



Universidad Católica
Sedes Sapientiae

ESTUDIO

“POSIBILIDADES DE GENERACIÓN DE INGRESOS EN EL AA.HH. SAN MARTÍN DE PORRES DEL DISTRITO DE COMAS EN LIMA-PERÚ”

Realizado por:
William Muñoz Marticorena

Los Olivos – Perú
2007

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES | 4 |
| 1.1 Información demográfica y socioeconómica | |
| 1.2 Antecedentes del AA.HH San Martín de Porres | |
| CAPÍTULO 2 EVALUACIÓN DE LA DEMANDA COMERCIAL Y LABORAL | 13 |
| 2.1 Tendencias del mercado y oportunidades comerciales en el cono norte. | |
| 2.2 Demanda laboral en Lima Metropolitana. | |
| 2.3 Demanda laboral en el cono norte. | |
| CAPÍTULO 3 EVALUACIÓN DE LA OFERTA DE CAPACIDADES Y DE LAS PREFERENCIAS DE LOS POBLADORES | 49 |
| 3.1 Análisis de la encuesta a pobladores. | |
| 3.2 Análisis del taller participativo. | |
| 3.3 Análisis del Focus Group | |
| CAPÍTULO 4 | 77 |
| 4.1 CONCLUSIONES | |
| 4.2 RECOMENDACIONES | |

INTRODUCCION

En Perú, algunos factores como la desigualdad entre las personas de altos ingresos y los pobres, la falta de oportunidades laborales y la precariedad del campo, han originado una dinámica migratoria hacia las ciudades. En ellas, el habitat para las personas de escasos recursos es agreste, carente de servicios e inseguro. En esas condiciones los jefes del hogar y sus familias deberán subsistir y buscar desesperadamente oportunidades para mejorar su nivel de vida.

Ésta es la realidad de miles de asentamientos humanos que existen en el país, por ello, valoramos iniciativas como la que Cruz Roja ha implementado en el asentamiento humano San Martín de Porres del distrito de Comas en Lima-Perú. Consideramos, que lo hicieron con un buen enfoque, en tanto que la primera tarea para el desarrollo, es mejorar las condiciones de vida de los pobladores, mediante el saneamiento, el cuidado del ambiente y el fortalecimiento institucional y de los líderes. Estos fueron precisamente los componentes del primer proyecto para San Martín de Porres, sin embargo, lo realizado puede ser insuficiente e insostenible si los actores no poseen las capacidades necesarias para insertarse en el mercado del trabajo o desarrollar bienes y servicios para ofrecer a los consumidores.

Con la idea de contribuir al esclarecimiento de estos problemas, hemos elaborado este documento que pretende alcanzar información sobre la demanda comercial y laboral en Lima Metropolitana y en el cono norte. Asimismo analizamos las características de la oferta laboral de los pobladores del asentamiento humano y a sus emprendedores. Al contrastar oferta y demanda se han identificado brechas formativas y emprendedoras, que se presentan como oportunidades de mejora.

Esperamos que este documento sea de utilidad para los hacedores de política y para las instituciones de apoyo que colaboran con los miles de asentamientos humanos que existen en el país y a los mismos pobladores de San Martín de Porres para que permanentemente imaginen nuevas formas de mejorar sus ingresos y con ello su calidad de vida.

Agradecemos a la Cruz Roja española y a la Cruz Roja Peruana por invitarnos a participar en este proyecto de investigación.

CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES

El Perú en los últimos cinco años viene logrando crecimientos significativos en su Producto Bruto Interno¹, la inflación es una de las más bajas de la región y se encuentra cercana al 2%², el nivel de exportaciones durante el período 2006-2002 se incrementó en 208% hasta alcanzar el 2006 la cifra de 23,750 millones de US\$³ (record histórico), el ahorro nacional llegó al 23.6% del PBI. En general los indicadores macroeconómicos mejoraron notablemente gracias a la estabilidad en las políticas fiscales, la excelente coyuntura de precios internacionales de los minerales y el boom de las exportaciones de productos no tradicionales, particularmente textiles y agroexportación.

Las perspectivas hacia el mediano plazo son muy favorables, el 2007 la inversión pública crecerá en 34%⁴, la inversión extranjera directa será del orden de los 3,378 millones de US\$⁵ y se orientará principalmente a los sectores de: infraestructura, saneamiento, telecomunicaciones, turismo e irrigaciones. A fines del 2009 se comenzará a exportar aproximadamente 1,000 millones de US\$ en gas natural al golfo de México y Sur de California. Hay interés por parte de inversionistas extranjeros por implementar plantas petroquímicas y de combustibles naturales (etanol). Continuará el programa de concesiones de aeropuertos y puertos. Recientemente, empresas concesionarias encontraron petróleo y gas en lotes ubicados en la amazonía y el zócalo continental. La probabilidad de firmar acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, la Unión Europea y China es alta. Con toda esta evidencia, no queda duda que el futuro del Perú será promisorio.

Sin embargo, los beneficios del crecimiento son distribuidos fundamentalmente entre los inversionistas y la fuerza laboral vinculada al sector moderno de la economía, excluyendo a los segmentos pobres. Estudios pioneros⁶ sugieren que la distribución del ingreso en el país es muy desigual (cerca de 0.6 medido por medio del índice de Gini) y que ha venido deteriorándose desde 1975⁷ producto de una desigual distribución de los activos sociales (entre ellos los servicios públicos). De tal forma que la pobreza en el país, pasó de afectar al 42.7%⁸ de la población en 1997 al 54.7% el 2003, es decir hubo un incremento de 12 puntos porcentuales, una cifra bastante alta. La pobreza extrema se incrementó desde 18.2% en 1997 hasta 21.6% el 2003, un incremento de 3.4 puntos porcentuales. La población pobre y pobre extrema, reside principalmente en asentamientos humanos o pueblos jóvenes. En 1993, existían 2998⁹ asentamientos humanos a nivel nacional y 1147

¹ Según las Estadísticas del BCRP, durante el 2002, Perú obtuvo un incremento porcentual del PBI de 5.2%, el 2003 de 3.9%, el 2004 de 5.2%, el 2005 de 6.4% y el 2006 de 8.0%.

² <http://www1.bcrp.gob.pe>

³ Idem.

⁴ Revista Dinero, "Perú, la oportunidad", Febrero 2007, Pág. 27.

⁵ Fuente: Proinversión

⁶ Webb, Richard y Adolfo Figueroa, 1975, "Distribución del Ingreso en el Perú. Perú Problema 14", IEP, Lima, Perú.

⁷ Escobar Javier, Saavedra Jaime y Torero Máximo, 1999, "Los activos de los pobres en el Perú", Grade, Lima, Perú.

⁸ Fuente: Enaho 1997-2003 (IV Trimestre).

⁹ Fuente Inei – Censos Nacionales de 1993

en Lima Metropolitana, actualmente estimamos deban existir más de 6,000 a nivel nacional y 2454 en Lima Metropolitana.

Las condiciones de vida en el asentamiento humano son duras, generalmente no disponen de servicios básicos, son de difícil acceso, ubicación riesgosa, población con bajo capital humano y consecuentemente con limitaciones para acceder a un trabajo decente.

Algunos trabajos de investigación sobre esta problemática como los de Bourguignon, Ferreira y Menendez¹⁰, realizados a partir de la propuesta teórica de Roemer¹¹ en 1998, plantean descomponer la contribución de los “esfuerzos” y las “circunstancias” en la desigualdad de la distribución del ingreso para el caso peruano. Conceptualizamos “esfuerzos” como los factores bajo el control individual como la iniciativa y la disposición a asumir riesgos, es decir factores endógenos a la persona. Así, una noción de libertad individual requiere como contrapartida el reconocimiento de la responsabilidad personal, asumiendo se implemente la igualdad de oportunidades. A su vez las “circunstancias” refieren a los factores institucionales (exógenos a la persona) que deberían garantizar precisamente esta equidad. Debieran estar expresadas en términos de acceso al bienestar, de oportunidades para adquirir los medios necesarios para lograr realizaciones valiosas, insumos claves como la educación, la salud y los ingresos.

De lo anterior queremos concluir que, para el caso de los asentamientos peruanos, nuestra hipótesis de trabajo es que para corregir los niveles de desigualdad debiera darse una combinación de políticas públicas (que provean de servicios básicos, educación, salud y empleo) y esfuerzos personales. Para lo último, ha de requerirse a su vez del fortalecimiento de las asociaciones de vecinos, que “institucionalizaran” precisamente esa suma de voluntades individuales, agregándolas y organizándolas en proyectos e iniciativas de desarrollo.

En lo que viene del capítulo, revisaremos algunos indicadores económicos y demográficos, en la finalidad de revelar el grado de vulnerabilidad y acceso a oportunidades de los peruanos en general y de los pobres en particular.

¹⁰ Bourguignon, Francois, Ferreira Francisco y Menéndez Marta, 2003, “Inequality of Outcomes and Inequality of Opportunities in Brazil”. Policy Research Working Paper N°3174. World Bank. Washington DC.

¹¹ Roemer, John, “Equality of Opportunity. Harvard University Press. Cambridge.

Población

Como se observa en el cuadro N°1, la población del Perú creció 19% durante el período 2005-1993, algo más de 4 millones de nuevos ciudadanos a los que el estado debe brindarles servicios de educación, salud y oportunidades de empleo; el crecimiento poblacional de Lima Metropolitana fue de 22% y el del Cono Norte de 33%, estos incrementos poblacionales derivaran en demandas y presiones por servicios. El crecimiento poblacional del distrito de Comas fue del 12%, sin embargo su densidad poblacional es una de las más altas de Lima (9,262 habitantes por Km2) y se tangibiliza mediante la presencia de zonas hacinadas y precarias como sus asentamientos humanos (112¹²). Es importante destacar que la tasa de inmigración promedio anual a Lima Metropolitana para el período 2005-1993 fue de 1.2%¹³. Siendo la inmigración hacia el Cono Norte superior al 2%.

Cuadro N° 1. Datos demográficos del Perú

| Datos Estadísticos 1993 - 2005 | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|--|--|--|
| Indicadores Generales | 1993 | 2005 | Variación Poblacional (2005-1993) | 1993 | 2005 | Variación de la densidad (2005 - 1993) |
| | Población (hab.) ¹ | Población (hab.) ² | | Densidad Poblacional (hab./Km.) ³ | Densidad Poblacional (hab./Km.) ³ | |
| PERÚ | 22,048,356 | 26,152,265 | 18.61% | 17.16 | 20.35 | 3.19 |
| LIMA DEPARTAMENTO | 7,026,037 | 8,630,004 | 22.83% | 201.04 | 246.93 | 45.90 |
| LIMA METROPOLITANA | 6,345,856 | 7,765,151 | 22.37% | 2256.99 | 2761.78 | 504.79 |
| CONO NORTE | 1,429,755 | 1,904,792 | 33.23% | 1668.97 | 2223.48 | 554.52 |
| COMAS | 404,352 | 451,537 | 11.67% | 8294.40 | 9262.30 | 967.90 |

Fuente: Resultados Definitivos Censo INEI 1993 y 2005

Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

¹ Véase Anexo 1: Censo Definitivo INEI - 1993

² Véase Anexo 2: Censo Definitivo INEI - 2005

³ Véase Anexo 3

¹² <http://www.comasweb.com/comasvirtual.php>

¹³ Municipalidad Metropolitana de Lima, "Estrategia de Desarrollo Integral y Reducción de la Pobreza en Lima Metropolitana", 2006, Pág. 3.

Índice de Desarrollo Humano

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, viene difundiendo y trabajando el paradigma del “desarrollo humano”, Entendemos el desarrollo humano como un proceso mediante el cual se busca la ampliación de las oportunidades para las personas, aumentando sus derechos y capacidades, incluyendo: la participación, la equidad de género, la seguridad, la sostenibilidad, las garantías de los derechos humanos y otros, que son reconocidos por la gente como necesarios para ser creativos, productivos y vivir en paz.

La concepción del desarrollo humano, tanto como proceso y como fin, distingue claramente entre la formación de capacidades humanas y la manera cómo los individuos emplean las capacidades adquiridas. La primera alude a la salud y al conocimiento; la segunda al trabajo, a la creación y al descanso¹⁴.

El cuadro N° 2 nos muestra los principales componentes del IDH, en el cual la esperanza de vida fluctúa entre los 71 y 76 años, la tasa de alfabetismo, que es la estimación de personas que estudian dentro de la edad regular de 6 a 15 años, es predominantemente alta en las cuatro zonas comparadas, asimismo se muestra una tasa de escolaridad entre el 85% y 90% y un logro educativo (cociente entre las personas matriculadas y las que deberían estar estudiando, según edades normativas y de educación primaria, secundaria y superior) entre el 90% y 95%. En el cuadro N°2 se aprecia que el IDH de Comas y del cono norte es inferior al de Lima Metropolitana.

Cuadro N° 2. Índice de Desarrollo 2005

| Región y Estrato | Población | Índice de Desarrollo Humano (IDH) | Esperanza de vida al nacer (Años) | Alfabetismo (%) | Escolaridad (%) | Logro Educativo (%) | Ingreso Familiar per capita mensual (n.s) | Nº de distritos |
|----------------------|------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------|---|-----------------|
| PERÚ | 26,207,970 | 0.598 | 71.5 | 91.9 | 85.4 | 89.7 | 285.7 | 1831 |
| LIMA | 7,817,956 | 0.707 | 76.1 | 97.8 | 89.3 | 95 | 698.5 | 49 |
| METROPOLITANA | | | | | | | | |
| CONO NORTE | 1,904,792 | 0.692 | 75.8 | 97.4 | 90.2 | 95.0 | 610.1 | 8 |
| COMAS | 451,537 | 0.699 | 76.3 | 97.4 | 89.6 | 94.8 | 639.6 | - |

Fuente: PNUD, Informe sobre el desarrollo humano/Perú 2006
Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Amartya Sen, Premio Nobel de Economía 1998, destaca la importancia de potenciar las capacidades humanas de la gente, como el fin del desarrollo; mientras que los ingresos, son vistos como medios. El desarrollo debe ser *de las personas* (ampliación de sus capacidades y oportunidades), *por las personas* (hecho por ellos mismos); y *para las personas* (asumiéndolas como objetivo principal).

¹⁴ PNUD, Informe sobre el Desarrollo Humano, 2002

El desarrollo humano es, por lo tanto, un concepto amplio e integral, le interesa, tanto la generación de crecimiento económico como su distribución; tanto la satisfacción de las necesidades básicas como el espectro total de las aspiraciones humanas.

Niveles Socio económicos (NSE)

Para la distinción de los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana se ha incidido en los distritos más representativos del Cono Norte de Lima como son: San Martín de Porres, Independencia, Los Olivos, Comas y Carabayllo. Estos muestran una fuerte concentración poblacional sobretodo en los estratos C y D. Según el Perfil Zonal de Lima Metropolitana. Comas presenta un 48% de su población en el estrato C y un 39% en el D, lo mismo sucede con el distrito de Independencia donde la mayoría de la población se encuentra en el estrato D (49.2%); mientras un 19.2% de la población de Los Olivos se sitúa en el estrato B y –según algunos economistas- éste es el distrito con un enorme potencial de desarrollo económico, por la presencia de grandes centro comerciales que antes solo se concentraban en zonas comerciales de Miraflores y San Isidro.

El cono norte concentra el 79% de su población en los segmentos C y D, El distrito de Carabayllo presenta el 76% de su población en los segmentos D y E. Lima Metropolitana concentra el 18% de su población en los segmentos A y B, el cono norte solamente 7.5%, Comas concentra el 88% de su población en los segmentos Cy D (ver cuadro N°3).

Educación

La educación, para pobres y ricos, es sin lugar a dudas la base del desarrollo y no puede ser privilegio de unos pocos. La educación representa el verdadero motor de cualquier política económica social y responsable, debe comprometerse con la generación de

conocimientos y destrezas intelectuales a fin de protagonizar el cambio hacia la

Cuadro N° 3. Lima Metropolitana: Distribución de niveles socioeconómicos, 2005 (%)

| Zona geográfica | A | B | C | D | E |
|---------------------------|------------|-----------|-------------|-------------|-------------|
| Distritos | | | | | |
| Cono Norte | 0 | 7.5 | 40.2 | 38.8 | 13.5 |
| Carabayllo | 0 | 2.8 | 21.2 | 41.7 | 34.3 |
| Comas | 0 | 4.7 | 48 | 39.8 | 7.5 |
| Independencia | 0 | 5.1 | 44.1 | 49.2 | 1.6 |
| Los Olivos | 0 | 19.4 | 34.6 | 40.3 | 5.7 |
| San Martín de Porres | 0 | 7.2 | 45.4 | 30.7 | 16.7 |
| Lima Metropolitana | 3.4 | 15 | 33.7 | 35.8 | 12.1 |

Fuente: Apoyo. Perfiles zonales de Lima Metropolitana, 2005

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

modernidad y eficiencia en el bienestar y calidad de vida que requieren cada uno de los ciudadanos. En el cuadro N° 4, se puede apreciar que los niveles de matrícula son

bastante razonables en relación al total de población nacional y la distribución según grupos erarios, el gran problema en la educación nacional es la calidad educativa, en tal sentido recientemente se declaró al país en emergencia educativa y muy recientemente se están revisando aspectos metodológicos tendientes a mejorar la capacidad de comprensión lectora y lógico matemática de los estudiantes.

Acceso a servicios básicos

Como se observa en el cuadro N° 5, en el período 1993-2005, se implementaron cerca de un millón trescientos mil nuevas unidades de servicios higiénicos (80% más), el cono norte logró un incremento de 83% y Comas solamente de 54%. Pese a este gran incremento el porcentaje de viviendas con servicios higiénicos a nivel nacional cayó de 56% a 41%, en el cono norte sin embargo la variación fue positiva las viviendas con servicios higiénicos pasaron de ser el 64% a 70%. En Comas la cobertura pasó de 72% a 83%.

Agua

En el cuadro N° 6 se observan las variaciones en la disponibilidad de servicios de agua en las viviendas, en el período 1993-2005 el incremento a nivel nacional fue de 85%, en Lima Metropolitana 62%, en el cono norte 78% y en Comas 47%, a nivel nacional el incremento significó cerca de 4.5 millones de viviendas con nuevo servicio de agua. La cobertura de viviendas con agua varió a nivel nacional de 43% a 51%, es decir todavía cerca de la mitad de viviendas en el país carecen de este servicio. Lima metropolitana pasó de 60% a 72%, el cono norte de 67% a 71% y Comas de 76% a 83%.

Cuadro N° 6. Acceso a servicio de agua

| Región | 1993 | 2005 | Variación (2005-1993) | 1993 | 1993 | 2005 | 2005 |
|---------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|---|------------------------------|---|------------------------------|
| | Servicios Básicos | | | Viviendas particulares por número de hogares | Viviendas con agua (%) | Viviendas particulares por número de hogares | Viviendas con agua (%) |
| | Agua (en la vivienda) 1 | Agua (en la vivienda) 2 | | | | | |
| PERÚ | 1,910,107 | 3,535,456 | 1,625,349 | 4,427,517 | 43% | 6,908,554 | 51% |
| LIMA DEPARTAMENTO | 796,727 | 1,315,363 | 518,636 | 1,374,144 | 58% | 1,924,394 | 68% |
| LIMA METROPOLITANA | 737,133 | 1,195,770 | 458,637 | 1,227,455 | 60% | 1,652,261 | 72% |
| CONO NORTE | 172,394 | 306,325 | 133,931 | 259,155 | 67% | 432,305 | 71% |
| COMAS | 51,547 | 75,767 | 24,220 | 68,064 | 76% | 90,876 | 83% |

Fuente: Resultados Definitivos Censo INEI 1993 y 2005

Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

¹ Resultados Definitivos, Censo 1993 – INEI

² Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

Cuadro N° 5 Servicios Higiénicos

| Región | Servicios Básicos 1993 - 2005 | | | | | | |
|-------------------------------|---|---|------------------------------|---|--|---|--|
| | 1993 | 2005 | Variación (2005- 1993) | 1993 | 1993 | 2005 | 2005 |
| | Servicios Básicos | | | Viviendas particulares por número de hogares | Viviendas con servicios higiénicos (%) | Viviendas particulares por número de hogares | Viviendas con servicios higiénicos (%) |
| | Servicios Higiénicos (en la vivienda) ⁵ | Servicios Higiénicos (en la vivienda) ⁶ | | | | | |
| PERÚ | 1,580,028 | 2,840,482 | 1,260,454 | 5,099,592 | 30.98% | 7,271,386 | 39.06% |
| LIMA DEPARTAMENTO | 754,422 | 1,288,250 | 533,828 | 1,530,326 | 49.30% | 2,239,249 | 57.53% |
| LIMA METROPOLITANA | 705,478 | 1,198,146 | 492,668 | 1,343,434 | 52.51% | 1,951,772 | 61.39% |
| CONO NORTE | 164,624 | 301,646 | 137,022 | 276,749 | 59.48% | 462,287 | 65.25% |
| COMAS | 49,216 | 75,839 | 26,623 | 71,073 | 69.25% | 97,964 | 77.42% |

Fuente: Resultados Definitivos Censo INEI 1993 y 2005

Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

⁵ Resultados Definitivos, Censo 1993 – INEI

⁶ Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

Energía eléctrica (anexo 4)

Como se observa en el cuadro N° 7, durante el período 1993-2005 el servicio se amplió e incrementó su cobertura a nivel nacional en 4.5 millones de nuevas viviendas con servicio de alumbrado, en el cono norte se incrementaron en 220,000 viviendas y en Comas en 30.000. Porcentualmente la variación a nivel nacional fue de 184%, la de Lima Metropolitana fue de 75%, el cono norte varió en 103% y Comas en 50%. En términos relativos ha sido mucho menor el incremento del servicio de alumbrado en el distrito de Comas.

