

O/H. 22250
L15Po

16/4/07

4/1/12

46879A

70915603

@ Focini

Ministerio de Industria, Agricultura y Ganadería de la Provincia de Chubut

Programa ¿De qué va a vivir mi Pueblo?
Comarca VIRCh- Valdés. Provincia de Chubut

Programa de Desarrollo Comarcal

FOMENTO DEL PRODUCTO TEXTIL ARTESANAL



INFORME FINAL, Segunda Etapa
Técnica Responsable: Natalia Ledesma Covi
Puerto Madryn - Chubut
Abril 10 de 2007.

Autoridades

- **Consejo federal de Inversiones**

Sr. Secretario General Ing. Juan José Ciáccera.

- **Provincia de Chubut**

Sr. Gobernador Das Neves.

Sr. Vicegobernador Dr. Vargas.

Sr. Ministro Coordinador Dr. Yahuar

Sr. Ministro de Industria, Agricultura y Ganadería Ing. Pitiot

Sr. Responsable del Prog. ¿De qué va a vivir mi pueblo? Dn. Fernández

Sra. Fortalecedora de la Comarca VIRCh-Valdés, Lic. Fernández

Srta. Técnica del Eje Textil Artesanal DisT. Ledesma Covi

Índice de Contenidos

Autoridades.....	Pág. 2
Introducción, Generalidades del Proyecto.....	Pág. 3
La división de Ministerio de la Producción.....	Pág. 6
Repercusiones en el Proyecto.	Pág. 8
Relaciones con otras áreas institucionales.	Pág.10
-Municipios y otras.	Pág.10
Camino al Asociativismo.....	Pág.13
Consortio de Artesanas Textiles de la Comarca Virch Valdés.....	Pág.15
Sector Lanero en Chubut.....	Pág.19
En lo relativo al Proyecto.	Pág.19
Objetivos y Plazos aplazados.....	Pág.25
El nuevo escenario de acción: Puerto Madryn.....	Pág.27
Modificación del sistema de insumos.....	Pág.30
El cordero y su fiesta.....	Pág.32
Acompañamiento del CFI.....	Pág.35
-Visita de Sectorialista.....	Pág.35
Estudio de Mercado Potencial en Bs As.....	Pág.36
Conclusiones Personales.....	Pág.40
Anexo I: NUEVO OBJETIVO DEL PPC TEXTIL ARTESANAL.....	Pág.43
Anexo II: ¿Por Qué Consortio?.....	Pág.50
Anexo III: Fiesta del Cordero.....	Pág.55
Anexo IV: Estudio de Mercado potencial.....	Pág.59
Anexo V: Visita del CFI.....	Pág.61

Introducción

El presente es un informe sobre el desarrollo del Proyecto Productivo Comarcal, del Eje Textil Artesanal de la Comarca VIRCh-Valdés, de la provincia de Chubut que otorga consistencia al megaproyecto provincial “De que va a vivir mi pueblo?”, que estableció la necesidad de asistencia en varios ejes considerados con potencial productivo, definidos en cada una de las cuatro comarcas de la Provincia de Chubut.

El presente escrito informa sobre el proyecto planteado para ser aplicado en el eje Textil Artesanal de la Comarca VIRCh – Valdés, que fue diseñado con el objetivo básico y fundamental de mejorar la calidad de vida de las personas. Se estableció que el ámbito desde donde se pretende generar esta mejora es el Productivo, y de ahí se desprenden otros objetivos vinculados.

En abril de 2006 se proponía como finalidad del Proyecto que: *Este Proyecto Productivo Comarcal se ha desarrollado para mejorar la calidad y expectativas sociales y laborales de aquellas personas que actualmente participan en la cadena productiva textil artesanal de la Comarca VIRCH-Valdés. Esto mediante la optimización de la producción, y el diseño; y el refuerzo de las estrategias de venta y trabajo eslabonado. De ser posible articular acciones con asociaciones y cooperativas que ya existan, permitiendo que ambos sectores (los organizados y los no-organizados) sean beneficiarios de capacitaciones y orientaciones, ya que el objetivo final es fortalecer toda la cadena de producción textil de la comarca cuyo éxito representará una mejora laboral y un aumento de los ingresos que permitirá a cada afectado nivelar su calidad de vida y ampliar sus posibilidades laborales.*

Se plantean tres áreas fundamentales en las cuales trabajar, de manera coordinada para alcanzar los objetivos:

- *Área Productiva (materia prima, tecnología y metodología),*
- *Área de Diseño Proyectual (pertinencia, estética, funcionalidad y calidad de diversos productos textiles)*
- *Área de Comercialización (análisis del mercado, propuestas de desarrollo comercial, reajustes de los productos según demanda del público).*

Objetivos

- *Lograr que VIRCH-Valdés tenga una fuerza productiva y presencia en el mercado de las artesanías*
- *Desarrollar Productos textiles que tengan una oportunidad real de éxito comercial.*
- *Capacitar a cada productor en su área de interés.*
- *Optimizar el aprovechamiento de la tecnología existente, y contemplar la posibilidad de incorporar otras nuevas.*
- *Diseñar estrategias de mercadotecnia que mejoren las actuales condiciones de comercialización de los productos artesanales.*
- *Capacitar en nociones básicas de comercialización a los productores.*
- *Expandir conocimientos regionales tradicionales a más personas.*
- *Promover las relaciones comerciales entre los productores, proveedores de materias primas y bocas de exhibición y expendio.*

Si bien con la evolución del Proyecto algunas metodologías fueron cambiando de naturaleza, y los objetivos se fueron fortaleciendo o debilitando, siguen funcionando como fuerza motora para la ejecución del Proyecto.

1-La división de Ministerio de la Producción

Durante el mes de febrero de 2007 se dio curso a la división del Ministerio de la Producción, útero institucional de la planificación Comarcal, que determinó, entre otras características, la de la productividad a los que debían dirigirse los Proyectos Productivos Comarcales.



Las repercusiones se midieron en distintas escalas, al menos en lo que se percibió en la Comarca Virch Valdés:

- “Puertas Adentro”: la que tiene lugar en nuestra capital provincial: Rawson, la reorganización en 2 nuevos ministerios, que conlleva toda una reestructuración: la reorganización

Unidad de Gestión
Comarcal



¿De qué va a vivir mi Pueblo?

(CORFO).

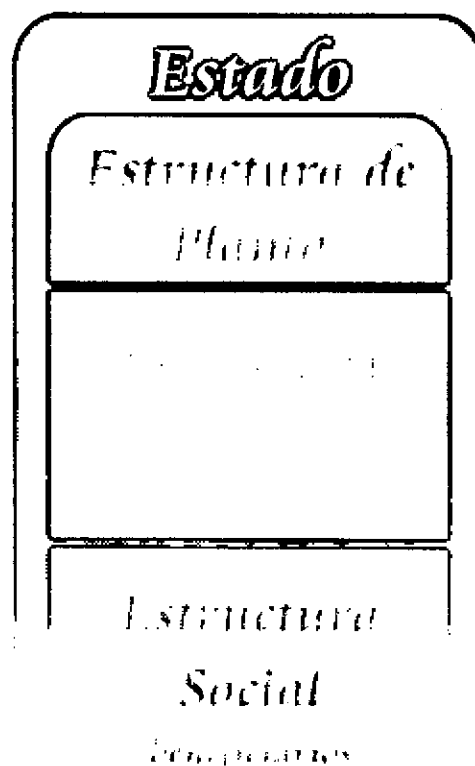
general, ejecutiva así como edilicia, de mobiliario, de recursos humanos, etc.

La estructura político – administrativa denominada Unidad de Gestión Comarcal se incorpora al Ministerio de Industria, Agricultura y Ganadería, dirigido por el Ing. Pitiot, y se suma la estructura de la ex Corporación de Fomento

Este cambio en particular derivó a su vez en el cambio de *Unidad de Gestión Comarcal*, por el Programa Provincial **¿De qué va a vivir mi Pueblo?**, al que desde sus orígenes los Proyectos Productivos Comarcales dieron forma y sustancia.

- “Puertas Afuera”: la población en general no acusa el cambio, por lo menos en el corto plazo. Ya que aún no se registra algún cambio drástico en la ejecución de proyectos ni direccionamientos políticos. Queda el análisis para un futuro.

- Entre el afuera y el adentro existe un sector poblacional que está involucrado en las actividades desarrolladas por los ministerios, pero no son funcionarios del Estado: *los beneficiarios* quedan incluidos en esta categoría. Ésta es la porción de la sociedad que ha estado atenta a los cambios y las nuevas designaciones, ya que experiencia enseña que los movimientos políticos pueden derivar en redireccionamientos de acciones, así como de bajas o altas de los proyectos que el Estado ejecuta. Sin distraer sus propios intereses, se involucran, a través de la prensa o la información que les pueden brindar aquellas personas con quienes tienen contactos, los técnicos por ejemplo; a fin de identificar esos cambios, y esperanzados de que aquellos programas en los que se encuentran incluidos y que les han sido provechosos no se modifiquen sustancialmente.



En el sector textil artesanal los beneficiarios que están involucrados en este proyecto no tienen una fortaleza económica definida, y es una tendencia la de planificar algunas cuestiones productivas-comerciales en función a las acciones de Gobierno. Por esto es que a los cambios se los sigue con atención.

1.a- Repercusiones en el Proyecto.

Los técnicos que ejecutan los Proyectos Productivos Comarcales están en situación de cumplir funciones para el Estado aunque no dentro de las instalaciones físicas del mismo, por esto es que a los cambios se les toma el pulso de otra manera. Si bien no se vive el stress de la definición rápida, la espera de determinaciones conlleva a una ansiedad

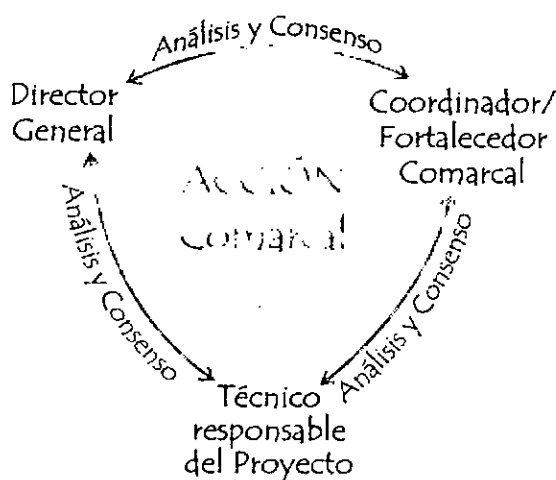
que debe manejarse cuidadosamente respecto de los beneficiarios. El técnico debe informar que se están llevando a cabo cambios estructurales, pero no transmitir la incertidumbre, sino fomentar la paciencia ante la lentificación de las ejecuciones de los proyectos.

Es de esperarse que los beneficiarios que han logrado una identificación y compromiso con el Proyecto demanden respuestas ante ciertas inacciones que responden a la espera de la nueva estructuración. Esta situación al mismo tiempo tiene ciertas “utilidades”, entre otras se destacan:

- Detectar los verdaderos compromisos de los beneficiarios.
- Hacer hincapié en que el buen aprovechamiento del Proyecto llevará eventualmente a la independencia de Estado y las incertidumbres, como las del momento, quedarán definidas por factores privados, antes que públicos.

➤ Marca el nivel de involucramiento e identificación que se ha logrado a casi un año de ejecución de esta etapa del Proyecto.

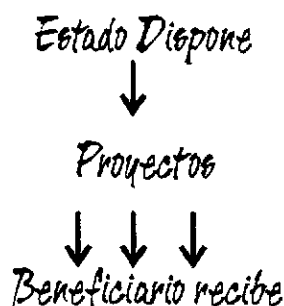
Al margen de los beneficiarios, el Proyecto Textil Artesanal se ha visto afectado básicamente en sus tiempos ejecutivos. La estructura que presentaba la anterior Unidad de Gestión Comarcal se sigue respetando e indica que todas las acciones que se ejecutan en el marco del Proyecto, si bien están planificadas al comienzo de las actividades, se anuncian al momento de su puesta en práctica, analizando junto



con el Coordinador o Fortalecedor Comarcal y el Director de la Unidad (al menos en la Comarca Virch Valdés, en la que se tiene acceso directo a la Dirección} la pertinencia y estrategia planteadas por el técnico. Al momento de la división de Ministerios esta comunicación se altera, por la indefinición de nuevo Director y ante la espera de pautas a seguir según la nueva estructura de pertenencia.

Si bien se sigue con ciertas acciones, no todas son factibles de concretar, a modo de ejemplo: no se realizan contactos institucionales ya que no existe figura política a la cual hacer referencia en

Política Tradicional



la estructura política ministerial (a quien responde el técnico?), si se continúa con el contacto de potenciales beneficiarios pero no

Nueva Política Comarcal



buscando un involucramiento rápido ya que las acciones que antes se anunciaban inmediatas (capacitaciones, conformación de asociativismos, etc.) perdieron sustrato de realidad y temporalidad, al menos hasta que las definiciones sean concretas, y dependiendo al mismo tiempo de esto la dirección de las mismas. No buscar el alto grado de compromiso que este proyecto necesita se debe a que se está trabajando con voluntades de personas reales, muchas de ellas descreídas de las realidades políticas, y lo que siempre se intenta en este Proyecto es no prometer sin miras efectivas de respuesta concreta. En el pasado prácticas como ésta marcaron a las personas que de alguna manera se sintieron “usadas” y define en el ahora, con la propuesta de nueva política de construcción social de abajo hacia arriba, la dificultad de encontrar voluntades que confíen en el Proyecto.

