

# ASOCIACIONISMO EN LA SECTOR ARTESANAL URUGUAYO:

CARACTERÍSTICAS, DIFICULTADES Y ACTIVIDADES DE PROMOCION

# PLAN GENERAL DE LA EXPOSICIÓN

INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE URUGUAY Y SU ARTESANÍA\_ 0

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR ARTESANAL  
URUGUAYO\_ A

LA ASOCIATIVIDAD EN EL PLAN ESTRATÉGICO\_ B

*ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD*

**POBLACIÓN:** 3, 4 millones de habitantes

Más de 90% de población urbana.  
No hay población indígena propia  
Alrededor de 10% de afrodescendientes.

**TERRITORIO:** 186 mil kilómetros cuadrados

Muy homogéneo, sin accidentes geográficos importantes.

**ARTESANÍA:** **Urbana y contemporánea** en general (quedan manifestaciones de artesanía tradicional heredera de costumbres rurales)

**No se identifican áreas especializadas** en determinado tipo de artesanía (salvo las piedras semipreciosas en el departamento de Artigas, al Norte, pero que se procesan en todo el país, sobre todo en joyería).

En general, **aparece como actividad secundaria**, para desarrollar la creatividad y mejorar los ingresos de la familia.

### A.1. Fuentes de información utilizadas para la elaboración del trabajo.

#### A.1.1. Trabajos de campo.

- a\_ Relevamiento de talleres artesanales no alimenticios en el Uruguay, realizado por el Programa PAOF (años 2005 – 2006).
- b\_ Informe descriptivo del Perfil de los Artesanos y de la Comercialización de la Artesanía Uruguaya no Alimenticia - Setiembre de 2010.
- c\_ Relevamiento de asociaciones y grupos realizado por la División Artesanías y la Comisión Nacional Asesora

#### A.1.2. Interpretación de datos.

- \_ Informe sobre la Artesanía Uruguaya presentado a la “Reunión sobre el Sello de Excelencia de la UNESCO para los productos de artesanía del Cono Sur” (Setiembre 2006) .
- \_ Informe de Caracterización de la Artesanía Uruguaya, realizado en el marco del Plan Estratégico para la Artesanía Uruguaya (Ing. Gabriel Dambrauskas).

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR \_A

---

**a\_** Relevamiento de talleres artesanales no alimenticios en el Uruguay, realizado por el Programa PAOF (años 2005 – 2006).

Relevamiento exhaustivo, según la siguiente definición:

- Que la persona se auto-considerara “artesano” ó “artesana”
- Que fuera considerada “artesano” ó “artesana” por sus pares
- Que comercializara

**b\_** Informe descriptivo del Perfil de los Artesanos y de la Comercialización de la Artesanía Uruguay no Alimenticia - Setiembre de 2010

Relevamiento de una parte del sector artesanal más participativo:

- Que respondió a un Formulario enviado por internet.
- Que participó en Seminarios Regionales organizados en el marco del Proyecto Viví Cultura.

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR \_A

### A.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL Y PRODUCTIVA DEL SECTOR ARTESANAL URUGUAYO.

#### 1.a. Cantidad de artesanos y artesanas.

Relevamiento del PAOF: **4.527** artesanos identificados  
(3.209 entrevistas realizadas)

Extrapolación: alrededor de 5.000 artesanos

#### 1.b. Análisis según variables: Porcentaje que representa la artesanía en el **ingreso** del hogar.

	Relevamiento PAOF (global /2005 – 2006)	Relevamiento 2010 (parcial / sector más participativo)
< 51%	70,7%	53%
> 51%	29,3%	45% (2% no respondió)

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR \_A

---

### A.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL Y PRODUCTIVA DEL SECTOR ARTESANAL URUGUAYO.

#### 1.b. Análisis según variables: Preferencia Forma de Trabajo\_ Cantidad de personas en el Taller

Relevamiento PAOF		Relevamiento 2010	
Trabajo individual	67,9%	1 persona	51%
		De 2 a 3inclusive	37%
Trabajo colectivo	29,8%	De 4 a 6 inclusive	3%
		> 6 personas	3%
Datos perdidos	2,7%	Datos perdidos	6%

Ya en el Relevamiento PAOF de 2005 / 2006 se verificó una preferencia absoluta por el Trabajo Individual.