Ingresos

En el cuadro N° 9 se observa que el ingreso familiar durante el período 2003-2005 se incrementó de S/.660.50 a S/.818.00, incremento de 24%. El ingreso familiar en Comas para el mismo período pasó de S/.591.90 a S/.639.60, incremento de 8%.

Cuadro N° 8. Ingreso

| Ingreso Familiar Per Capita (N.S. mes) | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Región | 1993 ¹ | 2005 ² |
| Perú | 177.80 | 285.70 |
| Lima Departamento | 290.38 | 688.12 |
| Lima Metropolitana | 301.71 | 698.50 |
| Cono Norte | xxx | 641.78 |
| Comas | xxx | 639.60 |

Fuente: Pnud, Informe 2005; Inei, Compendio estadístico socio-económico.

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

¹ Véase anexo 6

² Véase anexo 7

CAPÍTULO 2

EVALUACIÓN DE LA DEMANDA COMERCIAL Y LABORAL

En este capítulo, con la finalidad de alcanzar información relevante tanto para los conductores de negocios y emprendedores así, como para las personas que buscan un empleo; evaluaremos las características de la demanda comercial de los consumidores del cono norte de Lima y, seguidamente comentaremos las tendencias en la demanda laboral para Lima Metropolitana y el Cono Norte¹⁵.

Hemos enfocado el análisis de la demanda comercial al Cono Norte de Lima, debido a que estudios previos señalan que es el principal mercado objetivo para las microempresas y comerciantes del cono norte (70% de las ventas de las mipymes)¹⁶. El análisis de la demanda laboral involucra a Lima Metropolitana y el Cono Norte, considerando estos dos espacios como mercados naturales para la búsqueda de empleo.

2.1 Tendencias de mercado y oportunidades comerciales en el Cono Norte

Principales características demográficas de la población por distritos en Lima Norte

En el cuadro N° 12 se pueden apreciar las poblaciones de los principales distritos del Cono Norte, se observa que Comas y San Martín de Porres son los distritos más poblados, Comas y Los Olivos a su vez son los distritos más densos y San Martín y Comas presentan los mayores números de hogares.

Cuadro N° 12. Lima Norte: Características básicas de la población

| Distrito | Habitantes | % Población respecto a: | | | Manz. de vivienda | Densidad hog/mz vivienda | Viviendas ocupadas |
|----------------------|------------|-------------------------|--------------|---------|-------------------|--------------------------|--------------------|
| | | Lima Norte | Lima Metrop. | Hogares | | | |
| Comas | 451,537 | 24.20% | 5.80% | 132,161 | 3,551 | 37.2 | 115,931 |
| San Martín de Porres | 559,367 | 30.00% | 7.20% | 123,816 | 3,555 | 34.8 | 122,590 |
| Los Olivos | 286,549 | 15.40% | 3.70% | 84,607 | 1,885 | 44.9 | 79,072 |
| Independencia | 176,304 | 9.40% | 2.30% | 55,602 | 1,800 | 30.9 | 48,774 |
| Puente Piedra | 203,473 | 10.90% | 2.60% | 54,723 | 3,098 | 17.7 | 54,181 |
| Carabayllo | 188,764 | 10.10% | 2.40% | 43,845 | 2,377 | 18.4 | 42,614 |
| Total | 1,865,994 | 100% | | 494,754 | 16,266 | | 463,162 |

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A. Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2005/ Censo 2005 - INEI

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Perfil básico del consumidor de Lima Norte

¹⁵ El material utilizado para el desarrollo del capítulo estuvo constituido por: El estudio "Demanda comercial para las mipymes del cono norte de Lima", elaborado el 2006 por el área de investigación de la Universidad Católica Sedes Sapientiae, la tabulación de la demanda por técnicos y operarios del Diario El Comercio (últimos tres meses) e informes de la Red CIL (Información laboral del Ministerio de Trabajo de Perú).

¹⁶ Área de Investigación UCSS, "Necesidades de las empresas mipymes de Lima Norte", UCSS, 2005, pág. 43.

El cuadro N° 13 muestra tanto los ingresos como el gasto promedio de las familias, a nivel de zonas geográficas de Lima, se ha definido como Lima moderna a la zona que comprende los distritos de clase media y media alta, se aprecia una gran polarización en los ingresos, éstos son relativamente más altos en Lima Moderna y mucho más bajos en las zonas periféricas o urbano marginales. Lima Norte presenta una ligera ventaja en ingresos como en gasto en relación a los demás conos.

Cuadro N° 13. Lima Metropolitana: Promedio de Ingresos y Gastos por zona geográfica

| Zona Geográfica | Promedio de Ingresos (en US\$) ⁽¹⁾ | Promedio de Gastos (en US\$) ⁽¹⁾ |
|-------------------|---|---|
| Lima moderna | 1171 | 672 |
| Lima Norte | 302 | 307 |
| Lima Centro | 317 | 294 |
| Lima Callao | 254 | 310 |
| Lima Sur | 257 | 268 |
| Lima Este | 284 | 264 |

⁽¹⁾No incluye autoconsumo, pago en especies ni donaciones.

Fuente: Enaho 2001- IV Trimestre, Apoyo Opinión y Mercado S.A. Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2005

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Tamaño de Mercado de Lima Norte en términos monetarios

El tamaño total del mercado de Lima Metropolitana se estima en US\$ 9.8 mil millones anuales. Lima Norte representa el 18% del flujo de ingresos totales de la ciudad, explicado principalmente por el mayor número de hogares que comprende (ver cuadro N° 14).

Cuadro N° 14. Lima Metropolitana: Ingresos Familiares por zona geográfica

| Zona Geográfica | Ingreso Familiar anual (En US\$) | Hogares | Tamaño de mercado | Participación (%) |
|-------------------|----------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| Lima Moderna | 14052 | 310787 | 4367178924 | 44.6 |
| Lima Norte | 3624 | 494754 | 1792988496 | 18.3 |
| Lima Centro | 3408 | 353301 | 1204049808 | 12.3 |
| Lima Callao | 3804 | 216568 | 823824672 | 8.4 |
| Lima Sur | 3084 | 293882 | 906332088 | 9.2 |
| Lima Este | 3048 | 232159 | 707620632 | 7.2 |
| Total | | 1901451 | 9801994620 | 100 |

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A. Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2005.

Nota: El tamaño de mercado ha sido aproximado a partir del ingreso familiar y el número de hogares por zonas.

Elaboración: Departamento de Investigación

Estructura del Gasto

El cuadro N° 15 permite apreciar la asignación del gasto de las familias en las distintas zonas geográficas de Lima Metropolitana, observamos que a nivel del Cono Norte, el gasto más significativo es en alimentos (47%), luego el de esparcimiento y cultura (13%) y alquiler y conservación de la vivienda (11%). El gasto en vestido y calzado es del 3% del total, el gasto en muebles y enseres es también del 3% (aproximadamente 55 millones de dólares).

Cuadro N° 15: Composición del gasto familiar por zona geográfica (En %)

| Zona Geográfica | Lima Norte (%) | Lima Este (%) | Lima Sur (%) | Lima Centro (%) | Sur Oeste (%) | Sur Este (%) | Callao (%) |
|---|----------------|---------------|--------------|-----------------|---------------|--------------|-------------|
| Alimentos | 47.0 | 50.0 | 51.0 | 44.0 | 31.0 | 30.0 | 51.0 |
| Vestido y calzado | 3.0 | 2.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 2.0 |
| Alquiler y conservación de la vivienda | 11.0 | 10.0 | 10.0 | 15.0 | 14.0 | 13.0 | 12.0 |
| Muebles, enseres y mant. del hogar | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 4.0 | 5.0 | 6.0 | 4.0 |
| Salud | 4.0 | 5.0 | 4.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0 | 3.0 |
| Transporte y comunicaciones | 8.0 | 6.0 | 6.0 | 7.0 | 16.0 | 15.0 | 7.0 |
| Esparcimiento, cultura y enseñanza | 11.0 | 10.0 | 8.0 | 14.0 | 15.0 | 19.0 | 8.0 |
| Otros bienes y servicios | 13.0 | 13.0 | 16.0 | 11.0 | 10.0 | 10.0 | 13.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Enaho 2001- IV Trimestre

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Características del Hogar

Edad de los miembros del hogar

Como se aprecia en el cuadro N° 16, el 66% de la población de Lima Norte es menor de 35 años. En Lima Metropolitana lo es el 64% de la población y en Lima Moderna solo el 53%. Este volumen de población joven ha de buscar atender sus necesidades básicas, de formación y empleo.

Cuadro N° 16. Lima Metropolitana: Edad de los miembros del hogar según zona geográfica

| Respuestas | Total % | Zona de Lima Metropolitana | | | | | | Callao % |
|-----------------|---------|----------------------------|--------|----------|-----------|-------|----------|----------|
| | | Lima | Lima | Lima | Lima | Lima | Callao % | |
| | | Norte % | Este % | Centro % | Moderna % | Sur % | | |
| De 0 a 3 años | 5 | 5 | 6 | 4 | 3 | 5 | 5 | |
| De 4 a 7 años | 5 | 5 | 6 | 5 | 4 | 6 | 6 | |
| De 8 a 11 años | 12 | 12 | 14 | 10 | 7 | 12 | 13 | |
| De 12 a 17 años | 13 | 14 | 13 | 11 | 10 | 15 | 14 | |
| De 18 a 24 años | 10 | 10 | 10 | 9 | 9 | 11 | 9 | |
| De 25 a 29 años | 9 | 9 | 10 | 9 | 10 | 10 | 8 | |
| De 30 a 34 años | 10 | 11 | 10 | 9 | 10 | 10 | 11 | |
| De 35 a 39 años | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 | 8 | |
| De 40 a 44 años | 5 | 5 | 4 | 6 | 5 | 4 | 4 | |
| De 45 a 49 años | 5 | 5 | 5 | 7 | 6 | 5 | 5 | |
| De 50 a 54 años | 5 | 4 | 5 | 5 | 7 | 4 | 4 | |
| De 55 a 59 años | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | |
| De 60 a 64 años | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | |
| De 65 a 70 años | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 3 | |
| Más de 70 años | 4 | 3 | 2 | 7 | 8 | 3 | 3 | |

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A. Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2005.

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Perspectivas de la población de Lima Norte con respecto a la ampliación, mejoramiento o compra de propiedades

Un 33% de la población tiene previsto ampliar, mejorar o comprar propiedades, así como un 13% piensa mejorar los acabados de sus viviendas, estas necesidades pueden dinamizar los sectores de construcción, metalmecánica y maderas. Ver cuadro N° 17.

Cuadro N° 17. Perspectivas de ampliar, mejorar o comprar propiedades según zona geográfica

| Respuestas | Total % | Zonas de Lima Metropolitana | | | | | | Callao % |
|----------------------------------|---------|-----------------------------|--------|----------|-----------|-------|----------|----------|
| | | Lima | Lima | Lima | Lima | Lima | Callao % | |
| | | Norte % | Este % | Centro % | Moderna % | Sur % | | |
| Ampliar, mejorar o comprar | 34 | 33 | 31 | 29 | 37 | 35 | 40 | |
| Mejorar acabados de vivienda | 17 | 13 | 15 | 18 | 21 | 18 | 20 | |
| Mejorar el techo de su vivienda | 7 | 8 | 9 | 6 | 7 | 6 | 9 | |
| Aumentar el piso de su vivienda | 7 | 7 | 7 | 5 | 9 | 6 | 6 | |
| Construir paredes en su vivienda | 6 | 6 | 7 | 0 | 5 | 8 | 14 | |
| Comprar una casa/departamento | 6 | 4 | 8 | 5 | 5 | 7 | 10 | |
| Ninguno | 2 | 1 | 0 | 0 | 8 | 1 | 2 | |
| Total | 61 | 59 | 63 | 68 | 61 | 57 | 59 | |

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A. Base: 2100 hogares de Lima Metropolitana

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Información comercial y empresarial

Cantidad y ubicación de los principales comercios

Lima Norte presenta 24,968 comercios (ver cuadro N°18), equivalentes al 27.6% de los comercios de Lima Metropolitana, destacando el número de bodegas (74% de los negocios del Cono Norte). El número de farmacias, restaurantes, ferreterías y panaderías es significativo y relevante como demandantes de mano de obra e insumos.

Debemos resaltar que solo el Mega Plaza del Cono Norte es visitado anualmente por más de dos y medio millones de personas y genera ventas por más de 200 millones de dólares anuales¹⁷.

Asimismo, una asociación de micro y pequeños empresarios fabricantes de muebles de madera procedentes de Lima Este y Villa El Salvador, ha iniciado sus operaciones exitosamente en el centro comercial denominado Mega Muebles. En una ubicación estratégica puesto que se trata de una zona muy amplia (aproximadamente 10,000 m²) y cercana al Mega Plaza de Independencia.

Cuadro N° 18. Lima Metropolitana: Principales comercios según zona geográfica

| Tipo de Comercio | Total | Zonas de Lima Metropolitana | | | | | |
|----------------------------|-------|-----------------------------|-----------|-------------|--------------|----------|--------|
| | | Lima Norte | Lima Este | Lima Centro | Lima Moderna | Lima Sur | Callao |
| Bodegas | 62282 | 18637 | 15727 | 4347 | 3882 | 13894 | 5795 |
| Restaurantes | 14231 | 2843 | 2433 | 3136 | 3025 | 1819 | 975 |
| Farmacias / Boticas | 4131 | 1115 | 879 | 515 | 688 | 594 | 340 |
| Ferreterías | 3901 | 1135 | 789 | 368 | 571 | 717 | 321 |
| Panaderías | 2682 | 722 | 405 | 416 | 532 | 333 | 274 |
| Hoteles/ Hostales | 916 | 219 | 182 | 113 | 208 | 135 | 59 |
| Cajeros automaticos | 799 | 49 | 35 | 134 | 498 | 38 | 45 |
| Grifos | 784 | 199 | 149 | 99 | 160 | 119 | 58 |
| Agencias de bancos * | 577 | 46 | 41 | 104 | 318 | 26 | 42 |
| Hiper / Super - mercados * | 56 | 3 | 3 | 5 | 43 | 1 | 1 |
| Total | 90359 | 24968 | 20643 | 9237 | 9925 | 17676 | 7910 |

Fuente: Apoyo Opinión y Mercado S.A. Perfiles Zonales de Lima Metropolitana 2005

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Gustos y preferencias del consumidor local.

A continuación vamos a describir las características de la demanda de los consumidores del cono norte por: confecciones textiles, calzado, muebles de madera y artículos de metal mecánica, hemos seleccionado estos sectores por ser luego de los alimentos y servicios los más representativos del gasto de las familias.

¹⁷ Percy Vigil, Gerente General de Mega Plaza, Diario Gestión, Noviembre 2006.

Características más relevantes de las preferencias del consumidor

Atributos valorados en los productos: Confecciones textiles y calzado

Confecciones Textiles

Como se muestra en el cuadro N° 19, los atributos del producto que tienen mayor relevancia a la hora de decidir la compra de una prenda de vestir, son el precio (42%) y el tipo de material (34%).

Cuadro N° 19. Atributos más importantes de las prendas de vestir demandados al momento de compra

| Tipo de atributo | Porcentaje % |
|------------------|--------------|
| Tipo de material | 34.4 |
| Acabado | 9.2 |
| Precio | 42.3 |
| Diseño | 9.5 |
| Durabilidad | 4.3 |
| Otro | 0.3 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" 2006, UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Calzado

Algo similar sucede para el caso de la compra de calzado, donde un 43% de los consumidores privilegia el precio como criterio de compra y un 35% el tipo de material (ver cuadro N° 20).

Cuadro N° 20. Atributos más importantes del calzado o productos de cuero demandados al momento de compra

| Tipo de atributo | Porcentaje % |
|------------------|--------------|
| Tipo de material | 34.8 |
| Acabado | 7.7 |
| Precio | 42.4 |
| Diseño | 9.3 |
| Durabilidad | 5.5 |
| Otro | 0.3 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima

Características de las confecciones textiles y calzado más demandados

Prendas de vestir más demandadas

Tal como se muestra en el cuadro N° 21, la demanda se concentra en la ropa de tipo casual donde un 70% compra polos, un 65% jeans y un 23% shorts, esto último se explica por la temporada veraniega, período durante el cual se realizó el estudio UCSS. Estos porcentajes son calculados en base a las respuestas múltiples dadas por los encuestados¹⁸.

Cuadro N° 21. Prendas de vestir más demandadas

| Tipo de prenda | N° | Porcentaje % |
|------------------|-----|--------------|
| Jeans | 245 | 65.3 |
| Polos casuales | 263 | 70.1 |
| Shorts | 87 | 23.1 |
| Conjuntos | 64 | 17.1 |
| Vestidos | 31 | 8.3 |
| Blusas | 57 | 15.2 |
| Buzos | 70 | 18.7 |
| Polos deportivos | 42 | 11.2 |
| Mallas | 1 | 0.3 |
| Total | 860 | |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Cantidad de prendas de vestir demandas

En el cuadro N° 22, se muestra el promedio anual de compra de prendas de vestir. Los encuestados manifestaron que en promedio adquieren 2 unidades de los distintos tipos de prendas, con excepción de los polos casuales y deportivos de los cuales en promedio demandan 3 unidades.

Cuadro N° 22. Promedio de prendas de vestir adquiridas al año

| Prenda de vestir | Cantidad Promedio |
|------------------|-------------------|
| Jeans | 2 |
| Polos casuales | 3 |
| Shorts | 2 |
| Conjuntos | 2 |
| Vestidos | 2 |
| Blusas | 2 |
| Buzos | 2 |
| Polos deportivos | 3 |

¹⁸ La respuesta múltiple implica que por cada pregunta se pueden elegir varias respuestas opcionales.

| | |
|--------|---|
| Mallas | 2 |
|--------|---|

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Precio de las prendas de vestir más demandadas

El cuadro N° 23 muestra los precios en promedio pagados por los consumidores de la zona por prendas de vestir. Se observa que los jeans, conjuntos y vestidos son las prendas por las que pagan un mayor precio, es de destacar que estos precios son en términos relativos inferiores a los que pagan los consumidores de Lima Moderna.

Cuadro N° 23. Precio promedio de las prendas de vestir

| Prenda de vestir | Promedio gastado |
|------------------|------------------|
| Jeans | 59 |
| Polos casuales | 23 |
| Shorts | 34 |
| Conjuntos | 65 |
| Vestidos | 54 |
| Blusas | 36 |
| Buzos | 42 |
| Polos deportivos | 26 |
| Mallas | 50 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Tipo de tela más demandada en las prendas de vestir

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Las prendas más demandadas por los encuestados son aquellas confeccionadas en algodón; sobre todo para prendas casuales y deportivas (40% y 64% respectivamente). El drill es el segundo material preferido para las prendas de tipo casual (21%). En las prendas formales destaca el material sintético y la polyseda (21%). La segunda opción para las prendas deportivas (buzos y polos) es el material sintético (ver cuadro N°24).

Cuadro N° 24. Tela preferida por tipo de prenda de vestir (En%)

| Tipo de tela | Prenda Casual | Prenda Formal | Prenda Deportiva |
|--------------|---------------|---------------|------------------|
| Algodón | 40.3 | 3.2 | 64.0 |
| Dryll | 20.6 | 2.1 | |
| Popeñlina | 15.0 | 14.9 | 5.7 |
| Sinteticas | 9.2 | 21.3 | 18.0 |
| Polipima | 9.2 | 17.0 | 6.7 |
| Lima | 3.5 | 12.8 | 5.6 |

| | | | |
|----------|-----|------|-----|
| Otras | 1.4 | 1.1 | |
| Lanillas | 0.5 | 7.4 | |
| Pyseda | 0.3 | 20.2 | |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Colores preferidos en las prendas de vestir

En el cuadro N° 25 se muestran los colores preferidos por tipo de prenda por los consumidores de Lima Norte. Destacan: El color blanco (24% en la ropa casual), el color negro (48% en las prendas formales) y los colores rojo y blanco en las prendas deportivas (20% y 19% respectivamente)

Cuadro N° 25. Colores preferidos por tipo de prenda de vestir (En %)

| Color | Prenda Casual | Prenda Formal | Prenda Deportiva |
|----------|---------------|---------------|------------------|
| Blanco | 24.0 | 2.0 | 19.0 |
| Otros | 19.0 | 14.0 | 24.0 |
| Negro | 14.0 | 48.0 | 5.0 |
| Rojo | 13.0 | 21.0 | 19.0 |
| Azul | 13.0 | 7.0 | 15.0 |
| Amarillo | 7.0 | 6.0 | 4.0 |
| Rosado | 4.0 | 0.0 | 0.0 |
| Verde | 3.0 | 2.0 | 5.0 |
| Celeste | 3.0 | 0.0 | 9.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Diseño preferido en las prendas de vestir

Las preferencias de los encuestados se muestran en el cuadro N° 26. Los diseños preferidos en la ropa casual, formal y deportiva son los de moda. En segundo lugar se encuentran los diseños clásicos.