2- Relaciones con otras áreas institucionales.

2.a- Municipios y otras.

Mientras se lleva a cabo la ejecución del Proyecto Textil Artesanal se ha buscado la vinculación con diversas áreas de los municipios que integran la Comarca Virch Valdés.



La intención del contacto es:

- | | | |
|--|---|--|
| <p>▶ <u>Áreas vinculadas:</u></p> <ul style="list-style-type: none">■ Dejar a disposición de las áreas municipales pertinentes la inclusión de acciones en el marco del Proyecto.■ Identificar acciones que bien podrían desarrollarse en forma conjunta a fin de lograr un mejor aprovechamiento de los recursos, tanto financieros como humanos.■ Potenciar la ejecución de este proyecto al tiempo que fortalecer el vínculo Ministerio-Municipio-Beneficiario. | <p>▶ <u>PPC Textil Artesanal:</u></p> <ul style="list-style-type: none">■ Establecer contacto con capacitadores de la Comarca que tengan buena trayectoria.■ Acceder a espacios aptos para la convocatoria de reuniones, y el dictado de capacitaciones.■ Ampliar la difusión del Proyecto. | <p>▶ <u>Beneficiarios:</u></p> <ul style="list-style-type: none">■ Evitar el desgaste de la superposición de actividades desarrolladas desde diversas áreas del Estado, lo que crea confusión y desconfianza, y eventualmente la pérdida de interés.■ Lograr la sensación de acompañamiento organizado del Estado.■ Brindar espacios dignos y aptos durante los encuentros y las capacitaciones. |
|--|---|--|

A pesar de todas estas intenciones alcanzar un grado mínimo de interrelación entre los distintos organismos viene resultando en una tarea dificultosa, ya que tradicionalmente cada órgano

municipal cumple con cierta autonomía para el desarrollo de sus planificaciones y modos de ejecución. La invitación a coordinar acciones más bien suele interpretarse como una intromisión de un ministerio en asuntos municipales, y si bien no se cierran las puertas, tampoco se percibe una muestra mínima de vocación cooperativa, siquiera para ejercer algún tipo de control, al cual este Proyecto tiene total predisposición.

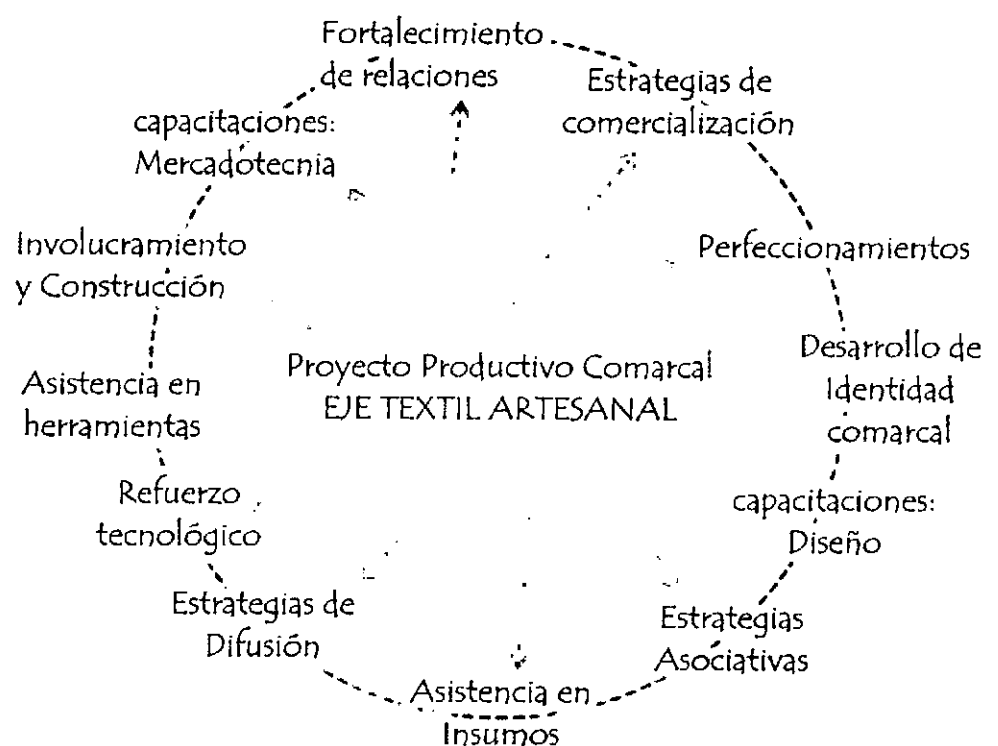
No contar con apoyo externos tampoco ha perjudicado el desarrollo de las actividades, hubo oportunidades en las que pudo demorarse alguna pero eventualmente se cumplió el objetivo.

Hubo excepciones, claro está, y son las buenas voluntades la que si potencian la ejecución del Proyecto: como ejemplo: Políticas Educativas de la municipalidad de Trelew, Secretaría de Acción Social y la de Cultura de Puerto Madryn, Municipio de Dolavon, Municipio de Puerto Pirámides, Relaciones Institucionales de la Provincia del Chubut, Asociación Civil Cor-Elb de Trelew, Cámara de Industria y Comercio del Este del Chubut, entre otras.

3- Camino al Asociativismo

Este Proyecto Productivo Comarcal se desarrolla en un marco que desde su planteo mismo define ciertas necesidades detectadas en el sector textil artesanal, y traza, de diversas maneras, metodologías para subsanarlas.

Muchas veces se cambiaron las estrategias de llegada al beneficiario, al principio por la distancia que existía entre un planteo teórico y una realidad cotidiana; haciéndose necesaria la flexibilidad para el cambio a fin de que resulte en una construcción Estado-Beneficiario.



Las acciones que se generan desde en seno del Proyecto posibilitan la creación de una red de interacción e interrelación con objetivos más extensos como el potenciamiento de los asociativismos

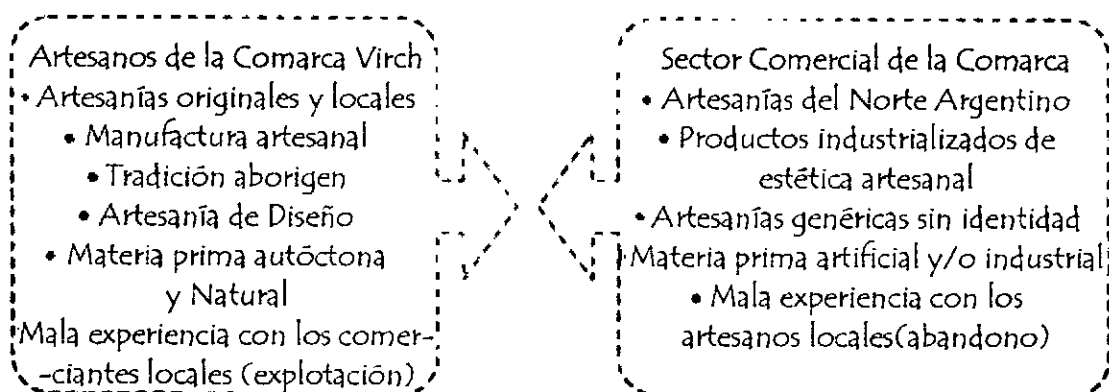
En líneas generales se identifican ejes centrales como:

- Promover la productividad del sector a través del refuerzo tecnológico.
- Promover las capacitaciones, especialmente en Mercadotecnia y Diseño.

- Promover los perfeccionamientos; como parte de las tecnologías blandas, y patrimonio personal imponderable.
- Incentivar al desarrollo de una Identidad Comarcal, como estrategia de comercialización a largo plazo.
- Promocionar la producción local artesanal, en nuestra Comarca.
- Llegar a mercados comercialmente interesantes.
- Incentivar a la conformación de figuras de asociativismo como estrategia productivo-comercial a largo plazo.

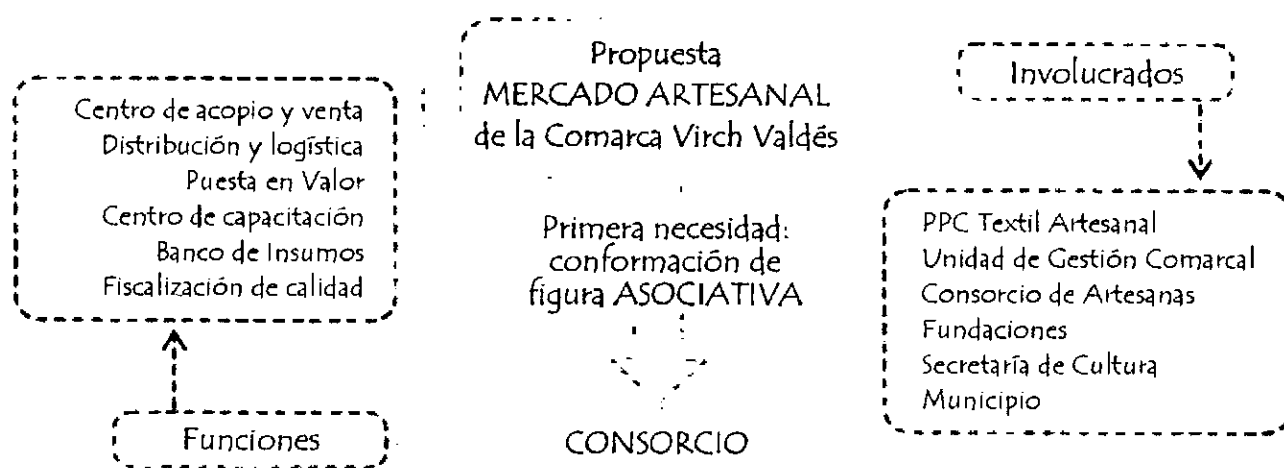
Este último ítem y luego de diez meses de trabajo con las beneficiarias, resultaba ser el más escurridizo. Fue la realidad comercial de Puerto Madryn y Trelew la que dejó al descubierto una cruda realidad comercial para el sector artesanal local y motivó la apertura de juego a los asociativismos como estrategia necesaria, real y alcanzable!

Durante los meses de diciembre y enero último se realizó un relevo del sector comercial de nuestra comarca y se percibió la *no permeabilidad* a inclusión de los productos regionales en el stock, prefiriendo la mercadería traída desde el Norte Argentino. Interpretando esto *como un fuerte indicador del menoscabo al valor cultural del producto local y que hace necesaria la propuesta e implementación de una estrategia más agresiva a fin de posicionar a las artesanías textiles de manera competitiva en un mercado*



En enero de 2007 se presentó una nueva propuesta a la Unidad de Gestión Comarcal: la creación de un Mercado Artesanal de La Comarca Virch Valdés (ver anexo I) se desarrolló el planteo teórico de las diversas funciones que cumpliría dicho espacio, la coordinación con otras instituciones, y la inversión que sería necesaria para llevar el proyecto MA Virch

(Mercado Artesanal Virch) a cabo. Junto al entonces Director de la UGC Lic PLunkett y la Fortalecedora comarcal, Lic. Fernández y la técnica del PPC Textil Artesanal, DsT. Ledesma Covi, se definieron los roles que a partir de ese momento cumplirían Ministerio de la Producción, como promotor del MA Virch, y el sector artesanal congregado en Consorcio.



3.a- Consorcio de Artesanas Textiles de la Comarca Virch Valdés

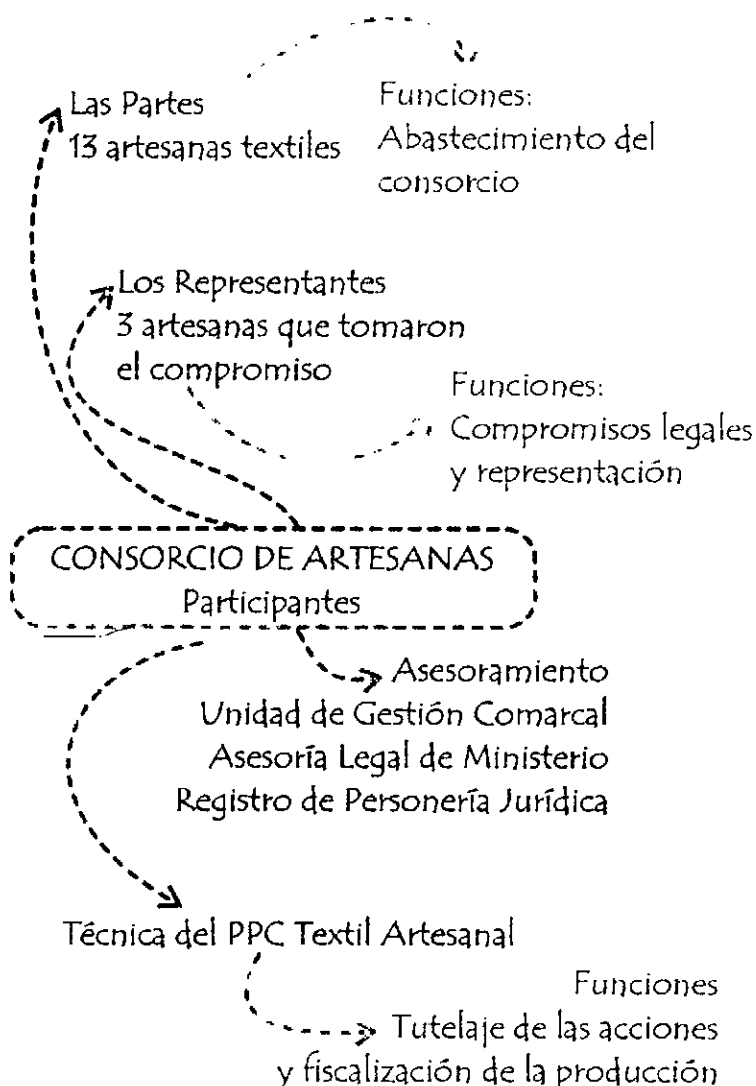
Con este nombre se identifica a uno de los grandes logros del Proyecto Textil Artesanal, ya que a un año de iniciadas las acciones pudo vencerse la resistencia primera entre las beneficiarias

respecto de las figuras asociativas, que desde Ministerio se considera una estrategia competitiva a largo plazo.

