



*Universidad Nacional de La Matanza - Escuela de Posgrado  
Maestría en Relaciones Económicas Internacionales*

## **Comercio internacional de artesanías aborígenes de la provincia de Chaco**

*“Lo peor que le puede acontecer a un pueblo es quedarse  
sin arte, porque ello significa que perdió el control  
sobre la matriz de su pensamiento,  
que dejó de ser pueblo para transformarse en masa,  
en hombre genérico. Y ello equivale a decir que ya dejó de soñar,  
que ya dejó de resistir.”*

Oleg Vysokolán, en *El Sueño Amenazado*, 1989

**Maestranda: Lic. Marcela Gabioud**  
**Director de tesis: Dr. Mariano Jäger**  
**Co-director: Dr. Jorge Luis Narváez**



## Índice

Agradecimientos.....	3
<b>Capítulo I</b>	
1.1 Introducción.....	4
1.2 Justificación del trabajo.....	5
1.3 Alcances del trabajo.....	9
1.4 Objetivos.....	10
1.5 Hipótesis.....	10
<b>Capítulo II</b>	
2.1 Antecedentes.....	11
<b>Capítulo III</b>	
3.1 Definición de artesanías.....	36
3.2 Clasificación de la artesanía según técnica, función y materia prima.....	40
3.3 Características de la demanda.....	43
3.4 Características de las poblaciones aborígenes del Chaco.....	44
3.5 Conformación de la población artesanal.....	47
3.6 Organizaciones que trabajan en el área.....	62
3.7 Exportaciones: Tratamiento arancelario.....	70
3.8 Acuerdos Regionales y Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica.....	81
3.9 Sistema General de Preferencias de U.E., EE.UU y Japón.....	82
3.10 Exportación de artesanías argentinas.....	84
<b>Capítulo IV</b>	
4.1 Conclusiones.....	98
Glosario.....	110
Bibliografía.....	111
Anexo I.....	116
Anexo II.....	129
Anexo III.....	148
Anexo IV.....	152





### **Agradecimiento**

A mi hijo y a mi familia por acompañarme y apoyarme, al Dr. Mariano Jäger por su paciencia y acompañamiento, al Arq. Eduardo Luis Borrón por su colaboración, a la Ing. Agr. Celeste Golsberg por el intercambio de información, al Lic. Fernando Bustamante por estar siempre dispuesto a brindarme información, a la Fundación Silataj por las consultas, a la Lic. Mara Steren, al Lic. Ricardo Ariel Rotsztein por los datos aportados. A todos mis amigos y amigas y colegas que me apoyaron y me apoyan para seguir creciendo.



# Capítulo I

## 1.1 Introducción

El presente trabajo comenzó a gestarse en noviembre de 2006, cuando fui convocada para escribir historias de vida para una organización internacional que financiaba un proyecto social en la región del Chaco americano con mujeres aborígenes. En esa oportunidad tomé conocimiento de una situación desconocida para mí: la lucha común de esas mujeres por preservar su cultura, su supervivencia a pesar de la intrusión durante 500 años de la cultura criolla.

En una de sus demandas hacia las organizaciones que las acompañaban en este proceso, apareció la necesidad de buscar mercados para colocar sus artesanías. La búsqueda de mercados y la comercialización de los productos artesanales producidos por los pueblos originarios puede ser una opción para mejorar la calidad de vida de estas comunidades y preservar su cultura. Debido a las características del tipo de producción que realizan, desarrollan pequeñas cantidades, lo que hace difícil la comercialización de las mismas a nivel global ya que no pueden garantizar el abastecimiento de las cantidades demandadas en los tiempos exigidos. Sin embargo, esto es lo que hace a un producto “exclusivo” y por lo tanto, permite potenciar su comercialización como artesanía<sup>1</sup>.

El objetivo del trabajo es estudiar las posibilidades para comercializar/vender artesanías chaqueñas argentinas en mercados internacionales y las características que deben tener estos productos para cumplir los requisitos del mercado al que se desea llegar. Todo lo anterior teniendo en cuenta la identidad cultural, ya que una artesanía aborígen es un objeto que refleja formas de entender el mundo, relaciones de un grupo de personas con la naturaleza (orgánica e inorgánica) de una región y lo diferencia de un producto de naturaleza industrial.

El problema principal sobre el que se trabajó fue la evaluación de la posibilidad de exportación de las artesanías en función de las exigencias del mercado.

---

<sup>1</sup> Artesanía: definimos así a los productos artesanales elaborados por artesanos, ya sea totalmente a mano, con ayuda de herramientas manuales, o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente fundamental del artículo acabado.



Con respecto a la venta, es importante tener en cuenta que han tenido que realizar un cambio en la manera de producir y son conscientes de la necesidad de que eso se produzca, teniendo que incorporar el concepto de calidad, ya que con el transcurso de las transacciones comerciales se encontraban con que no podían vender sus productos si no respetaban ciertos estándares solicitados por el comprador.

Sin embargo, es importante señalar que existen otros modos de realizar transacciones comerciales, como el Comercio Justo, pero en nuestro país se encuentra en etapa de desarrollo y son aisladas las experiencias de comercio exterior por lo que no son representativas.

## **1.2 Justificación del estudio**

La necesidad de encontrar un verdadero potencial de canales internacionales de comercialización puede estar vinculada, en el imaginario social<sup>2</sup> de las comunidades, a la ganancia obtenida a través de la diferencia cambiaria entre el peso y el dólar americano y el Euro, y la revalorización de la artesanía aborigen, en cuanto a producción artística como tal y en los criterios estéticos y el concepto de rareza.

Esta demanda surge a partir de los propios pueblos originarios en el Encuentro de Mujeres Líderes Aborígenes que se realizó en noviembre del 2006 en Villa Bermejito, Chaco. Esta actividad pertenece al Programa del Gran Chaco Americano que financia el Servicio Mundial de Iglesias a través de FundaPaz, Cer-det y Junta Unida de Misiones (JUM)<sup>3</sup>. En esa oportunidad, las mismas mujeres detectaron una falencia en la venta y la necesidad de incrementar sus ingresos para obtener una mejor calidad de vida para sus comunidades, requiriendo un análisis para conocer las demandas de los distintos mercados, sus características y la posibilidad de exportar.

El desmonte producido desde hace años en la zona, tiene como consecuencia la dificultad en la supervivencia de los pueblos, ya que se modifican sus relaciones con el entorno natural y les quita los recursos naturales con los que

---

<sup>2</sup> El imaginario social es un “magma de significaciones imaginarias sociales” encarnadas en instituciones. Cartoriadis, C. “La Institución Imaginaria de la sociedad”. Tusquets editores. España. 1983

<sup>3</sup> Para ampliar información ver : <http://www.churchworldservice.org>





producen su comida, sus producciones artesanales y con los que cubren las necesidades básicas.

En el Encuentro mencionado más arriba, las mujeres señalaron que por lo general, las ganancias obtenidas se reparten entre todos, ya que no tienen la lógica de acumulación de economía de mercado sino la de subsistencia y reparto igualitario en la comunidad. Sin embargo, también existe el reparto diferencial por lo producido, aún dentro de un mismo núcleo familiar entre varones y mujeres.