Cuadro N° 26. Diseño preferido por tipo de prenda de vestir (En%)

| Diseño | Prenda Casual | Prenda Formal | Prenda Deportiva |
|-----------|---------------|---------------|------------------|
| De moda | 64.0 | 50.0 | 60.0 |
| Clasico | 34.0 | 36.0 | 36.0 |
| Exclusivo | 3.0 | 14.0 | 5.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Calzado más demandado

La mayoría de los encuestados mostraron preferencia por el calzado formal (54%), luego por las sandalias (45%) y las zapatillas (39%). Las sandalias son usadas preferentemente en la estación veraniega, además los diseños cambiantes generan nuevas compras en cada temporada. Ello explica la poca preferencia por las botas y botines, calzado de invierno por excelencia (ver cuadro N°27).

Cuadro N° 27. Tipo de calzado más demandado

| Tipo de calzado | N° | Porcentaje % |
|-----------------|-----|--------------|
| Zapatos | 203 | 54.0 |
| Sandalias | 168 | 44.7 |
| Zapatillas | 147 | 39.1 |
| Mocasines | 39 | 10.4 |
| Botas | 27 | 7.2 |
| Botines | 16 | 4.3 |
| Chimpunes | 8 | 2.1 |
| Alpargatas | 1 | 0.3 |
| Total | 609 | |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Cantidad de calzado demandado

En el cuadro N° 28 se aprecia que los consumidores adquieren anualmente en promedio 3 pares de mocasines, y 2 pares de botines, sandalias y zapatillas (ver cuadro N°28).

Cuadro N° 28. Cantidad de calzado adquirida anualmente

| Calzado | Cantidad Promedio |
|------------|-------------------|
| Sandalias | 2 |
| Mocasines | 3 |
| Alpargatas | 1 |
| Zapatos | 1 |
| Botas | 1 |
| Botines | 2 |
| Zapatillas | 2 |
| Chimpunes | 1 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Precio promedio pagado por el calzado adquirido

Salvo el caso de las sandalias, el precio promedio pagado por el calzado es superior a los 70 soles (ver cuadro N°29).

Cuadro N°29. Precio promedio del calzado

| Calzado | Precio Promedio |
|------------|-----------------|
| Alpargatas | 80 |
| Chimpunes | 79 |
| Zapatillas | 78 |
| Botines | 76 |
| Botas | 73 |
| Mocasines | 64 |
| Zapatos | 63 |
| Sandalias | 48 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Tipo de material del calzado

El material más demandado en los diferentes tipos de calzado es el sintético, se busca aquel material con apariencia similar al cuero (cuero sintético). En segundo lugar se prefiere el cuero, sobre todo en el calzado formal. Un 27% prefiere zapatillas de tela, por su bajo precio (ver cuadro N° 30).

Cuadro N° 30. Preferencia en el tipo de material del calzado demandado (En %)

| Material | Calzado Casual | Calzado Formal | Calzado Deportivo |
|-----------|----------------|----------------|-------------------|
| Sintetico | 60.0 | 52.0 | 50.0 |
| Cuero | 28.0 | 38.0 | 19.0 |
| Otros | 8.0 | 2.0 | 4.0 |
| Tela | 4.0 | 8.0 | 27.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Colores preferidos en el calzado

Los colores preferidos por tipo de calzado se muestran el cuadro N° 31. Destaca el color negro tanto en calzado formal (79%) y en calzado casual (65%), el calzado deportivo distribuye sus preferencias entre el color negro y blanco.

Cuadro N° 31: Preferencias en el color del calzado

(En %)

| Color | Calzado casual | Calzado formal | Calzado deportivo |
|--------|----------------|----------------|-------------------|
| Negro | 65.0 | 78.0 | 37.0 |
| Marrón | 16.0 | 10.0 | 1.0 |
| Blanco | 3.0 | 0.0 | 29.0 |
| Azul | 1.0 | 4.0 | 10.0 |
| Rojo | 0.0 | 0.0 | 4.0 |
| Otros | 15.0 | 8.0 | 19.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Diseño preferido en el calzado

Los consumidores demandan diseños de moda para los tres tipos de calzado: formal, casual y deportivo (65%, 67% y 65% respectivamente). También prefieren los diseños clásicos (ver Cuadro N° 32).

Cuadro N° 32. Diseño Preferido por tipo de calzado

(En %)

| Tipo de diseño | Calzado casual | Calzado formal | Calzado deportivo |
|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| De moda | 67.0 | 65.0 | 66.0 |
| Clasico | 32.0 | 28.0 | 30.0 |
| Exclusivo | 1.0 | 7.0 | 4.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Mejoras sugeridas en las prendas de vestir y calzado

Mejoras sugeridas en las prendas de vestir

La mayor parte de los encuestados coinciden en señalar que se tienen que realizar mejoras en el diseño, independientemente del tipo de prenda de vestir, sean estas, formales (39%), deportivas (38%) o casuales (32%). En segundo lugar se sugirieron mejoras en el acabado de las prendas (ver cuadro N° 33).

Cuadro N° 33. Sugerencias de mejoras por tipo de prendas de vestir

| Mejoras sugeridas | Prenda casual | Prenda formal | Prenda deportiva |
|-------------------|---------------|---------------|------------------|
|-------------------|---------------|---------------|------------------|

| | | | |
|------------------------|-----|-----|-----|
| En el Diseño | 32 | 39 | 38 |
| En el tipo de material | 28 | 18 | 20 |
| En el acabado | 25 | 24 | 25 |
| En el color | 15 | 19 | 17 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" , UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Mejoras sugeridas en el calzado

Como se puede apreciar en el cuadro N° 34, los consumidores recomiendan mejoras tanto en el diseño como en el tipo de material.

Cuadro N° 34. Sugerencias de mejoras por tipo de calzado

| Mejoras Sugeridas | Calzado casual (%) | Calzado formal (%) | Calzado deportivo (%) |
|------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| En el diseño | 32.0 | 32.0 | 38.0 |
| En el tipo de material | 31.0 | 24.0 | 24.0 |
| En el acabado | 23.0 | 26.0 | 21.0 |
| En el color | 14.0 | 18.0 | 17.0 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Disponibilidad a pagar por las mejoras

Por las mejoras en las prendas de vestir

Como se aprecia en el cuadro N° 35, 68% de los consumidores estarían dispuestos a pagar no más de 10% adicional, un 40% no pagaría más de 5% adicional.

Cuadro N° 35. Disponibilidad de pago adicional por mejoras sugeridas para las confecciones

| Porcentaje Adicional | Porcentaje (%) |
|----------------------|----------------|
| Ninguna | 15.7 |
| 1% a 5% | 40.1 |
| 6% a 10% | 27.7 |
| 11% a 15% | 9.3 |
| 16% a 20% | 4.5 |
| 21% a 25% | 0.3 |
| Mas de 25% | 2.4 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Por las mejoras en el calzado

La disponibilidad a pagar por mejoras es similar a la de las prendas de vestir, (70% no está dispuesto a pagar más de 10% adicional) y un 18% no está dispuesto a pagar ningún adicional (ver cuadro N° 36).

Cuadro N° 36. Disponibilidad de pago adicional por mejoras sugeridas para el calzado

| Porcentaje Adicional | Porcentaje (%) |
|----------------------|----------------|
| Ninguna | 18.0 |
| 1% a 5% | 40.3 |
| 6% a 10% | 29.4 |
| 11% a 15% | 7.2 |
| 16% a 20% | 3.5 |
| 21% a 25% | 1.1 |
| Mas de 25% | 0.5 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Formas de pago utilizada

Como se aprecia en el cuadro N°37, los consumidores prefieren pagar principalmente al contado (88%), mientras que aproximadamente un 10% utiliza tarjetas de crédito, ya sea de casas comerciales o bancos (7.6% y 2.8% respectivamente).

Cuadro N° 37. Formas de pago utilizadas para la compra de prendas de vestir y calzado

| Formas de pago | Porcentaje (%) |
|---|----------------|
| Al contado | 87.6 |
| Con tarjeta de crédito de la casa comercial | 9.6 |
| Con tarjeta de crédito de bancos | 2.8 |
| Al crédito del proveedor | 2.0 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Atributos valorados en los productos: Muebles de madera y metalmecánica

Muebles de Madera

Como se observa en el cuadro N°38, los atributos más valorados por los consumidores de artículos de madera son: el precio (para el 38%) y el tipo de material (para el 34%).

Cuadro N° 38. Atributos más importantes en el momento de la compra de artículos de madera

| Calificación | Características | | | | |
|------------------------|------------------|---------|--------|--------|-------------|
| | Tipo de material | Acabado | Precio | Diseño | Durabilidad |
| Muy importante | 33.6 | 13.2 | 38.3 | 7.1 | 7.9 |
| Importante | 26.7 | 31.4 | 16.6 | 14.2 | 11.2 |
| Poco importante | 21.1 | 19.4 | 24.1 | 18.5 | 16.8 |
| Escasamente importante | 4.4 | 20.2 | 10.9 | 33.9 | 30.6 |
| Nada importante | 7 | 6.4 | 7.6 | 36 | 43 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Artículos de metalmecánica

Para el caso de los artículos de metalmecánica, los atributos más reconocidos fueron precio (para el 39%) y el tipo de material (para el 30%), un 28% considera importante el acabado (ver cuadro N° 39).

Cuadro N° 39. Atributos más importantes en el momento de la compra de artículos metal mecánicos (En %)

| Calificación | Características | | | | |
|------------------------|------------------|---------|--------|--------|-------------|
| | Tipo de material | Acabado | Precio | Diseño | Durabilidad |
| Muy importante | 30.0 | 10.6 | 38.6 | 8.6 | 12.5 |
| Importante | 24.0 | 27.9 | 17.0 | 17.9 | 13.1 |
| Poco importante | 21.1 | 26.9 | 18.1 | 16.4 | 17.5 |
| Escasamente importante | 8.7 | 16.8 | 12.1 | 28.2 | 34.2 |
| Nada importante | 9.6 | 14.4 | 8.8 | 36.8 | 30.4 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Muebles de madera más demandados

Como se observa en el cuadro N°40, los artículos de madera más demandados, fueron los escritorios y libreros (15%), los juegos de dormitorio (14%), las puertas y ventanas (13%) y los juegos de comedor (13%).

Cuadro N° 40. Artículos de madera más demandados

| Tipo de Artículo | Numero | Porcentaje (%) |
|-----------------------|--------|----------------|
| Escritorios/ libreros | 37 | 14.8 |
| Juegos de dormitorio | 36 | 14.4 |
| Puertas/Ventanas | 32 | 12.8 |
| Juego de comedor | 32 | 12.8 |
| Juego de sala | 23 | 9.2 |
| Repostero | 19 | 7.6 |
| Separador de ambiente | 15 | 6.0 |
| Closet | 13 | 5.2 |
| Juguetes | 6 | 2.4 |
| Total | 213 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Cantidad promedio de muebles de madera demandados

Los muebles de madera son obviamente de mayor durabilidad que las prendas y el calzado, por ello su rotación de compra es más lenta. El período considerado varía entre uno y cuatro años. El cuadro N° 41 refleja este comportamiento, se observa que solamente los juguetes son adquiridos en una frecuencia mayor a la unidad.

Cuadro N° 41. Cantidad adquirida de artículos de madera por vez

| Producto | Promedio |
|-----------------------|----------|
| Escritorios/ libreros | 1 |
| Juegos de dormitorio | 1 |
| Puertas/Ventanas | 1 |
| Juego de comedor | 1 |
| Juego de sala | 1 |
| Repostero | 1 |
| Separador de ambiente | 1 |
| Closet | 1 |
| Juguetes | 3 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Precio promedio de muebles de madera más demandados

El cuadro N° 42 muestra los precios promedio pagados por los distintos artículos de madera, destacan los juegos de dormitorio (S/.545.00) y los juegos de sala (S/.483.00), estos precios son en términos relativos inferiores a los pagados en Lima Moderna.

Cuadro N° 42. Monto promedio gastado por artículo de madera
(En S/.)

| Producto | Precio Promedio |
|-----------------------|-----------------|
| Escritorios/ libreros | 545 |
| Juegos de dormitorio | 483 |
| Puertas/Ventanas | 419 |
| Juego de comedor | 419 |
| Juego de sala | 406 |
| Repostero | 390 |
| Separador de ambiente | 353 |
| Closet | 258 |
| Juguetes | 141 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Tipo de material en los muebles de madera

El cedro es el tipo de madera preferido por los consumidores de muebles de madera (43%), sin embargo su precio elevado es una limitante para su demanda, son también preferidos otros tipos de madera como el pino y el tornillo (20% y 15% respectivamente), éstos conjuntamente con el melamine (14%) son de menor precio, lo que facilita su demanda (ver cuadro N° 43).

Cuadro N° 43. Tipo de material preferido en los muebles de madera

| Tipo de material | Porcentaje (%) |
|------------------|----------------|
| Cedro | 42.6 |
| Pino | 19.6 |
| Tornillo | 15.3 |
| Melamine | 13.5 |
| Otros | 7.7 |
| Moena | 1.3 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Diseño

Los encuestados manifestaron una mayor preferencia por los diseños de moda en los muebles (52%), esto exigirá a los productores una permanente actualización tanto en diseños como en técnicas de acabados. Los diseños clásicos son preferidos por el 32% de los consumidores de artículos de madera (ver cuadro N° 44).

Cuadro N° 44. Tipo de diseño preferido en artículos de madera

| Tipo de diseño | Porcentaje (%) |
|----------------|----------------|
| Clásico | 31.9 |
| De moda | 53.3 |
| Exclusivo | 15.7 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Cantidad promedio de muebles y otros artículos metal mecánicos demandados

Los consumidores de muebles y artículos de metalmecánica, manifestaron que en los últimos cuatro años, han demandado con mayor frecuencia: partes de autos y juegos de comedor (en ambos en dos oportunidades), el detalle de los principales productos se aprecia en el cuadro N° 45.

Cuadro N° 45. Cantidad de artículos de metalmecánica adquiridos por vez

| Productos | Promedio |
|-------------------------------|----------|
| Puertas | 1 |
| Ventanas | 1 |
| Chasis para autos | 1 |
| Rejas y estructuras metálicas | 1 |
| Partes de autos | 2 |
| Juego de comedor | 2 |
| Separadores de ambientes | 1 |
| Art. De ferretería | 1 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Precio promedio de los muebles y otros artículos metal mecánicos adquiridos

El cuadro N° 46 muestra los montos pagados por los productos metal mecánicos más demandados, destacan los juegos de comedor (S/.700.00) y las rejas y estructura metálicas (S/.437.00).

Cuadro N° 46. Monto promedio gastado en artículos metalmecánica (En S/.)

| Artículos | Precio Promedio |
|-------------------------------|-----------------|
| Juego de comedor | 700 |
| Rejas y estructuras metálicas | 437 |
| Partes de autos | 380 |
| Chasis para autos | 350 |
| Ventanas | 335 |
| Puertas | 331 |
| Separadores de ambiente | 299 |
| Artículos de ferretería | 50 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" , UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Tipo de material

Los consumidores prefieren el fierro (62%) principalmente por el factor precio, el otro material muy demandado es el aluminio (38%), cuya principal aplicación se da en separadores de ambiente, ventanas y puertas corredizas (ver cuadro N°47).

Cuadro N° 47. tipo de material preferido en artículos metal mecánicos

| Tipo de material | Porcentaje (%) |
|------------------|----------------|
| Fierro | 62.1 |
| Aluminio | 37.9 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" , UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Diseño

El 48% de los consumidores manifestaron preferir los diseños de moda, mientras que el 40% se inclinaba por los modelos clásicos (ver cuadro N° 48).

Cuadro N° 48. Tipo de diseño preferido en los artículos metal mecánicos

| Tipo de diseño | Porcentaje (%) |
|----------------|----------------|
| Clásico | 39.6 |
| De moda | 47.6 |
| Exclusivo | 12.8 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Mejoras sugeridas en los muebles de madera y de metalmecánica

Mejoras sugeridas a los muebles de madera

El 52% de los encuestados plantea la necesidad de realizar mejoras en el diseño de los productos, mientras el 48%, sugiere garantizar una mayor durabilidad del producto, (ver cuadro N° 49).

Cuadro N° 49. Sugerencias de mejoras para artículos de madera

| Mejoras Sugeridas | N° respuestas | Porcentaje % |
|------------------------|---------------|--------------|
| En el tipo de material | 101 | 42.1 |
| En el acabado | 109 | 45.4 |
| En el diseño | 124 | 51.7 |
| En la durabilidad | 114 | 47.5 |
| Total | 448 | |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Mejoras sugeridas a los muebles y artículos de metalmecánica

Las sugerencias son similares a las de los muebles de madera, se prefiere igualmente mejorar el diseño y la durabilidad de los productos (48% y 47% respectivamente), el detalle de los comentarios se aprecia en el cuadro N° 50.

Cuadro N° 50. Sugerencias de mejoras para los artículos metal mecánicos

| Mejoras sugeridas | N° respuestas | Porcentaje (%) |
|------------------------|---------------|----------------|
| En el diseño | 84 | 47.7 |
| en la durabilidad | 83 | 47.2 |
| En el acabado | 76 | 43.2 |
| En el tipo de material | 66 | 37.5 |
| Total | 309 | |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte", UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Disponibilidad a pagar por las mejoras

El cuadro N°51 presenta la disponibilidad a pagar por mejoras tanto de los consumidores de muebles de madera como la de los demandantes de artículos de metalmecánica. Se observa que en ambos casos el 72% de los consumidores estarían dispuestos a pagar menos del 10% adicional por las mejoras sugeridas y no más de 33% menos del 5%.

Cuadro N° 51 Valor adicional a pagar por mejoras sugeridas

| Rangos de pago adicional | En artículos de madera (%) | En artículos de metalmecánica (%) |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| 0% | 8.6 | 6.7 |
| 1% a 5% | 32.8 | 32.3 |
| 6% a 10% | 38.8 | 40.2 |
| 11% a 15% | 9.5 | 12.2 |
| 16% a 20% | 8.1 | 5.6 |
| 21% a 25% | 1.3 | 1.2 |
| Mas de 25% | 0.9 | 1.8 |
| Total | 100 | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" , UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Formas de pago utilizada

El cuadro N° 52 permite apreciar que el pago al contado es usado por el 77% de la muestra de consumidores, el crédito del proveedor se utiliza en un 11%. Se observa que las tarjetas de crédito de las casas comerciales van incorporándose paulatinamente como forma de pago (9%).

Cuadro N° 52. Forma de pago utilizada en las compras

| Formas de pago | Porcentaje % |
|---|--------------|
| Al contado | 76.9 |
| Al crédito del proveedor | 10.9 |
| Con tarjeta de crédito de la casa comercial | 8.9 |
| Con tarjeta de crédito de bancos | 2.0 |
| Otras | 1.3 |
| Total | 100 |

Fuente: "Oportunidades Comerciales de las Empresas Mipymes de Lima Norte" , UCSS

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

2.2 Demanda Laboral en Lima Metropolitana

Del documento de línea de base del proyecto de saneamiento y gestión ambiental en San Martín de Porres¹⁹, se desprende que la mayoría de los pobladores del asentamiento humano realizan labores técnicas y de operarios. Es por tal motivo que para inferir la demanda ocupacional por técnicos y operarios consideramos pertinente tabular la información de los avisos de empleo correspondientes a los meses de Diciembre 2006, Enero y Febrero 2007, del suplemento laboral del Diario El Comercio, habiendo finalmente procesado 2976 demandas laborales.

Pasamos a continuación a comentar los resultados más significativos:

En el cuadro N°53, se observa que los oficios más demandados en Lima Metropolitana son los de ayudante de cocina (13% del total de la demanda laboral registrada), vendedores (12%), cosmetólogos (8%), operarios de confecciones (8%). Por sectores los oficios más demandados son: en servicios el de ayudante de cocina, en comercio el de vendedores y en industria el de operario en confecciones. Los oficios que presentaron en su demanda laboral un mayor porcentaje de pedidos con requisitos fueron los de ayudante de cocina (64%) y operarios de confecciones (70%), es decir son los oficios que requieren cierta calificación previa.

El cuadro N°54 presenta las principales demandas laborales de Lima Metropolitana por personal con cierta calificación según el sexo del trabajador requerido. La demanda de personal femenino fue significativa para las vendedoras (12% del total de la demanda de personal con cierta calificación) y las cosmetólogas (13%); la mayor demanda de personal masculino fue por: los ayudantes de cocina (11%), los agentes de seguridad (9%) y los operarios de confecciones (7%).