Alcanzar la conformación del Consorcio es consecuencia de un trabajo realizado persona a persona, identificando las voluntades asociativas y desarrollando estrategias para el convencimiento real, por análisis propio y ejercicio proyectual respecto al futuro del sector de pertenencia en caso de mantenerse trabajando de manera aislada, antes que solidaria.

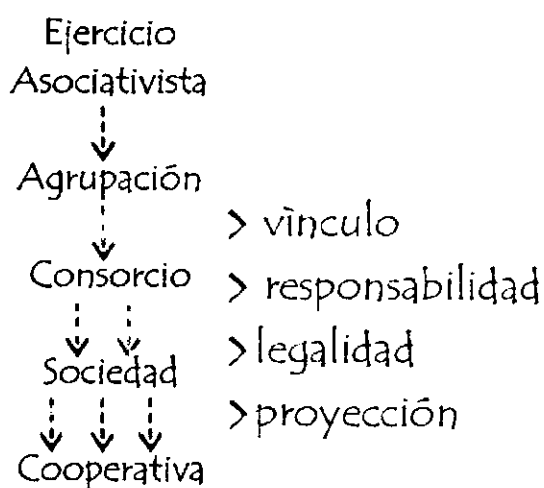
Identificar un objetivo que pueda desarrollarse grupalmente también conllevó el análisis y evaluación del desarrollo del grupo como tal, sumado al compromiso alcanzado por las artesanas respecto al Proyecto, y el vínculo de confianza generado con la ejecución del Proyecto. Para el sector Textil Artesanal de la Comarca Virch-Valdés ese objetivo grupal toma sentido en la posibilidad de acceder a un punto de venta exclusivamente de artesanías de nuestra región, sin intermediarios; abastecido y administrado por el propio Consorcio, tutelado y fiscalizado por Ministerio a través de este Proyecto.

Luego del análisis de varias opciones estratégicas, con participación de la Unidad de Gestión Comarcal, de Asesoría Legal del entonces Ministerio



de la Producción, del Registro de Personería Jurídica de la Provincia de Chubut, y la participación de 32 artesanas de las ciudades de Trelew y Rawson; se identificó a la figura de Consorcio de Cooperación como el más apto para el cumplimiento del objetivo que es el de *“REALIZAR Y CONCRETAR a través del Consorcio, mediante la efectivización de los aportes de inversión que se establezcan en cada caso, PROYECTOS DE PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN, COMPRA E INVERSIÓN, por medio de la actividad productiva manufacturera, de productos textiles artesanales.- El uso y explotación de las herramientas y infraestructura con la que contara.- Actividades Comerciales: .- La comercialización de los productos generados a través de la utilización de los bienes del Consorcio y/o los personales de cada integrante del mismo.- Comprar y vender, locar, importar y exportar productos, instrumentos, maquinarias relacionados con la actividad textil artesanal y actividades afines. –”*

La figura legal de Consorcio resulta apta por la simplicidad contractual y sobre todo por que permite la independencia y el mantenimiento de la individualidad de cada productor aún



participando del Consorcio (ver anexo II). Las responsabilidades también son limitadas a la individualidad de cada consorcista, que a la vez resulta solidariamente responsable.

Es para este grupo de personas, que por primera vez estarán ligadas contractualmente, una situación bastante ideal, dentro de las opciones legales que existen;

y cuya función resultará en un ejercicio colectivo para el desarrollo y alcance de objetivos, y que con el tiempo podría derivar en la conformación de una Cooperativa.

De todas las artesanas que se vinculan de una u otra forma al Proyecto, treinta y dos artesanas confirmaron su voluntad asociativa al participar de la reunión en la cual se asesoró sobre detalles del Consorcio, Ministerio tomó compromiso con las artesanas y viceversa (respecto de los aspectos de tutela y financiamiento de acciones). Finalmente trece artesanas son las que decidieron participar activamente y desde los inicios en el desarrollo del Consorcio, quedando las otras voluntades supeditadas a la evolución del mismo.

En el mismo acto las propias artesanas invitaron a la técnica del PPC a participar como un tercero activo, en la fiscalización de la producción, desarrollo de actividades, como lazo activo con potenciales nuevos consorcistas y nexos con Ministerio. Si bien

desde la Unidad de Gestión Comarcal todas estas nuevas funciones de la Técnica ya se suponían, resultó de mucho provecho que la convocatoria surgiera del propio grupo de artesanas ya que esto suma legitimidad.

Mientras tanto durante los nuevos contactos con potenciales beneficiarios de Puerto Madryn se hace el comentario de lo que está ocurriendo con las artesanas de Trelew y Rawson, y respecto del Consorcio y se percibe un entusiasmo sincero ante la posibilidad de participación en el mismo, para los nuevos involucrados resulta menos complicado sumarse a un consorcio ya conformado, y no existe la resistencia que si existía en el grupo originario, ya que serían las que deberían trazar el camino para que luego otros lo transitaran.

4- Sector Lanero en Chubut

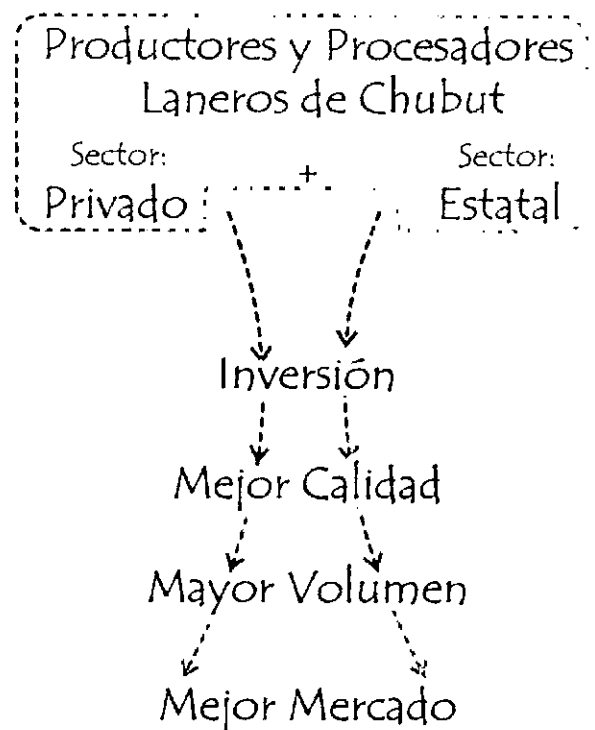
Se puede percibir que el sector lanero está logrando la consideración que merece y que antaño había perdido de la mano de las importaciones indiscriminadas, el mal manejo del mercado y vaivenes climáticos que les había afectado.

Inversiones del sector privado y desde el Estado promueven la mejora cualitativa para alcanzar los estándares más óptimos en el mercado mundial. La estrategia se funda en la mejora de las razas productoras de lana Merino (con empleo de tecnología genética), y se potencia con la implementación de las Buenas Prácticas agropecuarias, tanto en la cría del ganado, como en los procesos específicos de manipulación (como la esquila, clasificación y enfardelado).

4.a- En lo relativo al Proyecto.

El sector Textil Artesanal se ve seriamente afectado desde ese período (diciembre 2006-marzo 2007) como “consumidor minorista” de lanas cardadas y peinadas, que es la materia prima

Desde diciembre de 2006 se ha incrementado notablemente la demanda de la lana que se produce en Patagonia. Debido en



parte a una mala zafra para los mayores productores del mundo (básicamente Australia) y la pertinencia del oferente argentino respecto de la calidad lograda.

con proceso industrial que permite el trabajo artesanal y la obtención de un artículo final con cualidades como limpieza y suavidad muy deseables para el mercado.

La suba del precio internacional también afecta a las cadenas de producción de baja escala, por la inflación que sufren los costos y denotan los precios, contrayendo la demanda. Pero ciertamente es la alta demanda, que tienen las empresas de almacenamiento y procesamiento de lana, la que hace que los compradores locales sean desatendidos, al menos es nuestra experiencia hasta el momento: es la falta de suministros al menudeo lo que más complicaciones empieza a generar.

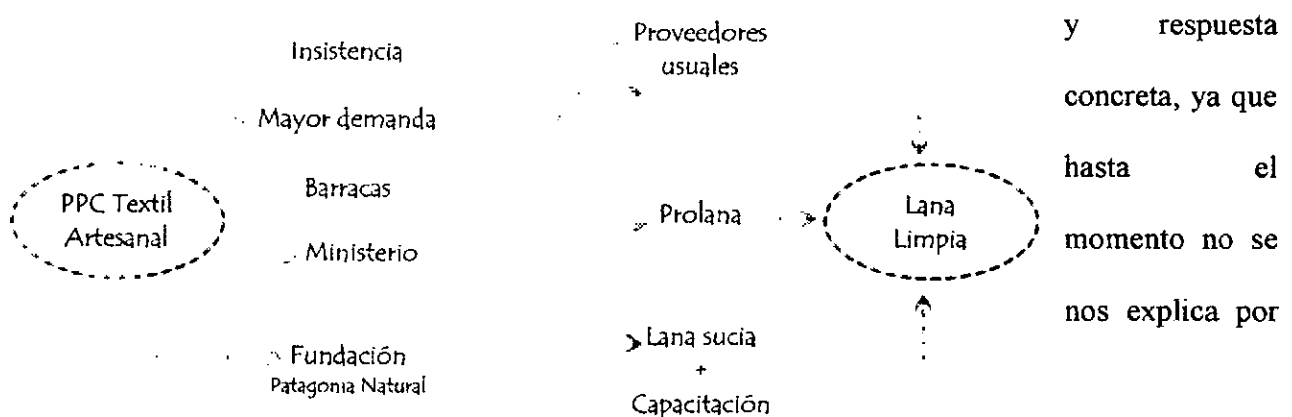
De un tiempo a esta parte se puede notar una merma en los volúmenes producidos. Durante la época estival esta situación no alertó a muchos por coincidir con el período de baja demanda de productos lanares. Incluso llegando la segunda quincena de marzo los artesanos de la lana no parecen percibir lo preocupante de enfrentar una nueva temporada invernal:

- a) con un stock muy moderado
- b) sin disponibilidad de materia prima asegurada.

Desde este Proyecto la situación se define como complicada, ya que uno de los objetivos a los que se tiende es el fomento del consumo de artículos de Lana Merino. No poder contar con esta materia prima nos obliga a diferentes planteos:

1) Intensificar la demanda

1.a) Insistir a los comerciantes en la necesidad de ser atendidos, como sector que merece respeto



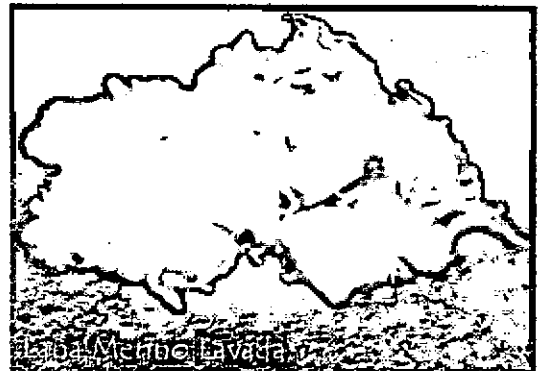
que no se vende lana al por Menor, pero tampoco se precisan fechas ni factibilidad. La espera de alguna solución ya lleva más de un mes.

1.b) Aumentar el volumen de compra: este Proyecto prevé en su Presupuesto de Recursos

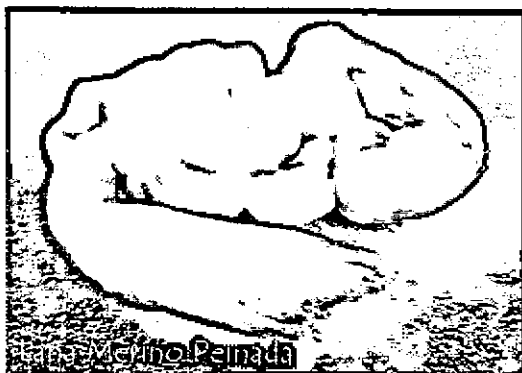


Financieros, una compra bimestral de lana que se entrega a las hilanderas para fortalecer los volúmenes de productos, como inyección de fuerza a toda la cadena de producción, y al mismo tiempo por el sistema de devolución que se implementa, permite la planificación y ejecución de Capacitaciones y

conformación de Muestrarios, en los que hace falta productos manufacturados. Para que nuestra demanda resulte más atractiva y atendible a los comerciantes se duplicó el volumen solicitado sumando la compra del período siguiente. Al mismo tiempo se convino con profesoras de la Secretaría de Cultura de Puerto



Madryn realizar un solo pedido que incluya lo que demanda éste Proyecto y lo que ellos necesitan.