Otro tema, vinculado a la calidad de vida de las comunidades, de gran impacto en los medios fue la muerte de miembros de comunidades aborígenes por desnutrición y malas condiciones de vida. Esto también es consecuencia de la dificultad en el acceso de sus productos a mercados externos. La falta de estándares relacionados a las artesanías, el sistema de comercialización de las economías de mercado, la falta de acceso a la información sobre nichos de mercados, los requerimientos técnicos, tanto como los intermediarios, son algunos de los escollos que deben enfrentar los artesanos que desean exportar sus productos para permitir incrementar su nivel de vida y el de las comunidades.

La educación, el idioma y el choque cultural entre dos sistemas con lógicas de funcionamiento distintas, también influyen en el acceso a mercados externos. La producción no es realizada en función de lo que se consume o de lo denominado "moda", sino que está determinada por lo que a ellas y a ellos les gusta. El analfabetismo también es un punto de dificultad ya que en muchos casos, las comunidades aprenden el castellano en esa instancia, y al no pasar por el sistema formal de educación o no completarlo, se les hace más difícil acceder a todo.

El aspecto crítico de lo social, lo económico y lo político, se manifiesta también en la falta de acceso a la salud, a los centros asistenciales sanitarios y a profesionales médicos en la zona.<sup>4</sup>

Por esta razón creo que es necesario encontrar vías de subsistencia alternativa que les permitan mantener su cultura y, a la vez, adaptarse a nuevas

---

<sup>4</sup> La Nación [http://www.lanacion.com.ar/archivo/Nota.asp?nota\\_id=932960](http://www.lanacion.com.ar/archivo/Nota.asp?nota_id=932960)  
Clarín.com <http://www.clarin.com/diario/2007/09/30/sociedad/s-04703.htm>



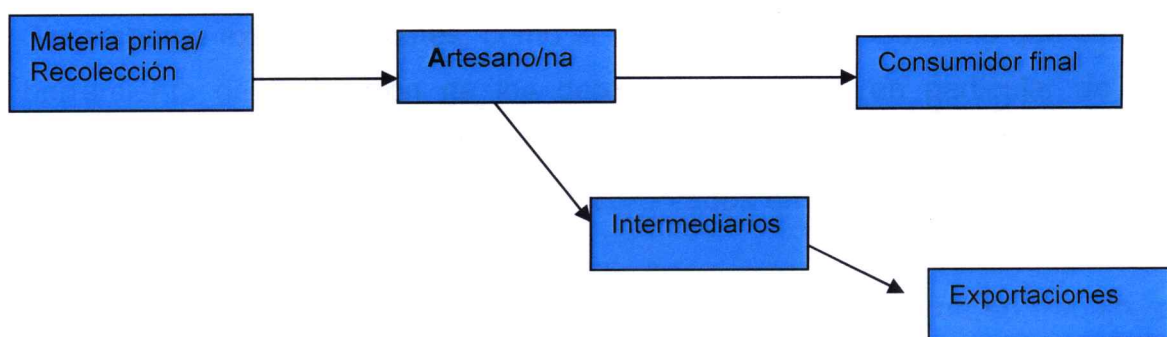


posibilidades de desarrollo, además de confrontar la situación actual para que no se siga extendiendo en el tiempo.

La mayoría de las comunidades que se dedican a la artesanía provienen de la cultura de cazadores/recolectores, con estilo de vida nómada, lo que dificulta la previsión y eso se refleja en la capacidad de producción. En este sentido los hombres trabajan más sobre el día a día, y la mujer es la que se ocupa de la previsión ya que es la encargada de que no le falte alimento a sus hijos. Por esto, es que son ellas las que acumulan producción, mientras que los hombres producen y venden sin preservar una cantidad para cubrir otras solicitudes. De esta manera la cuestión de género<sup>5</sup> resulta una perspectiva interesante a la hora de plantear propuestas, teniendo en cuenta el rol del varón y la mujer en las relaciones de producción y venta.

La comercialización de los productos, por lo general, no se realiza en forma directa del artesano al cliente final. Existen intermediarios que hacen que el valor que obtienen los productores por sus artesanías no tenga relación con el trabajo humano y de materias primas que carga el producto terminado. Por lo que el mayor porcentaje de plusvalía<sup>6</sup> generada, en muchos casos, queda en manos de estos intermediarios.

**Cuadro 1: Modelo teórico de una cadena productiva artesanal<sup>7</sup>:**



Fuente: elaboración propia

<sup>5</sup> La cuestión de género se basa en la construcción histórica y social que asocia a un conjunto de roles y valores con uno y otro sexo, implicando cierta jerarquía entre ellos, determinando lo que la sociedad considera “femenino” y “masculino”

<sup>6</sup> Plusvalor o Plusvalía, de acuerdo con el marxismo, es la diferencia entre el valor de producción de la fuerza de trabajo del trabajador y el valor generado por esta fuerza de trabajo. Marx, C.-Engels, F. Teoría sobre la plusvalía. Editorial: Fondo Cultura (Mexico)

<sup>7</sup> Según modelo presentado en “El sector artesanal en las provincias del noreste Argentino: Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones, 2004”. FLACSO/FIDA/PRODERNOA, para la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.



El beneficio que obtiene no es suficiente para poder elevar sus condiciones de vida. Lo obtenido por el intermediario, por lo general, puede superar lo que le ingresa al artesano como fue señalado en las entrevistas realizadas.

La falta de estándares internacionales para las mercancías de origen artesanal o arte de pueblos originarios, dentro de la lógica de las economías de mercado resulta ser un problema adicional a la hora de establecer parámetros de comparación. Esto, además, es el resultado de esa lógica donde no contempla situaciones diferentes a las macro. Por esta razón, muchos productos no son tenidos en cuenta cuando se establecen pautas de medición o nomenclaturas.

El comercio internacional tradicional fomenta la expansión de las empresas más eficientes, pero elimina del mercado a las menos competitivas o a las que no siguen su lógica. Tal como señala Montserrat Miller (2001)<sup>8</sup> no todos los países tienen la posibilidad de afrontar los costos de ajustes que provoca el proceso de liberalización del comercio o parten de estructuras productivas con menores capacidades. A esto se agrega la situación desventajosa en la que se encuentra el sector analizado. Pero también será importante analizar, más allá de esta tesis, el costo que tiene para estas economías, que no responden a la lógica del mercado mundial y observar la necesidad de reformular o cambiar algunas reglas, a través de la equidad, nivelando hacia los sectores que con la globalización económica han quedado fuera.

Sin embargo existen opciones, como el Comercio Justo y Solidario que es una herramienta de promoción de los derechos humanos, en particular de los derechos económicos y sociales, en línea con el artículo 23 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, incorporados en la Constitución Nacional:

a.- Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.

b.- Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a igual salario por trabajo igual.

---

<sup>8</sup> Miller, Montserrat (2001). "La regulación del comercio internacional: desde GATT a la OMC. La Caixa, España.





c.- Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una asistencia conforme a la dignidad humana y que será completada en caso necesario, por cualquiera otros medios de protección social.

d.- Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos, y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

Tener en cuenta estos derechos implica revalorizar el producto artesanal hoy, es inscribirlo en un modelo de desarrollo que se base en la sustentabilidad cultural y ambiental, y ello, como condición para una equitativa transacción económica.