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR \_A

### A.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL Y PRODUCTIVA DEL SECTOR ARTESANAL URUGUAYO.

#### 1.c. Asociación entre artesanos.

Relevamiento PAOF		Relevamiento 2010	
-----	-----	SI	NO
-----	-----	52%	47%
-----		Datos perdidos 1%	

**Relevamiento 2010:** Entre los motivos por los cuales el 47% del total de los Artesanos (de la muestra de artesanos más participativos) no está asociado:

- un 27% manifiesta que nunca pensó en dicha opción
- un 23% declara haber experimentado y fracasado en la implementación de dicha forma de trabajo.
- en el 18% de los casos, los artesanos no están asociados debido a dificultades en la formalización, costos asociados, etc.
- en el 16% por otros motivos.

-67% de los artesanos que venden asiduamente su producción, en el relevamiento de 2010 indicaron que la posibilidad de asociarse con otros artesanos podía ser una oportunidad para superar limitantes para comercializar.



# ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR\_A

## A.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL Y PRODUCTIVA DEL SECTOR ARTESANAL URUGUAYO.

### 1.c. Asociación entre artesanos : lista de asociaciones (julio 2013)

ASOCIACIONES						ultima actualización 2013
DEPARTAMENTO	ASOCIACION	P.J.	REPRESENTANTE	TELEFONO Y DIRECCION	CORREO	INT.
ARTIGAS	ERAL STONES	S	ALVEZ, ERMELINDO	099 076993	<a href="mailto:eral@adinet.com">eral@adinet.com</a>	12
	COLAU		Pedro Moraes	098 708980	<a href="mailto:artigascolau@gmail.com">artigascolau@gmail.com</a>	
	GRUPO TOMAS GOMENSORO		Maria Besil	094 228642	<a href="mailto:besilmaria@yahoo.com">besilmaria@yahoo.com</a>	
	GRUPO BALTASAR BRUM		Mary Acosta	47762139- 099 493648		
COLONIA	ARTECO	ET	ORIZA, Virginia	094 541601 Av. Mianovich y Rambla de las Américas S/N	<a href="mailto:espacioarteco@gmail.com">espacioarteco@gmail.com</a>	47
	GADEC	S	LARRAMA, Pedro	45866773 - 094478453 // Frente a la Puerta de la Ciudadela - Colonia	<a href="mailto:artesanosgadec@adinet.com.uy">artesanosgadec@adinet.com.uy</a> <a href="mailto:espacioarteco@gmail.com">espacioarteco@gmail.com</a> <a href="mailto:avra_art@hotmail.com">avra_art@hotmail.com</a> <a href="mailto:tallerchechos@gmail.com">tallerchechos@gmail.com</a>	40
CANELONES	GRUPO ARTESANOS FERIA ATLANTIDA		Sergio Godoy	098 904728	<a href="mailto:lazarocx8dl@gmail.com">lazarocx8dl@gmail.com</a>	
	ABBAU		Lazaro Hernandez	Ruta 8 km 23500, 094 509997		
DURAZNO	APOHARA		Maria del Carmen Nuñez			
