

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

MINISTERIO DE ECOLOGÍA, RECURSOS NATURALES RENOVABLES Y TURISMO

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MISIONES

PROGRAMA PUESTA EN VALOR DE LAS ARTESANÍAS MISIONERAS

INFORME FINAL

MAYO 2007

Autoridades

Provincia de Misiones

Gobernador de la Provincia
Ing. Carlos Eduardo ROVIRA

Ministerio de Ecología, Recursos Naturales
Renovables y Turismo

Ing. Luis A. JACOBO

Consejo Federal de Inversiones

Secretario General
Ing. Juan José CIÁCERA

Directora de Coordinación

Ing. Marta VELÁSQUEZ CAO

AUTOR

Lic. Gustavo Eduardo AÑIBARRO

Colaboradores

Lic. Pablo Abiuso

Cont. Alicia Pokolenko

INDICE

Introducción	Pag. 5
I Relevamiento	Pag. 7
II Propuesta de organización	Pag. 12
III Talleres de Capacitación	Pag. 13
IV Conclusiones	Pag. 15
Anexo I	Pag. 19
Listado de Artesanos relevados por Localidad	
Mapa	
Anexo II	Pag. 23
Asistentes a los talleres de capacitación	
Certificado	
Fotos	
Anexo III – Cuadros	Pag. 34
Anexo IV – Proyecto Estatutos	Pag. 49
Anexo V-Manual de Capacitación	Pag. 64
Anexo VI	
Listado Fortaleza y Debilidades	Pag. 99.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tuvo como principal objetivo realizar un relevamiento de artesanos en toda la Provincia de Misiones, por lo cual durante la primera etapa del mismo se realizó la preparación del Relevamiento y el Desarrollo de la Encuesta principalmente. Posteriormente, y tal como se había previsto en el Programa durante los meses de noviembre y diciembre se procedió al relevamiento de artesanos en todo el interior de la Provincia de Misiones. Tratándose de un operativo en el que la presencia del interesado dependía exclusivamente de su voluntad e interés, no se puede afirmar que se haya logrado incorporar a la base de datos a la totalidad de las personas que se dedican a las artesanías como actividad principal, secundaria o hobby. No obstante, debido a la importante difusión que se realizó previa a la visita a las distintas localidades del interior, y dado el número registrado 507 se estima que la cobertura ha sido exitosa.

A contribuido a este resultado sin duda la colaboración lograda desde los estamentos correspondientes del Ministerio de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo y de las respectivas áreas de cada Municipio. Previo a concurrir a cada Municipio a los efectos de realizar el relevamiento se contactó a los Intendentes a quienes se les solicitó colaboración designando a un funcionario del área de Cultura, Turismo, etc. según el organigrama de cada uno de ellos, para que acompañe en el operativo, como así también designen un lugar para citar a los artesanos. De esta manera se efectuaron los relevamientos en los Salones de Cultura, o de Uso Múltiple de las Municipalidades, salvo en Puerto Iguazú donde se efectuó en la Delegación del Ministerio de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo. Las citaciones se hicieron en forma genérica por radios locales como así también en base a llamados personales que efectuaron los funcionarios designados a los artesanos de su municipio y con quienes ya tenían contacto.

En cada una de las localidades visitadas y determinado el o la funcionaria de contacto, finalizada la jornada, se capacitó a dicho agente para el correcto llenado de los formularios, se dejaron formularios en blanco a los fines de que aquellas personas interesadas que por alguna razón no concurren en el día y horario habilitado, se pudieran inscribir con posterioridad. De esta manera, cabe aclarar que en tanto y en cuanto las autoridades del Ministerio interesado no lo indiquen, está abierta la

posibilidad de seguir incorporando artesanos al registro. De hecho, y atento a la fecha de presentación del presente informe quedan pendientes de incorporación aproximadamente 25 relevamientos efectuados en oportunidad de dictarse el curso de capacitación en Gestión y Administración del Emprendimiento Artesanal que se llevaron a cabo en las localidades de Posadas, Oberá y Eldorado.

Además se procedió a analizar y confeccionar una propuesta de organización civil para el área, a pedido del Señor Ministro de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo, Ing. Luis Jacobo, con anticipación a lo previsto en el cronograma original. Tentativamente se estimó que en principio la forma jurídica conveniente sería la de una Fundación, el que fue puesto a consideración del Señor Gobernador de la Provincia Ing. Carlos Eduardo Rovira, quien dio el visto bueno al proyecto. En estos momentos agentes del Ministerio de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo se encuentran en la etapa de interesar a grupos privados para conformar la Fundación Artesanías de Misiones, como así también contribuir financieramente a su funcionamiento.

I - RELEVAMIENTO

El relevamiento se realizó en todas las localidades de la Provincia de Misiones, y tal como se anticipara el Registro se encuentra abierto y se continúa la carga en la medida que se presentan nuevos artesanos. Del procesamiento del mismo surgen importantes datos tanto para el conocimiento del sector, como para la definición y planificación de políticas y actividades con respecto a este importante sector.

Procesamiento de datos del relevamiento

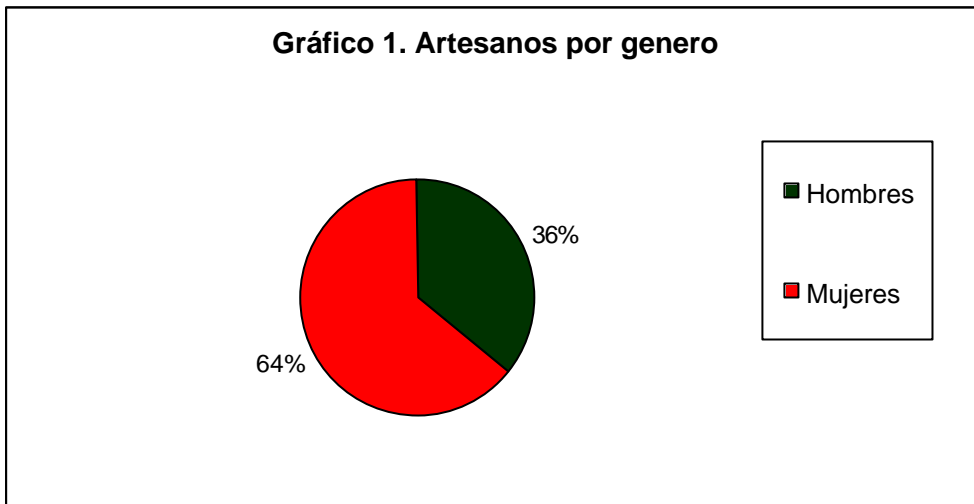
El total de artesanos y manualistas registrados a la fecha asciende a quinientos siete (507) personas, quedando pendientes de ser incorporados 25, más los artesanos que se registren en las próximas jornadas de capacitación ya que la experiencia ha demostrado que a estos eventos suelen concurrir algunos artesanos que no habían sido encuestados.

Como ya se dijo anteriormente, el relevamiento se realizó en toda la Provincia de Misiones, y la distribución de los artesanos por departamentos se puede apreciar en el Mapa 1 que se adjunta como anexo I.

Como podemos apreciar la mayor proporción se localiza dentro del Departamento Capital, siguiéndole el Departamento San Martín y luego con muy poca diferencia entre uno y otro en orden decreciente los Departamentos Iguazú, Candelaria, San Ignacio, Apóstoles, Oberá y Leandro N. Alem. En los demás departamentos se registraron muy pocos artesanos, llamando la atención el Departamento General Belgrano con siete artesanos, San Pedro con dos artesanos y especialmente Concepción sin ninguno¹.

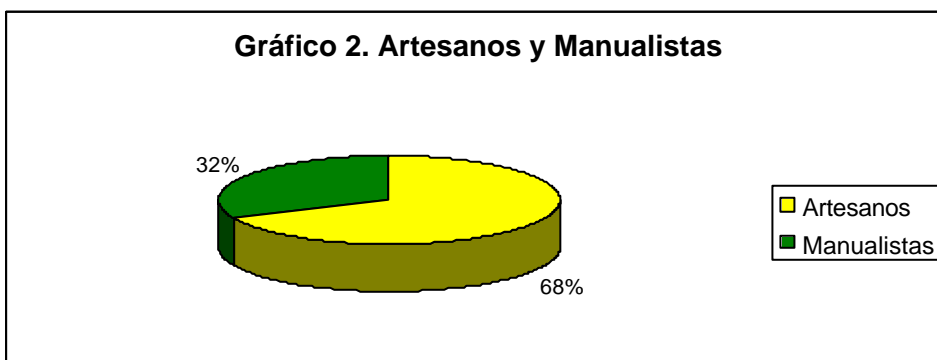
Uno de los primeros datos arrojados por el relevamiento que nos sirve para describir el panorama de los artesanos y conocer quienes son es el género de los mismos, el cual se ejemplifica en el Gráfico 1:

¹ En el anexo en el que se presentan las tablas del relevamiento de datos se encuentran discriminados los artesanos por localidad.



El gráfico 1 nos muestra una característica importante del conjunto de los artesanos incluidos en el relevamiento de la provincia de Misiones, mostrándonos que la mayor parte (casi dos terceras partes) de los mismos son mujeres, representando los hombres al treinta y seis por ciento (36 %) de los mismos.

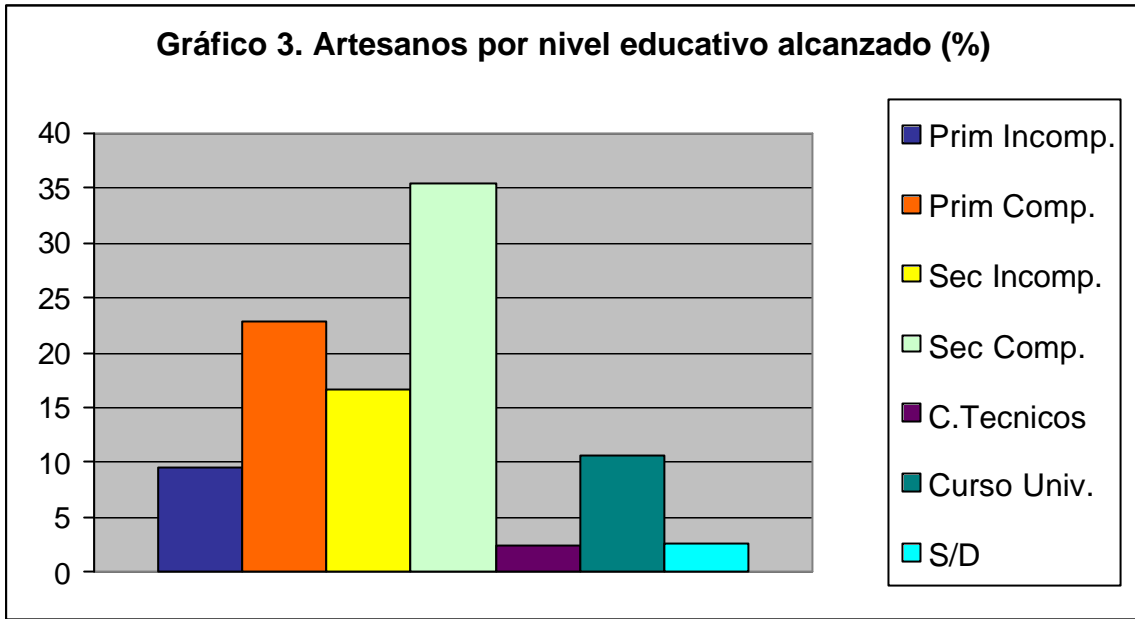
Como ya se ha dicho anteriormente, dentro del relevamiento se incluyó a personas que realizan manualidades² y solicitaron ser incluidas en el relevamiento. En el siguiente gráfico se muestra la proporción de cada grupo dentro del total:



Podemos ver que los manualistas representan una parte importante del total de los incluidos en el relevamiento, siendo casi un tercio de los mismos.

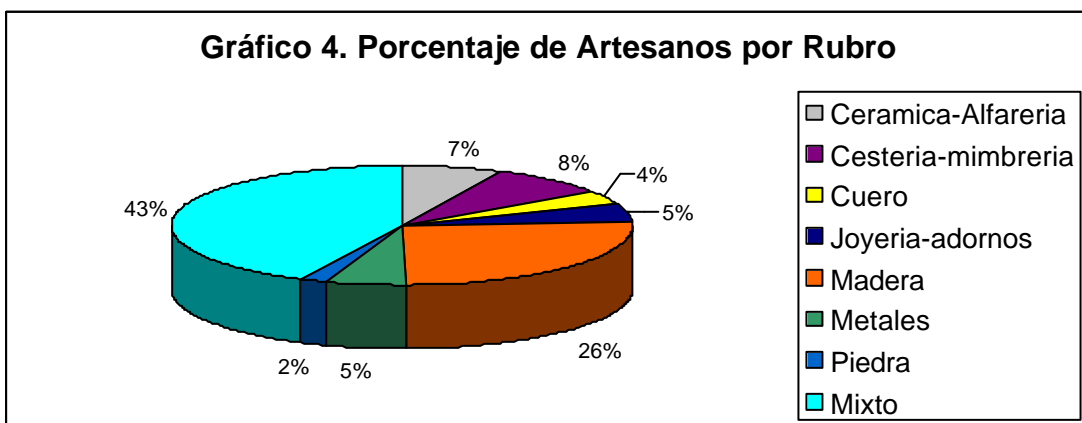
Otro de las variables que nos sirven para acercarnos a conocer quienes son los artesanos y sus características es el nivel educativo alcanzado, el cual se ejemplifica en el Gráfico 3:

² Se incluyeron dentro de la categoría de manualistas a los que se autodenominaron como que realizan manualidades, así como también a los que realizan bordado, pintura sobre tela, confección de prendas, peluches, porcelana fría, y similares.



El grupo más importante es que ha alcanzado a completar el nivel de educación secundaria, los que representan a poco más del treinta y cinco por ciento (35%). Los que no han alcanzado este nivel (prim. incomp., prim. comp., y sec. incomp.) representan a casi la mitad de todos los artesanos. Y los que han realizados cursos técnicos y universitarios representan a menos del quince por ciento (15%).

Uno de los datos más importantes se refiere al rubro artesanal al que se dedican los mismos, situación que se ejemplifica en el Gráfico 4:

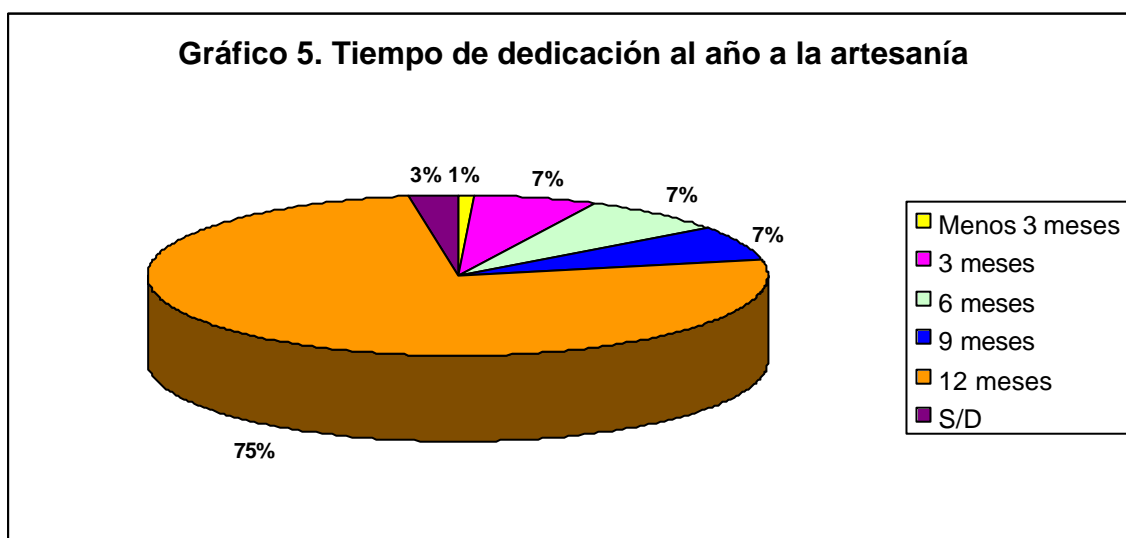


Como se puede ver a simple vista la mayor parte de los artesanos se dedica a los soportes mixtos. Este valor se encuentra influenciado por los que han sido identificados en la categoría de manualistas, ya que todos estos han sido incluidos en la categoría de soportes mixtos.

En segundo lugar tenemos a los artesanos en madera, los que representan al 26% por ciento del total, aflorando en este sentido una de las características de la Provincia: la madera como materia prima que se consigue con relativa accesibilidad debido a la existencia de un importante porcentaje de superficie cubierta por montes nativos con gran diversidad de especies de árboles con diferentes tipos de características, y también de forestaciones de pinos.

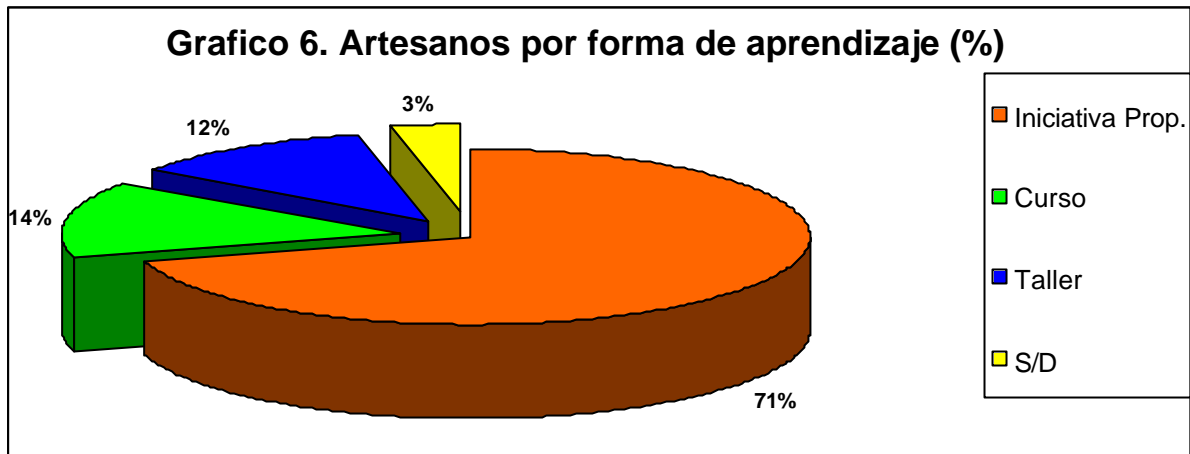
Los que se dedican a los demás rubros: cestería-mimbrería, cerámica-alfarería, joyería-adornos, metales, cuero y piedra; representan entre un 7 % el mayor y un 2% el menor, sumando entre todos (seis rubros) el treinta y un por ciento (31%) restante de artesanos registrados en el relevamiento.

Otra de las variables en las que se indagó durante el relevamiento es el tiempo de dedicación de los mismos a la artesanía, la cual se ejemplifica en el siguiente gráfico:



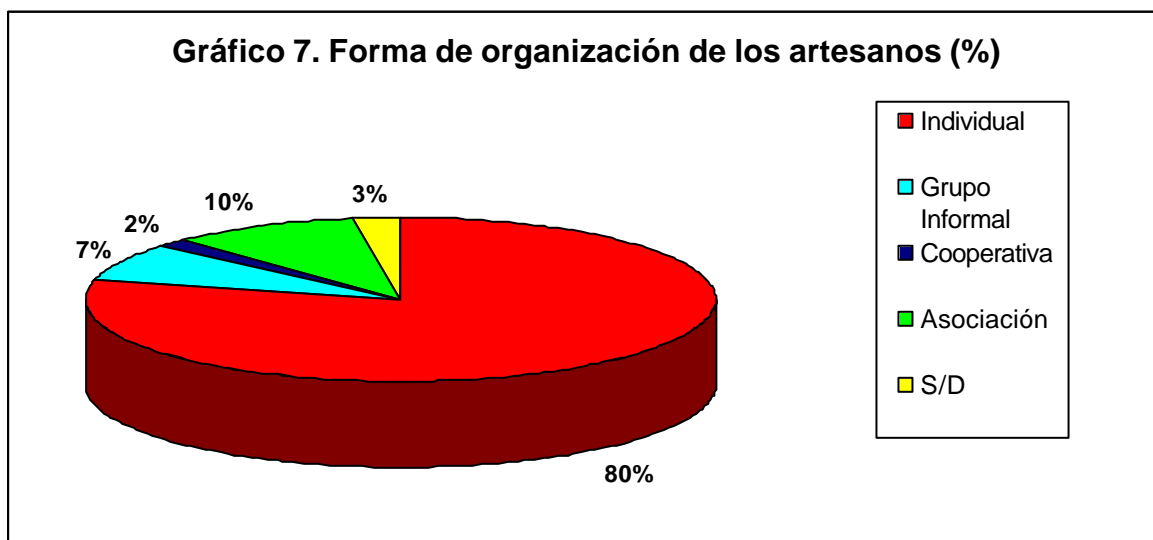
Como vemos en el Gráfico 5 que la mayor parte de los artesanos, el setenta y cinco por ciento (75%) se dedica durante todo el año a realizar artesanías. Representando los demás tan solo el veinticinco por ciento (25%) de los mismos.

Este último dato es importante a la hora de tener en cuenta la aplicación de políticas hacia el sector y la planificación de diferentes actividades con los artesanos; así como también los datos que surgen en el siguiente gráfico, que se refiere a la forma de aprendizaje del oficio de artesano:



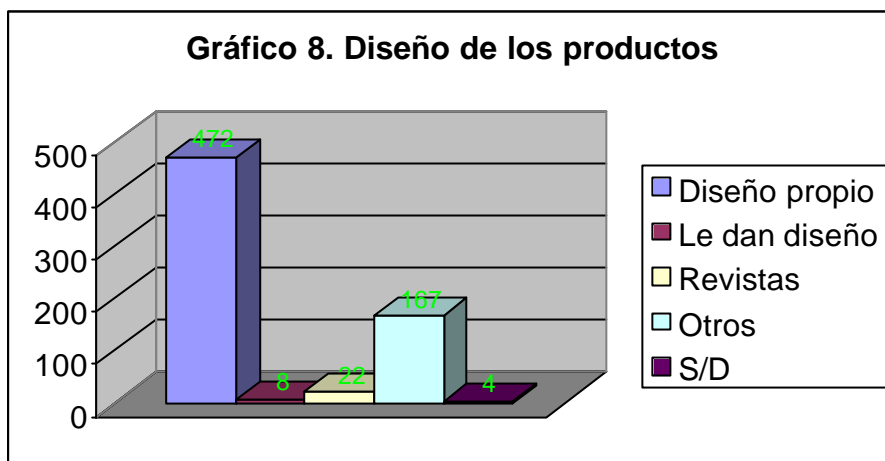
El Gráfico 6 nos muestra que con respecto a la forma de aprendizaje también la gran mayoría se ha iniciado en el oficio a través de la iniciativa propia, esta es una de las características a tener en cuenta ya que en ese sentido podemos considerarlos como *emprendedores*, y tanto en el diseño como en la aplicación de políticas y capacitaciones no debe olvidarse esta peculiaridad.