Es importante tener en cuenta que se trata de un trabajo con escasos antecedentes en materia de comercio internacional. Si bien existen experiencias exitosas en torno a la comercialización interna en cada país, hay escasos antecedentes vinculados al comercio internacional o simplemente no están sistematizados.

Por tal motivo, la investigación por lo general se realizó con información primaria que permitió determinar los lineamientos a seguir. Esto significa que el mayor inconveniente fue la falta de datos para el período estudiado. Implicó una mayor responsabilidad a la hora de determinar las variables a analizar y el método para recoger esa información. Se trató del trabajo sobre las opiniones.

Otras limitaciones fueron las restricciones que encuentra los productores por parte de los intermediarios para brindar información, que ellos consideran, puede afectar su actividad.

El choque de culturas al momento de realizar las entrevistas fue una limitación, sí es que no se realizan las gestiones para establecer el contacto a través de otras personas, como los facilitadores que trabajan con ellos para ONG.

El principal límite que encontró este trabajo es que no posibilita una solución experimental, sino sólo la evaluación de lo que existe.

### **1.3 Alcances del trabajo**

Las comunidades aborígenes, con sus particularidades étnicas regionales, en general, practican una economía de subsistencia consistente en ganadería



menor, cultivos hortícolas para uso doméstico, pesca, producción de artesanías y, trabajos transitorios. Inmersas en la economía de mercado de la sociedad global, en su mayoría, al no poder participar en ésta como agentes activos como el resto de la sociedad, por desconocer o no compartir los códigos y símbolos, forman parte de una relación notablemente asimétrica.

Es por esto que producir este trabajo implica el compromiso de realizar aportes relevantes tanto en el aspecto económico como social para las comunidades aborígenes en general y para las mujeres en particular.

#### **1.4 Objetivos:**

##### General

Conocer el potencial exportador de los productos artesanales de los pueblos originarios de la provincia de Chaco.

##### Objetivos específicos

- Reconocer las problemáticas culturales que impiden la adaptación a la economía de mercado.
- Determinar qué tipos de mercados valoran el trabajo artesanal de las piezas producidas.
- Proponer estrategias tendientes a posicionar las artesanías en los mercados identificados.

#### **1.5 Hipótesis**

Los productos artesanales de los pueblos originarios pueden comercializarse en los mercados internacionales porque poseen calidad, originalidad, representan la identidad del pueblo originario y son exclusivos, en términos de lo que se entiende por producción artística limitada.





## Capítulo II

### 2.1 Antecedentes

El marco conceptual del presente trabajo fue configurado a partir trabajos realizados sobre la misma temática, sus conclusiones fueron utilizadas como antecedentes. Los estudios de mercado relacionados con estos productos, son escasos y se hace inevitable investigar sobre las conclusiones de trabajos anteriores.

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) junto con el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) realizó un trabajo titulado “*Comercio Exterior de Artesanías*” en el año 2005, para el área del PRODERNEA de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación. Allí analizó la situación en la que se encontraba este sector y realizó sugerencias sobre las dificultades que encontraron a la hora de exportar.

A continuación se detallan algunas de ellas:

- Salvo raras excepciones los productos artesanales no están incluidos en los sistemas internacionales de estadísticas comerciales lo cual dificulta la planificación de estrategias de políticas de desarrollo que incluyen la exportación de artesanías.
- ▶ Al respecto se recomienda gestionar ante las autoridades correspondientes el seguimiento de la Recomendación de la Organización Mundial de Aduanas en lo relacionado a la definición arancelarias de las artesanías.
- La Política de Comercio Exterior de artesanías está reflejada en el tratamiento arancelario que reciben las mismas, a partir de los diferentes acuerdos comerciales. El trabajo incluye el estado del Sistema General de Preferencias acordado por Argentina con terceros países, para las partidas arancelarias por las cuales se exportan artesanías.
- El bajo volumen de comercialización y la carencia de estadísticas mundiales impiden hacer inferencias sobre las tendencias comerciales



mediante análisis tradicionales o típicos de demanda. Sin embargo, puede extraerse interesante información observando en otros países con tradición y cultura artesanal, algunos aspectos del cluster:

1. De la observación de los objetivos, misiones y funciones de diversas instituciones relacionadas al universo artesanal; se rescata una corriente de conceptos que básicamente radican en adaptar las artesanías a los gustos de los consumidores en otras latitudes, y en crear productos diferenciados en materia de diseño. En este sentido, emergen dos claras tendencias:
  - a) la incorporación del concepto de calidad como vínculo entre la creatividad de los artesanos y los consumidores y,
  - b) los nuevos diseños utilizando elementos tradicionales de la cultura.
- La vinculación de las políticas de turismo y de artesanías aparecen como estrategias exitosas para la venta de estos productos en los propios territorios a los consumidores externos.
- El fomento del comercio exterior a través de la instalación de locales especializados en puntos de demanda y el desarrollo del E-Commerce, están siendo cada vez más utilizados para el fomento del comercio exterior de artesanías.
- El crecimiento del Comercio Justo.<sup>9</sup>

En el mismo trabajo, se señala en cuanto a tendencia de la demanda internacional de artesanías, que:

- Se da por descontado que por si solo, el trabajo manual no es una garantía de calidad y cualquiera que sea el producto, es necesario esforzarse permanentemente para enmarcar los elementos tradicionales (un diseño original y métodos de producción tradicionales) con las exigencias de los compradores de artesanías en cuanto a gustos, métodos, y presentación, es decir que la tendencia de la demanda estaría determinando inversiones y esfuerzos suplementarios, con miras

---

<sup>9</sup> Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), 2005. "Comercio Exterior de artesanías". PRODERNOA, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.





a la calidad total, o cualidades formales del producto que se dan durante el proceso de la elaboración y en los acabados.

- También atendiendo a la actual propensión de la demanda, han aparecido exitosos desarrollos de diseño aplicado a la artesanía. Tal es el caso de una pequeña empresa sudafricana de Pretoria que exporta a Alemania, Austria, Brasil, Chile y Estados Unidos, a partir de la participación de diseñadores familiarizados con el mercado europeo, o el de la venta en Estados Unidos de productos colombianos de la línea *high end* que marca la tendencia en diseño interior con espíritu artesanal. Hay varias entidades que ofrecen información sobre cambios de tendencia. Parte de esta información es gratuita. Por ejemplo, el Centro para la promoción de las importaciones procedentes de los países en desarrollo (CBI, Países Bajos) ofrece gratuitamente a los artesanos de estos países datos sobre previsiones de la moda, tendencias en los colores, normas y legislación sobre seguridad y salud. La International Colour Authority (ICA) comercializa publicaciones de gran calidad con previsiones y abundantes datos sobre las tendencias de los mercados.