	ARUDUR		Raquel Collazo			
FLORES	ARTEFLO	S	Carlos Emir Sclavi Bombi	43642394	<a href="mailto:emirartesano@yahoo.com">emirartesano@yahoo.com</a>	35
MALDONADO	ASOCIACION ARTESANOS PASEO DE LA PASIVA	N	MAINENTI, ELBIO (contacto)		<a href="mailto:tallerlajau@adinet.com.uy">tallerlajau@adinet.com.uy</a>	20
	GRUPO ARTESANOS DE "EL QUINCHO"	N	Roberto Olivera	42244427	<a href="mailto:angelita2345@gmail.com">angelita2345@gmail.com</a>	15
	GRUPO ARTESANOS FERIA PLAZA ARTIGAS		Comisaria de Feria, Marita	42444262		
MONTEVIDEO	ARTECOOP	S	LLUVIERA, A./POSE, A.	098496007	<a href="mailto:artecoop@hotmail.com">artecoop@hotmail.com</a>	8
	FUFYDA		Martinez, Nestor	43722193	<a href="mailto:fufyda@internet.com.uy">fufyda@internet.com.uy</a>	
	AUDA	S	Paez, Fernando	29018355 - 29010158, Plaza Cagancha 1365	<a href="mailto:auda@adinet.com.uy">auda@adinet.com.uy</a>	297
	ASOCIACION ARTESANOS MONTEVIDEO	S	LOMEZ, Raúl	094 910675/ 25082335 Timoteo Aparicio 4036	<a href="mailto:a.m.a@adinet.com.uy">a.m.a@adinet.com.uy</a> <a href="mailto:asociacionmontevideo@hotmail.com">asociacionmontevideo@hotmail.com</a>	18
PAYSANDU		Karina Farall/ Jorge Ledesma	098 67 29 30/ 47241011	<a href="mailto:akfarall@gmail.com">akfarall@gmail.com</a>		
ROCHA	ARDA	S	Ruben Rodriguez	44728848 - Lavalleja N°25, 18 de Julio 147 - Rocha, 18 de Julio 147 - Rocha	<a href="mailto:ardarocha@adinet.com.uy">ardarocha@adinet.com.uy</a> - <a href="mailto:arda.asociacion@gmail.com">arda.asociacion@gmail.com</a>	100
	ARTESANOS PUNTA DEL DIABLO		Olga Pino	099 870394	No tiene mail	42
	ARTESANOS CHUY			094 786749/ 44728759	<a href="mailto:desarrolloimr@gmail.com">desarrolloimr@gmail.com</a>	
SAN JOSE	ARTESANOS CASTILLOS		Es un grupo y sin PJ.			
	GRUPO QUE INTEGRA LA COMISION CAMINO ABIERTO (Ciudad del Plata)		AGART Lillian Bonilla Jose Gervasio Gaité	3423155 26280404	<a href="mailto:icatulip2006@adinet.com.uy">icatulip2006@adinet.com.uy</a>	
TACUAREMBO	CASA DEL ARTESANO DE TACUAREMBO	S	Rosario Azcue	099 933029, Br. Artigas 253	<a href="mailto:arterosa14@hotmail.com">arterosa14@hotmail.com</a>	26
	ARTESANOS DE CURTINA Y VALLE EDEN		karen Ferreira	091 481124/ 094 785459	no tienen	64
TREINTA Y TRES	ARTESANOS DEL OLIMAR	ET	FLEITAS, SANDRA	094964359 - 44527497 <b>SE PRESENTAR</b>	<a href="mailto:amaroherminia@hotmail.com">amaroherminia@hotmail.com</a>	35
			Simon del Pino, entre Basilio Araujo y Sufetegui		<a href="mailto:paseodelartesanoo33@gmail.com">paseodelartesanoo33@gmail.com</a>	