Otra dato significativo que surge al procesar la información del relevamiento es el que se refiere a la forma de organización de los artesanos, el cual se presenta en el Gráfico 7:



Como vemos nuevamente la gran mayoría de los mismos no está organizado con otros sino que trabaja de forma individual, siendo este uno de los aspectos fundamentales a trabajar ya que la organización en conjuntos representa una oportunidad importante tanto de crecer en niveles de producción como en la oportunidad de acceder a diferentes mercados y beneficios.

El origen de los diseños de las artesanías es otra de las variables en las que se trabajó en el relevamiento, y que podemos analizar a partir del siguiente gráfico.



Podemos visualizar que casi la totalidad de los artesanos trabaja con diseños propios, en segundo lugar están los que utilizan otros diseños, y son muy pocos los que reciben diseños o copian de revistas.

Con respecto a la comercialización de sus productos, la totalidad de los artesanos respondió que ellos mismos se encargan de la misma, siendo muy pocos los que a la vez utilizan otra estrategia de venta ya sea a través de otro vendedor, un familiar, comercios y ferias.

II – PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN - ESTATUTOS

Se adjunta en Anexo IV propuesta de Estatutos para una Fundación en la que interactuarían sectores gubernamentales, académicos y privados en pos del desarrollo de la actividad artesanal en la Provincia. Obviamente esta propuesta está aún abierta al debate entre los sectores interesados e involucrados en la actividad, contándose con la aprobación de quienes han requerido este trabajo y tal como se anticipara se encuentra en la etapa de divulgación entre los restantes actores.

III – TALLERES DE CAPACITACIÓN

Tal como estaba previsto se llevaron a cabo tres talleres de capacitación, en Posadas, Oberá y Eldorado, todos ellos entre 8.30 y 14.30 hs. Al ingreso y la registración de los participantes se les hizo entrega de una carpeta conteniendo el Manual de capacitación. Se esperaba a los asistentes con un desayuno. En todos los casos se realizó a media mañana un pequeño descanso. Luego se siguió con la capacitación hasta completar todo el temario. Al finalizar se sirvió un lunch, durante el mismo se continuó la charla en un tono mas informal, procediendo al cierre de la jornada. Llamó la atención que en cada uno de los eventos se presentaron interesados en el curso de gestión mas allá de su componente o direccionamiento hacia el emprendimiento artesanal. Es el caso de la Cooperativa San José, que nuclea a carpinteros de la ciudad de Posadas, que se han asociado y trabajan en conjunto, habiendo montado una carpintería que en estos momentos está trabajando en la realización de puertas y ventanas en serie, como así también en equipamientos de aulas escolares. En Oberá estuvieron presentes tres personas que conforman un emprendimiento turístico familiar (en su primera etapa habilitarán un camping y zona de recreación cerca de la ciudad). Y finalmente en Eldorado un emprendimiento de fabricación de vinos.

Posadas: Se realizó el Viernes 4 de mayo en el Centro Provincial de Convenciones y Eventos, con una asistencia total de 45 personas (50 inscriptos, 11 ausencias y 6 personas que se presentaron sin inscripción previa).

Oberá: Se realizó el Jueves 10 de mayo en un aula de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Misiones, sita en Carué 832, con una asistencia total de 54 personas (69 inscriptos, 27 ausencias y 12 personas que se presentaron sin inscripción previa). Si bien llama la atención el total de ausencias en Oberá, entendemos que pudo deberse al hecho de que el día del curso era feriado en la Facultad de Artes por conmemorarse otro año de su fundación y ello pudo haber inducido a un error de interpretación entre los interesados pensando que estaba mal considerada la fecha, cuando en realidad la Facultad facilitó el aula justamente porque ese día no tenían clases y podían disponer de ella. No obstante la cantidad de asistentes fue óptima.

Eldorado: Se realizó el Sábado 12 de mayo en un aula del Colegio San José, Km. 11, con una asistencia total de 21 personas (20 inscriptos, 5 ausencias y 7 personas que se presentaron sin inscripción previa).

En general en los tres cursos se pudo apreciar el interés y la necesidad de los presentes de contar con algún mecanismo de asistencia técnica en temas de gestión contable, impositiva y comercial periódica.

Los temas que despertaron el mayor interés fueron: costos, contabilidad y marketing, en los que se verifican las mayores carencias.

En Oberá los artesanos propusieron que exista algún organismo que evalúe y certifique las artesanías con un sello de calidad provincial.

En Posadas y Oberá solicitaron cursos sobre aspectos legales de las formas asociativas y aspectos impositivos que hacen a la actividad, como así también mas apoyo en los mecanismos de promoción de las artesanías.

Todos los presentes destacaron su conformidad con el Programa Puesta en Valor de las Artesanías Misioneras que viene coordinando el Ministerio de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo, como así también preocupación ante la posibilidad de que ante cambios políticos, el programa se discontinúe.

El curso fue muy bien recepcionado y prueba de ello es que ya se recibieron solicitudes para dictarlos en las localidades de San Ignacio, Montecarlo y Andresito. Dado que la participación del equipo que coordina se completa en esta etapa, se ofreció al Señor Ministro de Ecología, Recursos Naturales Renovables y Turismo la continuidad del programa de capacitación.

IV - CONCLUSIONES

La primera parte del proyecto consistió en el diseño de la encuesta y la planificación del relevamiento en toda la provincia. En la encuesta se definieron los principales ejes del relevamiento, en la primera parte se pusieron ciertas variables generales para todos los artesanos: localización geográfica, nivel educativo, especialidad artesanal, forma de aprendizaje, diseño de las artesanías, tiempo de dedicación al año, definición de cinco productos principales con precios y cantidades, forma de comercialización y una parte de preguntas abiertas en la que se le solicitaba su opinión sobre las fortalezas y debilidades del sector.

La otra parte de la encuesta era específica para cada rubro artesanal para lograr una especificación mayor de la característica de la producción de cada rubro.

El relevamiento se realizó en todo el interior de la Provincia, durante los meses de noviembre y diciembre del 2006.

El análisis del relevamiento se realizó anteriormente en el punto específico, pero a manera de recapitulación presentamos aquí las características principales de los artesanos. Los artesanos relevados alcanzaron la cifra de quinientos siete (507) personas, de los cuales casi dos tercios de los mismos son mujeres.

En cuanto a la división entre artesanos y manualistas, casi el setenta por ciento (70%) del total han sido incluidos dentro de la categoría artesanos. Otro punto importante a destacar es que casi la mitad de todos los relevados no alcanzó a completar el nivel secundario de educación.

La caracterización por rubro nos muestra la mayor proporción (43%) se dedica a los soportes mixtos, dentro de los cuales se incluyó a los manualistas. En segundo lugar, se ubican los artesanos que trabajan con la materia prima madera, una de las principales producciones de la Provincia; en ese sentido sería importante ponderar el trabajo de este sector como forma de promover el agregado de valor a la materia prima y revertir la característica principal de producción tanto de la provincia como del país: productor de materias primas para las industrias localizadas en el exterior.

En cuanto a la dedicación al año a la actividad artesanal, la gran mayoría se dedica durante todo el año a la actividad; así como también la gran mayoría ha

aprendido el oficio por iniciativa propia, trabaja de forma individual y realiza el diseño de sus productos.

En cuanto a las jornadas de capacitación, estas ha sido muy bien recibidas y tal vez sea la actividad que conviene continuar de forma más intensa ya que los artesanos participantes reconocieron sus falencias en la materia que se desarrolló en el curso de capacitación y demostraron su necesidad de aprender con jornadas más extensas y continuadas. Por otro lado, esta capacitación puede significar grandes beneficios, tanto organizativos como económicos para los artesanos en particular y para el conjunto de los mismos.

Uno de los temas importantes que surgió en durante el relevamiento en la relación con los artesanos fue por un lado su descontento con diferentes instituciones gubernamentales encargadas del área de cultura y su demanda de apoyo de las mismas. En ese sentido, está a la vista que la actividad artesanal es un área donde se cruzan diversas jurisdicciones sin la necesaria coordinación y complementación de tareas. Esto es: por un lado la Subsecretaría de Cultura de la Provincia y las Direcciones de Cultura o similares de cada uno de los Municipios. Por otro lado la nueva perspectiva integradora de la actividad artesanal, que la concibe tanto como una actividad productiva, artística y cultural, fue uno de los aspectos valorados por los encuestados.

Una de las premisas con las que se trabajó desde el Ministerio fue la de que se requiere un organismo que coordine y promocióne las distintas facetas que hacen el quehacer artesanal y que sea superador de las estructuras actuales, que además permita integrar a las áreas pública con las académicas y los privados; premisa que fue confirmada durante el desarrollo del proceso a través de las demandas y sugerencias de los artesanos así como también del análisis de la situación y el contexto.

De esta manera se recibió favorablemente la propuesta de conformar una ONG con formato de Fundación por las autoridades que requirieron el estudio, como así también en los ámbitos privados a los cuales ya se les ha informado de la propuesta e invitado a conformar la misma.

Los datos surgidos del procesamiento y sintetizados en gráficos donde se analizan diferentes características de la población encuestada permitirá tanto a las autoridades gubernamentales, como a la futura organización que se aboque al tema de direccionar las estrategias de capacitación, de comercialización, de financiamiento, etc.

teniendo en cuenta un panorama mas definido de la localización de los mismos por localidades, y sus demás peculiaridades.

En cuanto a los tópicos de capacitación, en general el más requerido es el de Gestión, Comercialización y Administración del Emprendimiento Artesanal; en ese sentido destacaron que sus mayores dificultades y necesidades tienen que ver con la capacitación y la comercialización de sus productos. Concretamente, se observaron grandes inconvenientes para establecer el precio del producto, tanto en los casos que no se ponderan todos los factores integrantes y el precio no resulta retributivo a la labor efectuada, cuanto como aquellos que sugieren precios muy por encima de los valores a los que pueden obtenerse en otros lugares. En cuanto a la comercialización en sí, destacaron la necesidad de un lugar institucionalizado donde volcar su producción, tanto ferias o lugares permanentes donde puedan exponer sus productos al cuidado de la intemperie.

En cuanto a la capacitación referente a diseño, la misma no ha sido una demanda de la mayoría de los artesanos, sino que particularmente han solicitado capacitación en este tema aquellos artesanos que han participado de los talleres de Ñandeva o que tuvieron conocimiento de los mismos. Este reclamo deberá tenerse en cuenta como una de las principales líneas a trabajar por la Fundación, ya que la organización de ferias de artesanías periódicas y mercados permanentes es una de las principales atracciones de los lugares turísticos tanto del país como del mundo representando una gran oportunidad para el desarrollo y el crecimiento del sector.

Un gran problema en el que se debe trabajar para revertir la situación actual es que son muy pocos los artesanos que visualizan la asociatividad como una ventaja para su crecimiento, y una de las razones por las que no se recomienda su incorporación inicial en la Fundación. Se ha observado también que existe entre los artesanos una sensación de descontento y desconfianza hacia las acciones gubernamentales y que solo han empezado a variar su concepción aquellos que han participado en las exposiciones (Feria Forestal Argentina 2006 y Feria Internacional de Artesanías de Córdoba 2007) y talleres Ñandeva y de los talleres de capacitación.

La Provincia de Misiones tiene una gran variedad de recursos para potenciar la actividad artesanal:

1. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros en crecimiento.

2. Diversidad Cultural (comunidades de los pueblos originarios y de las corrientes inmigratorias europeas y asiáticas).
3. Diversidad de materiales de recolección o desecho de industrias aptos para la actividad (en especial madera)
4. Diversidad de iconografía (cultural, paisajística, flora, y fauna).

Con estos recursos se encuentra en inmejorables condiciones para potenciar la actividad logrando incorporar al sistema productivo una importante población, a lo que suma el hecho de que una de las características fundamentales de la producción artesanal es su sustentabilidad socio ambiental, ya que posibilita el desarrollo económico de amplios sectores que no se pueden insertar en los sectores formales de la economía, así como también producen un impacto ambiental mínimo agregando valor a la materia prima.

Algunos de los temas a trabajar se refieren al patrimonio cultural como recurso, la recreación y la evocación de la naturaleza, del territorio y la tradición, los cuales conforman un conjunto de significados y símbolos que dotan a los productos artesanales de un valor agregado, a partir del los cuales pueden encontrar su nicho en el mercado.

ANEXO I

LISTADO DE ARTESANOS RELEVADOS POR LOCALIDAD

Departamentos	LOCALIDADES	CANTIDAD ARTESANOS
TOTAL		507
Apóstoles		32
	Apóstoles	24
	Azara	5
	San José	3
Cainguás		22
	A. del Valle	10
	Campo Grande	5
	Dos de Mayo	7
Candelaria		38
	Candelaria	22
	Loreto	5
	Santa Ana	11
Capital		144
	Agrupá	26
	Posadas	117
	Santa Ines	1
Concepción		0
Eldorado		16
	C. Victoria	1
	Eldorado	15
General Manuel Belgrano		7
	B. de Irigoyen	3
	San Antonio	4
Guaraní		17
	San Vicente	17
Iguazú		39
	Wanda	3
	Pto. Iguazú	21
	Pto. Libertad	3
	Pto. Esperanza	12
Leandro N. Alem		28
	Arroyo del Medio	1
	Cerro Azul	1
	Gob. Lopez	4
	L. N. Alem	22
Libertador General San Martín		47

	Capioví	12
	El Alcazar	2
	Garuhapé	6
	Pto. Rico	25
	Ruiz de Montoya	2
		21
	Caragutatay	1
	Montecarlo	19
	Pto. Piray	1
Oberá		29
	Campo Viera	1
	Gral. Alvear	1
	Oberá	24
	Panambi	1
	San Martin	2
San Ignacio		37
	Gral. Urquiza	1
	Jardín America	5
	Col. Polana	2
	San Ignacio	29
San Javier		12
	San Javier	2
	Mojon Grande	7
	Itacaruaré	3
San Pedro		2
	San Pedro	2
25 de Mayo		16
	25 de Mayo	6
	Col. Aurora	10

ANEXO II

Cursos de Administración y Gestión del Emprendimiento

Artesanal

Posadas, Viernes 4 de mayo de 2006
8.30 hs. a 14 hs.
Centro Provincial de Convenciones y Eventos

LISTA DE INSCRIPTOS

SELLANES, FABIANA	P	Pdas 435646 – DNI 92.405.748	
RYNDYCZ, CRISTINA		Pdas 436201/15262608	AUSENTE
IBARRA, ISABEL BEATRIZ	P	Candelaria 493955 DNI 26.068.322	
VALECKI, ESTELA		Pdas 596607 (DI 10892006)	AUSENTE
AGUIRRE MEDINA, TERESA DEL C.	P	Pdas 421107/15649014 (DI 11313430)	
MILLAN, MIRIAN	P	Pdas DNI 12.118.170	
MORALES, MIRTA	P	J.America 460874 (DI 13099705) yute-sisal	
MARTINEZ, MARTA	P	Candelaria DNI 12.363.724	
VERA, CLAUDIA centrodeartesanoslbreexpresion@yahoo.com claudiavera65@yahoo.com.ar	P	Candelaria – reciclado de madera DNI 17.484.408	
VERON, MARGARITA		Pdas (telar)	AUSENTE
BAIER, MALISA	P	Garupá (DI 6181528) flores de tela, cinta)	
GYOKER, ROSANA	P	Garupá (DI 23347621) tarjetas	
FERNÁNDEZ, VERONICA		Pdas (DI 30110243) docente	AUSENTE
CARDOZO, LILIAN		Pdas (DI 14063349) tel 595384 vela, jabón	AUSENTE
SOSA, MIRIAN		Pdas (DI 11120285) “ “	AUSENTE
De Capiovi 5 personas	P		
GOMEZ ANGÉLICA	P	DNI 4.537.674	
ZARATE GRACIELA	P	DNI 18.294.084 culturacapiovy@yahoo.com.ar	Directora de Cultura de CAPIOVY
PASCUA, ALICIA BEATRIZ	P	Pdas (DI 16326405) tel 427396	
DIAZ, MERCEDES	P	Pdas tel 457912 DNI 6.657.432	
MAIDANA, MARIA MERCEDES		Pdas (DI 5575801) bijouterie	AUSENTE
ACOSTA, MARIA	P	Pdas (DI 6686812)	
PEDERSEN, JORGE		Pdas (DI 28889732)	AUSENTE
DAVILA, ROSA BLANCA	P	Pdas (DI 11291886)	
HEUER, SILVIA INES	P	Pto. Rico (DI 16155054) madera	
MICHALEC, RUBEN ANTONIO	P	Azara (03752-15353944) DNI 13.534.816	Madera, tenerlo presente para cursos de iconografía
ESPINOZA, ALBERTO	P	17.980.494	Coop. San José
RODRÍGUEZ, CARLOS	P	14.469.266	Copo. San José
RODRÍGUEZ, ROBERTO	P	32.735.592	Coop. San José
RODRÍGUEZ, JUAN	P	23.743.651	Coop. San José
SANCHEZ VIVIANA	P	24.143.110	Coop. San José
GONZALEZ ALBERTO	P	30.706.812	Coop. San

			José
SANABRIA RAFAEL	P	31.262.756	Coop. San José
VILLALBA ARNALDO	P	38.199.012	Coop. San José
ALVEZ GERMAN	P	31.759.707	Coop. San José
SAUCEDO MARCELO ALEJANDRO	P	31.950.788	Coop. San José
CANTERO ANGEL ARIEL	P	24.600.569	Coop. San José
RODRÍGUEZ JAVIER ALCIDES	P	27488281	Coop. San José
RODRIGUES ELIO	P	17.814.226	Coop. San José
AMARO NESTOR	P	29.989.087	Coop. San José
HERMINIO SERAFIN	P	7.485.921	Coop. San José
FERREIRA, MARCELO		Pdas	AUSENTE
ESQUIVEL, ANGELINA	P	Candelaria DNI 6.075.039	
ARRUA CARDOZO, LUCILA	P	Candelaria DNI 11.156.795	
MUÑOZ, Stella Maris	P	Pdas (DI 12694665)	Museo Cambas
ROJAS, LILIANA MIRTA	P	Pdas (DI 13281621)	Museo Cambas
GASSMANN, ANA MARIA		Pdas	AUSENTE
NÚÑEZ DE CRIB, STELLA		Pdas	AUSENTE
RODRÍGUEZ JULIO jc38andresito@hotmail.com	P	D.N.I. 20.217.077	Pte. Coop. Andresito
ELSA SEMKE	P	16.002.427	
INES GOMEZ	P	10.795.360	
BENITES FABIANA	P	17.162.469	
CORRADI ZULMA	P	16.858.403	
ROMERO CLAUDIO	P	16.331.006	
GOMEZ FEDERICO	P	27.233.348	
NÚÑEZ ANA CAROLINA	P	26.637.205	1562-0495 UNAM

Cursos de Administración y Gestión del Emprendimiento

Artesanal

OBERA, Jueves 10 de mayo de 2006
8.30 hs. a 14 hs.
Lugar: Facultad de Arte de la UNAM – Carué 832

LISTA DE INSCRIPTOS

APELLIDO Y NOMBRE		D.N.I.		
ALVES, MARIA VIRGINIA	1	D.N.I. Nº 20.119.274	P	Dir. Cult. Oberá
BIELAT, BEATRIZ DEL CARMEN	2	D.N.I. Nº 16.788.151	P	Dir. Cult. Oberá
CORREA, CLAUDIA BEATRIZ	3	D.N.I. Nº 18.210.637	P	Dir. Cult. Oberá
ACOSTA, PAULA ANDREA	4	D.N.I. Nº 25.209.315		
KRUZELNISKI, ANA MARIA	5	D.N.I. Nº 16.788.297	P	Facultad de Arte
SILVERO, ERMINIA	6	D.N.I. Nº 6.669.958	P	Facultad de Arte
BORGES, CESAR	7	D.N.I. Nº 31.330.525		
ZARATE, VERÓNICA	8	D.N.I. Nº 31.501.213		
PATZER, RODOLFO E.	9	D.N.I. Nº 17.663.430	P	Facultad de Arte
MATKOSKI, ANGEL IVAN	10	D.N.I. Nº 31.077.056	P	Facultad de Arte
SCHMECHEL, LAURA MARIA	11	D.N.I. Nº 26.851.630	P	Facultad de Arte
KRIJACZUK, KARINA	12	D.N.I. Nº 27.922.208	P	Facultad de Arte
HENDGES, RENI	13	D.N.I. Nº 92.468.491		
LOPEZ, RITA	14	D.N.I. Nº 16.331.373	P	Facultad de Arte
CANTEROS, HECTOR	15	D.N.I. Nº 7.631.833	P	Facultad de Arte
SPACIUK, ENRIQUE	16	D.N.I. Nº 31.514.530		
MALIMON, LIDIA	17	D.N.I. Nº 16.331.179	P	Facultad de Arte
IGARZABAL, MARIA VICTORIA	18	D.N.I. Nº 28.181.826	P	Facultad de Arte
GRAEF, NATALIA ELIZABETH	19	D.N.I. Nº 31.242.916	P	Facultad de Arte
VANZINI, CLAUDIA PATRICIA	20	D.N.I. Nº 27.981.888	P	Facultad de Arte
MARTINEZ, PEREZ GERMAN	21	D.N.I. Nº 28.753.120	P	Facultad de Arte
MARTÍN, DIEGO RENE	22	D.N.I. Nº 31.457.926		
PITSCH, MARCELA	23	D.N.I. Nº 30.753.100		
TALAVERA, MARIAANGELA	24	D.N.I. Nº 30.255.281		
OBERMANN, YESSICA	25	D.N.I. Nº 30.717.562	P	Facultad de Arte
CIZLACH, IVONE	26	D.N.I. Nº 22.286.906	P	Facultad de Arte
GARCIA, CECILIA	27			
VIANA, MARCIA ALICIA	28	D.N.I. Nº 28.059.852	P	Facultad de Arte
CIBILS, ORLANDO	29	D.N.I. Nº 18.583.314		
KUSMICZ, JAVIER	30	D.N.I. Nº 26.851.661		
PEREZ, MIGUEL	31	D.N.I. Nº 31.350.504		
KOZLOWSKI, ALVARO	32	D.N.I. Nº 25.976.431		
BARRIOS, JUAN PABLO	33	D.N.I. Nº 31.880.633	P	Facultad de Arte
FASZZESKI, CRISTINA MARIA	34	D.N.I. Nº 27.205.387	P	Facultad de Arte
ITURRALDE, MARIA BLANCA	35	D.N.I. Nº 18.497.923	P	Facultad de Arte de Pdas.
GRUN, YANINA	36	D.N.I. Nº 30.522.181		
GRABOVIESKI, IVANA	37	D.N.I. Nº 31.105.264	P	Facultad de Arte