Otro trabajo del mismo organismo sobre la zona estudiada denominado “*El sector de artesanías en las provincias del Noreste Argentino*” señala en sus conclusiones sobre la provincia de Chaco:

- Rescatar el trabajo de la Fundación Chaco Artesanal, entidad mixta con posibilidades de manejar fondos, concedora del sector artesanías de la provincia, cultura comercial y muy buena relación y articulación con todo el ámbito artesanal (área de cultura de la provincia, en lo referente a la sede central como en las representaciones municipales, artesanos y sus asociaciones, comunidades aborígenes, MATRA y con la Casa de la Provincia en Buenos Aires), por lo tanto sugieren:
  - a) *Apoyar las acciones de la Fundación Chaco Artesanal y profundizar su trabajo con los municipios, así como desarrollar su capacidad de llegada a la zona oeste de la provincia.*



- b) *Promover la articulación del PRODERNEA con la Fundación Chaco Artesanal, y mejorar la coordinación entre las actividades de la Unidad de Ejecución Provincial con las acciones de la Unidad Nacional.*
- La Provincia del Chaco tiene un escaso desarrollo turístico, factor que en alguna medida limita la comercialización local de las artesanías. Sin embargo, los funcionarios manifestaron interés por articular ambas áreas con el fin de ampliar estas posibilidades. Es por ello que se sugiere:
    - a) *Apoyar los proyectos que incluyan iniciativas de vinculación del desarrollo artesanal con el turismo (paradores turísticos en el ingreso a El Impenetrable, la Bienal de Resistencia, la Isla del Cerrito, los puntos de pesca, etc.)*
  - La Cooperativa Albalooipi, la Asociación de Artesanos Qompi Lontac, Cacique Pelayo, la Asociación Qom` Pi Toba, de las ciudades de Resistencia, Fontana y Roque Sáenz Peña presentan problemas de deterioro en su infraestructura, pero aún así continúan trabajando. En este caso la recomendación apunta a:
    - a) *Colaborar en las condiciones de habitabilidad de los edificios. La necesidad de financiamiento accesible para la adquisición y la renovación de herramientas de trabajo.*
  - Se trata de una provincia que no ha desarrollado un turismo asociado a eventos locales. Al respecto se recomienda:
    - a) *Promover la participación artesanal en las fiestas populares de pesca (del dorado, del surubí), y lograr en las mismas una diferenciación entre las ventas de artesanías típicas y las de otros tipos de productos (ropa, juguetes, etc.)*
  - El Museo de Artesanía de la ciudad capital posee un interesante potencial para ser mostrado al público como mercado/taller, pero no cuenta con un presupuesto provincial suficiente para el sostenimiento. Para ello se recomienda:
    - a) *Articular acciones con la Unidad Provincial del PRODERNEA, para aprovechar dicho espacio para la difusión de eventos y productos de los artesanos provinciales.*





En el 2004, el Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA) desarrolló un análisis FODA –Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas- para ser presentado en el Foro Nacional de Competitividad de Industrias de Base Cultural Sepyme Argentina 2004 - GT7 Mercosur, Encuentro Internacional de Negocios do Artesanato. Salvador de Bahía - Brasil 2004

El MATRA es el principal organismo nacional vinculado al sector artesanal y puesto que el resultado sigue siendo actual, es que sumé una síntesis del mismo en este trabajo (las marcas en negrita son propias):

#### **FORTALEZAS:**

- **Calidad de una producción artística distintiva culturalmente.** Por la diversidad de las tecnologías apropiadas (patrimonio intangible) utilizadas en la elaboración de las distintas artesanías y la carga cultural intrínseca reflejada en el producto final.
- Alta cualificación técnica en algunos oficios representativos (platería- textilera- soguería y otros). Determinados oficios han logrado desarrollarse independientemente por su alta cualificación técnica derivada de su específica representatividad cultural de los problemas que históricamente aquejan al sector.
- **El productor artesano es dueño de su fuerza de trabajo.** Históricamente el productor artesano llevó a cabo su actividad en forma independiente (incluso los agrupados en gremios- nacidos en la edad media-) con lo cual maneja su tecnología, selecciona sus materias primas y fija sus precios.
- **La utilización racional de materias primas locales y regionales.** Dada la precariedad en que el sector ha desarrollado su actividad y siendo naturalmente conservador del ámbito en el que vive, utiliza racionalmente los elementos que le brinda el medio como materia prima.
- **Los artesanos conforman un nuevo capital socio-cultural en los nuevos esquemas económicos mundiales.** Ante el grave problema estructural que en los países industrializados ha planteado el desempleo a partir de los desarrollos científico-tecnológicos expulsores de mano de obra, el sector se ha transformado en una alternativa distinta en la práctica de las relaciones laborales.
- **Afirma el origen las identidades culturales** (diversidad). A partir del



reconocimiento de las distintas identidades culturales que conviven en los distintos países la artesanía es una representación cultural viva de la tradición que el artesano traslada a su obra.

- **Valoración de carácter diferencial de la producción artesana respecto a la industrial.** Las distinciones plantadas por los sistemas de elaboración artesanal hacen que tanto los productos de artesanía como los de arte popular se distingan por su singularidad y especificidad funcional.

- **Capacidad de la artesanía para generar puestos de trabajo con baja inversión.** Tanto la formación del artesano como la fabricación de su utillaje están en costos notoriamente por debajo de los equipamientos industriales y de la capacitación de los operarios fabriles.

- **El sector es factor de estabilidad social en comunidades alejadas de los centros de producción y consumo.** La artesanía esta considerada como elemento neutralizador ante las migraciones negativas desde las comunidades hacia los asentamientos provisionales urbanos y provee a sus hacedores de los elementos básicos para su autoconsumo.

- Representa, en comparación con otros sectores productivos una **reducida dependencia tecnológica.** Siendo el artesano portador de un patrimonio cultural intangible con limitad crecimiento cuantitativo, utiliza normalmente tecnología apropiada heredada.

- **La producción artesana posee características ecológicas** (altamente valoradas) dados sus bajos costos energéticos y escaso riesgo contaminante) es pasible de certificar (sello verde. Producto ecológico. Producto natural etc.). El producto artesano en su esencia y el productor en consistencia normalmente se ajustan a los parámetros considerados por los certificadores de productos naturales y ecológicamente "limpios" y libres de contaminación y con bajos costos energéticos en relación a la industria.

#### **OPORTUNIDADES:**

- El **reconocimiento del "valor simbólico"** del producto artesano. Tanto el consumidor usuario como el dilectante o el coleccionista valoran el producto por lo que este representa en la comunidad originaria.

- Diferencia positiva en los valores de mercado (aunque esto es aleatorio). Las ventajas de la actual diferencia cambiaria posibilitarían una oportunidad





inmejorable para la apertura de nuevos mercados y crecimiento de los existentes.

- El sector ha reconocido la importancia de la capacitación para el mejoramiento de sus productos. A partir del último quinquenio el sector a participado activamente de las gestiones de capacitación y asistencia técnica ofrecidas por los sectores públicos y privados, destinada a la actividad al mejoramiento del producto.

- **Aperturas de nuevos espacios** para el reconocimiento de la actividad (ferias, paseos, mercados, tiendas especializadas). La habilitación de espacios específicos para la oferta de productos artesanales posibilitan un crecimiento de la actividad comercial artesana.

- **Actitud positiva de los artesanos hacia las figuras jurídicas asociativas.**

El sector ha generado una diversidad de figuras jurídicas asociativas orientadas al mejoramiento de las relaciones intersectoriales y la concreción de operaciones comerciales conjuntas.