El cuadro N°55 muestra la distribución por rangos de ingresos de los oficios con mayor demanda laboral, se aprecia que el oficio con mayores ingresos es el de cosmetólogo (88% de la demanda laboral con salarios superiores a los S/.800.00), 73% de la demanda laboral por operarios de confecciones presenta salarios superiores a los S/800.00, 76% de la demanda laboral por agentes de seguridad ofrece salarios mayores a los S/800.00. Los oficios con menores ingresos ofrecidos son los de vendedores y operarios de bar y restaurantes, ambos con 50% de sus demandas con ingresos máximos de S/500.00.

En el cuadro N°56, podemos apreciar tanto los oficios que demandan con mayor frecuencia de requisitos laborales como aquellos que no los requieren. Los oficios que requieren con mayor frecuencia de requisitos laborales son: Ayudante de cocina, cosmetólogo y operario de confecciones (69%, 72% y 68% del total de demandas laborales respectivamente). Los oficios que presentan los porcentajes más altos de demanda laboral sin requisitos laborales son: vendedor, operario de bar y restaurante y agente de seguridad (46%, 45% y 50% del total de demandas laborales respectivamente).

¹⁹ Cruz Roja Española, "Saneamiento Básico y Gestión Medio Ambiental en el asentamiento humano San Martín de Porres, distrito de Comas, Lima Perú", Cruz Roja, 2005, Pág.4.

En el cuadro N°57 se presentan los oficios de mayor demanda laboral según el grado de experiencia demandada en Lima Metropolitana, destacan los oficios de: ayudante de cocina, cosmetólogos y operarios de confecciones (96%, 98% y 98% de sus demandas laborales con requerimiento de experiencia previa respectivamente).

Cuadro N°78 . Lima Metropolitana: Los 20 oficios de mayor demanda laboral según conocimientos requeridos

| Nº | Oficios | Requisitos demandados | 1º Requisito | Cantidad. | (%) | 2º Requisito | Cantidad | (%) | 3º Requisito | Cantidad | (%) | 4º Requisito | Cantidad | (%) | 5º Requisito | Cantidad | (%) |
|----|---|-----------------------|-------------------------|-----------|-----|---------------------|----------|-----|---------------------------------|----------|-----|----------------------------|----------|-----|--------------|----------|-----|
| 1 | AYUDANTE DE COCINA | 175 | Comida Criolla | 70 | 40% | Comida Marina | 29 | 17% | Comida China | 18 | 10% | Todo Tipo de comida | 13 | 7% | Otros | 45 | 26% |
| 2 | VENEDORES | 109 | Computación | 30 | 28% | Venta de Ropa | 10 | 9% | Panadería | 10 | 9% | Ferretería | 10 | 9% | Otros | 49 | 45% |
| 3 | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 128 | Manicure | 56 | 44% | Cortes | 29 | 23% | Peinados | 18 | 14% | Pedicure | 13 | 10% | Tintes | 12 | 9% |
| 4 | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 143 | Remalle | 49 | 34% | Confecciones | 49 | 34% | Manejo de máquinas industriales | 15 | 10% | Corte recto y remalle | 10 | 7% | Otros | 20 | 14% |
| 5 | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 77 | Atención en restaurante | 35 | 45% | Atención en Bar | 24 | 31% | de inglés | 4 | 5% | Vendedor | 3 | 4% | Otros | 11 | 14% |
| 6 | AGENTE DE SEGURIDAD | 12 | Manejo de armas | 4 | 33% | Supervisión | 3 | 25% | Otros | 5 | 42% | - | - | - | - | - | - |
| 7 | CHOFERES | 62 | Repartidores | 16 | 26% | pesada | 9 | 15% | Mecánicos | 9 | 15% | Taxistas | 9 | 15% | Otros | 19 | 31% |
| 8 | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 61 | computación | 36 | 59% | Inglés | 9 | 15% | Digitadoras | 4 | 7% | Otros | 12 | 20% | - | - | - |
| 9 | OPERARIO DE LIMPIEZA | 10 | Limpieza | 5 | 50% | Mecánicos | 2 | 20% | Otros | 3 | 30% | - | - | - | - | - | - |
| 10 | MENSAJERIA | 18 | Conocedor de rutas | 7 | 39% | Repartidor | 4 | 22% | Otros | 7 | 39% | - | - | - | - | - | - |
| 11 | OPERARIO DE ALMACÉN | 16 | Computación | 8 | 50% | Inventarios | 2 | 13% | Kardex | 2 | 13% | Otros | 4 | 25% | - | - | - |
| 12 | CAJEROS (AS) | 27 | Computación | 6 | 22% | Atención al cliente | 6 | 22% | Contabilidad | 6 | 22% | Ventas | 2 | 7% | Otros | 7 | 26% |
| 13 | OPERARIO DE MAQUINA | 54 | Experto en torno | 21 | 39% | Torno y fresador | 4 | 7% | Imprenta | 4 | 7% | Experto en heiderberg kard | 4 | 7% | Otros | 21 | 39% |
| 14 | AYUDANTE DE PANADERÍA Y PASTELERÍA | 35 | Pastelería | 22 | 63% | Panificación | 7 | 20% | Decoración | 1 | 3% | Otros | 5 | 14% | - | - | - |
| 15 | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 17 | Limpieza | 11 | 65% | Cocinero (a) | 2 | 12% | Otros | 4 | 24% | - | - | - | - | - | - |
| 16 | OPERARIO DE GRIFO | 4 | Computación | 2 | 50% | Ventas | 2 | 50% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 17 | OPERARIO DE MAQUINA DE COSTURA DE CALZADO | 45 | Armadores | 16 | 36% | Emplantillador | 5 | 11% | Cortadores | 4 | 9% | Aparador | 3 | 7% | Otros | 17 | 38% |
| 18 | ANHITRIONES (AS) | 4 | Atención al cliente | 3 | 75% | Computación | 1 | 25% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 19 | OPERARIO DE CARPINTERIA | 39 | Ebanista | 8 | 21% | Experto en melanine | 8 | 21% | Laqueador | 7 | 18% | Pintores | 6 | 15% | Otros | 10 | 26% |
| 20 | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 0 | No hay Referencia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007
Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Cuadro N°76 . Lima Metropolitana: Oficios de mayor demanda laboral por grado de instrucción según requisitos demandados.

| SECTOR | OFICIOS/OCUPACIONES | Registros Demandados | GRADO DE INSTRUCCIÓN | | | | | | | |
|---------------------|---|----------------------|----------------------|---------------|------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| | | | Secundaria completa | Variación (%) | Superior Técnica | Variación (%) | Superior Universitaria | Variación (%) | Superior (técnica o universitaria) | Variación (%) |
| Servicios Comerc | AYUDANTE DE COCINA | 4 | 0 | 0% | 4 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| o | VENEDORES | 19 | 7 | 37% | 1 | 5% | 4 | 21% | 7 | 37% |
| Servicios Industria | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 9 | 0 | 0% | 8 | 89% | 1 | 11% | 0 | 0% |
| l | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 3 | 0 | 0% | 3 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 1 | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | AGENTE DE SEGURIDAD | 38 | 8 | 21% | 29 | 76% | 0 | 0% | 1 | 3% |
| Transporte | CHOFERES | 3 | 1 | 33% | 2 | 67% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 2 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 50% | 1 | 50% |
| Servicios | OPERARIO DE LIMPIEZA | 4 | 3 | 75% | 1 | 25% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | MENSAJERIA | 1 | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE ALMACÉN | 7 | 2 | 29% | 1 | 14% | 2 | 29% | 2 | 29% |
| Servicios | CAJEROS (AS) | 3 | 0 | 0% | 1 | 33% | 0 | 0% | 2 | 67% |
| Industria | OPERARIO DE MAQUINA | 3 | 0 | 0% | 2 | 67% | 0 | 0% | 1 | 33% |
| Industria | AYUDANTE DE PANADERÍA Y PASTELERÍA | 0 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 2 | 2 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE GRIFO | 8 | 8 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Industria | OPERARIO DE MAQUINA DE COSTURA DE CALZADO | 2 | 0 | 0% | 1 | 50% | 0 | 0% | 1 | 50% |
| Servicios | ANFITRIONES (AS) | 1 | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Industria | OPERARIO DE CARPINTERIA | 0 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007

Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

Cuadro N° . Lima Metropolitana: Oficios de mayor demanda laboral por sexo según requisitos demandados.

| SECTOR | OFICIOS/OCUPACIONES | Registros Demandados | SEXO | | | | | |
|------------|---|----------------------|----------|---------------|-----------|---------------|-------------|---------------|
| | | | Femenino | Variación (%) | Masculino | Variación (%) | Ambos sexos | Variación (%) |
| Servicios | AYUDANTE DE COCINA | 252 | 80 | 32% | 107 | 42% | 65 | 26% |
| Comercio | VENEDORES | 207 | 121 | 58% | 16 | 8% | 70 | 34% |
| Servicios | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 152 | 127 | 84% | 5 | 3% | 20 | 13% |
| Industrial | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 167 | 36 | 22% | 68 | 41% | 63 | 38% |
| Servicios | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 123 | 81 | 66% | 31 | 25% | 11 | 9% |
| Servicios | AGENTE DE SEGURIDAD | 110 | 5 | 5% | 88 | 80% | 17 | 15% |
| Transporte | CHOFERES | 56 | 10 | 18% | 44 | 79% | 2 | 4% |
| Servicios | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 68 | 63 | 93% | 2 | 3% | 3 | 4% |
| Servicios | OPERARIO DE LIMPIEZA | 33 | 3 | 9% | 24 | 73% | 6 | 18% |
| Servicios | MENSAJERIA | 54 | 2 | 4% | 47 | 87% | 5 | 9% |
| Servicios | OPERARIO DE ALMACÉN | 45 | 5 | 11% | 16 | 36% | 24 | 53% |
| Servicios | CAJEROS (AS) | 43 | 40 | 93% | 1 | 2% | 2 | 5% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA | 37 | 0 | 0% | 36 | 97% | 1 | 3% |
| Servicios | AYUDANTE DE PANADERÍA Y PASTELERÍA | 30 | 6 | 20% | 20 | 67% | 4 | 13% |
| Servicios | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 36 | 24 | 67% | 9 | 25% | 3 | 8% |
| Servicios | OPERARIO DE GRIFO | 37 | 13 | 35% | 11 | 30% | 13 | 35% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA DE COSTURA DE CALZADO | 36 | 0 | 0% | 34 | 94% | 2 | 6% |
| Servicios | ANFITRIONES (AS) | 24 | 22 | 92% | 1 | 4% | 1 | 4% |

| | | | | | | | | |
|------------|---------------------------------|----|---|----|----|------|----|------|
| Industrial | OPERARIO DE CARPINTERIA | 16 | 0 | 0% | 16 | 100% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 29 | 0 | 0% | 0 | 0% | 29 | 100% |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007

Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Cuadro N° . Lima Metropolitana: Oficios de mayor demanda laboral por rango de ingresos.

| SECTOR | OFICIOS/OCUPACIONES | SALARIO EN SOLES | | | | | | | | |
|------------|--|-----------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|----------------------|----------------|-----------------------|----------------|
| | | Registros Demanda dos | Frecuenci a 201-500 | Variación (%) | Frecue ncia 501-800 | Variación (%) | Frecuenci a 801-1000 | Variació n (%) | Frecuenci a 1001-1300 | Variació n (%) |
| Servicios | AYUDANTE DE COCINA | 9 | 3 | 33% | 3 | 33% | 3 | 33% | 0 | 0% |
| Comercio | VENDEDORES | 20 | 10 | 50% | 5 | 25% | 4 | 20% | 1 | 5% |
| Servicios | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 16 | 0 | 0% | 2 | 13% | 10 | 63% | 4 | 25% |
| Industrial | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 11 | 2 | 18% | 1 | 9% | 6 | 55% | 2 | 18% |
| Servicios | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 8 | 4 | 50% | 2 | 25% | 2 | 25% | 0 | 0% |
| Servicios | AGENTE DE SEGURIDAD | 39 | 2 | 5% | 12 | 31% | 25 | 64% | 0 | 0% |
| Transporte | CHOFERES | 8 | 0 | 0% | 5 | 63% | 3 | 38% | 0 | 0% |
| Servicios | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 7 | 4 | 57% | 1 | 14% | 1 | 14% | 1 | 14% |
| Servicios | OPERARIO DE LIMPIEZA | 10 | 4 | 40% | 2 | 20% | 3 | 30% | 1 | 10% |
| Servicios | MENSAJERIA | 12 | 1 | 8% | 3 | 25% | 4 | 33% | 4 | 33% |
| Servicios | OPERARIO DE ALMACÉN | 16 | 1 | 6% | 7 | 44% | 8 | 50% | 0 | 0% |
| Servicios | CAJEROS (AS) | 1 | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA | 2 | 1 | 50% | 0 | 0% | 1 | 50% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE PANADERÍA Y PASTELERÍA | 1 | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 18 | 6 | 33% | 6 | 33% | 1 | 6% | 5 | 28% |
| Servicios | OPERARIO DE GRIFO | 1 | 0 | 0% | 1 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA DE COSTURA DE CALZADO | 0 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |

| | | | | | | | | | | |
|------------|---------------------------------|----|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|
| Servicios | ANFITRIONES (AS) | 6 | 0 | 0% | 2 | 33% | 2 | 33% | 2 | 33% |
| Industrial | OPERARIO DE CARPINTERIA | 2 | 1 | 50% | 1 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 10 | 3 | 30% | 6 | 60% | 1 | 10% | 0 | 0% |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007

Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Cuadro N° . Lima Metropolitana: Oficios de mayor demanda laboral según requisito de experiencia laboral.

| SECTOR | OFICIOS/OCUPACIONES | Registros demandados | EXPERIENCIA | | | |
|------------|---|----------------------|------------------------------------|--|---------------------------------------|--|
| | | | Registros que Demandan Experiencia | Variación de los requisitos demandados (%) | Registros que No Demandan Experiencia | Variación de los requisitos demandados (%) |
| Servicios | AYUDANTE DE COCINA | 269 | 258 | 96% | 11 | 4% |
| Comercio | VENEDORES | 198 | 178 | 90% | 20 | 10% |
| Servicios | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 177 | 174 | 98% | 3 | 2% |
| Industrial | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 162 | 159 | 98% | 3 | 2% |
| Servicios | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 116 | 99 | 85% | 17 | 15% |
| Servicios | AGENTE DE SEGURIDAD | 100 | 93 | 93% | 7 | 7% |
| Transporte | CHOFERES | 96 | 93 | 97% | 3 | 3% |
| Servicios | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 63 | 55 | 87% | 8 | 13% |
| Servicios | OPERARIO DE LIMPIEZA | 46 | 43 | 93% | 3 | 7% |
| Servicios | MENSAJERIA | 46 | 41 | 89% | 5 | 11% |
| Servicios | OPERARIO DE ALMACÉN | 54 | 32 | 59% | 22 | 41% |
| Servicios | CAJEROS (AS) | 42 | 39 | 93% | 3 | 7% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA | 48 | 48 | 100% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE PANADERÍA Y PASTELERÍA | 45 | 44 | 98% | 1 | 2% |
| Servicios | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 14 | 13 | 93% | 1 | 7% |
| Servicios | OPERARIO DE GRIFO | 28 | 19 | 68% | 9 | 32% |
| Industrial | OPERARIO DE MAQUINA DE COSTURA DE CALZADO | 27 | 27 | 100% | 0 | 0% |
| Servicios | ANFITRIONES (AS) | 22 | 13 | 59% | 9 | 41% |
| Industrial | OPERARIO DE CARPINTERIA | 28 | 27 | 96% | 1 | 4% |
| Servicios | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 31 | 7 | 23% | 24 | 77% |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007

Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

Cuadro N° . Lima Metropolitana: Ingresos según mayores registros demandados.

| SECTOR | OFICIOS / OCUPACIONES | INGRESOS SEGÚN ORDEN DE REGISTROS DEMANDADOS | | | | | | | | |
|------------|---|--|--------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------------|---------------|----------------------|---------------|
| | | Registros Demandados | Frecuencia 201-500 | Variación (%) | Frecuencia 501-800 | Variación (%) | Frecuencia 801-1000 | Variación (%) | Frecuencia 1001-1300 | Variación (%) |
| Servicios | AGENTE DE SEGURIDAD | 39 | 2 | 5% | 12 | 31% | 25 | 64% | 0 | 0% |
| Comercio | VENDEDORES | 20 | 10 | 50% | 5 | 25% | 4 | 20% | 1 | 5% |
| Servicios | EMPLEADO (A) DEL HOGAR | 18 | 6 | 33% | 6 | 33% | 1 | 6% | 5 | 28% |
| Industrial | OPERARIO DE ALMACÉN | 16 | 1 | 6% | 7 | 44% | 8 | 50% | 0 | 0% |
| Servicios | COSMETOLOGIA Y ESTILISTA | 16 | 0 | 0% | 2 | 13% | 10 | 63% | 4 | 25% |
| Servicios | MENSAJERIA | 12 | 1 | 8% | 3 | 25% | 4 | 33% | 4 | 33% |
| Transporte | OPERARIO EN CONFECCIÓN TEXTIL | 11 | 2 | 18% | 1 | 9% | 6 | 55% | 2 | 18% |
| Servicios | OPERARIO DE LIMPIEZA | 10 | 4 | 40% | 2 | 20% | 3 | 30% | 1 | 10% |
| Servicios | AYUDANTE DE SUPERMERCADO | 10 | 3 | 30% | 6 | 60% | 1 | 10% | 0 | 0% |
| Servicios | AYUDANTE DE COCINA | 9 | 3 | 33% | 3 | 33% | 3 | 33% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE BAR Y RESTAURANTES | 8 | 4 | 50% | 2 | 25% | 2 | 25% | 0 | 0% |
| Servicios | CHOFERES | 8 | 0 | 0% | 5 | 63% | 3 | 38% | 0 | 0% |
| Industrial | ASISTENTE DE SECRETARIADO | 7 | 4 | 57% | 1 | 14% | 1 | 14% | 1 | 14% |
| Servicios | ANFITRIONES (AS) | 6 | 0 | 0% | 2 | 33% | 2 | 33% | 2 | 33% |
| Servicios | OPERARIO DE MAQUINA | 2 | 1 | 50% | 0 | 0% | 1 | 50% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE CARPINTERIA | 2 | 1 | 50% | 1 | 50% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Industrial | OPERARIO DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ / MOTORES | 3 | 0 | 0% | 1 | 50% | 1 | 50% | 0 | 0% |
| Servicios | OPERARIO DE CONSTRUCCION | 1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 100% | 1 | 100% |
| Industrial | OPERARIO DE CERRAJERIA | 3 | 0 | 0% | 2 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Servicios | FOTOCOPISTA | 2 | 0 | 0% | 2 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |

Fuente: Diario El Comercio, sección de clasificados y Empleos, pertenecientes al 31 de Diciembre del 2006 y los meses de Enero y Febrero del 2007

Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

2.3 Demanda Laboral en el Cono Norte de Lima

A fin de identificar las características de la demanda laboral cuyo lugar de trabajo corresponda a los distritos del cono norte²⁰, hemos revisado los informes laborales de la RED CIL²¹ del Ministerio de Trabajo y la información específica del CIL Presentación de María del distrito de Comas. A continuación pasaremos a comentar los aspectos más relevantes.

Del estudio de la RED CIL sobre la demanda laboral del cono norte²², documento que procesó 2,530 vacantes solicitadas por las empresas durante el 2005, pasaremos a comentar los siguientes aspectos:

Distribución de las vacantes de empleo por género requerido

En el gráfico N°1 se observa que el 59% de las demandas laborales para el cono norte son indiferentes en cuanto al sexo del postulante, que existe un 24% de demanda por varones y un 17% de demanda por mujeres.

Al interior de la demanda por trabajadores varones, el 65% de ésta requiere un nivel de calificación operativo, 21% no calificado, 11% de nivel técnico y solo 3% de nivel profesional²³, la demanda por trabajadoras mujeres requiere de un nivel de calificación operativo en un 42%, 40% nivel de calificación técnico y 9% nivel de calificación profesional.

Gráfico N°1



Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

²⁰ Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres, Santa Rosa.

²¹ Red de centros de información laboral para buscadores de empleo, empresas e instituciones de capacitación.