SOROKA, GISELA	38	D.N.I. Nº 31.513.616	P	Facultad de Arte
FELSCH, LAURA	39	D.N.I. Nº 31.570.998	P	Facultad de Arte
RAGAZZ, PATRICIA ROXANA	40	D.N.I. Nº 32.437.469		
BARRIOS, ANDREA C.	41	D.N.I. Nº 30.398.132		
HILLEBRAND, RAFAELA SOLEDAD	42	D.N.I. Nº 27.522.543		
ANZUATE, VALERIA YESICA	43			
TRAIID, TAMARA	44	D.N.I. Nº 28.484.315	P	Facultad de Arte
VAZQUEZ, LORENA E.	45	D.N.I. Nº 26.328.492		
KRAULICH, SONIA	46	D.N.I. Nº 25.793.678	P	Facultad de Arte
WELLS, CAROLINA	47	D.N.I. Nº 31.121.828	P	Facultad de Arte
ENRIQUEZ, GABRIEL OSCAR	48	D.N.I. Nº 31.121.920	P	Facultad de Arte
DIAZ BRAMBILA, YOLANDA ESTER	49	D.N.I. Nº 11.451.837		
JUNG, ANA	50	D.N.I. Nº 13.281.770	P	Dir. Cult. Oberá
BANACHOK, JORGE	51	D.N.I. Nº 29.179.068	P	Dir. Cult. Oberá
DEUTCHE, ELSA	52	D.N.I. Nº 16.788.176		
BIELAT, BEATRIZ DEL CARMEN	53	D.N.I. Nº 16.788.151		
OTTO DE FRANCO, MABEL	54	D.N.I. Nº 11.964.807	P	Dir. Cult. Oberá
NADAL, PATRICIO	55	D.N.I. Nº 13.613.350	P	Pdas.
SKITTBERG, ROBERTO	56	D.N.I. Nº 7.584.795	P	Pdas.
MOTTOLA, MARTA	57			Dir. Cult. Oberá
BUIATTI, LAURA	58	D.N.I. Nº 11.229.596	P	L.N.Alem
URDAPILLETA, MARIA VICTORIA	59	D.N.I. Nº 33.271.212	P	L.N.Alem
URDAPILLETA, ARANZAZU	60	D.N.I. Nº 31.599.798	P	L.N.Alem
HOLLAND, GERMEN ELVINO	61	D.N.I. Nº 14.079.803	P	2 de Mayo
BACHOT, NESTOR	62	D.N.I. Nº 5.408.189		
VILLALBA, SILVIA MARIELA	63	D.N.I. Nº 20.923.446	P	
ROMERO, MARIA ANTONIA	64	D.N.I. Nº 21.709.436		
SILVERO, MATILDE	65	D.N.I. Nº 6.269.838	P	Dir. Cult. Oberá
GUAIMAS, BONIFACIO	66	D.N.I. Nº 8.087.533	P	Facultad de Arte
BIELAT, BEATRIZ	67	D.N.I. Nº 16.788.151		
RODRÍGUEZ, GUSTAVO	68	D.N.I. Nº 32.884.772		
VIEIRA, ALBERTO	69	D.N.I. Nº 17.023.399	P	
ALCARAZ, MIRTA	70	D.N.I. Nº 13.737.637	P	Dir. Cult. Oberá (Bompland)
VILLALBA, CLAUDIA	71	D.N.I. Nº 30.983.857	P	Facultad de Arte
ARENA, FELIPE	72		P	Oberá
GANDULLA, SILVIA	73	D.N.I. Nº 21.302.134	P	Dir. Cult. Oberá
DIAZ, BEATRIZ	74	D.N.I. Nº 23.644.530	P	San Ignacio
GUERRERO, LAURA	75	D.N.I. Nº 27.580.240	P	San Ignacio
COUDEU, AYELEN	76	D.N.I. Nº 30.367.757	P	Facultad de Arte
COITO, ANALIA	77	D.N.I. Nº 27.100.349	P	Facultad de Arte
BREGAGNOLO, IRMA AIDEE	78	D.N.I. Nº 5.396.516	P	Ruta 14 y Bogota – obera - 3755 422875
OLIVEIRA, LUJAN	79	D.N.I. Nº 28.387.133	P	Facultad de Arte
CIVILS, ORLANDO	80	D.N.I. Nº 18.583.314	P	Facultad de Arte
SKITTBERG, ROBERTO RUBEN	81	D.N.I. Nº 7.584.795	P	Ba.Docente – Cs.170 – Oberá – 405983 CUCHILLOS

Cursos de Administración y Gestión del Emprendimiento
Artesanal

ELDORADO, Sábado 12 de mayo de 2006

9.00 hs. a 14,30 hs.

Lugar: Colegio San José – Km.11

LISTA DE INSCRIPTOS

<u>APELLIDO Y NOMBRE</u>	<u>DOC.</u>		<u>OBSERVACIONES</u>
BELENI, RICARDO	D.N.I. Nº 13.160.755		
CUELLA BENITEZ, AMADO		P	Eldorado
ROMERO, CARLOS	D.N.I. Nº 21.979.837	P	Pto.Esperanza – artesanías en mad artesaniasmborihahu@yahoo.com.ar
GHERARDI, JOSE LUIS	D.N.I. Nº 7.836.271	P	Pto.Esperanza
PREUKSCHET, BERNARDO	L.E. 8.389.528		Pto.Esperanza
PERINI, JORGE FERNANDO	D.N.I. Nº 14.636.584	P	Montecarlo - Ceramista
ALVAREZ, MARIANO	D.N.I. Nº 23.348.277	P	Eldorado
SAN JUAN, ISMAEL ALCIDES	D.N.I. Nº 18.808.815	P	Montecarlo
SÁNCHEZ, FLORENTINO	D.N.I. Nº 8.500.376		Eldorado
MARTINEZ, SONIA	D.N.I. Nº 22.182.877	P	Eldorado – Artes. En peteriby
BLEJER, MARCOS	D.N.I. Nº 26.994.591	P	Montecarlo – talla en madera
PEREZ, MIRTA	D.N.I. Nº 21.301.353	P	mirtaperezar@yahoo.com.ar - Tel.426144 Eldorado
CARO, MARCELO ISMAEL	D.N.I. Nº 21.079.037	P	Eldorado
ORTIGOZA, ANCELMA	D.N.I. Nº 12.233.808		
BRITEZ, NADIA	D.N.I. Nº 26.994.521	P	Montecarlo
COLOMBO, LORENA	D.N.I. Nº 25.194.358	P	Munic. de Montecarlo – vinos
ACOSTA, DELIA	D.N.I. Nº 22.383.363	P	Montecarlo
FERTL, INES	D.N.I. Nº 11.021.605		
FITZ, VICTOR MIGUEL	D.N.I. Nº 11.225.279	P	San Pedro – Madera
FITZ, MAURICE			*****
VERA, DORA	D.N.I. Nº 10.782.122	P	Eldorado
BATISTA, LETICIA	D.N.I. Nº 35.696.138	P	Eldorado
LÖBELL, LILIANA	D.N.I. Nº 21.957.697	P	Eldorado
GIMÉNEZ, GRACIELA	D.N.I. Nº 26.026.518	P	Eldorado
DA SILVA, NESTOR FABIAN	D.N.I. Nº 28.412.467	P	Eldorado
ALVARENGA, GABRIEL	D.N.I. Nº 30.956.621	P	Eldorado
MAYERHOFER, MATIAS	D.N.I. Nº 30.149.463	P	Montecarlo



Ministerio de Ecología,
Recursos Naturales Renovables y
Turismo



Consejo Federal de Inversiones



Gobierno de la
Provincia de
Misiones

Se certifica que: **SKITTBERG, ROBERTO
RUBEN**

D.N.I. N° 7.584.795

participó del curso de

“ADMINISTRACION Y GESTION DEL EMPRENDIMIENTO ARTESANAL”

realizado el día 10 de Mayo de 2007, en la Facultad de Arte de
la UNaM

Oberá – Misiones, 10 de
Mayo de 2007

.....
.....
**C.P.N. ALICIA
POKOLENKO**

Instructora

.....
.....
**ING. LUIS ARNALDO
JACOBO**

Ministro de Ecología, R.N.R.
Y Turismo









ANEXO III

Por rubro y localidad.	Total	Cerámica-Alfarería	Cestería-mimbrearía	Cuero	Joyería-adornos	Alfarería	Metales	Piedra	Mixto
25 de Mayo	6	0	0	2	0	2	2	0	0
A. del Valle	10	0	1	1	0	3	2	0	3
Apóstoles	24	0	3	2	0	3	0	0	17
Arroyo del Medio	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Azara	5	1	0	0	0	1	1	0	2
B. de Irigoyen	3	0	0	0	0	2	0	0	1
C. Victoria	1	1	1	0	1	1	0	0	0
Campo Grande	5	0	0	0	0	2	0	0	3
Campo Viera	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Candelaria	22	0	0	1	2	1	1	1	4
Capioví	12	0	4	0	0	5	0	0	3
Caraguatay	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Cerro Azul	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Col. Aurorá	10	0	0	0	0	0	0	0	10
Col. Polana	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Dos de Mayo	7	1	0	0	0	2	0	0	5
El Alcázar	2	0	0	0	0	2	0	0	0
Eldorado	15	3	2	0	0	8	1	0	7
Garuhapé	6	0	0	1	1	4	1	0	3
Garupá	26	1	2	1	0	6	0	0	17
Gob. López	4	0	0	0	0	1	0	0	3
Gral. Alvear	1	0	1	0	0	1	0	0	0
Gral. Urquiza	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Itacaruaré	3	0	1	0	0	0	0	0	2
Jardín América	5	2	1	0	0	2	1	0	1
L. N. Alem	22	4	4	1	1	6	0	0	11
Loreto	5	1	2	0	0	0	0	0	5
Mojón Grande	7	0	1	0	0	0	0	0	6
Montecarlo	19	5	3	0	2	12	1	0	1

Oberá	24	4	7	0	2	7	4	0	11
Panambi	1	0	0	0	0	1	0	0	0
Posadas	117	6	5	5	5	28	8	3	78
Pto. Esperanza	12	0	5	0	0	3	0	1	5
Pto. Iguazú	21	0	0	2	3	8	2	0	11
Pto. Libertad	3	1	1	1	1	1	1	2	2
Pto. Piray	1	0	0	0	0	1	0	0	1
Pto. Rico	25	2	3	1	1	9	1	0	14
Ruiz de Montoya	2	0	0	0	0	1	1	0	1
San Antonio	4	1	0	0	0	1	0	0	2
San Ignacio	29	5	1	2	11	9	6	1	9
San Javier	2	0	0	0	0	1	0	0	1
San José	3	1	0	0	0	1	0	0	0
San Martín	2	0	0	0	0	1	0	0	1
San Pedro	2	0	0	0	0	2	0	0	0
San Vicente	17	0	0	1	1	4	0	0	13
Santa Ana	11	2	2	0	1	5	0	0	3
Santa Inés	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Wanda	3	1	0	0	0	2	0	3	0
Total	507	42	50	22	32	154	33	11	258

Localidad	Total Artesanos	Artesano productor	Además de otras formas de comercialización				
			Un vendedor	Otros artesanos	Ferias	Comerc. Art. reg.	Familiar
25 de Mayo	6	6	0	0	0	0	0
A. del Valle	10	10	0	1	0	0	0
Apóstoles	24	24	0	0	0	0	0
Arroyo del Medio	1	1	0	0	0	0	0
Azara	5	5	0	0	0	0	0
B. de Irigoyen	3	3	0	0	0	0	0
C. Victoria	1	1	0	0	0	0	0
Campo Grande	5	5	0	0	0	1	0
Campo Viera	1	1	0	0	0	0	0
Candelaria	22	22	0	0	0	0	0
Capioví	12	12	0	0	0	0	0
Caraguatay	1	1	0	0	0	0	0
Cerro Azul	1	1	0	0	0	0	0
Col. Aurorá	10	10	0	0	0	0	0
Col. Polana	2	2	0	0	0	0	0
Dos de Mayo	7	7	0	0	0	0	0
El Alcazar	2	2	0	0	0	0	0
Eldorado	15	15	0	0	0	0	3
Garuhapé	6	6	0	0	0	0	0
Garupá	26	26	1	0	0	0	1
Gob. Lopez	4	4	0	0	0	0	0
Gral. Alvear	1	1	0	0	0	0	0
Gral. Urquiza	1	1	0	0	0	0	0
Itacaruaré	3	3	0	0	0	0	0
Jardín America	5	5	0	0	0	0	0
L. N. Alem	22	22	2	1	0	0	2
Loreto	5	5	0	0	0	0	0
Mojon Grande	7	7	0	0	0	0	0
Montecarlo	19	19	2	0	0	0	0

Oberá	24	24	0	0	1	0	0
Panambi	1	1	0	0	0	0	0
Posadas	117	117	2	0	1	0	5
Pto. Esperanza	12	12	0	0	0	0	0
Pto. Iguazú	21	21	1	0	0	2	0
Pto. Libertad	3	3	0	0	0	0	0
Pto. Piray	1	1	0	0	0	0	0
Pto. Rico	25	25	0	0	0	0	0
Ruiz de Montoya	2	2	0	0	0	0	0
San Antonio	4	4	0	0	0	0	0
San Ignacio	29	29	2	0	0	2	3
San Javier	2	2	0	0	0	0	0
San José	3	3	0	0	0	0	0
San Martín	2	2	0	0	0	0	0
San Pedro	2	2	0	0	0	0	0
San Vicente	17	17	0	0	0	0	0
Santa Ana	11	11	0	0	0	0	0
Santa Inés	1	1	0	0	0	0	0
Wanda	3	3	0	0	0	0	0
Total	507	507	10	2	2	5	14

TIEMPO DEDICADO A LA PRODUCCIÓN						
Localidad	Total	Menos 3 meses	3 meses	6 meses	9 meses	12 meses
25 de Mayo	6	0	0	1	0	
A. del Valle	10	0	2	1	0	
Apostoles	24	0	3	2	2	
Arroyo del Medio	1	0	0	0	0	
Azara	5	0	0	1	0	
B. de Irigoyen	3	0	0	0	0	
C. Victoria	1	0	0	0	0	
Campo Grande	5	0	0	0	0	
Campo Viera	1	0	1	0	0	
Candelaria	22	1	1	3	1	
Capioví	12	0	1	1	2	
Caraguatay	1	0	0	0	0	
Cerro Azul	1	0	0	0	1	
Col. Aurorá	10	0	0	3	0	
Col. Polana	2	0	0	1	0	
Dos de Mayo	7	0	1	0	0	
El Alcazar	2	0	0	0	0	
Eldorado	15	0	2	0	2	
Garuhapé	6	0	1	3	2	
Garupá	26	0	2	1	0	
Gob. Lopez	4	0	0	1	0	
Gral. Alvear	1	0	0	0	0	
Gral. Urquiza	1	0	0	0	0	
Itacaruaré	3	0	0	1	0	
Jardín America	5	0	0	1	0	
L. N. Alem	22	0	0	1	5	
Loreto	5	0	0	0	0	
Mojon Grande	7	0	1	0	0	
Montecarlo	19	1	2	1	3	
Oberá	24	0	0	0	1	
Panambi	1	0	0	0	0	
Posadas	117	0	3	9	5	
Pto. Esperanza	12	1	2	0	2	
Pto. Iguazú	21	0	0	0	0	
Pto. Libertad	3	0	1	0	1	
Pto. Piray	1	0	1	0	0	
Pto. Rico	25	0	3	2	4	
Ruiz de Montoya	2	0	0	2	0	
San Antonio	4	1	1	1	0	
San Ignacio	29	0	0	2	1	
San Javier	2	0	1	0	0	
San José	3	0	1	0	0	
San Martín	2	0	1	0	0	
San Pedro	2	0	0	0	0	
San Vicente	17	0	2	1	1	
Santa Ana	11	0	0	0	1	
Santa Inés	1	0	0	0	0	
Wanda	3	0	0	0	0	

TOTAL	507	4	33	39	34
-------	-----	---	----	----	----

Origen de los Diseños

Localidad	Total Artesanos	Diseño propio	Le dan diseño	Revistas	Otros	S/D
25 de Mayo	6	5	1	0	0	
A. del Valle	10	9	0	1	5	
Apostoles	24	21	0	2	6	
Arroyo del Medio	1	1	0	0	0	
Azara	5	5	0	0	3	
B. de Irigoyen	3	3	0	0	1	
C. Victoria	1	1	0	0	0	
Campo Grande	5	5	0	0	0	
Campo Viera	1	1	0	0	0	
Candelaria	22	19	0	1	6	
Capioví	12	10	0	2	7	
Caraguatay	1	1	0	0	0	
Cerro Azul	1	1	0	0	0	
Col. Aurorá	10	5	3	2	8	
Col. Polana	2	1	1	0	0	
Dos de Mayo	7	7	0	0	1	
El Alcazar	2	2	0	0	0	
Eldorado	15	15	0	0	2	
Garuhapé	6	6	0	0	1	
Garupá	26	24	0	2	11	
Gob. Lopez	4	4	0	0	1	
Gral. Alvear	1	1	0	0	0	
Gral. Urquiza	1	1	0	0	0	
Itacaruaré	3	3	0	0	1	
Jardín America	5	5	0	0	2	
L. N. Alem	22	21	0	1	11	
Loreto	5	5	0	0	3	
Mojon Grande	7	5	1	0	2	
Montecarlo	19	18	0	1	8	
Oberá	24	21	0	2	6	
Panambi	1	1	0	0	0	
Posadas	117	114	0	3	42	
Pto. Esperanza	12	12	0	0	3	
Pto. Iguazú	21	21	0	0	3	
Pto. Libertad	3	3	0	0	2	
Pto. Piray	1	1	0	0	0	
Pto. Rico	25	22	0	3	8	
Ruiz de Montoya	2	2	0	0	0	
San Antonio	4	4	0	0	3	
San Ignacio	29	28	0	1	9	
San Javier	2	2	0	0	0	
San José	3	2	1	0	1	
San Martín	2	2	0	0	0	

San Pedro	2	2	0	0	2
San Vicente	17	15	1	1	6
Santa Ana	11	11	0	0	1
Santa Ines	1	1	0	0	1
Wanda	3	3	0	0	1
TOTAL	507	472	8	22	167

Donde aprendió el oficio artesanal

Localidad	Total	Iniciativa Prop.	Curso	Taller	S/D
25 de Mayo	6	5	0	1	0
A. del Valle	10	8	1	1	0
Apostoles	24	14	3	5	2
Arroyo del Medio	1	1	0	0	0
Azara	5	3	2	0	0
B. de Irigoyen	3	3	0	0	0
C. Victoria	1	0	1	0	0
Campo Grande	5	4	1	0	0
Campo Viera	1	1	0	0	0
Candelaria	22	15	7	0	0
Capioví	12	6	5	1	0
Caraguatay	1	1	0	0	0
Cerro Azul	1	1	0	0	0
Col. Aurorá	10	9	1	0	0
Col. Polana	2	2	0	0	0
Dos de Mayo	7	5	1	1	0
El Alcazar	2	1	0	1	0
Eldorado	15	9	2	2	2
Garuhapé	6	4	0	1	1
Garupá	26	17	6	3	0
Gob. Lopez	4	4	0	0	0
Gral. Alvear	1	1	0	0	0
Gral. Urquiza	1	1	0	0	0
Itacaruaré	3	0	2	1	0
Jardín America	5	4	0	1	0
L. N. Alem	22	18	3	1	0
Loreto	5	2	2	1	0
Mojon Grande	7	4	2	1	0
Montecarlo	19	15	0	3	1
Oberá	24	8	10	4	2
Panambi	1	1	0	0	0
Posadas	117	89	13	10	5
Pto. Esperanza	12	9	0	3	0
Pto. Iguazú	21	18	0	3	0
Pto. Libertad	3	3	0	0	0
Pto. Piray	1	1	0	0	0
Pto. Rico	25	16	3	6	0
Ruiz de Montoya	2	2	0	0	0
San Antonio	4	2	0	2	0
San Ignacio	29	20	2	5	2
San Javier	2	2	0	0	0
San José	3	2	1	0	0
San Martín	2	2	0	0	0
San Pedro	2	2	0	0	0
San Vicente	17	11	3	1	2
Santa Ana	11	8	1	2	0
Santa Inés	1	1	0	0	0
Wanda	3	3	0	0	0
TOTAL	507	358	72	60	17

CLASIFICACIÓN POR SEXO Y NIVEL DE EDUCACIÓN

Localidad	Total	Hombres	Mujeres	Prim Comp.	Sec Comp.	C.Tecnicos	Curso Univ.	Prim Incomp.	Sec Incomp.	S/D
25 de Mayo	6	6	0	2	1	0	0	1	2	0
A. del Valle	10	5	5	1	3	0	2	1	3	0
Apostoles	24	3	21	6	12	0	1	3	2	0
Arroyo del Medio	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Azara	5	2	3	3	1	1	0	0	0	0
B. de Irigoyen	3	2	1	1	0	1	0	0	1	0
C. Victoria	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
Campo Grande	5	3	2	0	2	0	1	1	1	0
Campo Viera	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Candelaria	22	8	14	5	7	0	2	3	5	0
Capioví	12	0	12	6	2	0	2	1	1	0
Caraguatay	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Cerro Azul	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Col. Aurorá	10	0	10	7	1	0	0	1	1	0
Col. Polana	2	0	2	1	0	0	0	0	1	0
Dos de Mayo	7	1	6	2	2	0	1	1	1	0
El Alcazar	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0
Eldorado	15	6	9	4	5	0	2	2	2	0
Garuhapé	6	3	3	3	2	0	0	1	0	0
Garupá	26	7	19	9	5	1	1	2	8	0
Gob. Lopez	4	1	3	2	0	0	1	1	0	0
Gral. Alvear	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Gral. Urquiza	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Itacaruaré	3	0	3	2	1	0	0	0	0	0
Jardín America	5	2	3	1	3	0	0	0	0	1
L. N. Alem	22	7	15	1	8	0	5	6	1	1
Loreto	5	0	5	2	0	1	0	2	0	0
Mojon Grande	7	1	6	3	0	0	0	1	2	1
Montecarlo	19	10	9	2	5	2	2	2	5	1
Oberá	24	6	18	8	8	0	4	1	1	2
Panambi	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Posadas	117	47	70	11	57	3	24	0	20	2

Pto. Esperanza	12	3	9	5	3	1	1	0	1	1
Pto. Iguazú	21	13	8	4	11	0	0	0	5	1
Pto. Libertad	3	1	2	1	2	0	0	0	0	0
Pto. Piray	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Pto. Rico	25	6	19	6	9	1	1	2	5	1
Ruiz de Montoya	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0
San Antonio	4	2	2	0	3	0	0	0	1	0
San Ignacio	29	12	17	5	14	0	0	3	7	0
San Javier	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0
San José	3	3	0	2	0	0	1	0	0	0
San Martín	2	0	2	1	0	0	0	1	0	0
San Pedro	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0
San Vicente	17	3	14	3	3	1	2	4	4	0
Santa Ana	11	5	6	4	3	0	0	4	0	0
Santa Inés	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Wanda	3	0	3	1	1	0	0	1	0	0
TOTALES	507	362	652	116	180	12	54	48	84	13

Por grado de Asociación

Localidad	Total	Individual	Grupo Informal	C
25 de Mayo	6	2	4	4
A. del Valle	10	8	2	2
Apostoles	24	19	0	0
Arroyo del Medio	1	1	0	0
Azara	5	5	0	0
B. de Irigoyen	3	3	0	0
C. Victoria	1	1	0	0
Campo Grande	5	5	0	0
Campo Viera	1	1	0	0
Candelaria	22	22	0	0
Capioví	12	9	3	3
Caraguatay	1	1	0	0
Cerro Azul	1	1	0	0
Col. Aurorá	10	10	0	0
Col. Polana	2	2	0	0
Dos de Mayo	7	7	0	0
El Alcazar	2	2	0	0
Eldorado	15	12	3	3
Garuhapé	6	6	0	0
Agrupá	26	19	1	1
Gob. Lopez	4	4	0	0
Gral. Alvear	1	1	0	0
Gral. Urquiza	1	1	0	0
Itacaruaré	3	3	0	0
Jardín America	5	5	0	0
L. N. Alem	22	14	6	6
Loreto	5	5	0	0
Mojon Grande	7	7	0	0
Montecarlo	19	10	9	9
Oberá	24	23	1	1
Panambi	1	0	0	0
Posadas	117	99	1	1
Pto. Esperanza	12	12	0	0

Pto. Iguazú	21	12	6
Pto. Libertad	3	3	0
Pto. Piray	1	1	0
Pto. Rico	25	25	0
Ruiz de Montoya	2	2	0
San Antonio	4	3	1
San Ignacio	29	10	0
San Javier	2	2	0
San José	3	3	0
San Martin	2	1	1
San Pedro	2	1	0
San Vicente	17	14	0
Santa Ana	11	9	0
Santa Ines	1	0	0
Wanda	3	2	0
TOTAL	507	408	38

ANEXO IV

PROYECTO ESTATUTO SOCIAL

FUNDACION
ARTESANIAS MISIONERAS

CAPITULO I
INSTITUCION

ARTICULO 1.- El día XXXXXX de XXXXXX de 2007 queda constituida por un plazo de CINCUENTA (50) años renovables la “**Fundación Artesanías Misioneras**” de bien público y sin fines de lucro.