- Apertura de **nuevo nichos** para la comercialización. Posibilitada por las diferencias cambiarias y reconocimiento de productos.

- El reconocimiento de "**la cultura como la mercancía del tercer milenio**".

Siendo la artesanía una de las Industrias Culturales en permanente difusión y transformación ingresa dentro del reconocimiento globalizado como mercancía cultural en los nuevos tiempos.

- Aprovechar el "potencial endógeno" para el desarrollo del sector (entendido en recursos reales y financieros de los mismos) en cuanto a la utilización de materias primas y puestos de trabajo. Utiliza las habilidades productivas heredadas, las materias primas locales y regionales y la carga cultural vigente en la comunidad a partir de una actividad productiva generalmente complementaria.

- El producto artesano es por su naturaleza un **elemento básico de la demanda del turismo**, con lo cual se genera un flujo de divisas. La artesanía es uno de los generadores de ingreso de divisas no mensurable ya que es una **exportación encubierta**, no se registra lo que el visitante lleva en el equipaje.

- Es un instrumento dinamizador del Desarrollo sostenible por su relación con el turismo y el medio ambiente. El turismo (nacional e internacional) ha sido



históricamente un socio importante del productor artesano ya que cubre las necesidades básicas de los consumidores (uso, obsequio, colección, recuerdo) y esta relacionado con el paisaje que visitó.

#### **DEBILIDADES:**

- **Inseguridad de los mercados consumidores.** La persistencia de los mismos depende de los valores de las divisas de los países compradores.
- Escasa actualización tecnológica para la producción. Los volúmenes son escasos y de lenta reposición, suelen retrasarse en la adquisición de nuevas tecnologías productivas
- Falta de oportunidad y estímulo para integrar a los artesanos a sistemas productivos y comerciales permanentes. Siendo un sector atomizado (por lo tanto débil operativamente) y sin políticas específicas, el artesano se encuentra en un **estado de indefensión permanente.**
- Competencia con artesanías importadas de bajo costo y productos sustitutivos. La histórica diferencia de costos de producción con artesanos de países menos desarrollados y por productos sustitutivos originados en la industria conspiran para lograr un desarrollo armónico de la actividad y la producción.
- **Falta de políticas públicas hacia el sector o de estrategias consecuentes y persistentes.** La ausencia de políticas públicas permanentes hacia el sector y el fracaso de los proyectos de Ley (uno de Diputados y uno de Senadores este con media con media sanción).
- **Ausencia de Programas sistemáticos y permanentes** para el desarrollo sectorial. Dado por las acciones erráticas de los funcionarios políticos responsables del área, el poco conocimiento del funcionamiento del sector y el desentendimiento para la aplicación de programas estables y con los medios necesarios para su desarrollo.
- El Sector carece de modelos y referencias. **Se ha considerado el artesano como un sector marginal y disperso sin considerar su potencial productivo y aportes al sistema económico informal.**
- **Actitud de producción precapitalista. Actitud concatenada con los métodos de producción y venta.**
- La incapacidad el sector de competir con la industria y cada vez mas alejada





en los procesos manuales de producción de la innovación tecnológica. La falta de apoyos crediticios para acceder a equipamientos que hagan posible el ingreso de nuevas tecnologías (apropiadas, limpias y artesanales).

- El carácter marginal de la artesanía en el contexto de la economía nacional.

El imaginario existente sobre el sector artesano en general y **la falta de información sobre el porcentaje que aporta el sector al PBI** (ausencia de datos estadísticos).

- **Ausencia de criterios para la delimitación de la artesanía en términos económicos**

- Encuadre equivocado de la actividad frente a otros referentes productivos.

#### **AMENAZAS:**

- Extinción de tecnologías apropiadas (y productos). Desaparición de oficios. Acelerada pérdida de los oficios tradicionales (indispensable para el mantenimiento del patrimonio cultural argentino (tangible e intangible)

- El crecimiento de pseudo-artesanías (manualidades) y el reconocimiento equivocado de estas. Falta de instalación del tema y desinformación por la proliferación y aparición de elementos ajenos a la cultura artesana presentados como tales. La expulsión laboral provoca la aparición de "nuevos artesanos" sin conocimientos del oficio con la consiguiente "banalización" del producto artesano.

- **Pérdida de posibilidades comerciales y de mercados por la falta de la capacidad de "lobby productivo" del sector. Referida a la señalada dispersión y atomización del sector.**

- Confusión cultural generada por el ingreso irrestricto de productos de otros países sin los controles aduaneros técnicos necesarios. Falta de legislación y reglamentación sobre el tema, desconocimiento de los parámetros técnicos para la clasificación del producto.

- **Creencia generalizada en funcionarios y técnicos sociales que la artesanía solucionará los problemas de desocupación y pobreza.** La multiplicidad de programas sociales que ingresan al sector promoviendo la "formación" de artesanos productores, con los consiguientes fracasos operativos y con la producción de artículos comercializables.



A partir de un Informe sectorial realizado por el Área Financiamiento del Desarrollo Empresarial Regional del Consejo Federal de Inversiones, plantean que las posibilidades de participar de las exportaciones están directamente relacionada con aquellos artesanos que hayan alcanzado una madurez en la producción y en la comercialización de sus artesanías, ya que muchas veces implica inscripciones en el **AFIP** y consolidar, a partir de allí, una ajustada administración contable e impositiva, que en muchos casos no pueden sostener los artesanos aborígenes. “Por lo expuesto, participar en comercio exterior y estas misiones no son para artesanos emergentes y de hecho, la decisión en participar en el mundo global, descansa en haber consolidado su actividad como artesano, con productos diferenciados por la calidad, diseño, función, materiales y aplicación de técnicas tradicionales y autóctonas. Son estos productos los reclamados por los potenciales compradores externos, quienes demuestran, hoy por hoy, un gran interés por nuestras artesanías” (CFI, 2008).

El área desarrolló una Guía de Exportación de Artesanías donde plantean los requerimientos administrativos necesarios a la hora de realizar una exportación para facilitarle al artesano las posibilidades reales de comercializar sus productos. Para ello requiere:

- Número de CUIT y sus Declaraciones Impositivas al día
- Inscripción en la Dirección General de Servicios Aduaneros
- Facturas de exportación pre-numeradas e impresas
- Cuenta corriente bancaria y carpeta de crédito vigente en un Banco
- Asignar un presupuesto de gastos para la exportación

Además señalan de qué forma es importante analizar los costos de exportación teniendo en cuenta una serie de ítems que se detallan en el siguiente cuadro:





Cuadro 2: Análisis de Costos para Exportación

<b>Nombre de Producto: Candelabros de plata</b>	
<b>Cantidad: 600 unidades.</b>	
<b>Posición Arancelaria:</b> _____	<b>Peso y/o Volumen:</b> _____
<b>1. Costo del producto Fabricación</b> Empaque especial para exportación Etiquetas especiales para exportación Embalaje. Costo franco fábrica venta directa (EXW)	Vigilancia portuaria Cargue y estiba Otros
<b>2. Costos comercialización</b> Promoción en el exterior Comisión representantes en país importador Costo franco fábrica con intermediario (EXW)	<b>6. Costo financieros</b> Crédito otorgado al comprador Póliza seguro de crédito a la exportación
<b>3. Costos de transporte y seguros internos</b> Fletes fábrica puerta despacho Seguros de Transporte (Fábrica puerto de despachos) Costo franco terminal	<b>7. Otros costos de exportación</b> Varios (Comisiones, envíos de muestras, etc.) Costo FOB puerto de origen
<b>4. Costo varios</b> Comisión agente de aduana despachador Costo documento(s) de exportación Costo certificado de origen	<b>8. Costo transporte internacional</b> Marítimo: Puerto de origen – puerto destino o Aéreo: de-a Costo CFR puerto de destino
<b>5. Manejo de carga</b> Utilización de instalaciones portuarias Almacenaje, pesaje o cubaje de carga	<b>9. Seguros de transporte al exterior</b> Contra todo riesgo Costo CIF puerto de destino
	<b>10. El IVA no es un factor a considerar por el exportador en el costo de una exportación, ya que éste es recuperable.</b>

Fuente: Guía de Exportación de Artesanías, Consejo Federal de Inversiones. 2008

En lo referente a cómo transportar la mercadería, las opciones dependen del tipo de producto que se va a exportar, ya que en función de las características (durable, perecedero, semi-durable) se aconseja un determinado transporte para que la mercadería llegue a destino en las óptimas condiciones:





Cuadro 3: Elección de transporte según el producto a exportar

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	MODALIDAD DE TRANSPORTE			
	Vial	Ferroviario	Fluvial/ Marítimo	Aéreo
Vida del producto: <b>Perecedero</b>	No Recomendado	No Recomendado	No Recomendado (sólo con cámaras frigoríficas)	Optimo(para alto costo / vol. o peso)
Vida del producto: <b>Semi-Durable</b>	Optimo	Bueno	Bueno(a granel o container)	Bueno (para alto costo / vol. o peso)
Vida del producto: <b>Durable</b>	Bueno	Optimo	Optimo(carga palletizada /container)	Bueno(para alto costo / vol. o peso)
<b>Rapidez en la entrega</b>	Normal	Dudoso(depene de las salidas)	Lento	Optimo
Tipo de Carga: <b>A granel</b>	No Recomendado (solo en carrocerías especiales)	Optimo	Optimo	No Recomendado
Tipo de Carga: <b>Bolsas/Cajas(palletizadas)</b>	Optimo	No usual (para tramos intermodal)	Bueno	Optimo(para alto costo / vol. o peso)
Tipo de Carga: <b>Container</b>	Bueno(para tramos tipo intermodal)	No usual (para tramos intermodal)	Optimo	Bueno (en containers aéreos)
<b>Fragilidad</b>	Bueno (con embalaje especial)	No Recomendado	Normal (en container con embalaje especial)	Optimo
<b>Necesidad de Embalaje</b>	Media	Alta	Alta	Baja
<b>Costo del transporte</b>	Honeroso	Bueno	Muy bueno	Muy honeroso

Fuente: Guía de Exportación de Artesanías, Consejo Federal de Inversiones. 2008

Existen experiencias exitosas de comercialización de productos artesanales de diferentes tipos, de comunidades aborígenes en nuestro país y en otros países de América Latina de similares condiciones. El Programa de Arte Popular y el Programa de Escuelas Itinerantes de Diseño Artesanal de Tlaxcala y Oaxaca, en Méjico es un ejemplo de ello. A partir de la definición de políticas públicas que apoyen el desarrollo de estrategias y adaptación de los productos a la comercialización, Méjico apuntala a sus comunidades de la siguiente forma:

Desde 1989, las Culturas Populares e Indígenas de México cuentan con el programa de apoyo a las culturas Municipales y Comunitarias -PACMYC- con el cual han podido financiar más de 7 mil proyectos en todo el país. Como una alternativa para contribuir en la valoración y el reconocimiento de la expresión artística y artesanal; así como en el desarrollo sociocultural de los pueblos, la





DGCPPI creó el Programa de Arte Popular y el Programa de Escuelas Itinerantes de Diseño Artesanal, las cuales operan en Tlaxcala y Oaxaca, Méjico<sup>10</sup>.

En el ámbito aborígen y como respuesta a las demandas culturales de los grupos asentados en ciudades, zonas urbanas, campos agrícolas, centros turísticos e industriales del país y el extranjero, la DGCPPI desarrolló un Programa de apoyo a las Culturas Indígenas Migrantes<sup>11</sup>.

Además colabora en la difusión de un sin número de actividades que, con este fin, realizan instituciones públicas y privadas del Distrito Federal y de los distintos estados de la República Mexicana.

También promueve y organiza, por medio de sus Unidades Regionales: programas de capacitación a Promotores culturales, reuniones, encuentros y Festivales de cultura popular e indígena.

Existen diferentes actividades que convocan a artesanos aborígenes en América Latina. Las ferias internacionales como la de Artesanías en la Sociedad Rural de Palermo y la Feria Mundial de Mujeres Indígenas Artesanas, de Tijuana, Baja California, Méjico, por nombrar algunas.

El caso de Colombia también es un ejemplo en desarrollo del sector de artesanías, cerca de 70% de los productores de artesanías son mujeres y, del total de artesanos, cerca de 70% son: población indígena, afro-colombiana y campesina que habitan en áreas rurales.<sup>12</sup>

Los oficios artesanales más destacados en el país son: la cestería, la tejeduría, la alfarería cerámica, los trabajos en madera, la joyería y la marroquinería, en su orden; también se realizan otros en menor escala.

El 6 de mayo de 1964 se creó Artesanías de Colombia S.A., una entidad estatal que opera como Empresa de Economía Mixta, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Ha trabajado durante más de 40 años por el desarrollo del sector artesanal del país, en procura de elevar la calidad, productividad y competitividad de la artesanía en los mercados nacionales e

---

<sup>10</sup> <http://www.culturaspopularesindigenas.gob.mx>

<sup>11</sup> <http://www.culturaspopularesindigenas.gob.mx/programas.html>

<sup>12</sup> Información suministrada por el Arq. Eduardo Borrón del Consejo Federal de Inversiones a partir de intercambios de experiencias entre ambos países para el estudio de propuestas para las artesanías de nuestro país.



internacionales. Contribuye a afirmar y divulgar la identidad nacional y a preservar el patrimonio cultural.

Su sede administrativa funciona en Bogotá y su estructura orgánica incluye, además de su Gerencia General, tres Subgerencias: la Administrativa y Financiera, la Comercial y la de Desarrollo. Cuenta también, con los Laboratorios de Diseño que operan en Bogotá, Pasto, Armenia y Manizales.

