que describe la feria semanal desarrollada en la Plaza de Armas del distrito de Tinta.

Fuente: Trabajo de campo 2022.

4.1.3.- Características climatológicas

Según Pulgar Vidal (1987, pág., 68) el clima la Región Geográfica Quechua al cual también pertenece el distrito de Tinta, tiene las siguientes características “El clima dominante es templado y agradable; con notable diferencia de temperatura entre el día y la noche, el sol y la sombra. La temperatura media anual fluctúa entre 11 y 16 °C; las máximas entre 22 y 29 °C; y las mínimas entre 7 y -4 °C durante el invierno, es decir, de mayo a agosto. Los días son calurosos al sol y templados a la sombra, con temperaturas a 20 °C; pero las noches son fresca, con menores de 10 °C. Este clima induce a la actividad, pues ni entumece por el frío ni enerva por el calor. El aire es transparente y puro. La humedad atmosférica es poco sensible, aun cuando el suelo es normalmente húmedo, como consecuencia de las lluvias que caen con regularidad durante el verano (diciembre a marzo).”

4.1.4.- Características geográficas

Geográficamente el distrito de Tinta se encuentra a 3,480 m.s.n.m., a 107.4 km. al sur oeste de la ciudad de Cusco. La Plaza de Armas del distrito de Tinta se encuentra a una altitud de 3,490 m.s.n.m.

Las características hidrográficas presentan un comportamiento estacional definido a consecuencia de las precipitaciones fluviales que alcanza a un caudal máximo de 86% y un mínimo de 14%. En general la precipitación supera la humedad potencial entre los meses de noviembre a marzo. Entre los meses de abril hasta mediados del mes de Julio las fuentes acuíferas son suficientes por las reservas en los manantiales subterráneos, puquios, etc. Entre mediados del mes de julio y noviembre existe carencia de agua, a causa de los periodos prolongados de sequías y heladas.

4.1.5.- Vías de acceso

Para acceder al distrito de Tinta y a la Plaza de Armas donde se lleva a cabo la feria semanal, se realiza desde la ciudad del Cusco mediante la carretera Interdepartamental Cusco – Puno, así como también desde la ciudad de Sicuani, por la misma carretera; posteriormente se toma otra vía secundaria la que pasa por el puente que cruza el río Vilcanota el que finalmente llega hasta la Plaza de Armas del distrito, en dirección suroeste.

4.1.6.- Aspectos demográficos

La provincia de Canchis tiene una población total de 95774 habitantes, de los cuales 59677 son de Área Urbana (62.31%) y 36097 son del Área Rural (37.68%). El distrito de mayor población es el de Sicuani, en el que se tiene 47386 habitantes en el Área Urbana (81.94%) y 10441 en el Área Rural (18.05%). El distrito de Tinta, que es el cuarto de mayor población de la provincia, tiene una población de 5029 habitantes, de los cuales 2726 habitan en el Área Urbana (54.20%), y 2303 personas habitan en el Área Rural (45.79%) (INEI, 2017), tal como se puede ver en la Tabla 03:

TABLA 03: Población de la provincia de Canchis y del distrito de Tinta

PROVINCIA CANCHIS	URBANO		RURAL		TOTAL	
	CASOS	%	CASOS	%	CASOS	%
Provincia de Canchis	59 677	62.31	36 097	37.68	95 774	100
Sicuani	47 386	81.94	10 441	18.05	57 827	100
Checacupe	2305	48.83	2415	51.17	4720	100
Combapata			4587	100	4587	100
Marangani	3234	33.68	6366	66.31	9600	100
Pitumarca	4026	56.15	3144	43.84	7170	100
San Pablo			4224	100	4224	100
San Pedro			2617	100	2617	100
Tinta	2726	54.20	2303	45.79	5029	100

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

4.1.6.1.- Evolución de la población

El desarrollo de la evolución de la población del distrito de Tinta desde el año 1993 hasta el año 2017, donde se realizó el último censo nacional oficial, tiene un crecimiento negativo en 24 años, tal como se puede ver en la Tabla 04, teniendo para el año 1993 una población de 5759 y para el 2017 una población de 5029, lo cual hace una diferencia de 730 habitantes. En el caso del Área Rural también se puede ver una evolución negativa, alcanzando para el año 1993 una población rural de 3062 habitantes y para el 2017, 2303 habitantes, haciendo una diferencia de 759 habitante en 24 años.

TABLA 04: Evolución de la población del distrito de Tinta

AÑO	URBANA	RURAL	TOTAL	OBSERVACIONES
1993	1370	3062	5759	
2007	2574	2954	5528	
2017	2726	2303	5029	
2018			5469	Población proyectada
2019			5479	Población proyectada
2020			5474	Población proyectada

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1993, 2007, 2017; INEI-Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito, 2018 – 2020.

4.1.7.- Situación de pobreza en el distrito

La situación del distrito Tinta ha tenido variaciones porcentuales positivas y negativas en la incidencia de la pobreza monetaria, cifras que se ubican por debajo del 50% tal como se puede ver en la Tabla 05.

TABLA 05: *Evolución de la incidencia de la pobreza del distrito de Tinta*

AÑO	POBREZA MONETARIA TOTAL (%)
2009	47.0%
2013	30.6%
2018	44.4%

Elaboración propia

Fuente: INEI-Mapa de Pobreza Provincial y Distrital 2009, 2013 y 2018.

Se tiene muchas causas para que la pobreza monetaria persista en el distrito de Tinta, siendo las principales las siguientes: no se tiene adecuadas viviendas con materiales apropiados para su realidad geográfica; se tiene hogares con servicios básicos como agua y desagüe inestables; hogares con integrantes en edad de estudiar que no acuden a los centros educativos y hogares con alta dependencia económica.

4.1.8.- Aspectos sociales

a) Salud

El sistema de salud en la provincia de Canchis cuenta con dos subsectores, el público y el privado. En el caso del distrito de Sicuani se tiene 2 Hospitales y 6 Puestos de Salud; el distrito de Checacupe posee 1 Puesto de Salud, el distrito de Combapata tiene 1 Centro de Salud y 1 Puesto de Salud, el de Marangani tiene 1 Centro de Salud y 3 Puestos de Salud, el distrito de Pitumarca tiene dos Puestos de Salud, el de San Pablo posee 2 Centros de Salud, el distrito de San Pedro tiene un Centro de Salud, y el distrito de Tinta cuenta con un solo Centro de Salud, distribuidos entre capitales de distrito y Centros Poblados, todos bajo la responsabilidad del Ministerio de Salud (Ver Tabla 06).

En el caso de establecimientos privados a nivel de provincia, se tiene el Seguro Social de Salud (ESSALUD), que atiende a sus afiliados los cuales trabajan principalmente para el sector estatal y están en planilla. Respecto al personal profesional de salud el mayor número labora en el establecimiento de salud de Sicuani, mientras que en el distrito de Tinta solo se tiene uno.

TABLA 06: *Establecimientos de salud de la provincia de Canchis y en el distrito de Tinta*

N°	DISTRITO	HOSPITAL	CENTRO DE SALUD	PUESTO DE SALUD
1	Sicuani	2		6
2	Tinta			1
3	Checacupe			1
4	Combapata		1	1
5	Marangani		1	3
6	Pitumarca			2
7	San Pablo			2
8	San Pedro			1
TOTAL		2	2	17

Fuente: DIRESA, Cusco.

b) Educación

El distrito de Tinta cuenta con infraestructura educativa para los niveles de educación inicial, primaria, secundaria y educación básica alternativa, así como PRONOEI. Todas las instituciones educativas están a cargo de la Dirección Regional de Educación del Cusco. Por otra parte, el nivel educativo alcanzado en la zona rural del distrito de Tinta tiene ciertas peculiaridades entre varones y mujeres, siendo este último el que tiene la mayor cantidad de personas que obtuvieron un nivel de educación determinado, presentando 1174 mujeres para el 2017, y 1039 varones para el mismo año, de acuerdo al Censo de 2017 (Ver Tabla 07).

Algo resaltante a considerar es que independientemente de las cifras mencionadas, respecto al nivel secundario se tiene mayor número de varones que cuentan con este nivel,

alcanzando un número de 397 personas con respecto a 308 mujeres. Asimismo, en cuanto al nivel superior universitario completo se tiene la misma cantidad de varones y mujeres que obtuvieron este nivel (Ver Tabla 07).

TABLA 07: *Población entre varones y mujeres según nivel educativo alcanzado en el Área Rural del distrito de Tinta*

GENERO	NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO									TOTAL
	SIN NIVEL	INICIAL	PRIMARIA	SECUNDARIA	SUP. NO UNIV. INCOMP	SUP. NO UNIV. COMPLET	SUP. UNIV. INCOMPL	SUP. UNIV. COMPLET	MAESTRIA/ DOCTORADO	
Varón	81	44	377	397	44	66	16	12	2	1039
Mujer	303	55	390	308	52	31	23	12	-	1174
TOTAL	384	99	767	705	96	97	39	24	2	2213

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

En cuanto al grupo de edad y el nivel educativo alcanzado, para el 2017 se tiene dos importantes cifras que demuestran los dos niveles predominantes en el caso de varones, siendo las personas que obtuvieron el nivel primario los de 40 a 64 años de edad, con una cifra de 166, y para el nivel secundario en el mismo grupo de edad se tiene un número de 107 personas. Respecto al nivel superior universitario completo, se tiene pocas personas que hayan culminado, siendo los grupos de edad de mayor número los de 20 a 29 y de 30 a 39 años alcanzando una cifra de 5 personas cada cual. Otro dato importante es el grupo de edad más alto que no cuenta con nivel educativo logrado, correspondiente a las personas de 65 a más años de edad, alcanzando un número de 45 personas para el 2017 (Ver Tabla 08).

Respecto a las mujeres, en cuanto al nivel primario la cifra más alta alcanzada es en el grupo de edad de 40 a 64 años, en un número de 208, mucho mayor a las de varones del mismo grupo de edad. En el nivel secundario el grupo de edad de 15 a 19 años, tiene 88 personas, estableciéndose como la cifra más alta. Asimismo, se ve cifras bajas para los grupos de edad de 30 a más años, lo cual implica la diferencia en el bajo nivel logrado de las personas de mayor edad respecto a las recientes generaciones que bordean los 15 a 39 años de edad (Ver Tabla 08).

TABLA 08: Población entre varones y mujeres por grupos de edad y nivel educativo alcanzado en el Área Rural del distrito de Tinta

GENERO	GRUPOS DE EDAD								TOTAL
	3 a 4 AÑOS	5 a 9 AÑOS	10 a 14 AÑOS	15 a 19 AÑOS	20 a 29 AÑOS	30 a 39 AÑOS	40 a 64 AÑOS	65 a más AÑOS	
VARONES									
Sin nivel	13	6			1	2	14	45	81
Inicial	19	24					1		44
Primaria		51	51	2	9	22	166	76	377
Secundaria			56	78	77	71	107	8	397
Sup. no univ. incomple				12	23	8	1		44
Sup. no univ. completo					22	16	28		66
Sup. univ. incompleto				2	13		1		16
Sup. univ. completo					5	5	2		12
Maestría/Doctorado						1	1		2
TOTAL	32	81	107	94	150	125	321	129	1039
MUJERES									
Sin nivel	13	6		1		6	102	175	303
Inicial	15	36				1	3		55
Primaria		37	57		14	55	208	19	390
Secundaria			53	88	72	58	35	2	308
Sup. no univ. incomple				14	34	2	2		52
Sup. no univ. completo					18	8	4	1	31
Sup. univ. incompleto				2	19	2			23
Sup. univ. completo					7	4	1		12
Maestría/Doctorado									
TOTAL	28	79	110	105	164	136	355	197	1174

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

c) Vivienda y sanidad

Respecto al material de construcción predominante en los hogares rurales del distrito de Tinta, se tiene que para el 2017 el material que predomina es el adobe, el cual alcanza un número de 778 viviendas de un total de 790, cifras que para el 2022 no se han modificado sustancialmente. En cuanto a las viviendas de ladrillo o bloque, el porcentaje es relativamente bajo, pero en mayor número con respecto a las viviendas construidas de piedra con barro y madera, ya que estos alcanzaron el número más inferior, presentes en las estancias de las comunidades campesinas (Ver Tabla 09).

TABLA 09: *Viviendas particulares por material de construcción predominante en las paredes exteriores y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta*

TIPO DE VIVIENDA Y OCUPANTES	LADRILLO O BLOQUETA	ADOBE	TAPIA	PIEDRA CON BARRO	MADERA	TOTAL
Viviendas particulares	8	778	2	1	1	790
Ocupantes presentes	25	2271	4	2	1	2303

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

En el Área rural del distrito de Tinta, en cuanto se refiere a instalaciones de agua potable y no potable, el mayor número de viviendas cuentan con instalaciones de red pública en la vivienda, construidos a partir de proyectos ejecutados por el estado mediante el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, además de algunos pocos proyectos privados de ONGs. De igual modo, en segundo lugar, se tienen viviendas particulares que consumen agua de pozos, los cuales se ubican en las partes alejadas de las comunidades campesinas. Las otras procedencias de agua de consumo que son utilizados en menor porcentaje, son de río, acequia, lago o laguna y de red pública fuera de la vivienda (Ver Tabla 10).

TABLA 10: *Viviendas particulares por tipo de procedencia del agua y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta*

TIPO DE VIVIENDA Y OCUPANTES	RED PÚBLICA EN LA VIVIENDA	RED PÚBLICA FUERA DE LA VIVIENDA, PERO DENTRO DE LA EDIFICACIÓN	PILÓN O PILETA DE USO PÚBLICO	POZO	MANANTIAL O PUQUIO	RÍO, ACEQUIA, LAGO, LAGUNA	OTROS	TOTAL
Viviendas particulares	648	10	26	66	22	15	3	790
Ocupantes presentes	1932	23	90	161	53	38	6	2303

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

Las viviendas particulares con servicios higiénicos en el Área Rural del distrito de Tinta, son de diferentes tipos, siendo los más predominantes aquellos que son de pozo ciego o negro y a campo abierto o al aire libre, ello debido a las condiciones de distribución de las viviendas de las comunidades campesinas. Por otra parte, en las zonas donde se ha desarrollado proyectos del sector estatal o privado, se tiene servicios higiénicos mediante red pública de desagüe al interior de la vivienda, letrinas y pozo séptico. Los de menor uso por parte de las viviendas particulares son los que se dan en ríos, acequias, canal o similares, dadas las condiciones de las viviendas y el acceso a estas (Ver Tabla 11).

TABLA 11: *Viviendas particulares por disponibilidad de servicio higiénico en la vivienda y total de ocupantes presentes en el Área Rural del distrito de Tinta*

TIPO DE VIVIENDA Y OCUPANTES	RED PÚBLICA DE DESAGÜE EN LA VIVIENDA	POZO SÉPTICO, TANQUE SÉPTICO O BLODIGESTOR	LETRINA	POZO CIEGO O NEGRO	RÍO, ACEQUIA, CANAL O SIMILAR	CAMPO ABIERTO O AL AIRE LIBRE	OTROS	TOTAL
Viviendas particulares	116	54	123	237	3	220	37	790
Ocupantes presentes	352	158	333	762	9	574	115	2303

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

En cuanto a servicios ofrecidos por empresa del estado, las viviendas particulares que cuentan con disponibilidad de alumbrado eléctrico por red pública, son un buen porcentaje, alcanzado más del 77.08%, respecto al 22.91% que no cuenta con este servicio. Las razones son diversas, entre ellos la lejanía de las viviendas de las comunidades campesinas, así como la falta de proyectos de infraestructura desarrollados por el estado mediante las instancias de gobierno nacional y local, que doten de este servicio (Ver Tabla 12).

TABLA 12: *Viviendas particulares por disponibilidad de alumbrado eléctrico por red pública en la vivienda y total de ocupantes presentes, en el Área Rural del distrito de Tinta*

TIPO DE VIVIENDA Y OCUPANTES	ALUMBRADO ELÉCTRICO POR RED PÚBLICA				TOTAL	
	SI		NO			
Viviendas particulares	609	77.08 %	181	22.91%	790	100%
Ocupantes presentes	1881		422		2303	

Elaboración propia

Fuente: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

4.1.9.- Aspectos económicos

a.- Población en edad de trabajar en el Área Rural del distrito de Tinta (PET)

En base al censo de 2017 (INEI) el Área Rural del distrito de Tinta cuenta con una población en edad de trabajar de 1831 habitantes entre varones y mujeres, calculado de 14 años a 65 y más, de los cuales 847 son varones y 984 son mujeres, es decir más del 53% son mujeres, el cual representa el mayor porcentaje de la PET. El grupo de edad que cuenta con mayor población en edad de trabajar, entre varones y mujeres, es el de 14 a 29 años, comprendiendo el 31% de la población total en edad de trabajar, mientras que el de menor proporción son del grupo de edad de 65 a más años, alcanzando el 17.80% de habitantes (Ver Tabla 13). Por otra parte, se considera el grupo de edad de 14 a más años porque en el Área Rural, las mujeres y varones a esa edad se convierten frecuentemente en padres de familia, conformando su propia familia.

TABLA 13: *Población en edad de trabajar (PET) en el Área Rural del distrito de Tinta*

GÉNERO	GRUPO DE EDAD				TOTAL	
	14 a 29 AÑOS	30 a 44 AÑOS	45 a 64 AÑOS	65 a MÁS AÑOS		
Varón	272	192	254	129	847	46.25%
Mujer	296	219	272	197	984	53.74%

Elaboración propia

Fuente de datos: INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017.

b.- Actividad agropecuaria

En el distrito de Tinta, la actividad económica más importante es la agricultura, seguida de la ganadera con la crianza de animales menores, convirtiéndose en un perfil básicamente primario, donde las actividades agropecuarias son predominantemente extractivas, en el que la producción se liga directamente al mercado local mediante la feria semanal del distrito de Tinta, además de otros ejes comerciales de la provincia, como el caso de la Tablada dominical del distrito de Combapata y el mercado de Sicuani.

En el Área Rural del distrito de Tinta, la producción agrícola es frecuentemente tradicional, realizado de manera comunitaria a diferencia de la pecuaria que es familiar. Para la preparación del terreno concurren habitantes de la comunidad, correspondiente a jornaleros o los realizados mediante prácticas ancestrales como la minka y el ayni. Las herramientas utilizadas en la producción agrícola son ancestrales como la chaquitaklla y otras modernas como la lampa y yunta. En zonas con acceso vehicular, se utilizan tractores agrícolas, para los que son terrenos principalmente en piso de valle altoandino.

Los terrenos de cultivo se ubican en zonas de ladera, principalmente para la producción de tubérculos, como la papa, olluco, oca, tarwi, quinua y pastos para el forraje de sus animales. Estos terrenos son por lo general de rotación, es decir, que se tiene un número de años que son cultivados y otros son destinados para el descanso de la tierra. Como es conocido en la zona andina, la producción agrícola masiva depende principalmente de las precipitaciones pluviales estacionales que comienzan en mayor intensidad entre los meses de noviembre y diciembre.

La producción agrícola es para el autoconsumo y la venta. La comercialización de sus productos es efectuada por lo general en la feria semanal del distrito, el cual es comprado por comerciantes que los llevan a otros mercados de la región y del país. El cultivo de mayor producción es la papa y el maíz, dada las condiciones de la geografía en la que se encuentra el distrito de Tinta. No obstante, el estado peruano, mediante los órganos de gobierno local (Municipalidad provincial y distrital) promueven la diversificación de

producción de cultivos alternativos como son la alfalfa, avena forraje, cebolla, trigo, etc., (PDC-2013 – 2023, Canchis).

En cuanto a la actividad agropecuaria, en el distrito no es muy intensivo dada las condiciones diversas de la geografía. En las zonas altoandinas se tiene crianza de camélidos donde su sustento fundamental son los pastos naturales de la zona (bofedales). En regiones ecológicas de menor altura, se tiene crianza de animales menores como ovejas, cuyes, gallinas y patos, los cuales sirven para el autoconsumo de los pobladores rurales, mientras que en pisos de valle la crianza de ganado vacuno es un tanto más intenso, debido a la presencia de pastos y riego que facilitan tal actividad.

c.- Turismo

El distrito de Tinta tiene importante patrimonio arqueológico colonial de los siglos XVI, XVII y XVIII, siendo los principales el Templo Colonial de San Bartolomé de Tinta que data del siglo XVI, construida con piedra trabajada y adobe. Respecto a la emancipación americana, se tiene la Pampa de Chinchina donde se desarrolló una batalla importante de la revolución de Tupac Amaru II en 1781. Asimismo, se tiene la Plaza de la Emancipación Americana en el que Tupac Amaru II dio el primer grito de libertad; de igual modo la Casa de Tupac Amaru y la vivienda de Clorinda Matto de Turner. Todo este importante patrimonio arqueológico es visitado por turistas nacionales y extranjeros en diferentes meses del año, siendo el de mayor afluencia entre abril y julio.

d.- Comercialización

Como en el resto de la provincia de Canchis, en el distrito de Tinta se tiene como principal eje de comercialización la feria semanal del distrito, desarrollada los días jueves de cada semana. A ella concurren los pequeños productores de la zona rural que llevan sus productos agropecuarios para la venta. Simultáneamente concurren comerciantes de otros lugares trayendo productos manufacturados los cuales son comprados por los pobladores de la zona, dándose así el proceso de compra y venta en el mercado, el que también es considerado como feria semanal. También se tiene otras actividades de comercialización

como el comercio en tiendas o pequeños abarrotes presentes en la capital del distrito y en las comunidades campesinas.

4.2.- Tipo y nivel de investigación.

Tipo de investigación, trasversal, donde se analizó la variable dependiente —consumo de bienes agropecuarios y manufacturados— en la encuesta desarrollada en la feria semanal del distrito de Tinta en agosto de 2022. Asimismo, se realizó el análisis de la variable independiente (ingresos monetarios) para lo cual se aplicó la encuesta respectiva en la feria semanal del distrito de Tinta en agosto de 2022.

El enfoque de investigación es mixta.

Nivel de investigación:

Descriptiva. – según Hernández – Sampieri & Mendoza (2019, pág., 108), “Pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos de cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden o recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar.”. Al respecto, se realizaron la medición de las variables independiente (ingresos monetarios) y dependiente (consumo de bienes agropecuarios y manufacturados), de los hogares rurales del distrito de Tinta.

Método de investigación general. - Analítico Sintético.

Diseño de la investigación. - no experimental transversal, bajo el modelo $Y = f(X)$, donde X corresponde a la variable independiente denotado por los ingresos monetarios y Y a la variable dependiente correspondiente al consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta 2022. No se manipuló ninguna variable.

4.3.- Unidad de análisis

Corresponden a los hogares rurales del distrito de Tinta, los mismos que participan en la feria semanal llevada a cabo los días jueves de cada semana en la Plaza de Armas de la capital del distrito. Los jefes y jefas de hogar por lo general son los que concurren a la feria a realizar la compra y venta de productos agropecuarios y manufacturados, en donde realizan el movimiento de dinero en las diferentes transacciones que realizan.

4.4.- Población de estudio

La población de estudio está conformada por los jefes y jefas de hogar que concurren a la feria semanal del distrito de Tinta, los mismos que son los que realizan las transacciones de compra y venta de productos alimentarios y no alimentarios para la semana.

4.5.- Selección de muestra

Se realizó la recolección de información aplicando las encuestas y entrevistas a los jefes y jefas de hogar de los hogares rurales que concurren a la feria semanal del distrito de Tinta. Se trabajó de esta manera porque los que concurren a esta feria, son los que hacen las transacciones mayores y manejan el ingreso y gasto del hogar rural, lo cual como resultado nos dio la incidencia del consumo de bienes agropecuarios y manufacturados en la pobreza monetaria.

4.6.- Tamaño de muestra

De acuerdo al Censo Nacional de 2017, en el distrito de Tinta se tiene una población de 5029 habitantes, de los cuales 2370 son varones (47.13%) y 2659 son mujeres (52.87%), lo que refleja un mayor número de mujeres en el distrito. De acuerdo al Área de residencia, en el Área Urbana se tiene 2726 habitantes (54.21%) y en el Rural 2303 habitantes (45.79%), siendo la población urbana la de mayor porcentaje (INEI-Censos Nacionales de Población y Vivienda, 2017).

Por razones metodológicas y en atención a los objetivos y variables de investigación, solo se consideró la muestra a jefes de hogar (varones y mujeres) desde los 15 años a más, esto debido a que en las zonas rurales de los andes la tasa de fecundidad de las mujeres comienza en promedio a los 15 años, conjuntamente con los varones de edades similares, por ello fue conveniente considerar la población de estudio a partir de dicha edad. Asimismo, una vez realizado los cálculos correspondientes, se extrajo los siguientes datos:

- Población total del distrito de tinta (según el Censo de 2017, INEI) = 5029 habitantes.
- Tamaño de la población seleccionada por número de hogares rurales = 575
- Margen de error máximo admitido = 10 %
- Tamaño para un nivel de confianza del 90 % =

En consecuencia, el tamaño de la muestra fue de 62 personas, entre jefes y jefas de hogar del Área Rural del distrito de Tinta.

4.7.- Técnicas de selección de muestra

La muestra que se consideró es del tipo probabilístico. Vislumbra la medición de los ingresos bajos de cada hogar, así como el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados. La diferencia de género (varón - mujer), no es un determinante, porque en las transacciones que se realizan en las ferias andinas, tanto la mujer como el varón se ocupan de la venta como de la compra de bienes, a excepción de actividades netamente ganaderas. No obstante, si bien se considera como indicador de la variable ingresos monetarios (X), a los bajos ingresos por venta de productos pecuarios, la muestra probabilística da la posibilidad de que muchos varones sean considerados en la encuesta.

En cuanto a la variable dependiente (Y), consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, los gastos los realizan tanto mujeres como varones, por consiguiente, al elegir tantos varones como mujeres, no alteró la información que se obtuvo en campo.

4.8.- Técnicas de recolección de información

Para el proceso de recolección de información primaria y de información secundaria se utilizaron las siguientes técnicas:

Técnica de la encuesta. – se formularon cuestionarios con el objetivo de recolectar información de los vendedores y consumidores de la feria semanal del distrito de Tinta, siendo el público objetivo, los jefes y jefas de hogar que realizan dichas transacciones.

Entrevista. – con la presente técnica se obtuvo información de preferencias y precios de ofertantes en la feria semanal del distrito de Tinta.

Observación. – esta técnica fue aplicado para realizar de manera detallada del proceso de compra y venta de bienes agropecuarios y manufacturados en la feria semanal del distrito de Tinta.

Como instrumentos para la recolección de información se usaron los siguientes:

Cuestionario de preguntas. – fue aplicado a los compradores y vendedores de bienes agropecuarios y manufacturados que concurren a la feria semanal del distrito de Tinta, los cuales son jefes y jefas de hogar.

Guía de entrevista. - la aplicación de este instrumento pudo arrojar mayor información de las preferencias, precios, consumo y gasto de bienes agropecuarios y manufacturados que tienen lugar en la feria semanal del distrito, donde concurren los jefes y jefas de hogar.

Guía de observación. – con este instrumento se pudo obtener información y a la vez registrar todos los acontecimientos que tuvieron lugar en la feria semanal del distrito de Tinta.

En cuanto a la información secundaria, se tiene las siguientes consideraciones:

Revisión de información secundaria. – se extrajeron los datos estadísticos que fueron de utilidad en la presente investigación, correspondientes a informes técnicos de diferentes instituciones públicas, como el INEI, Variación de los Indicadores de Precios de la Economía 2019 – 2022 (SISAP), MIDAGRI; datos que fueron ordenados en tablas, los que permitieron ver el desarrollo de la variación del porcentaje de precios al consumidor y los precios de los principales productos agrícolas y manufacturados por mes, actualizados hasta la fecha donde se aplicó la encuesta en la feria semanal del distrito de Tinta (agosto de 2022).

4.9.- Técnicas de análisis e interpretación de la información.

Tabulación. – con esa técnica se ordenó los datos estadísticos obtenidos en las encuestas los cuales permitieron presentarlos en gráficos y tablas.

Técnica de análisis. - para el procesamiento de los datos obtenidos en campo (feria semanal del distrito de Tinta) se ha utilizado el software especializado **SPSS**.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1.- Implementación de base de datos procedente de fuente secundaria

Como parte del proceso de análisis, y de acuerdo al tipo de investigación (transversal), se realizó la sistematización de datos estadísticos que describen información sobre el comportamiento del mercado a nivel nacional y de la región del Cusco. Siendo las fuentes de información secundaria el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), respecto a la Variación del Índice de Precios al Consumidor y el Desarrollo de Precios de Bienes Agrícolas en el Cusco (SISAP).

Toda la información se organizó en tablas que muestran el desarrollo de los datos porcentuales y precios a lo largo de los años de análisis, 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto), hasta la fecha donde se realizó el trabajo de campo y la aplicación de las encuestas en la feria semanal del distrito de Tinta. Dichas tablas posibilitaron conocer las variaciones porcentuales de los precios en el mercado de los principales productos de la canasta básica familiar, así como la variación de los precios por mes en el mercado del departamento del Cusco, los cuales son similares en alguna medida a los precios de la feria semanal del distrito de Tinta.

Otro aspecto considerado son las variaciones porcentuales del índice de precios y la variación de precios en el mercado durante la pandemia por COVID 19, los cuales muestran importantes resultados en cuanto a la subida de precios de productos manufacturados respecto a los agrícolas, así como antes y después de la etapa crítica. Toda esta información obtenida y seleccionada permitió ver el desarrollo de la inflación en el país y en la región del Cusco, así como las bajas y alzas de los precios, y la manera cómo estos inciden en mercados rurales como el de Tinta, en donde se tiene particularidades en el consumo, los cuales se verán en el ítem 5.3. Asimismo, la variedad de productos que se analizaron son los que generalmente se comercializan en la feria semanal del distrito de

Tinta, divididos en productos agrícolas y manufacturados, ofertados y demandados en menor y mayor cantidad, los cuales obedecen también a las preferencias de consumo de las familias rurales.

5.1.1.- Desarrollo del índice de precios al consumidor, Periodo 2019 – 2022 (agosto)

En la Tabla 14 se describe la variación porcentual del índice de precios de diferentes productos, seleccionados por año. Por ejemplo, referente al pan y cereales, se puede ver una variación sustancial de los precios, los cuales van en alza, siendo para el 2019 de 0.81% y para agosto de 2022, de 12.02%, lo cual hace una diferencia de 11.21 puntos porcentuales; cifras que muestran que en tres años y medio se tuvo importantes variaciones del índice de precios respecto a esos productos. No obstante, el año en el que se tuvo el mayor crecimiento de los precios fue en 2021, alcanzando el 10.11%, muy superior al 2.46% de 2020 cuando se dio la pandemia por Covid 19, continuando así en alza hasta el 2022, precios que de todas maneras tuvo repercusiones importantes en el consumo de estos productos por los hogares rurales.

Otros productos agrícolas manufacturados, como el azúcar y otras presentaciones, también tienen esta tendencia al alza en el periodo analizado. Es así que para el 2019 el índice estaba en -4.12%, mientras que para agosto de 2022 alcanzó un 35.04%, es decir 39.16 puntos porcentuales de diferencia en los cuatro años. En el 2020 es en donde se tiene un incremento sustancial debido a la pandemia por Covid 19, el cual se mantuvo hasta el 2021, variando tan solo en 0.45% en los dos años, lo cual significa una permanencia en los precios de estos productos. Sin embargo, hasta agosto de 2022, se tiene un incremento de los precios en alrededor del 100%, alcanzando el 35.04%, cifra que es totalmente resaltante por su nivel de alza, lo cual está referido al escenario internacional como la guerra entre Rusia y Ucrania. Por otra parte, se debe resaltar que al igual que la clase de consumo de pan y cereales, el azúcar y otras presentaciones tiene un alza ascendente de los precios desde 2019 hasta agosto de 2022.

TABLA 14: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor a Nivel Nacional, según división de consumo (por año)

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASES	2019	2020	2021	2022 (agosto)
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS				
Pan y cereales	0.81	2.46	10.11	12.02
Carne	-2.94	7.49	14.97	4.47
Pescados y mariscos	-1.15	-0.49	11.70	15.45
Leche, queso y huevos	2.26	1.14	4.69	18.89
Aceites y grasas	-1.25	4.06	49.85	6.87
Frutas	4.78	4.57	-0.60	9.17
Hortalizas, legumbres y tubérculos	-0.06	-6.58	12.33	15.95
Azúcar y otras presentaciones	-4.12	15.17	14.72	35.04
Otros productos alimenticios	2.31	4.82	4.27	10.35
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO				
Prendas de vestir y confección	0.39	0.32	1.37	2.74
Zapatos y otros de calzado	0.50	-0.13	0.61	2.43
AGUA, ELECTRICIDAD, GAS, Y OTROS COMBUSTIBLES				
Suministro de agua	4.39	2.24	10.56	3.90
Consumo de electricidad residencial	7.72	6.73	9.94	5.59
Gas	-1.69	1.33	50.31	-2.82
SALUD				
Productos farmacéuticos	2.46	4.08	1.59	2.35

Elaboración propia

Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, 2019, 2020, 2021 y 2022.

En cuanto a los bienes manufacturados de aceites y grasas, la tendencia no se muestra como los otros productos. En el 2019 se tiene una variación porcentual del índice de precios en -1.25%, con un alza de los precios para el 2020 que llega al 4.06%. Sin embargo, en el año 2021 se tiene un alza que supera más de 10 veces el porcentaje de 2020, alcanzado una cifra de 49.85%, a causa del escenario internacional y el Covid 19. Hasta aquí, la tendencia es positiva, lo cual cambia en el 2022, ya que para el mes de agosto se tiene una baja importante de los precios, alcanzando el 6.87%, es decir 42.98% menos que el año anterior.