ARTICULO 2. La “**Fundación Artesanías Misioneras**” fija domicilio legal en XXXXXX de la Ciudad de Posadas , Provincia de Misiones.

ARTICULO 3.- OBJETIVOS. General: La “**Fundación Artesanías Misioneras**” tiene como objetivo la promoción y el desarrollo de todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, comerciales, investigación y diseño, necesarias para el progreso de los artesanos de la provincia y de la industria artesanal.

Particulares:

- a. Promover las acciones necesarias para el desarrollo del sector artesanal y consolidar la identidad provincial y la imagen del sector a nivel nacional e internacional.
- b. Incrementar la competitividad del sector artesanal y fortalecer su capacidad para generar ingresos y mejorar la calidad de vida de los artesanos, recuperar y preservar el patrimonio cultural vivo y la sostenibilidad del ambiente.
- c. Fomentar la investigación, el desarrollo y la aplicación del diseño a través de Instituciones o Centros especializados en el tema mediante el fortalecimiento de la creatividad, el perfeccionamiento del diseño y el trabajo entre el sector artesanal y los profesionales del área con la finalidad de aumentar la competitividad con propuestas diferenciadas.
- d. Fomentar la comercialización provincial, nacional e internacional de los productos artesanales, implementando de ser necesario locales de

comercialización gestionados por la misma Fundación o por terceros en función de acuerdos con entidades, organismos, instituciones públicas o privadas.

- e. Propiciar la cooperación de los sectores públicos, privados y académicos para definir políticas de desarrollo para liderar y coordinar programas estratégicos, concertando con los actores del sector la inversión de recursos físicos, humanos y financieros para impulsar su crecimiento.
- f. Vincular el conocimiento endógeno, la tecnología y la técnica de los artesanos con el uso de nuevas tecnologías para introducir al mercado productos representativos de la tradición cultural ancestral.
- g. Fomentar la asociatividad entre los artesanos, y la de estos con proveedores, comercializadores, entidades del conocimiento, y todas aquellas que promuevan el desarrollo del sector.
- h. Fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías aplicadas a la artesanía en un marco de rescate, preservación y desarrollo del sector.
- i. Fomentar la formación de conciencia ecológica y el compromiso de asegurar la sostenibilidad de las materias primas naturales.
- j. Apoyar el fortalecimiento de las instituciones de la sociedad cuyo objetivo sea el desarrollo de la actividad artesanal y la mejora de la competitividad de las regiones y cadenas de comercialización.
- k. Fomentar el desarrollo de acuerdos territoriales entre el sector público y el artesanal, a los efectos de definir en forma conjunta lineamientos para el crecimiento y desarrollo sostenido del territorio provincial.
- l. Implementar programas de asistencia financiera, incluso a través del otorgamiento de créditos en forma directa.

Artículo 4: La Fundación cumplirá con los Objetivos General y Particulares enunciados precedentemente ajustándose a los siguientes principios:

- a- Definir programas de actividades con resultados medibles.
- b- Separación entre la conducción política y la gestión gerencial. La Fundación Artesanías Misioneras” deberá dividir su estructura de gestión en una instancia política, y otra instancia gerencial altamente profesionalizada con elevado nivel técnico.

- c- Riguroso control de gestión y obligación de publicidad de todos sus actos, resultados y estados contables.

ARTÍCULO 5.- FUNCIONES. A los fines del cumplimiento de los objetivos enunciados y los principios referidos en los artículos anteriores, corresponde a la “**Fundación Artesanías Misioneras**”:

- a) Comercializar a nivel provincial, nacional e internacional productos artesanales y otros como parte de las actividades de fomento y desarrollo.
- b) Prestar asistencia integral al Artesano.
- c) Ayudar al artesano en su organización promoviendo la creación y formación de asociaciones, cooperativas, empresas y demás unidades comunitarias.
- d) Obtener recursos provinciales, nacionales o extranjeros a través de créditos y/o donaciones y/o subsidios de personas, instituciones o Gobiernos Nacionales, Provinciales o Extranjeros, para promover las acciones propias de la Fundación.
- e) Conforme a la Ley constituir o ser parte de sociedades, cooperativas, asociaciones, y demás personas jurídicas con participación de personas privadas y públicas, nacionales y o extranjeras, destinadas a la promoción y o comercialización de productos artesanales y demás actividades mercantiles que puedan contribuir al desarrollo de la Fundación y del sector artesanal.
- f) Unificar y coordinar esfuerzos y recursos de los sectores públicos y privados que se interesen por los artesanos y la artesanía para cumplir los fines de la Fundación.
- g) Construir, adquirir, y administrar en el territorio provincial, nacional o internacional que se considere conveniente centros, establecimientos de comercio, sedes de formación, destinados a la promoción, comercialización, educación y mejoramiento de la industria artesanal.
- h) Participar con la colaboración de organismos provinciales, nacionales o internacionales en la estructuración de políticas de desarrollo artesanal.
- i) Brindar formación continua directamente o en colaboración con entidades afines para buscar el desarrollo del sector artesanal.
- j) Programar y ejecutar políticas de crédito que favorezcan principalmente al sector artesanal.
- k) Implementar con fondos propios o de terceros, líneas de créditos para el sector artesanal que se podrán ejecutar en forma directa o en asociación con entidades crediticias, inclusive asumiendo el carácter de avalista.

- l) Realizar actividades de fomento y educación.
- m) Cumplir con su objetivo social y con las obligaciones que las leyes establezcan en beneficio del artesano.

CAPITULO II

ARTICULO 6.- Integran la “**Fundación Artesanías Misioneras**” los Fundadores, Adherentes y Benefactores.

ARTICULO 7. FUNDADORES: Integran esta categoría las personas físicas o jurídicas –de derecho público o privado- que suscriban el Acta Constitutiva o quienes estos designen en su representación.

ARTICULO 8 ADHERENTES: En esta categoría se incluirán aquellas personas físicas y/o jurídicas de derecho público o privado que en virtud a su aporte económico a “**La Fundación Artesanías Misioneras**” expresen formalmente su deseo de contribuir en forma permanente al cumplimiento de los objetivos fundacionales.. Podrán integrar el Consejo de Administración.

ARTICULO 9 BENEFACTORES: En esta categoría se incluirán aquellas personas físicas y/o jurídicas de derecho público o privado que realicen aportes importantes para proyectos específicos que se encuadren en los objetivos fundacionales. No podrán ser elegidos para integrar los órganos directivos.

CAPITULO III

ESTRUCTURA

ARTICULO 10.- ESTRUCTURA. La “**Fundación Artesanías Misioneras**” presentará la siguiente estructura organizativa :

- a) Un Consejo de Administración
- b) Comisión Revisora de Cuentas
- c) Un Director Ejecutivo
- d) Responsables sectoriales

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

ARTICULO 11.- DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. INTEGRACIÓN – La “**Fundación Artesanías Misioneras**” será dirigida y administrada por un Consejo de Administración que estará integrado por un Presidente, un Secretario, un Tesorero, dos Vocales Titulares y dos Vocales Suplentes. Durarán tres años en sus funciones pudiendo ser reelegidos indefinidamente. Serán designados por el propio Consejo en la reunión anual que corresponda, con excepción del Presidente, el que será designado por el sector Gubernamental.

ARTICULO 12.- DEL ORIGEN Y PERFIL DE LOS INTEGRANTES. Dos de los integrantes del Consejo de Administración provendrán del sector Gubernamental y uno del sector Académico. Los restantes integrantes podrán provenir de los sectores citados anteriormente o ser representantes de los artesanos o de sus organizaciones representativas que hayan adherido a la Fundación.

ARTICULO 13.- REMOCION. Cualquiera de los miembros del Consejo de Administración y de la Comisión Revisora de Cuentas de la “**Fundación Artesanías Misioneras**” podrá ser removido por las siguientes causales:

- a- Incurrir en actos considerados notoriamente perjudiciales a los intereses de “**La Fundación Artesanías Misioneras**”, o que impliquen mala administración en el desempeño de las funciones;
- b- Violación de disposiciones legales o reglamentarias que rijan la Institución, así como en los casos de ausencias reiteradas e injustificadas a las reuniones del Consejo.
- c- Ser condenado por la Justicia Penal.

ARTICULO 14.- FUNCIONES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. –

- a- Ejercer por medio del Presidente o de quien lo reemplace, la representación de la Fundación de todos los actos judiciales, extrajudiciales, administrativos, públicos o privados en que la misma esté interesada;
- b- Cumplir y hacer cumplir el estatuto; dictar las reglamentaciones internas necesarias para el cumplimiento de las finalidades de la fundación, las que

- deberán ser aprobadas por la Dirección de Personas Jurídicas, sin cuyo requisito no podrán entrar en vigencia;
- c- Formar las subcomisiones auxiliares y/o institutos, y/o centros que requiera el cumplimiento de los fines de la fundación;
 - d- Asignar a los cuerpos previstos en el inc. (c) las funciones respectivas, aprobar su organización y la reglamentación que se dicte para su desenvolvimiento;
 - e- Formalizar la vinculación del sector con los Municipios y otras entidades públicas y privadas;
 - f- Designar al Director Ejecutivo;
 - g- Aprobar el Plan Anual;
 - h- Convocar a Reuniones ordinarias y extraordinarias;
 - i- Nombrar, sancionar y destituir al personal en relación de dependencia de la entidad;
 - j- Fijar el monto de las remuneraciones del personal rentado y/o contratado con fines específicos;
 - k- Otorgar y revocar poderes generales y especiales;
 - l- Aceptar herencias, legados, o donaciones, siempre y cuando las condiciones impuestas se conformen al objeto e intereses de la fundación, y darles el destino correspondiente;
 - m- Abrir cuentas corrientes y cajas de ahorro, con provisión de fondos o sin ellos, solicitar préstamos en instituciones bancarias internacionales, nacionales, provinciales, municipales o mixtas o particulares, etc., ordenar inversiones, el destino de los fondos y el pago de gastos;
 - n- Administrar fondos propios y de terceros con destino a préstamos para el desarrollo de la actividad artesanal (capacitación, adquisición de equipamiento, difusión, comercialización, etc.);
 - o- Celebrar toda clase de contratos, adquirir, conservar, gravar, y enajenar toda clase de bienes que sean necesarios para el logro de su objetivo y principios establecidos en el presente, girando, descontando, aceptando, negociando, toda clase de títulos, valores y demás documentos civiles y comerciales;
 - p- Ejecutar toda clase de actividades comerciales con el fin de obtener ingresos para la Fundación y a su vez permitir la promoción y desarrollo de los productos artesanales y cumplir con su objetivo fundacional;
 - q- Recibir y entregar bajo inventario a los bienes de la fundación;

- r- Dentro de los ciento veinte (120) días de la fecha de cierre del ejercicio anual, (que se fija al día treinta y uno (31) de agosto), deberá confeccionar y aprobar la Memoria, Inventario, Balance General y Cuenta de Gastos y Recursos correspondientes a ese ejercicio, los que serán enviados a la Dirección de Personas Jurídicas dentro de los plazos fijados por las disposiciones vigentes;
- s- Efectuar todo acto lícito relacionado con el objeto social y autorizado por estos Estatutos;
- t- Recurrir al asesoramiento de personas especializadas para el mejor cumplimiento de sus fines, pudiendo fijarles su retribución con cargo a gastos generales;
- u- Reformar el Estatuto en todas sus partes, salvo en lo que se refiere a los fines y objeto de su fundación y la distribución de cargos prevista entre los distintos sectores, que no podrán ser alterados. Para enmiendas estatutarias deberá llamarse a Reunión Extraordinaria, la que tendrá efecto conforme a las formalidades establecidas en el presente;
- v- La enumeración precedente es enunciativa, por cuanto el Consejo de Administración podrá celebrar todos los actos jurídicos necesarios para obtener la más eficaz prestación de los beneficios que constituyen el fin de su creación y el máximo rendimiento del Capital, incluso los actos especificados por el Art. 1881 del Código Civil y en cualquier disposición legal o reglamentaria que requiera poderes y facultades especiales;

ARTICULO 15.- DEL PRESIDENTE. El presidente deberá ser designado por el Sector Gubernamental. La presente asignación tiene carácter permanente e inmodificable.

ARTICULO 16.- AUSENCIA, IMPEDIMENTO Y VACANCIA: En caso de ausencia, impedimento o vacancia, el Presidente será reemplazado interinamente por el Secretario. En caso de Ausencia del Secretario será reemplazado por el Tesorero y en caso de ausencia de éste por uno de los Vocales, todo ello siempre y cuando el reemplazante represente a los fundadores.

ARTICULO 17.- FUNCIONES. El presidente tendrá las siguientes funciones:

- a) Ejercer la representación del Organismo ante distintos ámbitos provinciales, nacionales e internacionales;
- b) Firmar cheques y toda orden de pago junto con el Tesorero, función que podrá ser delegada en el Director Ejecutivo y autorizar con el Tesorero las cuentas de gastos firmando los recibos y demás documentos de la tesorería de acuerdo con lo resuelto por el Consejo, de Administración, no permitiendo que los fondos sociales sean invertidos en objetos ajenos a lo prescripto por este Estatuto;
- c) Convocar a las reuniones y sesiones del Consejo de Administración y presidirlas;
- d) Votar en las reuniones del Consejo, en caso de empate, tendrá derecho a un nuevo voto para desempatar;
- e) Firmar con el Secretario las Actas de reuniones del Consejo, la correspondencia y todo otro documento de la Fundación;
- f) Velar por la buena marcha y administración de la Fundación, observando y haciendo observar el Estatuto, reglamentos y resoluciones del Consejo de Administración;
- g) Suspender a cualquier empleado que no cumpla con sus obligaciones, y tomar resoluciones por sí en casos urgentes, debiendo en una u otra situación dar cuenta de tales medidas al Consejo de Administración en la primera reunión que éste celebre.

ARTICULO 18.- FUNCIONES. El Secretario tendrá las siguientes funciones:

- a) Asistir a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Consejo de Administración redactando las respectivas actas que serán asentadas en el libro de actas y las firmará conjuntamente con el Presidente.
- b) Preparar y remitir las convocatorias a las reuniones del Consejo de Administración.
- c) Llevar el libro de actas de sesiones, libro de registro de adherentes benefactores de **“La Fundación Artesanías Misioneras”** conjuntamente con el Tesorero.
- d) Preparar con el Presidente el proyecto de Memoria

ARTICULO 19.- FUNCIONES. El Tesorero tendrá las siguientes funciones:

- a) Asistir a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Consejo de Administración
- b) Organizar y controlar el cobro y el pago por cualquier concepto, así como informar al Consejo de Administración los ingresos y egresos por cualquier concepto
- c) Llevar los libros y comprobantes de contabilidad en el orden debido;
- d) Preparar anualmente el inventario, el balance y la cuenta de gastos y recursos para someter a consideración del Consejo de Administración y oportuna aprobación del mismo en la reunión anual;
- e) Abrir cuentas corrientes y o cajas de ahorro a nombre de **“La Fundación Artesanías Misioneras”** en el o los bancos que el Consejo de Administración determine;
- f) Firmar cheques y toda orden de extracción ó de pago junto con el Presidente, o el Director Ejecutivo, cuando así se haya dispuesto;
- g) Dar cuenta del estado económico financiero de **“La Fundación Artesanías Misioneras”**.

ARTICULO 20.- FUNCIONES. Los Vocales tendrá las siguientes funciones:

- a) Asistir a las sesiones y reuniones del Consejo de Administración con voz y voto.
- b) Desempeñar las tareas que el Consejo de Administración les designe.
- c) Ejercer un seguimiento permanente de los planes de trabajo, denunciando cualquier irregularidad que observaren.

ARTICULO 21.- REUNIONES. El Consejo de Administración se reunirá ordinariamente una (1) vez al mes como mínimo, el día y hora que el presidente de **“La Fundación Artesanías Misioneras”** determine la que deberá ser notificada con cinco (5) días de antelación; y en forma extraordinaria, por decisión del Presidente o por requerimiento de por lo menos de tres (3) de sus miembros.

ARTICULO 22 La citación a reuniones extraordinarias deberá efectuarse con una antelación de cuarenta y ocho (48) horas a la fijada en la convocatoria.

ARTICULO 23 Reunión Especial Anual: Una vez por año y dentro de los cuatro meses contados desde el cierre de cada ejercicio, el Consejo de Administración deberá

celebrar la reunión anual, a los efectos de considerar la Memoria, Balance General y Cuenta de Gastos y Recursos e Inventario. A estas reuniones podrán concurrir con voz pero sin voto, los miembros de comisiones auxiliares y todo otro cuerpo interno que funcionen en la entidad, así como los demás integrantes de la Fundación, tengan el carácter de Fundadores o Adherentes aún cuando no integren el Consejo de Administración.

ARTICULO 24 En el Acta que se labre al efecto deberá constar expresamente cualquier oposición u observación que realicen tales integrantes de la Fundación. Citaciones a la Reunión Anual: Las citaciones a las reuniones anuales se harán por circulares dirigidas al domicilio de los miembros de la Fundación y con una anticipación de diez días al señalado para la reunión, acompañando la documentación a tratarse en la misma.

ARTICULO 25.- QUÓRUM. En cualquiera de las reuniones previstas en el artículo anterior, el Consejo de Administración debe sesionar válidamente con la mitad más uno de sus miembros, tomándose las resoluciones por mayoría absoluta de votos presentes. De sus resoluciones se dejará constancia en el Libro de Actas. -

ARTICULO 26.- RESOLUCIONES. Las resoluciones del consejo se adoptarán mediante el voto de la mayoría absoluta de los presentes. De dichas resoluciones se dejará constancia en el Libro de Actas. Las resoluciones que se refieran a aspectos institucionales de gravitación social (reformas estatutarias, fusión, disolución) deberán contar necesariamente con el voto favorable del Presidente avalado por el setenta y cinco por ciento (75%) de votos presentes de los integrantes de la Fundación (fundadores y adherentes), integren o nó el Consejo de Administración, para lo cual serán citados a una Reunión Extraordinaria y ampliada con la modalidad de la Reunión Anual Ordinaria establecida ut supra.

ARTICULO 27.- DURACIÓN, REELECCIÓN Y REMOCIÓN. Los miembros del Consejo de Administración permanecerán tres años en sus funciones y podrán ser reelectos por otro período. Los mismos podrán ser removidos o reemplazados por alguna de las causales previstas en el Artículo 10 del Estatuto.

ARTICULO 28.- AUSENCIA, IMPEDIMENTO Y VACANCIA. En caso de ausencia, impedimento o vacancia, de cualquiera de los miembros del Consejo, a excepción del Presidente, será reemplazado por la persona que designe el mismo Presidente de acuerdo a lo prescrito por el art. 11 de la Ley N° 19.836, hasta la celebración de la próxima reunión.

COMISION REVISORA DE CUENTAS

ARTICULO 29.- COMISION REVISORA DE CUENTAS. Estará integrada por tres miembros titulares y tres suplentes, representantes de cada uno de los sectores involucrados: gubernamental, académico y privado.

ARTICULO 30.- FUNCIONES.