2) Empleo de otras fibras.

2.a) Fibras Naturales de producción regional: se analiza la posibilidad de trabajar con fibras de



camélidos (Guanaco) y/o caprinos (Mohair). Se trata de fibras Naturales Animales que se producen en nuestra provincia: son materia prima ecológica y presentan un manejo sustentable de esa fauna. Por las características que tienen se

podría hacer un correlato del modo de trabajar la fibra Merino y procesarlas artesanalmente: se pueden hilar en Huso o Rueca, y se las puede tejer con las más variadas técnicas.



El inconveniente principal reside en el costo: el siguiente cuadro lo ejemplifica.

Lana Merino, fina	Promedio U\$s 5 x Kg
Lana Mohair, fina	Promedio U\$s 9 x Kg
Lana Guanaco	Promedio U\$s 275 x Kg

El impacto que la amplia diferencia de precios tiene en el costo del producto y en su precio al consumidor del producto elaborado probablemente resulte en una retracción total de la demanda, ya que no se detecta en la zona al segmento consumidor de este tipo de fibras tan lujosas.

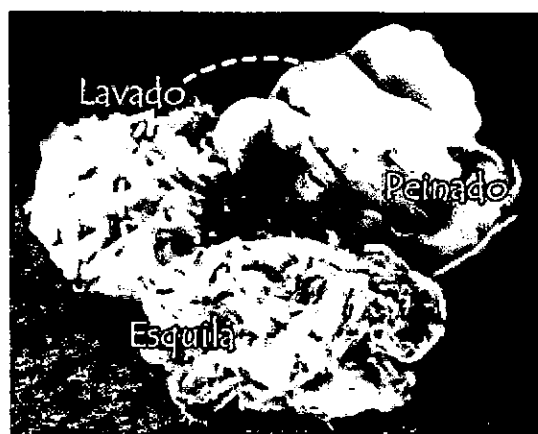
2.b) Fibras artificiales: existe en nuestra comarca Virch Valdés una fábrica dedicada a la producción de fibras e hilados artificiales de menor costo que las fibras naturales pero se trata de una

materia conceptualmente opuesta a las Naturales. El hecho de que se trate de Fibras No Naturales casi deja de fuera del cuadro a esta opción, ya que por definición las “artesanías deben realizarse con empleo de

materias primas naturales, no contaminantes y renovables”. Acceder a trabajar con esta fibra sería desmerecer el

trabajo artesanal y vapulear los postulados de este Proyecto.

2.c) Fibras de lana Merino sin procesos industriales: se trataría de fomentar e incentivar el trabajo con lana de Vellón en lugar de lana lavada-cardada-peinada. El acceso a este tipo de lana “cruda” resulta factible aunque carente de garantías de calidad. La lana cruda es la lana

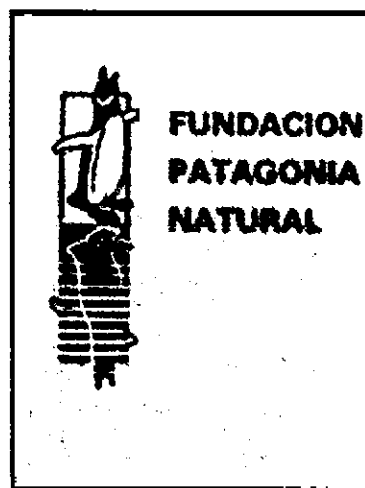


esquilada que no tiene ningún otro proceso, por lo tanto un vellón presenta, además de las fibras: polvo, residuos químicos, espinas, trocitos vegetales, restos de heces, y grasa natural (Lanolina). Estos componentes resultan a su vez en: triplicación de horas de trabajo para producir una misma cantidad de hilado, riesgo sanitario (por sarna, alergias,

urticarias, etc), necesidad de infraestructura adecuada (piletones, agua potable corriente, espacio para secado, etc). Con este tipo de lana cruda se realizó ancestralmente el trabajo de fibras, pero con el paso de los años se fueron abandonando estas prácticas por los problemas que podrían acarrear, y en nuestra región (por la cercanía de las plantas procesadoras) se adoptó al Top de Lana Cardada o Peinada como material base. Esto hizo que disminuyan los problemas sanitarios y que aumente proporcionalmente el valor/hora de trabajo artesanal; pero hoy por hoy son pocas las artesanas que saben trabajar la Lana de vellón, y son menos aún las que quieren hacerlo. Así como hay poco público que esté dispuesto a pagar los precios finales en que resultan los artículos de este tipo de lanas.

Desde que se dio inicio a la ejecución de esta etapa del Proyecto textil Artesanal se estableció contacto con distintas organizaciones, gubernamentales y ONGs, y entre ellas se logró el apoyo de la Fundación Patagonia Natural, de Puerto Madryn, quienes poseen un campo productor-modelo, y han contribuido con más de 80 Kg de lana cruda, para que ingrese en el circuito de suministro-devolución con las artesanas del sector. Hasta nuevas definiciones del mercado lanero de Trelew, se incentivará a la hilatura de Lana de Vellón, para lograrlo

se pretende desarrollar capacitaciones sobre “Manipulación Saludable del Vellón” como herramienta al sector que parece no percibir aún el riesgo de que se interrumpa la cadena productiva-comercial por falta de insumos.



3) Diversificar la Demanda: al momento se ha solicitado venta a 2 empresas que tradicionalmente abastecen al menudeo. Además se están gestinando los contactos con Barracas (si bien se dedican al acopio/venta de lana sucia) que tienen voluntad de atender nuestra necesidad tercerizando los pedidos. Por otro lado se solicitó a la Fortalecedora de la Comarca Virch Valdés que dé inicio a gestiones con programas como el ProLana, a fin de conseguir los insumos tan necesarios.

5- Objetivos y Plazos aplazados

Con el presente informe se intenta plasmar en palabras lo vivido en la cotidianeidad de la ejecución de un Proyecto Productivo Comarcal que tiene, entre otras características, una razón de ser que justifica las acciones que se plantean a desarrollar en plazos establecidos previo a su ejecución.

Se puede percibir que los plazos que se establecen de manera teórica e “ideal” se contraen y dilatan, debido esto a varios factores:

- a. Se trabaja a partir de las voluntades que el técnico busca, incentiva y cultiva en los potenciales beneficiarios, demostrando cada persona tener un tiempo particular para desarrollar lazos de confianza y luego el compromiso necesario.
- b. Se trabaja coordinando tiempos de ambientes muy disímiles como La Política, El Mercado, Los Proveedores y Los Recursos, humanos como financieros.

En varias oportunidades se cambiaron los plazos por motivos diferentes, a un año de ejecución se pueden identificar claramente algunos de ellos:

- | | |
|--|--|
| <p>✘ Que el contacto de los beneficiarios insumió más tiempo del planeado ya que la metodología de contacto con los mismos así lo requirió, pero resultó en la suma de beneficiarios que aportaron con su compromiso para esta construcción, y al día de hoy se cuentan entre los primeros</p> | <p>Consortistas de artesanos de la Provincia del Chubut.</p> <p>✘ Que la modificación de hábitos no comerciales entre las artesanas del sector persiste, aún hoy, y es una actitud que buscamos modificar, a fin de evitar los intermediarios en la comercialización, como</p> |
|--|--|

camino hacia una eventual independencia del aparato estatal.

✘ La reticencia a involucrarse 100% con un proyecto a largo plazo es marcada.

✘ La planificación que contemplaba el apoyo de diferentes áreas del estado, municipal como provincial, que resulten pertinentes al motivo de este proyecto, debieron modificarse a causa del no involucramiento de dichos sectores.

✘ Los tiempos de producción de herramientas, como rucas y telares, no fueron cumplidos según lo pautado por los talleres contratados.

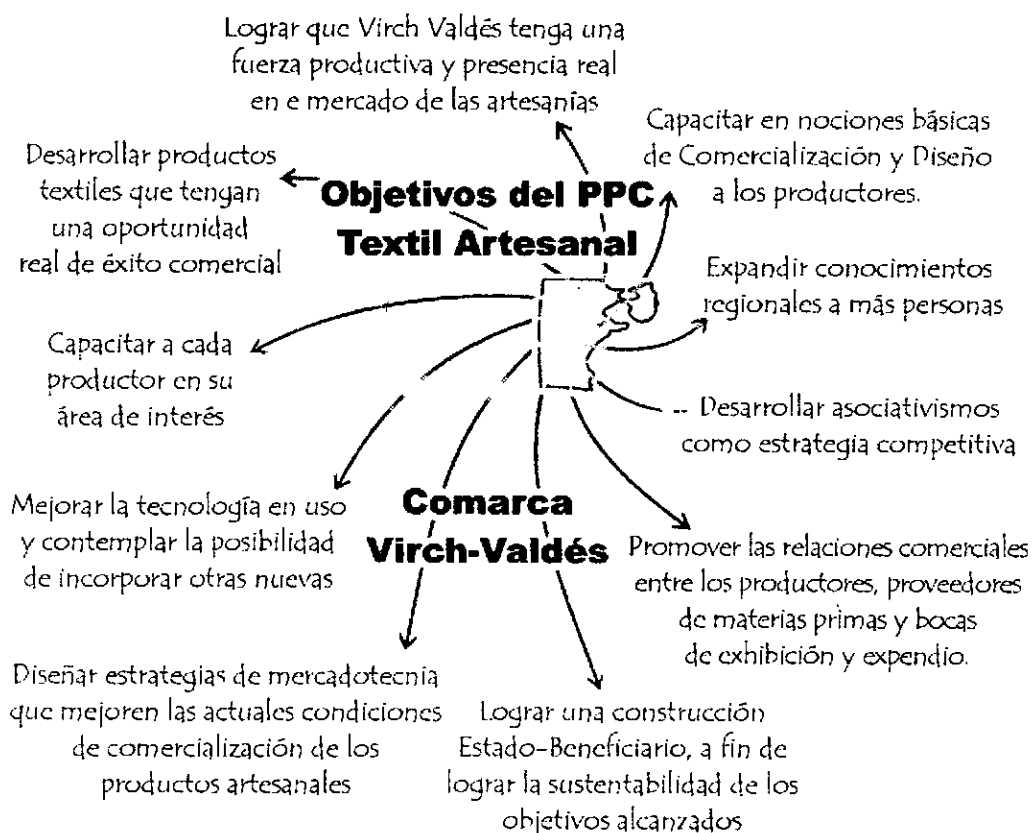
✘ La demanda que se planeaba despertar, no tuvo la respuesta esperada, por lo que

debieron redireccionarse las búsquedas a fin de encontrar un nicho interesado y sustentable.

✘ Las modificaciones en las estructuras institucionales, como la división del Ministerio de pertenencia, resulta en continuar con las acciones de manera cuidadosa para con los beneficiarios, potenciales o no; y de manera ralentada con demás instituciones.

✘ El cambio en las reglas de juego de las empresas proveedoras de insumos obliga a la búsqueda de nuevas estrategias.

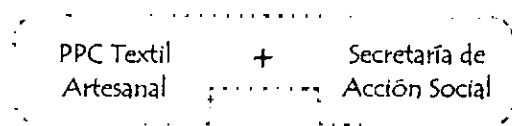
El replanteo de acciones denota la flexibilidad que tiene el Proyecto para seguir adelante, en pos del objetivo primario, modificando plazos y estrategias a fin de alcanzar la meta de manera adecuada y real, para que el cambio que se busca sea sustentable en el tiempo y en las voluntades.



6- El nuevo escenario de acción: Puerto Madryn

En el contacto con potenciales beneficiarios se planificó y puso en marcha una nueva estrategia de llegada a los mismos, y que consistía en hacer foco en las necesidades individuales respecto del trabajo artesanal, para luego enmarcarlas en la realidad del sector en general y definir cómo a través de la inclusión en este Proyecto se intentaría resolver ciertas situaciones que hacen a la producción y comercialización de productos artesanales.

En la ciudad de Puerto Madryn la llegada a los potenciales beneficiarios, en una primera etapa, se realizó con y a través del apoyo de la Secretaría de Acción Social,



Beneficiarios de Puerto Madryn

con quienes se planificaron y llevaron a cabo 3 reuniones, de aproximadamente 20 personas cada una, convocadas por ubicación geográfica y vinculación previa a la Secretaría de Cultura municipal.

Hasta el momento se realizaron entrevistas individuales a fin de establecer un vínculo personalizado, que permite a la técnica evaluar el potencial de cada artesano: su interés real, qué es



lo que entendió en la charla introductoria, conocer sus objetivos particulares, su intención de involucramiento y su permeabilidad hacia figuras asociativas. Al mismo tiempo se rellenan planillas con el fin de conocer detalles que hacen a las técnicas empleadas, situación laboral, herramientas e insumos utilizados.