Un escenario distinto tienen los productos de las clases hortalizas, legumbres y tubérculos, en el que el porcentaje de alza y baja de los precios no son tan elevados como los otros productos analizados atrás. En el 2019 el índice de precios estaba en -0.06%, con una tendencia a la baja hasta el 2020, el cual alcanzó el -6.58%, esto es una diferencia de 6.5 puntos porcentuales, del cual se entiende que el precio de los productos estuvo a la baja,

incluso teniendo en cuenta la pandemia por Covid 19. Ya para el 2021, los precios se incrementaron alcanzando una variación porcentual de 12.33%, continuando el alza hasta agosto de 2022, con el 15.95%; porcentajes que no son comparables con los productos manufacturados que ya se vieron.

Estas cuatro clases de productos, reflejan una diferencia en cuanto a los precios, los cuales tienen efectos sobre las economías del área rural del distrito de Tinta, ya que son los bienes que mayoritariamente se consumen, además de ser comprados en mayor cantidad en la feria semanal del distrito, tal como se puede ver en la figura 01, en el que se distingue que se tiene una diferencia sustancial en el desarrollo de los precios de la clase de hortalizas, legumbres y tubérculos con respecto a las clases de aceites y grasas, azúcar y otras presentaciones.

En un escenario como el área rural del distrito de Tinta, en el que las familias campesinas en su mayoría tienen como producción principal tubérculos, acompañado en menor proporción por hortalizas y legumbres, el desempeño de los precios no les es favorable porque dichas familias mediante el jefe de hogar llevan a la feria semanal a vender parte de su producción a precios que el mercado condiciona, al mismo tiempo que compran productos manufacturados y agrícolas que no son producidos en su zona. Como resultado de las transacciones de compra y venta, no se tiene regularidad en cuanto a los precios en el tiempo, debido a que al darse el alza de productos foráneos traídos a la feria, el jefe de hogar tiene que comprar necesariamente la cantidad regular de cada semana, entonces, esta diferencia hace que no se tenga un mercado perfectamente competitivo, porque los precios de los bienes agrícolas foráneos y los manufacturados en comparación con los agrícolas que son producidos en la zona, los pone el mercado nacional y no la feria semanal, lo que hace que no se tenga un equilibrio entre la producción de los hogares rurales de Tinta y los productos traídos a vender a la feria.

Otra clase de productos que no tuvieron un desempeño significativo en el alza de los precios son el pan y cereales, mostrándose algo parecido con la clase de hortalizas, legumbres y tubérculos. Respecto al área rural del distrito de Tinta, el maíz es otro producto

que tiene realce al igual que los tubérculos y sus derivados, cultivado en el piso de valle del distrito por donde discurre el río Vilcanota. Y tal como se refleja en la tendencia de la figura 01, se tiene una diferencia en el alza de los precios de las clases aceites y grasas, azúcar y otras presentaciones, en donde, por ejemplo, en el 2021 el índice porcentual del pan y los cereales es de 10.11% y el de aceites y grasas es de 49.85%.

Desde una perspectiva deductiva, el vender una cantidad dada de maíz no es igual o aproximado a comprar otra cantidad de aceite en una misma transacción, esto es que si un jefe de hogar trajera a la feria semanal una arroba de maíz y lo vendiera en S/ 50.00, y quisiera comprar un valde de aceite, en el proceso se tendría una diferencia marcada entre ambos productos, lo que haría que para alcanzar a comprar el valde de aceite el jefe de hogar tendría que cubrir la diferencia con más cantidad de arrobas de maíz, sin embargo, las compras de productos como el aceite se da generalmente medido en litros o si se da en valde compran para un tiempo prolongado. Lo mismo se puede analizar para las otras clases de productos.

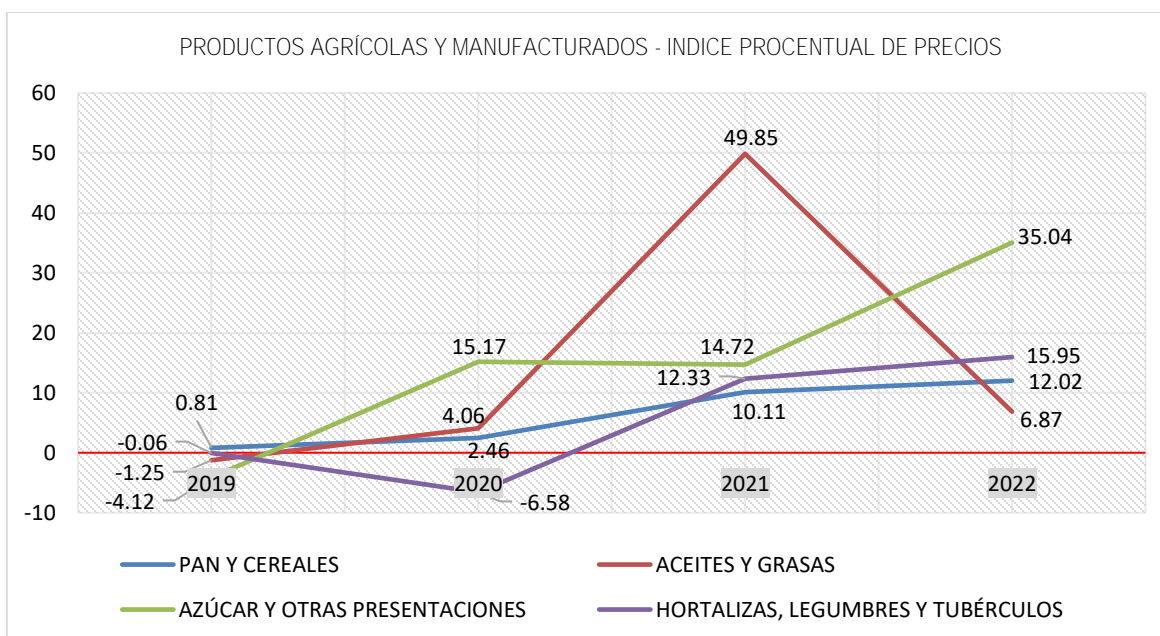


Figura 01. Tendencia al alza y baja de precios de principales productos de consumo. Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, 2019, 2020, 2021 y 2022.

Por otra parte, de las otras clases de productos, entre ellos carne, pescados y mariscos, leche queso y huevos, frutas y otros, las variaciones porcentuales de los precios no fueron tan sustanciales, a diferencia del año 2022 donde se tiene incrementos en algunas clases como leche, queso y huevo, pescados y mariscos, alcanzando el 18.89% y el 15.45% respectivamente. Sin embargo, dichos productos no son frecuentemente consumidos en mayores proporciones en los hogares rurales del distrito de Tinta, por lo que no impacta sustancialmente al alza o baja de los precios. De igual modo, el grupo de prendas de vestir y calzado no tuvieron tendencias notorias a la baja o al alza, además de que dichos productos no son de prioridad para las familias campesinas, al igual que servicios como electricidad y agua, los que son utilizados en menor cantidad debido a las costumbres de vivencia. Lo mismo se puede decir para el caso del gas, el cual al presentarse un alza en el precio como el que se dio en el 2021, en un 50.31%, este combustible muchas veces es sustituido por leña. Finalmente, en cuanto a productos farmacéuticos la tendencia de la variación del índice de precios no tuvo cambios sustanciales, además de que no son productos frecuentemente consumidos, ya que mucho de esta producción es sustituido por medicina tradicional.

Continuando con el análisis, en las Tablas 15, 16, 17 y 18, se muestran el desarrollo del índice de precios de manera mensual por cada año (2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022). En ellos se puede ver el porcentaje de las alzas y bajas de los precios de las principales clases de productos que se expenden en el mercado. En el caso del año 2019, se tiene para la clase de pan y cereales, un desarrollo casi regular, con excepción del mes de junio donde se tuvo una baja el cual alcanzó a -0.21%, siendo el pico más elevado febrero con un 0.25%; cifras que muestran una inflación baja en cuanto a dicha clase de productos. En el caso de otra clase de productos que se consumen con mayor frecuencia, el aceite y grasas, para este mismo año tuvo un desarrollo también casi regular, con meses en los que se tuvo una baja en los precios. Respecto a la clase hortalizas, legumbres y tubérculos, el alza mayor que se tuvo fue en marzo, estando los demás meses con tendencias a la baja o a mantenerse. El azúcar y otras presentaciones también tuvieron para este año un desarrollo casi regular, con tendencia a la baja en mínimos porcentajes (Ver Tabla 15). Respecto a los otros productos también se tuvo similar desarrollo.

Tal como se pudo ver en la variación del índice de precios de los productos analizados para el 2019, no se tuvo tasas de inflación que pudieran haber afectado las economías a nivel nacional, lo cual también se reflejó a nivel de los departamentos y de la zona rural de Cusco.

Por otro lado, el año 2020 si presenta importantes resultados en el desarrollo de la variación del índice de precios, esto a causa de la pandemia por Covid 19, donde el confinamiento general comenzó a mediados de marzo de este año. En la Tabla 16 se muestra el desarrollo por mes de las principales clases de productos. No se tiene una regularidad en el alza y baja de los precios de los productos, ya que se muestra que unos mantuvieron sus precios relativamente estables, mientras que otros si tuvieron algún porcentaje al alza. En el caso de la clase pan y cereales, hasta el mes de marzo de 2020 se tenía un alza en mínimo porcentaje, alcanzando el 0.23%, mientras que para el mes de abril se tuvo un alza que llegó al 1.03%. En los próximos meses, hasta el mes de diciembre la variación porcentual se mantuvo por debajo del 1%, lo cual indica una tasa de inflación controlada.

En el caso de la clase aceite y grasas, la variación porcentual de precios no tuvo mayores alteraciones durante los primeros meses de pandemia, en comparación con los meses antes del confinamiento general, siendo el pico más alto que se tuvo en este periodo, en el mes de abril el cual alcanzó al 1.09%, respecto a los demás meses que estuvieron por debajo del 1%. Cosa distinta se presenta en la clase de hortalizas, legumbres y tubérculos, donde el efecto de la pandemia por Covid 19 sí tuvo impactos en el alza de los precios, en el que para el mes de enero de este año la variación porcentual estuvo en -1.08%, con un incremento para el mes de marzo que alcanzó el 3.96%. No obstante, en el mes de abril se tuvo un incremento en la variación porcentual que supero incluso el 100% al de marzo, el cual estuvo en 8.28%, reflejado en el alto precio de productos de esta clase en los mercados a nivel nacional. Sin embargo, para los posteriores meses, la variación porcentual tuvo descensos que incluso llegaron al -1.09% en el mes de diciembre.

Caso similar es la clase de azúcar y otras presentaciones, en el que el alza mayor estuvo en el mes de marzo, con un 9.67% respecto al 2.29% del mes de enero, con descensos en la

variación de precios en los sucesivos meses, llegando al 0.45% en el mes de diciembre. Otros productos de otras clases, también tuvieron alzas para los meses de inicio del confinamiento general, como el caso de leche, queso y huevos, donde en los meses de marzo y abril tuvieron sus máximos picos, con 2.13% y 3.44%, respecto a enero que tuvo un -0.52%. Por otra parte, en el caso de servicios, el desarrollo de la variación porcentual de precios no tuvo muchas variaciones sustanciales tanto en el alza como en la baja de los precios, a excepción de electricidad residencial, que tuvo alzas importantes en los meses de julio, con un 1.69% y noviembre con un 2.58% (Ver Tabla 16).

Continuando, en el año 2021, el desarrollo de la variación porcentual de precios tuvo un desarrollo que tendió al alza de productos principales de consumo en la zona rural del Cusco. En el caso de la clase pan y cereales, los precios subieron en más del uno por ciento, desde el mes de mayo hasta setiembre; en otros meses, los precios subieron en porcentajes mínimos, que van por debajo del 1%. En cuanto a la clase de aceites y grasas, si se tuvo importantes incrementos en los precios, el cual incluso tuvo un aumento del 13.33% en el mes de julio, lo cual hace ver que estos productos tuvieron fuerte alza sobre todo en los precios del aceite, siendo menores el porcentaje de alza en los posteriores meses.

Otros productos como la clase de hortalizas, legumbres y tubérculos, el alza o baja de los precios de éstos tuvo un desarrollo irregular. Empezó el año con un crecimiento del 7.42%, luego los precios subieron en menor porcentaje en los posteriores meses, con porcentajes que van de 1.67% (marzo), 3.53% (julio) y 2.31% (octubre), y con bajas que oscilan en -2.60% (mayo), -1.68% (noviembre), cerrando el año con una baja en -1.14%. Respecto a la clase de productos azúcar y otras presentaciones, después de incrementos importantes dados en 2020, en 2021 su desarrollo tuvo subidas considerables de los precios en julio y agosto (2.69% y 2.23%), con un cierre del año en 2.18%, lo cual hace ver que productos como el azúcar principalmente su precio estuvo en alza con respecto al año 2019, el cual se pudo reflejar en los principales centros de abastos y mercados del departamento del Cusco (Ver Tabla 17).

En cuanto a otros productos no comestibles como el gas, en el 2021, se tuvo importantes subidas de los precios en algunos meses, como es el caso de enero en un 8.21%, muy superior a lo que se tuvo en diciembre de 2020 (1.78%); en julio se tuvo una subida en 9.28%, y su mayor pico fue en noviembre de ese año, teniendo un alza del 10.10%, con un cierre del año en una subida del precio en 8.12%. Todos estos porcentajes reflejan que el precio del gas en 2021 estuvo en aumento, cifras que fueron reflejados en la venta del balón de gas en el departamento del Cusco. No obstante, se debe considerar que en la zona rural, incluido Tinta, el balón de gas es subsidiado por el estado mediante el bono de descuento mensual denominado Vale de Descuento FISE, por lo que la subida del precio del gas, no necesariamente tuvo repercusiones importantes en el consumo de este producto en los hogares rurales del distrito de Tinta (Ver Tabla 17).

Finalmente se tiene el año 2022. Con los meses analizados de enero a agosto, debido a que en este último fue en el que se aplicó la encuesta en la feria semanal. En la clase de productos pan y cereales, el desarrollo de la subida de precios tuvo un incremento relativamente regular, con su mayor alza en abril en un 2.52%, estando en los demás meses por encima del 1% y menor al 2%. En el caso de aceites y grasas, también la subida de los precios no tuvo importantes alzas en los meses transcurridos, siendo menor al 2%. Lo mismo para la clase Hortalizas, legumbres y tubérculos, y la clase azúcar y otras presentaciones. En cuanto a servicios como el agua y electricidad residencial, el incremento de los precios no fue sustancial en los meses analizados, manteniéndose los precios relativamente estables (Ver Tabla 18).

Como se ha podido ver en los cuatro años analizados, la subida de los precios de los principales productos que se expenden en los diferentes mercados del país, tuvo importantes movimientos en los diferentes meses con subidas de precios de algunos productos los cuales se mantuvieron o incluso fueron incrementándose después del inicio del confinamiento por la pandemia por Covid 19. Como se refleja en los datos estadísticos, es a partir de estos meses (marzo y abril de 2020), en el que productos como la azúcar y el aceite, sus precios se incrementaron diferenciándose sustancialmente con respecto a otros productos como los tubérculos, más específicamente de la papa en todas su variedades, lo

mismo para el caso de legumbres y hortalizas, siendo los productos más resaltantes el tomate, el zapallo y la zanahoria, productos que son consumidos ininterrumpidamente en la zona rural andina del Perú y de la región Cusco.

TABLA 15: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2019

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASES	Enero	Febrer	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octub	Noviem	Diciem
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS												
Pan y cereales	0.16	0.25	0.23	0.05	-0.07	-0.21	-0.02	0.01	0.20	0.06	0.10	0.05
Carne	-1.70	-0.79	0.01	-0.66	1.94	-0.28	-1.91	0.11	-1.26	0.24	0.72	0.67
Pescados y mariscos	2.09	-6.02	0.14	6.85	-0.19	0.65	4.38	-0.68	4.64	-5.37	-5.30	-1.40
Leche, queso y huevos	-0.62	1.07	0.62	0.43	0.15	1.47	1.14	0.06	-0.18	-0.59	-0.65	-0.64
Aceites y grasas	0.05	0.03	0.03	-0.06	0.12	-0.36	-0.02	-0.18	-0.42	-0.37	-0.19	0.11
Frutas	-1.88	0.76	1.03	-0.98	-0.42	-0.45	1.72	3.10	0.23	-0.37	1.90	0.15
Hortalizas, legumbres y tubérculos	1.79	0.86	3.14	2.32	-3.13	-3.33	-0.07	-0.38	0.01	1.05	-0.59	-1.52
Azúcar y otras presentaciones	-1.32	-0.79	-0.52	-0.38	-0.26	-0.29	-0.20	-0.18	-0.01	-0.02	-0.46	0.23
Otros productos alimenticios	0.01	0.86	0.82	-0.22	0.05	0.23	0.29	0.63	0.64	-0.76	0.01	-0.27
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO												
Prendas de vestir y confección	0.05	0.08	0.11	0.01	0.05	0.03	0.03	-0.01	0.01	0.01	0.01	0.03
Zapatos y otros de calzado	0.21	0.25	0.05	0.06	-0.09	0.00	0.03	0.01	-0.04	-0.01	0.03	0.01
AGUA, ELECTRICIDAD, GAS, Y OTROS COMBUSTIBLES												
Suministro de agua	2.20	0.13	0.28	0.00	0.14	0.03	0.00	0.00	0.77	0.70	0.07	0.02
Consumo de electricidad residencial	1.79	1.83	-0.04	-0.02	0.34	0.00	0.22	-1.74	-0.01	2.29	2.64	0.25
Gas	0.05	-0.10	-0.11	-0.27	-0.09	0.12	-0.19	-0.09	-0.20	-0.20	-0.31	-0.30
SALUD												
Productos farmacéuticos	0.15	0.14	0.24	0.18	0.27	0.44	0.24	0.21	0.25	0.19	0.10	0.03

Elaboración propia

Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, 2019.

TABLA 16: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2020

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASES	Enero	Febrer	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octub	Noviem	Diciem
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS												
Pan y cereales	0.05	0.09	0.23	1.03	0.42	0.06	0.08	0.18	0.07	0.14	0.06	0.02
Carne	0.89	0.77	0.51	-0.76	-0.85	0.17	12.67	-0.41	0.53	0.08	3.59	-2.88
Pescados y mariscos	-0.53	-2.37	0.21	5.93	0.35	-0.60	2.64	1.03	0.70	-5.59	1.54	-3.33
Leche, queso y huevos	-0.52	0.41	2.13	3.44	0.18	-0.69	-1.54	-0.47	-0.40	-0.27	-0.87	-0.16
Aceites y grasas	0.15	0.31	0.71	1.09	0.44	-0.09	0.44	-0.12	-0.09	0.40	0.47	0.29
Frutas	-1.08	-0.60	1.75	3.34	-1.36	-2.65	-1.82	0.90	0.79	1.77	3.20	0.43
Hortalizas, legumbres y tubérculos	-1.08	-0.82	3.96	8.28	1.07	-4.71	-5.10	-3.65	-1.19	-1.65	-0.07	-1.09
Azúcar y otras presentaciones	2.29	6.50	9.67	8.17	0.27	-1.53	-2.92	-2.87	-1.24	-1.75	-1.80	0.45
Otros productos alimenticios	0.32	0.91	1.44	0.90	1.54	0.05	-0.18	-0.35	-0.03	-0.41	0.23	0.32
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO												
Prendas de vestir y confección	0.10	0.14	0.07	-0.04	0.00	-0.01	0.01	0.06	-0.01	-0.10	0.04	0.06
Zapatos y otros de calzado	-0.01	-0.04	0.05	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.02	-0.01	-0.04	-0.12	0.02
AGUA, ELECTRICIDAD, GAS, Y OTROS COMBUSTIBLES												
Suministro de agua	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.77	1.42
Consumo de electricidad residencial	0.31	-0.90	-0.11	0.00	0.00	0.77	1.69	0.67	0.92	0.38	2.58	0.26
Gas	-0.08	0.05	0.11	0.44	-4.45	0.58	1.22	-0.01	1.17	0.05	0.61	1.78
SALUD												
Productos farmacéuticos	0.04	0.12	0.02	0.31	0.83	1.12	0.67	0.28	0.23	0.13	0.17	0.11

Elaboración propia

Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, 2020.

TABLA 17: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – diciembre 2021

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASES	Enero	Febrer	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octub	Noviem	Diciem
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS												
Pan y cereales	0.18	0.15	0.35	0.35	1.00	1.78	1.06	1.10	2.06	0.47	0.47	0.73
Carne	4.46	-4.59	3.52	-2.68	2.96	1.25	2.42	2.54	0.94	0.64	0.97	2.02
Pescados y mariscos	1.22	-3.91	1.40	3.69	1.59	3.79	5.89	7.82	1.36	-7.50	-2.16	-1.09
Leche, queso y huevos	0.02	4.17	-1.06	0.18	0.61	0.75	0.64	0.04	-0.78	-0.83	-0.07	1.02
Aceites y grasas	0.52	1.37	2.60	3.13	3.04	5.78	13.33	8.05	2.78	0.27	0.18	0.87
Frutas	0.80	-2.91	1.61	-0.17	-2.00	-0.59	0.74	1.55	1.49	2.01	-1.33	-1.65
Hortalizas, legumbres y tubérculos	7.42	1.67	1.67	-1.98	-2.60	-0.58	3.53	1.75	1.75	2.31	-1.68	-1.14
Azúcar y otras presentaciones	0.21	1.45	0.64	0.74	-0.15	0.63	2.69	2.23	1.29	0.38	1.55	2.18
Otros productos alimenticios	0.56	-0.44	0.29	-0.15	0.19	0.41	0.47	0.73	0.42	0.42	0.51	0.77
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO												
Prendas de vestir y confección	0.05	0.03	0.02	0.02	0.01	0.07	0.07	0.15	0.22	0.23	0.24	0.26
Zapatos y otros de calzado	-0.05	-0.07	0.08	0.06	0.00	0.01	0.08	0.10	0.09	0.09	0.11	0.10
AGUA, ELECTRICIDAD, GAS, Y OTROS COMBUSTIBLES												
Suministro de agua	0.00	0.00	2.32	0.20	0.10	0.07	1.72	1.52	0.53	0.51	2.58	0.58
Consumo de electricidad residencial	0.07	-0.02	0.00	1.56	-2.88	0.45	1.30	3.12	1.49	4.45	-0.10	0.25
Gas	8.21	3.53	0.24	1.35	0.40	2.81	9.28	5.86	-6.10	-1.04	10.10	8.12
SALUD												
Productos farmacéuticos	0.34	0.15	0.25	0.12	0.11	0.11	0.06	0.16	0.07	0.15	0.02	0.05

Elaboración propia

Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, 2021.

TABLA 18: Variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor, según división de consumo, periodo enero – agosto 2022

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASES	Enero	Febrer	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiem	Octub	Noviem	Diciem
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS												
Pan y cereales			1.90	2.52	1.61	1.08	1.90	1.52				
Carne			3.45	0.71	-1.74	2.26	2.11	2.73				
Pescados y mariscos			3.50	3.95	1.48	0.91	6.17	9.44				
Leche, queso y huevos			5.18	1.90	-0.47	5.69	0.74	-0.08				
Aceites y grasas			0.76	0.85	0.03	0.41	1.29	1.85				
Frutas			0.77	2.61	-1.71	0.90	1.74	0.24				
Hortalizas, legumbres y tubérculos			5.18	6.72	-3.29	0.33	1.98	-0.88				
Azúcar y otras presentaciones			16.70	21.91	-5.70	-2.60	-1.48	1.37				
Otros productos alimenticios			0.96	1.58	0.87	0.68	2.23	1.30				
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO												
Prendas de vestir y confección			0.44	0.39	0.50	0.20	0.31	0.30				
Zapatos y otros de calzado			0.29	0.34	0.48	0.27	0.26	0.49				
AGUA, ELECTRICIDAD, GAS, Y OTROS COMBUSTIBLES												
Suministro de agua			0.01	0.07	0.31	2.70	0.43	0.28				
Consumo de electricidad residencial			0.15	0.42	0.87	0.31	0.41	2.73				
Gas			1.21	-1.05	-2.36	-0.98	0.16	0.14				
SALUD												
Productos farmacéuticos			0.18	0.41	0.41	0.30	0.41	0.38				

Elaboración propia

Fuente: INEI-Variación de los Indicadores de precio de la Economía, agosto 2022.

5.1.2.- Desarrollo de precios de principales productos agrícolas y manufacturados en el mercado de la Región Cusco (precios mínimos y precios máximos), (X mes) (años 2019, 2020, 2021 y 2022)

La información analizada proviene de los datos de precios presentados por el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, mediante el servicio de consultas SISAP (Sistema de Información de Abastecimiento y Precios), de los periodos 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto). Esta información fue procesada en tablas que describen los precios por mes de cada producto que se consideró necesario y que son a su vez los vendidos y comprados en la feria semanal del distrito de Tinta, además de productos agrícolas y manufacturados que son consumidos con mayor frecuencia. La importancia de considerar los precios de estos productos es para ver en la región del Cusco sus variaciones en cuanto al precio en el tiempo, es decir por mes, lo cual permitió tener un control de dichos precios en sus alzas y bajas; ello también permitió realizar comparaciones entre productos manufacturados y agrícolas en relación a los niveles de subida de precios.

a.- Precios de productos agrícolas en la Región Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022

En la Tabla 19 se muestra los precios de 12 productos agrícolas que se ofertan en los mercados de la región del Cusco, divididos en meses y años, en los que se considera los precios mínimos y máximos de cada producto. Para el año 2019, los precios de los productos analizados no tuvieron importantes variaciones, a excepción del ajo que si tuvo una subida en su precio, de S/ 6.00 en enero a S/ 11.50 en setiembre y S/ 8.00 en diciembre, haciendo una diferencia de S/ 5.50 y S/ 2.00. En el caso de la cebolla, el año comenzó con un precio de S/ 2.50 en enero, con una subida del precio en agosto el cual llegó a S/ 2.80, pero con una baja en diciembre, alcanzando un precio de S/ 1.50 en su precio mínimo. Respecto a otros productos principales como la zanahoria y el zapallo, en todo el año se tuvo una pequeña baja en el precio, con variaciones en menos de S/ 1.00, en sus precios mínimos.

En el 2020, el escenario de precios no sufrió grandes cambios en la mayoría de productos agrícolas que se viene analizando. La subida de los precios no superó el 100% con el que

arrancó en enero de este año. Si se considera los principales productos agrícolas que se consumen con frecuencia, la cebolla mantuvo todo el año su precio mínimo que fue de S/ 1.50, en el que el confinamiento por el Covid 19, no tuvo efectos en la subida de su precio. Caso similar pasó con el haba verde, en el que su precio se mantuvo todo el año alrededor de los S/ 2.00, con un ligero incremento de S/ 0.50 en agosto.

En el caso del olluco, su desarrollo se muestra particular debido a que fue afectado por la pandemia por Covid 19. En tal sentido, en los meses de enero, febrero y parte de marzo, el precio estaba en descenso, de S/ 4.50 a S/ 3.00, mientras que, a partir del confinamiento general, el precio para el mes de junio se reportó en S/ 5.00, es decir dos soles más que en marzo, el cual se mantuvo hasta diciembre de 2020. Algo similar sucedió con el tomate, el que en los meses antes del confinamiento general su precio estaba a la baja, llegando al mes de marzo en S/ 2.50, y para el mes de junio, en pleno confinamiento, el precio subió a S/ 3.50, esto es un sol más, precio que tuvo una baja en agosto alcanzado los S/ 3.00 el cual se mantuvo hasta diciembre de este año.

La zanahoria también tuvo similar desarrollo, en los meses antes de la pandemia (enero, febrero y parte de marzo), el precio estuvo a la baja, llegando hasta marzo en S/ 1.50. Ya en el confinamiento el precio fue reportado en S/ 2.50 en su precio mínimo, el cual se mantuvo hasta el cierre del año en diciembre. Por otra parte, otros productos importantes como el zapallo tuvieron un fenómeno inverso, esto es que antes del confinamiento general el precio se mantuvo estable en S/ 2.50, y con el confinamiento el precio en el mes de junio fue reportado en S/ 2.00, es decir cincuenta céntimos menos, precio que también se mantuvo hasta el cierre del año. Este mismo fenómeno, también se dio en otros productos como el choclo.

Como se pudo ver, para el año 2020, los precios de los principales productos agrícolas en el mercado de la región del Cusco, tuvieron cambios en la etapa del inicio del confinamiento general por la pandemia del Covid 19, en el que algunos productos subieron sus precios en menos del cincuenta por ciento, otros bajaron y algunos se mantuvieron constantes antes y después de esta etapa hasta el cierre del año.

En el caso del año 2021, muchos de los precios se mantuvieron constantes, como el caso del ajo, que continuó en S/ 9.00 durante todo el año, en su precio mínimo. En el caso de la cebolla, si se tuvo subidas de los precios de enero a diciembre, pasando de S/ 1.50 en enero, a S/ 2.80 en diciembre, en su precio mínimo. Otros productos como el tomate también tuvo este desarrollo, en el que el precio estuvo en S/ 3.00 en enero y finalizó en S/ 3.50 en diciembre. Lo mismo para la zanahoria, que estuvo en S/ 2.50 en enero y finalizó el año en S/ 2.70, en su precio mínimo, del que debe resaltarse que la subida del precio no fue sustancial. El zapallo también tuvo este desarrollo, el cual empezó el año en S/ 2.00 y 2.50, y finalizó en S/ 2.70, en su precio mínimo. Otros productos mantuvieron su precio a lo largo del año, como la arveja verde, el frejol canario, la lenteja seca y el ajo, mientras que productos como el olluco, estuvieron a la baja (Ver Tabla 19).

Como se pudo ver, de los precios de los productos agrícolas que se analizaron, la mayoría de ellos estuvieron al alza, con excepción de algunos pocos que bajaron. También se tiene otros productos que se mantuvieron en sus precios constantemente todo el año, con la precisión de que tales precios no son los mismos que se tuvieron en 2019, los cuales son inferiores a los que se tienen para el 2021.

Finalmente se tiene el año 2022, más específicamente hasta agosto, que como ya se dijo, fue el mes en el que se aplicó la encuesta en la feria semanal del distrito de Tinta. Hasta este mes, la tendencia fue casi la misma, en el que algunos productos mantuvieron sus precios con respecto al año anterior, como el caso del ajo que estuvo en S/ 9.00, el frejol canario en S/ 8.00, el haba verde en S/ 2.00, la lenteja seca en S/ 6.00, el olluco en S/ 3.20 y el zapallo en S/ 2.70, todos en su precio mínimo. Otros productos como la cebolla subieron de S/ 2.80 en enero a S/ 3.20 en agosto; de igual manera el tomate, con precios de S/ 3.50 en enero y S/ 3.80 en agosto, lo mismo para el choclo con precios de S/ 3.80 en enero y S/ 4.30 en agosto. Por otra parte, se tiene productos que estuvieron a la baja como es el caso de la yuca, que estuvo en enero a S/ 3.20 y en agosto alcanzó los S/ 3.00. Todos los productos están calculados en sus precios mínimos, lo cual refleja una tendencia no muy movida en el mercado con excepción de algunos productos (Ver Tabla 19).