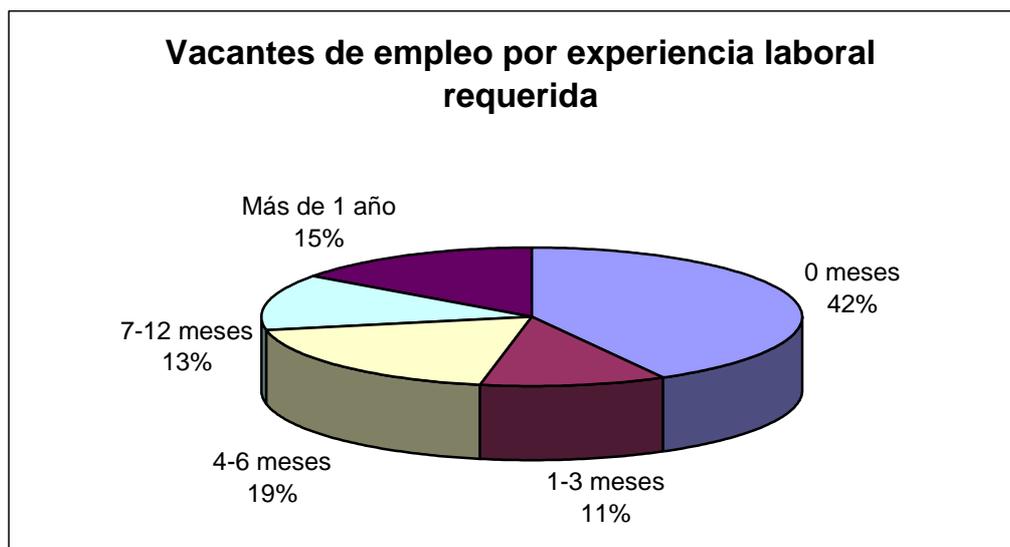
²² RED CIL PROEMPLO, "Características de la demanda laboral del Cono Norte", Mintra, 2006

²³ RED CIL PROEMPLO, "Características de la demanda laboral del cono norte", Mintra, 2006, Pág. 3

Distribución de las vacantes de empleo por experiencia laboral requerida

En el gráfico N°2 se aprecia que el 42% de la demanda no exigía experiencia laboral previa, 47% demanda una experiencia laboral mayor de 4 meses, 15% una experiencia laboral mayor de un año. Queremos destacar que de entrevistas realizadas a Directores de Centros Formativos y expertos laborales²⁴, nos informaron que si bien es cierto es alta la demanda laboral que no requiere de experiencia, sin embargo durante los procesos de selección de personal se prefieren a aquellos con experiencia laboral.

Gráfico N°2



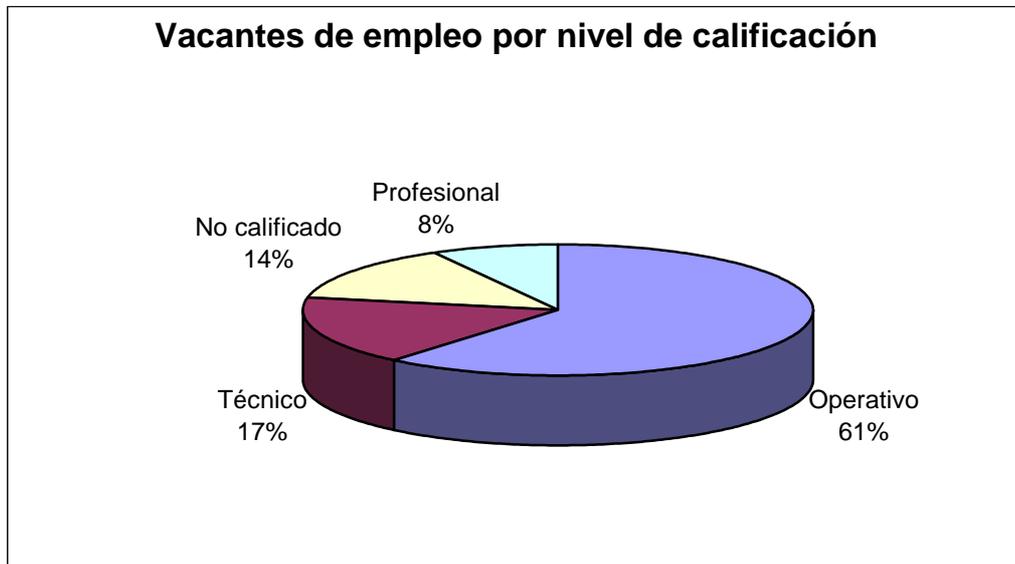
Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Distribución de las vacantes de empleo por nivel de calificación

El gráfico N°3 muestra las exigencias en calificación de los demandantes laborales, el 61% de las vacantes requería calificación a nivel operativo, 17% nivel técnico y 14% ninguna calificación.

²⁴ Elena Ramos Directora CET Jesús Obrero, María Luz Lacaste CET Presentación de María, Daniel Delgadillo Universal Textil

Gráfico N°3

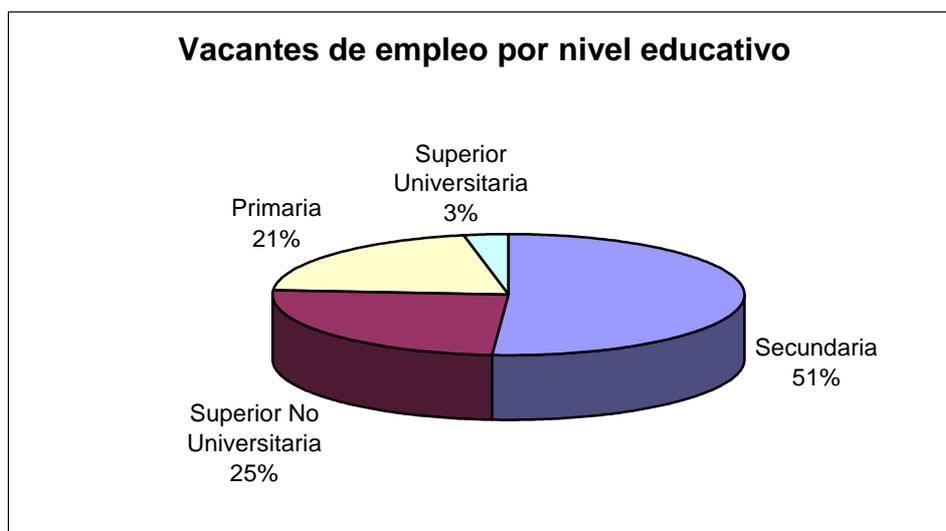


Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Distribución de las vacantes de empleo por nivel educativo

Como se observa en el cuadro N°4, el nivel educativo solicitado por los empleadores es el secundario en el 51% de los casos, seguido por los estudios superiores no universitarios (25%), primarios (21%) y 3% superior universitaria. Es decir un 79% de la demanda laboral requería educación secundaria o superior.

Gráfico N°4

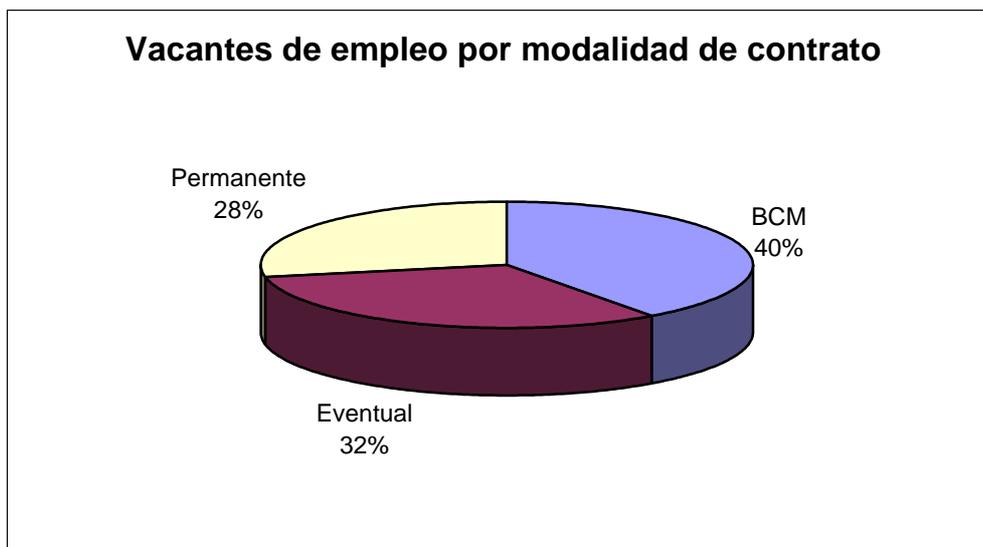


Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Distribución de las vacantes de empleo por modalidad de contrato

En el gráfico N°5, presentamos la demanda de empleo por modalidad de contrato, destacan el empleo eventual (32% de la demanda) y el empleo permanente (28% de la demanda), asimismo el empleo bajo cualquier modalidad de contrato (BCM) es el más extendido (40% de la demanda).

Gráfico N°5

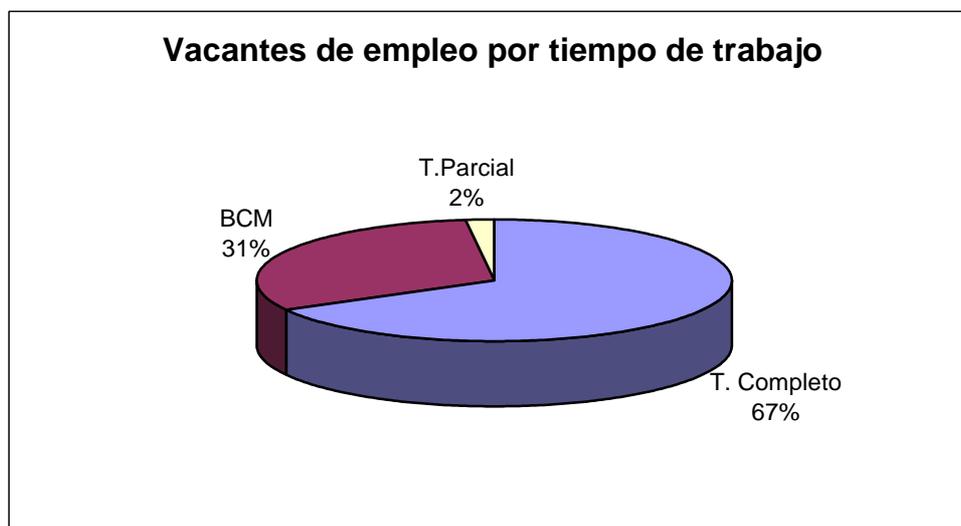


Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Distribución de las vacantes de empleo por tiempo de trabajo

El 67% de la demanda de empleo es para labores de tiempo completo, solo 2% lo es para labores a tiempo parcial (ver cuadro N°6).

Gráfico N°6



Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Distribución de las vacantes de empleo por rango de remuneraciones

Como muestra el cuadro N°7, 94% de los requerimientos laborales ofrecen una remuneración igual o superior al salario mínimo legal (S/.460.00), Solamente 6% de las demandas son inferiores a él y solo en el 2% de los casos se ofrecen remuneraciones superiores a los S/.1000.00.

Gráfico N°7



Fuente: Base de Demanda de la RED CIL PROEmpleo 2005
Elaboración: Departamento de investigación UCSS

Es importante destacar que a nivel de ramas económicas, el 36% de las vacantes de trabajo provienen de empresas industriales de bienes de consumo, 35% de empresas de servicios no personales y 20% provienen de la industria de bienes intermedios y de capital²⁵.

Demanda Laboral en Comas – RED CIL Presentación de María

Con la finalidad de identificar la tendencia del mercado de trabajo en el distrito de Comas, requerimos al CIL Presentación de María²⁶ nos proporcionara el cuadro histórico de las ofertas recibidas y las colocaciones laborales efectuadas, información que al recepcionarla nos ha permitido confeccionar el cuadro N°46, en el se aprecian los principales grupos ocupacionales demandados. Destaca el grupo de artesanos y operarios como el de mayor demanda (58% del total de la demanda), alcanzada en su mayoría de los talleres y plantas industriales. Otra demanda significativa fue la de vendedores (14% del total de la demanda). Otros grupos con importantes demandas fueron los de profesionales, técnicos y ocupaciones afines, los empleados de oficina y los trabajadores de servicios.

Sin embargo, la demanda total equivale solamente al 59% de la oferta recepcionada. Es preocupante además que la tasa de colocaciones sobre las cantidades demandas sea solamente de 74%, es decir hay un 26% de vacantes que no se cubren por problemas calificación. Esto es bastante evidente en los grupos ocupacionales de vendedores y de operarios (se dejaron de colocar 323 y 645 puestos de trabajo).

²⁵ RED CIL PROEMPLEO, "Características de la demanda laboral del cono norte", Mintra, 2006, Pág. 11

²⁶ Centro de Información Laboral perteneciente al CET Presentación de María, uno de los principales del distrito de Comas

Cuadro N° 58
Distribución de variables de mercado de trabajo según grupos ocupacionales

| Grupos Ocupacionales | Oferta | Demanda | Colocados | % |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------------------|
| | | 1 | 2 | Demanda colocada 2/1 |
| Profesionales, técnicos y ocupaciones afines | 1501 | 335 | 207 | 62% |
| Gerentes, administradores y funcionarios | 39 | 8 | 6 | 75% |
| Empleados de oficina | 1679 | 540 | 360 | 67% |
| Vendedores | 702 | 804 | 481 | 60% |
| Agricultores, ganaderos y pescadores | 14 | 38 | 35 | 92% |
| Mineros y canteros | 5 | 1 | 1 | 100% |
| Artisanos y operarios | 4140 | 3385 | 2740 | 81% |
| Obreros y jornaleros | 353 | 53 | 45 | 85% |
| Conductores | 316 | 89 | 55 | 62% |
| Trabajadores de los servicios | 895 | 482 | 282 | 59% |
| Trabajadores del hogar | 197 | 67 | 54 | 81% |
| TOTALES | 9841 | 5802 | 4266 | 74% |

Fuente: CIL presentación de María

Rango de Fechas: 01/09/1997 al 31/05/2006

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CAPÍTULO 3

EVALUACIÓN DE LA OFERTA DE CAPACIDADES Y DE LAS PREFERENCIAS DE LOS POBLADORES

3.1 Resultados de la Encuesta

El Perú es un país urbano, 7 de cada 10 peruanos viven en alguna de las ciudades y pueblos del territorio nacional, más del 30% del total vive en la capital, Lima. Se dice que en pocos años 9 de cada 10 peruanos vivirán en una ciudad. En ese contexto, la zona del Cono Norte de Lima, por su baja densidad poblacional, sigue siendo una buena alternativa inmobiliaria para los segmentos de bajos ingresos que migran a la capital o que buscan una vivienda propia. Estas migraciones y urbanizaciones de terrenos eriazos o deshabitados tienden a convertirse en el futuro, en zonas donde se pueda acceder a los servicios básicos con la intervención del Estado, una organización social pujante y una dinámica económica virtuosa.

Cada uno de los distritos que componen el Cono Norte presenta diferencias significativas e interesantes para el análisis y formulación de propuestas para el desarrollo local. Un dato a considerar, según Apoyo, Opinión y Mercado²⁷, es que dentro del Cono Norte podemos distinguir mediante la disposición de los niveles socio-económicos (NSE) por manzanas, la prácticamente inexistencia del estrato o NSE "A", la existencia de un 5% de manzanas dentro del estrato "B", un significativo 74% de manzanas ubicadas en los estratos "C" y "D" y un 22% en el NSE "E" que podría considerarse como de "extrema pobreza".

Luego de esta introducción, pasaremos a describir los principales hallazgos obtenidos mediante la Encuesta de Evaluación de Potencialidades en los Pobladores del AA. HH San Martín de Porres en el distrito de Comas, realizada durante los días 10, 11 y 12 de Marzo con la finalidad de rescatar información de las capacidades de los hogares del AA.HH.

Al revisar los datos demográficos más representativos, observamos que un 88.6% de los Jefes de Familia son varones y sólo el 11.4% mujeres (ver cuadro N°59), la mayoría de estas mujeres son madres solteras con una carga familiar de 2 a 4 hijos, con estudios no concluidos y con una variedad de necesidades que difícilmente pueden afrontar solas, por tal motivo se apoyan, en términos económicos y personales, en sus propios hijos. Las similitudes de edades entre el jefe de familia y su cónyuge es notoria, el mínimo está comprendido entre 18 y 20 años y el máximo entre 72 y 75 años. Un dato adicional es que tanto el 63.8% de los jefes de familia, el 21.0% de cónyuges y 15.2% de los hijos, se encuentran actualmente laborando.

²⁷ Apoyo, Opinión y Mercado, *Perfiles Zonales de Lima Metropolitana* 2005, pág. 8

Cuadro N° 59. Datos demográficos

| Sexo - Jefe de familia | Casos | Porcentaje | % Acumulado | |
|------------------------|-----------|------------|-------------|--|
| Hombre | 70 | 88.6 | 88.6 | |
| Mujer | 9 | 11.4 | 100.0 | |
| Total | 79 | 100 | | |

| Edad (en años) | Casos | Mínimo | Máximo | Promedio |
|--------------------------|-------|--------|--------|----------|
| Edad del jefe de familia | 78 | 18 | 75 | 40 |
| Edad-cónyuge | 58 | 20 | 72 | 34 |
| Edad-hijo1 | 57 | 0 | 40 | 14 |
| Edad-hijo 2 | 38 | 0 | 36 | 9 |
| Edad-hijo 3 | 15 | 1 | 25 | 13 |

Fuente: Encuesta de Evaluación de Potencialidades en los Pobladores del AA. HH San Martín de Porres – Comas- UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

El cuadro N° 60 muestra el régimen de tenencia de la vivienda, se observa que el grueso de los pobladores (68.4%) poseen títulos de propiedad y tienen sus casas totalmente pagadas. Asimismo los materiales predominantes en los exteriores de la vivienda, son principalmente la madera y el ladrillo.

Cuadro N° 60. Régimen de tenencia y material de la vivienda

| | Casos | Porcentaje (%) | (%) Acumulado |
|---|-----------|----------------|---------------|
| Régimen de tenencia de la vivienda | | | |
| Alquilada | 1 | 1.3 | 1.3 |
| Propia, pagando a plazos | 2 | 2.5 | 3.8 |
| Propia, totalmente pagada | 54 | 68.4 | 72.2 |
| Propia, invasión | 15 | 19.0 | 91.2 |
| Cedida por otro hogar | 3 | 3.8 | 95.0 |
| Otro | 2 | 2.5 | 97.5 |
| No sabe / No contesto | 2 | 2.5 | 100 |
| Total | 79 | 100 | |
| Material en las paredes | | | |
| Ladrillo | 24 | 30.4 | 30.4 |
| Adobe | 1 | 1.3 | 31.7 |
| Madera | 36 | 45.6 | 77.3 |
| Estera | 8 | 10.1 | 87.4 |
| Otro | 8 | 10.1 | 97.5 |
| No sabe / No contesto | 2 | 2.5 | 100 |
| Total | 79 | 100 | |

Fuente: Encuesta de Evaluación de Potencialidades en los Pobladores del AA. HH San Martín de Porres – Comas- UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Construir o identificar capacidades significa en primer lugar, tomar en cuenta el capital humano existente, es decir, el nivel de formación y educación de trabajadores, técnicos y profesionales: luego, a través de programas formativos adecuados a la realidad y a los problemas específicos del lugar, potenciar sus capacidades y dotarlas de empleabilidad y productividad.

El cuadro N° 61 presenta el nivel de instrucción de los miembros de las familias del AA. HH San Martín de Porres. De los 68 jefes de familia, el 60.3% ha completado sus estudios secundarios, lo cual indica que han culminado su formación básica, la primera etapa de su vida educativa y que han postergado los estudios posteriores para poder atender a sus familias. Asimismo al revisar el caso de los cónyuges, podemos observar que casi el 52% cuentan también con secundaria completa.

Cuadro N° 61. Nivel de instrucción de los miembros de la familia

| Miembro de la Familia | No sabe leer ni escribir | | Primaria | | | | Secundaria | | | | Superior | | Total | |
|-----------------------|--------------------------|------|----------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|----------|------|-------|--------|
| | | | Completa | | Incompleta | | Completa | | Incompleta | | Nº | (%) | Nº | (%) |
| | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | | | | |
| Jefe de la familia | - | - | 8 | 11.8% | 3 | 4.4% | 41 | 60.3% | 15 | 22.1% | 1 | 1.5% | 68 | 100.0% |
| Cónyuge | 1 | 1.9% | 9 | 17.3% | 3 | 5.8% | 27 | 51.9% | 11 | 21.2% | 1 | 1.9% | 52 | 100.0% |
| Hijos | - | - | 4 | 7.8% | 15 | 29.4% | 21 | 41.2% | 11 | 21.6% | - | - | 51 | 100.0% |

Fuente: Encuesta de Evaluación de Potencialidades en los Pobladores del AA. HH San Martín de Porres – Comas- UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

El nivel formativo y consecuentemente la empleabilidad de los pobladores del AA. HH San Martín de Porres puede mejorar si estos adquieren nuevos conocimientos y capacidades relacionados con la actividad económica que realizan o con la demanda por competencias laborales, para llegar a lograr este objetivo es imprescindible la participación de los propios residentes, de sus grupos organizados y de las instituciones de apoyo para diagnosticar participativamente sus restricciones y proponer soluciones.

Las necesidades de capacitación más urgentes para los pobladores se relacionan con el tipo de negocio que quieren formar para elevar sus ingresos económicos; la demanda por capacitación se ha orientado principalmente hacia los temas de administración de negocios (23.1% del total de demanda por capacitación), eso es razonable en tanto los dueños o propietarios del negocio deben conocer el mercado, sus principales compradores, proveedores, características de los productos demandados y las aglomeraciones comerciales, ver cuadro N°62.

Un 18.5% de los encuestados requieren de capacitación en Costura, dentro de este grupo se ubican grupos de madres de familias con habilidades para el tejido y el bordado, quienes buscan complementar sus ingresos. Asimismo, un 15.4% demanda capacitación en Gastronomía, pensando en emplearse o iniciar un pequeño negocio. Hay que considerar que casi un 50% del gasto en los segmentos bajos se da en alimentos.