Modelo de encuesta

Nombre:..... Fecha:/...../07

¿Qué tipo de trabajo Artesanal haces?

<input type="radio"/> Telar Plano	<input type="radio"/> Tejido Crochet	<input type="radio"/> Hilado en Rueda
<input type="radio"/> Telar Triangular	<input type="radio"/> Tejido a 2 agujas	<input type="radio"/> Otro tipo.....
<input type="radio"/> Telar Mapuche	<input type="radio"/> Tejido a 5 agujas
<input type="radio"/> Telar Pampa	<input type="radio"/> Hilado en Huso

¿Qué hacés con lo que producís?.....

<input type="radio"/> Vendés	<input type="radio"/> Das a consignación
<input type="radio"/> Regalás	<input type="radio"/> Otra Cosa

¿Adonde trabajás tus artesanías?

<input type="radio"/> Tu casa	<input type="radio"/> En un taller de Cultura
<input type="radio"/> En un taller de compañeras	<input type="radio"/> En un taller de Acción Social

¿Cómo y donde conseguís los insumos (lana, vellón, etc)?

<input type="radio"/> Comprás	<input type="radio"/> Te subsidian
<input type="radio"/> Te regalan	<input type="radio"/> Otros.....

¿Qué te hace falta para trabajar mejor?.....

Cabe destacar que el contacto con los beneficiarios de este municipio se hizo en la etapa de división del Ministerio de la Producción, lo que obligó a realizar un contacto más bien moderado, a fin de no crear expectativas respecto de plazos de ejecución e inmediatez de acciones.

Resulta más conveniente contar lo planeado sin determinar fechas, a fin de que en caso de una eventual dilación de los tiempos, las personas no se sientan defraudadas por el Proyecto, dinamitando la confianza que es necesaria lograr.

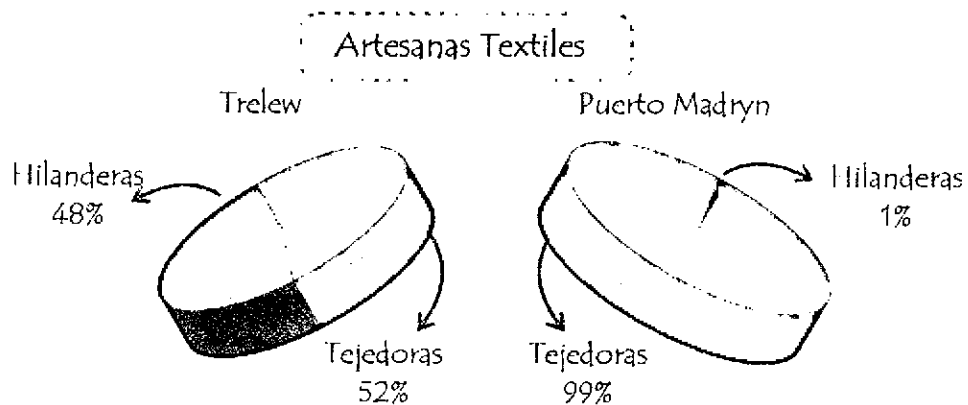
Las características de los involucrados en Puerto Madryn pueden generalizarse de la siguiente manera:

- ★ Trabajan en forma individual
- ★ Manejan técnicas artesanales de tejido y en menor grado de hilatura
- ★ Tienen interés en perfeccionar sus técnicas y/o aprender nuevas
- ★ Tienen permeabilidad a los asociativismos
- ★ Dominan la manipulación de Lana Merino o tienen aceptación para hacerlo
- ★ Tienen variadas metodologías de trabajo
- ★ Quieren hacer de sus saberes una actividad comercial
- ★ Los más experimentados son los más reticentes a las capacitaciones

Puede resultar llamativo la poca cantidad de hilanderas que se encuentran en la ciudad, esto podría deberse a que la población de Puerto Madryn no presenta mucho componente de descendientes aborígenes, portadores de las tradiciones de hilatura y tejido ancestral.

En parte a esta falta de hilanderas motiva a que las tejedoras no cuenten con Lana hilada artesanalmente para sus trabajos. Se trata de una realidad muy distinta a la que se percibe en Trelew, en que las cantidades de hilanderas y tejedoras son casi iguales (y al mismo tiempo Trelew presenta mayor componente social de descendientes aborígenes); y cada tejedora conoce al menos a tres hilanderas, y puede variar sus pedidos según las capacidades detectadas y los precios que acuerdan

entre ellas. La interrelación entre hilanderas y tejedoras existe desde mucho tiempo antes de que se ejecute este Proyecto, y es un vínculo que se ha respetado.



6.a- Modificación del Sistema de suministro de insumos.

Para la entrega de insumos se ha diseñado un sistema de Devoluciones a Porcentaje, mediante el cual cada involucrado que lo solicite recibe una cantidad de insumo y debe realizar una Devolución en Producto elaborado, equivalente al 10% en peso en caso de las hilanderas, y al 10% del precio del insumo/herramienta en caso de las tejedoras. Las devoluciones también contemplan la posibilidad de realizarse mediante prestación

de servicios (dictado de capacitaciones, ayuda en la organización de eventos, etc).

Los productos que Ministerio, a través de la técnica, recibe de los artesanos se "reinvierte" en el mismo Proyecto, con la generación de muestrarios, exposiciones, envíos a potenciales clientes y como material para trabajar en las capacitaciones de teñido y tejido principalmente.

Entonces:

A las hilanderas se entregan 10 kg de Top de lana -----Se “devuelve” 1 kg de lana hilada.

A las tejedoras se entregan botones y agujas x \$100 -----Se “devuelve” un tejido de \$10.

Mientras se trabajó con beneficiarias de las ciudades de Trelew y Rawson, no se modificó la cadena previa de hilandera-tejedora, o sea que a las artesanas que tejen no se les entrega la lana hilada que acopia Ministerio, ya que rompería el círculo de consumo que existía previamente, tornándose el involucramiento, del Estado, malicioso para el delicado equilibrio comercial entre las artesanas.

En Puerto Madryn se hizo necesaria la modificación de esto ya que no existen lazos comerciales previos entre un grupo y otro. Uno de los objetivos de este proyecto es fomentar el empleo de fibras Naturales, por el tipo y calidad de artículo que se puede lograr, para cumplir esto se acordó con las hilanderas de Trelew que se hará entrega de parte de la lana acopiada (en última instancia es propiedad del Proyecto) con la intención de que en Pto. Madryn se conozca el material que hay disponible en nuestra comarca, para finalmente fomentar la creación de nuevos círculos de consumo entre el sector artesanal. Éste planteo fue muy bien recibido por lo que se efectivizó la entrega de más de 5 kg de lana Merino hilada artesanalmente, a las primeras involucradas en la ciudad de Pto. Madryn.

6.b- El cordero y su fiesta.

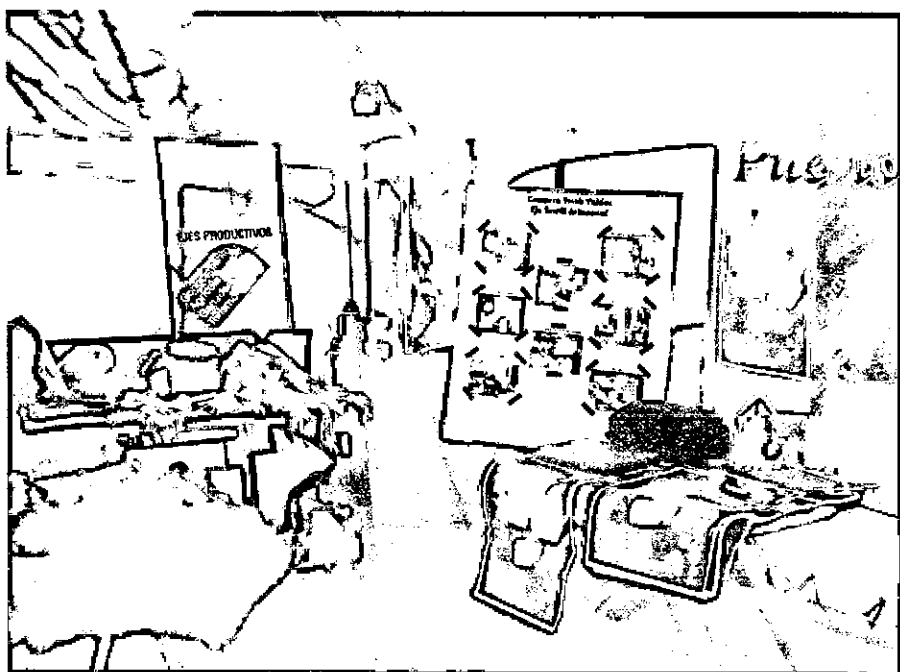
La Fiesta Nacional del Cordero es la tradicional fiesta popular que se desarrolla en Puerto Madryn desde hace más de tres décadas, es la que más público convoca de las realizadas durante el año, ya que está diseñada para que participen personas de la ciudad así como los pobladores rurales. Ante estas características, y previendo la factibilidad de participar, durante el mes de febrero se expresó mediante carta a la Secretaría de Cultura la vocación



participativa y cooperativa del Proyecto Textil Artesanal respecto del evento venidero. Luego de ser suspendida en el año 2000, durante los días 2, 3 y 4 de Marzo de 2007 tuvo lugar una nueva edición de la misma.

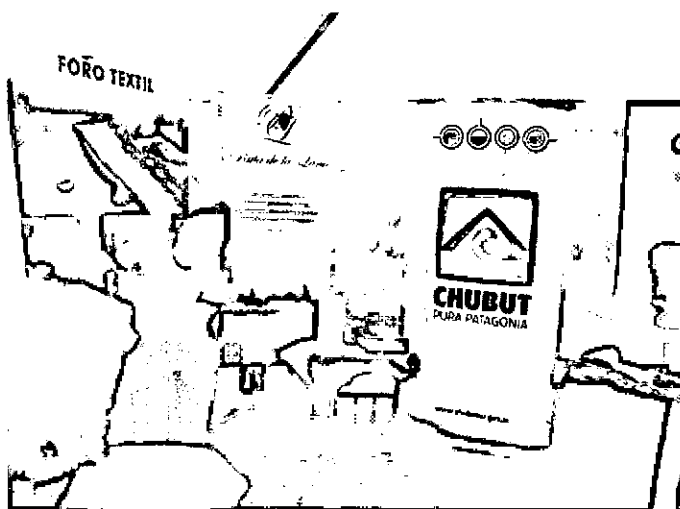
Promovida por la Secretaría de Cultura de dicho municipio, se desarrolló una fiesta popular temática en todo lo referido al cordero y la ganadería ovina, y en líneas generales a la vida y destrezas del medio rural en Chubut.

Atendiendo nuestra misiva, tuvimos el agrado de ser invitados por el secretario de Cultura Prof. Lacunza, a participar en el evento por la relación directa de los ejes: Textil Artesanal y Turismo, de la Comarca Virch Valdés. Se nos cedió un espacio para la conformación, conjuntamente con el área Relaciones Institucionales, Dpto. Pueblos Originarios, de un stand institucional.



Gracias al trabajo coordinado y cooperativo de los tres responsables se logró la creación de un espacio que si bien institucional, logró la calidez suficiente para que el público se interesara en ingresar a la carpa dividida en tres sectores:

- Sector Pueblos Originarios, responsable: Sr. Cándido Sayhueque, presentó folletería explicativa de las acciones que lleva a cabo el Gobierno Provincial respecto de las comunidades aborígenes de Chubut, y fue acompañado por una representante de la comunidad Mapuche de Puerto Madryn, quien lució con sus destrezas de Hilado en Rueca.
- Sector Comarcal Turismo, responsable lic. Mendoza, puso a disposición del público video, folletería y gráfica explicativa del proyecto Ruta de la Lana.



♦ Sector Comarcal Textil Artesanal, responsable Ds.T. Ledesma Covi, se organizó una exposición de productos artesanales, gráfica y folletería pertinente al Proyecto que se está llevando a cabo. Se invitó a las artesanas involucradas en el PPC a acompañar a la técnica durante el evento, algunas de ellas se presentaron para trabajar sus técnicas de Hilado y Tejido frente al público, al tiempo de dialogar con los mismos y explicar de qué trata el Proyecto. Otras dijeron presente a través de sus productos manufacturados, que siguen dando oportunidad de medir el interés de la población por este tipo de producción y al mismo tiempo da excusa para explicar el Cómo, Por qué, Cuándo y Para quiénes del Proyecto comarcal.

La pertinencia y presencia del stand nos valió las felicitaciones del Sr Intendente de Puerto

Madryn, Dn. Carlos Eliceche, así como del Secretario de Cultura, Sr. Lacunza, autoridades que se hicieron presentes en la Fiesta.

(ver anexo III)



7- Acompañamiento del CFI.

Visita de Sectorialista

Durante la última semana de febrero la Comarca Virch Valdés contó con la presencia del Ing. Remorini, quien en sus funciones de Sectorialista del Consejo Federal de Inversiones se acercó hasta nuestra provincia a fin de interiorizarse “en campo” de los Proyectos que analiza, conocer a los técnicos que los ejecutan y a los beneficiarios a los que se dirigen.