TABLA 19: Desarrollo de precios de principales productos agrícolas en el departamento de Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y agosto de 2022 (en soles)

AÑO 2019																								
FECHA	AJO		ARVEJA VERDE		CEBOLLA		CHOCLO		FRIJOL CANARIO		HABA VERDE		LENTEJA SECA		OLLUCO LARGO		TOMATE		YUCA BLANCA		ZANA HORIA		ZAPALLO	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	6.00	6.50	3.00	3.00	2.50	2.50	5.00	5.20	8.50	8.50	2.50	2.50	6.00	6.20	3.50	3.50	2.80	3.30	2.50	2.80	2.70	2.80	2.80	3.00
Febrero	6.00	6.50	3.00	3.00	2.50	2.50	5.00	5.20	8.50	8.50	2.50	2.50	6.00	6.20	3.50	3.50	3.20	3.50	2.50	2.80	2.50	2.80	2.80	3.00
Marzo	6.00	6.50	3.00	3.50	2.50	2.50	5.00	5.20	8.50	8.50	2.50	2.50	6.00	6.20	3.50	3.50	3.20	3.50	2.50	2.80	2.50	2.80	2.80	3.00
Abril	6.00 6.25	6.50 6.50	3.00 3.50 3.00	3.20 3.50 4.00	2.50	2.50 3.00	5.00 4.00	5.20	7.50 8.00	8.00 8.25	2.00	2.00	6.20 6.00	6.20 6.00 6.25	2.60 2.75 2.80	2.80 3.00	3.00 2.75	3.00 3.50 3.00	2.80 3.00	3.00	2.00 2.50	2.00 2.50	3.00 3.50 3.00	3.00
Mayo	6.25	6.50	3.00	3.50	2.50	3.00	4.00	4.50 4.00	8.00	8.25 8.00 8.25	2.00	2.00	6.00	6.25	2.80 2.50	3.00 2.80 2.50 2.80	2.75 2.85 2.50 2.80	3.00	3.00 2.80	3.00	2.20 2.50	3.00	3.00 2.80 2.50	3.00
Junio	6.25 6.00	6.50 6.25	3.00	3.20 3.50	2.50	3.00	4.00 4.50	4.00 5.00	8.00	8.25	2.20 2.00 2.20 2.00 2.30	2.30 2.00 2.30 2.40	6.00	6.25	2.50	2.50 3.00 2.80	2.80	3.00	2.80 3.00	3.00	2.50	2.50	2.50	3.00
Julio	6.00 7.00 6.50 9.50 7.00	6.25 7.50 10.00 7.50	3.00	3.50	2.50 2.80	2.80 3.00	4.50	5.00	8.00	8.25 8.00 8.25	2.30 2.00 1.80	2.40 2.20	6.00	6.25	2.50 2.80 3.00	2.80 3.00 3.50	2.80 2.50	3.00	3.00	3.00	2.50	2.50	2.50	3.00
Agosto	7.00 10.00 10.50 11.00 11.50 11.00	10.50 11.00 11.50 12.00 11.50	3.00 4.50 4.00	3.50 5.00 4.50	2.80 2.50 2.80	3.00 2.80 3.00	4.50	5.00 4.50	8.00	8.25	1.80	2.20	6.00	6.25	3.00	3.50	2.50 2.00 2.50 2.20	3.00 2.20 2.80 2.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.50	3.00
Setiembre	11.50 11.00 10.50 10.00 9.00 8.50 9.00	12.00 11.50 10.50 10.00 9.50	4.50 4.00	5.00 4.50	2.50	2.80 2.50 3.00	4.00	4.50	7.80 8.00	8.00 8.25	1.80 2.20 2.00	2.20 2.50	6.00	6.25	3.00 3.50	3.50 4.00	2.00 2.20 2.50	2.20 2.50 2.80	3.00 2.80	3.00	2.50 2.20	2.50	2.80	3.00

Octubre	9.00 8.50 8.00	9.25 8.50	4.00 3.80 3.50	4.00 3.80	2.50 2.20	3.00 2.50	4.00	4.50	8.00	8.25	2.00 2.40 2.00	2.20 2.80 2.40	6.00	6.25	3.50	4.00	2.50 2.80	2.80 3.00	2.80 2.90	3.00	2.20 2.00	2.50 2.20	2.80	3.00
Noviembre	8.00 8.50 8.00	8.50 9.00 8.50	3.50 3.00	3.80 3.50	2.20 2.00	2.50 2.20	4.00 4.50	4.50 5.00	8.00 7.50	8.25 8.00	2.00 2.50 2.20	2.40 2.80 2.50	6.00 5.50	6.25 6.00	3.50 4.00	4.00 4.50	2.80	3.00	2.90	3.00	2.00	2.20	2.80 2.60	3.00 2.80
Diciembre	8.00	8.50 8.00	3.00	3.50 3.00	2.00 1.80 1.50	2.20 2.00	4.50	5.00	7.50	8.00 7.50	2.20 2.00	2.50 2.20 2.00	5.50	6.00	4.00 4.50	4.50 5.00	2.80 3.00	3.00	2.90	3.00	2.00 1.80	2.20 2.00	2.60 2.50	2.80

AÑO 2020

FECHA	AJO		ARVEJA VERDE		CEBOLLA		CHOCLO		FRIJOL CANARIO		HABA VERDE		LENTEJA SECA		OLLUCO LARGO		TOMATE		YUCA BLANCA		ZANAHORIA		ZAPALLO	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	8.00 7.50 7.00	8.00 7.50	3.00 2.80	3.00 4.00	1.50	1.80	4.50 4.00 3.00	5.00 4.00 3.50 3.20	7.00	7.50	2.00	2.00 2.20	5.50	6.00	4.50 3.50	5.00 4.00 3.80	3.00 2.50	3.00	2.90 2.70 2.90	3.90 2.90 3.00	1.80	2.00	2.50	2.80
Febrero	7.00 7.50 8.50	8.00 9.00	3.80 4.00	4.50 4.00	1.50	1.80	3.00	3.20	7.00	7.50	2.00 2.20	2.50	5.50	6.00	3.20 3.00	3.50 3.20	2.50	3.00	2.90	3.00	1.80 1.50	2.00 1.80	2.50	2.80
Marzo	8.50	9.00	4.00	4.00	1.50	1.80	3.00	3.20	7.00	7.50	2.20	2.50	5.50	6.00	3.00	3.20	2.50	3.00	2.90	3.00	1.50	1.80	2.50	2.80
Abril																								
Mayo																								
Junio	9.00	9.50	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.50	4.00	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Julio	9.00	9.50	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.50	4.00	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Agosto	9.00	9.50	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.20 2.00	2.40 2.50 2.00	6.00	6.50	5.00	2.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Setiembre	9.00	9.50	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Octubre	9.00	9.50 9.00	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Noviembre	9.00	9.00	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00
Diciembre	9.00	9.00	5.00	5.00	1.50	1.50	3.00	3.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00	2.00

AÑO 2021

FECHA	AJO		ARVEJA VERDE		CEBOLLA		CHOCLO		FRIJOL CANARIO		HABA VERDE		LENTEJA SECA		OLLUCO LARGO		TOMATE		YUCA BLANCA		ZANAHORIA		ZAPALLO	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	9.00	9.00 9.20	5.00	5.00	1.50 1.70 1.80	1.50 1.80 2.00	3.00 3.20	3.00 3.20	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00 3.20 3.00	3.50 3.50 3.20	3.00	3.00	2.50	2.50	2.00 2.00	2.00 2.50
Febrero	9.00	9.20	5.00	5.00	1.80	2.00	4.00	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00 3.00	3.20 3.00	3.00	3.00	2.50	2.50	2.20	2.50

Marzo	9.00	9.20	5.00	5.00	1.80 2.00 2.20	2.00 2.50	4.00	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.00 3.50	3.00 3.50	2.80 3.00 3.20	3.00 3.20	2.50 2.70	2.50 2.80	2.20 2.50 2.70	2.50 2.80
Abril	9.00	9.20	5.00	5.00	2.20	2.50	4.00	4.00 4.50	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.50	3.50	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Mayo	9.00	9.20	5.00	5.00	2.20	2.50	4.00	4.50	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.50	3.50	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Junio	9.00	9.20	5.00	5.00	2.20	2.50	3.20	3.20	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00	5.50	3.50 3.20	3.50 3.20	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Julio	9.00	9.20	5.00	5.00	2.20 2.50	2.50 2.80	3.20 3.40	3.20 3.40 3.50	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	5.00 4.20 3.80 3.50	5.50 3.80	3.20 3.50	3.50 3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Agosto	9.00	9.20	5.00	5.00	2.50 2.70	2.80	3.40 3.80	3.50 4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.50 3.20	3.80 3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Setiembre	9.00	9.20	5.00	5.00	2.70	2.80	3.80	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Octubre	9.00	9.20	5.00	5.00	2.70	2.80	3.80	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Noviembre	9.00	9.20	5.00	5.00	2.70	2.80 3.00	3.80	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Diciembre	9.00	9.20	5.00	5.00	2.80	3.00	3.80	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80

AÑO 2022

FECHA	AJO		ARVEJA VERDE		CEBOLLA		CHOCLO		FRIJOL CANARIO		HABA VERDE		LENTEJA SECA		OLLUCO LARGO		TOMATE		YUCA BLANCA		ZANAHORIA		ZAPALLO	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	9.00	9.20	5.00	5.00	2.80	3.00	3.80 4.00	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Febrero	9.00	9.20	5.00	5.00	2.80	3.00	4.00	4.00	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50	3.80	3.20	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Marzo	9.00	9.20	5.00	5.00	2.80 3.00	3.00 3.20	4.00	4.00 4.20	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.50 3.80	3.80 3.80	3.00	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Abril	9.00	9.20	5.00	5.00	3.00	3.20	4.00	4.20	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.80	3.80	3.00	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Mayo	9.00	9.20	5.00	5.00	3.00	3.20	4.00	4.20 4.30	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.80	3.80	3.00	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Junio	9.00	9.20	5.00	5.00	3.00	3.20	4.20	4.30	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.80	3.80	3.00	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Julio	9.00	9.20	5.00	5.00	3.00	3.20	4.20	4.30	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50	3.80	3.80	3.00	3.20	2.70	2.80	2.70	2.80
Agosto	9.00	9.20	5.20	5.50	3.00 3.20	3.20	4.20 4.30	4.30 4.40	8.00	8.50	2.00	2.00	6.00	6.50	3.20	3.50 3.20	3.80 3.50	3.80	3.00	3.20 3.00	2.70 2.80	2.80	2.70	2.80

Elaboración propia

Fuente: MIDAGRI, SISAP, 2019, 2020, 2021 y agosto 2022.

b.- Precios de arroz y papa en el mercado de Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022

La papa y el arroz, son dos de los productos más importantes que se consumen en los mercados del Cusco y del Perú, así como en el área rural del distrito de Tinta, en tal sentido, es importante ver el desarrollo de sus precios en los años analizados (Ver Tabla 20). En el caso del arroz, en el 2019, las tres variedades consideradas tuvieron tendencia a la baja en sus precios mínimos, por ejemplo, el arroz corriente en enero de este año estuvo en S/ 3.00, en junio S/ 2.90, y en diciembre cerró en S/ 2.80, veinte céntimos de sol menos. En el caso del 2020, se tiene importantes cambios en el desarrollo, debido a la pandemia por el Covid 19. Durante los meses de enero hasta la quincena de marzo, el precio del arroz corriente estuvo a la baja pasando de S/ 2.80 a S/ 2.20, mientras que el arroz extra se mantuvo en S/ 3.80. Sin embargo, a partir del mes de junio el precio del arroz corriente llegó a S/ 3.00, cerrando en diciembre con este mismo precio. En el caso del arroz extra en junio subió a S/ 3.90, cerrando también el año en este precio.

En el 2021, el precio del arroz corriente se mantuvo estable en S/ 3.00 hasta mediados del mes de noviembre, subiendo a S/ 3.40 en la segunda quincena, el cual cerró con este mismo precio en diciembre. En el caso del arroz extra, el precio de S/ 3.90 se mantuvo hasta la primera quincena del mes de marzo, y a partir de la segunda quincena subió a S/ 4.00, con alzas en los posteriores meses, cerrando el año en S/ 4.20, en sus precios mínimos. Esta misma tendencia de subida se pudo ver hasta agosto de 2022, en donde el precio del arroz corriente para agosto llegó a S/ 3.50, y el arroz extra a S/ 4.50, en sus precios mínimos (Ver Tabla 20).

En el caso de la papa, el desarrollo de los precios reportado fue de subida y bajada. Para el 2019, la papa canchan tuvo un precio de S/ 1.50 en enero, alcanzando en el mes de setiembre a S/ 2.00, y con un cierre de año en diciembre en S/ 2.50. Respecto a la papa huayro y peruanita, los precios se mantuvieron a la baja, en el que la papa huayro estuvo en enero en S/ 3.50 y en diciembre en S/ 2.80; similar es el caso de la papa peruanita, que en enero estuvo en S/ 3.80 y en diciembre en S/ 2.80, en sus precios mínimos. La papa

amarilla también tuvo el mismo desarrollo, siendo el precio para enero de ese año de S/ 3.80, alcanzando en diciembre los S/ 3.00.

Al igual que los precios del arroz, la papa en el 2020 tuvo importantes cambios en la baja y alza de sus precios, debido al confinamiento por la pandemia por Covid 19. En el periodo de enero a mediados de marzo, todos los precios de las variedades de papa descritos en la Tabla 20, excepto la huamantanga, estuvieron a la baja, alcanzando precios de S/ 2.00, S/ 2.30, S/ 2.20 y S/ 1.50, en sus precios mínimos. Sin embargo, para el mes de junio los precios reportados subieron, siendo para la papa huayro de S/ 2.50, con un cierre en diciembre de S/ 2.50, la papa peruanita en S/ 3.00, con un cierre en diciembre de S/ 2.50, y la papa amarilla en S/ 3.00, con un cierre en diciembre en S/ 3.00, a excepción de la papa canchan del que no se tienen reportes a partir del mes de marzo en adelante.

En los dos años posteriores, 2021 hasta agosto de 2022, los precios de las tres variedades de papa, huayro, peruanita y amarilla, estuvieron en alza y baja. En el que para el 2021, los precios cerraron en diciembre en S/ 2.50 para la papa huayro, S/ 2.50 para la papa peruanita, y para la papa amarilla en S/ 2.50, en sus precios mínimos. En cuanto al año 2022, hasta agosto los precios tuvieron tendencia a la baja y se mantuvieron estables. Es así que el precio de la papa huayro en enero estuvo en S/ 2.50 y cerró en S/ 2.40, mientras que la papa peruanita mantuvo su precio desde enero hasta diciembre en S/ 2.50, similar a la papa amarilla, con la diferencia de que el precio de esta papa bajó en abril y mayo alcanzando los S/ 2.30 (Ver Tabla 20).

Como se ha podido ver, el desarrollo de los precios de los dos productos analizados, arroz y papa, cada cual no tiene el mismo desenvolvimiento en el periodo analizado. Hay variaciones antes y después de la pandemia por Covid 19, en el que se tuvo importantes cambios en los precios, como la subida de algunas variedades de papa, diferenciándose incluso en más de un sol, en un escenario de baja de precios. Por otra parte, en el caso del arroz, también se tuvo importantes cambios con tendencias al alza de los precios a partir de la pandemia, con subidas que superaron los cincuenta centavos de sol tal como se puede ver en la Tabla 20.

TABLA 20: Desarrollo de precios de papa y arroz en el Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto)
(en soles) (Kilogramo)

AÑO 2019																
FECHA	ARROZ						PAPA									
	ARROZ CORRIENTE		ARROZ EXTRA		ARROZ SUPERIOR		PAPA HUAYRO		PAPA PERUANITA		PAPA AMARILLA		PAPA HUAMANTANGA		PAPA CANCHAN	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	3.00 2.90	3.00 3.00	4.00	4.00	3.50 4.00	3.50 4.50	3.50	3.80	3.50	3.80	3.80	4.00	1.50	1.80	1.50	1.80
Febrero			4.00	4.00			3.50	3.80	3.50	3.80	3.80	4.00	1.50	1.80		
Marzo	2.80	2.80	4.00	4.00	3.50	3.60	3.50 2.50	3.80 2.50	3.50 2.80	3.80 2.80	3.80 3.00	4.00 3.00	1.50	1.80	2.00	2.00
Abril	2.80 2.80	2.80 3.00	4.00 3.95	4.00 4.00	3.50 3.55	3.60 3.60	2.20 2.50 2.00 2.20	2.50	2.50 2.60	2.60 2.65	3.00 3.05 3.00	3.00 3.10 3.00	1.50	1.80	1.60 1.80	1.80 2.00
Mayo	2.80 2.90	3.00	3.95 3.55	4.00 3.95	3.55 3.40	3.60	2.20	2.50	2.60 2.20	2.65 2.30	3.00 2.50	3.00 2.50 3.00 2.80			1.80	2.00 1.80
Junio	2.90	3.00	3.55 3.95	3.95 4.00	3.40	3.60 3.55	2.20	2.20 2.50	2.20	2.30 2.50	2.50	2.80 3.00 3.05 3.00			1.80	1.80 2.00
Julio	2.90	3.00	3.95	4.00	3.40	3.55	2.20	2.50	2.20	2.50	2.50	3.00 2.80			1.80	2.00
Agosto	2.90	3.00	3.95	4.00	3.40	3.50	2.20	2.50	2.30	2.50	2.50	2.80			1.80 2.00	2.00 2.20
Setiembre	2.90	3.00	3.95	4.00	3.40	3.55	2.20	2.50	2.30 2.50	2.50 2.80	2.50 2.80	2.80 3.00			2.00	2.20
Octubre	2.90	3.00	3.95	4.00	3.40	3.55	2.20	2.50	2.50	2.80	2.80	3.00			2.00	2.20
Noviembre	2.90 2.80	3.00	3.95 3.80	4.00	3.40	3.55	2.20	2.50	2.50 2.80	2.80 3.30	2.80 3.00	3.00 3.50			2.00 2.20	2.20 2.50
Diciembre	2.80	3.00	3.80	4.00	3.40	3.55	2.20 2.30 2.50 2.80	2.50 3.00	2.80	3.30	3.00	3.50			2.20 2.50	2.50 2.80

AÑO 2020																
FECHA	ARROZ						PAPA									
	ARROZ CORRIENTE		ARROZ EXTRA		ARROZ SUPERIOR		PAPA HUAYRO		PAPA PERUANITA		PAPA AMARILLA		PAPA HUAMANTANGA		PAPA CANCHAN	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	2.80	3.00	3.80	4.00	3.40	3.55	2.80	3.00	2.80	3.30	3.00	3.50			2.50	2.80
	2.50	2.80			3.00	3.40	2.50	2.80	2.50	3.00	2.80	3.00			1.80	2.00
	2.20	2.50				3.20	2.20	2.30		2.80	2.50	2.80			1.50	1.80
Febrero	2.20	2.50	3.80	4.00	3.00	3.20	2.20	2.30	2.50	2.80	2.50	2.80			1.50	1.80
							2.00		2.30	2.50	2.20	2.50				
Marzo	2.20	2.50	3.80	4.00	3.00	3.20	2.00	2.30	2.30	2.50	2.20	2.50			1.50	1.80
Abril																
Mayo																
Junio	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00	3.50				
Julio	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00	3.50				
									2.50							
Agosto	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
Setiembre	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
Octubre	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
Noviembre	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
Diciembre	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
AÑO 2021																
FECHA	ARROZ						PAPA									
	ARROZ CORRIENTE		ARROZ EXTRA		ARROZ SUPERIOR		PAPA HUAYRO		PAPA PERUANITA		PAPA AMARILLA		PAPA HUAMANTANGA		PAPA CANCHAN	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.50				
								2.80	2.70	2.80	3.20	3.20				
								2.70	2.80		3.00					
								2.70	2.80							
Febrero	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.50	2.70	2.80	2.80	3.00	3.20				
							2.70	2.80	2.50		3.20	3.00				
								2.80	2.80		3.00					
Marzo	3.00	3.00	3.90	4.00	3.50	3.50	2.70	2.80	2.80	2.80	3.00	3.00				
			4.00			3.80	2.80	3.00	3.00	3.00	2.80					
							3.00	3.20	2.80							

Abril	3.00	3.00 3.20	4.00	4.00 4.20	3.50	3.80	3.00	3.20	2.80	3.00	2.80	3.00				
Mayo	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	3.00	3.20 3.00	2.80	3.00	2.80	3.00 2.80				
Junio	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	3.00 2.80	3.00 2.80	2.80 2.50	3.00 2.80	2.80 2.50	2.80				
Julio	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	2.80 2.50 2.80 2.50	2.80 2.50 2.80	2.50 2.20 2.50	2.80 2.50	2.50 2.20 2.50	2.80 2.50				
Agosto	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	2.50	2.80	2.50	2.50	2.50	2.50				
Setiembre	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	2.50	2.80	2.50	2.50 2.70	2.50	2.50 2.70				
Octubre	3.00	3.20	4.00	4.20	3.50	3.80	2.50	2.80	2.50	2.70	2.50	2.70				
Noviembre	3.00 3.40	3.20 3.50	4.00 4.20	4.20 4.50	3.50 3.80	3.80	2.50	2.80	2.50	2.70	2.50	2.70				
Diciembre	3.40	3.50	4.20	4.50	3.80	3.80	2.50	2.80	2.50	2.70	2.50	2.70				

AÑO 2022

FECHA	ARROZ						PAPA									
	ARROZ CORRIENTE		ARROZ EXTRA		ARROZ SUPERIOR		PAPA HUAYRO		PAPA PERUANITA		PAPA AMARILLA		PAPA HUAMANTANGA		PAPA CANCHAN	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	3.40	3.50	4.20	4.50	3.80	3.80	2.50	2.80	2.50	2.70	2.50	2.70				
Febrero	3.40	3.50	4.20	4.50	3.80	3.80	2.50	2.50	2.50	2.50	2.30	2.50				
Marzo	3.40 3.50	3.50 3.60	4.20 4.50	4.50	3.80	3.80 4.00	2.40	2.40	2.50	2.50	2.30	2.30 2.50				
Abril	3.50	3.60	4.50	4.50	3.80	4.00	2.40	2.40	2.50	2.50	2.30 2.40	2.50				
Mayo	3.50	3.60	4.50	4.50	3.80	4.00	2.40	2.40 2.50	2.50	2.50	2.40	2.50				
Junio	3.50	3.60	4.50	4.50	3.80	4.00	2.40	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50				
Julio	3.50	3.60	4.50	4.50	3.80	4.00	2.40	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50				
											2.70	2.70				
Agosto	3.50	3.60	4.50	4.50	3.80	4.00	2.50	2.50	2.50	2.70	2.70	2.70				
									2.70							

Elaboración propia

Fuente: MIDAGRI, SISAP, 2019, 2020, 2021 y agosto 2022.

En la figura 02, se muestra los dos productos de mayor consumo en el área rural del distrito de Tinta, el arroz y la papa. Si bien, no se indica los precios de la papa canchan hasta agosto de 2022, mostrándose tan solo hasta marzo de 2020, fechas en las que se inició el confinamiento por la pandemia del Covid 19, ello es por falta de datos que el MIDAGRI no reportó, no obstante, se considera la papa huayro como ejemplo para ver su desarrollo en el periodo analizado.

Como se puede ver en la figura mencionada, el desarrollo de los precios del arroz y de la papa, no van en la misma dirección. Del arroz su tendencia es al alza, tanto del corriente como del extra, mientras que de la papa es a la baja, en la variedad canchan y huayro. En un escenario como en la feria semanal del distrito de Tinta, donde muchos de los jefes y jefas de hogar traen a vender sus productos, como la papa, los precios de venta no son necesariamente beneficiosos, debido a que, en la misma feria, también compran productos importados de la costa o selva del Perú, como el arroz, lo cual hace ver que no se tenga un equilibrio en el desenvolvimiento de los precios de ambos productos.

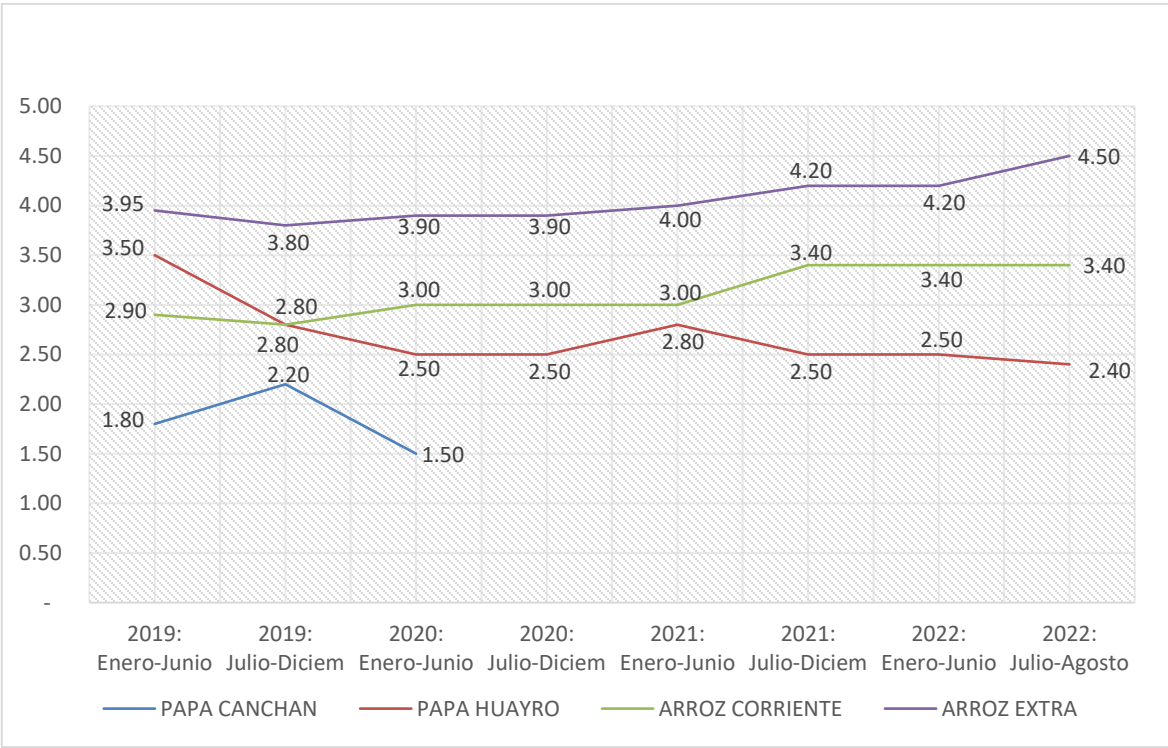


Figura 02. Desarrollo de los precios del arroz y la papa en algunas de sus variedades.

Fuente: MIDAGRI, SISAP, 2019, 2020, 2021 y agosto 2022.

c.- Desarrollo de precios del aceite, azúcar y fideos en el mercado de Cusco, periodos 2019, 2020, 2021 hasta agosto de 2022

El desarrollo de los precios de los tres productos que se analizan en este ítem, presenta tendencias a la baja como al alza en diferentes meses y años. En el caso del aceite clásico en botella de 1Lt., en enero de 2019 estuvo en S/ 9.00, mientras que para diciembre cerró en S/ 8.00, es decir un sol menos; y el aceite en valde de 20Lt. mantuvo su precio todo el año en S/ 7.00. En el 2020, el escenario se vuelve diferente debido a la pandemia por Covid 19, en el que tan solo se reporta precios del aceite clásico de botella hasta el mes de marzo, donde en estos tres meses se mantuvo en S/ 8.00, al igual que el aceite en valde de 20Lt., el cual mantuvo su precio en S/ 7.00 el Lt.

Algunos precios del aceite ya volvieron a ser reportados en el 2021, en donde para febrero el aceite clásico de botella estuvo en S/ 6.80, precio menor al que se tenía antes de la pandemia. No obstante, en julio de este año el precio tuvo una subida en casi el 100%, alcanzando la cifra de S/ 12.00, con incrementos que se tuvieron hasta el cierre del año en diciembre en S/ 12.50, en su precio mínimo. Respecto al aceite en valde de 20Lt., no se tuvo reporte este año; y del aceite Alsol de 18Lt. el precio se fijó en S/ 8.00 todo el año. En el 2022, el precio de las dos variedades de aceite descritas para el 2021, mantuvieron los mismos precios en los meses de enero a agosto, el cual cerró en diciembre de 2021 en S/ 12.50 y S/ 8.00 (Ver Tabla 21).

En cuanto al precio de la azúcar, se tuvo la misma tendencia que el aceite, con meses en el que bajo el precio y otros en el que subió. En el 2019, la azúcar rubia en enero estuvo en S/ 3.00, y en diciembre bajó a S/ 2.80. Caso similar sucedió con la azúcar blanca nacional, que en enero estuvo en S/ 3.20 y en diciembre cerró en S/ 3.00, en sus precios mínimos. En el 2020, a causa de la pandemia por Covid 19, se tuvo una variación en la tendencia del precio del azúcar. En este año, la azúcar rubia de enero a marzo se mantuvo en S/ 2.80, sin embargo, en junio el precio se reportó en S/ 3.00, el cual se mantuvo hasta diciembre. En el caso de la azúcar blanca todo el año se mantuvo en S/ 3.00, precio que no fue afectado por la pandemia.

En el 2021, en enero la azúcar rubia se reportó en S/ 3.00 y cerró en diciembre en S/ 3.20, mientras que la azúcar blanca nacional en enero de este año estuvo en S/ 3.00 y cerró en diciembre en S/ 3.20, en sus precios mínimos. Para el 2022, se tuvo un incremento considerable del precio, en el que la azúcar rubia en enero estuvo en S/ 3.20 y en agosto alcanzó los S/ 4.20. Algo parecido sucedió con la azúcar blanca nacional, el que en enero se reportó en S/ 3.20 y en agosto en S/ 4.00, en sus precios mínimos (Ver Tabla 21).

El otro producto manufacturado importante es el fideo. Este producto en sus dos variedades analizadas no tuvo mayores cambios en el alza y baja de sus precios, incluso uno de ellos una vez iniciado el confinamiento por la pandemia por Covid 19, dejó de ser reportado por el MIDAGRI. En el caso del fideo cogorno a granel en enero de 2019 el precio estuvo en S/ 4.00 y cerró en diciembre en el mismo precio, mientras que el fideo Nicolini en enero se reportó en S/ 4.80 y cerró en diciembre en S/ 5.00, en sus precios mínimos. En el 2020, el fideo cogorno a granel en enero estuvo en S/ 4.00 y en marzo bajó a S/ 3.50; a partir de este mes no se tiene otros reportes de su precio hasta agosto de 2022. Por otra parte, del fideo Nicolini, entre enero y marzo el precio se mantuvo en S/ 5.00 (Var Tabla 21).

A partir de junio de 2020, hasta diciembre de 2021, el precio mínimo del fideo Nicolini se mantuvo estable en S/ 5.00. En el 2022, el fideo Nicolini en enero tuvo un precio de S/ 5.00, mientras que en marzo se tuvo una subida el cual llegó a los S/ 5.20, y en el mes de abril llegó a S/ 5.50, precio que se mantuvo hasta agosto (Ver Tabla 21).

Como se pudo ver, de los productos manufacturados que se vieron, sus desarrollos de los precios son similares, es así que antes de la pandemia por Covid 19, la tendencia era a la baja hasta marzo de 2020, mientras que después de iniciado el confinamiento, el cual tuvo lugar en la quincena de marzo de este mismo año, los precios tendieron a subir paulatinamente a medida que pasaron los meses, hasta agosto de 2022. Dicha subida de los precios, incluso llegó a estar alrededor de un sol como es el caso de la azúcar rubia en el 2022.

TABLA 21: Desarrollo de precios de aceite, azúcar y fideos en el Cusco, (X mes), años 2019, 2020, 2021 y 2022 (agosto)
(en soles) (Kilogramo)

AÑO 2019														
FECHA	ACEITE						AZUCAR				FIDEOS			
	ACEITE CIL BALDE X 20 LT.		ACEITE CLÁS. BOTE. X 1L		ACEITE ALSOL 18LT		AZUCAR BLANCA NAC. (GRANEL)		AZUCAR RUBIA NAC. (GRANEL)		FIDEOS COGORNO GRANEL		FIDEOS NICOLINI	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	7.00	7.30 7.50	9.00 8.50	9.00	6.80	7.00	3.20	3.50	3.00	3.00	4.00	4.00	4.80	5.20
Febrero	7.00	7.50	8.50	9.00			3.20	3.50	3.00	3.00	4.00	4.00	4.80	5.20
Marzo	7.00	7.50	8.50	9.00 7.50	7.50	8.00	3.20 3.00	3.50	3.00	3.00	4.00	4.00 4.50	4.80 5.00	5.20 5.00
Abril	7.00	7.50	8.50	8.50	7.50	8.00	3.00	3.50 3.00	2.80 2.50 2.80	3.00 2.80 2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Mayo	7.00	7.50	8.50	8.50	7.50	8.00	2.80	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Junio	7.00	7.50	8.50	8.50	7.50	8.00	3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Julio	7.00	7.50	8.50	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Agosto	7.00	7.50	8.50	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Setiembre	7.00	7.50	8.50	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Octubre	7.50	7.75	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Noviembre	7.00	7.50	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Diciembre	7.00	7.50	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
AÑO 2020														
FECHA	ACEITE						AZUCAR				FIDEOS			
	ACEITE CIL BALDE X 20 LT.		ACEITE CLÁSICO BOTELLA X 1L		ACEITE ALSOL 18LT		AZUCAR BLANCA NAC. (GRANEL)		AZUCAR RUBIA		FIDEOS COGORNO GRANEL		FIDEOS NICOLINI	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero	7.00	7.50	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	4.00	4.50	5.00	5.00
Febrero	7.00	7.50	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	3.50	4.00	5.00	5.00
Marzo	7.00	7.50	8.00	8.50			3.00	3.00	2.80	2.90	3.50	4.00	5.00	5.00

Abril														
Mayo														
Junio					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Julio					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Agosto					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Setiembre					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Octubre					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Noviembre					8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Diciembre					8.00	8.50	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
AÑO 2021														
FECHA	ACEITE						AZUCAR				FIDEOS			
	ACEITE CIL BALDE X 20 LT.		ACEITE CLÁSICO BOTELLA X 1L		ACEITE ALSOL 18LT		AZUCAR BLANCA NAC. (GRANEL)		AZUCAR RUBIA		FIDEOS COGORNO GRANEL		FIDEOS NICOLINI	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero				8.00	8.00	3.00	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00	
Febrero			6.80	7.00	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Marzo			6.80	7.00	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.00			5.00	5.00
Abril			6.80	7.00	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.20			5.00	5.00
Mayo			6.80	7.00	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.20			5.00	5.00
Junio			6.80	7.00	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.20			5.00	5.00
Julio			6.80	9.80	8.00	8.00	3.20	3.50	3.00	3.20			5.00	5.20
			9.70	12.00					3.20					
			11.50	12.20										
			11.80											
			12.00											
Agosto			12.00	12.20	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Setiembre			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Octubre			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Noviembre			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Diciembre			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
AÑO 2022														
FECHA	ACEITE						AZUCAR				FIDEOS			
	ACEITE CIL BALDE X 20		ACEITE CLÁSICO BOTELLA X 1L		ACEITE ALSOL 18LT		AZUCAR BLANCA NAC.		AZUCAR RUBIA		FIDEOS COGORNO		FIDEO NICOLINI	

	LT.						(GRANEL)				GRANEL			
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Enero			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Febrero			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
Marzo			12.50	12.70	8.00	8.00	3.20	3.50	3.20	3.20			5.00	5.20
							3.50	3.70	3.40	3.50			5.20	5.50
							3.90	4.00	3.90	4.00				
							4.20	4.50	4.50	5.00				
Abril			12.50	12.70	8.00	8.00	4.20	4.50	4.50	5.00			5.20	5.50
									4.80				5.50	
Mayo			12.50	12.70	8.00	8.00	4.20	4.50	4.80	5.00			5.50	5.50
							4.00	4.00	4.50	4.30				
									4.20					
Junio			12.50	12.70	8.00	8.00	4.00	4.00	4.20	4.30			5.50	5.50
Julio			12.50	12.70	8.00	8.00	4.00	4.00	4.20	4.30			5.50	5.50
Agosto			12.50	12.70	8.00	8.00	4.00	4.00	4.20	4.30			5.50	5.50

Elaboración propia

Fuente: MIDAGRI, SISAP, 2019, 2020, 2021 y agosto 2022.