Cuadro N° 62. Temas de capacitación más demandados

| Actividad | Casos | (%) |
|----------------------------|-----------|------------|
| Administración de negocios | 15 | 23.1 |
| Costura | 12 | 18.5 |
| Calzado | 3 | 4.6 |
| Cosmetología | 6 | 9.2 |
| Gastronomía | 10 | 15.4 |
| Construcción Civil | 3 | 4.6 |
| Mecánica | 3 | 4.6 |
| Manualidades | 5 | 7.7 |
| Otros | 8 | 12.3 |
| Total | 65 | 100 |

Fuente: Encuesta de Evaluación de Potencialidades en los Pobladores del AA. HH San Martín de Porres – Comas- UCSS
Elaboración: Departamento de Investigación - UCSS

Observaremos a continuación la condición laboral y las horas trabajadas por el Jefe del Hogar. Una persona que se desempeña como dueño del negocio, generalmente labora más de 12 horas. La situación del trabajador independiente es distinta, porque puede manejar sus horarios y generalmente cumple con sus 8 horas normales de trabajo mientras que un obrero tiene que trabajar forzosamente entre 8 y 12 horas, sobretodo aquellos que desempeñan labores de construcción, carpintería, y otros (véase Cuadro N° 63).

Cuadro N° 63. Niveles de ingresos según horas laborales

| Condición laboral | Horas laborales | | | | | | | | Total | |
|--------------------------|------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------------|--------------|-----------------|--------------|-----------|---------------|
| | Menos de 4 horas | | Entre 4 y 8 horas | | Entre 8 y 12 horas | | Más de 12 horas | | | |
| | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) |
| Dueño del negocio | - | - | 1 | 2.4% | 1 | 2.4% | 3 | 7.1% | 5 | 11.9% |
| Trabajador independiente | - | - | 8 | 19.0% | 4 | 9.5% | 2 | 4.8% | 14 | 33.3% |
| Empleado | - | - | 4 | 9.5% | 4 | 9.5% | 2 | 4.8% | 10 | 23.8% |
| Obrero | - | - | 2 | 4.8% | 7 | 16.7% | 1 | 2.4% | 10 | 23.8% |
| Trabajador del hogar | 1 | 2.40% | 1 | 2.4% | - | - | 1 | 2.4% | 3 | 7.1% |
| Total | 1 | 2.40% | 16 | 38.1% | 16 | 38.1% | 9 | 21.4% | 42 | 100.0% |

Finalmente mostramos el Cuadro N° 64 que nos permitirá conocer cuáles son los niveles de ingresos y las horas laborales de los jefes de familia. Podemos ver que aquellos que perciben entre 401 a 600 soles trabajan entre 4 a 8 horas. Llama la atención que exista un buen número de Jefes de Familia (25%) que trabajan entre 8 y 12 horas y reciben ingresos por debajo de los S/.400.00.

Cuadro N° 64. Niveles de ingresos según horas laborales

| Horas laborales | Nivel de ingreso (en soles mensuales) | | | | | | | | Total | |
|--------------------|---------------------------------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|------------|---------------|-----------|---------------|
| | Hasta 200 | | Entre 201 y 400 | | Entre 401 y 600 | | Más de 600 | | | |
| | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) | Nº | (%) |
| Menos de 4 horas | - | - | - | - | 1 | 10.0% | - | - | 1 | 2.5% |
| Entre 4 y 8 horas | 2 | 33.3% | 4 | 40.0% | 5 | 50.0% | 4 | 28.6% | 15 | 37.5% |
| Entre 8 y 12 horas | 2 | 33.3% | 4 | 40.0% | 3 | 30.0% | 6 | 42.9% | 15 | 37.5% |
| Mas de 12 horas | 2 | 33.3% | 2 | 20.0% | 1 | 10.0% | 4 | 28.6% | 9 | 22.5% |
| Total | 6 | 100.0% | 10 | 100.0% | 10 | 100.0% | 14 | 100.0% | 40 | 100.0% |

3.2 Análisis del taller participativo

La Cruz Roja Peruana y la Cruz Roja Española, en colaboración con el Área de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales de la Universidad Católica Sedes Sapientiae, organizaron este taller como un instrumento para evaluar las potencialidades de los pobladores del AA.HH. San Martín de Porres y sugerir líneas de intervención que posibiliten una mejora en la generación de ingresos para sus familias.

Objetivos:

- Identificar las capacidades y nivel de interés para desarrollar actividades productivas y de servicios de los pobladores.
- Identificar las preferencias formativas de los pobladores.
- Identificar las principales barreras para el incremento del ingreso de las familias.
- Identificar las propuestas para el fortalecimiento de su asociación.

Preguntas temáticas

- Tema 1: ¿Cuáles considera son las actividades productivas o servicios para los que está más calificado?
- Tema 2: De poder hacerlo, ¿En que le gustaría capacitarse usted o capacitar a sus hijos?
- Tema 3: ¿Cuáles considera son las principales barreras para que usted y su familia mejoren sus ingresos?
- Tema 4: Mencione los beneficios y desventajas de trabajar individualmente y asociativamente.

Metodología

Al inicio del taller, luego del registro de participantes y presentación por parte de un representante de la Cruz Roja. El coordinador del Taller explicó a los participantes la dinámica del mismo.

A continuación se formaron grupos de trabajo dirigidos por un facilitador, quien entregó a cada integrante una tarjeta de cartulina donde registraron sus 3 principales impresiones en relación a la pregunta temática formulada. (Tiempo 3 minutos), luego el facilitador simultáneamente recepcionó las tarjetas, registró en un papelógrafo los aportes de los participantes y les pidió que profundicen su comentario (tiempo 12 minutos). Esta acción fue repetida para los cuatro temas a tratar.

Cada grupo eligió a un representante, quien en el plenario en no más de 3 minutos sintetizó las principales apreciaciones del grupo.

Con la información de las tarjetas, los papelógrafos y las intervenciones finales de los representantes de grupos, desarrollamos cuadros de análisis que nos han permitido preparar comentarios sobre las motivaciones e intereses de los habitantes del A.H. San Martín de Porres. Los cuadros los hemos organizado a fin de poder comentar las conclusiones grupales a nivel general, es decir considerando la opinión de todos los participantes del taller, a nivel de grupos de interés, que corresponden a las principales actividades o funciones realizadas (zapateros, constructores, manuales, entre otros) y a nivel de sexo, realizando el análisis tanto para el grupo de hombres como para el de mujeres.

Ranking General

La primera observación a los resultados del taller participativo lo realizamos agregando todas las respuestas de todos los participantes. A continuación los principales alcances:

En general los habitantes de San Martín de Porres consideran que están calificados principalmente para las actividades de corte y confección y ventas, asimismo manifiestan tener habilidades en panadería, manualidades y albañilería (ver cuadro N°65).

Los habitantes de San Martín de Porres declararon que de poder hacerlo les gustaría capacitarse preferentemente en confecciones, manualidades, tejeduría, ventas y cocina (ver cuadro N°66).

Los pobladores del asentamiento manifestaron que las principales barreras para que ellos y sus familias mejoren sus ingresos fueron: la falta de capital, la falta de capacitación y la necesidad de invertir su tiempo en cuidar a sus hijos (ver cuadro N°67).

Para los pobladores, las ventajas de trabajar solo son: mayores ingresos y control del negocio (ver cuadro N°68).

Consideran que los principales problemas de trabajar solo son: falta de apoyo, estrés y menores ingresos por disponer de menor capital para invertir (ver cuadro N°69).

Los pobladores señalaron que las principales facilidades de trabajar asociativamente son: obtener mayores ingresos, cumplir con la demanda y trabajar en equipo (ver cuadro N°70).

Mencionaron que los principales problemas para trabajar asociativamente son: la generación de conflictos y la reducción de ingresos por tener que distribuir entre más personas las utilidades (ver cuadro N°71).

El cuadro N°72 presenta el resumen de las frecuencias de respuestas, fueron 512 las respuestas realizadas por las mujeres del asentamiento y 239 las realizadas por los hombres, siendo el total general de 751 respuestas.

Ranking por sexo

Dado que determinadas exigencias de los pobladores pudieran diferenciarse en función al sexo del poblador, estimamos conveniente realizar el análisis de las preguntas temáticas agrupando a la población de acuerdo al sexo de cada uno.

Sexo Masculino

Los varones consideran que están principalmente calificados para la albañilería (ver cuadro N°73).

Los varones del asentamiento manifestaron que de poder hacerlo, desearían capacitarse ellos o capacitar a sus hijos en gasfitería y en office (ver cuadro N°74).

Los varones consideran que las principales barreras para que mejoren ellos sus ingresos y el de sus familias son: falta de capital para invertir e inestabilidad en el empleo (ver cuadro N°75).

Los varones de San Martín de Porres manifestaron que la principal ventaja de trabajar solo es la posibilidad de obtener mayores ingresos (ver cuadro N°76).

Los varones declararon que los principales problemas de trabajar solo son: obtener menores ingresos y la falta de apoyo (ver cuadro N°77).

Para los varones las principales facilidades de trabajar asociativamente son: trabajar en equipo y cumplir con los pedidos (ver cuadro N°78).

Los varones señalaron que los principales problemas de trabajar asociativamente son: los menores ingresos obtenidos y la generación de conflictos que socavan la asociación (ver cuadro N°79).

Sexo Femenino

Las mujeres del asentamiento humano San Martín de Porres, manifestaron que las actividades en las que se encuentran más calificadas son: confecciones, ventas, manualidades y panadería (ver cuadro N°80).

Las mujeres indicaron que de poder hacerlo preferían capacitarse en confecciones, manualidades y tejeduría (ver cuadro N°81).

Las mujeres manifestaron que las principales barreras para que mejoren sus ingresos son: la falta de capital, la necesidad de cuidar a sus hijos y la falta de capacitación (ver cuadro N°82).

Las mujeres señalaron que las ventajas de trabajar solo son: obtener mayores ingresos y el control del negocio (ver cuadro N°83).

Para las mujeres, los principales problemas de trabajar solo son: la falta de apoyo y la generación de estrés (ver cuadro N°84).

Las mujeres mencionaron que las principales facilidades de trabajar asociativamente son: obtener mayores ingresos, cumplir con los pedidos y la posibilidad de trabajar en equipo (ver cuadro N°85).

Las mujeres manifestaron también que los principales problemas de trabajar asociativamente son: la generación de conflictos entre los asociados y los problemas con los cronogramas y horarios (ver cuadro N°86).

El cuadro N°87 muestra las frecuencias de respuestas por grupos de interés, se aprecia que fueron los grupos de manuales y albañiles los que más aportaron con respuestas.

Ranking según grupos de interés

Debido a que el análisis de los intereses y motivaciones de los miembros de un grupo específico pudieran ayudar a enfocar mejor las iniciativas de mejora de ingresos, a continuación vamos a revisar los distintos grupos de interés y sus apreciaciones sobre las distintas preguntas temáticas.

Grupo Comerciantes

Como se aprecia en el cuadro N°88, los comerciantes se consideran principalmente calificados para las ventas, de poder capacitarse lo harían en gestión, la principal barrera para que mejoren sus ingresos es la falta de capital, las ventajas de trabajar solo son: manejar su propio horario y obtener mayores ingresos. Las desventajas de trabajar solo son: el estrés y obtener menores ingresos. La ventaja de trabajar asociativamente es obtener mayores ingresos y la desventaja es la generación de conflictos entre los asociados.

Grupo Trabajadores de Construcción

En el cuadro N°89, se observa que los miembros de este grupo se consideran calificados en albañilería, de tener la posibilidad de capacitarse lo harían en gasfitería, manifiestan que las principales barreras para que incrementen sus ingresos son la falta de capital y la inestabilidad en el empleo, para ellos, la ventaja de trabajar solo es poder captar mayores ingresos y la desventajas son los conflictos y la inadecuada toma de decisiones, la ventaja de trabajar asociativamente es poder cumplir con los pedidos de los clientes y las desventajas son menores ingresos y conflictos entre asociados.

Grupo Emprendedores

Tal como se muestra en el cuadro N°90, los emprendedores consideran que están calificados en confecciones, si tuvieran la oportunidad de capacitarse se especializarían en confecciones, manifiestan que las principales barreras para incrementar sus ingresos son la falta de capital y la necesidad de cuidar a sus hijos, la ventaja de trabajar solo es poseer el control del negocio, la desventaja es la falta de apoyo, la ventaja de trabajar asociativamente es la de poder crecer empresarialmente y la desventaja es la posibilidad de conflictos entre asociados.

Grupo Jóvenes

En el cuadro N°91 mostramos las preferencias del grupo de los jóvenes, quienes se sienten calificados en cocina, de poder calificarse lo harían en sistemas informáticos, la principal barrera para que incrementen sus ingresos es la falta de capital, para ellos la ventaja de trabajar solos es la posibilidad de mayores ingresos, la desventaja es la falta de apoyo, la ventaja de trabajar asociativamente es una adecuada toma de decisiones y la desventaja es la posibilidad de obtener menores ingresos.

Grupo Manualidades

Como aparece en el cuadro N°92, los integrantes del grupo se sienten calificados en bordados y manualidades, de poder capacitarse lo harían en confecciones, las principales barreras para incrementar sus ingresos son: la falta de capital, la necesidad de cuidar a sus hijos y la falta de capacitación. Las ventajas de trabajar asociativamente son mayor control del negocio y mayores ingresos, las desventajas son el estrés y la falta de tiempo; las ventajas de trabajar asociativamente son mayores ingresos y el trabajo en equipo, la desventaja es la posibilidad de conflictos entre asociados.

Grupo otros Oficios

El cuadro N°93 presenta las preferencias de los integrantes del grupo otros oficios, quienes manifestaron tener calificaciones muy variadas desde panaderos, cosmetólogos hasta expertos en manualidades, de poder capacitarse lo harían en cosmetología, las principales limitaciones para que incrementen sus ingresos son la falta de capital y la falta de tiempo, consideran que las ventajas de trabajar solo son: control del negocio, mayores ingresos y manejar su propio horario, la desventaja es la falta de apoyo, la ventaja de trabajar asociativamente es la posibilidad de trabajar en equipo y la desventaja es obtener menores ingresos.

Grupo Zapateros

Como observamos en el cuadro N°94, los miembros se consideran calificados en zapatería, de poder capacitarse lo harían en gestión de negocios, manifiestan que la falta de capital es la principal barrera para que logren incrementar sus ingresos, la ventaja de trabajar solo es el control del negocio y la desventaja es una inadecuada toma de decisiones, la ventaja de trabajar asociativamente es poder obtener mayores ingresos y la desventaja es la amenaza de conflictos entre asociados.

CUADRO N° 65

Ranking general - Taller Participativo Pregunta N.1

¿Cuáles considera son las actividades productivas o servicios para los que está más calificado?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------|------------|
| 1 | Corte y Confección | 16 |
| 1 | Ventas | 16 |
| 2 | Panadería y pastelería | 10 |
| 2 | Manualidades | 10 |
| 2 | Albañilería | 10 |
| 3 | Cocina | 9 |
| 4 | Tejeduría | 7 |
| 5 | Bordado | 6 |
| 6 | Zapatería | 5 |
| 6 | Cosmetología | 5 |
| 7 | Negocio propio | 4 |
| 7 | Carpintería | 4 |
| 8 | Mesero (a) | 3 |
| 8 | Gasfitería | 3 |
| 9 | Limpieza | 3 |
| 10 | Otros | 24 |
| | TOTAL | 135 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 66**Ranking general - Taller Participativo Pregunta N.2**

De poder hacerlo, ¿En qué le gustaría capacitarse usted o capacitar a sus hijos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------|------------|
| 1 | Corte y confección | 16 |
| 2 | Manualidades | 9 |
| 3 | Tejeduría | 8 |
| 3 | Ventas | 8 |
| 3 | Cocina | 8 |
| 4 | Negocio propio | 7 |
| 5 | Cosmetología | 6 |
| 6 | Gasfitería | 5 |
| 6 | Office | 5 |
| 6 | Electricista | 5 |
| 7 | Contabilidad | 4 |
| 7 | Baile | 4 |
| 7 | Enfermería | 4 |
| 7 | Albañilería | 4 |
| 8 | Atención al público | 3 |
| 8 | Carpintería | 3 |
| 8 | Cómo educar a mis hijos | 3 |
| 8 | Enchapado de cerámicas | 3 |
| 8 | Panadería y pastelería | 3 |
| 9 | Otros | 26 |
| | TOTAL | 134 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 67**Ranking general - Taller Participativo Pregunta N.3**

¿Cuáles considera son las principales barreras para que usted y su familia mejoren sus ingresos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|----------------------------------|------------|
| 1 | Falta de capital | 46 |
| 2 | Falta de capacitación | 20 |
| 3 | Cuidar a mis hijos | 16 |
| 4 | Falta de empleo (inestabilidad) | 14 |
| 5 | Falta de tiempo | 9 |
| 6 | Desunión familiar | 5 |
| 7 | Inadecuada ubicación del negocio | 3 |
| 8 | Otros | 7 |
| | TOTAL | 120 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 68**Ranking general - Taller Participativo Pregunta N.4 A1.**

Mencione las facilidades de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Mayores ingresos | 28 |
| 2 | Control del negocio | 16 |
| 3 | Propio horario | 11 |
| 4 | Menos conflicto | 4 |
| 5 | No me explotan | 3 |
| 6 | Otros | 15 |
| | TOTAL | 77 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 69
Ranking general - Taller Participativo Pregunta N. 4 A2.

Mencione los problemas de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|--------------------------------|------------|
| 1 | Falta de Apoyo | 24 |
| 2 | Estrés | 16 |
| 3 | Menores ingresos | 12 |
| 4 | Inadecuada toma de decisiones | 11 |
| 5 | Falta de tiempo | 10 |
| 6 | No cumplir con la demanda | 7 |
| 7 | Conflictos | 6 |
| 8 | Asumo muchas responsabilidades | 3 |
| 9 | Otros | 8 |
| | TOTAL | 97 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 70
Ranking general - Taller Participativo Pregunta N. 4 B1.

Mencione las facilidades de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------------|------------|
| 1 | Mayores ingresos | 26 |
| 2 | Cumpli con la demanda | 21 |
| 3 | Trabajo en equipo | 20 |
| 4 | Adecuada toma de decisiones | 10 |
| 5 | Compartir horario de trabajo | 5 |
| 5 | Crecimiento | 5 |
| 6 | Mayor inversión | 4 |
| 7 | Menos conflicto | 3 |
| 7 | Más tiempo p/otras labores | 3 |
| 8 | Otras | 4 |
| | TOTAL | 101 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 71
Ranking general - Taller Participativo Pregunta N. 4 B2

Mencione los problemas de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------------|------------|
| 1 | Conflictos | 34 |
| 2 | Menores ingresos | 29 |
| 3 | Desconfianza | 8 |
| 4 | Inadecuada toma de decisiones | 7 |
| 5 | Otros | 9 |
| | TOTAL | 87 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 72 RESUMEN
Resumen de frecuencia en sexo femenino y masculino

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|--------------|------------|
| 1 | Femenino | 512 |
| 2 | Masculino | 239 |
| | TOTAL | 751 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 73**Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino**

1.¿Cuáles considera son las actividades productivas o servicios para los que está más calificado?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|--------------|------------|
| 1 | Albañilería | 9 |
| 2 | Carpintería | 4 |
| 2 | Ventas | 4 |
| 3 | Gasfitería | 3 |
| 3 | Zapatería | 3 |
| 4 | Otros | 24 |
| | TOTAL | 47 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 74**Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino**

2.De poder hacerlo, ¿En qué le gustaría capacitarse usted o capacitar a sus hijos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------|------------|
| 1 | Gasfitería | 5 |
| 2 | Office | 4 |
| | Albañilería | 3 |
| 3 | Carpintería | 3 |
| 3 | Electricista | 3 |
| 3 | Enchapado de cerámicas | 3 |
| 3 | Negocio propio | 3 |
| 3 | Ventas | 3 |
| 4 | Otras | 17 |
| | TOTAL | 44 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 75

Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino

3. ¿Cuáles considera son las principales barreras para que usted y su familia mejoren sus ingresos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|---------------------------------|------------|
| 1 | Falta de capital | 15 |
| 2 | Falta de empleo (inestabilidad) | 7 |
| 3 | Falta de capacitación | 5 |
| 4 | Falta de tiempo | 3 |
| 5 | Otros | 6 |
| | TOTAL | 36 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 76

Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino

4. A1. Mencione las facilidades de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Mayores ingresos | 13 |
| 2 | Menos conflicto | 3 |
| 2 | Control del negocio | 3 |
| 3 | Otros | 3 |
| | TOTAL | 22 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 77
Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino

4 A2.Mencione los problemas de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------------|------------|
| 1 | Menores ingresos | 6 |
| 1 | Falta de apoyo | 6 |
| 2 | Inadecuada toma de decisiones | 5 |
| 3 | Conflictos | 4 |
| 4 | Otros | 7 |
| | TOTAL | 28 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 78
Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino

4 B1.Mencione las facilidades de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------|------------|
| 1 | Trabajo en equipo | 7 |
| 1 | Cumplir con la demanda | 7 |
| 2 | Mayores ingresos | 5 |
| 3 | Mayor inversión | 4 |
| 4 | Otros | 6 |
| | TOTAL | 29 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 79**Tabulación del Taller Participativo según sexo masculino**

4 B2.Mencione los problemas de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------------|------------|
| 1 | Menores ingresos | 14 |
| 2 | Conflictos | 13 |
| 3 | Inadecuada toma de decisiones | 4 |
| 4 | Otros | 2 |
| | TOTAL | 33 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 80**Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino**

1.¿Cuáles considera son las actividades productivas o servicios para los que está más calificado?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------|------------|
| 1 | Corte y confección | 14 |
| 2 | Ventas | 12 |
| 3 | Manualidades | 9 |
| 4 | Panadería y pastelería | 8 |
| 5 | Cocina | 7 |
| 6 | Bordado | 5 |
| 6 | Cosmetología | 5 |
| 7 | Negocio propio | 4 |
| 8 | Limpieza | 3 |
| 9 | Otros | 14 |
| | TOTAL | 81 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 81**Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino**

2. De poder hacerlo, ¿En qué le gustaría capacitarse usted o capacitar a sus hijos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------|------------|
| 1 | Corte y confección | 15 |
| 2 | Manualidades | 9 |
| 3 | Tejeduría | 8 |
| 4 | Cocina | 7 |
| 5 | Cosmetología | 6 |
| 6 | Ventas | 5 |
| 7 | Baile | 4 |
| 7 | Negocio propio | 4 |
| 8 | Cómo educar a mis hijos | 3 |
| 8 | Contabilidad | 3 |
| 8 | Enfermería | 3 |
| 9 | Otros | 23 |
| | TOTAL | 90 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 82**Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino**

3. ¿Cuáles considera son las principales barreras para que usted y su familia mejoren sus ingresos?