Son tareas centrales del quehacer de Artesanías de Colombia, la asistencia técnica y acompañamiento permanente a las comunidades artesanas en procura de calidad, recuperación e innovación en el diseño, con la perspectiva de su potencial en el mercado nacional e internacional y con respeto por las tradiciones culturales de las comunidades. En este contexto la Empresa ejecuta tareas estratégicas y de carácter pionero, algunas de las cuales son:

- Capacitación y asistencia técnica dirigida a artesanos y otros agentes vinculados al sector;
- Laboratorios de Diseño;
- Programa Nacional para la conformación de Cadenas Productivas en el sector artesanal;
- Certificado de Calidad "Hecho a Mano" para la artesanía;
- Derechos de autor y Propiedad Intelectual como instrumento de protección para la artesanía;
- Concurso de diseño para la artesanía;
- Fomento de la comercialización;
- Organización de Ferias Artesanales;
- Centro de Negocios Plaza de los Artesanos y Microempresarios;
- Almacenes y puntos de venta a nivel nacional y en el exterior;
- Participación en Ferias Internacionales, Ruedas de Negocios y "Show Rooms";
- Financiamiento de proyectos de inversión social.

Los concursos de diseño sobre artesanías como el que realiza la fundación IDEA de Paraguay en el marco de la Iniciativa "BIOTRADE" de la UNCTAD, con apoyo de la Agencia del Gobierno de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID) promueven el desarrollo de las comunidades. Se trata del comercio de bienes y servicios de la biodiversidad,





incluidos silvestres y domesticados, y aquellos resultantes del uso bajo buenas prácticas ambientales y sociales de la biodiversidad como los agrícolas tendientes a la certificación (UNCTAD, 2001).

La Iniciativa de Biocomercio (IB) fue lanzada a escala mundial por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) durante la tercera Conferencia de Partes (COP III) de la Convención de la Diversidad Biológica (CBD), llevada a cabo en noviembre de 1996, en Argentina. Su objetivo es estimular el comercio e inversión de recursos biológicos para el desarrollo sostenible, de acuerdo con los objetivos de la convención.

En la actualidad, los programas de Biocomercio se han implementado en varios países de Sudamérica como Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú y Venezuela.

El consorcio conformado por IDEA Paraguay - la Secretaría del Ambiente de Paraguay y otras organizaciones de los sectores público, privado y la academia, están iniciando sus contactos con la UNCTAD para analizar la posibilidad de iniciar un programa nacional en el marco de la misma, dados los exitosos resultados obtenidos en las experiencias en otros países vecinos<sup>13</sup>.

Existen ciertos principios a cumplir. Se trata de reglas básicas o normas fundamentales cuyas observancias serán requisitos fundamentales a los efectos de calificar los proyectos individuales en el Marco de la IBP<sup>14</sup>.

Estos son: cumplimiento de la legislación nacional y acuerdos internacionales; respeto a principios de responsabilidad ambiental; respeto a principios de responsabilidad social; respeto a la cultura y los derechos de las comunidades indígenas y tradicionales; potencial comercial y económico en comercio de bienes que provengan de la biodiversidad; producción, procesamiento y comercialización de manera sustentable y que beneficie directa o indirectamente a las comunidades locales; valor agregado a escala local; justa y equitativa distribución de los beneficios provenientes del uso de la Biodiversidad.

En tanto los objetivos planteados son<sup>15</sup>:

---

<sup>13</sup> <http://www.idea.org.py/biocomercio/index.html>

<sup>14</sup> ver :Estrategia de implementación de la Iniciativa BioTrade de la UNCTAD, en <http://www.unctad.org>

<sup>15</sup>Idem cita 13



- Investigar, identificar y desarrollar bienes o sectores y servicios, que cumplan con los criterios requeridos por la IBP y que cuenten con oportunidades comerciales actuales o potenciales en mercados locales, regionales e internacionales.
- Crear un sistema de información, necesario para la implementación de la IBP.
- Establecer los sistemas de desarrollo, creación y transferencia de capacidades técnicas, ambientales, sociales y empresariales para todos los actores de las cadenas de valor dentro de los proyectos de la IBP.
- Mantener y revalorizar el conocimiento tradicional, folklore, valores, cosmogonía de las comunidades indígenas y locales originarias.
- Fomentar marcos legales claros para la implementación de la IBP.
- Asegurar la obtención de fondos para el sostenimiento de la Iniciativa y para el financiamiento de proyectos piloto.
- Fomentar la conformación de una Red de actores de tal manera de facilitar la prestación de servicios a distintos sectores interesados.

Se establecen resultados esperados conformes a<sup>16</sup>:

- Dejar establecidas determinadas carteras de negocios funcionando.
- Haber establecido una base de datos sobre Biocomercio de Paraguay, que funcione de manera ágil y dinámica y que sirva a todos los actores interesados para mantener y reforzar su canal de comercialización.
- Haber establecido y mantener sistemas de integración y gestión (red) entre las organizaciones regionales, nacionales e internacionales, relacionadas con la IB.
- Haber desarrollado normas y regulaciones en escala nacional e internacional que faciliten la implementación de la iniciativa.
- Haber facilitado la obtención de beneficios económicos, sociales y ambientales para Paraguay.
- Haber construido capacidad en recursos humanos.
- Haber desarrollado dos proyectos piloto establecidos y funcionando.
- Haber implementado un sistema de información.

---

<sup>16</sup> idem anterior





Existe una experiencia exitosa de producción y comercialización de artesanías en la provincia de Formosa impulsada por un grupo de Asociaciones que nuclea a diferentes grupos de mujeres de diferentes comunidades desde el 2004<sup>17</sup>. El proyecto *Proyectarte* está conformado cinco Agrupaciones de mujeres artesanas que reúnen a un total de 461 socias. Tres agrupaciones de mujeres wichí -358 socias-, y dos agrupaciones de mujeres tobas - 103 socias-. Cada Agrupación se encuentra organizada en un sistema de coordinadoras, cada una de las cuales lidera un grupo de artesanas en la organización de la producción, en el control de calidad y en la compra y venta de los productos. El conjunto de las coordinadoras conforman la Comisión Directiva de la Agrupación.

La metodología propuesta se basa en la organización de la producción en relación a la demanda del mercado, definiendo una estrategia de comercialización que apunte a valorar la producción artesanal y en consecuencia, los ingresos de las mujeres. Esta estrategia permitió mejorar los precios, y asegurar una salida constante y mensual de la producción.

La mejora de los ingresos hizo que las artesanas participen con más entusiasmo en el marco de la organización, conformándose de esta forma un espacio de las mujeres, en el cual se discuten los problemas de la producción, de la organización y más en general, las problemáticas de la comunidad desde el punto de vista de la mujer.

En el informe presentado en el 2004, los ejecutores señalan: "El proceso de desarrollo de la producción artesanal está vinculado no solamente a la capacitación de las artesanas y la búsqueda de nuevos canales de comercialización, sino que está fuertemente determinado por las condiciones económicas y estructurales en las cuales viven las comunidades. Estas condiciones son por un lado de carácter cultural, y por el otro son estructurales. Una fuerte limitación está representada por la falta casi total de servicios, que hacen al desarrollo de un país. No existe una red viaria que permita el tránsito permanente y seguro de vehículos; la comunicación con los centros del mercado y entre las comunidades es insuficiente y en muchos casos inexistentes a no ser por mensajes que se transmiten a través de viajeros

---

<sup>17</sup> Proyecto financiado por PRODERNEA, Informe suministrado por el área dependiente del Ministerio de Economía de la Nación.



ocasionales; la falta de luz eléctrica o la inconstancia de la red existente limita la utilización de maquinarias o de equipo que facilitarían la producción.”