En un contexto general de los principales productos agrícolas y manufacturados, en la Figura 3 se muestra el desarrollo de nueve productos que son frecuentemente ofertados y demandados en el área rural del distrito de Tinta y en toda el área andina peruana. No obstante, debido a que en el SISAP no se tienen reportes de dos variedades de productos frecuentemente vendidos en las ferias andinas o rurales, se consideraron otras variedades para tener una idea de la tendencia de los precios. Estos productos son la papa amarilla y los fideos Nicolini, los cuales no son de mucha preferencia, siendo los más consumidos la papa canchan y el fideo cogorno u otros artesanales producidos en Juliaca o traídos de Bolivia. Pero, como se puede ver en la Figura 3, los productos agrícolas y manufacturados que se analizaron, presentan desarrollos variados en el que se puede ver que de los productos manufacturados como la azúcar, el aceite y los fideos, su tendencia es a la subida a partir de la pandemia por Covid 19, mientras que los agrícolas traídos de otras regiones a la feria semanal del distrito de Tinta, como el tomate, la cebolla, el zapallo, el arroz y la zanahoria su desarrollo de sus precios es por lo general al alza, diferente a la papa que va en dirección negativa, es decir a la baja o se mantiene por pocos meses.

Un caso muy resaltante es el aceite, del que su precio está por encima de los demás productos manufacturados y agrícolas. Pero, en el periodo de enero – abril de 2021 hasta agosto de 2022, el precio de este producto se disparó hasta superar los 12 soles. Este alza del precio de seguro causó impactos negativos en el consumo de este producto en dos aspectos: el primero en el incremento de dinero para poder adquirirlo, y el segundo, en la compra de menor cantidad a lo acostumbrado. Este mismo fenómeno, pero en menor proporción, sucede con otros productos como la azúcar rubia, frecuentemente consumido en el área rural andino, y los fideos. Lo mismo para los productos agrícolas como el arroz corriente, la cebolla y el tomate. Estas diferencias de precios en el tiempo tienen impactos negativos si se compara con la venta de productos que se cultivan en las zonas donde se realiza la feria semanal, ya que el precio de oferta y demanda son distintos, siendo los producidos en la zona, como la papa, los de menores precios, con tendencia a la baja, lo cual también afecta en las cantidades compradas y en el excedente que tiene que aumentarse para comprar los productos foráneos frecuentemente consumidos por los hogares rurales.

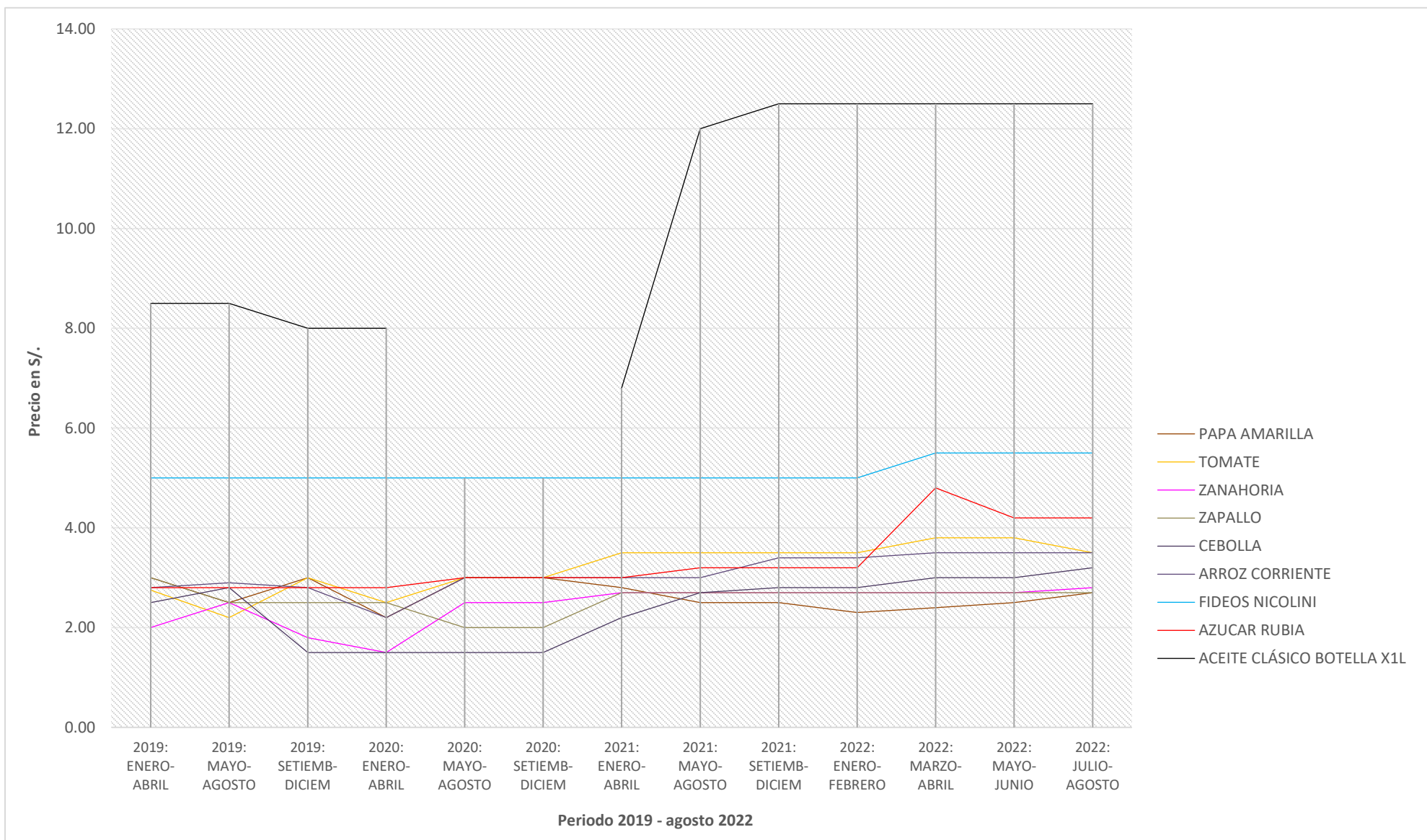


Figura 03. Desarrollo de precios de nueve principales productos agrícolas y manufacturados (SISAP).

Fuente: MIDAGRI, SISAP, 2019, 2020, 2021 y agosto 2022.

5.2.- Precios de los productos agropecuarios y manufacturados en la feria semanal del distrito de Tinta

Durante el trabajo de campo se pudo registrar el precio de los principales productos consumidos de manera frecuente, los cuales varían tal como se puede ver en la Tabla 22.

TABLA 22: Precios de principales productos ofertados y demandados en la feria semanal del distrito de Tinta.

PRODUCTOS AGROPECUARIOS DE LA ZONA					
PRODUCTO	PRECIO 1 (S/.)	PRECIO 2 (S/.)	PRECIO 3 (S/.)	PRECIO 4 (S/.)	PRECIO 5 (S/.)
Papa (Arroba)	20.00	18.00	15.00	12.00	10.00
Chuño (Arroba)	30.00				
Maíz (Arroba)	50.00	48.00	45.00	40.00	35.00
Haba (Arroba)	35.00	28.00	20.00	14.00	
Cebada (Arroba)	20.00				
Cuy (Und.)	20.00	17.00			
Ganado (Und.)	3500.00				
Gallina (Und.)	40.00				
Pato (Und.)	20.00				
Oveja (Und.)	350.00	150.00			
PRODUCTOS AGROPECUARIOS FORANEOS					
Arroz (Kg.)	4.50	4.00	3.80	3.60	
Papa (Arroba/Kg.)	1.20				
Moraya (Arroba/Kg.)	4.50				
Chuño (Arroba/Kg.)	3.30				
Lisas (Arroba/Kg.)	2.00	1.50			
Tomate (Kg.)	3.00	2.50	2.00		
Zapallo (Kg.)	3.00	2.50			
Cebolla (Kg.)	3.50	2.00			
Zanahoria (Kg.)	2.50	2.00	1.60		
Naranja (Ciento y Und.)	24.00 el ciento	4Und x 1 sol			
Manzana (Kg.)	4.00	2.50			
Plátano (Und.)	4Und x 1 sol				
Uva (Kg.)	8.00	5.00			
Coca (Libra, precio por bolsa)	12.00	5.00	2.00		
Oca (Arroba/Kg.)	12.00	1.00			
Haba (Arroba)	13.00				
Chuño (Arroba)	40.00	38.00	36.00		
Huevo (Plancha)	14.00	13.00			
Lenteja (Kg.)	8.00				
Frejol (Kg.)	7.50				
Queso (Molde)	16.00	8.00			
Trucha de laguna (Kg.)	12.00				
Carne de cordero (Kg.)	16.00				
Carne de Cerdo (Kg.)	14.00				
Carne de pollo (Kg.)	7.00				
PRODUCTOS MANUFACTURADOS FORÁNEOS					
Fideos (Kg., ½, ¼)	5.00	4.50	4.00	1.00	
Aceite (Ltro., ½, ¼)	11.00	10.00	9.50	9.00	
Azúcar rubia (Kg.)	5.00	4.00	3.80	3.60	3.50
Azúcar blanca (Kg.)	3.60				
Sal (Bolsa/Saco)	2.20	1.80	1.50		
Queso (Molde)	17.00	16.00	8.00		
Pan (Und./Bolsa)	2.00	1.00			
Harina de trigo (Kg.)	4.50				
Detergente (Kg./Gram)	7.50	8.00			

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.- Presentación de resultados y análisis de la encuesta desarrollada en la feria semanal del distrito de Tinta

5.3.1.- Consideraciones básicas de los jefes y jefas de hogar concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta

a.- Edad y sexo. -

La encuesta realizada en la feria semanal del distrito de Tinta, llevada a cabo los días jueves, fue aplicada a un total de 62 concurrentes de diferentes grupos etarios, los cuales fueron clasificados en cuatro grupos, siendo el primer grupo de 14 a 29 años, el segundo de 30 a 44 años, el tercero de 45 a 64 años y el cuarto de 64 años a más. Del total de encuestados, tres fueron varones y 58 mujeres, ello debido a que las mujeres son las que frecuentemente realizan las transacciones de compra y venta en la feria semanal. Asimismo, del total de encuestados el 39% tiene una edad de entre 45 a 64 años, siendo los que más concurren, luego están las de 30 a 44 años, los que hacen el 23% del total de encuestados, los otros dos grupos de edad cada cual tiene el 19%. Todos estos resultados muestran que las mujeres son las encargadas de las transacciones en la feria semanal (Ver Figura 04).

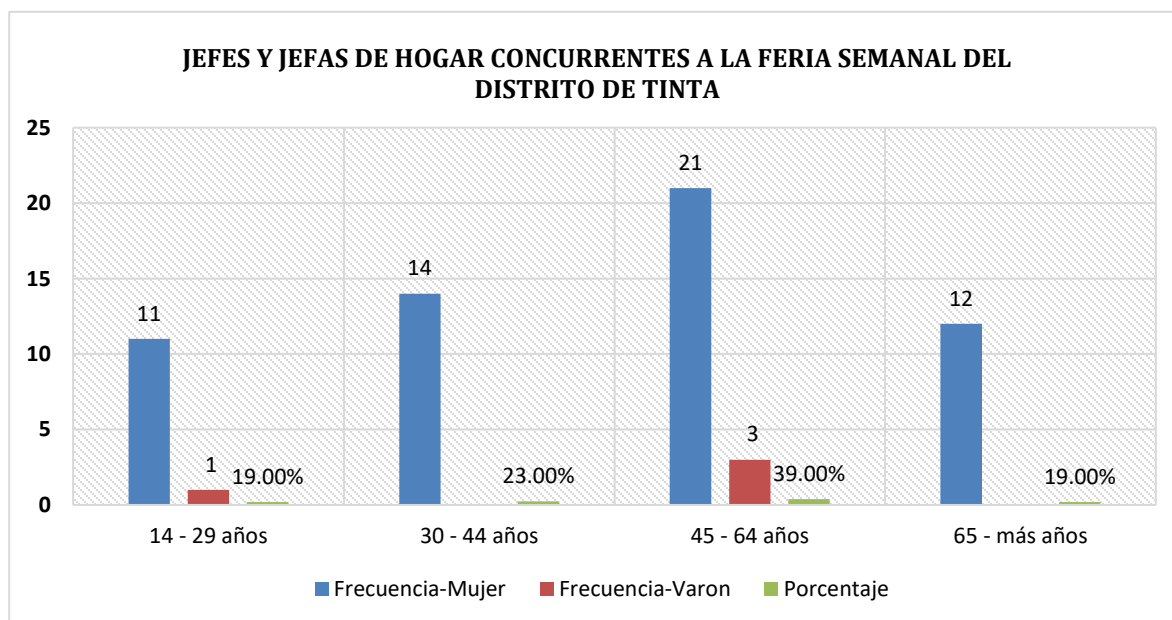


Figura 04. Grupos de edad concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

b.- Comunidad Campesina/Anexo. -

El muestreo realizado en la feria semanal, fue desarrollado de manera aleatoria, del cual se tiene el siguiente resultado: el 26% de los encuestados fueron de la Comunidad Campesina de Tinta, seguido del 17% de la Comunidad de Machacmarca; de la Comunidad de Uchu se tuvo el 15%, mientras que de las comunidades de Junttuma y Queramarca se tuvieron cada cual a 10% del total de encuestados, siendo de la Comunidad de Patatinta el menor porcentaje de encuestados, alcanzando el 6%. Por otro lado, también se tuvieron muestras de dos Anexos del Área Rural, estos son Quillihuara y Utopia, ambos con el 8%. Estos resultados muestran que la mayor parte de los concurrentes a la feria semanal, son de las comunidades campesinas de Tinta, Machacmarca y Uchu. Todos los jefes y jefas de hogar encuestados, hacen el 100% que en frecuencia representan 62 muestras. Sin embargo, del total mencionado, el 50% es repetitivo, por lo que en los posteriores ítems se expondrán resultados de 31 muestras representativas.

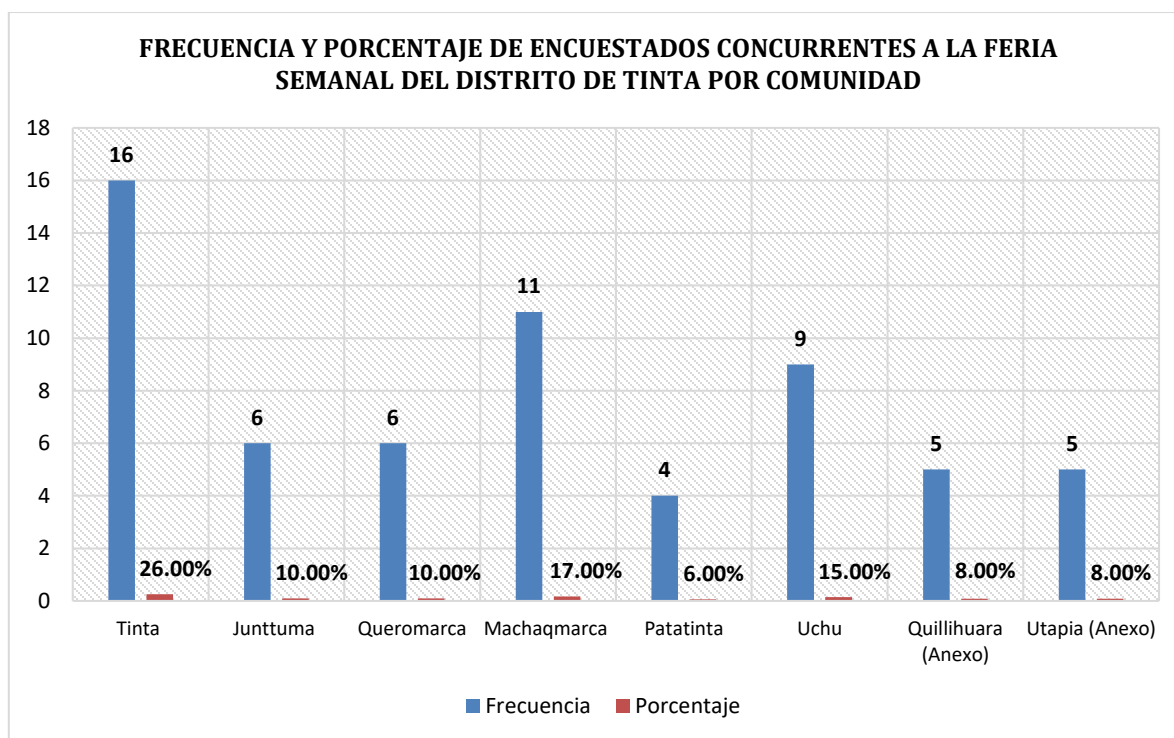


Figura 05. Lugar de origen de los encuestados concurrentes a la feria semanal del distrito de Tinta.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

c.- Número de hijos de muestras representativas. -

Del total de encuestas realizadas (31 muestra representativas), se tiene irregularidad en la cantidad de integrantes del hogar con respecto al grupo etario tal como se muestra en las Tablas 23, 24 y 25. Por otra parte, se tiene que el número mayor de integrantes del hogar rural es de 7 personas, y el número menor es de un integrante, en el que se tienen hogares con una sola familia, constituido por esposos o convivientes con hijos que en la mayoría tienen de 2 a 3 respectivamente (Ver Anexos Tabla 01).

TABLA 23: *Integrantes del hogar, padre/madre y suegros*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Padre/madre	5	16%
Suegros	1	3%
No cuenta con ninguno	25	81%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 24: *Integrantes del hogar, Esposos/convivientes/viudo(a) y Tíos*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Esposos/convivientes/viudo(a)	25	81%
Tíos	2	6%
Soltero(a)	1	3%
No cuenta con ninguno	3	10%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 25: *Integrantes del hogar, Hijos y nietos*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hijos	21	68%
Nietos	1	3%
No cuenta con ninguno	9	29%

TOTAL	31	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.2.- Actividad económica de los hogares rurales del distrito de Tinta

Las actividades consultadas en las encuestas estuvieron divididas en cuatro tipos: Actividad Agrícola, el cual contempla la cantidad de terreno agrícola y la variedad de productos que cultiva; luego se tiene la Pecuaria, la Actividad Artesanal y finalmente otras Actividades. Respecto a la actividad artesanal el 100% contestó que no realizan dicha actividad por lo que considerarla en la Tabla 26 no fue necesario. En cuanto a otras actividades, las respuestas fueron variadas, en el que destacan que se dedican al comercio en mínimo porcentaje y a la venta de fuerza de trabajo, convirtiéndose en parte de sus ingresos del hogar rural por lo que no fue conveniente considerarlos en el ítem, ya que se tiene mayor análisis en el ítem 5.3.4.

En la Tabla 26 se presenta el resultado obtenido de las dos actividades de 31 hogares considerados los más representativos, la agrícola y pecuaria, de los que se tiene los siguientes datos: respecto a la cantidad de terreno, el 68% de hogares poseen tierra cultivable medido en Topo, del cual se tiene que el 43% posee 01 Topo, el 28% posee 2 Topos, el 5% posee 3 ½ Topos, el 19% tiene ½ Topo y el 5% tiene 1 ½ Topos, siendo el de mayor predominio el de 1 Topo. En cuanto a la cantidad de terreno medido en M2, el 26% de hogares rurales indican que tienen su terreno de cultivo en dicha medida, de los cuales el 12% indicaron que tienen 8000 M2, también el 12% menciona que tiene 7500 M2, mientras que el 13% tiene 1500 M2, el 13% posee 700 M2, el 38% indican que tienen 500 M2 y el 12% tienen 200 M2; datos que sugieren que el mayor porcentaje de hogares rurales tiene alrededor de 500 M2. Por otra parte, el 3% de los hogares rurales no tienen una medida exacta de la cantidad de tierra, y finalmente el 3% no cuentan con tierra cultivable (Ver Tabla 26).

Los resultados muestran que, en los hogares rurales, no se tiene porcentajes altos que posean tierras cultivables en grandes cantidades, siendo el promedio un Topo o 500 M2, lo cual no permite considerar que se tenga hogares ricos o muy ricos dado que estos terrenos

se dividen o parcelan para cultivar la variedad de productos que necesitan. Sin embargo, la producción dada de la cantidad de terreno agrícola al ser comparada con la cantidad de miembros del hogar permite ver que se tiene una producción que fácilmente sustenta sus necesidades básicas.

Respecto a la actividad agrícola, la medición se realizó en términos de arroba, para tener una regularidad general, dado que muchos encuestados respondieron que la cantidad de productos cosechados la miden en sacos, del cual se hizo las conversiones matemáticas respectivas. Como se puede ver en la Tabla 26, el 90% de los hogares rurales tienen preferencia para cultivar maíz en sus diferentes variedades y solo el 10% no produce este producto, convirtiéndose en el producto más trabajado. El segundo producto más cultivado es la haba, alcanzando el 71% de producción de los hogares rurales, frente a un 29% que no lo produce. El tercer cultivo de mayor producción es la papa, el cual es trabajado por el 55% de los hogares rurales frente al 45% que no produce. Le sigue el trigo que es cultivado por el 26% de los hogares rurales frente al 74% que no tiene preferencia por dicho producto. Luego se tiene a la cebada que es producido por el 19% de los hogares rurales frente al 81% que no las cultiva. La arveja es trabajada por el 16% de hogares rurales frente al 84% que no las produce. El tarwi es el siguiente producto menos trabajado, el cual alcanza el 6% de hogares rurales que tienen preferencia frente al 94% que no las cultiva. Finalmente se tiene al olluco y a la zanahoria que son producidos por el 3% de los hogares rurales cada cual, frente al 97% de hogares que no las producen (Ver Tabla 26).

En cuanto a la actividad pecuaria, el animal doméstico que más se produce es el cuy, alcanzando el 65% de los hogares rurales que tienen preferencia por este animal, mientras que el ganado (vacuno) es producido por el 61% de los hogares rurales. La gallina es criada por el 23%, la oveja por el 19%, algo menos, el pato es criado por el 13%, y el cerdo como último animal de carne es criado por el 6% (Ver tabla 24). Respecto a las cantidades de cabezas que poseen cada hogar rural, en el caso del cuy, se tiene un promedio de 28 cabezas por hogar. Asimismo, en el caso del ganado el promedio de cabezas que poseen los hogares rurales es de 3 unidades por hogar. La gallina tiene un promedio de 5 cabezas por hogar rural, la oveja un promedio de 4 cabezas, el pato un promedio de 5 cabezas y el cerdo 2 cabezas.

TABLA 26: Actividad económica de los hogares rurales del distrito de Tinta, donde *x* representa la presencia del producto, pero no especifica la cantidad.

HOGAR	CANTIDAD DE TERRENO			ACTIVIDAD AGRÍCOLA/ARROBA									ACTIVIDAD PECUARIA/UND					
	TOPO	HECT	M2	MAÍZ	PAPA	HABA	TRIGO	CEBADA	ARVEJA	OLLUCO	TARWI	ZANAH	CUY	GANADO	GALLINA	PATO	OVEJA	CERDO
HR1	1			12	10	10							x	x				
HR2	1			95	40	27							60	2				
HR3	1				250	30		216										
HR4			200	25.5														
HR5			8000	380	150								25	4				
HR6	2			380	160								50	6				
HR7	2			570	400	72							25	3				
HR8			1500	29									20	2				
HR9	1			38	50	12	16											
HR10	2			142.5	60	12							15					
HR11			500										40				2	
HR12	1/2			19		12				10			x					
HR13	1/2			38	5	48							10	3	6		1	
HR14	x			19	30		24	46	5				10	1	3		3	
HR15	2			80									100	7			7	
HR16	1			x		x							30	4	10	5		
HR17	1			x		x							10		3			
HR18			7500	152	90	90		49						5				
HR19			500	14										1				
HR20	1			95	18	27			20		40			3				
HR21	1/2			24	6	7	3						10			x		
HR22	2			x		10								2			8	
HR23	1	1		x	90	48	48	64	120									
HR24			700	40	56	3	20				3		50		6			
HR25	1 1/2			x		x			x				20		6	7		
HR26	1/2			50		50	8							1			1	
HR27			500	3		50	80	45	85					3				
HR28	1			28.5		1							10	2				
HR29	2			19	20	2						4		1				
HR30	3 1/2			x	30	10	7	8					10	2	4			2
HR31													20			2		

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.3.- Aspectos Sociales de los hogares rurales del distrito de Tinta

a.- Salud

El resultado obtenido del trabajo de campo, muestra el porcentaje de hogares rurales que cuentan con centro de salud, así como los que no los tienen. Asimismo, en cuanto al lugar donde se atienden cuando se enferman, el 84% de los hogares rurales se atienden en el Centro de Salud del Distrito, lo cual implica el gasto en transporte desde su comunidad o anexo. Solo el 16% se trata mediante medicina tradicional además de que compra medicamentos en Botica. En cuanto a la percepción de la calidad de atención el resultado es variado, que va de pésimo a bueno (Ver Tablas 27 y 28 y Anexos Tabla 02).

TABLA 27: *¿Su comunidad/Anexo tiene centro de Salud?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	16	52%
No	15	48%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 28: *¿A dónde acude cuando se enferma?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro de Salud del Distrito	26	84%
Medicina tradicional	4	13
Otros	1	3%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

b.- Educación

En cuanto al aspecto educativo, el 77% de hogares rurales indicaron que en su comunidad o anexo cuentan con centro educativo, sea de un solo nivel, de tres niveles o incluso con superior, frente al 23% que menciona que no cuentan con centro educativo. Por otra parte, el 55% de hogares señalan que sus hijos concurren a estudiar al Centro Educativo del distrito, mientras que del 38% no concurren a ningún centro educativo, y el 6% mandan a

sus hijos a estudiar a otros centros educativos fuera del distrito, como a la ciudad de Sicuani. Respecto a la percepción de la calidad de la enseñanza, el 32% de jefes de hogar mencionan que la enseñanza es pésima, el 29% que es bueno, el 3% es malo y 35% no tiene una percepción definida (Ver Tablas 29 y 30, y Anexos Tabla 03).

TABLA 29: *¿Su comunidad/Anexo tiene centro Educativo?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	77%
No	7	23%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 30: *¿A dónde concurren sus hijos a estudiar?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro Educativo de la Comunidad/Anexo	0	0%
Centro Educativo del Distrito	17	55%
Otros	14	45%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

c.- Tipo de vivienda

El tipo de vivienda que presentan los hogares rurales tienen los siguientes aspectos: el 100% de viviendas son de material adobe. Respecto a los niveles o pisos construidos, el 61% de jefes de hogar indican que sus viviendas tienen dos niveles, y del 39% sus viviendas son de un solo nivel. En cuanto al piso de la vivienda, del 90% es de tierra, mientras que el 10% tiene piso de madera. Por otra parte, los hogares rurales que tienen ventana de madera son el 42%, el 52% tienen ventana de metal y del 6% son de plástico. Como se pudo ver, no se tienen viviendas que hayan sido edificados netamente de concreto, con niveles que superan los dos pisos, además de que el piso es casi en su mayoría de tierra, típicos de construcciones del área rural andino (Ver Tablas 31, 32, 33 y 34).

TABLA 31: Materiales de construcción

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adobe	31	100%
Concreto	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 32: Nivel de construcción

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un nivel	12	39%
Dos niveles	19	61%
Otros	0	0%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 33: Piso de la vivienda

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tierra	28	90%
Madera	3	10%
Otros	0	0%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 34: Ventanas

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	12	39%
Metal	16	52%
Plástico	2	6%
Otros	1	3%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

d.- Saneamiento básico

En cuanto al Saneamiento básico, el 97% de hogares rurales cuentan con servicio de agua estable, mientras que solo el 3% consume de otras fuentes como manantes. El tipo de baño que poseen el 100% de hogares es de Tipo Seco. Esto se debe a proyectos de saneamiento básico realizados desde el sector estatal y privado (ONGs) (Ver tablas 35 y 36).

TABLA 35: *¿Su vivienda tiene agua y desagüe estable?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiene agua y desagüe estables (SI)	30	96.8%
Tiene agua y desagüe estables (NO)	1	3.2%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 36: *¿Su vivienda qué tipo de baño posee?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Baño seco	31	100.00%
Otros	0	0.0%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.4.- Ingresos monetarios

a.- ¿Qué productos agrícolas lleva a la feria semanal para vender y a qué precios?

Los productos que se llevan a vender a la feria semanal, fueron medidos en arrobas y como también se consideraron los precios. Esto porque algunos encuestados dieron montos en arrobas y en precios y otros solo dieron en precios. Asimismo, se tiene hogares que de su producción un buen porcentaje los han vendido anualmente en la temporada de cosecha, por lo que se hizo los cálculos para determinarlos en semanas.

Como resultado de la encuesta, se tiene que el 57% de hogares rurales llevan a vender maíz a la feria semanal, frente al 20% que lleva papa y en igual porcentaje haba, mientras que la cebada solo es vendida por el 3% (Ver Figura 06). Estas cifras concuerdan con las

cantidades de producción que tienen los hogares rurales respecto a estos productos, tal como se ve en la Tabla 26, en el que el maíz es el más cultivado, seguido del haba y la papa. Estos datos hacen ver que al ser estos tres productos los más trabajados, son los que más se venden y sirven también para la adquisición de productos que necesitan, distinto a los demás productos que se venden en otros mercados o son destinados netamente al autoconsumo.

Por otra parte, en la Figura 09 se presenta la muestra de hogares rurales que fueron encuestados, en el que se tiene los ingresos por venta de productos agrícolas en términos monetarios. En dicha figura se puede ver que el 94% de hogares rurales tienen ingresos agrícolas menores a S/ 150.00, mientras que solo el 6% tienen superior a ese monto, alcanzando incluso los S/ 430.00. El monto más bajo reportado es de S/ 13.20, correspondiente al hogar rural 15 (HR15). Asimismo, no todos los hogares tienen ingresos monetarios por venta de sus productos agrícolas, por ejemplo, los hogares rurales 4, 11, 19, 27, 29 y 31, no reportaron ingresos monetarios (Ver Figura 09), constituyéndose el 19% de hogares del total de encuestados. Por otra parte, del total de ingresos monetarios de los hogares rurales, los agrícolas son el segundo, después de otros ingresos, convirtiéndose en relativamente esencial en la economía de las familias campesinas.

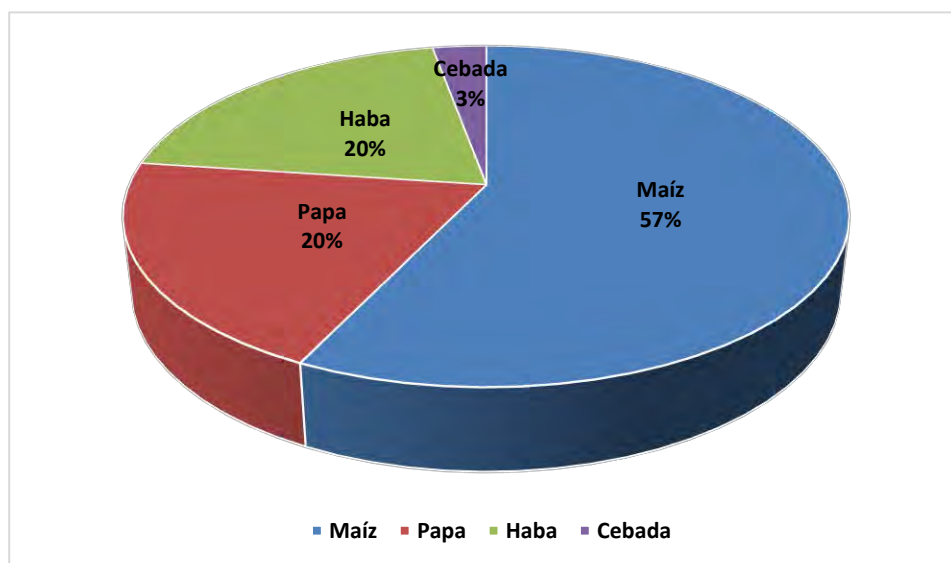


Figura 06. Porcentaje de productos agrícolas llevados a la feria semanal para la venta.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

b. ¿Qué productos pecuarios lleva a la feria semanal para vender y a qué precios?

Los productos pecuarios llevados a la feria semanal, están constituidos por cinco animales de cría básicamente, estos son los siguientes: cuy, ganado vacuno, oveja, gallina y pato, siendo el cuy el animal que más se vende, el cual es ofertado por el 50% de hogares, seguido del ganado vacuno con el 15%, luego se tiene a la gallina y la oveja, ambos con el 14%, finalmente el animal que menos se vende es el pato que tiene el 7% de oferta (Ver Figura 07). Sin embargo, no todos los hogares rurales ofertan productos pecuarios, siendo el 61% de hogares que no registran esta venta.

No obstante, en la Figura 09 se muestra los ingresos monetarios por hogar rural, en el que se puede ver que del 84% de hogares sus ingresos por esta venta son inferiores a los S/ 100.00, mientras que del 16% sus ingresos son de S/ 100.00 a un poco más. Asimismo, los ingresos por la venta de productos pecuarios son los más bajos en comparación con los ingresos monetarios por venta de productos agrícolas y otros ingresos, lo cual refleja el poco interés por la crianza de animales de carne con fines de venta.