## ALGUNAS CARACTERÍSTICAS ELOCUENTES DEL SECTOR \_A

---

### A.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL Y PRODUCTIVA DEL SECTOR ARTESANAL URUGUAYO.

#### 1.c. Asociación entre artesanos : lista de asociaciones.

\_28 asociaciones o grupos de artesanos

\_en 12 de los 19 departamentos

\_agrupan a más de 750 artesanos

Caso destacable: **Asociación Uruguaya de Artesanos**

- 30 años de existencia
- 297 artesanos
- autogestión de dos Mercados de Comercialización de Artesanías

### B.1. EL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DE LA ARTESANÍA URUGUAYA CON HORIZONTE 2015.

Se plantea un enfoque del desarrollo artesanal que pretende superar las visiones asistencialistas para encarar un enfoque de desarrollo sustentable, basado en **aspectos empresariales y culturales** que atiendan a las inequidades en diferentes temáticas: territoriales (Montevideo – Interior; Norte – Sur); género, etc.

3 PARTES:

- 1) Caracterización del sector
- 2) Comercialización
- 3) Lineamientos Estratégicos.

### B.2. REFLEXIONES SOBRE ASOCIACIONISMO EN EL CAPÍTULO “COMERCIALIZACIÓN”.

#### 1.C. Reflexión del consultor

Existen enfoques diferentes de los artesanos en cuanto a la asociativismo:

Algunos artesanos argumentan aspectos culturales que propenden al trabajo individual  
67% de los artesanos estimaron que es necesaria la asociación entre artesanos para resolver mejor aspectos como:

- Adquisición de materia prima
- Incorporación de tecnología
- Comercialización conjunta

Otros llegaron a identificar al asociacionismo como un aspecto esencial para el crecimiento real y la sostenibilidad de la propia actividad artesanal .

Las políticas públicas deberían desarrollar actividades tendientes a **fomentar el asociativismo** con los fines señalados.

*LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS.*

*LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 1:*

**PROMOVER LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD EN LA ARTESANÍA URUGUAYA**

---

*LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_*

**FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES:  
ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN**

---

*LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 3\_*

**APOYAR LA ACTIVIDAD ARTESANA URUGUAYA A PARTIR DE CRITERIOS DE  
SOSTENIBILIDAD : COMERCIALIZACIÓN**

*LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_*

**FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES:  
ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN**

**2.1. MEJORAR LA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN  
SOBRE EL SECTOR ARTESANAL.**

**2.1.1. Mejorar la información específica del sector artesanal.**

Programa encarado:

\_ REGISTRO DIGITALIZADO DE :                   ARTESANOS

ASOCIACIONES (ya visto)

----- Actualización permanente de la información específica respecto a caracterización y comercialización de la artesanía uruguaya..

\_ ENCUESTA TESTIMONIAL: CUESTIONARIO PARA ARTESANOS PARTICIPATIVOS (cada 5 años).

*LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_*

**FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES:  
ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN**

**2.3. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO ENTRE ARTESANOS.**

Entorno actual: Muy bajo nivel de asociacionismo: pocas asociaciones y débiles.  
Individualismo como característica de la actuación de los artesanos.  
Escasa cultura de cooperación.

**2.3.1. Promover condiciones favorables para que los artesanos se unan .**

*-----Impulsar la generación de sedes para grupos de artesanos donde puedan reunirse, recibir capacitación y vender sus productos.*

*Programa encarado:*

**ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO:**

**\_ CASAS DE ARTESANÍA**

## LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

### **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN**

#### **\_ ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO: CASAS DE ARTESANÍA**

#### **OBJETIVO:**

Mejorar la infraestructura edilicia de grupos y asociaciones de artesanos a los efectos de promover la calidad de los productos, la comercialización y la asociatividad del sector artesanal.

#### **MONTO DE LOS PROYECTOS:**

Se otorga hasta U\$S 4600 (\$u 96000) para cubrir hasta el 80% de la inversión. Los que ya han sido beneficiados pueden presentar una nueva postulación hasta por U\$S 2300 (\$u 48000).





## LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

### **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN \_CASAS DE ARTESANÍA**

#### ¿QUÉ SE PUEDE FINANCIAR?

- A) Obras de albañilería (pintura, impermeabilización, reparaciones varias, revestimientos, etc.) para obras nuevas o de mejora de instalaciones (eléctrica, sanitaria, etc.)
- B) Equipamiento tendiente a mejorar la exhibición de los productos (estanterías, muebles, luminarias, etc.)
- C) Equipamiento tendiente a mejorar la propia producción de artesanías (horno cerámico, herramientas especiales, etc).



### LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

#### **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN \_CASAS DE ARTESANÍA**

##### **CONDICIONES A CUMPLIR POR EL GRUPO O ASOCIACIÓN:**

- A) Tener personería jurídica (vigente o en trámite).
- B) Presentarse conjuntamente con una institución pública o privada (ONG, Fundación, Intendencia, etc.) que esté inscripta en el Sistema Integrado de Información Financiera (SIIF).
- C) Demostrar una actividad ininterrumpida por más de dos años.
- D) Contar con quince miembros artesanos activos como mínimo que suscriban la propuesta.
- E) Estar radicados –tanto el grupo artesanal como el local- en cualquier departamento, excepto Montevideo (Fue modificado en 2008 y se incluyó Montevideo)
- F) Contar con un local propio, arrendado o cedido por alguna institución pública o privada con derecho de uso, por lo menos, por dos años a partir de la recepción del beneficio.

## LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

### **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN \_CASAS DE ARTESANÍA**

#### **ASPECTOS TENIDOS EN CUENTA EN LA SELECCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS:**

- a) La trayectoria del grupo en cuanto a actividades realizadas, grado de cohesión, etc.
- b) La trayectoria de sus miembros en cuanto a la calidad de los productos que realizan, el monto de sus ventas, su participación en concursos, ferias, etc.
- c) Las características del local donde se realizarán las mejoras en cuanto a su adecuación a los fines propuestos: ubicación, adecuación de los locales a los fines previstos, etc.
- d) El apoyo técnico de un arquitecto, decorador, o similar con idoneidad demostrada para los fines del trabajo a realizar.



## LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

### **FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN \_CASAS DE ARTESANÍA**

#### PROBLEMAS DETECTADOS Y CAMBIOS INTRODUCIDOS EN 2012:

Problema 1) : Asociaciones no formalizadas.

Cambio 1) : Pueden ser beneficiarios de este proyecto instituciones públicas o privadas que trabajen con artesanos y no sólo asociaciones.

Problema 2) : Asociaciones sin local que aspiran a tener un ámbito aunque sea de comercialización para lograr mayor cohesión; o bien asociaciones que cuentan con local, pero no situado en un lugar estratégico para la venta de artesanías y aspiran a un espacio mejor ubicado.

Cambio 2) : Ya no se requiere que se trate de una infraestructura existente; también se puede otorgar para financiar pequeñas infraestructuras de venta como stands en ferias permanentes o kioskos de venta de artesanías. Sigue vigente que tiene que presentar documentación notarial asegurando la permanencia del local por un plazo no menor de 2 años

## LINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2\_

# FORTALECIMIENTO DEL SECTOR Y DE LOS VÍNCULOS ENTRE SUS ACTORES: ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN \_ CASAS DE ARTESANÍA



### 2007 Inscriptos:

- ARTE.CO – Colonia
- ARDA – Rocha

### 2008 Inscriptos:

- A.M.A – Montevideo
- Plaza Bonita – Montevideo
- AUDA – Montevideo
- CEPRODIH – Montevideo
- Casa del Artesano – Melo, Cerro Largo

### 2009 Inscriptos:

- Grupo de Artesanos – Balneario La Concordia, Soriano

### 2010 Inscriptos:

- Asociación Artesanos de Cerro Largo – Melo, Cerro Largo
- Amanecer del Olimar – Treinta y Tres
- A.M.A – Montevideo
- AUDA – Montevideo

### 2011 Inscriptos:

- Asociación Artesanos de Flores – Ismael Cortinas, Flores
- Somos lo que hacemos – Las Piedras, Canelones
- Agencia de Desarrollo – Paysandú
- Artesanos Unidos – Paso de los Toros, Tacuarembó
- Artesanos del Quincho – Punta del Este, Maldonado
- AUDA – Montevideo
- Espacio ARTE.CO. – Colonia
- A.M.A – Montevideo
- Asociación de Artesanos y Emprendedores productivos de Tacuarembó – Tacuarembó

### 2012 Inscriptos:

- Asociación de Artesanos de Flores – Flores
- Feria Artesanal de la ciudad de Colonia – Colonia
- Instituto Camino Abierto – Ciudad del Plata, San José
- Espacio ARTE.CO. – Colonia
- AUDA – Montevideo
- Agencia de Desarrollo Productivo – Paysandú

### 2013 Inscriptos:

- Artesanos del Quincho – Punta del Este, Maldonado
- DITEC – Montevideo
- CORPOVERDE – Montevideo
- Artesanos.uy - Montevideo



## *GRUPOS DE INTERÉS\_*

### **COMERCIALIZACIÓN COMO MOTIVACIÓN DETERMINANTE:**

Enfoque común

Resolución de problemas

Acciones conjuntas.

Barranquilla , 30 y 31 de julio de 2013

---

*Muchas gracias\_*

Arq. Alberto de Betolaza

**División Artesanías de DINAPYME**  
**(Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas)**  
**MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA**

artesanias@dinapyme.miem.gub.uy

Rincón 723 Piso 2  
MONTEVIDEO – URUGUAY