Esta visita resulta de importancia ya que el establecimiento de un vínculo personalizado promueve la fluidez de las comunicaciones institucionales. CFI es parte activa de la puesta en marcha y desarrollo de los Proyectos Comarcales; la experiencia que puede aportar a través de sus propios técnicos resulta de valía para un mejor enfoque y direccionamiento de los PPC que se están llevando a cabo en nuestra provincia. No hay antecedentes de procesos como éste que son la

expresión de un nuevo ordenamiento por regiones a fin de optimizar recursos, y el ejercicio de una nueva política en que el Estado mantiene una relación directa con el beneficiario, a través de los técnicos responsables de los proyectos, con el fin de concretar una Construcción social de dinámica no burocrática.

Por la falta misma de antecedentes, toda experiencia previa, aunque no igual, pero de dinámicas y objetivos similares resultan en un aporte interesante en nuestra Comarca.

Al mismo tiempo se considera que el análisis y evolución de los Proyectos puede considerarse desde otras perspectivas desde que el sectorialista conoce a los técnicos, aptitudes y carácter, al medio geográfico – social – económico, etc. y a sus beneficiarios para los cuales, y con los cuales se desarrollan las acciones.

8- Estudio de Mercado.

8.a- Análisis de datos y conclusiones parciales.

En función de lo detallado en el informe del Estudio de Mercado que se solicitó y llevó a cabo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante los meses de enero y febrero de 2007, resulta interesante que se hayan detectado dos líneas de artesanías.

Artesanías
AUTÓCTONAS

Artesanías
AUTÓCTONAS
+ DISEÑO

Artesanías
DE TRADICIÓN

Artesanías
NUEVA TRADICIÓN

Según la propia evaluación que se realizó en abril de 2006, para el mercado potencial de la Comarca Virch Valdés, se habían identificado las mismas tendencias (denominadas en aquellas oportunidad como artesanías de Tradición y Nueva Tradición, respectivamente) resultando la última la de mayor potencial de crecimiento y oportunidad de encontrar nichos de mercado en los cuales insertarse.

Del Proyecto original, abril 14 de 2006:

Se tiene en cuenta dos líneas de diseño a seguir:

Para cada línea de producto plantear:

a) una estética tradicional, que respete y rescate emergentes de la idiosincrasia propia de los actores del PPC

b) una estética que siga tendencias de consumo, denominada "Nueva Tradición": con variaciones en cuanto a diseño (morfología, color, textura, etc), estructural y/o técnico. A fin de captar ese sector de mercado que gusta del estilo tradicional, pero en dosis medidas y aplicadas a productos combinables con otros que se encuentran en mercado y que son de fabricación industrial (esto requerirá que durante las capacitaciones de diseño se provea de las herramientas básicas de detección y análisis) de tendencias. Esta pauta dinamizará la producción de temporada en temporada, para seguir pautas de consumo.

Con la evolución del Proyecto también se identificó la fuerte necesidad de incluir Diseño en

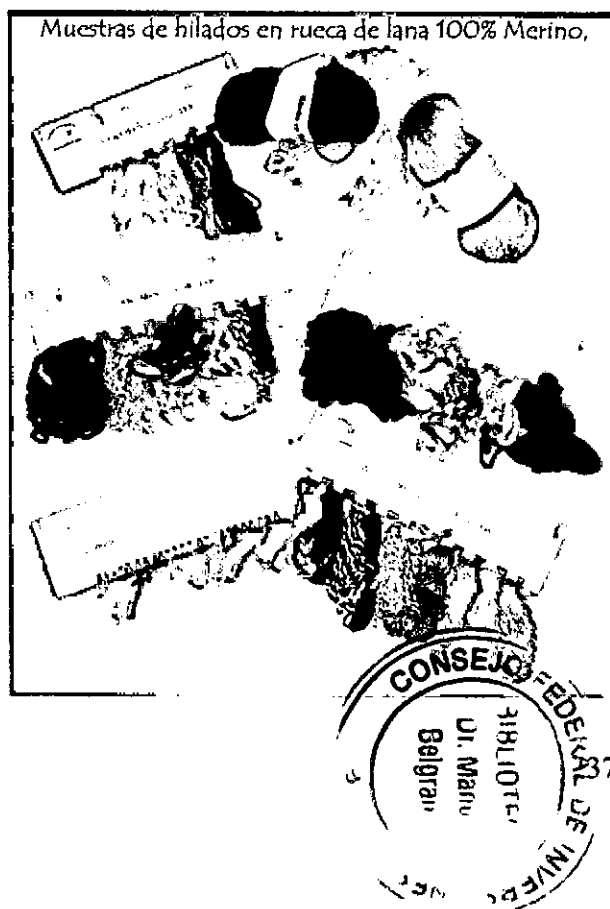
la producción, y si bien se dictaron capacitaciones en tal sentido, es importante notar que en otros puntos del país se trabaja con un Diseñador de formación (y no de orientación) que se dedica de manera profesional al desarrollo de productos.

Según otros modelos de proyectos para el sector textil artesanal (ejemplo: *Cadena de*

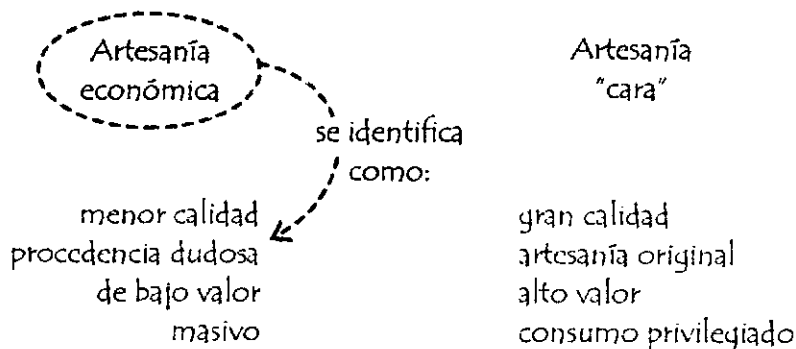


valor textil artesanal en el noroeste de la Provincia de Córdoba, INTI) se identifica como modalidad la de conformar equipos de trabajo interdisciplinarios (básicamente divididos en dos áreas: Diseño y Comercialización) coordinados por una persona idónea, para un potenciamiento comercial de la producción como estrategia a largo plazo, ya que el ingrediente de Diseño influye en una alza del valor y precio final de los productos artesanales.

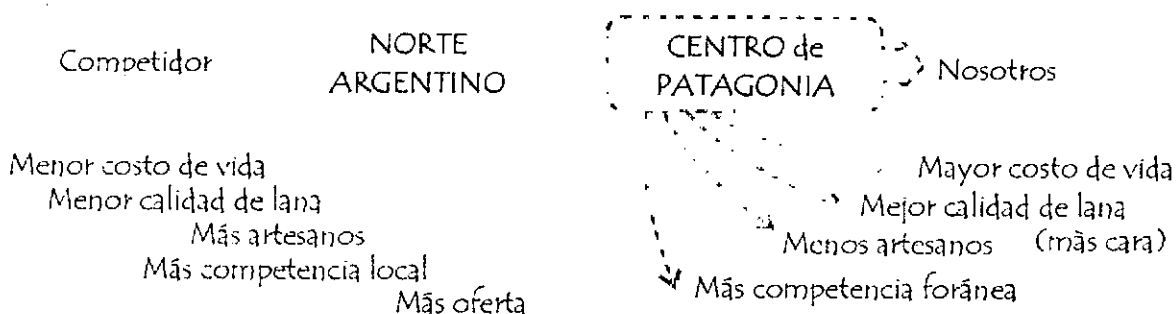
Se encuentran, en el mencionado informe algunas sugerencias como las de incluir etiquetas unificadas que otorguen una identidad al grupo, así como la certificación de origen/calidad. A partir de la creación del Consorcio de Artesanas estas estrategias tienen mayor factibilidad de ser aplicadas en el corto plazo.



-Precio: se nos indica la consideración de tener precios altos. Si bien hasta acá no se ha influido desde este Proyecto para la unificación de criterios y/o métodos de cálculos de costo/ precio; y se identifican algunos artículos como “sobrevaluados”, deben reconocerse dos realidades



-Competencia: la región que más artesanías produce es el Norte Argentino, y en el contraste nuestra situación nos deja con pocas posibilidades de competir sólo con estrategia de precio, ya que:

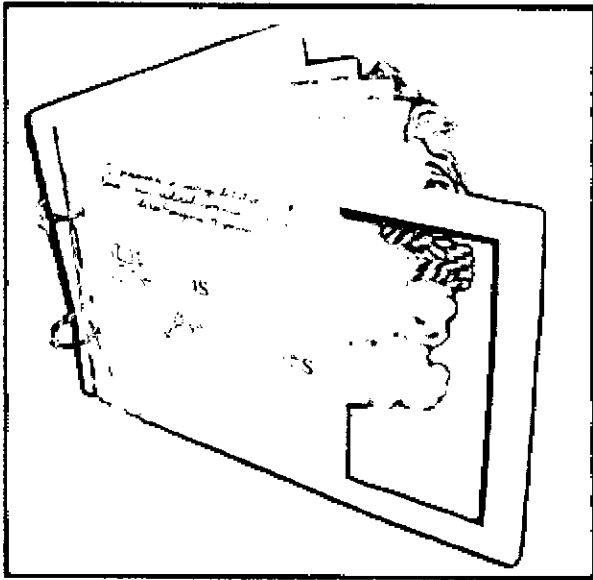


Es una realidad también que a los comerciantes les resulta casi lo mismo el empleo de lana de llama o de lana de oveja Merino, sin identificar la gran diferencia de calidad ofrecida, y hacen foco en que se trate de una fibra Natural, en el costo que tiene el producto y en la rentabilidad que pueden lograr, sin importar la puesta en valor real de un producto manufacturado.

-Apoyo político: se relevó el trabajo que se viene realizando en las provincias de Neuquén, Salta y La Rioja, y es clara la voluntad política de promover el consumo de las artesanías locales, propiciando espacios de promoción y venta en sus casas de representación en Buenos Aires, así como en sus páginas institucionales. La decisión gubernamental en este sentido es la toma de partido

por un sector que bien dirigido y administrado se puede convertir en un puntal de las microeconomías regionales.

El informe y sus detalles serán compartidos con las artesanas que participan del Proyecto y



especialmente con las que conforman el Consorcio, para conjuntamente analizar la situación del sector y tomar las decisiones pertinentes para el potenciamiento de la producción y comercialización de las artesanías de la Comarca Virch Valdés.

(ver Anexo IV: extracto del informe “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCION TEXTIL ARTESANAL EN BUENOS AIRES”)

9- Conclusiones Personales

El estado de situación del proyecto presenta varias facetas de análisis, y me obligan como técnica del proyecto a revisar mis opiniones y redireccionar las acciones, al respecto de cada ángulo de enfoque.

La conformación del Consorcio resulta en un gran logro para un sector que demostraba una marcada reticencia respecto a verse incluidos dentro de una organización asociativa artesanal de marco legal. Mi formación profesional no incluye técnicas sociales ni psicológicas y la capacidad de analizar a una persona o grupo, y poder inducirlos a un pensamiento crítico-analítico se viene desarrollando en mí, pero sin perder de vista que debe tratarse de una construcción, ya que convencer a alguien de accionar de manera que no le convenga resultaría, según mi opinión, en un cambio ineficaz e irreal.

Se percibe una gran expectativa respecto de los objetivos que el propio Consorcio podría plantearse y lograr, pero al mismo tiempo se está lejos de lograr una independencia total de acciones por parte de las artesanas que lo conforman. Es intención que el sector se encuentre lo suficientemente fortalecido a fin de que no dependa en su planificación productiva-comercial del asistencialismo público. Pero se hace evidente la necesidad de acompañamiento, por parte del sector y a través de la figura del técnico. El hecho de invitarme a participar de manera activa de las acciones del Consorcio así lo evidencia.

Por otra parte es muy positivo que el Consorcio en su conformación se auto otorgue un carácter de consenso de opiniones, que seguramente despertará conflictos y en la búsqueda de soluciones consensuadas tendrá lugar la evolución del grupo, tal vez a figuras más complejas como la Cooperativa.

Respecto de la división de Ministerios que tuvo lugar en fechas pasadas se vive desde el lado del técnico de una manera dual. Por un lado se debe mantener la calma y compostura ante los beneficiarios para fomentar la paciencia ante la falta de acciones que se habían planificado, sin generar una sensación de abandono o caducidad del Proyecto.

Por otra parte a nivel del trabajo ejecutivo se verifica que la falta de una figura política (rol en su momento cumplido por el Director de la UGC) que responda por las acciones que se deben ejecutar, no permite la llegada a ciertos lugares que se habían planificado, y posterga definiciones hasta tanto se logre la unidad de criterios por la cual debemos regirnos los técnicos. No contar con acceso a los recursos financieros, por la misma situación política, eventualmente deviene en más ralentamiento de ejecuciones programadas. A pesar de esto se sigue trabajando en áreas en las que no se requieren fondos, o figura política de referencia. Ser la expresión de un programa provincial como ¿De qué va a vivir mi Pueblo? es motivo suficiente para continuar con los acercamientos a potenciales beneficiarios y brinda el tiempo para que decanten las voluntades participativas antes de retomar las acciones grupales como el dictado de capacitaciones o convocatorias.