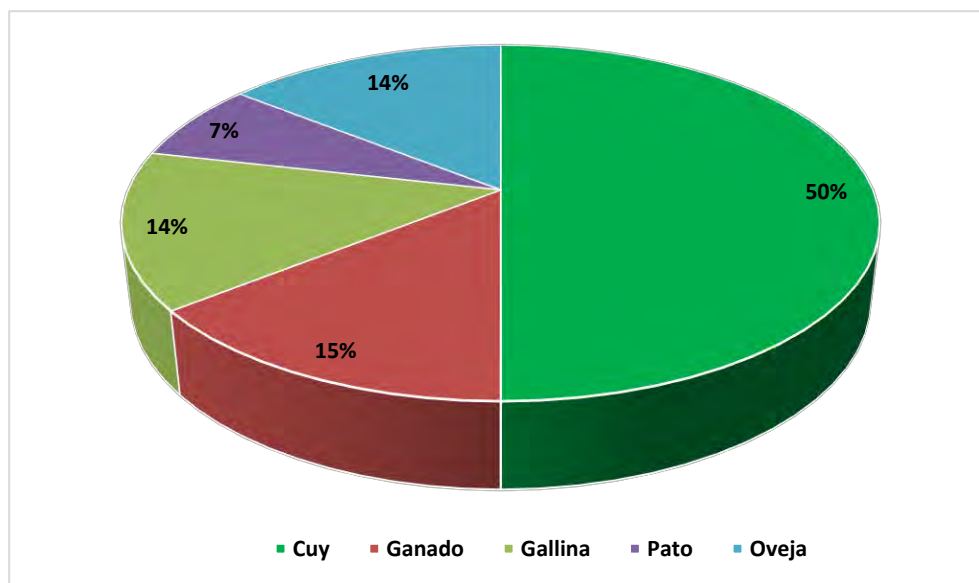


Figura 07. Porcentaje de productos pecuarios llevados a la feria semanal para la venta.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

c. ¿Fuera de los ingresos monetarios por venta de sus productos, tiene otros ingresos monetarios?

Los ingresos monetarios por otros conceptos que no son de venta de productos agrícolas y pecuarios, están divididos en 7 tipos, de los cuales el que tiene el mayor porcentaje es el de venta de fuerza de trabajo, el cual alcanza el 43% de los hogares rurales. El segundo de mayor porcentaje es el de comercio y negocio alcanzando el 33% de hogares; los siguientes cinco son de menor porcentaje. Las transferencias del estado mediante los programas sociales como JUNTOS, y las transferencias por parte de familiares, son ingresos monetarios del 7% de hogares rurales, mientras que el 5% de hogares tienen ingresos monetarios por alquileres de propiedades básicamente. Los dos últimos tipos de otros ingresos son la venta de ganado vacuno y la compra y venta de ganado vacuno, los cuales tienen el 3% y 2% respectivamente (Ver Figura 08). Como se puede ver, los ingresos monetarios de mayor porcentaje son de la venta de fuerza de trabajo, que comprende a jornalero en la chacra, conductor de tractor, de autos o camiones, trabajos eventuales en la Municipalidad Distrital de Tinta, etc., el que generalmente lo realiza el esposo o jefe de hogar.

De igual modo, en la Figura 09, se describe la cantidad de ingresos monetarios de cada hogar rural representativo, el cual refleja mayores ingresos por otros conceptos en comparación con los ingresos por venta de bienes agrícolas y pecuarios, alcanzando montos incluso de S/ 700.00, siendo algunos de estos de los montos el único ingreso que tienen, el cual asciende al 20% de hogares. En tanto que el 19% no tienen ingresos monetarios por esos conceptos.

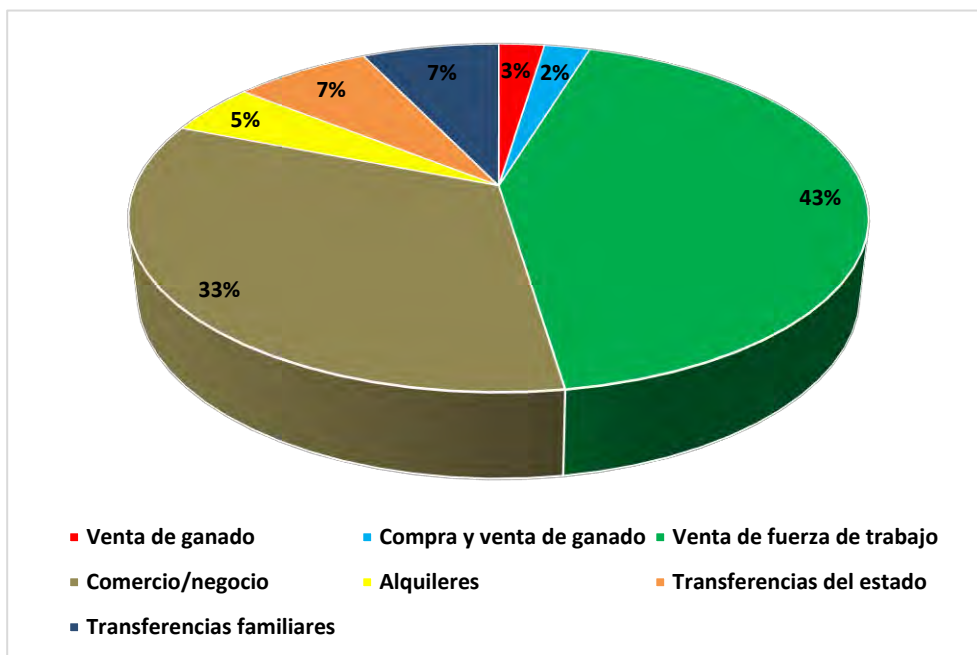
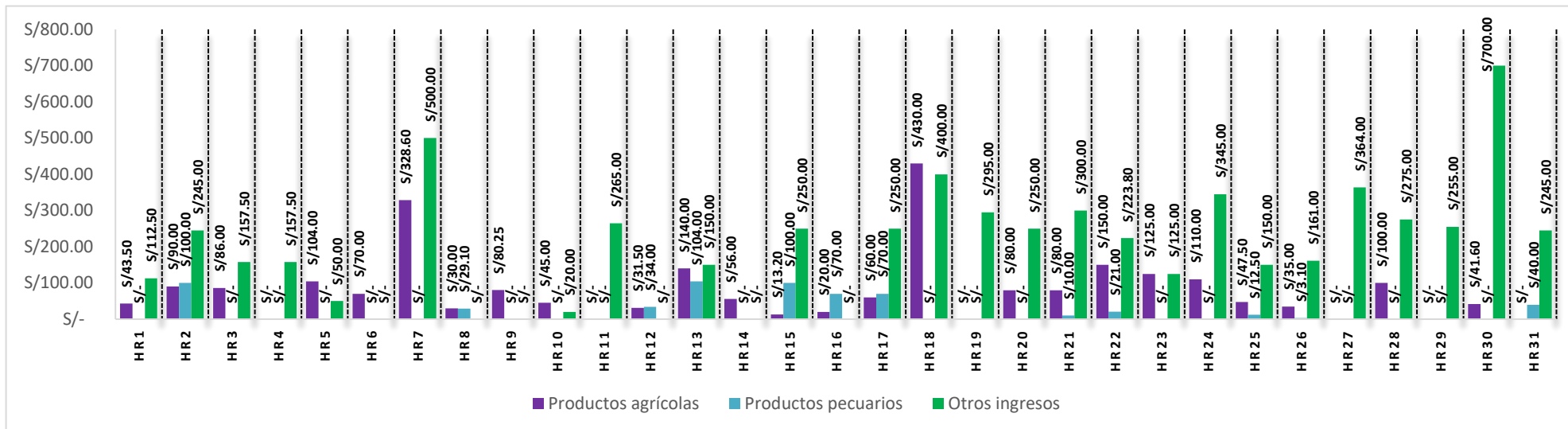


Figura 08. Porcentaje de otros ingresos monetarios de los hogares rurales.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

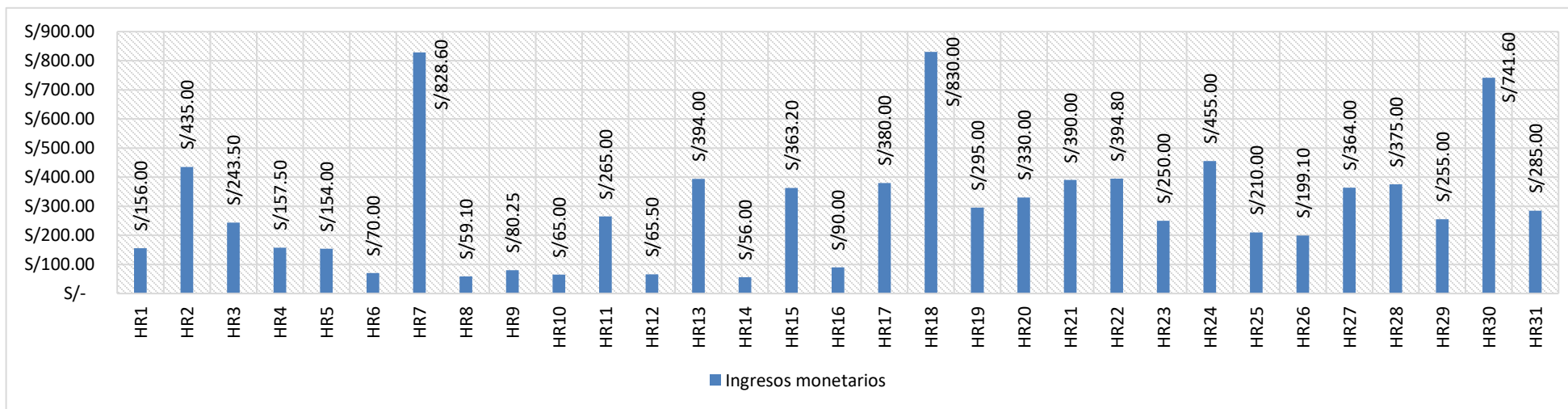
Finalmente, en la Figura 10 se describe los ingresos monetarios de manera general, en los que están sumados los ingresos por venta de productos agrícolas, pecuarios y otros ingresos, en donde se puede ver que el 32% de hogares rurales tienen ingresos mayores a los S/ 370.00 por semana, lo que hace que en una contabilización mensual sus ingresos superen los S/ 1480.00, frente al 68% de los que son menores al monto indicado. Por otra parte, se tiene un 23% que tienen ingresos menores a los S/ 100.00, lo cual hace que en un mes no alcancen a los S/ 400.00. No obstante, se debe considerar que los ingresos superiores a S/ 500.00 soles semanales son la suma de ingresos por venta de productos agrícolas y otros ingresos básicamente (Ver Figura 09).

FIGURA 09: Ingresos monetarios por venta de productos agrícolas, pecuarios y otros ingresos.



Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

FIGURA 10: Ingresos monetarios totales por semana.



Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.5.- Consumo de bienes agropecuarios y manufacturados

a. ¿Cuáles son los productos agropecuarios que compra en la feria semanal y a qué precios?

Los productos agropecuarios que compran en la feria semanal están divididos básicamente en quince clases. La fruta es el producto que más se demanda, adquirido por el 21% de los hogares rurales, seguido del consumo de arroz que es comprado por el 20%; luego se tiene verduras que es consumido por el 17%, así como la cebolla por el 11%. Los otros productos tienen menor porcentaje en su consumo, es así que el tomate es consumido por el 7%, la zanahoria por el 6%, el zapallo, la carne y la coca por el 3%. Asimismo, la papa, el chuño y la lisa por el 2%, y en menor proporción la moraya, las menestras y el huevo por el 1% (Ver Figura 11). Todas las cifras muestran una preferencia por la compra de 6 productos, los cuales son demandados con frecuencia en la feria semanal.

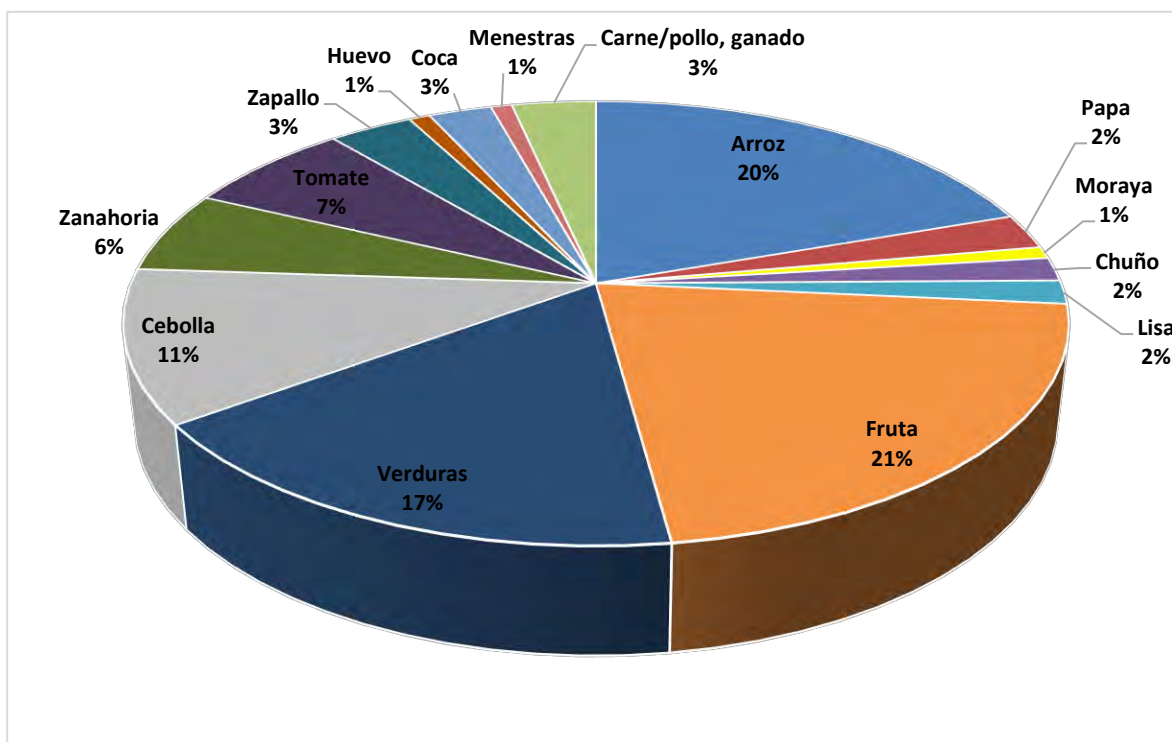


Figura 11. Porcentaje de consumo de bienes agropecuarios de los hogares rurales.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

Por otra parte, en la Figura 15 se presenta los montos en soles que gasta cada hogar rural en el consumo de productos agropecuarios, en el que el 94% realiza compra de estos bienes, mientras que el 6% no los efectúa. De igual modo, la preferencia por la compra de estos productos es menor respecto a productos manufacturados, con el 48% de preferencia por productos agropecuarios y 52% de productos manufacturados. Asimismo, los montos mayores que se gasta en la compra de estos productos son superior a los S/ 100.00, mientras que los montos mínimos alcanzan hasta los S/ 4.00.

b. ¿Cuáles son los productos manufacturados que compra en la feria semanal y a qué precios?

Los productos manufacturados comprados en la feria semanal están divididos por lo general en siete clases, los cuales presentan los siguientes resultados: el de mayor consumo es el aceite, que es adquirido por el 19% de hogares rurales. La azúcar y la sal son consumidos por el 18% de hogares cada cual, mientras que el fideo lo consumen generalmente el 16%, seguido del queso que tiene un 15% de preferencia; el pan con el 13% y la harina de trigo con un porcentaje mínimo que alcanza el 1% (Ver Figura 12). Estas cifras muestran el nivel de preferencias de consumo de productos manufacturados alimenticios, los cuales obedecen a la necesidad básica de contar con dichos productos que permitan satisfacer y complementar el consumo de alimentos en las diferentes comidas del día y la semana.

No obstante, también se tiene una clase de productos no alimentarios, que son comprados en tiempos prolongados, como medio año, un año o más, pero, para tener un mejor control debido a que el cálculo se viene realizando por semana, se hizo las divisiones correspondientes para tener cifras en semanas. Asimismo, los productos están divididos en tres clases, de los que se tienen los siguientes resultados: el primer producto es el vestido que es consumido por el 59%, mientras que la menajería por el 30% y las herramientas por el 11% (Ver Figura 13). Respecto a la ropa, es indudable que todos los hogares realizan estas compras, sin embargo, el resultado de la encuesta muestra que el porcentaje indicado son los hogares que tienen mayor prioridad en la compra de este tipo de productos, al igual que los otros dos tipos.

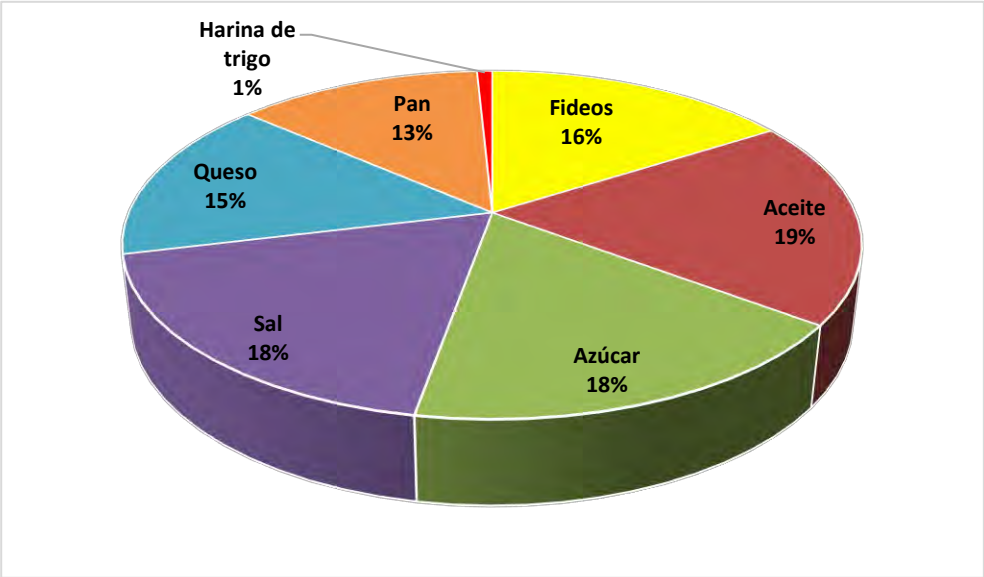


Figura 12. Porcentaje de consumo de bienes manufacturados de los hogares rurales.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

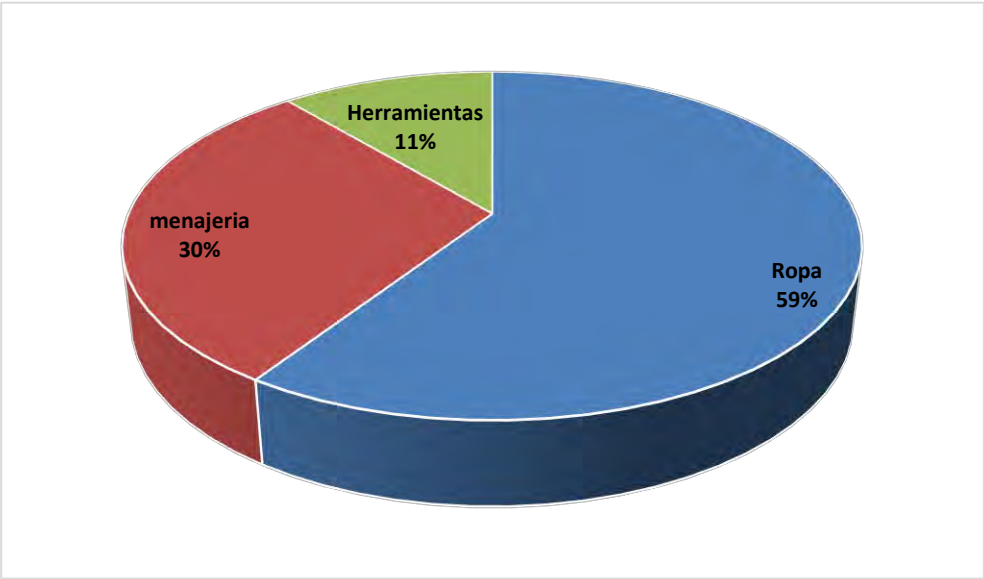


Figura 13. Porcentaje de consumo de bienes no alimentarios.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

Por otro lado, en la Figura 15 se describe los gastos en productos manufacturados que realizan los hogares rurales encuestados, los cuales ascienden a montos mayores de S/ 100.00, con montos menores de hasta S/ 3.20. De igual modo, también se tiene que el 97% de hogares presentan gastos por consumo de productos manufacturados en la feria semanal, frente al 3% que no los tiene, ello porque se tiene hogares que cuentan con negocios de pequeños abarrotes. En un escenario general, el gasto en productos manufacturados es mayor a los agropecuarios, variando tan solo en un porcentaje mínimo.

c. ¿Aparte de las compras que hace en la feria semanal, realiza otras compras durante la semana?

El gasto por consumo de alimentos realizado en otros días que no sea el de la feria semanal (jueves), está dividido en dos grupos, de los cuales el primero es el que realiza gastos fuera de la feria, el cual representa el 58% de jefes de hogar, mientras que el segundo son los que no realizan gastos, los cuales representan el 42% (Ver Figura 14). En el caso de los hogares que realizan gastos, los productos que compran son variados, de los cuales se tienen los siguientes, arroz, azúcar, leche, fideos, alcohol para cocina, queso, gaseosas, atún, cocoa, café, huevo, mazamorra, etc.

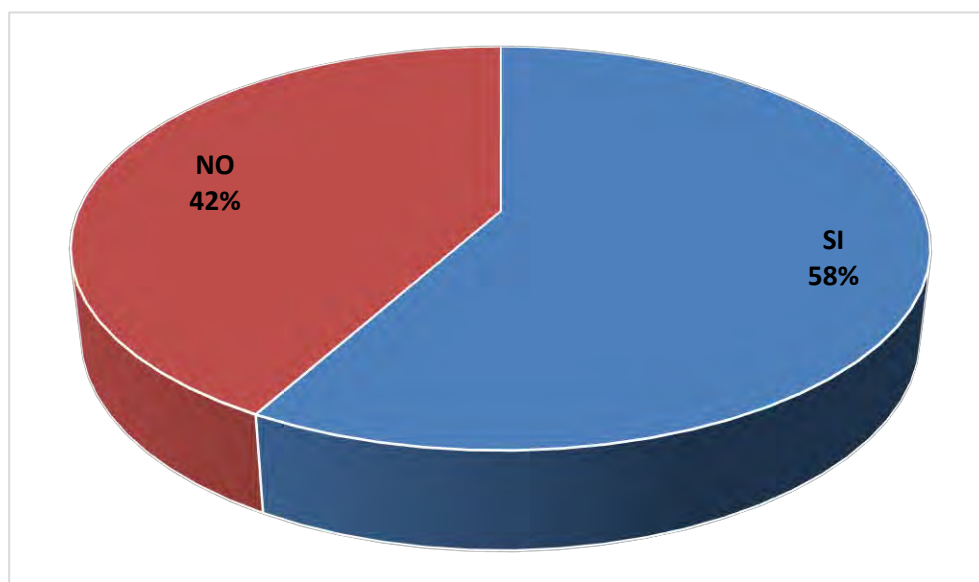


Figura 14. Porcentaje de hogares rurales que compran productos fuera de la feria semanal.

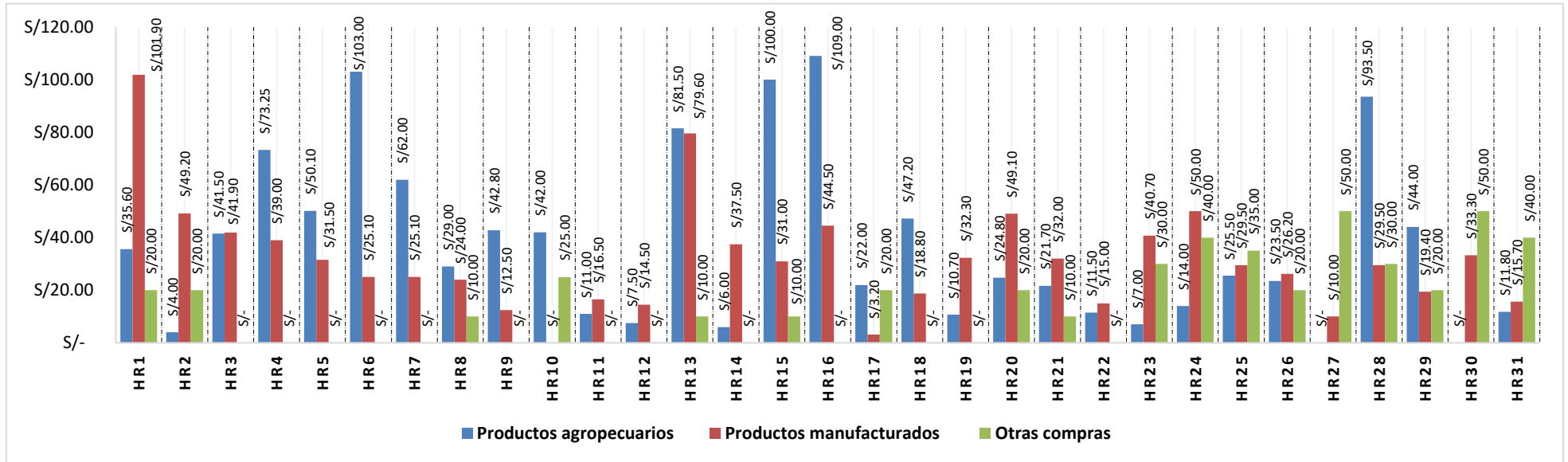
Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

Por otro lado, los hogares rurales que no realizan compras son los que generalmente efectúan todo su consumo en la feria semanal, correspondientes a productos agropecuarios y manufacturados. Asimismo, en la Figura 15 se tiene los montos de gasto que realizan, los cuales son inferiores a los otros dos tipos de gasto, en consumo de productos agropecuarios y manufacturados. En la figura indicada también se puede ver los montos mayores de compra que ascienden a S/ 50.00, y los montos menores que llegan hasta los S/ 10.00.

Como se pudo ver, las tres formas de egresos que tienen los hogares rurales, no son homogéneos, no obstante, el mayor gasto de consumo es realizado en la feria semanal, el cual se convierte en un lugar donde se mueve el dinero en mayores cantidades. En cuanto a los productos comprados se tiene preferencias marcadas los cuales son considerados necesarios e indispensables como es el caso del arroz, las frutas, la cebolla, el tomate, las verduras, la zanahoria, y productos manufacturados referentes a fideos, aceite, azúcar y sal, como principales bienes de consumo. El resto de productos son comprados en tiendas de las comunidades o anexos, o en ocasionales visitas a la capital del distrito o a otras ciudades como Sicuani y Combapata.

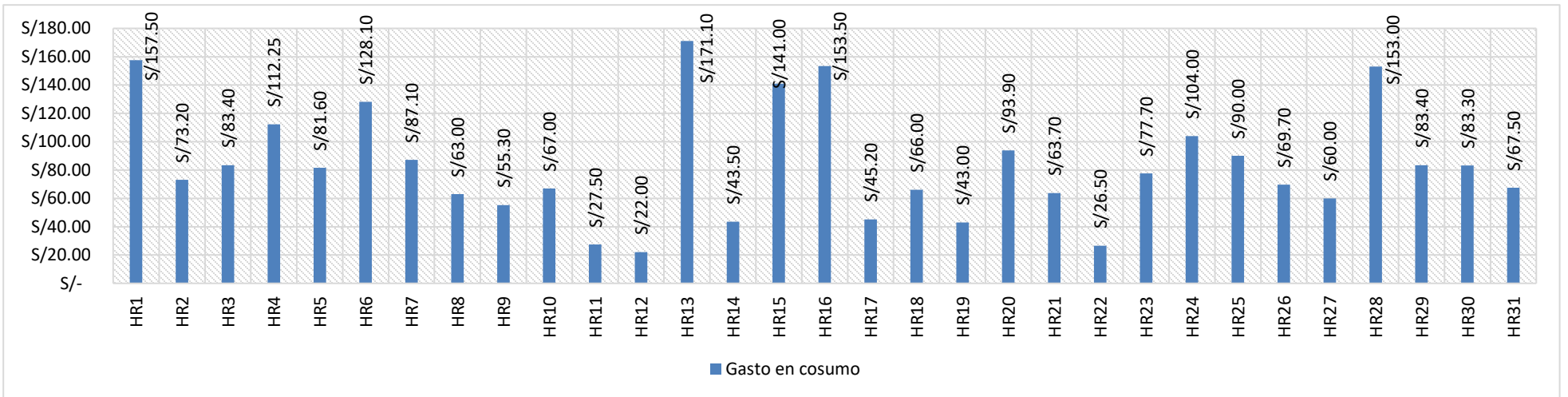
En la Figura 16 se puede ver el gasto general realizado en cada semana por los hogares rurales, en donde se considera el monto gastado en la feria semanal como en el resto de días. Se tiene que del 55% de hogares su consumo es inferior a S/ 94.00, es decir que al mes su gasto es menor a los S/ 378.00. De igual modo, del 19% de hogares su gasto en consumo de bienes agropecuarios y manufacturados es inferior a los S/ 51.00, esto contabilizado al mes, da un monto menor a los S/ 201.00. El tercer grupo de hogares rurales tiene gasto en consumo que supera los S/ 94.00 y que representa el 26%, lo cual quiere decir que al mes su gasto es mayor a S/ 378.00. Estos resultados en la mayoría de casos están en función de la cantidad de integrantes del hogar, por ejemplo, si se analiza de manera individual, los HR1, 13, 16, 24 y 28 tienen gastos mayores semanales a S/ 94.00, con un número de integrantes del hogar que van de 5 a 7 personas (Ver Tablas 23, 24 y 25 Anexo Tabla 1), lo que no quiere decir que se tenga otros HR que tengan menos integrantes y similares gastos.

FIGURA 15: Gasto por consumo de bienes agropecuarios, manufacturados y otras compras.



Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

FIGURA 16: Gasto monetario por consumo por semana.



Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

En el caso de HR que tienen gastos inferiores a S/ 94.00, por ejemplo, los HR-8, 9, 12, 17, 22, 23, 25, 26 y 27, los integrantes del hogar están entre uno y dos personas, sin embargo, hay hogares que tienen integrantes que llegan incluso a 6 personas como el HR-30. El tercer grupo de hogares rurales que tienen gastos menores a S/ 51.00, son un porcentaje reducido, con integrantes de hogar que son incluso de uno solo, como los HR-12 y 17.

d. ¿Si sube el precio de los productos manufacturados (aceite, fideos, pan, queso, sal, etc.) aun así compra la misma cantidad que adquiere regularmente?

En un escenario de alza de los precios de productos manufacturados, el 52% de hogares rurales señalan que compran menos de lo normal, esto quiere decir que disminuye la cantidad de consumo de estos productos. Por otro lado, el 42% de hogares rurales indican que sí compran la misma cantidad, ello debido a que la cantidad comprada es necesario para la alimentación semanal de cada hogar. Asimismo, el 6% de jefes de hogar mencionan que no compran la misma cantidad, un porcentaje muy bajo con relación a las otras condiciones (Ver Figura 17).

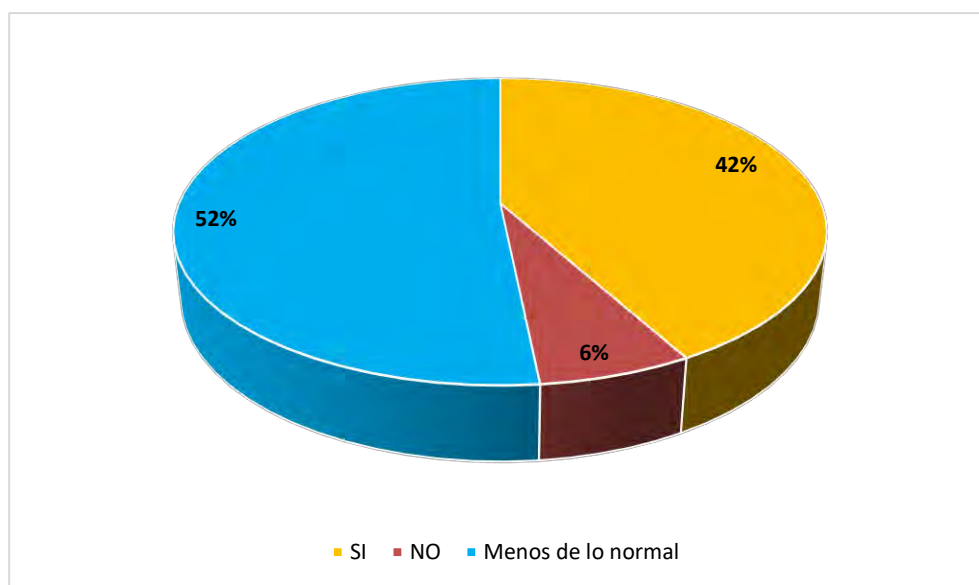


Figura 17. ¿Si sube el precio de los productos manufacturados, aun así, compra la misma cantidad que adquiere regularmente?

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

5.3.5.1.- Cantidad de gasto

a. ¿Cuánto es lo que gasta regularmente en la compra de sus productos agropecuarios y manufacturados en la feria semanal?