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-----------------------|------------|
| 1 | Falta de capital | 31 |
| 2 | Cuidar a mis hijos | 15 |
| 2 | Falta de capacitación | 15 |
| 3 | Falta de empleo | 7 |
| 4 | Falta de tiempo | 6 |
| 5 | Desunión familiar | 3 |
| 6 | Otros | 7 |
| | TOTAL | 84 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 83
Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino

4. A1.Mencione las facilidades de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|---------------------|------------|
| 1 | Mayores ingresos | 15 |
| 2 | Control del negocio | 13 |
| 3 | Propio horario | 10 |
| 4 | No me exploten | 3 |
| 5 | Otros | 14 |
| | TOTAL | 55 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 84
Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino

4 A2.Mencione los problemas de trabajar solo

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|--------------------------------|------------|
| 1 | Falta de apoyo | 18 |
| 2 | Estrés | 14 |
| 3 | Falta de tiempo | 8 |
| 4 | Inadecuada toma de decisiones | 7 |
| 5 | Menores ingresos | 6 |
| 6 | No cumplir con la demanda | 5 |
| 7 | Asumo muchas responsabilidades | 3 |
| 8 | Otros | 8 |
| | TOTAL | 69 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 85
Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino

4. B1. Mencione las facilidades de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|------------------------------|------------|
| 1 | Mayores ingresos | 21 |
| 2 | Cumplir con la demanda | 14 |
| 3 | Trabajo en equipo | 13 |
| 4 | Adecuada toma de decisiones | 8 |
| 5 | Compartir horario de trabajo | 5 |
| 6 | Crecimiento | 3 |
| 6 | Más tiempo p/otras labores | 3 |
| 7 | Otros | 5 |
| | TOTAL | 72 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 86
Tabulación del Taller Participativo según sexo femenino

4. B2. Mencione los problemas de trabajar asociativamente

| Orden | Respuesta | Frecuencia |
|-------|-------------------------------|------------|
| 1 | Conflictos | 21 |
| 2 | Problemas de horario | 15 |
| 3 | Desconfianza | 7 |
| 4 | Inadecuada toma de decisiones | 3 |
| 5 | Otros | 8 |
| | TOTAL | 54 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 87 GENERAL
Total tabulación de respuestas por grupo

| N ^a | Grupo | Total frecuencia |
|----------------|---------------|------------------|
| 1 | Comerciantes | 112 |
| 2 | Construcción | 144 |
| 3 | Emprendedores | 78 |
| 4 | Jóvenes | 120 |
| 5 | Manualidades | 172 |
| 6 | Otros oficios | 98 |
| 7 | Zapatería | 27 |
| | TOTAL | 751 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 88
Tabulación de respuestas por grupo: Comerciantes

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|----------------------------------|------------|
| 1 | Ventas | 7 |
| 1 | Negocio propio | 2 |
| 1 | Otros | 3 |
| 2 | Negocio propio | 4 |
| 2 | Ventas | 3 |
| 2 | Manualidades | 3 |
| 2 | Atención al público | 3 |
| 2 | Fabricación de productos | 2 |
| 2 | Otros | 5 |
| 3 | Falta de capital | 8 |
| 3 | Falta de capacitación | 3 |
| 3 | Inadecuada ubicación del negocio | 3 |
| 3 | Falta de empleo (inestabilidad) | 2 |
| 3 | Otros | 2 |
| 4 A1 | Propio horario | 7 |
| 4 A1 | Mayores ingresos | 7 |
| 4 A1 | Control del negocio | 2 |
| 4 A1 | Otros | 1 |
| 4 A2 | Estrés | 5 |
| 4 A2 | Menores ingresos | 3 |
| 4 A2 | Asumo muchas responsabilidades | 3 |
| 4 A2 | Falta de apoyo | 2 |
| 4 A2 | Otros | 6 |
| 4 B1 | Mayores ingresos | 6 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 3 |
| 4 B1 | Otros | 5 |
| 4 B2 | Conflictos | 5 |
| 4 B2 | Inadecuada toma de decisiones | 3 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 3 |
| 4 B2 | Otros | 1 |
| | TOTAL | 112 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 89 Tabulación de respuestas por grupo: Construcción

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|---------------------------------|------------|
| 1 | Albañilería | 9 |
| 1 | Gasfitería | 3 |
| 1 | Carpintería | 2 |
| 1 | Cocina | 2 |
| 1 | Corte y confección | 2 |
| 1 | Electricista | 2 |
| 1 | Limpieza | 2 |
| 1 | Otros | 8 |
| 2 | Gasfitería | 5 |
| 2 | Cómo educar a mis hijos | 3 |
| 2 | Electricista | 3 |
| 2 | Enchapado de cerámicas | 3 |
| 2 | Enfermería | 3 |
| 2 | Albañilería | 2 |
| 2 | Carpintería | 2 |
| 2 | Fierrero | 2 |
| 2 | Otros | 2 |
| 3 | Falta de capital | 9 |
| 3 | Falta de empleo (inestabilidad) | 7 |
| 3 | Falta de capacitación | 6 |
| 3 | Otros | 1 |
| 4 A1 | Mayores ingresos | 9 |
| 4 A1 | Control del negocio | 2 |
| 4 A1 | Otros | 3 |
| 4 A2 | Conflictos | 6 |
| 4 A2 | Inadecuada toma de decisiones | 6 |
| 4 A2 | Menores ingresos | 3 |
| 4 A2 | Otros | 1 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 7 |
| 4 B1 | Trabajo en equipo | 4 |
| 4 B1 | Mayores ingresos | 2 |
| 4 B1 | Otros | 4 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 9 |
| 4 B2 | Conflictos | 8 |
| 4 B2 | Otros | 2 |
| | TOTAL | 144 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 91
Tabulación de respuestas por grupo: Jóvenes

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|---------------------------------|------------|
| 1 | Cocina | 3 |
| 1 | Mecánica | 2 |
| 1 | Mesero (a) | 2 |
| 1 | Office | 2 |
| 1 | Ventas | 2 |
| 1 | Otros | 9 |
| 2 | Office | 4 |
| 2 | Teatro | 2 |
| 2 | Albañilería | 2 |
| 2 | Contabilidad | 2 |
| 2 | Enfermería | 2 |
| 2 | Otros | 9 |
| 3 | Falta de capital | 7 |
| 3 | Falta de tiempo | 4 |
| 3 | Falta de empleo (inestabilidad) | 3 |
| 3 | Falta de capacitación | 2 |
| 3 | Otros | 1 |
| 4 A1 | Mayores ingresos | 6 |
| 4 A1 | Menos conflicto | 3 |
| 4 A1 | Control del negocio | 2 |
| 4 A1 | Otros | 3 |
| 4 A2 | Falta de apoyo | 6 |
| 4 A2 | Falta de tiempo | 3 |
| 4 A2 | Inadecuada toma de decisiones | 2 |
| 4 A2 | Otros | 2 |
| 4 B1 | Adecuada toma de decisiones | 4 |
| 4 B1 | Trabajo en equipo | 4 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 4 |
| 4 B1 | Mayor inversión | 3 |
| 4 B1 | Otros | 3 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 7 |
| 4 B2 | Conflictos | 6 |
| 4 B2 | Desconfianza | 2 |
| 4 B2 | Inadecuada toma de decisiones | 2 |
| 4 B2 | Otros | 0 |
| | TOTAL | 120 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 92

Tabulación de respuestas por grupo: Manualidades

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|------------------------------|------------|
| 1 | Bordado | 6 |
| 1 | Manualidades | 6 |
| 1 | Corte y confección | 5 |
| 1 | Tejeduría | 5 |
| 1 | Panadería y pastelería | 3 |
| 1 | Cocina | 2 |
| 1 | Otros | 4 |
| 2 | Corte y confección | 6 |
| 2 | Cocina | 5 |
| 2 | Manualidades | 5 |
| 2 | Tejeduría | 5 |
| 2 | Baile | 4 |
| 2 | Ventas | 2 |
| 2 | Otros | 4 |
| 3 | Falta de capital | 8 |
| 3 | Cuidar a mis hijos | 8 |
| 3 | Falta de capacitación | 7 |
| 3 | Otros | 4 |
| 4 A1 | Control del negocio | 3 |
| 4 A1 | Mayores ingresos | 3 |
| 4 A1 | Estrés | 2 |
| 4 A1 | Otros | 2 |
| 4 A2 | Estrés | 7 |
| 4 A2 | Falta de tiempo | 6 |
| 4 A2 | Falta de apoyo | 5 |
| 4 A2 | Menores ingresos | 2 |
| 4 A2 | Otros | 2 |
| 4 B1 | Mayores ingresos | 9 |
| 4 B1 | Trabajo en equipo | 6 |
| 4 B1 | Adecuada toma de decisiones | 3 |
| 4 B1 | Compartir horario de trabajo | 3 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 3 |
| 4 B1 | Otros | 3 |
| 4 B2 | Conflictos | 7 |
| 4 B2 | Desconfianza | 5 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 5 |
| 4 B2 | Depender de otros | 2 |
| 4 B2 | Problemas de horario | 2 |
| 4 B2 | Otros | 3 |
| | TOTAL | 172 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 93
Tabulación de respuestas por grupo: Otros oficios

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|----------------------------|------------|
| 1 | Panadería y pastelería | 4 |
| 1 | Cosmetología | 3 |
| 1 | Manualidades | 3 |
| 1 | Corte y confección | 2 |
| 1 | Otros | 6 |
| 2 | Cosmetología | 4 |
| 2 | Panadería y pastelería | 2 |
| 2 | Tejeduría | 2 |
| 2 | Cocina | 2 |
| 2 | Otros | 7 |
| 3 | Falta de capital | 4 |
| 3 | Falta de tiempo | 3 |
| 3 | Cuidar a mis hijos | 2 |
| 3 | Desunión familiar | 2 |
| 3 | Falta de capacitación | 2 |
| 3 | Otros | 3 |
| 4 A1 | Control del negocio | 3 |
| 4 A1 | Mayores ingresos | 3 |
| 4 A1 | Propio horario | 3 |
| 4 A1 | Otros | 2 |
| 4 A2 | Falta de apoyo | 6 |
| 4 A2 | No cumplir con la demanda | 3 |
| 4 A2 | Estrés | 2 |
| 4 A2 | Otros | 2 |
| 4 B1 | Trabajo en equipo | 6 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 2 |
| 4 B1 | Más tiempo p/otras labores | 2 |
| 4 B1 | Mayores ingresos | 3 |
| 4 B1 | Otros | 2 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 3 |
| 4 B2 | Conflictos | 3 |
| 4 B2 | Otros | 2 |
| | TOTAL | 98 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

CUADRO N° 94
Tabulación de respuestas por grupo: Zapateros

| Pregunta | Respuesta | Frecuencia |
|----------|-------------------------------|------------|
| 1 | Zapatería | 4 |
| 1 | Ventas | 2 |
| 1 | Otros | 1 |
| 2 | Negocio propio | 2 |
| 2 | Ingeniería civil | 2 |
| 2 | Otros | 2 |
| 3 | Falta de capital | 3 |
| 3 | Otros | 0 |
| 4 A1 | Control del negocio | 1 |
| 4 A1 | Otros | 0 |
| 4 A2 | Inadecuada toma de decisiones | 1 |
| 4 A2 | Menores ingresos | 1 |
| 4 A2 | No cumplir con la demanda | 1 |
| 4 A2 | Otros | 0 |
| 4 B1 | Mayores ingresos | 3 |
| 4 B1 | Cumplir con la demanda | 2 |
| 4 B1 | Otros | 0 |
| 4 B2 | Conflictos | 1 |
| 4 B2 | Menores ingresos | 1 |
| 4 B2 | Otros | 0 |
| | TOTAL | 27 |

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

FOCUS GROUP

Objetivo. – Plantear preguntas específicas sobre como profundizar las expectativas, necesidades y deseos de la población.

Moderador: **William Muñoz**

Participantes:

| Mujeres | Hombres |
|--|--|
| Lucia Falcón (L.F) - Comerciante Matha Laupa (M.L) - Comerciante Marisol Alberca (M.A) - Vendedora Ambulante de comida. Janet Guevara (J.G) - Microempresaria Jesús Suluco (J.S) - Ama de casa Pilar Uribe (P.U) - Comerciante eventual | Orlando Guevara (O.G) - Microempresario José Santos (J.Sa) - Carpintero Juan Suta (J.Su) - Comerciante Orlando Mogollón (O.M) - Joven líder |

Preguntas:

1. **¿En qué temáticas o cursos le gustaría capacitarse para mejorar sus habilidades o capacidades?**

| Mujeres | Varones |
|--|---|
| L.F: Capacitarme en ventas. Capacitar a mi hija y a los jóvenes del AAHH en computación, corte y confección. M.L: Capacitarme en ampliar mi negocio. Para los jóvenes del AAHH que se capaciten en temas cortos como electrónica, mecánica automotriz y auxiliar en enfermería. M.A: Capacitarme en Ventas y como ampliar mi negocio. | O.G: Capacitarme en diseño y capacitar a mis hijos en computación. J.Sa: Capacitarme en técnicas de internacionalización. Para los jóvenes del AAHH brindarles asesorías en educación. J.Su: Capacitarme en Farmacia, administración de empresas y para los jóvenes del AAHH brindarles talleres como gasfiteria, electricidad. O.M: Capacitarme en gasfiteria, electricidad. |

Como se puede observar en el caso de las mujeres la propuesta de capacitación mas demandadas fue la capacitación en ventas, esto obedece a la naturaleza de la actividad que refleja, básicamente comercial. Para sus hijos recomiendan fundamentalmente oficios de corto aprendizaje como: computación, confecciones, electrónica, mecánica y auxiliar de enfermería. En el caso de los varones sus propuestas son más específicas como diseño en calzado, gestión y gasfiteria, ellos proponen ser capacitados en temas relacionados con su

actividad. Para sus familias recomiendan similar a las mujeres oficios cortos como computación, gasfitería, electricidad. En el caso de los señores que desean exportar se recomienda que busquen integrarse a una cadena productiva existente, para el cual previamente deberá evaluar sus cualidades productivas y su competitividad. Deberían asimismo considerar la opción de participar en un grupo asociativo puesto que en el mercado la demanda es por grandes cantidades; las charlas, capacitaciones puedan ser ubicadas en Prompex²⁸, Prompyme²⁹.

2. ¿Conoce algunos CEO's, institutos u otros centros de formación que puedan brindarle este tipo de capacitación?

| Mujeres | Varones |
|--|---|
| <p>L.F: No conozco. M.L: Centro de formación del vaso de leche. M. A: No conozco.</p> | <p>O.G: No conozco. J. Sa: Bellas Artes. J. Su: No conozco. O. M: Sencico.</p> |

La escasa información sobre los centros, institutos que brindan capacitación han limitado posibilidades formativas, se recomienda brindarles información sobre los centros, instituciones publicas para que ellos sepan donde pueden capacitarse, ha donde acudir a especializarse y saber si cubren sus expectativas. (ver capítulo 2 del informe)

3. Según sus horarios laborales, ¿cuál sería la hora más apropiada para poder capacitarse?

| Mujeres | Hombres |
|---|---|
| <p>L. F. 2pm – 5pm M. L. 9 am– 1pm M.A. 9 am - 12m J.G. 3 pm – 6pm</p> | <p>O.G. 7pm – 9pm J.Sa. 6pm – 9pm J.Su. 7pm – 9pm O.M. 7 pm – 9pm.</p> |

Como se observa el horario disponible de las mujeres es muy variado y depende del horario de estudio a sus hijos, lo contrario ocurre con los hombres quienes proponen ser capacitados después de haber concluido su trabajo aproximadamente a partir de las 7pm.

4. Después de ser capacitado ¿Qué tipo de trabajo le gustaría realizar y en que empresa?

²⁸ Prompex: Contactarse a www.prompex.gob.pe; Central telefónica: 2221222 - 2210880; Av. República de Panamá 3647, San Isidro

²⁹ Prompyme: Contactarse a www.prompyme.gob.pe; Central Telefónica: 221-0018; José Faustino Sánchez Carrión 250, San Isidro

| Mujeres | Varones |
|---|--|
| <p>L.F: Trabajo independiente. (Tienda)</p> <p>M. L: Trabajo independiente. (Librería Bazar, imprenta y trabajos a computadora)</p> <p>M. A: Trabajo independiente. (Comidas)</p> <p>J. G: Trabajo independiente. (Costura, zapatillas)</p> | <p>O.G: Trabajo independiente. (Exportar)</p> <p>J.Sa: Trabajo independiente. (Exportar)</p> <p>J.Su: Trabajo independiente. (Farmacia)</p> <p>O.M: Trabajo independiente.</p> |

Como podemos observar las expectativas de los pobladores por trabajar independientemente son muy altas, centralizar su negocio y crecer con el. En el caso de los dos señores que tienen la visión de exportar se les recomienda buscar un mercado específico y formar alianzas con otros productores pequeños ya que los mercados del exterior exigen productos en grandes cantidades y con especificaciones altas de calidad. No nos quedó claro si el deseo por trabajar independientemente, tendría que ver con la dificultad o temor por acceder a un trabajo dependiente donde se exige mayor calificación.

5. ¿En que horario le gustaría trabajar?

| Mujeres | Varones |
|---|---|
| <p>L.F: Depende del horario de estudio de los hijos.</p> <p>M.L: Depende del horario de estudio de los hijos.</p> <p>M.A: Depende del horario de estudio de los hijos.</p> <p>J.G: Depende del horario de estudio de los hijos.</p> | <p>O.G: No tengo problema con el horario.</p> <p>J.Sa: No tengo problema con el horario.</p> <p>J.Su: Todo el día, no hay problema.</p> <p>O.M: Todo el día, no hay problema.</p> |

Como se observa en la pregunta numero 3 el horario de las señoras van a depender del horario de estudio de los niños, esto hace que las señoras se limiten a la casa, familia, atención de los niños, consecuentemente el trabajo será para complementar ingresos y en cambio caso contrario a los hombres presentan una mayor disponibilidad entendiéndose que son ellos quienes tienen la principal responsabilidad de generación de ingresos y buscar trabajo.

6. A fin de fortalecer o crecer un negocio que propones para resolver el problema financiero.

| Mujeres | Varones |
|--|---|
| <p>L.F: Prestamos de bancos o de prestamistas</p> <p>M.L: Cooperativas</p> <p>M.A: Credifácil</p> <p>J.G: Trabajar de empleado domestica, hay que tener creatividad para poder suministrar adecuadamente las necesidades.</p> | <p>O.G: No me prestaría dinero del banco sino tengo un mercado seguro.</p> <p>J.Sa: No me financio, porque me pagan el 50% por adelantado.</p> <p>J.Su: No me financio.</p> <p>O.M: No me financio.</p> |

Uno de los problemas que se pudo percibir es que los pobladores tienen temor a financiarse con el banco ya que les piden un garante que no poseen y en caso de no tenerlo tienen que poner en garantía sus viviendas, otro problema es la tasa de interés al ser muy alta ellos no pueden pagar. Se recomienda brindar charlas, talleres a las personas de cómo invertir su dinero, pues al no tener un negocio fijo sería perder, en caso que se financien pues así no lograrían devolver el préstamo. Son opciones para las personas que tienen un interés por un crédito las EDPYMES, CARITAS CARABAYLLO, ONG Alternativa, se pudo apreciar que los hombres son más adversos a tener crédito.