En lo referente a la situación paralizada de la compra de insumos, que no se relaciona con la falta o inaccessibilidad a fondos, ni a cuestiones políticas, sino a una situación de mercado que deja al sector artesanal fuera del cuadro, se están llevando a cabo las acciones antes detalladas: se insiste en los pedidos, se incrementa el volumen demandado, se buscan otros canales de contacto, y estamos a la espera de que alguna acción de resultados satisfactorios, y mientras tanto se analizan otras opciones, a consensuar finalmente con las a fin de tomar partido por una opción.

Concluyo entonces que las situaciones de conflicto e indefinición obligan a una mirada más analítica y la puesta en marcha de un pensamiento de búsqueda de soluciones que no había sido

necesario hasta este momento. Que resulta un ejercicio válido para el desarrollo productivo en un país determinado por vaivenes de éstas características, como las que hoy nos asisten, y cuyo potencial productivo, si bien puede encontrarse debilitado por momentos, siempre encuentra nuevas formas de salir adelante sin bajar los brazos.



Natalia Ledesma Covi.

D.N.I: 26.422.188

Técnica Responsable del Proyecto Productivo Comarcal

“Producto Artesanal Textil de la Comarca Virch Valdés”

Programa ¿De qué va a vivir mi pueblo?

Ministerio de Industria, Agricultura y Ganadería de Chubut.

Anexo I

Propuesta (Enero 24 de 2007):

NUEVO OBJETIVO DEL PPC TEXTIL ARTESANAL

Es objetivo principal de este Proyecto el de lograr una *presencia contundente* de las artesanías de nuestra comarca en el circuito comercial.

Hace 10 meses se dio inicio a un *proceso* tendiente a lograr una mejora de la calidad del producto, una optimización de la productividad del sector y una mejora e incremento de los volúmenes, condiciones y temporalidades de venta.

Dichos procesos están empezando a dar sus frutos en un producto mejorado, con verdaderas condiciones de posicionar a la Artesanía de la Comarca Virch Valdés.

Al mismo tiempo se informa e incentiva a los involucrados a: Formalizar su situación tributaria, Decidir por una forma asociativa como estrategia productiva – comercial. Dicho proceso está empezando a dar resultado al ver vencidas ciertas reticencias entre las artesanas.

Existen sin embargo ciertas realidades ineludibles que plantean la necesidad de **proponer un redireccionamiento** del PPC, sin abandonar las prácticas anteriores ni concluir los procesos iniciados.

Se detecta en el sector comercial de nuestra comarca una marcada resistencia a la inclusión de nuestras artesanías regionales como productos de su stock, promoviendo, dicho sector, lo que se considera la *competencia desleal* por comercializar de manera indiscriminada productos, básicamente del Norte Argentino, o de países limítrofes, con las siguientes características:

- Precio muy bajo (por lo que la ganancia del sector comercial es mayor en comparación)
- Confección industrial (que permite el precio bajo y la producción masiva)
- Estética aborígen (que fomenta su compra en los clientes que quieren algo “argentino”)

- Materias primas artificiales (no ecológicas, y sin la nobleza de las fibras como lana merino)

Desde el primer análisis de la situación del sector Textil Artesanal se definió que el eslabón más débil de la cadena productiva es el eslabón comercial, y se detectó entre otros factores la baja calidad de la producción como uno de los mayores limitantes de la venta. Considerando que dicho limitante está en *proceso de ser superado* se propone fortalecer de manera directa el área de comercialización a través de la **creación de un Mercado Artesanal de la Comarca Virch Valdés, ideado como un centro de desarrollo artesanal con un claro objetivo comercial.**

Es importante comprender que se están adelantando objetivos que se habían pensado para ejecutarse más adelante. Así como que se trata de una propuesta con varios costos: sociales, políticos, comerciales, etc. Dicho adelanto se justifica sólo en la necesidad de dar una respuesta más inmediata al sector involucrado, que si bien se sienten respaldados y apoyados con las acciones que se vienen ejecutando, denota un grado de vulnerabilidad social que merece una mirada atenta.

Atención: se desarrolla proyecto para ciudad de Puerto Madryn, pero deberá definirse con un estudio particular

Propuesta MERCADO ARTESANAL DE LA COMARCA VIRCH VALDÉS.

Funciones del Mercado Artesanal VIRCH (MA Virch)

- Centro de Ventas de Productos Artesanales Textiles de la Comarca y/o provincia.
 - Centro de acopio, distribución y logística de PATs.
 - Centro de puesta en valor de las artesanías textil del Virch.
- Centro de capacitación para los artesanos del Virch.
 - Banco de lana con modalidad de trueque y/o prefinanciación de la producción.

Etapas a cumplir		Involucrados
1) Involucramiento de las instituciones y actores sociales para lograr un compromiso duradero.		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministerio de la Producción ▪ UGC ▪ Técnica del PPC. ▪ Secretarios municipales, ▪ otros
2) Estudio de mercado para definir: Potencial de éxito, ubicación óptima, sustentabilidad, etc	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conformación de asociativismos, cooperativas y/o consorcio. ▪ Conformación de Directorio de Delegados. ▪ Definición de fiscales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UGC, técnica del PPC ▪ Consultora y/o especialistas en estudios de mercado. ▪ Secretaría de cooperativas y mutualidades
3) Identificación y locación de edificio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fiscalización de productos para conformar el stock de venta. ▪ Definición de talleres y cursos que serán dictados. ▪ Definición de artesanos que trabajarán en el taller en horario comercial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UGC, técnica del PPC ▪ Secretaría de Cultura municipal. ▪ Asociaciones artesanas.
4) Identificación de vendedores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definición de funcionamiento administrativo. ▪ Definición de lineamientos productivos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UGC, técnica del PPC ▪ Asociaciones artesanas.
5) Puesta a punto de local comercial, aulas y taller		<ul style="list-style-type: none"> ▪ UGC, técnica del PPC ▪ Asociaciones artesanas. ▪ obreros
6) Stockeado del local y del Banco de lanas		<ul style="list-style-type: none"> ▪ UGC, técnica del PPC ▪ Asociaciones artesanas.
7) Puesta en Marcha		Todos los involucrados
Inversión estimativa inicial:		

Instituciones Involucradas

Unidad de Gestión Comarcal:

- Promotor de la creación del *MA Virch*.
- Administrador de los contactos institucionales y entre las asociaciones artesanas.
- Dirección de los lineamientos del *MA Virch*: Políticas internas, administración, fiscalización de artesanías, pautas de diseño, parte del Directorio de Delegados.
- Promotor de acciones de difusión, capacitación y comercialización.
- Fiscalización general del *MA Virch*.

Agencia de Desarrollo Económico

(tentativamente)

- Administración de la ejecución del Proyecto *MA Virch*.
- Fiscalización general del *MA Virch*

Secretaría de Cultura de Puerto Madryn

(tentativamente)

- Gestión y financiamiento para el dictado de cursos.
- Ente de difusión de actividades artesanales y/op culturales en el *MA Virch*

Asociaciones de Artesanos:

- Componentes intrínsecos del *MA Virch*
- Directorio conformado por Delegados (en caso de existir más de una asociación involucrada): Administración, promoción de actividades, fiscalización de artesanías)
- (ver condiciones para el artesano)

Fundaciones (tentativamente)

- Fundación Patagonia Natural: Fortalecedor general del Proyecto *MA Virch*, (insumos, comercialización y difusión en el extranjero)
- Red Radar: idem.

INTI

Fortalecedor general del Proyecto *MA Virch*

Financiamiento

Unidad de Gestión Comarcal: inversión para locación de inmuebles, compra de equipamiento, y stockeo de banco de lanas.

Asociaciones Artesanas: Stockeo y administración del local comercial

CFI: pago de honorarios para estudios de mercado, comercialización, etc.

Municipio de Puerto Madryn: subsidios de impuestos municipales, provisión de vendedores (de Planes Trabajar, Jefes de Hogar a modo de ejemplo)

Secretaría de Cultura: financiamiento de capacitadores (brindando un espacio para dictado de capacitaciones relacionadas al textil artesanal, los cursos que actualmente se dictan en otras instalaciones podrían derivarse al *MA Virch*)

Condiciones del Inmueble

Deberá tener instalaciones para conformar

Salón de ventas.

1 o 2 aulas taller, para dictado de cursos y capacitaciones.

Un área para instalar un taller de trabajo permanente en horario comercial como estrategia de puesta en valor del proceso artesanal.

Salón de acopio de PATs e insumos en general (lana, telares, ruecas, etc.)

Condiciones para el Artesano

- 1) Estar incluido en PPC (por ejemplo se podrá incluir a la Meseta central, y eventualmente al eje Agroalimentos de comarca Virch)
- 2) Cumplir con las condiciones de trabajo Artesanal.
- 3) En lo posible que concentre su producción en fibras naturales como Lana merino o de cabra.
- 4) Se dará prioridad a los participantes de Asociaciones de Artesanos (no excluyente)

- 5) Se dará prioridad a los artesanos textiles (no excluyente).
- 6) Opciones comerciales:
 - Entregar el producto en consignación.
 - Trocar productos por insumos.
 - Solicitar insumos para producir luego (prefinanciación)
 - Vender su producto al *MA Virch* (tras ser fiscalizado)
- 7) Incluirse como fuerza productiva para trabajar en el taller permanente del *MA Virch*, teniendo un lugar de trabajo digno y expuesto al público.

De todo lo expuesto se ha sondeado:

- La negativa comercial en varios comercios de Puerto Madryn, que se condice con una actitud pasiva de los comerciantes de Puerto Pirámides tras la instalación del Centro de Interpretación Lanero (que obtuvo una tímida respuesta de los comerciantes lugareños).
- La intención asociativa de la mayoría de los artesanos involucrados hasta ahora en Trelew, y de los potenciales de la ciudad de Puerto Madryn, si es en pos de un objetivo tan concreto como el *MA Virch*.
- El funcionamiento defectuoso (palabra de las artesanas del Virch) del actual Mercado de Artesanías promovido por la Secretaría de Cultura Provincial.
- La necesidad de tener una boca de ventas en nuestra zona de parte de la Técnica responsable del PPC de Artesanías de la Comarca de Meseta central, Filkenstein.

Se está gestionando (a fin de consensuar la propuesta)

- Entrevista con el Secretario de Cultura de Puerto Madryn.
- Responsable de la Agencia de Desarrollo de Puerto Madryn.

- Entrevista con más artesanas del Virch.

Existen antecedentes positivos de mercados artesanales en las provincias de Río Negro, Neuquén, Córdoba y Chile, que se investigarán a modo de modelos.

Cabe aclarar que no se está dando por concretado nada hasta que desde la Unidad de Gestión

Comarcal no se analice el Proyecto *MA Virch*, a fin de no generar falsas expectativas

Anexo II

¿Por Qué Consorcio?

Lic. Marcela Fernández, 2006- Chubut.

El esfuerzo de promoción que está haciendo este Gobierno para ser efectivo es la razón por la que concentra mucha dedicación y esfuerzo en el aparato productivo, llámese pequeña o mediana empresa.

Dentro de ese contexto y considerando las políticas de Comercio exterior, como políticas de fomento a la producción, apoyando a estos sectores prioritariamente es que manifiesta:

- Su clara definición en la actividad de Comercio Exterior como promotor, regulador, participante, orientador.
- Participante en cuanto a reglas de juego claras, estables, creíbles y promotoras, sobre la actividad económica en general y sobre la actividad en comercio exterior en particular.
- Regulador en la definición en cuanto al grado de prioridad nacional que tendrán las exportaciones respecto a la política económica general, por los presupuestos que el sector público asigna para apoyar el comercio exterior.
- Orientador en cuanto a la necesidad y tipo de participación del sector privado en la formulación e implementación de dichas políticas.
- Promotor de la alianza sector público – sector privado.
- Participación activa en la necesidad de un sistema de fomento a las exportaciones que debe ser acompañado por un sistema de fomento a la producción.

El Gobierno es el encargado de crear los mecanismos de Promoción (incentivos) tanto sea financieros (recursos de bajos costos) como administrativos (asistencia técnica).

Por lo que definir un esquema de Exportación Conjunta, es posible, más allá de ver que el grado de dificultad en organizar una actividad financiera, técnica, comercial, operativa cuyo objeto es posibilitar mediante una asociación de características especiales donde los productores y las empresas junto a los profesionales, técnicos y artesanos logren vender

sus productos en forma conjunta, sea también el encargado de crear el marco para que las asociaciones puedan operar sin interferencias legales.

Como en el crear centros de información y apoyo que promuevan, vigilen y fortalezcan dichas asociaciones.

Este Gobierno está altamente comprometido en estructurar campañas de divulgación sobre los beneficios de las asociaciones.

Las PYME son importantes para el Comercio Exterior de una provincia, ni que hablar para el país en desarrollo, dado que su producción es un gran porcentaje del PBI, por lo que existe una amplia dispersión de los sectores productivos.

Siendo que existen diversos esquemas que posibilitan la exportación conjunta, es que seleccionamos el sistema más adecuado:

- Agrupaciones
- Consorcios
- Cooperativas
- Tradings

Las PYME para sobrevivir a los cambios coyunturales y estructurales deben tener flexibilidad, que dá el medio necesario para conseguir agruparse, ya que por sus características propias como ser:

- Posee una pequeña escala de producción (mercado interno)
- Hace uso de tecnología obsoleta (no compite con el exterior)
- Tiene una limitación de la capacidad innovadora y competitiva
- Además de un desconocimiento casi total de las exigencias de los mercados externos.