Los montos indicados por los encuestados, son variados y no son necesariamente iguales a los calculados en los gastos detallados que realizan en cada semana. El 77% de hogares rurales indicaron que su gasto es menor a S/ 94.00, mientras que el 23% tienen gastos mayores al monto señalado. De igual modo, el 52% de hogares rurales tienen gastos menores a S/ 51.00 (Ver Tabla 37). La variación de montos con respecto a los calculados de manera detallada, obedece a la falta de precisión en las cuentas que realizan y en los gastos menores como en la compra de productos no necesarios para la alimentación, tal es el caso de helados, gaseosas, etc.

TABLA 37: *Montos de gasto medido en términos generales.*

	MONTO EN S/.
HR1	80.00
HR2	60.00
HR3	65.00
HR4	55.00
HR5	45.00
HR6	100.00
HR7	135.00
HR8	50.00
HR9	50.00
HR10	50.00
HR11	15.00
HR12	30.00
HR13	75.00
HR14	65.00
HR15	50.00
HR16	100.00
HR17	40.00
HR18	120.00
HR19	40.00
HR20	100.00
HR21	50.00
HR22	50.00
HR23	35.00
HR24	80.00
HR25	40.00
HR26	20.00
HR27	30.00
HR28	100.00
HR29	70.00
HR30	150.00
HR31	50.00

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

5.3.6.- Ahorro

a. ¿Cuánto ahorra del total de sus ingresos?

El porcentaje de jefes de hogar que no tienen ahorros es el 61%, con dos respuestas básicamente a la falta de ahorro; el primero es que según los encuestados no tienen (No hay) y el segundo es que no les alcanza. El 13% de jefes de hogar indicaron que tienen ahorros que van desde los S/ 50.00 a menor cantidad, mientras que el 19% señalan que tienen ahorros de S/ 51.00 a 100.00, y el 7% de jefes de hogar indican que tienen ahorros mayores a S/ 100.00. Todos los porcentajes contabilizados en una semana (Ver figura 18). Como se puede ver en los datos, más de la mitad de hogares rurales no cuentan con ahorros, ello porque la cantidad de gasto que tienen en la compra de productos agropecuarios y manufacturados no les permite ahorrar, así como también influye la cantidad de ingresos, además de otro factor no diagnosticado en las encuestas, el cual se verá en el ítem 5.3.7.

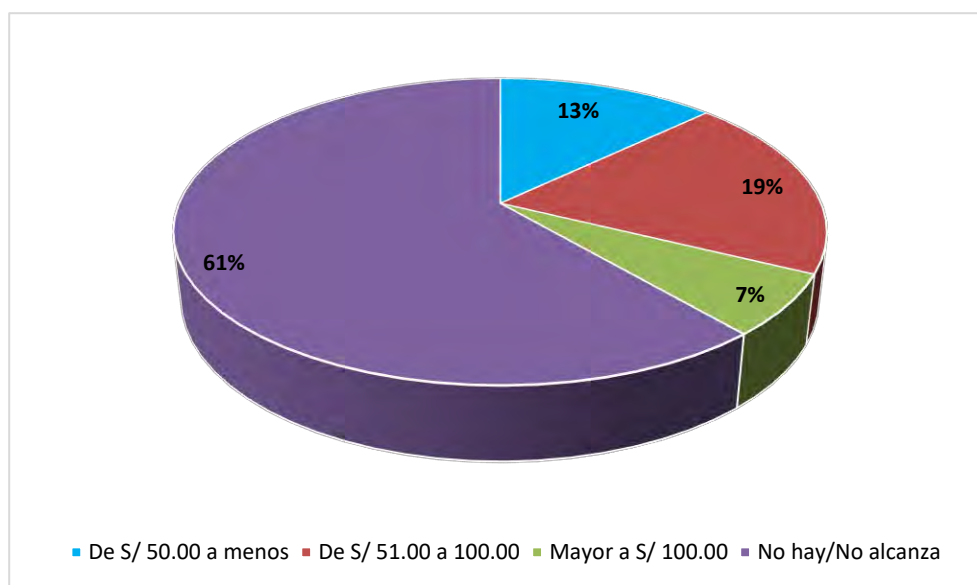


Figura 18. ¿Cuánto ahorra del total de sus ingresos?

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

b. ¿Guarda dinero en el Banco?

La respuesta a la pregunta es casi contundente, debido a que el 97% de hogares rurales indican que no guardan dinero en el banco, frente a un 3% que si lo hacen. Estos resultados muestran una falta de preferencia por incursionar en el mundo financiero (Ver Figura 19).

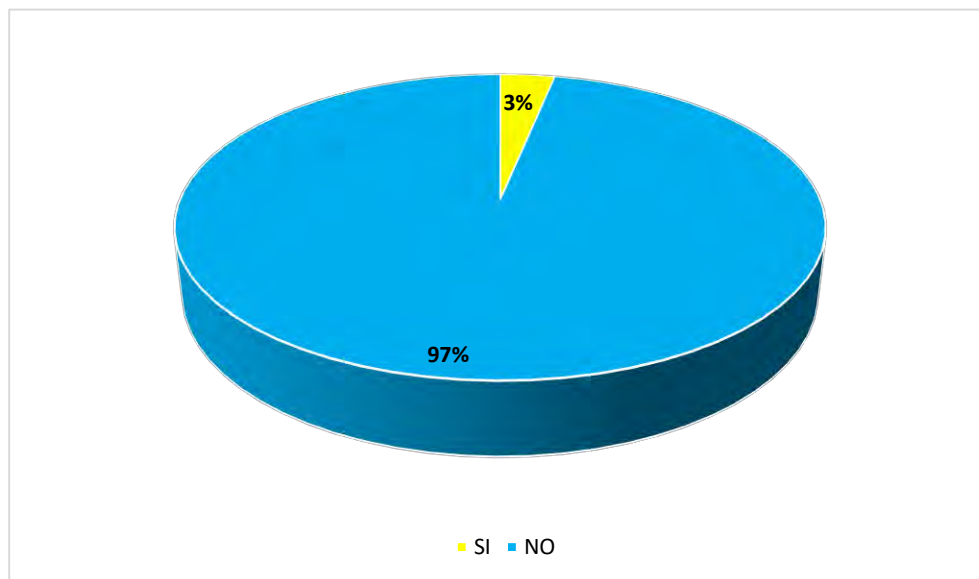


Figura 19. ¿Guarda dinero en el Banco?

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

c. ¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?

Como parte complementaria a la anterior pregunta planteada de si guardan dinero en el banco, las respuestas son variadas. En la Tabla 38 se muestra el resultado de las respuestas alcanzadas por los jefes y jefas de hogar, en el que el mayor porcentaje es de los que indicaron que no guardan dinero en el banco porque “no tienen”, el cual hace el 42%. El otro grupo que representa el 6%, indicaron que no guardan dinero en el banco porque “no hay para guardar”, el mismo porcentaje también indicaron que no guardan dinero porque “no tienen mucho”. El resto de resultados es variada, con respuestas como “te cobran por guardar”, “no le conviene”, “necesita tener a la mano”, “no tiene grandes cantidades”, “debe”, “tiene problemas con el banco”, “no lo necesita”, “no conoce”, “mueve el dinero”, etc. Todas las respuestas indican las múltiples razones por las cuales las personas del Área Rural de Tinta no realizan movimientos financieros con los bancos, además de que la mayoría argumenta que no tiene lo suficiente para guardar, a excepción de un mínimo

porcentaje que si guarda su dinero en este tipo de entidades (También ver Anexos Tabla 04).

TABLA 38: *¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No tiene	15	48%
No tiene mucho	4	13%
Se pierde	1	3%
Te cobran por guardar	1	3%
Necesita tener a la mano	1	3%
No le conviene	1	3%
Debe	1	3%
Sí guarda dinero en el banco	1	3%
Tiene problemas con el banco	1	3%
No lo necesita	2	6%
No conoce	2	6%
Mueve el dinero	1	3%
No precisa	1	3%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

d. ¿Por qué mantiene su dinero guardado en su casa y no en un Banco?

De manera correlativa a la anterior pregunta planteada a los jefes y jefas de hogar, del por qué no quiere guardar su dinero en el banco, las respuestas alcanzadas mencionan que no guardan dinero en el banco por razones diversas como la falta de éste, tampoco guardan porque tampoco tienen. En el caso de hogares que cuentan con cantidades menores o su ingreso real, consideran que conservar el dinero en sus casas es más seguro, y también porque necesitan tener a la mano todo su dinero para hacer movimientos diarios o semanales como parte de su capital de negocio.

e. ¿Cuándo suben los precios de los productos agropecuarios y manufacturados que compra regularmente, de dónde saca la diferencia de dinero para comprar sus productos?

No se tienen respuestas homogéneas indicadas por los jefes y jefas de hogar, a excepción de unos pocos que coincidieron. No obstante, el 26% de hogares rurales indican que la

diferencia de dinero que necesitan cuando los precios suben, es del ahorro que tienen de los diferentes ingresos con los que cuentan. De igual modo, el 16%, señalan que tal diferencia la sacan de su almacén-taque, mientras que el 35% consumen menos de lo normal, es decir disminuye su consumo con respecto a la cantidad regular que compran en la feria semanal como en otros días de la semana.

TABLA 39: *Lugar de donde sacan la diferencia faltante para cubrir sus gastos de consumo*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Del ahorro	8	26%
De su almacén - taque	5	16%
Consumen menos de lo normal	11	35%
Otros	7	23%
TOTAL	31	100%

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

El porcentaje restante de hogares rurales, tienen diferentes respuestas, siendo estos de préstamos de familiares, el autoconsumo o consumo de sus propios productos (agropecuarios), de la remesa que envían sus hijos o de la venta de fuerza de trabajo que cambian con productos o dinero que les posibilita cubrir estos gastos no esperados (Ver Tabla 39).

f. ¿Usted presta su dinero?

La respuesta a la pregunta planteada es contundente por todos los jefes y jefas de hogar rural, en el que el 100% señalan que no prestan su dinero, esto por diferentes razones, siendo los principales de acuerdo a lo recabado en las encuestas, que no tienen lo suficiente para prestar y que no tienen la política de prestamista, factores que hacen que el excedente de sus ingresos no genere renta en cuanto a intereses.

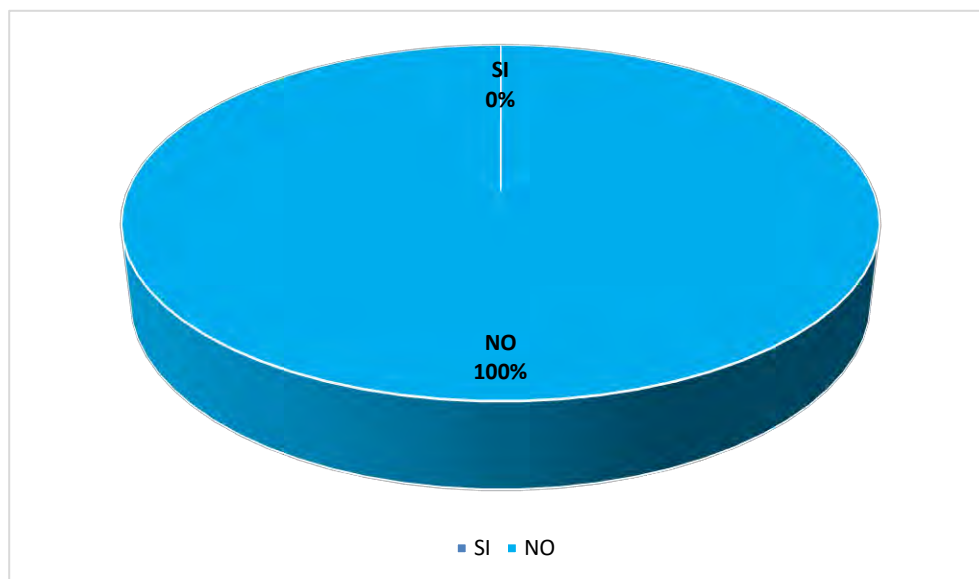


Figura 20. ¿Usted presta su dinero?

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

5.3.7.- Análisis comparativo de datos

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en la feria semanal y la fuente secundaria referente a datos estadísticos de precios emitidos por el MIDAGRI, mediante el SISAP, permiten comparar datos que muestran la relación que existe entre los ingresos monetarios y el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, de lo cual se explica la causa de la pobreza monetaria de dichos hogares, teniéndose los siguientes resultados:

a.- Precios de productos manufacturados según SISAP y según la feria semanal del distrito de Tinta

En la Tabla 32, se describe los precios de principales productos agrícolas y manufacturados que se consumen en la feria semanal del distrito, así como los precios de estos productos que se tienen registrado en el SISAP. Lo que se quiere mostrar es la diferencia de precios con la fuente primaria y la secundaria, considerando el mes de agosto de 2022, mes en el que se aplicó la encuesta en la feria semanal. En cuanto a los productos agrícolas, el arroz en la feria semanal presenta cuatro precios, de los cuales los Precios 1 y 2, son de arroz

superior y los Precios 3 y 4 están referidos al arroz corriente. Haciendo una comparación con los precios en el SISAP, el arroz superior en la feria semanal está entre S/ 4.00 a S/ 4.50, mientras que según el SISAP está entre S/ 3.80 a S/ 4.00, esto es una diferencia de S/ 0.20 entre los precios menores y S/ 0.50 en los precios mayores. De igual modo se puede ver en el arroz corriente una diferencia de S/ 0.10 y S/ 0.20.

Como es sabido, los precios en el SISAP son los que se registran en las principales ciudades de la Región, los cuales deberían reflejar en los mercados tradicionales como la feria semanal de Tinta, pero los resultados muestran que no son necesariamente así, con diferencias entre un producto y otro, siendo el arroz superior el que tiene mayor incremento del precio en la zona rural, el cual alcanzó hasta los S/ 0.50 por cada kilo, mientras que del arroz corriente su diferencia es mínima. De acuerdo a lo señalado por los comerciantes, estas diferencias obedecen al proceso de transporte desde las ciudades hasta la feria semanal, el cual demanda de pagos por flete. Sin embargo, esta diferencia no afecta al consumo del arroz, pero, cuando suben estos precios, lo que realizan las compras, indican que adquieren menos de lo normal, también señalan que sí compran lo habitual, mientras que un pequeño porcentaje mencionan que no compran lo habitual (Ver Figura 17), lo que quiere decir que al alza de precios se tiende a racionar las compras en menor o mayor porcentaje.

TABLA 40: Precios de principales productos ofertados y demandados en la feria semanal del distrito de Tinta y precios según el SISAP, medido en Kg. y Lt.

PRODUCTO	PRECIO 1	PRECIO 2	PRECIO 3	PRECIO 4	PRECIO 5	PRECIO MINIMO	PRECIO MÁXIMO
PRODUCTOS AGRÍCOLAS							
Arroz (precio feria semanal)	S/ 4.50	S/ 4.00	S/ 3.80	S/ 3.60			
Arroz corriente (precio SISAP)						S/ 3.50	S/ 3.60
Arroz superior (precio SISAP)						S/ 3.80	S/ 4.00
Cebolla (precio feria semanal)	S/ 3.50	S/ 2.00					
Cebolla (precios SISAP)						S/ 3.20	S/ 3.20
Zanahoria (precio feria semanal)	S/ 2.50	S/ 2.00					
Zanahoria (precios SISAP)						S/ 2.80	S/ 2.80
Tomate (precio feria semanal)	S/ 3.00	S/ 2.50	S/ 2.00				
Tomate (precios SISAP)						S/ 3.50	S/ 3.80
Zapallo (precio feria semanal)	S/ 3.00	S/ 2.50					
Zapallo (precios SISAP)						S/ 2.70	S/ 2.80
Papa (precio feria semanal)	S/ 1.20						
Papa (precios SISAP)*						S/ 2.50	S/ 2.50
PRODUCTOS MANUFACTURADOS							
Fideos (precio feria semanal)	S/ 5.00	S/ 4.50	S/ 4.00				
Fideos (precios SISAP)**						S/ 5.50	S/ 5.50
Aceite (precio feria semanal)	S/ 11.00	S/ 10.00	S/ 9.50	S/ 9.00			
Aceite (precios SISAP)						S/ 12.50	S/ 12.70
Azúcar rubia (precio feria semanal)	S/ 5.00	S/ 4.00	S/ 3.80	S/ 3.60	S/ 3.50		
Azúcar blanca (precio feria semanal)	S/ 3.60						
Azúcar (precios SISAP)						S/ 4.20	S/ 4.30

*Se considera la papa Huayro porque el SISAP no se tiene variedades de papa ofertados en la feria semanal.

**Se considera el fideo Nicolini, porque no se tiene otro fideo que considere el SISAP, el cual sea vendida en la feria semanal.

Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

Los otros productos también tienen mayor o menor porcentaje en su variación, en el caso de la cebolla los precios en la feria semanal están en S/ 3.50 y S/ 2.50, mientras que en el SISAP está en S/ 3.20, es decir S/ 0.30 menos que el precio mayor de la feria y S/ 0.70 mayor al precio menor de la feria; tal variación en la feria se debe a la calidad de la cebolla (primera y segunda). Estos precios de la cebolla en la feria hacen posible que el comprador pueda optar por un bien u otro de acuerdo a su posibilidad. Por otra parte, el precio en el SISAP es de cebolla de buena calidad, lo cual se entiende como de primera, por lo que, se tendría una diferencia de S/ 0.30 con respecto al precio de esta calidad en la feria semanal, lo que es explicado por los comerciantes que es a causa del flete y también por los revendedores.

En cuanto a la zanahoria, el escenario es diferente, ya que en el SISAP el precio es de S/ 2.80, mientras que en la feria semanal es de S/ 2.50 y S/ 2.00, es decir menor al precio registrado en los mercados principales del Cusco. Esto se debe a que este producto es traído a la feria semanal de zonas productoras cercanas, lo cual hace que el transporte no requiera de mucha inversión, diferente a las ciudades que en su mayoría consumen zanahoria traído de otras regiones como Arequipa. Similar es el caso del tomate, el cual tiene una variación negativa del precio según el SISAP con respecto a la de la feria semanal, esto debido también a la producción de este bien en valles cercanos a Tinta (Ver Tabla 40).

Por otra parte, los precios del zapallo en la feria semanal son de S/ 2.50 y S/ 3.00, mientras que en el SISAP es de S/ 2.70 y S/ 2.80. No se tiene mucha diferencia en los precios, el cual oscila en S/ 0.20, entre los precios menores y mayores, diferencia que obedece a que este producto es traído de otras regiones. Respecto a la papa, el precio frecuente que se tiene en la feria semanal es de S/ 1.20, siendo la papa canchan la más vendida, sin embargo, el precio de la papa huayro en el SISAP está en S/ 2.50. Es necesario precisar que en el SISAP no se tiene reporte del precio de la papa canchan hasta agosto de 2022, sino solo hasta marzo de 2020, ello a causa de la pandemia por Covid 19, el cual cerro en S/ 1.50 y S/ 1.80, un poco más elevado al registrado en la feria semanal. (Ver Tabla 40).

Los productos manufacturados como el fideo también tienen diferencias mínimas en sus precios, no obstante, el precio en el SISAP es del fideo Nicolini, debido a que no se tiene reportes de otros fideos en este sistema. Además, debe considerarse que, en la feria semanal, es común ver en venta fideos traídos de otras regiones como de Puno, los cuales son más baratos en comparación a los de las empresas nacionales, de ahí los precios bajos. Por su parte, el aceite en la feria semanal tiene los siguientes precios, S/ 9.00, S/ 9.60, S/ 10.00 y S/ 11.00, mientras que en el SISAP están en S/ 12.50 y S/ 12.70, más de un sol de diferencia en la feria. Al igual que el fideo, en la feria semanal, se comercia aceite traído de Puno incluso de Bolivia con precios más bajos que el producto nacional, lo que hace también, que se tenga en la feria la variedad de precios reportados en la Tabla 40.

Los precios del azúcar están divididos en dos variedades, el primero es la azúcar rubia en S/ 3.50 a S/ 5.00, mientras que en el SISAP se tiene precios de S/ 4.20 y S/ 4.30; como se puede ver en la Tabla 40. La variación de precios en la feria y en el SISAP obedece a factores iguales a los otros productos manufacturados, los que son traídos de regiones como Puno, incluso de Bolivia, en el que los precios son más bajos al producto nacional, no obstante, también se tienen precios que superan a los registrados en el SISAP, ello debido al coste que tiene el traerlos desde la ciudad de Sicuani, Cusco o de otros lugares.

Como se ha podido ver, la variación de precios en la feria semanal y en el SISAP no son sustanciales, los cuales en casi todos los productos considerados no superan el S/ 1.00, a excepción del aceite. Esto en el tiempo también debió tener el mismo escenario, si se considera la variación de precios de los años considerados en las Tablas 19, 20 y 21. El aumento de los precios en los mercados principales del Cusco, condicionó también el incremento de estos precios en la feria semanal, tal como se puede en las Tablas que describen la variación porcentual del Índice de precios al consumidor (Tablas 14, 15, 16, 17 y 18), en el que se tiene una subida de precios desde el 2019 hasta agosto de 2022. Por otra parte, el confinamiento por Covid 19, también hizo que se tenga incremento de precios de principales productos agropecuarios y manufacturados, por lo que, los precios en la feria semanal, en el periodo 2019 – 2022 (agosto), debió estar en función de la tendencia mostrada en la variación porcentual de precios y en el SISAP.

Asimismo, no se puede realizar una comparación directa con los precios de los productos que los jefes de hogar traen a la feria semanal a vender, porque no se tienen en el SISAP reportes de productos como el chuño, papa, lisas, cebada, maíz y haba, bienes que son producidos por los hogares rurales del distrito de Tinta. No obstante, los precios de estos productos es un acuerdo que tienen los ofertantes y demandantes, o intermediarios, de los cuales los vendedores están conformes en muchos casos.

Como se pudo reflejar en las encuestas, el 52% de los jefes de hogar cuando suben los precios de los productos agropecuarios y manufacturados traídos de otros lugares, indicaron que compran menos de lo normal, esto significa que al alza de estos productos su adquisición es menor, los cuales son sustituidos con productos que ellos mismos producen, como maíz; a excepción de bienes como el aceite que no puede ser directamente sustituido salvo con la manteca de cerdo que no es muy frecuente su consumo en la zona, tal como se puede ver en la Tabla 24, en el que solo el 6% de hogares tienen este animal doméstico de carne. Lo mismo sucede con la azúcar, debido a que no se tiene otro producto alternativo que los hogares rurales produzcan el cual sustituya este bien, por lo que se debe comprar regularmente la misma cantidad. Viendo este escenario, la decisión de comprar la misma cantidad, aunque suban los precios, es del 42% de jefes de hogares rurales, los que indicaron que sí compran la misma cantidad, aun así, tengan que destinar más dinero de fuentes como el ahorro, de sus almacenes-taque u otros ingresos monetarios.

Se tienen otros productos agropecuarios y manufacturados que no son considerados en el SISAP, pero que son vendidos en la feria semanal, y son trabajados muchos de ellos en zonas aledañas al distrito de Tinta, estos son la papa, la oca, el chuño, la moraya, las lisas, el haba, el queso, la trucha de laguna, carne de cordero, de cerdo y de pollo, coca, el queso, pan, harina de trigo, etc. Los precios que tienen son determinados por los productores y los intermediarios bajo un acuerdo entre ambos, en el que por lo general están acordes al mercado, ya que, de ser altos, los compradores en la feria semanal no optarían por adquirirlos, en vista de que pueden ser sustituidos muchos de ellos. Por ejemplo, si bien el

pan es un bien manufacturado que es consumido por el 13% de hogares rurales (Ver Figura 12), este producto puede ser sustituido por el maíz o la papa tranquilamente.

Por otro lado, en la Tabla 24 se muestra los principales productos agropecuarios trabajados en el distrito de Tinta, los cuales son vendidos en la feria semanal, y al ser comparados con la extensa variedad de productos agropecuarios y manufacturados traídos de otras zonas, es mínimo el stock ofertado por los jefes de hogar. En tal sentido, se tiene una desventaja en la variedad de productos que traen los comerciantes respecto de los ofertados por los jefes de hogar. Otro aspecto importante es que los productos ofertados, son vendidos en arrobas y unidades o cabezas de animales menores o ganado, mientras que los productos foráneos en kilos y litros en mayor proporción, con excepciones de la sal que es vendido en bolsas o pequeños sacos.

En un escenario en el que suben los precios de los productos agropecuarios y manufacturados, los hogares rurales muestran las diferentes soluciones ante situaciones así, tal como se puede ver en la Tabla 39, en el que la diferencia de dinero que necesitan para adquirir sus productos de consumo de manera regular, es sacada de diferentes lugares o se tiene un consumo menos de lo normal. En tal sentido, el 26% de hogares rurales sacan del ahorro que tienen de los ingresos totales, mientras que el 16% sacan de sus almacenes-taque y el 35% consumen menos de lo normal. Lo mismo hacen con la compra de productos manufacturados, los cuales se convierten en medidas ante escenarios de alza de productos. Asimismo, también muchos de estos productos son sustituidos por otros que trabajan ellos mismos.

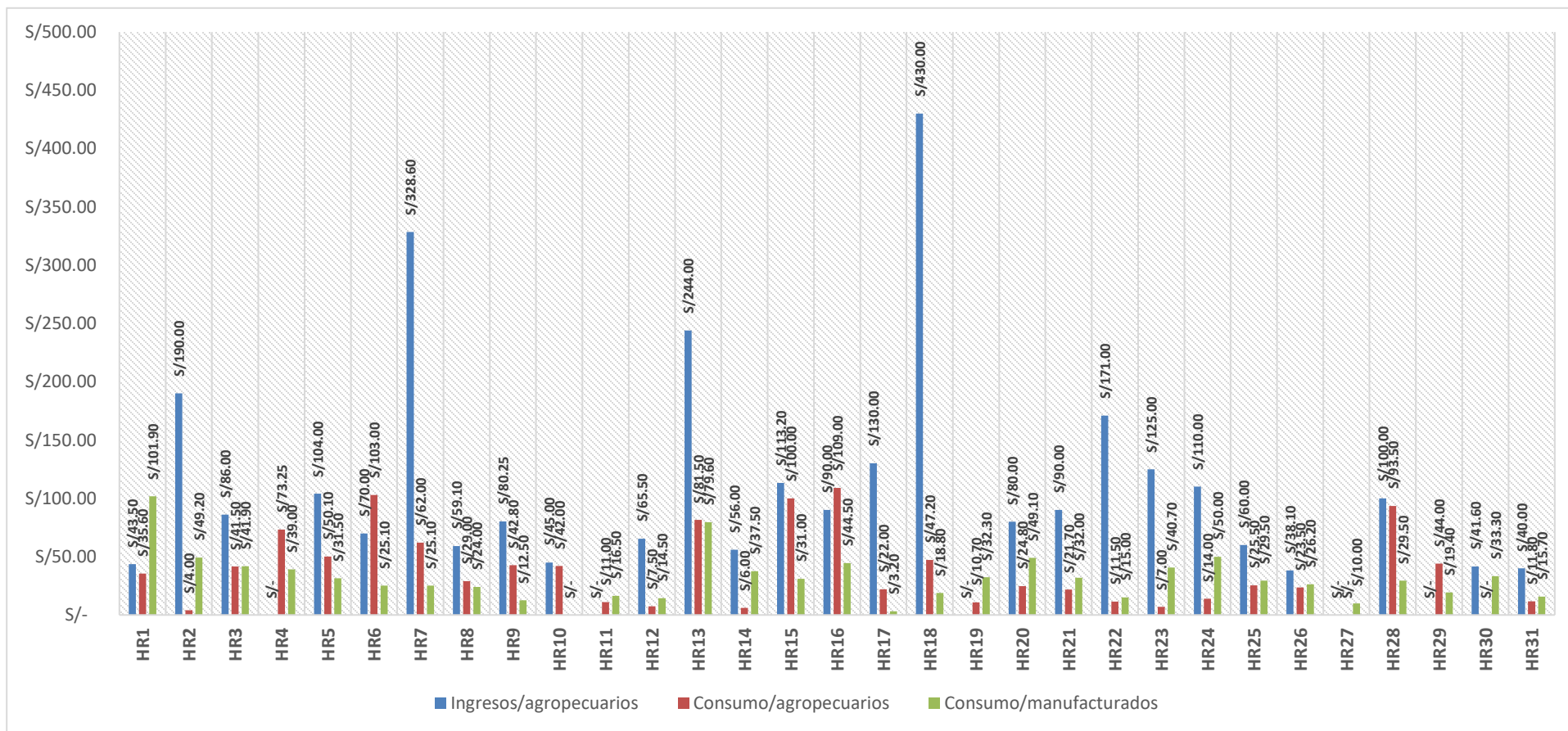
Como se pudo ver, los jefes de hogar, al estar en un escenario como el alza de precios de productos agropecuarios y manufacturados, tienen diferentes respuestas que aplican, lo que les permite sostener el consumo planeado para cada semana, por tanto, el alza de precios no es necesariamente el factor de pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta.

b.- Ingresos Vs Gastos por consumo semanal

Como resultado del estudio se tiene otro importante contexto que corresponde a la cantidad de ingresos monetarios totales de los hogares rurales de Tinta, sean estos por la venta de sus productos agropecuarios y de otros ingresos como la venta de fuerza de trabajo, transferencias del estado (programas sociales), comercio, etc., ingresos monetarios que son contrastados con los gastos por consumo en la compra de productos agropecuarios y manufacturados en la feria semanal del distrito. Los resultados obtenidos son los siguientes:

En la figura 21, se tiene la cantidad de ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios efectuados por los jefes de hogar, así como la cantidad de dinero gastado en la compra de bienes agropecuarios, de igual modo, la cantidad de gasto en la compra de bienes manufacturados. En esta figura se puede ver que los ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios no satisfacen el gasto por consumo de bienes agropecuarios foráneos del 6% de hogares rurales. Por otra parte, el 16% de hogares no satisfacen el gasto de consumo de estos bienes, porque no tienen ingresos monetarios por la venta de productos agropecuarios. Sin embargo, del 78% de hogares rurales sus ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios sí alcanza y sobra para la compra de productos agropecuarios foráneos, los cuales son realizados en la feria semanal y en algunos casos en otros días y lugares como pequeñas tiendas u otras ferias fuera del distrito.

FIGURA 21: Ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios VS consumo de productos agropecuarios y manufacturados.



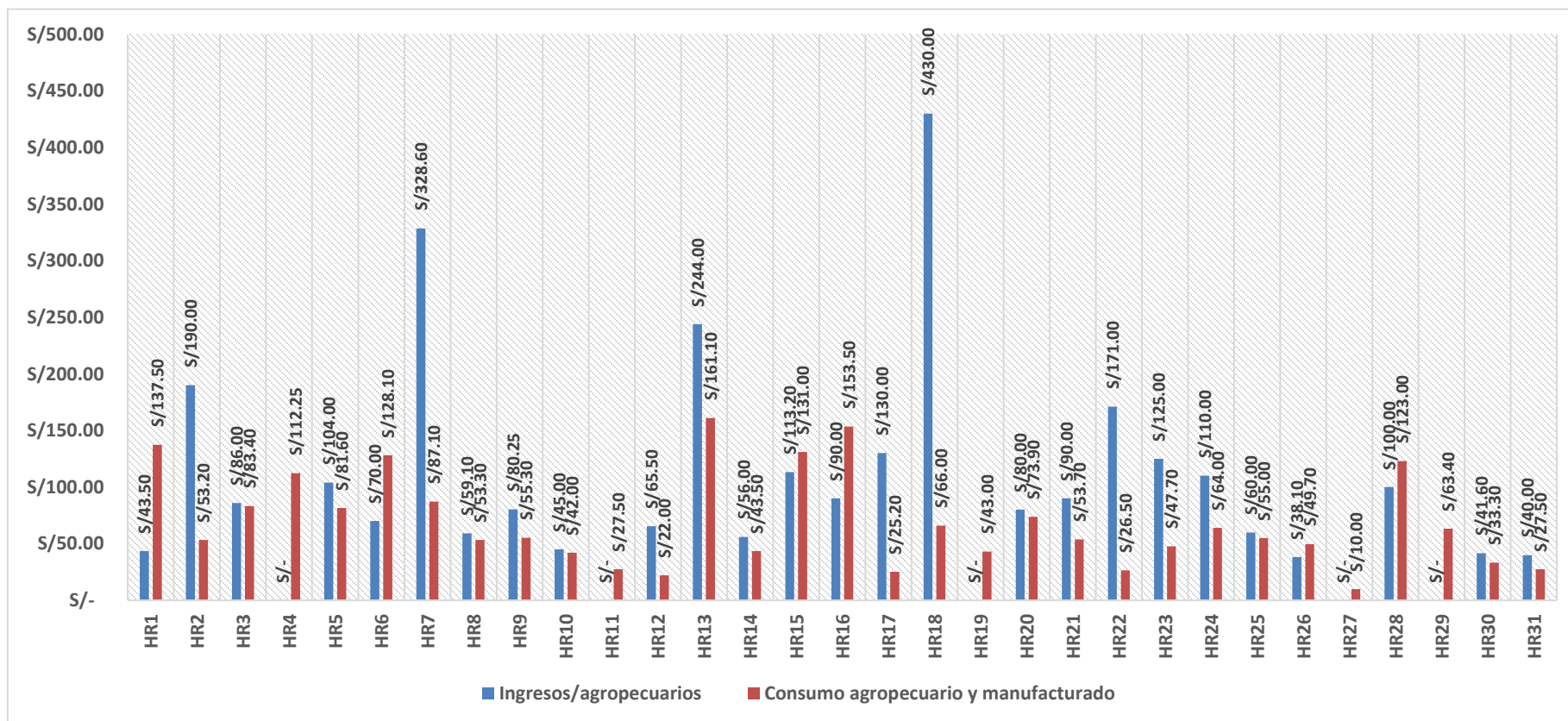
Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

También en la Figura 21 se describe la relación que existe entre los ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios respecto al gasto por consumo de productos manufacturados. En ella se puede ver que del 3% de hogares rurales sus ingresos por venta de productos agropecuarios no alcanzan para cubrir los gastos en productos manufacturados, mientras que el 16% no satisfacen la compra de estos productos porque no tienen ingresos por venta de productos agropecuarios, entre tanto, del 81% de hogares rurales sus ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios en la feria alcanzan y sobra para la compra de productos manufacturados.