- a) Vigilar y controlar la gestión económica financiera, cuidando que las operaciones sean debidamente registradas en la contabilidad, examinar los libros y la documentación respectiva, comprobar periódicamente el estado de caja y la existencia de títulos o valores, por lo menos cada tres meses, informado al Consejo sobre cualquier irregularidad observada.
- b) Asistir a las reuniones del Consejo con fines consultivos, cuando lo estime conveniente.
- c) Verificar el cumplimiento de la Ley, el Estatuto y Reglamentos.
- d) Dictaminar sobre la Memoria, Inventario y Estados Contables presentados por el Consejo.
- e) Convocar a Reunión anual especial cuando omitiera hacerlo el Consejo de Administración.
- f) Solicitar se convoque a reunión cuando lo juzgue necesario; Si el Consejo de Administración se negara a ello, pondrá el hecho en conocimiento de la Dirección General de Personas Jurídicas, fundamentando debidamente el pedido.
- g) Vigilar las operaciones de liquidación de **“La Fundación Artesanías Misioneras”**. Los Revisores de Cuentas cuidarán de ejercer sus funciones de modo que no entorpezca la regularidad administrativa de la misma.

ARTICULO 31.- REMUNERACIÓN. Los miembros del Consejo de Administración y de la Comisión Revisora de Cuentas de la **“Fundación Artesanías Misioneras”** no percibirán remuneración alguna por el cumplimiento de sus funciones.

DIRECCIÓN EJECUTIVA

ARTICULO 32.- DEL DIRECTOR EJECUTIVO. El Director Ejecutivo desempeñará funciones de administración y las que se destacan especialmente. Será seleccionado por el Consejo de Administración, evaluándose en función de sus antecedentes. El periodo será de (2) años y podrá ser reelegido del mismo modo.

ARTICULO 33.- FUNCIONES. El Director Ejecutivo tendrá las siguientes funciones:

- a) Responsable técnico, administrativo y de gestión de **“La Fundación Artesanías Misioneras”**.
- b) Elaborar, ejecutar y desarrollar, junto con los Coordinadores Sectoriales cuando corresponda, el programa de trabajo anual de acuerdo a los lineamientos establecidos por el Plan Estratégico diseñado y aprobado por el Consejo de Administración.
- c) Controlar la implementación de los programas de trabajo sectoriales.
- d) Evaluar las propuestas que provengan de los Coordinadores Sectoriales.
- e) Coordinar el accionar de los Coordinadores Sectoriales.
- f) Administrar la caja chica de **“La Fundación Artesanías Misioneras”** hasta el importe que el Consejo Directivo determine, ya que los demás fondos serán depositados y retirados del o los bancos seleccionados.
- g) Buscar fondos y proponer alianzas estratégicas.
- h) Firmar cheques y órdenes de pago en el caso de que estas funciones le sean atribuidas por el Presidente.

COORDINACIÓN SECTORIAL

ARTICULO 34.- DE LOS COORDINADORES SECTORIALES. Se designarán Coordinadores Sectoriales en la medida que el desarrollo de la Fundación así lo requiera por la especificidad de los temas que se deleguen y que cuenten con estructura permanente dentro de la Fundación. Caso contrario, si se tratan de tareas

específicas y determinadas se requerirá el concurso de expertos contratados por obra. El Coordinador Sectorial será responsable del área a su cargo.

ARTICULO 35.- FUNCIONES. El Coordinador Sectorial tendrá las siguientes funciones:

- a) Elaborar y proponer el plan anual de actividades del sector.
- b) Ejecutar el programa Anual de Actividades Sectoriales optimizando los recursos disponibles propios y de organismos nacionales, provinciales, municipales, internacionales, no gubernamentales y en entidades privadas.
- c) Coordinar las necesidades sectoriales con las soluciones ofrecidas por organismos nacionales, provinciales, municipales, internacionales, no gubernamentales y en entidades privadas.

CAPITULO IV

CAPACIDAD, REGIMEN PATRIMONIAL Y FINANCIERO

ARTICULO 36.- CAPACIDAD. La “**Fundación Artesanías Misioneras**” tendrá plena capacidad para adquirir derechos, bienes muebles e inmuebles y semovientes y contraer obligaciones, contraer obligaciones financieras y otorgar créditos, a tales efectos podrá realizar cualquier clase de operación, que sea compatible y conveniente para el cumplimiento del objeto social acorde con su carácter civil no lucrativo y de bien público.

ARTICULO 37.- DEL PATRIMONIO. El patrimonio inicial de la “**Fundación Artesanías Misioneras**” estará constituido por el aporte de pesos xxx mil (\$ X0.000), monto que será aportado en partes iguales por cada uno de los fundadores.

ARTICULO 38.- DE LOS RECURSOS EN GENERAL. El patrimonio y los recursos de la “**Fundación Artesanías Misioneras**” provendrán de:

- a- Aportes de los fundadores, adherentes y benefactores.
- b- Las donaciones, herencias, legados, liberalidades, subvenciones y otros ingresos.
- c- Los préstamos y/o subsidios otorgados para el cumplimiento de sus objetivos.
- d- Los intereses y demás cargos por préstamos otorgados

- e- La renta de los productos que comercialice la Fundación
- f- Reintegros por cursos que dicte cuando sean con cargo.
- g- Toda otra entrada o ingreso lícito.

ARTICULO 39.- CUENTA ESPECIAL: CARÁCTER. Los recursos provenientes de los aportes realizados por el sector público y el sector privado, las donaciones o legados, los ingresos por servicios y actividades y los prestamos o subsidios otorgados a la “**Fundación Artesanías Misioneras**” serán depositados, transferidos o acreditados, en la o las cuentas habilitadas al efecto a nombre de la “**Fundación Artesanías Misioneras**”.

DISOLUCION Y LIQUIDACION

ARTICULO 40.-La disolución de la Fundación solo podrá ocurrir por cumplimiento del plazo establecido o causa de fuerza mayor y/o imposibilidad manifiesta de cumplimiento de los objetivos institucionales, y deberá contar con el voto de los dos tercios del total de los miembros que integren el Consejo de Administración (Ley 19836 artic. 29). En caso de disolución se designará los liquidadores que podrá ser el mismo Consejo de Administración. La Comisión Revisora Cuentas estará encargada de controlar a liquidación. Una vez pagadas las deudas sociales, el remanente de los bienes será destinado a una Institución sin fines de lucro, con personería jurídica, con domicilio en el país, reconocida por la Administración Federal de Ingresos Públicos D.G.I. como exenta de todo gravamen nacional, provincial y municipal, y/o entidades educativas y/o de investigación que tengan el mismo carácter.

ANEXO V

Índice

INTRODUCCIÓN	67
CAPITULO I. DEFINIENDO MI EMPRENDIMIENTO	68
1.1 Emprendimiento ¿Qué es emprender?	68
1.2 ¿Soy un emprendedor?	69
1.3 Puesta en marcha del emprendimiento: constituyendo mi empresa	69
1.4 Diseñando la organización de mi emprendimiento	70
Ejercitación Capitulo I.....	71
CAPITULO II. ADMINISTRANDO LA PRODUCCIÓN	72
2.1. Producción y Calidad.....	72
2.2 Organización del Trabajo.....	75
2.3. Costos de Producción y determinación del Precio del producto	76
2.4. Control de Precios de los Insumos y el tiempo.	78
Ejercitación Capitulo II.....	79
CAPITULO III. LLEVANDO CUENTAS Y PROYECTANDO EL NEGOCIO.....	82
3.1 La Contabilidad.....	82
3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias	83
3.3 El Inventario. ¿Qué es y para qué sirve un inventario?	85
3.4 El Balance General.	86
Ejercitación Capitulo III	90
CAPITULO IV. PROMOVRIENDO Y VENDIENDO.....	92
4.1 El Mercado	92
4.2 Consumidores y Clientes. ¿Qué clases de compradores hay?	92
4.3 Utilidad de las Artesanías.	94
4.4 Organización para Vender.	95
4.5 Formas de Comercialización.....	96

Ejercitación Capitulo IV97

Introducción

El presente material, estructurado en cuatro capítulos, tiene como principal objetivo familiarizar a los Artesanos de la provincia de Misiones con conceptos y técnicas fundamentales para la administración y gestión de sus emprendimientos de producción artesanal, considerando los beneficios que acarrea el desarrollo de una adecuada planificación y gestión estratégica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y fines.

En relación con ello, el capítulo I inicia al lector en la temática abordando conceptos fundamentales para la definición del emprendimiento sobre el cual se encuentran trabajando.

El segundo tema, que es desarrollado en el capítulo II, brinda al lector conocimientos relacionados con la administración de la producción, comenzando por el diseño de productos, la selección adecuada de materias primas e insumos, la correcta aplicación de técnicas, el manejo de herramientas, la organización del lugar de trabajo, hasta un adecuado manejo de los costos; sin perder de vista la importancia que todos éstos aspectos poseen en el logro de un producto final de óptima calidad.

El capítulo III, tiene como finalidad brindar conocimientos a los artesanos orientados a que los mismos puedan llevar una contabilidad sencilla de las actividades que desarrollan.

A su vez, el capítulo IV tiene como objetivo aumentar el conocimiento de los artesanos sobre el mercado donde operan: las preferencias de sus clientes y la oferta existente en el mismo, a fin de buscar nuevas formas de comercialización para sus productos, aprovechando las diversas técnicas del mercadeo.

Cada capítulo contiene además de contenidos teóricos, ejercitaciones prácticas orientadas a una mejor comprensión y aprehensión de los conocimientos adquiridos por parte de los lectores artesanos.

Esperamos que los contenidos teóricos y prácticos puedan ser entendidos, realizados y aplicados de la mejor manera posible, según las necesidades y condiciones de cada uno de los artesanos que participan en este proceso de formación integral. Ello dependerá por su puesto, del grado de responsabilidad, esfuerzo y deseo de superación personal de cada participante. Así que ¡adelante y éxitos!

Logros del aprendizaje: *Esperamos amigos artesanos que después de desarrollar esta unidad, ustedes puedan realizar una adecuada definición del emprendimiento que actualmente desarrollan.*

1.1 Emprendimiento ¿Qué es emprender?

Emprender es la combinación de un acto creativo con una acción eficaz. Es un fenómeno que implica la mezcla de los siguientes elementos:



El fenómeno de emprender puede surgir de dos maneras:

- iniciando un negocio por cuenta propia repitiendo cosas o actividades que ya se hacen, o bien,
- tratando de innovar, crear, dando respuesta a necesidades latentes no satisfechas hasta ese momento o satisfechas de manera incompleta.

El segundo es el que puede tener más riesgos, aunque posiblemente es el más gratificante para la persona emprendedora.

En cualquiera de los casos, **emprender es una actitud**, una cualidad que hace que nos planteemos retos y crezcamos como personas.

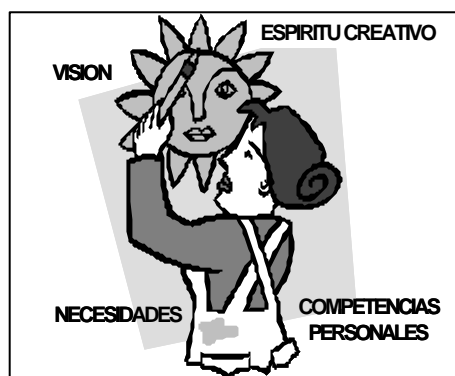
1.2 ¿Soy un emprendedor?

El emprendedor es un individuo que tiene capacidad de iniciar un negocio:

- **identificando necesidades** no satisfechas en un mercado,
- **creando o modificando un bien** a fin de conseguir que el mismo presente un **factor diferenciador**, que pueda ser percibido por el consumidor y diferente a lo que ofrece la competencia;
- a fin de obtener con ello, un **beneficio económico**, que le permita lograr una mejor calidad de vida.

Características del emprendedor: el emprendedor tiene como características básicas

- el **espíritu creativo** y el estar constantemente **buscando nuevos caminos y nuevas soluciones**,
- siempre **teniendo en vista las necesidades** de las personas y
- sus **competencias personales**: conocimientos, habilidades y actitudes.



Si en nuestro negocio de artesanías tenemos en cuenta lo que sabemos hacer, es decir nuestras competencias internas, con lo que demanda el mercado, el emprendimiento seguramente irá encaminado al éxito.

1.3 Puesta en marcha del emprendimiento: constituyendo mi empresa.

Todo emprendimiento es puesto en marcha a través de la constitución de una empresa. La misma, dependiendo su tamaño, puede ser de grande, mediana o de pequeña magnitud.

En el caso de emprendimientos relacionados con la producción de artesanías, la mayoría de los mismos se organizan bajo la forma de microempresas, y es muy común que las mismas sean unipersonales o familiares.

Las **microempresas**, son pequeñas unidades productivas que tienen posibilidades de autodesarrollarse, autoabastecerse y de crecer. Son las principales generadoras de autoempleo en las economías locales.

Antes de constituir cualquier emprendimiento, es necesario, saber definir el mismo.

En la **definición del negocio** radica el potencial diferenciador del mismo y conduce las estrategias que sigamos a futuro.

El proceso de definición implica conocer:

- cual es la **visión** de nuestro emprendimiento (lo que queremos ser a futuro),
- cual es nuestra **misión** (lo que somos y hacemos actualmente) y
- cuales son **nuestros valores** y convicciones.

A la hora de definir el negocio es imprescindible tener en cuenta **la historia** del mismo, como así también **el entorno** donde se inserta y las **competencias personales** de sus creadores.

1.4 Diseñando la organización de mi emprendimiento

Todo emprendimiento debería comenzar por la definición del negocio y continuar con el **diseño organizacional**. El mismo permitirá guiar el rumbo del negocio y será nuestro principal parámetro de control.

El diseño del emprendimiento, incluye responder los siguientes interrogantes:

- ¿Qué vamos a hacer?
- ¿Dónde lo vamos a hacer?
- ¿Cómo lo vamos a hacer?
- ¿Cuándo lo vamos a hacer?
- ¿Por qué lo vamos a hacer?

Cada variable se analiza minuciosamente y se transforma en planes abiertos y dinámicos, que se actualizan a medida que se avanza en el proyecto.

Estos planes nos permitirán llevar la gestión productiva, comercial y contable del Taller Artesanal.

EJERCITACIÓN CAPITULO I. Aplicando lo aprendido: ¿Cómo defino mi emprendimiento?

Teniendo en cuenta los aspectos que forman parte de la definición de un emprendimiento, realizar una primera aproximación de cual sería la definición del negocio que lleva adelante actualmente.

2.1. Producción y Calidad

Logros del aprendizaje: *Esperamos amigos artesanos que después de desarrollar esta unidad, ustedes puedan mejorar la producción de sus artesanías, mediante el manejo adecuado del diseño, una buena selección de materiales y una correcta aplicación de las técnicas.*

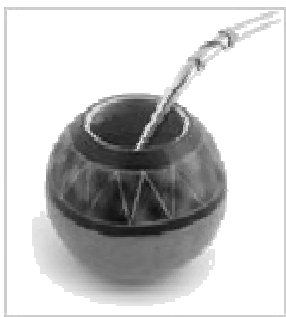


Se denomina **Producción** al proceso mediante el cual, determinados elementos (materiales, trabajo de máquinas, de personas o conocimientos), se transforman en productos de consumo, bienes de equipo o servicios. El sistema productivo debe ser adaptado al nivel de actividad posible y al volumen de ventas potencial.

Los principales **objetivos de la producción** están relacionados con producir acorde a las exigencias del consumidor, respetando costos previstos y obteniendo el máximo de beneficio posible. Para ello, es necesario que en la producción tengamos en cuenta, el diseño, la calidad de los insumos, los costos, las técnicas utilizadas, la organización y control de las operaciones.

Diseños y Formas: ¿Cómo mejorar los diseños para obtener mayor calidad en los productos artesanales?

Cuando un artesano creativo decide elaborar un producto artesanal, piensa:



- en cuál es el **posible uso** que le pueden dar a su artesanía,
- con qué **materias primas** la pueden elaborar,
- qué **características** debe tener esa materia prima,
- quienes son los **posibles compradores** y
- cuál es la **posible competencia** de venta de dicha artesanía, es decir, que cantidad de artesanos ofrece el mismo producto.

Cuanto tiene en su mente definido cómo lo va a hacer en cuanto a sus características generales y comienza a escoger detalles de color, forma, adornos y otras características más específicas, se está definiendo **la forma**.



El **diseño** influye bastante en la aceptación que el producto artesanal va a tener en los compradores, por lo cual, es necesario que el artesano tenga buen gusto y también, que conozca las preferencias de sus compradores.

Algunos productos no tiene la suficiente aceptación de los clientes, aunque estén hechos de materiales de primera calidad, no son llamativos, no son funcionales o son demasiado costosos.

Algunas veces se presentan cambios en el mercado (modas, tendencias) que hacen que una artesanía deje de tener la aceptación que estaba teniendo y que obligan a hacer cambios o a crear nuevas artesanías con las mismas materias primas o con otras que se encuentran en la región.

Materias Primas e Insumos: ¿Cómo mejorar la calidad del producto garantizando una buena calidad de las materias primas y de los insumos?



La calidad de los artículos depende en gran parte de la calidad de sus materias primas y de sus insumos. Si empleamos materias primas mal seleccionadas, es decir, defectuosas, se afecta negativamente la calidad y entonces no podemos ofrecer a nuestros clientes productos bellos, útiles, con buenos acabados, ni podemos garantizar la duración, ni la resistencia de los mismos.

Por ejemplo: si un artesano que trabaja la madera, escoge la que está en mal estado, con nudos o rayada, es muy difícil que sus productos sean de buena calidad. Igual sucedería a un artesano que trabaje con pieles curtidas y en vez de escoger las mejores para sus obras, las hiciera en aquellas pieles que están llenas de huecos e imperfecciones.

También es necesario que tanto la materia prima como las artesanías elaboradas, conserven la buena calidad y ello se logra empleando buenos empaques y

garantizando un almacenamiento adecuado, es decir, en un lugar donde no haya demasiada humedad, donde reciba suficiente aire y libre de animales que lo puedan dañar.

Algunas veces, buscando economizar, compramos materiales de segunda, pero ello sólo nos lleva a ofrecer artesanías de menor calidad y a perder los clientes.

Técnicas: ¿Cómo mejorar la calidad de los productos artesanales mejorando el uso de las técnicas?

En la elaboración de un trabajo artesanal se requiere el manejo de una técnica que es la que dice qué y cómo debemos hacer cada actividad para producir nuestros artículos. Cuando un artesano domina la técnica, se dice que “conoce el oficio”.

Las **técnicas** de un oficio artesanal, tienen que ver con:

- la selección de los materiales,
- la selección y empleo de las herramientas,
- la elaboración de las artesanías.

También es necesario tener en cuenta en el oficio artesanal:

- ***El saber cómo recuperar la materia prima utilizada.*** Por ejemplo, si utilizamos alguna parte de una planta (caña, madera, hojas) debemos sembrar más plantas de las mismas para renovarlas.
- ***El uso adecuado y racional de los materiales.*** Cuando utilizamos madera para tallas no debemos cortar todo el árbol sino sus ramas. Si cortamos el tronco, debemos propiciar la manera de que el árbol retoñe en el monte.
- ***El empleo o disposición final destinación de los desperdicios*** que quedan después de realizar el trabajo artesanal.
- ***Los empaques, la distribución y la comercialización*** de los productos.

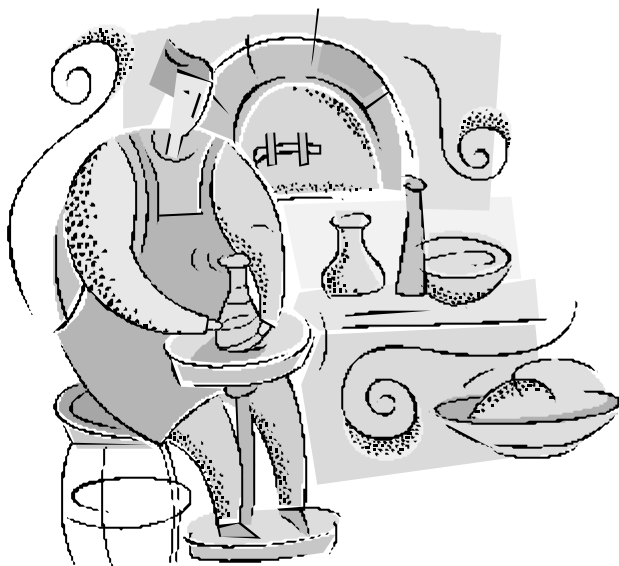
Si manejamos todas las técnicas con habilidad, nuestros productos serán de buena calidad y tendrán mejor precio.

2.2 Organización del Trabajo.

Logros del aprendizaje: *Esperamos amigos artesanos, que al finalizar la presente unidad, usted cuente con los conocimientos necesarios para organizar su lugar de trabajo y las herramientas que utiliza; lo cual influirá en una mayor productividad.*

Organización del trabajo: ¿Cómo podemos mejorar nuestra producción mediante una mejor organización del trabajo?

Si en nuestro trabajo artesanal queremos obtener buenos resultados, es decir, garantizar una mayor producción y buena calidad, debemos organizar cada uno de los siguientes aspectos:



El lugar de trabajo: para la producción de la mayoría de las artesanías, se requiere contar con un espacio dispuesto para ello. A su vez, si queremos realizar las actividades sin pérdida de tiempo al buscar los materiales, debemos asegurar que ese lugar esté organizado, evitando malgasto de materiales y evitando peligros de accidentes.

Existen algunos tipos de trabajos artesanales que no se realizan en lugar

fijo. Por ejemplo: algunas tejedoras realizan su labor en distintos espacios en intermedios de otras actividades, pero requieren de un lugar para guardar sus materias primas o sus productos terminados y ese lugar debe estar bien organizado.

El contar con un espacio de trabajo organizado permitirá un eficiente desarrollo de las artesanías.

Las herramientas de trabajo: si asignamos un sitio especial para las herramientas y las preparamos (afilamos, lavamos, aceitamos, entre otras) antes de empezar a trabajar, evitamos pérdida de tiempo y podemos tener un mayor control para que no se pierdan, no se dañen y no ocasionen accidentes por dejarlas en cualquier lugar.

El uso del tiempo: en algunos casos, el artesano está interesado en aumentar su productividad, para de esa misma manera aumentar sus ingresos, sobre todo cuando la

artesanía es su principal trabajo. En ese caso, es recomendable revisar la manera como está invirtiendo el tiempo y organizar su utilización de forma que no haya desperdicio.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que en algunos de los trabajos artesanales, el tiempo casi no cuenta, porque el artesano realiza su oficio como una distracción, o porque no tiene otra actividad que hacer en ese momento o porque siente una gran satisfacción con realizar ese trabajo, buscando hacerlo bien y sin importarle cuanto tiempo invierte.

2.3. Costos de Producción y determinación del Precio del producto

Logros del aprendizaje: *Al finalizar la unidad, usted amigo artesano, estará en disposición de calcular el costo de producción de sus artesanías y determinar el precio del mismo.*

Se entiende como **costo**, al dinero, tiempo e insumos gastados en elaboración de un producto, en nuestro caso artesanías.