Por lo que no puede encarar tal actividad por su propia cuenta sin tener en cuenta los costos y riesgos que esto acarrea.

► Por lo que el esfuerzo serio y bien estructurado de una asociación consideraría:

- Permitir el acceso a los mercados internacionales.
- Racionalizar la producción (hacia una Demanda Real), con esto se da un refinamiento en las técnicas de producción.
- Abaratamiento de costos, disponibilidad de personal calificado, organización exportadora eficiente y mayor calidad en servicio.
- Conveniente "División del trabajo".

► Logrando con este esfuerzo **Objetivos** como:

- presentar al mercado internacional productos altamente "diferenciados" aceptables a la exigencia del mercado externo con la consecuente disminución de costos, aumentando el poder de negociación (sea para vender o comprar).
- Permitir la creación conjunta de servicios especiales a los miembros del grupo.

El Consorcio es una asociación permanente de empresas cuyo objetivo principal es agrupar ofertas de productos y/o servicios nacionales y demandas de productos y/o servicios del exterior.

El Consorcio ha sido fomentado como un instrumento de exportación, principalmente de productos no tradicionales y mayormente con base industrial.

Los Consorcios de Exportación están constituidos por empresas asociadas que son independientes que conservan su personalidad propia como productores y que mantienen su estructura específica de administración, tienen carácter transitorio, se crean en base a un proyecto específico.

Jurídicamente es una sociedad independiente, el consorcio goza de beneficios especiales de naturaleza financiera y/o fiscal.

► Los servicios que brindan los consorcios a sus miembros son:

-Información comercial

-Estudios de mercado

- Promoción
- Identificación y selección de mercados
- Identificación y selección de clientes e intermediarios
- Tramitación del despacho (documentación)
- Tramitación o asesoría en financiamiento, pago y cobranzas
- Control de calidad
- Envases y embalajes
- Capacitación
- Análisis de costos, precios y cotizaciones
- Plan de mercadeo
- Identificación y evaluación de la oferta exportable
- Organización en ferias y misiones internacionales
- Transporte

► **Ventajas para la provincia:**

- Ayuda a los planes de desarrollo (ya que incrementan las exportaciones y por ende la producción)
- Aumento de los ingresos de las divisas
- Ayuda a la solución de los problemas de empleo (más mano de obra ocupada)
- Ejemplo para otras agrupaciones e industrias (gran efecto multiplicador que puede ser copiado por otras empresas).
- Fabricación de productos de Exportación-perfeccionados (se logran bienes más diferenciados y por ende son más remunerativos)
- Aprovechamiento óptimo de los conocimientos técnicos
- Comunicación entre las autoridades e industriales.

► **Ventajas para los participantes:**

- Penetración de mercados de Exportación totalmente inexplorados (por el tipo de productos)
- Acceso a nuevo tipo de compradores .
- Seguridad mediante la diversificación de mercados (es más seguro tener más de un mercado para colocar la producción).
- Reducción de los costos unitarios de producción
- Reducción de gastos de Exportación

- Adquisición de una mayor influencia
- Influencia en la moral de las empresas que lo forman (en el consorcio se liman asperezas entre los mismos productores).
- Aumento de los beneficios por tener mejores precios
- Adquisición de los conocimientos de Comercio Internacional.

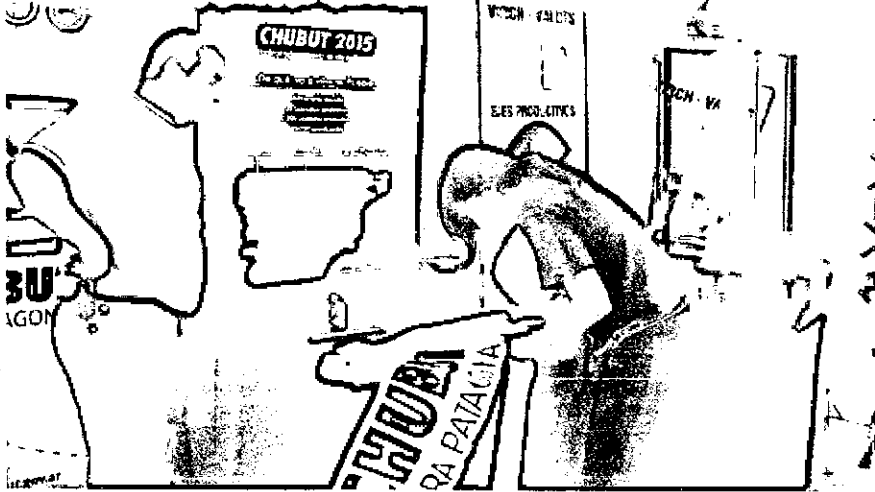
► Cuando existen problemas comunes y existe el afán de superarlos, se logra que:

- Los consorcios actúen mejor en la comercialización y exportación de manufacturas de productos elaborados por distintos productores que llevan una misma marca.
- El consorcio le sirve a las PYME que no poseen la capacidad financiera, ni la oferta física necesaria para exportar.
- La mayor demanda surgida de la promoción del consorcio, conduce a una cierta especialización (mayor calidad y técnica de elaboración más refinada por ende más rentabilidad).
- Un consorcio protege a las PYME del abuso de importadores extranjeros.
- El contacto del consorcio con los mercados consumidores de otros países permite considerar otras y nuevas oportunidades.
- La actividad del consorcio puede generar subsidios o estímulos directos o indirectos.

Anexo III

Fiesta del Cordero – Marzo 2007 – Puerto Madryn

Viernes 9 AM, armado del stand.



La Carpa institucional



también la fiesta del poblador rural...

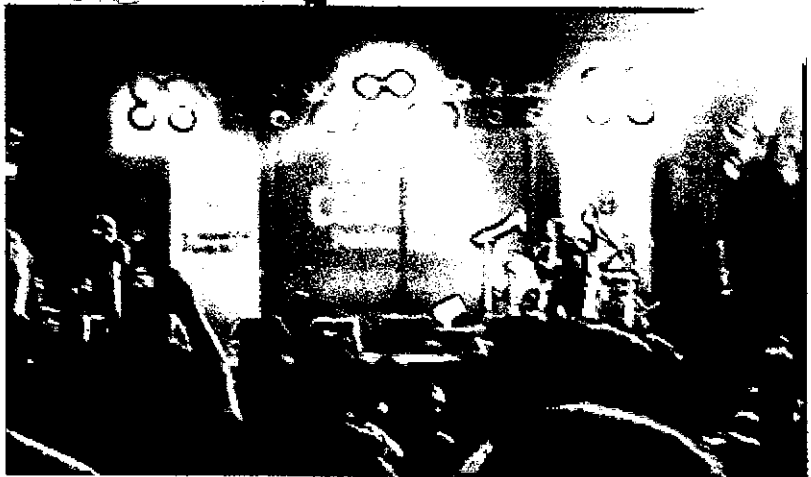




Las artesanas demostrando su destreza con el huso.



En Puerto Madryn la Fiesta del
Cordero con su toque de
hospitalidad y el ambiente rural
sin distinción.



Comarca Virch Valdés

Eje Textil Artesanal

Capacitación en Diseño



Insumos y Herramientas



Muestras



Integración



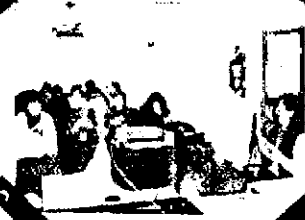
Exposiciones



Capacitación en Teñido



Encuentros



Ferias



Anexo IV

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCION TEXTIL ARTESANAL EN BUENOS AIRES

Podemos decir que los siguientes productos cuentan con un valor agregado que resulta en un mayor precio de venta al público:

- 1) Productos textiles con **diseño autóctono** realizados con materiales naturales (ej. lana de llama, alpaca, oveja, etc.), en forma artesanal, **de alta calidad**.
- 2) Productos textiles que surgen de la **combinación del diseño autóctono con el de vanguardia**, realizados también con alta calidad. Esta tendencia combina el arte pre-colombino con el diseño de vanguardia, incorporando al producto autóctono, colores y diseño, logrando un **producto innovador**, más actual, más urbano. A veces también combinan la lana con otros materiales como pieles, cueros o sedas.

En la mayor parte de los casos relevados, estos productos son desarrollados por **grupos de tejedoras conducidas por diseñadores**. Estos últimos se encargan del diseño y la selección de los productos a realizar, de la dirección de las tejedoras y de la venta de la mercadería.

En el relevamiento realizado, se observó que es mayor el abanico de opciones de puntos de venta para los productos textiles artesanales al incorporar diseño de vanguardia.

Se recomienda desarrollar una **etiqueta estandarizada** para todos los productos textiles artesanales, ya que esto permitirá dar identidad al grupo. Es importante incluir en la misma la siguiente información: nombre del grupo o cooperativa, materiales utilizados, técnica de trabajo utilizada, nombre del artesano, origen (ej. producto de la patagonia), cuidado de la prenda (limpieza y secado). Para algunos locales u hoteles es imprescindible que dicha etiqueta este en inglés y español; también sugirieron se incluya una "**certificación**" de calidad de la materia prima utilizada.

Con respecto a la competencia, la mayor parte de los tejidos artesanales tanto autóctonos, como autóctonos combinados con diseño de vanguardia, proviene de las provincias de: Salta, Jujuy, Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán, Entre Ríos y Pcia. de Buenos Aires y Ciudad de Buenos Aires.

En las entrevistas realizadas, se testearon los precios propuestos para los artículos del catalogo de Productos Artesanales Textiles. En su mayoría resultaron **precios altos**. Hay que tener en cuenta que a estos precios se debe recargar el costo de

transporte a Buenos Aires y el mark-up de los comercios minoristas. En los casos relevados, los comercios recargan entre un 70% y un 130% sobre los precios de compra a sus proveedores. Estos porcentajes, incluyen los gastos, impuestos y rentabilidad del comercio.

Como ejemplo citamos el desarrollo comercial que tienen las **artesanías de Neuquén** a través de la web gubernamental www.neuquen.gov.ar. En ella hay un vínculo directo a una nueva página dedicada a la venta y promoción de dichas artesanías. Además de la venta on-line poseen 5 sucursales en Neuquén, y Capital Federal sito en la Casa de esta Provincia. Aquí poseen una vidriera y un local, donde venden artesanos independientes y aquellos vinculados con la Sociedad que maneja la Provincia.

La Casa de la provincia de **Salta** también promueve su cultura exponiendo productos regionales sobre su amplia vidriera sobre Av. Roque Sáenz Peña 933.

Como último ejemplo, la casa de la provincia de **La Rioja** en Buenos Aires, usa sus instalaciones para la exposición y venta de sus productos regionales textiles y alimenticios.

Anexo V

De lo publicado en página web de Comarcas

Especialista en Desarrollo Local del CFI visitó proyectos comarcales

El técnico del Consejo Federal de Inversiones (CFI) Lic. Gustavo Remorini, especialista en Desarrollo Local, recorrió el jueves 22 distintas locaciones relacionadas con los proyectos productivos de Turismo y Textil Artesanal de la Comarca VIRCH – Valdés.

El CFI brinda asistencia técnica y financiera al Programa de Desarrollo “¿De qué va a vivir mi pueblo?” que lleva adelante la Unidad de Gestión Comarcal de la Provincia del Chubut y ha comenzado una ronda de visitas territoriales para establecer contacto con los técnicos a cargo de los diferentes ejes estratégicos.

El especialista fue recibido por Fabiana Mendoza, a cargo del eje Turismo, Natalia Ledesma Covi, responsable del proyecto Textil Artesanal y Marcela Fernández, en el rol de fortalecedora de la Comarca. Recorrieron establecimientos turísticos de Península Valdés y talleres artesanales de Trelew relacionados con los proyectos productivos.

El Lic. Remorini explicó que su responsabilidad es la evaluación de los informes presentados por los técnicos contratados.

“Las visitas al campo ayudan en el momento de la evaluación- dijo. Es importante conocer a las personas que se responsabilizan de los proyectos y a los beneficiarios directos, el terreno en que se mueven. Por un lado la realidad de cada lugar es diferente, por lo que no es lo deseable evaluar sólo los aspectos formales y a la distancia, desde Buenos Aires. Y por otro lado, se trata de establecer un vínculo más personal”

En otro orden, señaló que “además de cumplir con la metas fijadas, los proyectos productivos comarcales proponen un menú de acciones a partir de un diagnóstico local que implica afianzar una nueva forma de gestión y de trabajo asociado. Cada proyecto puede servir de modelo de las experiencias que se incorporan, atendiendo las particularidades”

“La finalidad es que los proyectos logren continuidad, no solo por las expectativas que se generan sino por las necesidades que apuntan a resolver. Sus objetivos además trascienden lo meramente productivo y se vinculan con aspectos culturales y sociales”, finalizó.

En la foto: Natalia Ledesma Covi, responsable del proyecto Textil Artesanal, artesanas locales, el Lic. Gustavo Remorini del CFI y Marcela Fernández, Fortalecedora de la Comarca VIRCH Valdés.