El análisis nos muestra que, del mayor porcentaje de hogares rurales, la venta de productos agropecuarios en la feria semanal, posibilita satisfacer la compra de bienes agropecuarios o manufacturados. En cualquiera de los dos escenarios, los datos muestran que los ingresos por venta de productos agropecuarios producidos por los hogares rurales, en mayor porcentaje son suficientes para satisfacer el consumo de uno u otro tipo de bienes.

Por otra parte, en la Figura 22, se tiene los ingresos totales por venta de productos agropecuarios que los hogares rurales producen con respecto a la suma de gastos en consumo de bienes agropecuarios y manufacturados realizados en la feria semanal, en el que se puede distinguir la diferencia entre los ingresos monetarios y el gasto por consumo de estos dos tipos de productos. Se puede ver que del 65% de hogares rurales, sus ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios satisfacen el gasto por consumo de productos agropecuarios foráneos y manufacturados, incluso en algunos casos es muy superior la diferencia entre ambos. No obstante, del 19% de hogares rurales sus ingresos por venta de productos agropecuarios no son suficientes para cubrir el gasto por consumo de bienes agropecuarios foráneos y manufacturados, mientras que el 16% de hogares rurales no reportan ingresos monetarios por venta de productos agropecuarios. Como se puede ver, de un mayor porcentaje de hogares rurales, sus gastos en las dos clases de productos si son satisfechos con ingresos monetarios de productos agropecuarios, seguido de un porcentaje menor que no son suficientes, lo cual refleja la importancia de la variedad de productos que son vendidos en la feria semanal.

FIGURA 22: Ingresos monetarios totales por venta de productos agropecuarios VS suma del gasto total por consumo de productos agropecuarios y manufacturados.



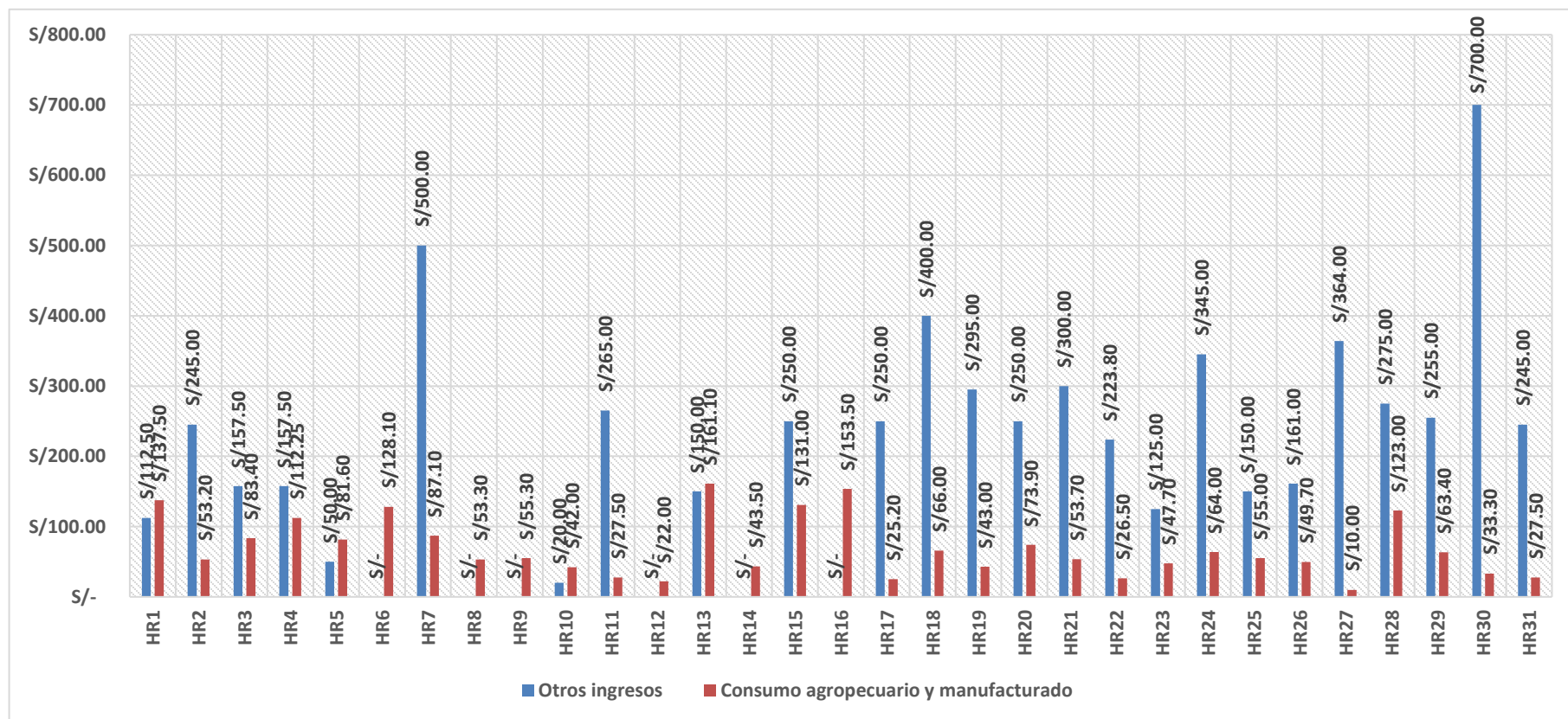
Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

Tal como se puede ver en la Figura 22, la diferencia que se tiene entre los ingresos y los gastos, muestran que, como ya se dijo, con la venta de los productos agropecuarios en la feria semanal, un buen porcentaje de los hogares rurales satisfacen tranquilamente el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados. En tal sentido, y con respecto a los precios de productos ofertados y demandados en la feria semanal, como vimos en el anterior ítem, en un escenario de alza de precios de los productos demandados por los hogares rurales, los ingresos monetarios por venta de sus propios productos pueden satisfacer el gasto por consumo, en el que se añade las decisiones que se toman cuando suben los precios, en donde el 35% de hogares señalan que compran menos de lo normal, frente al 26% que sacan de sus ahorros de los ingresos monetarios que tienen, y el 16% de hogares que indican que utilizan el dinero de la venta de sus productos almacenados en sus taques para autoconsumo (Ver Tabla 39).

De los porcentajes mencionados, se puede ver que en un escenario de alza de precios la diferencia se cubre en función de tres alternativas: de los ahorros que se pueden dar fácilmente con la venta exclusiva de sus productos agropecuarios que llevan a ofertar a la feria semanal, o en su defecto compran menos de lo normal, o de tener un escenario donde no se tenga producción suficiente, sacan de su autoconsumo.

En la Figura 23 se describe la cantidad de ingresos que tienen los hogares rurales por otros conceptos, como la venta de fuerza de trabajo, el comercio, transferencias del estado (programas sociales), transferencias familiares (remesas), comparado con los gastos por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados. Del 68% de hogares rurales, los ingresos monetarios por otros conceptos alcanzan para cubrir el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, mientras que al 13% de hogares rurales no les alcanza para cubrirlos y el 19% de hogares no tienen ingresos por este concepto. Con estas cifras se puede ver que tan solo con ingresos monetarios por otros conceptos que no sean de la venta de productos agropecuarios, un buen porcentaje de hogares rurales pueden cubrir el gasto que se realiza en la compra de bienes agropecuarios y manufacturados, lo que indica que estos ingresos son también otra fuente importante.

FIGURA 23: Ingresos monetarios totales por concepto de otros ingresos VS suma del gasto total por consumo de productos agropecuarios y manufacturados.



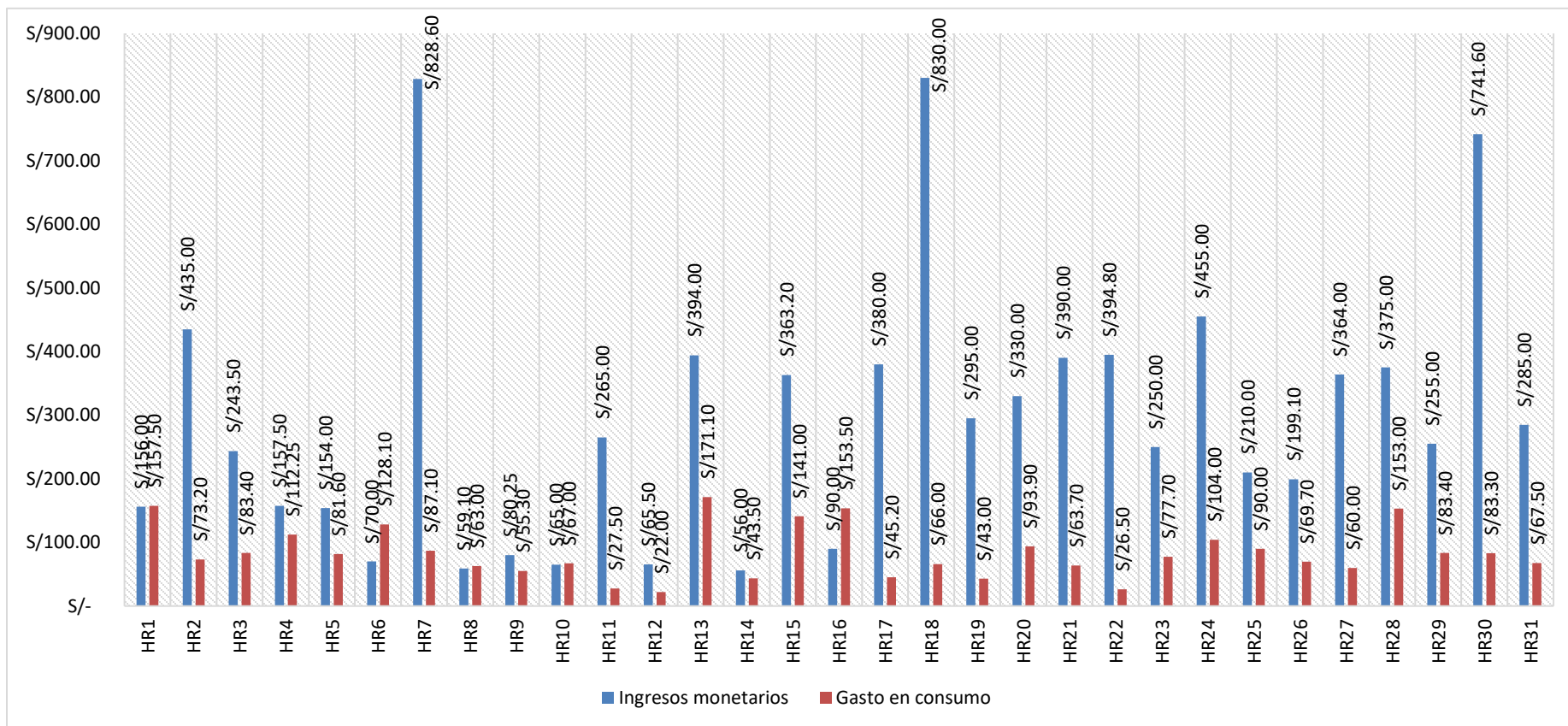
Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

De manera general, en la Figura 24 se tienen los ingresos monetarios totales, con respecto a los gastos por consumo totales en una semana. En esta figura se puede ver que el 84% de hogares rurales tienen ingresos monetarios totales por semana mayores a la cantidad de gasto por consumo por semana, frente al 16% de los que sus ingresos no alcanzan para cubrir el gasto por consumo satisfactoriamente. De los hogares rurales que no alcanzan a cubrir el gasto por consumo satisfactoriamente, cuando suben los precios de los bienes agropecuarios y manufacturados, la diferencia que se tiene que cubrir la sacan de préstamos familiares, de la venta de su producción destinado al autoconsumo o compran menos de lo normal. Por ejemplo, el HR1, tiene un ingreso semanal de S/ 156.00 y un gasto de S/ 157.50, lo que hace que el ingreso monetario total por semana, no cubra de manera satisfactoria el gasto por consumo de la semana, haciendo una diferencia de -S/ 1.50 que falta cubrir, en tal escenario, y tal como indica el jefe de hogar, esta diferencia la cubre con el ahorro que se tiene de la venta de productos (Ver Tabla 39).

Sin embargo, los hogares rurales que pueden cubrir su gasto por consumo satisfactoriamente con sus ingresos totales, la diferencia que se tiene tranquilamente puede ser destinado al ahorro. En la Figura 24, se tiene la cantidad que sobra y la que falta de los ingresos monetarios totales con respecto al gasto por consumo total, en donde se puede ver que el 84% de hogares tienen ingresos monetarios mayores al gasto por consumo semanal. Dichos ingresos totales superan en más de la mitad del gasto total, lo que indica que tienen ingresos monetarios que tranquilamente pueden cubrir las necesidades básicas de estos hogares rurales, incluso alcanza para destinarlo al ahorro.

Estos resultados muestran que, en una situación de alza de precios de bienes agropecuarios y manufacturados, las diferencias a ser cubiertas no son un inconveniente para las familias que tienen ingresos doblemente mayores que los gastos por consumo, lo cual, el alza de precios no se convierte en una causa que determine la pobreza monetaria para un porcentaje mayor de hogares rurales del distrito de Tinta. Pero, si es un problema para aquellos hogares que sus ingresos monetarios no satisfacen el gasto por consumo semanal de manera satisfactoria.

FIGURA 24: Ingresos monetarios totales VS gasto total en consumo de productos agropecuarios y manufacturados semanal.



Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

TABLA 41: *Cantidad de saldo de dinero después de haber destinado para los gastos de consumo.*

	DIFERENCIA DE INGRESOS CON RESPECTO A GASTO EN CONSUMO
HR1	-S/ 1.50
HR2	S/ 361.80
HR3	S/ 160.10
HR4	S/ 45.30
HR5	S/ 72.40
HR6	-S/ 58.10
HR7	S/ 741.50
HR8	-S/ 3.90
HR9	S/ 24.90
HR10	-S/ 2.00
HR11	S/ 237.50
HR12	S/ 43.50
HR13	S/ 222.20
HR14	S/ 12.50
HR15	S/ 222.20
HR16	-S/ 63.50
HR17	S/ 334.80
HR18	S/ 764.00
HR19	S/ 252.00
HR20	S/ 236.10
HR21	S/ 326.30
HR22	S/ 368.30
HR23	S/ 172.30
HR24	S/ 351.00
HR25	S/ 120.00
HR26	S/ 129.40
HR27	S/ 304.00
HR28	S/ 222.00
HR29	S/ 171.60
HR30	S/ 658.30
HR31	S/ 217.50

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

Sin embargo, la investigación arrojó resultados que muestran otros problemas a los que se enfrentan los hogares rurales, como es el destino del dinero que sobra de los ingresos monetarios totales, una vez que se han realizado los gastos por consumo totales de la semana (Ver Tabla 41). Como resultado de la encuesta, se tienen datos interesantes que reflejan el destino del dinero sobrante y que no necesariamente son para consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, pero que tampoco son destinados al ahorro. En las Tablas 23, 24 y 25, se tiene el número de integrantes del hogar arrojado por las encuestas realizadas

en la feria semanal, los cuales al ser relacionadas con los datos de la Tabla 41 referente al saldo de dinero de los ingresos monetarios totales y el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, se pudo obtener los siguientes resultados:

Del 16% de hogares rurales, de los que sus ingresos no alcanzan para cubrir sus gastos por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, el número de integrantes del hogar está en un intervalo de 2 a 6 miembros, siendo el de menor cantidad los hogares que solo son constituidos por esposos o una sola persona. También se tiene de 4 integrantes que están constituidos por esposos y dos hijos, así como hogares con integrantes de cinco miembros, papá, mamá y tres hijos, igualmente esposos, suegros e hijo; finalmente los hogares rurales que tienen mayor cantidad de integrantes son los de 6 y 7 miembros, papá, mamá y cuatro hijos. En el caso de los hogares que tienen hijos mayores a un número de 2, son los que tienen mayor cantidad de dinero suficiente para cubrir satisfactoriamente el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados.

De los hogares que tienen hijos, en la Tabla 30 se puede ver que de la mayoría de ellos estudian en el centro educativo del distrito, es decir en la capital de distrito, del que también se tiene hogares que estudian en otro distrito, o en la capital de provincia en Sicuani. Esto implica en el aspecto económico una demanda de mayor dinero para cubrir las necesidades de gastos en transporte, alimentación, vestido, etc., de los hijos que estudian, los cuales demandan de considerables recursos diarios dado la lejanía del centro educativo a donde concurren frente a sus residencias en las diferentes comunidades. De manera general, estos gastos hacen que el hogar requiera de mayores ingresos, lo cual hace que su pobreza monetaria sea perenne a causa de los mismos.

En el caso de los hogares rurales que tienen saldos de dinero una vez realizado el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, al realizar las mismas comparaciones con la tabla que indica el número de integrantes del hogar, se dan los mismos resultados. Se tiene un buen porcentaje de hogares rurales en el que se tienen como integrantes a hijos, la gran mayoría en edad de estudiar, los cuales en mayor porcentaje se dirigen a estudiar al centro educativo del distrito, otro porcentaje recurren a centros educativos fuera del distrito,

principalmente a la ciudad de Sicuani, situación que requiere de gasto monetario para cubrir tales necesidades de transporte, alimentación, vestido, medios de comunicación, etc., gastos que deben ser cargados a los ingresos monetarios totales. No obstante, dado que estos hogares cuentan con saldos importantes como se puede ver en la Tabla 41, la demanda de dinero para cubrir estas necesidades, puede ser satisfecho con dichos saldos.

Otro aspecto importante a considerar, es el gasto que realizan en el transporte de los jefes y jefas de hogar, así como del resto de integrantes que no estén en edad de trabajar. Este gasto es a causa de la geografía en la que están asentadas las comunidades campesinas del distrito, lo cual conlleva a que tengan que desplazarse distancias considerables, y que, para realizarla, utilizan medios de transporte que demanda gasto en combustible, como son el uso de motocicletas, el cual también requiere de dinero para la compra de los mismos y su correspondiente mantenimiento. Adicional a esto, se tiene los medios de comunicación dada también las distancias que tienen entre sí las comunidades, como es el gasto en recargas de saldos a sus teléfonos móviles.

Todos estos gastos adicionales que no se consideran en los de consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, pues reflejan el gasto de un buen porcentaje de los ingresos totales de los hogares los cuales al ser cotejados con las cifras de la Tabla 41, respecto al saldo que se tienen una vez realizado el gasto total en consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, se puede cubrir dichos gastos con estos saldos sin ningún problema de un buen porcentaje de los hogares rurales. Con respecto a los hogares que no tienen este saldo, hacen que su pobreza monetaria sea perenne en este pequeño sector poblacional. Este tipo de gasto se puede corroborar con la información proporcionada por los jefes de hogar encuestados y entrevistados, en el que mencionan mayoritariamente que no cuentan con ahorros porque no les alcanza, lo cual significa que el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados no es el único que demanda dinero.

Otro aspecto importante a considerar es la frecuencia en la que se realiza la feria semanal, realizada todos los jueves. Como resultado de estas actividades en este tipo de mercado, se

tiene dos tipos importantes de ingresos monetarios y dos tipos de gasto por consumo. En cuanto a los ingresos monetarios, el primer tipo es el que se tiene por venta de productos agropecuarios, bienes que son producidos por los hogares rurales y que son ofertados los días jueves de cada semana. El segundo tipo son los ingresos por concepto de otros ingresos, que corresponden a venta de fuerza de trabajo, comercio, alquileres, transferencias del estado y del sector privado (programas sociales), los cuales son desarrollados todos los días de la semana y también en menor proporción en la feria semanal, con la venta de productos como desayunos (quinua con manzana y otros).

De los dos tipos de ingresos, ambos son importantes para los hogares rurales siendo uno mayor que el otro y viceversa en cada hogar rural tal como se puede ver en la Figura 09. En esta figura se puede ver que hay hogares rurales en el que sus ingresos por venta de productos agropecuarios en la feria semanal son mayores a los por concepto de otros ingresos, y en otros es a lo contrario, además de que otros hogares solo tienen ingresos por uno u otro concepto. En este mismo escenario, los gastos por consumo se presentan condicionados por la feria semanal y los días fuera de la feria. En el primer caso los gastos generalmente que se realizan son destinados a la compra de bienes por consumo de productos agropecuarios y manufacturados, entre ellos arroz, azúcar, papa, tomate, zanahoria, fruta, etc., esto debido a que en la feria semanal es en donde se oferta productos de primera necesidad surtido en donde se puede conseguir los bienes necesarios para la alimentación de la semana.

Y como la feria se realiza cada jueves de cada semana, entonces, la compra de bienes agropecuarios y manufacturados también está condicionada por la frecuencia del tiempo en el que se realiza, es decir un día por semana. En consecuencia, este gasto que es importante para la subsistencia y alimentación de los hogares rurales, se convierte en un pilar fundamental de la economía rural. El otro gasto que se realiza es el que se da fuera de los días de la feria semanal, el cual corresponde a otros gastos por consumo en otros días pero que en mayor porcentaje es complementario a lo adquirido en la feria semanal.

Como se puede ver, tanto en los ingresos como en el gasto, la feria semanal es el condicionante principal que hace que un buen porcentaje de la economía del hogar fluya, ello también obedece a la realidad geográfica en la que residen los hogares rurales, a distancias considerables o no de los poblados donde se puede tener acceso a los productos básicos, siendo este caso la capital del distrito, en donde se realiza la feria semanal.

c. Ahorro VS saldo de ingresos monetarios totales y gasto total de consumo semanal

Tal como se pudo analizar en el ítem anterior, los hogares rurales que tienen un saldo como resultado de la comparación entre los ingresos monetarios totales y el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, son destinados a cubrir otros gastos en educación y transporte básicamente, lo que hace que este saldo no se refleje en términos de ahorro. En la Figura 25 se describe la manera cómo los jefes de hogar señalaron si tienen ahorros o no del saldo de los ingresos monetarios totales una vez realizado el gasto por consumo.

En la encuesta se consultó de manera abierta si los hogares rurales tienen ahorros o no, producto de sus ingresos monetarios totales, medidos en términos de cifras monetarias, las respuestas resultaron interesantes, porque un buen porcentaje indicaron que no tienen ahorros, pero como se ve en la Figura 25, el saldo que se tiene tranquilamente les pudo permitir tener un monto que muy bien pudieron haberlo destinado al ahorro, pero que en la práctica no es así. Ello sustenta el hecho de que los hogares rurales tienen gastos fuera de los de consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, los cuales son de educación, transporte y otros determinados por la geografía donde se asientan las comunidades campesinas, razones por las que todos los hogares rurales que tienen importantes saldos, no hayan reportado ahorros.

Por ejemplo, el HR2 tiene un ingreso monetario total por semana de S/ 435.00, y un gasto en consumo de bienes agropecuario y manufacturados de S/ 73.20, de estos dos montos se tiene un saldo de S/ 361.80, es decir, un saldo mucho mayor al gasto por consumo, sin embargo, el jefe de hogar señala que tiene un ahorro alrededor de S/ 75.00. Este monto al ser restado con el saldo total se tiene un saldo de S/ 286.80, con la precisión de que estos movimientos son semanales. También el HR2 está constituido por tres integrantes, la

madre, un hijo y una tía, del que el hijo estudia en el centro educativo del distrito, es decir en la capital del distrito. Además, la jefa de hogar tiene otros ingresos por venta de fuerza de trabajo como empleada de Botica y niñera ocasional, lo que hace que requiera de recursos para movilizarse tanto de la jefa de hogar como del hijo en su educación y transporte, y gastos en servicios de teléfono e internet (Ver Tabla 23, 24, 25, y Anexos Tabla 1). Entonces, el saldo de S/ 286.80, al no ser considerados como ahorro, está cubriendo los gastos de educación y transporte del hijo, el transporte de la jefa de hogar dado las características de la geografía del terreno.

En el caso del HR11, el escenario es similar, con la diferencia principal de que la jefa de hogar no reporta ahorro alguno. En este hogar, el ingreso total monetario por semana es de S/ 265.00, mientras que el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados es de S/ 27.50, haciendo un saldo de S/ 237.50. Además, el hogar rural reporta tres integrantes, los convivientes y un hijo, el mismo que estudia en otro centro educativo fuera del distrito. Asimismo, el hogar radica en la comunidad campesina de Queramarca, y la jefa de hogar tiene negocio y el conviviente vende su fuerza de trabajo como jornalero. En consecuencia, como el hogar no reporta ahorro, entonces el saldo de S/ 237.50 está destinado a otro rubro que no es para el consumo de bienes agropecuarios ni manufacturados, gasto que cubre el tema de educación, transporte y otros, siendo el gasto mayor el de transporte en el lado de la educación, ya que el hijo se moviliza grandes distancias para asistir a su centro educativo; luego está el tema de transporte de los convivientes con el uso de motocicletas o pasajes debido a que el hogar tiene como lugar de residencia la comunidad campesina de Queramarca, y no la capital del distrito.

Tal como se puede ver, la razón principal por la que muchos hogares no reportan ahorro es porque el saldo que se tiene, es destinado a otros gastos que incluso requieren de mayor cantidad que la destinada al consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, tal como se puede ver en el HR2, por tanto, estos gastos son los destinados básicamente al gasto en educación de hogares que tienen hijos en edad de estudiar, en el transporte de los integrantes del hogar realizada en vehículos motorizados propios como motocicletas o

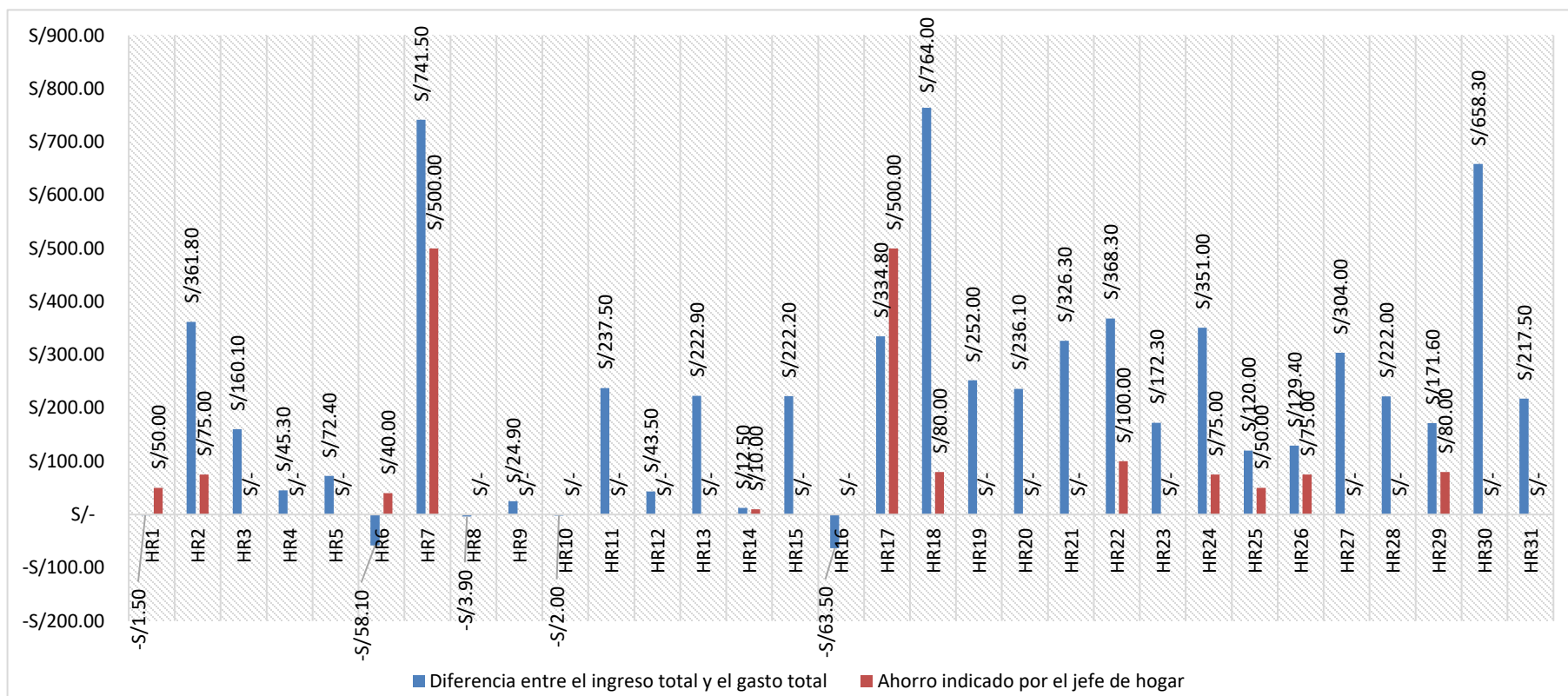
transporte público, y otros como compra de alcohol étílico, gasto en compromisos sociales como fiestas religiosas u otras, etc.

En tal sentido, los hogares rurales que tienen saldos pero que no reportan ahorros, representan el 52% de los mismos. En tanto que los hogares rurales que tienen saldos y reportan ahorros son el 32%.

También se tiene otro grupo que no cuenta con saldo y que tampoco reportaron ahorros, el cual representa el 10%, en el que los ingresos monetarios totales no son suficientes para cubrir el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, lo cual indica que mucho menos tendrán para el ahorro. Por otra parte, se tiene otro grupo de hogares rurales en el que sus ingresos monetarios totales no son suficientes para cubrir el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, pero que si reportaron ahorro, el cual representa al 6%. Esto indica que los ingresos no son suficientes para cubrir los gastos, o no se tiene un buen manejo de la liquidez con la que cuentan (Ver Figura 25).

Otro aspecto referente al ahorro, es que los hogares rurales del distrito de Tinta, no tienen interés por incursionar en el mundo financiero en entidades bancarias o Cooperativas. Del cual se puede ver que el 97% de hogares no guardan dinero en el banco por desconocimiento, porque no confían, o porque ese dinero lo mueven constantemente en el mercado, frente al 3% que sí guardan dinero en el Banco (Ver Figura 19 y Tabla 38). Estos hechos hacen que el flujo de dinero no sea tal como se da en las ciudades, siendo el principal factor la realización de la feria semanal, una vez por semana, mercado en el cual se mueven sus activos en oferta y demanda, dándose un solo día por semana y cuatro al mes, convertido en el día de mayor movimiento de dinero, contrario a las ciudades o áreas urbanas, en el que el dinero fluye cada día de manera constante. En este mismo escenario, el 100% de jefes de hogar indicaron que no prestan dinero, lo cual tampoco hace que el saldo genere intereses que puedan dar utilidades adicionales a sus ingresos monetarios totales.

FIGURA 25: Ahorro señalado por el jefe de hogar VS saldo de ingresos monetarios totales y gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados semanal.



Fuente: Trabajo de campo de encuestas 2022.

5.3.8.- Discusión

En la feria semanal del distrito de Tinta, los concurrentes son a la vez ofertantes y/o demandantes en casi el 100%, con excepciones diferenciadas. Esto porque se tiene jefes de hogar que llevan al mercado temporal o feria semanal, bienes agropecuarios netamente y consumen tanto bienes agropecuarios y manufacturados, por causa de la necesidad de consumo, mientras que los ofertantes de bienes manufacturados en la mayor parte no son del distrito o son intermediarios, por lo que el consumo que realizan lo hacen de manera similar al área urbana.

Estas diferencias entre los concurrentes, sean ofertantes o demandantes, hacen que el precio se fije desde dos perspectivas, entre comprador y vendedor de bienes agropecuarios y entre comprador y vendedor de bienes manufacturados. En el primer caso, se tiene también otros dos aspectos, cuando el vendedor de bienes agropecuarios es el jefe del hogar rural del distrito de tinta, el precio es generalmente fijado por el comprador, que en muchos casos es el intermediario, los cuales llevan la producción local a otros mercados fuera del distrito, provincia o región. El segundo aspecto, es que el comprador de bienes agropecuarios foráneos, que son los jefes de los hogares rurales, y los vendedores que son intermediarios (los cuales venden productos traídos de otras zonas fuera del distrito), el precio por lo general es un acuerdo mutuo entre ambos, dadas las condiciones del escenario exterior y de los costos de transporte del producto a la feria semanal.

En el segundo caso, entre los compradores y vendedores de bienes manufacturados, el precio es fijado por los vendedores de estos productos, debido a que los precios ya vienen en gran medida establecidos por los productores o industriales, a ello también se añade los costos de transporte hasta la feria semanal. En este tipo de transacciones, los jefes de hogar rural que realizan las compras de estos productos, son precio-aceptantes, en el que no pueden decidir el precio, además de que gran porcentaje de estos productos son indispensables para el consumo semanal, como el azúcar, los fideos, el aceite, etc. (Ver Figura 12). Estos escenarios, hacen que no se tenga un mercado de competencia perfecta tal como se muestra en la teoría, porque en muchos casos las decisiones de consumo y las

decisiones de producción individuales son las que determinan el precio, y son aceptados, aunque no estén totalmente satisfechos los hogares rurales del distrito de Tinta. Ello se puede ver en la Figura 17, en donde se describe la necesidad de comprar productos manufacturados aun así los precios suban, en el que un buen porcentaje (42%) señalan que sí compran la misma cantidad, frente al 52% que compran menos de lo normal.