Clasificación de costos:

Los costos pueden clasificarse según su naturaleza en:

- **Materiales y materias primas:** son los elementos esenciales en la producción de una artesanía que se consumen durante su proceso de producción; ya sean adquiridos o recolectados.
- **Mano de obra:** es el esfuerzo humano aplicado a la producción de la artesanía. Puede ser medido en función a las horas de trabajo.
- **Gastos generales de elaboración:** son los gastos menores que se requieren para producir una artesanía y que generalmente se relacionan directamente con la producción. Por Ej.: energía eléctrica, agua, etc. Un error muy común en la elaboración de las artesanías, es que al realizar la actividad en el domicilio, no se computen como costos de producción, los gastos de luz y agua utilizados durante el proceso de elaboración del bien.

A su vez, pueden clasificarse según su variabilidad en:

- **Costos Fijos:** se caracterizan por que no varían a medida que se incrementa el volumen de producción. Por ej.: alquiler del taller, sueldo fijo (si tienen colaboradores en estas condiciones) entre otros.
- **Costos Variables:** se caracterizan por que están directamente relacionados con el volumen de producción; es decir que aumentan o disminuyen a medida que varía el volumen de producción. Por ej.: materiales, materias primas, entre otros.

En función a la cantidad de artesanías a la que refieren los costos pueden ser:

- **Costos Totales:** la suma del total de costos fijos y variables, nos da el costo total. El mismo representa el total de costos referido a un volumen de producción determinado.
- **Costos Unitarios:** Es el costo correspondiente a una unidad de producción. En consecuencia es el cociente entre el costo total y el número de unidades producidas.

Determinación del costo:

Determinar el costo del producto que va a comercializar el artesano es sumamente importante, porque es el punto de partida para la determinación del precio de venta del mismo. O verificar si el precio que se fija satisface los costos de producirlo.

Básicamente está compuesto por la suma de los materiales y materias primas, la mano de obra y los gastos generales de fabricación.

Fijación del Precio de venta:

Una vez que se haya determinado el costo de la artesanía, es necesario establecer el precio de venta. Junto con el nivel de ingresos del consumidor, el precio de venta del bien que se va a ofrecer tiene una influencia directa sobre las ventas. En consecuencia, es necesario que el precio del producto tenga relación con el precio de la competencia.

Por otra parte, el precio permite la toma de decisiones a corto plazo por cuanto ante cualquier problema en la demanda puede llegar a ser una buena medida modificar el precio de venta.

Sin embargo, aunque es muy importante tener en cuenta el precio que ha fijado la competencia, también al momento de fijar el precio de venta es necesario reconocer

que el mismo debe superar los costos y además debe brindar un margen de utilidad o ganancia para el artesano. Por lo tanto, podemos decir que:

PRECIO: COSTO + BENEFICIO

Siendo los parámetros de base, la disponibilidad de compra del consumidor y los precios de la competencia.

2.4. Control de Precios de los Insumos y el tiempo.

Logros del aprendizaje: *Al finalizar la unidad, usted amigo artesano, estará en disposición de revisar la manera en como utiliza los materiales y el tiempo en la elaboración de sus artesanías.*

El empleo de los Materiales: ¿Cómo controlar los precios aprovechando mejor los materiales y el tiempo?

Si se quiere elaborar materiales de buena calidad y que puedan competir por su precio con cualquier otro producto, es necesario controlar:

- el **correcto empleo de los materiales** y,
- la **correcta utilización del tiempo** para que no presenten pérdidas.

Es posible que algunos artesanos no le den mucha importancia al costo o al desperdicio de la materia prima, porque posiblemente la encuentran en el lugar donde viven y lo único que tiene que hacer es recogerla. También es posible que no le den mucha importancia al tiempo, porque disfrutan haciendo esta actividad sin importarles cuánto se demoran en ello. Pero aún así, sería conveniente pensar que los recursos se acaban y que es mejor utilizarlos adecuadamente. A su vez, si utilizamos bien el tiempo, podemos producir una mayor cantidad de artesanías o generar la misma cantidad con mejor calidad, lo que nos daría más satisfacción, mejores precios y mayores ganancias.

EJERCITACIÓN CAPITULO II. Aplicando lo aprendido ¿Cómo hacemos nuestro oficio?

1. Complete el siguiente cuadro con la información de su taller:

Taller de Artesanías:

Artículo que produce	Uso que se le da	Materia Prima	Forma	Color	Tamaño

Ejemplo:

Artículo que produce	Uso que se le da	Materia Prima	Forma	Color	Tamaño
Canastos	Adorno	Caña	Alargados redondos	múltiples colores	Medianos
Canastos	Para cargar cosas	Caña	Con manijas	Color natural	Grandes

2. Con base a lo explicado en el ítem 2.1 Materias Primas y materiales; completar el siguiente cuadro

Artículos que produzco	Materiales que utilizo	
	<i>Exigiendo buena calidad</i>	<i>Sin exigir calidad</i>

3. Con base a lo explicado en el ítem 2.1 Técnicas; completar el siguiente cuadro:

Hago una lista de personas o instituciones con las cuales he aprendido alguna técnica para elaborar mis artesanías y frente a cada una de ellas, escribo lo que aprendí:

De	Aprendí

Ejemplo:

De	Aprendí
Mi abuelo	Como diseñar y elaborar artesanías
Curso de capacitación "XJ"	Cómo innovar en diseños

4. Explicar como se encuentra organizado su lugar de trabajo

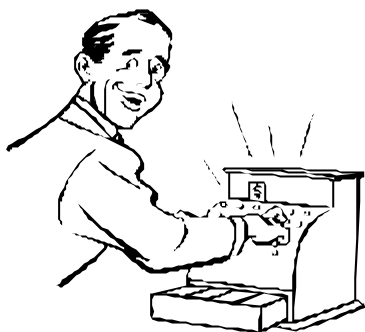
5. En función a lo explicado en el ítem 2.3 calcular el costo total de producción de un mes de trabajo para cada tipo de artesanía que produzco, el costo unitario de la misma y determinar el precio, teniendo en cuenta: los costos de producción, el poder adquisitivo de los consumidores y los precios de la competencia.

6. En función a lo aprendido en el ítem 2.4, realizar una lista de:

- Los materiales que generalmente desperdicio en la elaboración de mis artesanías
- Las actividades en las cuales considero perder tiempo.

7. Responder: ¿Cómo mejorar mi trabajo?

- a) ¿Que innovaciones o cambios puedo hacer a mis productos?
- b) ¿Cuáles de esas innovaciones son convenientes?
- c) ¿Qué debo preparar y qué actividades debo realizar para llevar a cabo esas innovaciones?
- d) ¿Cuándo creo que puedo empezar a aplicar esas innovaciones?
- e) ¿En cual de las materias primas e insumos que empleo, puedo mejorar la calidad?
- f) ¿Qué puedo hacer para garantizar una mejor calidad de los materiales utilizados?
- g) ¿Qué uso puedo darle a los desperdicios de la materia prima que empleo para elaborar mis artesanías?
- h) ¿En qué aspecto considero que me falta perfeccionar el empleo de la técnica?
- i) ¿Qué destrezas puedo mejorar para producir artículos de mejor calidad? ¿Cómo puedo adquirir dichas destrezas?
- j) ¿Qué puedo hacer para organizar más el lugar donde elaboro mis artesanías?
- k) ¿Cómo puedo organizar el empaque y almacenamiento de las materias primas y de las artesanías que produzco?
- l) ¿Cómo puedo mejorar mis costos de producción?
- m) ¿Cuál de los materiales que empleo para la producción de artesanías, creo que puedo utilizar de mejor manera?
- n) ¿En que actividades demoro mucho y considero que puedo reducir el tiempo que empleo?
- o) ¿Qué debo hacer para utilizar mejor los materiales y para que el tiempo rinda más?



3.1 La Contabilidad. ¿Por qué es importante llevar la Contabilidad en nuestro taller artesanal?

Logros del aprendizaje: *Esperamos, amigos artesanos, que al finalizar el desarrollo de la presente unidad, comprenda la importancia que tiene llevar la Contabilidad en su taller*

artesanal.

¿A qué llamamos “Contabilidad”?

Desde el mismo momento que comienzan a ingresar los primeros fondos al emprendimiento debe iniciarse un sistema contable.

La **contabilidad** se encarga de registrar la composición del Patrimonio de un emprendimiento al formarse el mismo y también todos los cambios que se producen en aquél, con motivo de las operaciones que se realizan. Entendiéndose por **Patrimonio** al conjunto de bienes propiedad de artesano la empresa, sus derechos a cobrar y sus deudas.

El principal objetivo de llevar un sistema contable en una organización, esta relacionado con: la **producción de información útil** para la toma de decisiones y el **control económico y financiero** del mismo.

Importancia de la contabilidad

Es muy probable que usted no considere necesario llevar la contabilidad en su taller, debido, quizás, al poco capital que tiene invertido para la producción artesanal.

Es también muy probable, que no considere tan importante la contabilidad en su taller debido a la escasa producción y al hecho de que cada tarea de artesanías que va produciendo la va entregando rápidamente, y por lo mismo usted tiene en sus manos, frecuentemente, el capital invertido y a simple vista sabe si está ganando o está perdiendo.

Sin embargo, por pequeño que sea el capital invertido, llevar una contabilidad, así sea sencilla, le trae innumerables ventajas, como las siguientes:

- Saber que material se gasta en la producción de cada artículo
- Darse cuenta si hay mal uso de los materiales o si estos se malgastan.

- Saber exactamente el costo de producción de cada artículo.
- Establecer cuanto se puede vender de cada artículo para obtener ganancias.
- Separar los gastos de la familia de los gastos del taller de artesanías
- Poder tramitar préstamos para invertir en su taller.

3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias. ¿Cómo saber cuánto he vendido y cuánto he gastado durante un mes?



Logros del aprendizaje: *Esperamos, amigos artesanos, que al finalizar el desarrollo de la presente unidad, este en capacidad de llevar en su taller un libro de cuentas de caja y un estado de pérdidas y ganancias.*

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias permite establecer los gastos que hemos tenido en la producción y las entradas por conceptos de ventas.

Es aconsejable realizarlo mensualmente. Para llevarlos se requiere anotar todos los gastos e ingresos que se realicen. Una manera fácil de registrar los movimientos de entradas y salidas de dinero en efectivo y cheques al día, es llevando una **cuenta de caja**. Se debe anotar el saldo inicial, o sea, el dinero en efectivo que hay en el momento de abrirla. Un modelo que sirve para llevar la cuenta es el siguiente:

Fecha	Detalle	Entradas	Salidas	Saldo
<i>Día, mes y año del movimiento</i>	<i>Motivo del movimiento: compra, pago, venta, etc.</i>	<i>Entrada de dinero en Pesos (\$)</i>	<i>Salida de dinero en Pesos (\$)</i>	<i>Saldo anterior más entrada o menos salida</i>
Ejemplo: 14 Feb 2006	Saldo Inicial			\$2.000
15 Feb 2006	Venta de 5 canastos	\$ 1.000		\$3.000
15 Feb 2006	Compra de caña		\$500	\$2.500
	Retiro familiar		\$500	

Además, se pueden llevar recibos y facturas de cada una de las ventas o de los pagos que se hagan, en talonarios sencillos de los que se venden en el comercio, o llevando registros en papel, donde conste la fecha, cuanto dinero se recibió, de quién, por qué concepto y quién la recibió. De manera parecida, se anota cuando se efectúa un pago.

En un cuadro como el anterior, usted puede, **al finalizar el mes**, sumar lo que corresponda a las ventas realizadas durante ese tiempo.

En los costos de producción, usted debe tener en cuenta lo que ha invertido durante el mes. Así:

- **Materiales** que ha utilizado en la producción de sus artesanías. Póngale precio, si lo ha comprado, el monto de factura es el precio de referencia; si lo ha adquirido por extracción (ejemplo: recolección de hojas, ramas del monte) en función a las horas de trabajo empleado.
- **Gastos generales** en los que usted ha incurrido para producir las artesanías: luz, agua, alquileres.
- **Sueldos, Salarios** que ha tenido que pagar por la ayuda que le han prestado para producir sus artesanías. Debe tener en cuenta también aquí, el trabajo suyo y el de su familia.
- **Otros gastos** que no corresponden a los arribas descritos tales como transporte, publicidad, etc.

A continuación se presenta un modelo de cuadro para registrar el estado de pérdidas y ganancias. Le recomendamos tenerlo muy presente para ver cómo le puede ayudar en este decisivo momento de hacer las cuentas en su taller artesanal.

Taller: "Tacuarita"		
Estado de Pérdidas y Ganancias		
Mes: Febrero		
1. Ventas del Mes		\$ 5.000
2. Costos de producción (a+b+c)		\$ 2.500
a. Materias Primas	\$ 500	
b. Materiales e insumos	\$ 500	
c. Mano de obra	\$1.000	
3. Gastos operativos (d+e+f+g)		\$ 1.000
d. Sueldos y Salarios	\$ 500	
e. Alquileres	\$ ----	
f. Gastos comerciales	\$ 250	
g. Otros gastos	\$ 250	
4. Resultado Final (1 – 2 – 3)		\$ 1.500

3.3 El Inventario. ¿Qué es y para qué sirve un inventario?

Logros del aprendizaje: después de que usted desarrolle esta unidad, estará en capacidad de identificar qué es un inventario y su importancia para el manejo de las cuentas en su trabajo como artesano.

Inventario

El inventario es el registro de las cantidades y valores de todo lo relacionado con el taller artesanal. Para llevar un buen inventario, tenga en cuenta lo siguiente:

- **Máquinas:** haga una lista de los aparatos que utiliza para hacer su trabajo. Ejemplo: torno, molino, máquina de coser, entre otros.
- **Herramientas:** instrumentos sencillos o elementales que utilizamos para elaborar las artesanías, moldes, llaves, martillos, cuchillos, destornilladores, etc.
- **Instalaciones y Muebles:** vitrinas, bancos, butacas, sillas y mesas, por ejemplo.
- **Materias Primas o Materiales:** materiales que se utilizan en la elaboración de las artesanías como arcilla, caña o lana.
- **Producción en Proceso:** artesanías en proceso de elaboración
- **Productos Terminados:** artículos listos para la venta.

El anterior listado lo puede incluir en un cuadro como el que aparece a continuación y frente a cada uno de los elementos se le debe colocar el precio actual del bien, equivalente a lo que debería pagar en el mercado si lo fuera a comprar.

Fecha de adquisición – estado general

“El registro de las cantidades y valores de todo lo relacionado con el taller artesanal se denomina Inventario”

Fecha	Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
15/01/06	Maquinarias			
	▪ Máquina de coser	1	\$2.500	\$2.500
	▪ Fileteadora	1	\$1.000	\$1.000
06/03/06	Herramientas			
	▪ Tijeras	5	\$ 10	\$ 50
	▪ Cuchillos	7	\$ 10	\$ 70

15/01/06	Muebles / Instalaciones			
	▪ Mesas	2	\$ 400	\$ 800
	▪ Sillas	4	\$ 50	\$ 200
	▪ Estantes	2	\$ 500	\$1.000
06/12/06	Materiales / Materias Primas			
	▪ Laca	2	\$ 50	\$ 100
	▪ Madera	10	\$ 100	\$1.000
	▪ Telas	20	\$ 25	\$ 500
20/12/06	Productos en proceso	4 sillas	\$ 10	\$ 40
TOTAL				\$ 7260

El inventario sirve para organizarnos mejor, para conocer nuestro patrimonio, como respaldo para tramitar préstamos y para hacer balances.

3.4 El Balance General. ¿Cómo puedo saber si mi trabajo en artesanías es buen negocio?



necesario hacer.

Logros del aprendizaje: *al finalizar el desarrollo de esta unidad, usted, amigo artesano, estará en posibilidad de realizar un balance general de su taller artesanal durante un tiempo determinado, es decir, podrá identificar si le está representando ganancias o no y podrá plantear los cambios que considere*

El Balance General

El balance general le permite ver si el taller de artesanías está dando resultados o no. Es decir, el balance general le puede ayudar a darse cuenta de los logros y aciertos en su trabajo y además le permite corregir las fallas que encuentre.

El balance tiene en cuenta: **los activos, los pasivos y el patrimonio neto.**

¿Qué son los ACTIVOS?

Los activos son todos los bienes y derechos sobre terceros que posee el taller y que poseen algún valor monetario.

La lista de los activos puede tener en cuenta:

Dinero en caja y banco

- **Caja:** dinero con el cual usted cuenta y que lo tiene en efectivo o en cheque.
- **Bancos:** el dinero que tiene consignado en bancos, ya sea en cuenta corrientes o caja de ahorro.

Créditos por ventas

- **Cuentas por cobrar:** representa a todos los deudores del taller por ventas de las artesanías, ya sea en cuenta corriente como documentados.

Bienes de Cambio

- **Materias Primas:** tal como se mencionó anteriormente, son los elementos esenciales en la producción de una artesanía que se consumen durante su proceso de producción.
- **Mercaderías:** se denominan así los distintos tipos de artesanías terminadas puestas para la venta.
- **Productos en elaboración:** son todas aquellas artesanías que aun no fueron acabadas en su totalidad. Son contabilizadas en función al porcentaje de acabado que las mismas poseen.

Bienes de Uso

- **Muebles y herramientas:** son todos aquellos elementos utilizados en el proceso productivo y bienes muebles que contribuyen con el funcionamiento adecuado del negocio y que pueden ser trasladables de un espacio a otro.
- **Instalaciones, maquinarias:** son todos aquellos bienes utilizados en el proceso productivo que contribuyen con el funcionamiento adecuado del negocio y que se encuentran fijos en un espacio dado.
- **Rodados:** son todos aquellos vehículos que utiliza el artesano para el desarrollo del negocio.

¿Qué son los PASIVOS?

Los pasivos hacen referencia a todo lo que se debe y se relaciona con el taller.

- **Cuentas por pagar:** deudas contraídas por compras hechas a crédito. Un ejemplo de cuentas por pagar es la materia prima que le fiaron y que usted debe pagar una vez que venda las artesanías.
- **Préstamos bancarios:** dinero que se debe de algún préstamo que hemos hecho ya sea a un banco, a cajas de ahorro o cooperativas.
- **Cargas fiscales:** son aquellos impuestos y tasas municipales que el artesano debe pagar, como ser ingresos brutos, monotributo, entre otros.
- **Remuneraciones:** dinero que se debe a trabajadores, ayudantes, colaboradores, etc.
- **Anticipos:** dinero recibido como adelanto por un trabajo que no se ha entregado. Ejemplo, cuando alguien le encarga una artesanía y le paga la mitad o parte del precio por adelantado.
- **Otros pasivos:** deudas que hemos contraído con otras personas.

¿Qué es el PATRIMONIO NETO?

El patrimonio es el resultado de restar los pasivos de los activos.

Es el capital con que realmente una persona cuenta. Es el resultado de restar de todo lo que se tiene, lo que se debe, es decir lo que le queda a uno después de pagar todas las deudas.

“El balance general le permite ver si el taller de artesanías está dando resultados o no”.

Ejemplo de Balance General o Estado de Situación Patrimonial

<p><i>Taller: Tacuarita</i> Balance General Fecha: Diciembre 2006</p>
--

ACTIVO		PASIVO	
<u>Activo corriente</u>		<u>Pasivo Corriente</u>	
▪ Caja y Banco	\$ 2.000	▪ Cuentas por pagar	\$ 2.000
▪ Créditos	\$ 1.000	▪ Prestamos	\$ 2.500
▪ Bienes de Cambio	\$ 2.500	▪ Remuneraciones	\$ 1.000
<u>Activo no corriente</u>		▪ Cargas fiscales	\$ 100
▪ Bienes de Uso	\$ 4.500	<u>Pasivo no corriente</u>	--
Total Activo		-----	
\$10.000		Total Pasivos	\$ 5.600
		PATRIMONIO NETO	
		▪ Capital	\$ 3.000
		▪ Ganancias Ejercicio	\$ 1.400
		Total Patrimonio Neto	\$4.400

EJERCITACIÓN CAPITULO III. Aplicando lo aprendido ¿Cómo hacemos nuestro oficio?

1. Responder:

- a. Si llevo la contabilidad de mi taller, comento algunas ventajas que esto me representa.
- b. Si hasta en el presente no la he llevado, pienso tres dificultades que tengo para llevarla y las comento.

2. Confeccionar el Estado de Resultados (Pérdidas/Ganancias) del Taller Artesanal “Madera Regional” teniendo en cuenta los siguientes datos y determinar el resultado del mes de Marzo 06’:

- Ventas efectuadas en el mes de Marzo 06’: 1000 sillas a \$25 cada una.
- Costos de Producción para las 1000 sillas en el mes de Marzo 06’:
 - ↳ Materiales utilizados para elaborar 1000 sillas costo total \$5.000
 - ↳ Gastos Generales incurridos en la elaboración de las sillas \$3.000
 - ↳ Mano de obra afectada a la producción: \$2.000
 - ↳ Otros gastos (publicidad, promoción, administración): \$ 1.500

3. Realizar el Inventario de mi Taller artesanal, teniendo en cuenta el siguiente cuadro

TALLER:

INVENTARIO

FECHA	ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	ESTADO DEL BIEN

--	--	--	--	--	--

4. Responder y desarrollar:

- a. ¿Cómo puedo realizar un balance general de mi taller de artesanías, con los registros que actualmente llevo?
- b. ¿Qué ventajas tiene el realizar un balance general del taller?
- c. ¿Qué dificultades se me presentan para realizar un balance general de mi taller artesanal?

Capítulo IV. Promoviendo y vendiendo

4.1 El Mercado

Para que el emprendimiento tenga éxito es necesario, entre otras cuestiones, que los productos ofrecidos sean aceptados y, por tanto, adquiridos por el mercado al que va dirigido.

El vendedor debe ser la persona que más conoce sobre sus productos y sus clientes. Debe tener conocimiento de:

- **La oferta:** es decir, conocer qué se está ofreciendo en el mercado, qué están produciendo otros artesanos, a qué precios están vendiendo y de qué calidad son sus artesanías
- **La demanda:** es decir, en qué están interesados los clientes y qué están en posibilidad de adquirir.
- **El Mercado:** saber identificar las necesidades de los clientes para ofrecerles el producto que ellos necesitan a un precio justo y con un margen de ganancia. Aquí es necesario tener muy en cuenta las condiciones y modo de pensar del comprador.
- El vendedor debe **saber realizar adecuadas estrategias de comercialización**, es decir, debe saber planificar y ejecutar el conjunto de actividades que se realizan para ofrecer e intercambiar un producto, posicionando a éste en el mercado.
- Debe **saber negociar**, que es mucho más que vender.