7. ¿Cómo sugiere resolver el problema de cuidado de los niños de manera que las madres puedan disponer de tiempo libre para realizar actividades económicas?

| Mujeres | Varones |
|--|---|
| <p>L. F: Crear un wawa wasi.</p> <p>M.L: Crear un wawa wasi.</p> <p>Capacitar a las madres del asentamiento y señoritas que tengan facilidad en el cuidado de los niños pues así se tendría mas confianza al momento de dejar a nuestro hijos.</p> <p>Para los niños de 10 a más, sería que los niños mas inteligentes del AAHH enseñen a cambio de un incentivo económico.</p> <p>J.S: Crear un wawa wasi, que las personas que estén a cargo estén capacitadas.</p> <p>P.U: Crear un wawa wasi, capacitación adecuada de las personas responsables.</p> | <p>O.G: Crear un wawa wasi y para los niños mas grandes brindarles cursos de manualidades, computación.</p> <p>J.Sa: Crear un wawa wasi. Para los niños mayores brindarles talleres.</p> <p>J.Su: Crear un wawa wasi. Para los niños más grandes enseñarles deportes.</p> <p>O.M: Crear un wawa wasi.</p> |

La creación del nido (wawa wasi) beneficiaría a las amas de casa, lograrían tener mayor tiempo para ir a trabajar y así crear nuevos ingresos para su familia, un aspecto

fundamental que se toma en cuenta es la confianza, por eso se propone que sea gente capacitada o en caso contrario que se capaciten a madres del AAHH, esto generaría mayor confianza para poder dejar a los niños. Observamos que existen niños y jóvenes entre 5 y 14 años a quienes sugieren deberían dejarse bajo la tutoría de un joven responsable en programas de nivelación, repasar temas que se han dictado en sus clases en el colegio.

CAPITULO 4

4.1 CONCLUSIONES

El Perú desde el 2001, presenta indicadores macroeconómicos muy favorables, la economía peruana creció 7.9% el 2006 y es muy probable que el desempeño en el 2007 se acerque a ese nivel. El clima de estabilidad está posibilitando la llegada de inversiones³⁰ a los distintos sectores de actividad como: la minería, energía, telecomunicaciones, agro exportación, financiero, industrial, entre otros. El boom de los precios de los productos mineros, los hallazgos energéticos, las carreteras transoceánicas, las concesiones de puertos y aeropuertos y las posibles suscripciones de tratados de libre comercio con Estados Unidos, la Unión Europea y China, definen un panorama promisorio para el futuro del país.

Sin embargo, y en contraste, con toda esta bonanza económica que favorece fundamentalmente a los inversionistas nacionales y extranjeros así como a la porción de la población vinculada al sector moderno. Un 52% de los peruanos³¹ son pobres y viven con dos dólares diarios y otro 14%³² son extremadamente pobres y viven con un dólar diario. Además la sociedad peruana, según el índice de Gini de desigualdad social, se ubica entre las once sociedades mas desiguales del mundo³³. En el Perú el 20% más acomodado recibe el 51% de los ingresos nacionales, mientras que el 20% más pobre recibe apenas el 4.4%.

El Gobierno actual, está privilegiando el gasto social, a pesar de ello, éste resulta insuficiente para financiar el nivel de inversión necesario para cubrir la brecha generada por la desigualdad. Más aún, si consideramos que estos programas privilegian proyectos orientados a zonas rurales como "Sierra Exportadora"³⁴ en detrimento de iniciativas en favor de las zonas urbano marginales. De esta forma la precariedad en los asentamientos humanos en zonas urbanas se agudiza.

En ese contexto, el asentamiento humano San Martín de Porres, refleja la situación de extrema vulnerabilidad en la que viven los pobladores privados de servicios básicos y con capital humano limitado. Es interesante sin embargo, rescatar la integración de este colectivo como un elemento diferenciador, dado que en situaciones similares, la participación vecinal y la cooperación se vuelven difíciles debido al individualismo y desconfianza que existen en la mayoría de poblados similares. Sobre este activo pudo la Cruz Roja con el apoyo de la Comunidad de Madrid, desarrollar un proyecto de saneamiento básico y gestión ambiental con la finalidad de reducir la precariedad por la carencia de servicios básicos (agua y desagüe), manejo inadecuado del medio ambiente y una todavía débil capacidad organizativa y de gestión.

³⁰ Según Proinversión, institución pública encargada de la promoción de las inversiones, el 2007 se realizarán inversiones por un importe de US\$ 3,378 millones.

³¹ Aproximadamente unos 14 millones de peruanos

³² Aproximadamente 4 millones doscientos mil.

³³ PNUD, IDH 2006

³⁴ Programa del Gobierno orientado a fomentar el desarrollo de regiones rurales mediante la agroexportación y otras actividades con oferta exportable.

Actualmente se pueden apreciar los logros en la mejora de la calidad de vida de los pobladores y en su habitat; con ello se cumple la primera tarea del desarrollo, es decir la de mejorar las condiciones de vida, pero esto sigue siendo insuficiente para garantizar la sostenibilidad de las familias y su salida del estado de pobreza. Es por ello que las instituciones de apoyo han considerado pertinente imaginar un nuevo proyecto que permita impulsar la generación de ingresos para los pobladores del asentamiento humano.

En esa línea, este documento de investigación realizó un estudio de la demanda comercial y laboral en la zona de influencia de Lima Metropolitana, el cono norte de Lima y en el distrito de Comas, se trató de identificar las características de estas demandas, considerando que existen en el asentamiento potenciales microempresarios y personas en búsqueda de empleo.

Se evaluó el potencial del cono norte de Lima como demandante de productos dinámicos como las confecciones textiles, el calzado, los artículos metal mecánicos y de madera, productos significativos en la canasta de gastos de los pobladores de la zona, se ha identificado el potencial de compra del territorio que es importante, las características de los productos más demandados, las cantidades demandadas, las modalidades de pago, información que será valiosa al momento de formular la oferta de productos de los microempresarios. Es de destacar que los factores críticos que evalúan los consumidores son el precio y la calidad, que la competencia es intensa y cada vez llegan más competidores al territorio debido al potencial económico del mismo, el mercado es atractivo, sin embargo se requiere capacidades especializadas y cierto nivel organizacional a fin de poder lograr un determinado posicionamiento de productos. Ciertamente hay un amplio potencial de demanda para las categorías de producto estudiadas.

Dado que Lima Metropolitana y el cono norte, son los mercados naturales a los que acuden en búsqueda de empleo los pobladores de San Martín de Porres, mediante diversos instrumentos hemos sondeado sus demandas por trabajadores técnicos y operativos³⁵. En ambos casos, hemos constatado que a pesar que existe una mayor oferta de fuerza laboral que su demanda, sin embargo esta solamente llega a cubrirse en promedio en un 70% debido a que gran parte de los postulantes no alcanzan los requerimientos demandados. En servicios destaca la demanda por ayudantes de cocina y cosmetólogos, en comercio se demandan significativamente vendedores y en industria operarios de confecciones. Se verifica asimismo que los puestos con mayor grado de calificación logran a su vez los mayores ingresos.

Luego, evaluamos la oferta laboral y los emprendimientos de los pobladores del asentamiento humano, en el caso de la oferta laboral, se pudieron identificar ciertas aglomeraciones de trabajadores por sector de actividad, destacaron los albañiles, los zapateros y las costureras y bordadoras, todos ellos revelaron su interés por profundizar

³⁵ Debido a que según la línea de base del proyecto de saneamiento, el nivel ocupacional de los pobladores del AA.HH. San Martín de Porres es principalmente de técnicos y operarios.

la capacitación en su respectivo oficio a fin de ganar competitividad. La mayoría de los pequeños negocios son de complementación de ingresos (Sobre vivencia), existen algunos con cierto potencial, sin embargo en relación a un negocio estándar de su sector están muy descapitalizados y con un reducido posicionamiento comercial. Se detectó un gran potencial de generación de ingresos que pudiera ser liberado si se facilita que un grupo significativo de mujeres que actualmente no pueden trabajar por tener que cuidar a sus hijos tengan la posibilidad de hacerlo mediante la implementación de una cuna o guardería infantil.

Al comparar la demanda con la oferta, se han identificado ciertas brechas de capacidades, como las limitaciones formativas en los oficios típicos, aparentemente los conocimientos del oficio en la mayoría de los casos son básicos y hay un gran interés y necesidad de profundizarlos para ganar empleabilidad.

La baja capitalización de los negocios, se evidencia asimismo cuando un número significativo de pobladores manifiestan que una barrera para incrementar sus ingresos es la falta de capital, es necesario crear soluciones financieras ad hoc, bancas comunales, créditos solidarios, microfinanzas, una cooperativa. Las iniciativas emprendedoras debieran ser promovidas de manera asociativa, a fin de aprovechar el activo confianza y alcanzar las escalas mínimas de operación que les permitan ser viables en el mercado.

4.2 RECOMENDACIONES

Un logro de la primera intervención fue el fortalecimiento del tejido institucional, esta iniciativa debiera continuar con mayor énfasis, promoviendo un liderazgo para el desarrollo local, pudiera aprovecharse la asociación de vecinos existentes para fomentar una cooperativa de crédito y/o de servicios. Previamente hay que capacitar y seleccionar a los actores.

El taller participativo fue muy revelador de las preferencias de los distintos grupos de interés, se pudo notar asimismo que hay grupos más consolidados que otros, son con éstos grupos que se debieran trabajar prioritariamente las iniciativas de fortalecimiento de unidades económicas y de capacitación, particularmente identificamos como grupos más consolidados al de los albañiles, zapateros, trabajadoras manuales y el de los emprendedores.

A nivel de género, se evidencia la necesidad de una guardería infantil que pudiera implementarse como un negocio de una familia de la zona y que permitiría liberar tiempo, al menos parcial de las distintas madres de familia para que se dediquen a actividades que les permitan complementar sus ingresos. El diseño de la guardería debiera considerar la posibilidad de ser un ambiente multipropósitos, es decir servir durante el día de cuna, comedor, tal vez escuela y en la noche como local comunal para eventos, capacitaciones y reuniones.

Si bien es cierto que hay una mejora significativa en el habitat del asentamiento, sin embargo la actual disposición, su acceso y sus vías de tránsito no facilitan el flujo de mercaderías esto encarece los costos de transacción de las actividades económicas, debiera pensarse si existiría la forma de habilitar las zonas de tránsito a fin de que permitan el acceso de motocars.

Hay un núcleo sólido de mujeres interesadas en desarrollar capacidades en bordados y en confecciones, para ellas pudiera imaginarse algún modelo de propuesta formativa productiva que promueva la capacitación, el empleo y el emprendimiento, la sostenibilidad estaría garantizada en tanto el taller implementado genere servicios de subcontrata a empresas exportadoras.

Sobre los oficios, se sugiere realizar con un experto un trabajo adicional para identificar los perfiles laborales deseables para cada oficio. Esto es muy importante porque este trabajo definiría los criterios para la selección e implementación de los programas de capacitación los cuales deberían obedecer al diseño del perfil ocupacional de cada oficio y a la demanda laboral por competencias del mercado.

Existen iniciativas de negocios que pudieran ser potenciadas, en tal sentido con la colaboración de otras instituciones de apoyo pudiera organizarse un concurso de planes de negocios de cara a una potenciación de la empresa y a los ganadores se les podría otorgar un incentivo económico.

Los aspectos de mercadotecnia son transversales a las distintas actividades que realizan los pobladores, por ello sugerimos se realicen con determinada frecuencia talleres que actualicen a los pobladores en las técnicas de venta mas vigentes.

Otro elemento relacionado al fortalecimiento institucional de la asociación de vecinos tendrá que ver con el desarrollo de alianzas con instituciones formativas como Sencico, Senati, CET Presentación de María, CET Jesús Obrero, Universidad Nacional de Ingeniería, Inteci, Universidad Católica Sedes Sapientiae, Cámara de Comercio de Lima, Prompyme, Mercados en Red, las que permitirán el acceso a sus servicios de capacitación en condiciones favorables.

Los pobladores han señalado como desventajas de la asociación el conflicto y la desconfianza, durante el desarrollo de la investigación tomamos nota que los planos del asentamiento no están actualizados y esto se presta a malos entendidos por parte de los vecinos, sugerimos, tal vez con la participación del área de catastro de la Municipalidad de Comas, definir el catastro de la zona, en este punto y en asamblea habría que resolver todas las interrogantes y diferencias que sobre la propiedad y dimensión de espacios pudieran existir. Esto es fundamental para que la comunidad continúe unida y pueda iniciar actividades cada vez más complejas en búsqueda de mejorar su nivel de vida e incrementar sus ingresos.

Sugerimos iniciar contactos con las distintas bolsas de trabajo del cono norte a fin de acceder a la información de oportunidades laborales, entre ellas la RED CIL Presentación de María, la RED CIL Jesús Obrero, La RED CIL Comas, la bolsa de Trabajo de la UCSS.

Anexo:

Anexo 1: Población 1993

| PERU: POBLACION CENSADA, URBANA, RURAL Y TASA DE CRECIMIENTO | | | |
|--|-----------------|----------|---------|
| EN LOS CENSOS DEL PRESENTE SIGLO | | | |
| AÑO | POBLACION | | |
| | TOTAL | URBANA | RURAL |
| 1940 | 6207967 | 2197133 | 4010834 |
| 1961 | 9906746 | 4698178 | 5208568 |
| 1972 | 13538208 | 8058495 | 5479713 |
| 1981 | 17005210 | 11091923 | 5913287 |
| 1993 | 22048356 | 15458599 | 6589757 |

FUENTE: Inei - Censos Nacionales de 1940, 1961, 1972, 1981 y 1993.

Elaboración: Departamento de Investigación

Anexo 2: Población 2005

| PERU – 2005 | |
|--------------|-----------------|
| Categorías | Casos |
| Hombre | 13061026 |
| Mujer | 13091239 |
| Total | 26152265 |

Fuente: Inei - Censos Nacionales 2005
Elaboración: Departamento de Investigación

Anexo 3

| SUPERFICIE Y DENSIDAD, SEGUN DEPARTAMENTOS: 1981 y 1993 | | |
|---|------------------------|------|
| DEPARTAMENTO | SUPERFICIE TERRITORIAL | |
| | (Km2) | % |
| Perú | 1285215.6 | 100 |
| Lima Departamento | 34948.57 | 2.7 |
| Lima Metropolitana | 2811.65 | 0.2 |
| Cono Norte | 856.67 | |
| Comas | 48.75 | 1.73 |

Fuente: Instituto nacional de estadística. Inei

Elaboración: Departamento de Investigación

Anexo 4: Vivienda por tipo de energía

| Región | Viviendas particulares por número de hogares ⁵ | 2005 - Tipo de energía | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---------------------------|----------------------------|--|------------------------|---------------------------------------|------------------------|-------------------|--------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| | | Electricidad ⁶ | Viviendas con electricidad | Kerosene (mechero / lamparin) ⁷ | Viviendas con kerosene | Petróleo / gas (lámpara) ⁸ | Viviendas con petróleo | Vela ⁹ | Viviendas con vela | Generador ¹⁰ | Viviendas con generador | Otro tipo de energía ¹¹ | Viviendas con otro tipo de energía |
| PERÚ | 7,271,386 | 4,228,933 | 58.16% | 965,665 | 13.28% | 17,698 | 0.24% | 513,547 | 7.06% | 13,381 | 0.18% | 91,255 | 1.25% |
| LIMA DEPARTAMENTO | 2,239,249 | 1,784,966 | 79.71% | 15,698 | 0.70% | 1,444 | 0.06% | 59,168 | 2.64% | 2,105 | 0.09% | 44,620 | 1.99% |
| LIMA METROPOLITANA | 1,951,772 | 1,625,963 | 83.31% | 5,607 | 0.29% | 917 | 0.05% | 33,282 | 1.71% | 1,021 | 0.05% | 36,687 | 1.88% |
| CONO NORTE | 462,287 | 393,136 | 85.04% | 1,731 | 0.37% | 307 | 0.07% | 9,144 | 1.98% | 224 | 0.05% | 3,521 | 0.76% |
| COMAS | 97,964 | 89,985 | 91.86% | 269 | 0.27% | 44 | 0.04% | 1,435 | 1.46% | 20 | 0.02% | 476 | 0.49% |

Fuente: Resultados Definitivos Censo INEI 1993 y 2005

Elaboración: Departamento de Investigación – UCSS

⁵Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

⁶Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

⁷Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

⁸Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

⁹Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

¹⁰Resultados Definitivos, Censo 2005 – INEI

¹¹Resultados Definitivos, Censo 2005 - INEI

Anexo 5: Población según edades educativas, matriculas, docentes, C.E y P.N.E

| Nivel / Modalidad | Educación | | | | | | | | | | | Variación % |
|------------------------------------|--------------------------------|-------------------|-------------|------------------|------------------|--------------|----------------|----------------|-------------|---|---------------|--------------|
| | 1993 | 2003 | Variación % | 1993 | 2003 | Variación % | 1993 | 2003 | Variación % | 1993 | 2003 | |
| | Población según edad educativa | | | Matriculas | | | Docentes | | | Centros Educativos y programas no escolarizados | | |
| Educación Inicial (3-5) | 1,773,010 | 1,823,219 | 2.83 | 897,291 | 1,095,665 | 22.11 | 30,767 | 43,459 | 41.25 | 26,576 | 34,117 | 28.38 |
| Educación Primaria (6 - 11) | 3,325,143 | 3,621,894 | 8.92 | 3,977,843 | 4,187,229 | 5.26 | 145,426 | 180,591 | 24.18 | 30,467 | 34,973 | 14.79 |
| Educación Secundaria (12-16) | 2,599,149 | 2,870,565 | 10.44 | 1,747,806 | 2,346,472 | 34.25 | 105,243 | 144,772 | 37.56 | 7,499 | 9,532 | 27.11 |
| Educación No Universitaria mas CEO | 3,656,480 | 4,173,798 | 14.15 | 549,142 | 641,336 | 16.79 | 25,992 | 39,134 | 50.56 | 2,078 | 3,036 | 46.1 |
| Totales | 11,353,782 | 12,489,476 | 10 | 7,172,082 | 8,270,702 | 15.32 | 307,428 | 407,956 | 32.7 | 66,620 | 81,658 | 22.57 |

Fuente: Ministerio de Educación, Censo Escolar 1993, Estadística básica 1998-2003.

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Anexo 6: Ingresos 2005

| Distritos | Población (hab.) | Porcentaje | Ingresos Familiar per capita | Ingreso Familiar per capita estimado |
|-----------------------------------|------------------|----------------|------------------------------|--------------------------------------|
| Ancon | 28852 | 1.51% | 540.00 | 8.17941277 |
| Carabayllo | 188764 | 9.91% | 602.20 | 59.6777395 |
| Comas | 451537 | 23.71% | 639.60 | 151.619214 |
| Independencia | 176304 | 9.26% | 658.80 | 60.977301 |
| Los Olivos | 286549 | 15.04% | 655.60 | 98.625742 |
| Puente Piedra | 203473 | 10.68% | 537.90 | 57.4593587 |
| Santa Rosa | 9946 | 0.52% | 557.50 | 2.91102388 |
| San Martin | 559367 | 29.37% | 689.00 | 202.333831 |
| Población Total Cono Norte | 1904792 | 100.00% | | 641.783623 |

Fuente: PNUD, Informe sobre desarrollo humano, Perú 2006

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Anexo 6.1: Ingresos 2005

| Año 2005 | | | | |
|--------------------|------------------|----------------|------------------------------|--------------------------------------|
| Distritos | Población (hab.) | Porcentaje | Ingresos Familiar per capita | Ingreso Familiar per capita estimado |
| Lima Metropolitana | 7819436 | 90.59% | 698.5 | 632.785283 |
| Lima Departamento | 812048 | 9.41% | 588.2 | 55.3377187 |
| Totales | 8631484 | 100.00% | | 688.123002 |

Fuente: PNUD, Informe sobre desarrollo humano, Perú 2006

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Anexo 7: Ingresos 1993

| Distritos | Población (hab.) | Porcentaje | Ingresos Familiar per capita | Ingreso Familiar per capita estimado |
|----------------------------------|------------------|------------|------------------------------|--------------------------------------|
| CALLAO | 639729 | 9.11% | 293.73 | 2674.45% |
| LIMA | 6386308 | 90.89% | 290.04 | 26363.15% |
| Totales Lima Departamento | 7026037 | | | 290.375979 |

Fuente: PNUD, Informe sobre desarrollo humano, Perú 2006

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

Anexo 7.1: Ingresos 1993

| Distritos | Población (hab.) | Porcentaje | Ingresos Familiar per capita | Ingreso Familiar per capita estimado |
|-----------------------------------|------------------|------------|------------------------------|--------------------------------------|
| LIMA | 5706127 | 89.92% | 302.6 | 27209.47% |
| CALLAO | 639729 | 10.08% | 293.73 | 2961.11% |
| Totales Lima Metropolitana | 6345856 | | | 301.705811 |

Fuente: PNUD, Informe sobre desarrollo humano, Perú 2006

Elaboración: Departamento de Investigación UCSS