Respecto a las decisiones de compra, los jefes de hogar consideran aspectos como los precios y la necesidad ineludible de adquirir una cantidad de productos. Los bienes manufacturados, por lo general son los comprados aun así los precios suban, ello porque son indispensables en la alimentación de los hogares rurales, tales como la azúcar, el aceite, la sal, entre otros, debido a que no son sustituidos por otros productos que ellos mismos producen. En tal sentido, su consumo será en gran medida la misma cantidad regular que compran cada semana en la feria semanal o en algunos casos en otros días de la semana en tiendas u otras ferias.

Otro aspecto importante a considerar es la disponibilidad de los jefes de hogar de ofertar los bienes agropecuarios que ellos producen en la feria semanal, donde se considera la necesidad de obtener una renta. Pero como se vio, la cantidad de producción que tienen los hogares rurales están determinados por la cantidad de terreno productivo y la cantidad de animales domésticos de carne que puedan disponer. Asimismo, la venta de sus productos en muchos casos está en función de la cantidad de bienes que necesita comprar para el sustento de la semana, ello quiere decir que los jefes de hogar llevan a vender sus bienes agropecuarios a la feria semanal con la finalidad de obtener ingresos monetarios que le permitan cubrir el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, y no tanto así con la finalidad de obtener ganancias que pudieran ser destinados al ahorro. Es por ello que como se puede ver en la Figura 22, de un gran porcentaje de los hogares rurales, el ingreso por venta de sus productos agropecuarios les es suficiente para cubrir el gasto por consumo en la feria.

Por otra parte, de la cantidad de producción destinada al autoconsumo en este tipo de hogares rurales, en los hogares rurales del distrito de Tinta, también se tiene esta misma

determinación, pero con respecto a la cantidad que se vende o intercambia, la intención de realizar este proceso, no solo es para obtener ingresos monetarios, sino, como se viene explicando, para satisfacer las necesidades de consumo temporal semanal, el cual se realiza en la feria semanal en gran porcentaje. De los hogares rurales que tienen ingresos monetarios superiores a la cantidad de gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados necesarios, esta diferencia o saldo es destinado al gasto de otros rubros del hogar.

El estudio realizado en el mercado representado por la feria semanal del distrito de Tinta, permitió ver que los jefes de hogar toman decisiones de compra de bienes en menor o mayor cantidad en función del tiempo en el que se realiza la feria semanal, el cual determina el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, lo que hace que la cantidad de bienes comprados debe ser equitativo al tiempo en el que se desarrollara la próxima feria semanal después de realizada las compras.

En tal sentido, el aumento de la renta disponible de los hogares rurales, no significa que el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados aumente o compren más cantidad o en el caso contrario, a menos renta disponible los jefes de hogar compran menos cantidad. Ello porque la cantidad regular de bienes consumidos en la semana está cuasi definido por los hogares rurales, dado la condición geográfica y la lejanía de las comunidades campesinas con respecto al espacio donde se desarrolla la feria (Plaza de Armas del Distrito), (Ver Figuras 17 y 24).

Estos tipos de gastos de consumo están relacionados con la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta. El INEI, considera como pobres monetarios a las personas que viven en hogares en el que su gasto per cápita es insuficiente para satisfacer la canasta básica de alimentos y no alimentos. También el Gobierno Peruano, considera la Línea de Pobreza Monetaria como instrumento para medir el gasto por persona de la canasta básica por persona, como indicador de bienestar, en el que se considera que la Línea de Pobreza respecto al Costo de la canasta básica por persona es de S/ 378 (Pobres no extremos). Asimismo, por debajo de la Línea de Pobreza se tiene la Línea de pobreza

extrema, el cual considera que el Costo de la canasta básica alimentaria por persona es de S/ 201, ambas cantidades para el 2022.

Al realizar los cálculos correspondientes con los resultados de la encuesta realizada en la feria semanal del distrito de Tinta, se pudo determinar que el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados no superan los S/ 180.00 por hogar rural, con gastos menores que llegan alrededor de los S/ 25.00, los cuales fueron multiplicados por 4, para tener un monto mensual. Estas cifras al ser divididas con la cantidad de integrantes del hogar, no alcanzan a los S/ 370.00, sino, apenas llega a S/ 201.00, del cual se puede decir que el mayor porcentaje de hogares rurales son pobres extremos. Sin embargo, la cantidad de gasto que tienen los hogares rurales correspondiente a bienes agropecuarios y manufacturados, es porque se tiene una cantidad de producción que es destinado al autoconsumo.

De igual modo, se tiene una diferencia importante entre los ingresos monetarios por semana y el gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, también por semana. Esta diferencia es destinada a otro tipo de gasto, correspondiente a transporte de los integrantes del hogar a diferentes lugares y también en la educación de los hijos en edad de estudiar; gasto que es superior a los gastos en alimentos y no alimentos (vestido, herramientas, menajería, etc.), a causa de las distancias de las viviendas y comunidades en relación al centro educativo y los lugares de trabajo de los integrantes del hogar. Este gasto hace que los hogares rurales no tengan los ahorros esperados.

Esta realidad geográfica donde habitan las comunidades campesinas de Tinta (Área rural), hace que la velocidad de circulación del dinero no sea similar o igual que en las ciudades. En la teoría económica se indica respecto a la velocidad de circulación del dinero que la velocidad del dinero está condicionada por los hábitos de gasto, las perspectivas y los caprichos particulares y por diversas condiciones objetivas (Kurihara, 1969, pág., 22). En el caso del área rural de Tinta, la condición objetiva principal es la realidad geográfica, en el que las comunidades campesinas y las viviendas de los hogares rurales están distribuidos a lo largo de las cuencas del distrito, lo que hace que estén situados cada cual a distancias

considerables como para transportarse a pie, por lo que se necesita de medios de transporte motorizados como motocicletas, transporte público (camiones y combis). Estos factores condicionan el gasto haciendo que el mayor porcentaje de hogares rurales opten por realizar el mayor gasto por consumo de bienes alimentarios y no alimentarios en la feria semanal, realizado los días jueves.

De igual modo, Kurihara, (1969, págs., 22, 23), señala que los hábitos de las personas con relación al consumo y al ahorro afectan la velocidad del dinero. Esto es que cuando se reducen los gastos de consumo la gente ahorra. Como se ha venido explicando, la cantidad de gasto de los hogares rurales, está en función de la cantidad de bienes agropecuarios y manufacturados que necesitan para toda la semana, antes de que se vuelva a realizar la feria semanal nuevamente, lo que hace que se tenga una cantidad regular de gasto por semana. Por otra parte, no se tienen ahorros como se espera, debido —se reitera— a la realidad geográfica del área rural del distrito de Tinta, por lo que la velocidad de circulación del dinero está en función de la realidad geográfica y del intervalo de tiempo en el que se realiza el mayor gasto por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos de la encuesta realizada en la feria semanal del distrito de Tinta, se muestra de manera indirecta que el confinamiento por COVID 19, no fue un causante para que se incremente la pobreza monetaria de los hogares rurales, debido a que la diferencia de dinero que se tiene entre los ingresos y los gastos por consumo, fueron destinados al consumo netamente. Se puede deducir de esta manera, porque no realizaron los gastos en transporte de los hijos en edad de estudiar, lo cual representaría un buen porcentaje del gasto del hogar. Asimismo, su producción agropecuaria les permitió tener ingresos monetarios aún con la pandemia y también tuvieron producción para el autoconsumo, distinto al efecto que tuvo para la zona urbana del Perú.

CONCLUSIONES

1. El ingreso monetario no tiene un efecto significativo en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, debido a que el gasto por consumo de dichos bienes es relativamente regular el día en el que se hace la compra realizada en la feria semanal (jueves), efectuado con menor proporción en otros días de la semana. Asimismo, el alza de los precios tampoco influye de manera significativa en la pobreza monetaria, los cuales hacen que esté determinado por otro factor correspondiente a otro tipo de gastos principalmente en educación y transporte.

2. El ingreso monetario no incide positivamente en el consumo de bienes agropecuarios provenientes de otros lugares por parte de los hogares rurales del distrito de Tinta. En tal sentido, se tiene que del 84% de hogares rurales sus ingresos monetarios totales les son suficientes para la compra de bienes agropecuarios, frente al 16% de hogares a los que no les alcanza. Asimismo, la compra regular que realizan en cada semana, sean en la feria semanal o en el resto de días, hacen que frente al alza de precios los jefes de hogar sustituyan o complementen con bienes que ellos producen (ingresos reales). De igual modo, frente a la subida de precios también cuentan con otras estrategias, en el que, para cubrir la diferencia faltante, el 26% de hogares rurales sacan de sus ahorros, mientras que el 16% utilizan su reserva de alimentación (Taque), el 35% consumen menos de la cantidad normal asignada y el 23% obtienen efectivo de otros medios. En tal sentido, la pobreza monetaria no está determinada por el ingreso monetario ni por el consumo de bienes agropecuarios ni manufacturados.

3. El ingreso monetario no incide de manera significativa en el consumo de bienes manufacturados de la mayoría de hogares rurales del distrito de Tinta, debido a que del 100% de hogares rurales, el 84% satisface sus compras con sus ingresos monetarios totales, y el 16% no alcanzan a cubrirlos de manera esperada. Por otro lado, frente al alza de precios de los productos manufacturados, el 52% de hogares rurales compran menos cantidad de lo normal, el 42% sí compran la misma cantidad, y el 6% no compran la misma cantidad. Estas preferencias de compra obedecen a la disposición de bienes sustitutivos o

complementarios, como el pan por el maíz de la zona o la papa. Sin embargo, los productos que se compran de manera regular están determinados por aquellos que no son sustitutivos ni complementarios, como el caso del aceite, la sal, el azúcar y los fideos. En tal sentido, frente al alza de los precios de estos bienes las respuestas y las estrategias son de acuerdo a la necesidad de adquirir tales bienes. Sin embargo, ello hace que la cantidad de gasto en compras no exceda la cantidad de ingresos monetarios totales, por el contrario, en el porcentaje de hogares ya indicado, los ingresos totales son superiores a los gastos por consumo de bienes manufacturados. Todos estos factores hacen que la pobreza monetaria no esté determinada directamente por los ingresos monetarios ni por el consumo de bienes agropecuarios ni manufacturados.

4. Una vez que los jefes de hogar realizan los gastos por consumo de bienes agropecuarios y manufacturados, se tiene un saldo importante de los ingresos monetarios totales, el cual no se refleja en términos de ahorro como debería esperarse. Es así que el 52% de hogares rurales no reportan ahorros, mientras que el 32% si los reportan, pero no en el total del saldo. También se tiene que el 10% de hogares rurales no tienen saldo, pero tampoco ahorros. Asimismo, se tiene que el 6% de hogares rurales no tienen saldo porque sus ingresos monetarios totales son insuficientes. La diferencia o el saldo disponible es utilizado para otros gastos que no son de consumo de bienes agropecuarios ni manufacturados, sino, para costear la educación de sus hijos en edad de estudiar, los cuales corresponden a pasajes desde la comunidad hasta el centro educativo, en propinas, gasto en internet, fichas, etc., debido a que la realidad geográfica en la que se asientan las comunidades campesinas y anexos hace que estén ubicados a distancias considerables de la capital del distrito donde se ubica el centro educativo a donde concurren a estudiar, y más aún a otros centros educativos fuera del distrito. Por otra parte, también se tienen gastos en el transporte de los integrantes del hogar a sus centros de trabajo y a otros lugares que ellos consideran, para lo cual utilizan unidades motorizadas como motocicletas o transporte público. Estos gastos, incluso, son mucho mayores a los gastos por consumo de bienes alimentarios (agropecuarios y manufacturados).

RECOMENDACIONES

1. Debido a la complejidad de la economía de la población rural del distrito de Tinta, se debe implementar más investigaciones que posibiliten conocer con mayor amplitud el funcionamiento de las decisiones de consumo y el ingreso monetario.
2. Tal como se vio en la presente investigación, el consumo de bienes alimentarios no constituye el mayor porcentaje de gasto de los hogares rurales, sino, otros gastos como el de educación, el cual contempla el traslado de los integrantes del hogar a sus respectivos centros educativos, los cuales demandan importantes cantidades de dinero, así como servicios de internet, los cuales requieren de recursos monetarios que los jefes de hogar deben costear, por ello el estado peruano debe implementar nuevas políticas públicas orientadas a satisfacer estas necesidades reales que tienen los hogares rurales del distrito de Tinta.
3. El estado peruano, mediante el Ministerio de Inclusión Social, debe implementar políticas públicas respecto a la implementación de estrategias que ayuden a mitigar el gasto por consumo de servicios como transporte de los integrantes del hogar, sean a otros lugares del interior del distrito o fuera de este.
4. Debido a que la feria semanal del distrito de Tinta, se realiza los días jueves de cada semana, y al ser un mercado en el que se realiza el mayor movimiento de dinero, debe tener las condiciones necesarias en la que se pueda ofertar y demandar los bienes alimentarios y no alimentarios, por ello, la Municipalidad Distrital de Tinta, debe realizar proyectos o programas que faciliten el acceso a este espacio, las condiciones favorables de salubridad y el control de especulación de precios.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Casa, S. S. (2006). *El estado y el Mercado, Instituciones Estratégicas en la Articulación Económica en la Provincia de Quispicanchi*. Tesis de Pre grado, Facultad de Economía, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Bernabé Uño, A., Condori, E. F., Bernabé Martínez, F., Valencia Serrano, G. & Arrázola Bilas, R. A. (1986). *Teoría microeconómica*. Alianza Universidad. Madrid, España.
- BCR, (2017). *Glosario Términos Técnicos y Conceptos Económicos*. Gerencia de Estadísticas Económicas del Banco Central de El Salvador.
- BCR, (2011). *Glosario de Términos Económicos*. Banco Central de Reserva del Perú.
- Blanchard, O., Amighini, A., & Giavazzi, F. (2012). *Macroeconomía*. Pearson Educación S.A., Madrid, España.
- CEPLAN, (2021). *Nivel de ingresos y gastos en el Perú y el impacto de la COVID-19*. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS AGRARIAS, (2020). *Impacto de la COVID-19 en la Actividad Agraria y Perspectivas*. Ministerio de Agricultura y Riego.
- Edwin, O., & Huacani, G. (2015). *Caracterización y Dinámica de Mercados Urbanos y Ferias campesinas en el Departamento de la Paz. En Ferias*. En, Mercados y Qhatu, Dinámicas de los circuitos de comercialización campesina. Fundación Xavier Albó, Agrónomos y Veterinarios sin Fronteras. La Paz, Bolivia.
- Espinoza, A., Fort, R. & Espinoza, M. (2022). *El impacto de la pandemia en el sistema de distribución de alimentos del Perú: los mercados de abastos minoristas*. GRADE, Grupo de Análisis para el Desarrollo.
- Ferguson, C. E. & Gould J. P. (1975). *Teoría Microeconómica*. Fondo de Cultura

- Económica. Buenos Aires, Argentina.
- Figuroa, A. (1989). *La Economía de la Sierra del Perú*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Foster, J. E. & Sen, A. (2021). *La Desigualdad Económica después de un Cuarto de Siglo*. En, La Desigualdad económica. Fondo de Cultura Económica. México.
- Garza, M. (1981). *Economía básica*. Universidad Autónoma de Nuevo León, Dirección General de Bibliotecas.
- Garavito Masalías, C. (2014). *Microeconomía: Consumidores, Productores y Estructuras de Mercado*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gonzales de Olarte, E. (1986). *Economía de la Comunidad Campesina*. Instituto de Estudios Peruanos, Lima-Perú.
- Hernández – Sampieri, R. & Mendoza Torres, Ch. P. (2019). *Metodología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores. México.
- INEI. (2018). *Censos Nacionales 2017*. Gobierno del Perú.
- INEI. (2022). *Evolución de la Pobreza Monetaria 2010-2021*. Gobierno del Perú.
- Kafka, F. (1990). *Teoría Económica*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Kotler, Ph. (2001). *Dirección de Mercadotecnia Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Pearson Educación
- Krugman, P. & Wells, R. (2013). *Microeconomía*. Editorial Reverté. España.
- Krugman, P. & Wells, R. (2017). *Macroeconomía*. Editorial Reverté. España.
- Kurihara, K. K. (1969). *Teoría monetaria y política pública*. Fondo de Cultura Económica. México.

- Marcelo Motucanchi, C. A. (2007). *Comunidades Campesinas: La Producción y los Mercados (El caso de las Comunidades Muñapata, pampachulla y Mollebamba en la Provincia de Quispicanchi)*. Tesis de Pre grado, Facultad de Economía, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- SISAP, (2022). *Sistema de Abastecimiento y Precios*. MIDAGRI. Perú.
- Municipalidad Provincial de Canchis. (2013). *Plan de Desarrollo Concertado 2013-2023*.
- Panozo Maldonado, V. (2015). *El aporte del Qhatu a la soberanía alimentaria: Las Ferias Confital, El Puente, Cliza Quillacollo y el Mercado Campesino*. En *Mercados y Qhatu, Dinámicas de los circuitos de comercialización campesina*. Fundación Xavier Albó, Agrónomos y Veterinarios sin Fronteras. La Paz, Bolivia.
- Pulgar Vidal, J. (1987). *Geografía del Perú Las ocho regiones naturales y La regionalización transversal La microregionalización*. PEISA, Lima.
- Rodríguez, E. C. (2009). *Diccionario de Economía Etimológico, Conceptual y Procedimental*. Mendoza, Argentina.
- Serrano, R. (2003). *Las Ferias Campesinas Una estrategia socioeconómica*. Programa de Investigación estratégica en Bolivia. La Paz.
- Sotomayor Calderón, C. F. (1983). *La Comercialización y su Impacto en la Economía Campesina*. Tesis de Pre grado, Programa Académico de Economía, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

ANEXOS

1. *Matriz de consistencia*
2. *Instrumentos de recolección de información*
 - a. *Cuestionario*
 - b. *Guía de observación*
3. *Tablas base*
4. *Registro fotográfico*

1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Explicar la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>El ingreso monetario no incide positivamente en el consumo de bienes agropecuarios y manufacturados y en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, debido al bajo flujo de dinero a causa de la poca intensidad de las ferias semanales y del alza y baja de precios de bienes, ante sus ingresos reales por venta de sus productos y otros diversos.</p>	<p><u>Variable independiente</u></p> <p>INGRESOS MONETARIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos monetarios por venta de productos agrícolas (x semana). - Ingresos monetarios por venta de productos pecuarios (x semana). - Otros ingresos monetarios (venta de fuerza de trabajo, transferencias, alquileres, negocio, etc.). - Cantidad de dinero ahorrada. - Interés del dinero ahorrado de sus ingresos monetarios totales.
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿Cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios provenientes de otros lugares, en los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022?</p> <p>2. ¿Cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes manufacturados de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Conocer la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes agropecuarios, provenientes de otros lugares, en los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022.</p> <p>2. Demostrar la manera cómo el ingreso monetario incide en el consumo de bienes manufacturados de los hogares</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>1. El ingreso monetario no incide positivamente en el consumo de bienes agropecuarios no producidos por los hogares rurales del distrito de Tinta, y por tanto en la pobreza monetaria de dichos hogares.</p> <p>2. No se tiene incidencia significativa del ingreso</p>	<p><u>Variable dependiente</u></p> <p>CONSUMO DE BIENES AGROPECUARIOS</p> <p>CONSUMO DE BIENES MANUFACTURADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad adquirida de bienes agropecuarios por semana. - Precio de bienes agropecuarios. - Cantidad adquirida de bienes manufacturados por semana. - Precio de bienes

<p>3. ¿Se tiene otra frecuencia de gastos de dinero que incida en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022?</p>	<p>rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022.</p> <p>3. Determinar si se tiene otra frecuencia de gastos de dinero que incida en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta, Región Cusco 2022.</p>	<p>monetario con el consumo de bienes manufacturados y en la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta.</p> <p>3. Se tiene otros gastos de dinero por consumo que son significativos en la incidencia de la pobreza monetaria de los hogares rurales del distrito de Tinta.</p>	<p>FRECUENCIA DE GASTO EN OTRO TIPO DE CONSUMO</p>	<p>manufacturados.</p> <p>- Otros gastos de consumo realizados durante la semana.</p>
---	---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

2. Instrumentos de recolección de información

a. Cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECONOMÍA: MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO REGIONAL



ENCUESTA

La presente encuesta está destinado a los concurrentes de la feria semanal del distrito de Tinta, quienes realizan transacciones de compra y venta de productos agropecuarios y manufacturados. La información obtenida tiene un carácter netamente académico, el cual servirá para verificar **LOS INGRESOS MONETARIOS Y SU INCIDENCIA EN EL CONSUMO DE BIENES AGROPECUARIOS Y MANUFACTURADOS CON SUS EFECTOS EN LA POBREZA MONETARIA.**

1. DATOS GENERALES	
1.1.- Edad	
1.2.- Sexo	
1.3.- Estado civil	
1.4.- Comunidad campesina/Anexo	
1.5.- Integrantes del hogar	

2. ASPECTOS PRODUCTIVOS				
Nº	ACTIVIDAD	TIPO	CANTIDAD	OBSERVACIÓN
2.1	¿Qué cantidad de terreno agrícola tiene?			
2.2	Especifique los productos y la cantidad que cosecha			
2.3	Especifique los animales que cría y la cantidad			
2.4	¿Realiza alguna actividad artesanal?			
2.5	¿Qué otra actividad productiva realiza?			

3. ASPECTOS SOCIALES				
SALUD				
Nº	INFORMACIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN
3.1	¿Su comunidad tiene Centro de Salud?			

3.2	¿A dónde acude cuando se enferma?			
3.3	Calidad de atención			
EDUCACIÓN				
N°	INFORMACIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN
3.4	¿Su comunidad tiene Centro Educativo?			
3.5	¿A dónde concurren sus hijos a estudiar?			
3.6	Calidad de enseñanza			
TIPO DE VIVIENDA				
N°	INFORMACIÓN	MATERIAL		OBSERVACIÓN
3.7	Material de construcción			
3.8	Niveles construidos			
3.9	Piso de la vivienda			

I INGRESOS MONETARIOS

1.1.- INGRESOS MONETARIOS POR VENTA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS (X SEMANA) (x arroba; x kilo; precio/unidad)

1.1.1.- ¿Qué productos agrícolas lleva a la feria semanal para vender y a qué precio?

Tipo de producto:	Cantidad @	Precio S/.
a.- Papa.....		
b.- Maíz.....		
c.- Moraya.....		
d.- Chuño.....		
f.- Lisas.....		
g.- Oca.....		
h.- Fruta.....		
i.- Otros.....		

1.2.- INGRESOS MONETARIOS POR VENTA DE PRODUCTOS PECUARIOS Y DERIVADOS (X SEMANA) (x kilo; precio/unidad)

1.2.1.- ¿Qué productos pecuarios lleva a la feria semanal para vender y a qué precio?

Tipo de producto:	Cantidad	Precio S/.
a.- Oveja en pie.....		
b.- Carne de oveja.....		
c.- Carne de Vacuno.....		
d.- Gallina.....		
e.- Cuy.....		
f.- Pato.....		
g.- Otros.....		

1.3.- OTROS INGRESOS MONETARIOS (venta de fuerza de trabajo, artesanías, alquileres, transferencias públicas y privadas)

1.3.1.- ¿Fuera de los ingresos por venta de sus productos, tiene otros ingresos monetarios?

Si ()

No ()

Especifique de donde:.....

II CONSUMO DE BIENES AGROPECUARIOS Y MANUFACTURADOS

2.1.- CANTIDAD ADQUIRIDA DE BIENES AGROPECUARIOS POR SEMANA (x arroba, x kilo, x unidad, cantidad/precio)

2.1.1.- ¿Cuáles son los productos agropecuarios que compra en la feria semanal y a qué precios?

Tipo de producto:	Cantidad @	Precio S/.
a.- Papa.....		
b.- Maíz.....		
c.- Moraya.....		
d.- Chuño.....		
e.- Fruta.....		
f.- Arroz.....		
g.- Lisas.....		
h.- Coca.....		
i.- Cebolla.....		
j.- Otros.....		

2.2.- CANTIDAD ADQUIRIDA DE BIENES MANUFACTURADOS POR SEMANA (x arroba, x kilo, x unidad, cantidad/precio)

2.2.1.- ¿Cuáles son los productos manufacturados que compra en la feria semanal y a qué precios?

Tipo de producto:	Cantidad	Precio S/.
a.- Ropa (especificar).....		
b.- Menajería (especificar).....		
c.- Fideos.....		
d.- Aceite.....		
e.- Azúcar.....		
f.- Sal.....		
g.- Herramientas.....		
h.- Pan.....		
i.- Queso.....		

j.- Otros.....

2.2.2.- ¿Aparte de las compras que hace en la feria semanal, realiza otras compras durante la semana?

Si () No ()

En caso de ser Sí: ¿Qué compra y en qué lugares?

.....
.....

2.2.3.- ¿Si sube el precio de los productos manufacturados (aceite, fideo, pan, queso, sal, etc.,) aun así compra la misma cantidad que adquiere regularmente?

Si () No () menos de lo normal ()

En caso de ser Sí: ¿Por qué?

.....
.....

2.3.- CANTIDAD DE GASTO

2.3.1.- ¿Cuánto es lo que gasta regularmente en la compra de sus productos agropecuarios y manufacturados en la feria semanal?

.....
.....

III AHORRO

3.1.- ¿Cuánto ahorra del total de sus ingresos?

.....
.....

3.2.- ¿Guarda dinero en el Banco?

Si () No ()

3.3.- ¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?

.....
.....

3.4.- ¿Por qué mantiene su dinero guardado en su casa y no en un Banco?

.....
.....

3.4.- ¿Cuándo suben los precios de los productos agropecuarios y manufacturados que compra, de dónde saca la diferencia de dinero para comprar sus productos?

- a). - del ahorro que saca de sus ventas de sus productos ()
- b). - del dinero de la venta de sus productos en la feria (capital) ()
- c). - de préstamos ()
- d). - de otros ingresos monetarios (trabajo eventual, alquileres, transferencias públicas y privadas) ()
- e). - compra menos productos de lo normal ()

3.5.- ¿Usted presta su dinero?

Si () No ()

En caso de ser Sí:

- a) ¿Dinero de la venta de sus productos?
 - Qué cantidad y a qué tiempo.....
 - A qué tasa de interés.....
- b) ¿Dinero que obtiene por otros ingresos (venta de fuerza de trabajo, alquileres, transferencias públicas y privadas)?
 - Qué cantidad y a qué tiempo.....
 - A qué tasa de interés.....

b. Guía de observación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECONOMÍA: MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO REGIONAL



GUÍA DE ENTREVISTA

ESCENARIOS OBSERVADOS	COMENTARIOS DEL ENTREVISTADO
<p>SALUD</p> <p>¿Con qué frecuencia recurren los pobladores de las comunidades/sectores a atenderse en el centro de salud o posta sanitaria?</p> <p>¿Cuáles son las enfermedades más frecuentes que poseen los pobladores de las comunidades/sectores?</p> <p>¿Con qué les ayuda el centro de salud o la posta sanitaria a los pobladores</p>	
<p>EDUCACIÓN</p> <p>¿Cuántos centros educativos hay en el distrito?</p> <p>¿Cuánto en la población escolar por centros educativos?</p> <p>¿Cuántos profesores hay?</p> <p>¿Cuál es la preocupación que tiene los padres de familia, frente a la enseñanza de los docentes de los centros educativos del distrito?</p> <p>¿Qué opina del desempeño de la enseñanza en los centros educativos del distrito de Tinta, a nivel inicial, primaria y secundaria, más específicamente de la zona rural?</p> <p>¿Qué opinión le merece la infraestructura de los centros de educación?</p> <p>¿Qué rol juega la municipalidad frente a la educación del nivel inicial, primaria y secundaria?</p>	
<p>MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TINTA</p> <p>¿Qué políticas públicas está desarrollando la Municipalidad Distrital de Tinta para mejorar las condiciones sanitarias y económicas de los concurrentes a la feria semanal?</p> <p>¿Qué considera usted que debe mejorarse en la feria semanal?</p>	

<p>POBLADOR CONCURRENTE A LA FERIA SEMANAL</p> <p>¿De dónde vienen los comerciantes?</p> <p>¿Concorre regularmente cada semana a la feria a vender y comprar productos?</p> <p>¿Cree usted que se tiene justa comercialización de los vendedores y compradores con respecto a los precios que se maneja?</p>	
<p>PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y MANUFACTURADOS EN LA FERIA</p> <p>Se realizó una cotización de precios de bienes agropecuarios y manufacturados, tanto de vendedores como de compradores.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

3. Tablas base

TABLA 01: *Integrantes del hogar de las muestras seleccionadas, donde HRn representa Hogar Rural 1, 2...n.*

HOGAR	PADRE/ MADRE	ESPOSOS/ CONVIVIENTES/ VIUDO(A)	SUEGROS	HIJOS	TÍOS	SOLTERO(A)	NIETOS	YERNO(A)	TOTAL
HR1		2	2	1					5
HR2	1			1	1				3
HR3	1			2					3
HR4		2		1					3
HR5		2		3					5
HR6		2		2					4
HR7									4
HR8		2							2
HR9		1							1
HR10		2		3					5
HR11		2		1					3
HR12		1							1
HR13		2		3					5
HR14	1			4					5
HR15		2							2
HR16		2		4					6
HR17						1			1
HR18		2		2					4
HR19		2		2			2		6
HR20		2		2					4
HR21		2		3					5
HR22		1		1					2
HR23		1							1
HR24	2	2		2					6
HR25		2							2
HR26		2							2
HR27		2							2
HR28		2		5					7
HR29	1			1	1				3
HR30		2		3				1	6
HR31		2		2					4

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 02: Aspectos Sociales - Salud.

	¿SU COMUNIDAD/ANEXO TIENE CENTRO DE SALUD?		¿A DÓNDE ACUDE CUANDO SE ENFERMA?			CALIDAD
	SI	NO	C. DE SALUD DEL DISTRITO	MEDICINA TRADICIONAL	OTROS	
HR1	X		X			Pésimo
HR2	X		X			Pésimo
HR3		X	X			Bueno
HR4		X	X			Regular
HR5		X			Botica	
HR6	X		X			Regular
HR7	X		X			Pésimo
HR8		X		X		Bueno
HR9		X	X			Pésimo
HR10		X	X			Pésimo
HR11		X	X			Pésimo
HR12		X		X		
HR13	X		X	X		-Malo
HR14		X				
HR15	X		X	X		-Pésimo
HR16	X		X			Pésimo
HR17		X	X			Pésimo
HR18	X		X			Pésimo
HR19	X		X			Malo
HR20	X		X			Pésimo
HR21	X		X			Bueno
HR22		X	X			Regular
HR23	X					
HR24	X		X			Malo
HR25	X		X			Pésimo
HR26	X		X			Pésimo
HR27		X	X			Pésimo
HR28		X	X			Pésimo
HR29		X	X			Pésimo
HR30	X		X			Regular
HR31		X	X			Regular

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 03: Aspectos Sociales - Educación.

	¿SU COMUNIDAD/ANEXO TIENE CENTRO EDUCATIVO?		¿A DÓNDE CONCURREN SUS HIJOS A ESTUDIAR?			CALIDAD
	SI	NO	C. EDUCATIVO DE LA COMUNIDAD/ANEXO	CENTRO EDUCATIVO DEL DISTRITO	OTROS	
HR1	X			X		Regular
HR2	X			X		Regular
HR3	X			X		Bueno
HR4	X			X		Bueno
HR5	X			X		Regular
HR6	X			X		Regular
HR7	X			X		Regular
HR8	X				X	Regular
HR9	X					
HR10	X					
HR11		X				
HR12		X				
HR13	X				X	Bueno
HR14		X				Bueno
HR15	X			X		Regular
HR16	X			X		Regular
HR17		X				
HR18	X			X		Bueno
HR19	X			X		Bueno
HR20	X			X		Bueno
HR21	X			X		Bueno
HR22		X		X		Bueno
HR23	X					
HR24	X			X		Malo
HR25	X					
HR26	X					
HR27		X				
HR28	X			X		Regular
HR29	X			X		Regular
HR30	X					
HR31		X				

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

TABLA 04: *¿Por qué no quiere guardar dinero en el Banco?*

	DESCRIPCIÓN
HR1	Te cobran por guardar
HR2	Se pierde
HR3	No tiene
HR4	No tiene
HR5	No tiene
HR6	No tiene grandes cantidades
HR7	Necesita tener a la mano
HR8	No tiene
HR9	No tiene
HR10	No tiene
HR11	No tiene
HR12	No tiene
HR13	No le conviene
HR14	No hay para guardar
HR15	No hay para guardar
HR16	Debe
HR17	(Si guarda dinero en el banco) Es seguro
HR18	Tiene problemas con los bancos
HR19	No tiene
HR20	No tiene
HR21	No tiene
HR22	No tiene mucho
HR23	No tiene mucho
HR24	No lo necesita
HR25	No conoce
HR26	No necesita
HR27	Mueve el dinero
HR28	No tiene
HR29	No precisa
HR30	No tiene necesidad
HR31	No tiene

Fuente: Trabajo de campo, encuestas 2022.

4. Registro fotográfico



FOTO 01: Vista de los feriantes en la plaza de armas del distrito de Tinta.



FOTO 02: Vista de calle donde también se realiza la feria semanal.



FOTO 03: Vista del extremo sur de la plaza donde se realiza la feria semanal.



FOTO 04: Vista del acceso a la plaza de armas del distrito de Tinta donde se realiza la feria semanal.