En resumen, para poder realizar buenas estrategias de comercialización, el artesano debe conocer que están produciendo sus vecinos, en qué cantidad, a qué precios (COMPETENCIA); qué es lo que más compran los clientes, en qué cantidad, cuáles son las buenas ocasiones para vender (CONSUMIDORES) y la capacidad de producción con la que cuenta para hacer frente al mercado.

4.2 Consumidores y Clientes. ¿Qué clases de compradores hay?

Logros del aprendizaje: *Esperamos, amigos artesanos, que al terminar el desarrollo de esta unidad, usted pueda identificar los diferentes tipos de consumidores y clientes de sus artesanías.*

Los clientes

El Mercado está constituido por los **clientes reales**, que son todas las personas que compran el producto o utilizan los servicios, y por los **clientes potenciales**, que son las personas que, aunque actualmente no compran el producto, en un futuro pueden llegar a hacerlo, ya que viven cerca o pueden visitar la provincia –turistas potenciales - consumen productos similares, etc.

Si un producto es bueno, responde a las necesidades de la gente y lo damos a conocer, lo lógico es que aumenten los clientes reales.

El comprador de artesanías:

No todo el que compra artesanías lo hace por que quiera utilizarla ni tampoco todo el que la compra para utilizarla le da el mismo uso. Existen diversos tipos de compradores, a saber:

- **Comprador intermediario:** este tipo de cliente compra para vender a un comprador final quien sí va a utilizar el producto. A su vez, puede comprar para vender a otro intermediario.
A este comprador le interesa ante todo sacar ganancias en el proceso de compra – venta. Sin embargo, debemos suministrarle información adecuada sobre la calidad, características y proceso de producción de nuestras artesanías, y así aumentar las ventas.
- **Consumidor:** dentro de esta tipología de compradores podemos encontrar distintos tipos de usuarios:
 - Quienes compran el producto y le dan el uso: “utilitario” en su función primaria para la cual fue elaborado: un canasto para cargar algo, un sombrero, etc.
 - El comprador que utiliza el artículo para decorar un espacio o ambientar un negocio o un estudio.
 - Algunos otros que compran los productos para promocionar la Región en el exterior.
- **El comprador experto:** es decir, el que conoce y le gustan las artesanías. Son clientes que entienden y se interesan por la parte histórica del producto. Suele gustarles hacer comparaciones con artículos que se producen en otros lugares. En este grupo también podemos clasificar a los compradores con interés cultural, quienes compran el artículo para estudiar su diseño, colorido, proceso de elaboración, etc.
- **El Turista:** los compradores del tipo turistas se dividen en dos grupos: (1) el de los turistas que ven en los artículos piezas raras y las valoran por estar hechas a mano. Generalmente son turistas extranjeros. (2) el turista que compra artículos pensando simplemente en “llevar un obsequio o recuerdo” del lugar.

A la hora de realizar el análisis de los consumidores o clientes, además de clasificarlos es importante analizar una serie de factores que hacen al comportamiento de los mismos: para ello es necesario conocer:

- **¿Quiénes son?** La clasificación antes mencionada puede servirnos a la hora de clasificar a nuestros compradores.
- **¿Quién es el que realmente compra?** Se debe conocer a quien decide la compra, que persona influye con su opinión sobre el comprador y quien paga la compra.
- **¿Qué es lo que compra?** y sus características.
- **¿Por qué motivo compra?** Qué razón es la que impulsa al consumidor a la compra de un determinado tipo de artesanía, cuáles son sus motivos y que necesidades desean satisfacer.
- **¿Cuándo y donde realiza la compra?** En que épocas, periodicidad, frecuencia y lugar realiza la compra.
- **¿Qué cantidad compra?** De qué tamaños son los envases, cuáles son sus preferencias, necesidades y qué cantidad compra en cada ocasión.

Para finalizar, hay que recordar que además de ser de buena calidad, si nuestras artesanías responder a las necesidades de la gente y las damos a conocer de una forma adecuada, es lógico que aumenten nuestros clientes.

4.3 Utilidad de las Artesanías. ¿Qué utilidades le pueden dar los clientes a mis artesanías?

Logros del aprendizaje: *al finalizar el desarrollo de esta unidad, esperamos que usted amigo artesano, identifique varias de las utilidades que le pueden dar a sus artesanías y cómo puede mejorarlas para que tengan más pedidos.*

Las utilidades de las artesanías



Las artesanías que producimos deben apuntar a satisfacer una necesidad o un interés de un comprador, lo cual puede manifestarse de diferentes formas, así encontramos artesanías de:

- **Uso cotidiano:** es cuando el comprador busca que el producto le solucione o facilite realizar una actividad o sirva como un artículo de uso frecuente. Entre las muchas utilidades que en este sentido se le pueden

dar a la artesanía, destacamos las siguientes: como prenda de vestir (sombreros, chales, vestidos), como utensilios de uso casero (vasos, platos, cubiertos, mates), como muebles (cama, silla, mesas), como artículos de oficina (papeleras, portalápices, sobres), como prendas decorativas (aretes, anillos, pulseras, cadenas).

- **Uso decorativo:** el comprador adquiere la artesanía fundamentalmente para adornar algún espacio, sea de la casa, estudio, oficina, negocio, etc. Aquí se pueden mencionar, entre otros, los cuadros, los tapices, cerámicas, entre otros.
- **Gusto estético:** el comprador adquiere la artesanía dándole un valor estético especial. No lo hace sólo por decorar y menos por su uso utilitario, sino por la gran satisfacción que le representa ser poseedor de esa obra. En este caso prima lo artístico (productos originales, exclusivos, artesanía contemporánea).
- **Para obsequios:** muchos compradores adquieren las artesanías para hacer excelentes regalos del lugar que visitó o del que es originario. En este caso, busca artesanías llamativas, exclusivas y a un precio accesible.
- **Como complementos de otros productos:** algunos comerciantes compran las artesanías como empaques de otros artículos, dándoles mayor presentación y haciendo más atractivos sus productos. Ejemplo: cajas para venta de dulces.

También en muchos casos las artesanías pueden ser adquiridas con el fin de que presten varias utilidades como, por ejemplo, una canasta que se emplea como revistero, presta utilidad en la decoración y uso cotidiano.

4.4 Organización para Vender. ¿Cómo podemos organizarnos para mejorar las ventas?

Logros del aprendizaje: *después de finalizar la presente unidad, usted amigo artesano, contará con la capacidad de organizar mejor su taller y de organizarse con otros artesanos para garantizar mejor las ventas.*



La venta es el proceso por el cual intercambiamos un bien. Hay venta cuando se cambia la propiedad de un producto, en común acuerdo y a cambio de algo considerado de similar valor. La venta depende del mercadeo y es sólo una parte de este proceso.

Existen buenas condiciones para vender cuando organizamos el taller y el producto, a fin de:

- Llamar la atención de los posibles compradores.
- Elaborar un buen producto, atractivo para el cliente y de buena calidad.
- Prestar un esmerado y excelente servicio.
- Lograr que el producto esté disponible y en lugares adecuados.
- Establecer un precio justo para el producto.

Para aumentar las ventas, debemos contar con mayor producción, la cual muchas veces solos no podemos realizarlo. Para ello, debemos organizarnos con otros artesanos a fin de:

- Negociar las condiciones de venta.
- Aumentar el número de clientes.
- Capacitarse en forma conjunta en temas como: ventas, organización, administración, para perfeccionar el oficio y su organización.
- Mantenerse siempre en la búsqueda de información que permita cualificar el trabajo y explorar la trayectoria histórica del oficio en la región.
- Entender que el oficio es uno sólo, pero que es de todos los que lo practican en el lugar.

4.5 Formas de Comercialización

Uno de los temas que más interesa a los artesanos es la comercialización, tal vez porque esta actividad es la que más dificultades les representa.

Existen diferentes formas de comercializar las artesanías. Estas van desde las ventas en la casa, la venta a través de intermediarios, la participación en ferias, la organización de tiendas o almacenes comunales, la organización de cooperativas. Se busca hacer de la comercialización una actividad profesional que garantice las suficientes entradas para que una persona o grupo de personas pueda dedicarse exclusivamente a ella, obteniendo un buen nivel de vida.

La comercialización puede clasificarse en individual, familiar y organizada en grupos solidarios.

Aunque existen casos aislados exitosos de comercialización en forma individual, generalmente se asocia el éxito con el nivel de organización y con la cantidad de personas que se comprometen a trabajar asociadamente.

El artesano, por lo general, empieza y termina la elaboración de su producto, razón por la cual puede llegar a no ver la importancia de asociarse y trabajar en grupo con otras personas.

El trabajo individual trae varias desventajas, entre ellas:

- En un momento dado nos puede convertir en personas individualistas, o sea en individuos que a toda hora están buscando sólo el beneficio para sí mismos, sin importarles el bien común.
- Nos puede llevar a que nos encerremos en nuestro propio mundo, dejándonos en inferioridad de condiciones con respecto a otros competidores que están organizados y obtienen mayores ganancias.
- Nos puede volver conformistas.
- Evita que veamos la importancia de trabajar en grupo, de organizarnos con otros artesanos aunque sólo sea para comprar los materiales y para vender las artesanías.
- Se paga más por las materias primas y la distribución de los productos, entre otros costos.

De acuerdo con lo anterior, una acción muy necesaria para poder afrontar positivamente la comercialización, es conformar grupos solidarios de trabajo. Los mismos constituyen un conjunto de personas que, de manera intencional y decidida, se unen para apoyarse y colaborar entre sí buscando el beneficio de todos los integrantes del grupo.

EJERCITACIÓN CAPITULO IV. Aplicando lo aprendido ¿Cómo comercializamos nuestra producción?

1. En función a sus conocimientos y experiencias en la actividad, indicar: ¿Cuál es la demanda de sus artesanías en la región, es decir, cuánta cantidad de cada artesanía debe preparar mensualmente o semanalmente?

ARTESANIA	Cantidad que me compran	¿Cada cuánto? (mensual y semanalmente)	

2. Indicar por que considera conveniente identificar las clases de clientes que atienden? ¿Qué acciones considera que debe hacer para conocer más a los clientes y atraerlos al negocio?

3. En función a lo leído en el ítem 4.3 y a su experiencia como artesano, completar el siguiente cuadro:

Artesanía que elaboro	Utilidad que presta

Ejemplo:

:

Artesanía que elaboro	Utilidad que presta
Cerámicas en forma de tucanes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decoración ▪ Porta-lápices

4. De acuerdo a la lectura del ítem 4.4, indicar:

- ¿Qué acciones ha aplicado como artesano para mejorar las ventas y que resultados le ha dado?

ACCIONES	RESULTADOS

- ¿Cuáles de las acciones que aparecen en este ítem no ha puesto en práctica?

5. De acuerdo a la lectura del ítem 4.5 y teniendo en cuenta mi experiencia su experiencia como artesano, indicar:

- ¿Qué formas de comercialización ha practicado más?
- ¿Qué resultados ha obtenido?

ANEXO VI

Localidad	Fortaleza-debilidades
25 de Mayo	
25 de Mayo	
25 de Mayo	
25 de Mayo	D: falta de difusión y demanda de los productos - falta apoyo provincial
25 de Mayo	F: ser reconocido y ayuda económica -D: falta demanda, difusión y capacitación
25 de Mayo	F: utilizar la vocación y profesión - D: falta de difusión del gobierno y falta de demanda
A. del Valle	
A. del Valle	D: falta capacitación y centros de venta
A. del Valle	D: Falta de difusión y no se da valor a los trabajos, falta capacitación y buena calidad
A. del Valle	F: constancia y capacidad de trabajo - D: Falta capacitación, espacio para comercialización
A. del Valle	F: gusta de hacer los trabajos - D: dificultad para conseguir la materia prima
A. del Valle	F: materia prima de la naturaleza - D: falta puntos de venta, difusión, capacitación, medios econÃ
A. del Valle	F: material casi siempre gratis, apoyo del estado - D: dificultad p/conseguir madera, falta lugar pa
A. del Valle	F: tallar artículos regionales - D: falta de recursos propios, puntos de venta
A. del Valle	F: trabajar en familia con productos naturales -D: falta de conocimiento de la gente sobre lo natura
A. del Valle	F: trabajar en flia, rescatar con facilidad la materia prima de la selva - D: Falta lugar para venta
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	
Apóstoles	D: comercialización, capacitación
Apóstoles	D: dificultad para conseguir materia prima y no se valoriza el producto
Apóstoles	D: falta capacitación, organización y valorización del trabajo
Apóstoles	D: falta capacitación, técnica de manejo, promoción del producto, insumos, precios justos
Apóstoles	D: falta una asociación de artesanos para poder manejarse mejor, mas organizados y así por ofrecer

Apóstoles	D: falta unión entre los artesanos
Apóstoles	D: faltan cursos de capacitación y lugar para venta y exposición
Apóstoles	D: problema mayor lugar físico para comercialización - materia prima, conseguir a bajo costo
Apóstoles	D: problemas con comercialización, capacitación gratuita
Apóstoles	F: el trabajo crece y se fortalece - D: falta apoyo de alguna institución para lograr tener espacio
Apóstoles	F: es un arte la creación - D: no valoración del trabajo y falta de lugar para exponer y vender,
Apóstoles	F: gusta del trabajo que realiza - D: dificultad para conseguir la materia prima
Apóstoles	F: realizar las artesanías cuando surge la inspiración - D: comercialización del producto
Apóstoles	F: turismo, fechas importante - D: los productos importados, no tener lugar para exponer y vender
Apóstoles	F: Turismo, fechas importantes - D: productos importados, no tener lugar donde vender y exponer
Arroyo del Medio	
Azara	D: falta curso de capacitación y lugar para venta
Azara	D: falta lugar de exposición y venta- ayuda económica para compra de herramientas e insumos
Azara	D: faltan cursos de capacitación y lugares de venta
Azara	D: Poder vender mas - faltan cursos de capacitación
Azara	F: calidad de los productos y materia prima - D: cursos de capacitación y defensa de la cultura
B. de Irigoyen	
B. de Irigoyen	D: falta interés a nivel provincial por fomentar a los artesanos - fomentar y promocionar la comercialización
B. de Irigoyen	D: falta apoyo del gobierno
C. Victoria	F: el turismo - D: falta recurso para compra de material y distancia a centros urbanos
Campo Grande	
Campo Grande	
Campo Grande	
Campo Grande	D: Faltan cursos de capacitación, herramientas y hay poco ingreso económico
Campo Grande	D: Necesidad de ayuda económica para montar taller
Campo Viera	F: poder vivir del trabajo - D: falta capacitarse, tener lugar donde vender y ayuda
Candelaria	
Candelaria	
Candelaria	
Candelaria	
Candelaria	
Candelaria	
Candelaria	

Candelaria	D: comercialización, espacio físico para venta y compra de materiales
Candelaria	D: Falta capacitación, lugar para venta y exposición de productos
Candelaria	D: falta de maquinaria, apoyo y créditos
Candelaria	D: falta de recursos económicos y de maquinaria para tejer y cocer
Candelaria	D: Falta espacio físico p/comercializar, recursos económicos, difusión, capacitación.
Candelaria	D: Falta lugar donde comerciar
Candelaria	D: Falta lugar para comercialización
Candelaria	D: falta lugar para comercializar y exponer el producto
Candelaria	D: falta lugar para venta de los artesanos
Candelaria	D: falta lugar para venta y exposición, poca producción
Candelaria	D: Falta valorización de la actividad, lugar de exposición y venta
Candelaria	D: poco apoyo del gobierno
Candelaria	F: gusta del trabajo- D: falta de mercado
Candelaria	F: hacer lo que le gusta- D: falta de inserción en el mercado, cursos y herramientas
Candelaria	F: sirve como terapia, ayuda económica, transmisión de conocimiento - D: falta lugar y mercado.
Capioví	
Capioví	
Capioví	
Capioví	D: falta de conocimientos- lugar para exponer guarda las artesanías
Capioví	D: Falta lugar seguro para venta- apoyo del municipio- valorización del trabajo
Capioví	D: Falta medio de movilidad para participar en otras localidades- estar expuestos a la intemperie
Capioví	D: la comercialización del producto
Capioví	D: no contar con apoyo municipal- falta lugar para exponer y comercializar el producto
Capioví	D: no se valora la artesanía- falta espacio para venta y trabajo- costo de materiales
Capioví	F: elogios al trabajo - D: alto costo de stands y falta de reconocimiento
Capioví	F: poder expresarse - D: no poder vivir de las artesanías- lugar adecuado para exposición
Capioví	F: trabaja por placer y complementa su economía- D: costo de materiales
Caraguatay	F: materia prima disponible - D: falta lugar donde exponer y vender
Cerro Azul	
Col. Aurorá	D. falta apoyo, cursos, valorización del producto
Col. Aurorá	D: falta apoyo del gobierno, fondos para compra de materia prima, capacitación
Col. Aurorá	D: falta apoyo del gobierno, puntos de venta, cursos de capacitación y valorización del producto
Col. Aurorá	D: falta apoyo, cursos de capacitación y valorización del producto

Col. Aurorá	D: falta ayuda económica, capacitación y lugar donde vender los productos
Col. Aurorá	D: falta fondos para compra de materia prima, lugar donde vender, capacitación, apoyo del gobierno
Col. Aurorá	D: falta materia prima, incentivo, cursos, lugar para exponer los trabajos
Col. Aurorá	D: faltan cursos de capacitación, lugar para exponer, ayuda económica para equipamiento y compra de
Col. Aurorá	D: faltan cursos informativos, ayuda económica, material adecuado y lugar de venta
Col. Aurorá	D: faltan cursos, ayuda económica, lugar para la venta y hay poco material
Col. Polana	
Col. Polana	
Dos de Mayo	D: Faltan puntos de venta y capacitación
Dos de Mayo	F: medio de vida - D: mayor promoción, mas capacitación
Dos de Mayo	F: preservar la naturaleza, mostrar la belleza misionera - D: falta apoyo del gob., poca valorización
Dos de Mayo	F: salida laboral y hacer lo que gusta - D: faltan medios económicos para producir más
Dos de Mayo	F: salida laboral, forma de expresión - D: poca valoración, falta ayuda, información
Dos de Mayo	F: trabajar en el domicilio en tiempos libres - D: falta demanda y material para elaboración
Dos de Mayo	F: trabajar en el hogar en momentos libres - D: falta dinero para elaboración del trabajo y donde v
El Alcazar	D: falta de maquinaria y distribución del producto en el mercado
El Alcazar	D: falta organización de artesanos para vender su productos y capacitación para producir a buen pr
Eldorado	
Eldorado	D: comercialización y falta de capacitación
Eldorado	D: falta ayuda económica
Eldorado	D: Falta espacio para comercialización
Eldorado	F: cantidad de materiales- rápida adaptación a la demanda - D: Falta seguro laboral y poder formar
Eldorado	F: creatividad del artesano - D: falta materia prima y apoyo institucional
Eldorado	F: el diseño innovador - D: poca escala de trabajo
Eldorado	F: facilidad de conseguir materia prima, de vender en ferias - D: falta de material, etiqueta, caja
Eldorado	F: facilidad de trabajo - D: falta ingreso para compra de materia prima y forma de venta
Eldorado	F: gran variedad de material que ofrece la Prov. - D: falta lugar de venta
Eldorado	F: hacer lo que le gusta - D: comercialización, no valoran el producto
Eldorado	F: ingreso económico- fortalecimiento de identidad - D: comercialización- mercado
Eldorado	F: Mucha materia prima en la zona - D: Desvalorización de artesanías- falta de organización
Eldorado	F: riquezas naturales y salida laboral - D: falta lugar de exposición y venta
Eldorado	F: valoración del trabajo - D: costos que dependen de materia prima - falta de ayuda para inclusión
Garuhapé	D: Falta mas apoyo del estado y eximición de impuestos

Garuhapé	F: calidad del producto - D: no es valorado el trabajo, difícil conseguir materia prima
Garuhapé	F: la elaboración del producto - D: falta de lugar para venta y materia prima
Garuhapé	F: los turistas aprecian el producto - D: falta mercado y posibilidad de comprar herramientas
Garuhapé	F: producción original - D: falta marketing- valoración- políticas de amparo y protección del artesano
Garuhapé	F: producto apreciado y demandado fuera de la Prov. - D: no se paga el valor real del trabajo
Garupá	
Garupá	
Garupá	
Garupá	
Garupá	
Garupá	
Garupá	D: comercialización
Garupá	D: Factor económico
Garupá	D: Falta apoyo económico- mayor promoción- cursos de capacitación
Garupá	D: falta ayuda económica, materia prima para poder generar puestos de trabajo
Garupá	D: Falta de maquinaria
Garupá	D: Falta de taller
Garupá	D: Faltan créditos y lugares para venta
Garupá	D: Faltan herramientas p/moldes taller - maquinas
Garupá	D: Mercado- comercialización
Garupá	D: poca venta
Garupá	F: Comodidad de horario y lugar - D: falta estabilidad y puestos de venta
Garupá	F: Facilidad de trabajar en domicilio en tiempo libre - D: Falta de presupuesto y difusión
Garupá	F: le gusta trabajar la madera - D: Falta hacerse conocer
Garupá	F: Producción rápida - D: Falta de mercado y reconocimiento del Estado
Garupá	F: rápida venta - D: falta de publicidad
Garupá	F: Salida rápida y comodidad - D:Falta infraestructura para venta y capital p/producción
Garupá	F: Trabajar en domicilio - D: problemas de infraestructura en el taller y en la feria
Garupá	F: Trabajar en domicilio en tiempo libre - D: Falta de mercado e infraestructura
Garupá	F: Trabajar en tiempo libre en domicilio - D: Falta de infraestructura para venta de productos
Garupá	F: Venta rápida - D: Falta de infraestructura y acompañamiento del gobierno
Gob. Lopez	
Gob. Lopez	

Gob. Lopez	
Gob. López	D: faltan puntos de venta
Gral. Alvear	F: satisfacción - D: faltan cursos capacitación, lugar de venta, apoyo municipal
Gral. Urquiza	D: Faltan cursos de capacitación (diseño y costos) y prestamos accesibles
Itacaruaire	D: falta capacitación y materia prima
Itacaruaire	D: Falta capacitación, lugares de venta y ayuda económica para compra de insumos
Itacaruaire	F: gusta lo que hace - D: falta material y lugar de venta
Jardín América	
Jardín América	
Jardín América	
Jardín América	D: Falta de respuesta practica, promoción y una marca
Jardín América	D: faltan puntos de venta- apoyo para insumos- lugar para compra de insumos
L. N. Alem	
L. N. Alem	D: comercialización (competencia con exportado)
L. N. Alem	D: comercialización- falta de asesoramiento- baja producción
L. N. Alem	D: Difícil entrar al mercado y poca venta
L. N. Alem	D: dificultad para la compra de material por sus costos
L. N. Alem	D: efectivizar las ventas- promover producto- ganancia reducida- cursos- vinculación
L. N. Alem	D: falta apoyo provincial y municipal, cursos, información, contacto con otros artesanos
L. N. Alem	D: falta ayuda para compra de material y lugar donde vender
L. N. Alem	D: Falta ayuda y lugares donde exponer
L. N. Alem	D: falta de ayuda económica y difusión
L. N. Alem	D: Falta de eventos en distintos puntos y continuidad de los mismos
L. N. Alem	D: falta de financiamiento, información y invitación a ferias provinciales
L. N. Alem	D: falta de subsidios p/compra de material para aumentar producción y comercialización
L. N. Alem	D: falta difusión, apoyo económico, lugar para exposición y venta y capacitación
L. N. Alem	D: Falta folletos para ofrecer el producto y prestamos para compra de material y maquinaria
L. N. Alem	D: falta local para venta y exhibición, agenda de actividades prov. y mejorar las ventas
L. N. Alem	D: precio de la madera y falta de herramientas
L. N. Alem	F: Apoyo de Secretaria de Cultura Munic. - D: Dificultad para adquisición de materia prima y falta
L. N. Alem	F: comercialización en zona turística - D: falta capacitación y apoyo financiero
L. N. Alem	F: creatividad- tradición- belleza - D: comercialización- capacitación- cotización- promoción
L. N. Alem	F: deseo de aprender - D: no valoración del producto

L. N. Alem	F: fácil venta, mat. prima, stand baratos, publicidad se vende - D: falta apoyo economico, organizac
Loreto	
Loreto	
Loreto	
Loreto	
Loreto	D: falta autorización de Cultura para vender al lado de las minas
Mojon Grande	D: dificultad para la comercialización
Mojon Grande	D: falta capacitación y lugar donde vender
Mojon Grande	D: falta capacitación, poca venta
Mojon Grande	D: poca venta - falta de materiales
Mojon Grande	D: poca venta - faltan lugares donde vender
Mojon Grande	D: poca venta - faltan lugares para venta
Mojon Grande	F: consumo propio, mas ingreso - D: dificultad para vender, falta espacio adecuado para fabricación
Montecarlo	
Montecarlo	
Montecarlo	
Montecarlo	D: Comercialización del producto (intermediación)
Montecarlo	D: Competencia con productos importados de China, Brasil y Paraguay
Montecarlo	D: el costo de la materia prima- competencia con productos baratos
Montecarlo	D: Falta apoyo económico para herramientas
Montecarlo	D: falta de integración, difusión y venta por no disponer de espacio permanente
Montecarlo	D: Falta lugar para venta- ayuda para compra de elementos para trabajar
Montecarlo	D: faltan lugares para venta- apoyo municipal- capacitación- ayuda económica
Montecarlo	D: precio de producto no acorde al costo-trabajo, dificultad para conseguir material
Montecarlo	F: el turismo y el interés cultural - D: conocimiento artesanal y cultural no da valor a las artesanías
Montecarlo	F: ganas de trabajar - D: puntos de venta
Montecarlo	F: hacer lo que le gusta y la ganancia - D: falta lugar de venta
Montecarlo	F: la producción, trabajo, comercialización en grupo, ferias y eventos - D: falta puntos de venta
Montecarlo	F: mucha materia prima en Mnes - D: Mercado, costos de traslado, costo de exportación
Montecarlo	F: perseverancia y voluntad - D: costo de insumos, publicidad, incentivo para venta
Montecarlo	F: producir artesanías con materiales autóctonos - D: falta cadena de comercialización
Montecarlo	F: valores artísticos y artesanales en crecimiento
Oberá	

Oberá	
Oberá	
Oberá	
Oberá	D: comercialización
Oberá	D: falta apoyo económico para compra de insumos
Oberá	D: falta de apoyo económico para adquirir insumos para mayor producción
Oberá	D: Falta de cursos - lugares para venta
Oberá	D: falta de poder adquisitivo para mejorar los ingresos para así mejorar el trabajo
Oberá	D: falta de quien provea insumos - lugar de venta - falta de capacitación
Oberá	D: falta lugar donde ofrecer el producto
Oberá	D: Falta lugar para venta de prod. en zona céntrica
Oberá	D: falta puntos de venta - apoyo económico para insumos
Oberá	D: faltan lugares de venta - apoyo de autoridades - cursos de capacitación
Oberá	D: Faltan lugares de venta - falta promoción de artesanías de la región
Oberá	D: Faltan lugares para venta y promoción
Oberá	D: faltan subsidios y lugares para la venta
Oberá	F: es lindo - D: falta de ayuda para compra de material
Oberá	F: integración y trabajo en equipo - D: falta difusión de los trabajos
Obera	F: la creatividad, poder trabajar en lo que quiere y vivir de ello - D: desorganización y falta de
Obera	F: las ganas, satisfacción, creatividad - D: poco crédito económico, poca valorización
Oberá	F: lo hace por placer - D: poca venta
Oberá	F: Motivación D: Falta de lugar donde vender - poca publicidad de las ferias - falta de promociones
Oberá	F: venta todo el año - D: no favorece el costo de la mercadería
Panambi	F: abundante materia prima, disposición a la tarea - D: difusión, propaganda, distancia
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	
Posadas	

Posadas	
Posadas	D: capacitación y lugares de venta
Posadas	D: capacitación en diseño
Posadas	D: capacitación y puestos de venta
Posadas	D: capacitación, apoyo estatal
Posadas	D: capacitación, centro de venta y apoyo económico p/compra de herramientas e insumos
Posadas	D: capacitación, centros de venta, apoyo económico, apoyo oficial, organización de los artesanos
Posadas	D: capacitación, comercialización, promoción y lugares p/venta
Posadas	D: capacitación, venta y promoción
Posadas	D: centros de venta, capacitación y marketing
Posadas	D: centros de venta, mercado y promoción
Posadas	D: comercialización y insumos
Posadas	D: comercialización, boca de expendio en Iguazú
Posadas	D: comercialización, poca valorización de la tarea
Posadas	D: competencia con prod. industriales, falta difusión
Posadas	D: competencia con productos importados, informalidad de la actividad y falta de créditos
Posadas	D: contacto con otros artesanos, poca venta, publicidad y ayuda económica
Posadas	D: contar con mayor clientela y capital
Posadas	D: difícil mercado, comercialización y falta de centros de venta
Posadas	D: dificultad en fijar precio y costos
Posadas	D: diseño, comercialización
Posadas	D: diseño, puesta en valor, comercialización
Posadas	D: economía, promoción, capacitación
Posadas	D: el bajo precio de los artículos de reventa, falta de ferias.
Posadas	D: facilidad de acceder a compra de herramientas, centros de venta, capacitación y promoción
Posadas	D: falta ampliar el lugar de exposición de los productos y nuclear a los artesano
Posadas	D: falta apoyo económico para inicio y cursos de capacitación
Posadas	D: Falta apoyo económico par fortalecer la comercialización para compra de herramientas
Posadas	D: falta apoyo económico para insumos y maquinaria y cursos de capacitación
Posadas	D: Falta apoyo económico, publicidad y capacitación
Posadas	D: falta apoyo en el emprendimiento, espacio par la venta, promoción
Posadas	D: falta apoyo publicitario, espacio para ventas, cursos de capacitación
Posadas	D: falta apoyo, promoción, créditos, ferias, comercialización

Posadas	D: falta asesoramiento técnico, promoción, venta y ayuda económica
Posadas	D: falta ayuda p/compra de equipamiento, bajar el monto del monotributo
Posadas	D: Falta capacitación
Posadas	D: falta capacitación, apoyo institucional, mercado y materia prima
Posadas	D: falta capacitación, ayuda económica, apoyo oficial, organización de artesanos
Posadas	D: falta capacitación, centros de venta y apoyo económico
Posadas	D: falta centro de promoción y venta y cursos de capacitación
Posadas	D: falta centro de ventas adecuado
Posadas	D: Falta de colocación del prod. en otros mercados, incentivo a través de créditos blandos
Posadas	D: falta de ferias, subsidios, promoción y apoyo
Posadas	D: falta de información- promoción- cursos
Posadas	D: falta de lugar adecuado, promoción, información de lugares p/comercializar en otros lugares
Posadas	D: falta de lugar donde introducir el producto
Posadas	D: falta de recursos- precios bajos para poder comercializar- falta de apoyo
Posadas	D: falta difusión y incentivo por parte del gobierno hacia los turistas
Posadas	D: falta diseño provincial, lugar para comercialización y capacitación
Posadas	D: falta escuela de artesanías, control de calidad, apoyo gubernamental y espacio p/venta
Posadas	D: falta espacio p/venta con buenos sanitarios, apoyo económico p/insumos y herramientas
Posadas	D: falta espacios cubiertos para venta y exposición
Posadas	D: falta estímulo, subsidios y ayuda económica
Posadas	D: falta lugar accesible de venta, promoción y capacitación.
Posadas	D: falta lugar de venta, capacitación, folletería de artesanías de Misiones
Posadas	D: falta lugar de venta, promoción y capacitación
Posadas	D: falta lugar de venta, promoción y capacitación en diseño, teñido y tratamiento de fibras naturales.
Posadas	D: Falta lugar de venta- participación en ferias nacionales e internac.- comercialización
Posadas	D: Falta lugar para vender, poca difusión del gobierno
Posadas	D: falta lugar para ventas y capacitación
Posadas	D: falta promoción
Posadas	D: falta promoción, capacitación , apoyo económico para insumos y equipamiento
Posadas	D: falta promoción, venta en otras provincias, capacitación
Posadas	D: falta respaldo estatal, lugares donde vender
Posadas	D: Falta un centro de artesanal para tener presencia y lugar de ventas
Posadas	D: Falta valorización del artesano

Posadas	D: falta venta, comercialización, unificación de los artesanos, capacitación, valorización y ent
Posadas	D: Faltan centros de venta, capacitación y facilidad para acceso a compra de herramientas e insumos
Posadas	D: faltan cursos de capacitación y posibilidad de participar de eventos nacionales
Posadas	D: Faltan espacios de venta y mercado
Posadas	D: faltan lugares de ventas y capacitación para comercializar
Posadas	D: faltan lugares p/comercialización, ayuda económica para compra de maquinas y materia prima
Posadas	D: faltan lugares p/venta, ayuda económica y capacitación
Posadas	D: faltan lugares para comercialización, apoyo municipal y provincial
Posadas	D: Faltan posibilidades de adquirir infraestructura, herramientas, insumos, centros de venta.
Posadas	D: faltan puntos de venta y hay dificultad con las ventas
Posadas	D: la competencia con importados- no tener lugar para producción
Posadas	D: la forma de comercialización
Posadas	D: lugar de venta, capacitación
Posadas	D: lugar de venta, cursos de capacitación
Posadas	D: lugar de venta, promoción y cursos de capacitación
Posadas	D: lugar de ventas, capacitación, acceso a insumos
Posadas	D: lugar para exponer y vender y falta de dinero para compra de insumos
Posadas	D: lugar para venta y trabajo en publico
Posadas	D: lugares para venta y capacitación
Posadas	D: mercado para ventas y conseguir clientes
Posadas	D: mercado, puntos de venta y capacitación en costos
Posadas	D: imposibilidad de acceder a centros de venta y ayuda económica
Posadas	D: necesidad de contar con clientes para producir a gran escala y capital para cumplir con la demanda
Posadas	D: Necesidad de cursos de capacitación - ventas
Posadas	D: precios de insumos caros, lugares de venta, capacitación en costos
Posadas	D: puntos de venta. capacitación (sobre historia de misiones)
Posadas	D: seguir produciendo, falta de difusión, espacio y apoyo económico
Posadas	D: venta, lugar para exposición y venta
Posadas	D: ventas, stock
Posadas	F: a través de la actividad puede viajar y conocer - D: costo de materiales
Posadas	F: ayuda como terapia e ingreso principal - D: faltan cursos de capacitación
Posadas	F: calidad del producto - D: espacio físico para exhibir y vender
Posadas	F: calidad del trabajo - D: lugar de venta y fiscalización

Posadas	F: calidad, diseño, utilizar material autóctono - D: falta agrupación, problemas económicos .
Posadas	F: creatividad - D: distribución, bocas de venta, falta de ferias
Posadas	F: el trabajo - D: dificultad para comprar materia prima de la región
Posadas	F: fondo p/comprar horno y materia prima - no se valoriza la tradición alimentaria
Posadas	F: hacer lo que gusta - D: falta apoyo del gobierno
Posadas	F: poder expresarse en el trabajo - D: costo de la materia prima
Posadas	F: Representar la cultura del lugar - D: falta de reconocimiento de las autoridades
Posadas	F: satisfacción - D: falta de mercado
Posadas	F: Trabajar en tiempos libres en domicilio particular - D: problema financiero p/compra de materia prima
Pto. Esperanza	D: Faltan puestos de venta y promoción
Pto. Esperanza	D: Falta asesoramiento y lugares de venta
Pto. Esperanza	D: Falta capacitación y puestos de venta
Pto. Esperanza	D: Falta local para exposición y venta, cursos, intercambio con otras localidades e indígenas
Pto. Esperanza	D: falta promoción y puestos de venta
Pto. Esperanza	D: Faltan cursos de capacitación, comercialización y venta F: Recursos Naturales
Pto. Esperanza	D: faltan puestos de venta e información sobre artesanías
Pto. Esperanza	D: no consigue insumos y herramientas - poca comercialización
Pto. Esperanza	F: el producto gusta - D: precio de lana y telar caro
Pto. Esperanza	F: hace lo que le gusta - D: faltan talleres de capacitación y lugar para vender
Pto. Esperanza	F: rápida salida laboral - D: poca venta
Pto. Esperanza	F: trabaja en lo que le gusta - D: Falta de lugar para taller
Pto. Iguazú	
Pto. Iguazú	
Pto. Iguazú	
Pto. Iguazú	
Pto. Iguazú	D: desunión, individualismo, indiferencia del municipio
Pto. Iguazú	D: falta de herramientas, problema por poco ingreso.
Pto. Iguazú	D: falta de información de actividades, cursos, lugar para trabajar - diferencia entre vendedores
Pto. Iguazú	D: falta fondos para mejorar las infraestructuras y un lugar destinado para ventas - tratar de evita
Pto. Iguazú	D: falta lugar para exponer y vender - no tener acceso a créditos o subsidios falta apoyo del gobier
Pto. Iguazú	D: falta una feria fija
Pto. Iguazú	D: lugar de venta, problema para comprar materia prima, herramientas
Pto. Iguazú	D: discriminación a nivel municipal, falta incluir al artesano en el circuito turístico

Pto. Iguazú	F: difusión del arte y su sustento - D: falta ayuda del estado para tener lugar para exhibir y comer
Pto. Iguazú	F: falta espacio para exponer
Pto. Iguazú	F: filosofía de vida - D: carencia de espacio físico
Pto. Iguazú	F: Mayor venta en temporada - D: saturación de mercado y poca competencia respecto al producto
Pto. Iguazú	F: nivel cultural - D: lugares fijos
Pto. Iguazú	F: producción original, exclusiva - D: falta de marketing, valoración de la fabricación artesanal,
Pto. Iguazú	F: Punto gran afluencia de turistas - D: falta infraestructura para comercializar
Pto. Iguazú	F: Reconocimiento por los productos - D: Falta de financiamiento p/compra de herramientas e insumos
Pto. Iguazú	F: trabajo que se disfruta - D: espacio físico para vender
Pto. Libertad	
Pto. Libertad	D: Falta lugar para venta – créditos
Pto. Libertad	D: falta material - capacitación - apoyo económico
Pto. Piray	D: Faltan puestos para venta - apoyo económico para compra de herramientas e insumos
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	
Pto. Rico	D: Falta apoyo económico para herramientas - cursos de capacitación
Pto. Rico	D: Falta apoyo municipal para participar en otras ferias y exposiciones - dificultad para conseguir
Pto. Rico	D: Falta ayuda- difusión- espacio para venta
Pto. Rico	D: Falta de lugar donde exponer y vender los productos todo el año
Pto. Rico	D: falta de lugares de exposición mas baratos
Pto. Rico	D: Falta de lugares para exposición - cursos de capacitación
Pto. Rico	D: Falta de posibilidad de venta en otros salones
Pto. Rico	D: Falta difusión de los productos - elevado costo de materia prima
Pto. Rico	D: Falta difusión y ferias artesanales
Pto. Rico	D: Falta lugar estable de venta y exposición de productos
Pto. Rico	D: Falta valoración de artesanos- ayuda económica- transmisión de cultura regional
Pto. Rico	D: Faltan centros de venta- mejorar calidad de producción- mejorar comercialización
Pto. Rico	D: Faltan lugar de exposición - cursos de capacitación

Pto. Rico	D: Necesidad de crédito para herramientas- dificultad en comercialización- apoyo y difusión de Cultura
Pto. Rico	D: no se da valor al producto ya que los clientes no toman en cuenta el trabajo y sacrificio para hacerlo
Pto. Rico	D: poca recepción por parte de la comunidad- desunión de artesanos
Pto. Rico	F: satisfacción por confeccionar - D: falta valor remunerativo a las obras
Pto. Rico	F: satisfacción por la obra
Ruiz de Montoya	D: problemas económicos por diferencia valor-tiempo de elaboración y costo de traslado, estadía y
Ruiz de Montoya	F: libertad de expresión - D: comercialización
San Antonio	
San Antonio	
San Antonio	
San Antonio	
San Ignacio	
San Ignacio	D: comercialización
San Ignacio	D: Comercialización de los productos
San Ignacio	D: falta de medio de transporte - lugares de exposición y venta
San Ignacio	D: Falta ferias permanentes- personas para reventa
San Ignacio	D: Falta lugares para comercialización de los productos
San Ignacio	D: falta seguridad en feria- comercialización- espacios regionales- reventa
San Ignacio	D: La comercialización y el mercado, faltan sitios donde vender y exhibir
San Ignacio	D: la poca actividad de ferias arruina el progreso ya que de este depende el trabajo .
San Ignacio	D: Los ómnibus dejan poco tiempo a los turistas para comprar
San Ignacio	D: Lugar p/comercializar
San Ignacio	D: mucha competencia productos iguales - falta infraestructura para puestos de venta
San Ignacio	D: muchos revendedores- falta una buena feria
San Ignacio	F: calidad del trabajo- D: falta de fiscalización y lugares de venta
San Ignacio	F: Carpa Cultural- encuentros - D: Punto de venta
San Ignacio	F: Clientes agradecidos - D: problema con provisión de madera- competencia
San Ignacio	F: Creatividad - D: comercialización
San Ignacio	F: desarrollo de creatividad- personal- conocimiento de metales - D: Lugar de venta y adquisición d
San Ignacio	F: estar en localidad turística - D: capacitación, comercialización
San Ignacio	F: Hacer lo que gusta - D: Falta mejor lugar para venta y exposición
San Ignacio	F: Independencia laboral y expresión artística - D: Inseguridad económica y falta de obra social
San Ignacio	F: Independencia y horarios - D: falta lugar para comercializar, capacitación

San Ignacio	F: mercado en ámbito turístico - D: falta organización que apoye a los artesanos
San Ignacio	F: mucha venta en Semana Santa - D: infraestructura de feria y problema con revendedores
San Ignacio	F: originalidad- momento turístico - D: Falta capacitación- lugar de venta- competencia
San Ignacio	F: permanecer a localidad turística - D: falta lugar para venta- comercialización
San Ignacio	F: Provincia turística con productos de la naturaleza - D: obtención de insumos de orfebrería
San Ignacio	F: salida- competencia- mercado - D: Falta de maquinas adecuadas p/terminación
San Ignacio	F: vocación - D: economía, costo de insumos, dificultad en las ventas
San Javier	D: No hay mercado local
San Javier	F: creatividad - D: falta de posibilidad para desarrollar la actividad
San José	D: falta ayuda económica para compra de herramientas
San José	D: Falta ayuda económica para compra de insumos y herramientas
San José	F: creatividad - D: falta técnicas y capacitación
San Martín	D: faltan lugares de exposición y venta, ayuda para movilizarse para comercializar y dificultad para
San Martín	F: trabajar sobre nuestro origen - D: la comercialización
San Pedro	D: problemas en la comercialización, difusión, lugares de exhibición y venta
San Pedro	F: poder subsistir de la actividad y logra el agrado del consumidor - D: faltan medios de comercialización
San Vicente	
San Vicente	
San Vicente	D: competencia con productos industrializado, necesidad de tener acceso a precios mas accesibles de
San Vicente	D: falta ayuda económica para compra de materia prima, herramientas y accesorios
San Vicente	D: falta capacitación y ayuda económica
San Vicente	D: falta capacitación y puntos de venta
San Vicente	D: falta subsidio para compra de equipamiento, lugar donde exponer y vender; capacitación en admini
San Vicente	D: necesidad de capacitación para fortalecer el producto y de esa manera mejorar las ventas
San Vicente	F: buena venta en Fiesta de la Madera - D: no son conocidos en otros lugares
San Vicente	F: capacidad y dedicación al trabajo - D: poca valorización y problemas para compra de insumos y c
San Vicente	F: creatividad - D: falta lugar para adquisición de insumos y capacitación
San Vicente	F: poder trabajar y vivir de las artesanías - D: falta capacitación y ayuda económica
San Vicente	F: tener la oportunidad de exponer en Fiesta de la Madera y terminal local - D: la art. de San Vicen
San Vicente	F: trabajar en casa - D: faltan lugares donde vender, precios bajos
San Vicente	F: trabajar en casa cuando puede - D: falta capacitación
San Vicente	F: trabajar en casa cuando puede - D: faltan lugares donde vender el producto
San Vicente	F: trabajar en domicilio en tiempos libres - D: falta capacitación y problemas de costos

Santa Ana	
Santa Ana	
Santa Ana	D: Falta lugar para la venta del producto en lugar turístico
Santa Ana	D: poder vender en la ruta - participar de cursos
Santa Ana	F: ayuda económica para flia - D: Falta lugar de venta y donde conseguir materia prima
Santa Ana	F: Estabilidad económica - D: Falta de lugares de venta y acceso a materia prima
Santa Ana	F: estabilidad económica - D: faltan lugares para venta y no se consigue materia prima
Santa Ana	F: la artesanía D: la carencia de materia prima y lugares de venta
Santa Ana	F: materia prima brinda el medio - D: falta organización para venta e inserción en el mercado
Santa Ana	F: puede dictar cursos - gustaría vivir de su trabajo como artesana
Santa Ana	F: revaloriza la cultura del pueblo y da estabilidad económica - D: Falta de lugar para ventas, cred
Santa Ines	D: comercialización
Wanda	D: Falta capacitación- información
Wanda	D: Falta lugar para exposición y venta, cursos de capacitación y dificultad para compra de materia
Wanda	D: faltan fondo para adquisición de maquinaria y capacitación