En el estadio actual del proyecto, la salida de los productos al mercado se encuentra garantizada a través de un Convenio de comercialización que la ejecutora del proyecto tiene suscripto con una organización dedicada a tal fin; el papel desarrollado por la ejecutora del proyecto es de control, garantía y mediación entre ambas partes. Las tareas de comercialización, en una primera etapa, se desarrollaron con un fondo de comercialización de una Fundación. Posteriormente, con la puesta en funcionamiento de los fondos provistos por el PRODERNEA, una parte de las acciones de comercialización fueron transferidas a las agrupaciones de mujeres.

En el proyecto señalan que, en general, la estrategia está enfocada en la apertura de nuevos canales de comercialización, en especial en la franja del mercado de alto nivel adquisitivo. Actualmente, los productos realizados por las agrupaciones de mujeres se venden principalmente en la ciudad de Buenos Aires.

Con respecto al comercio exterior, participaron de la feria del MACEF de Milán, en Italia, durante el mes de setiembre de 2003, lo que les permitió marcar la presencia de productos de “chaguar”. Cabe agregar que hasta el momento en que obtuve este Informe para el presente trabajo no había enviado el material actualizado y, por lo tanto, aún no se habían logrado instalar el producto con fuerza en los mercados externos.

Para determinar el costo de comercialización interna, realizaron un estudio donde determinaron que, sobre el precio de venta necesitan descontar un 20% para cubrir los costos de distribución, facturación, fletes, viajes, atención a los clientes, cobro, salario del encargado etc., y un 13% en concepto de terminación, acondicionamiento y empaque. Lo cual lleva a que del precio final de venta el 66,66% quede a las artesanas y el 33,33% en las etapas referidas. Sin embargo, señalan que a medida que vaya avanzando el proyecto, los costos de producción tenderán a reducirse por el aumento de la producción y de la confianza con los clientes.

En los logros que alcanzaron, afirman que las tres agrupaciones de mujeres wichí comercializaron un total de 49.753,50 pesos. Las dos Agrupaciones toba





comercializaron un total de 10.157,85 pesos, es decir que se ha comercializado por un total de 59.911,35 pesos en el primer período de implementación del proyecto (mayo 2003/2004).

Entro los problemas que detectaron en la producción señalan la conflictividad a la hora de establecer con los parámetros económicos regulares, los costos de producción. Uno de ellos es el caso del chaguar ya que esta actividad artesanal no puede reportar ingresos superiores a los 70 pesos mensuales porque los tiempos de elaboración de la fibra son actualmente extremadamente largos. Para elaborar una cartera yica grande (30cm x 30cm) la artesana en promedio, tarda 7 días, trabajando ocho horas por día: tres días le lleva el hilado y cuatro días el tejido. La artesana está vendiendo ahora la cartera a 10 pesos. Mejorando la estrategia de comercialización, reduciendo los costos fijos, aumentando los volúmenes de producción, se puede llegar a vender a 15 pesos. Manteniendo los tiempos de producción, siempre se trata de un precio inicuo.

El problema fundamental parece entonces evidente: para poder transformar la actividad artesanal de chaguar en una actividad productiva rentable es necesario intervenir en la producción, tecnificando la etapa del hilado.

No es una cuestión que las artesanas desconocen. Ellas advierten y plantean la cuestión pero al mismo tiempo se muestran satisfechas con los precios que se pudieron conseguir a través de la Agrupación porque son los mejores. La misma cartera yica que la Agrupación paga 10 pesos, el Ica la paga 5 pesos y el yiquero 2 pesos.

Las artesanas se manifestaron conformes porque sienten que por primera vez tienen "un trabajo", ya que cuentan con un ingreso seguro por mes. Aún si el monto en dinero objetivamente es bajo respecto al trabajo que requiere, para las mujeres este dinero es muy significativo porque trasciende lo económico. Les permite planificar sus gastos y les da cierta libertad o poder de decisión en la forma de gastarlo.

Otra de las opciones para el comercio internacional es el vinculado al Comercio Justo que distintas organizaciones no gubernamentales y civiles han ejercido. Oxfam, una Organización No Gubernamental (ONG) vinculada al comercio con



justicia, desarrolló el informe "Cambiar las reglas"<sup>18</sup>. Allí señala la necesidad de modificar las reglas establecidas por la OMC para el comercio internacional, que producen más pobreza y dificultad en el desarrollo de las regiones menos favorecidas o en situaciones de pobreza.

El Informe advierte: *"El coste humano de un comercio injusto es enorme. Si África, el este, el sur de Asia, y América Latina vieran incrementada en un 1 por ciento respectivamente su participación en las exportaciones mundiales, el aumento resultante de sus ingresos podría liberar a 128 millones de personas de la pobreza. Esa reducción de la pobreza contribuiría a mejorar otras áreas como la salud infantil y la educación."*<sup>19</sup>

En Argentina, Arte de pueblos celebra la Semana del Comercio Justo del 10 al 17 de mayo en su local de artesanías de Libertad 948, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El público accede a fotos y videos de los artesanos aborígenes trabajando en sus comunidades, conversa con voluntarios para saber más acerca del Comercio Justo y el Consumo Responsable.

En todo el mundo se celebra el Día Internacional del Comercio Justo el segundo sábado de mayo. Este año, que corresponde al día 10, el mensaje estuvo dedicado especialmente a la ecología, para mostrar que, entre sus tantas ventajas, el Comercio Justo es una forma sustentable de producción no agresiva con el medio ambiente.

Arte de pueblos es la tienda que comparten 3 organizaciones sin fines de lucro, dedicadas al comercio justo, la economía social y el rescate de los valores culturales de los pueblos originarios de Argentina. Fundación Silataj, Fundación Niwok y Asociación Surcos Patagónicos tienen una trayectoria de compromiso con las comunidades de artesanos y su necesidad de recuperar la dignidad a través del trabajo.

En el local se venden una gran variedad de artesanías de calidad producidas por hombres y mujeres de las comunidades Wichi, Mapuche, Chané, Toba, Kolla, Pilagá y Chorote: ponchos, fuentes y cubiertos de madera, canastos, máscaras, pullovers, bufandas, pantuflas, medias y gorros de lana, caminos de mesa, chalecos, collares y bijou, además de otros accesorios de decoración.

<sup>18</sup>Oxfam Int *Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza.*(2002). Londres

<sup>19</sup> Idem anterior





Foto: Local de Comercio Justo en Buenos Aires, yicas de chaguar y otros, con identificación por ubicación, origen, etc.



Foto: máscaras de palo santo en local de Comercio Justo, Buenos Aires

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente de los países menos desarrollados.



Pero el Comercio Justo va más allá del intercambio: demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a las personas.

Las artesanías representan entre un 20% y un 25% del total de compras de algunos mercados de Comercio Justo. La gama de productos artesanales que se comercializa en Fair Trade (FT) es muy variada y demanda una alta capacidad de innovación en cuanto a tendencias de moda. Los canales de venta más usados para artesanías dentro de este esquema, son las tiendas mundiales, catálogos, mercados institucionales y tiendas propias. Los productos artesanales se insertan en la industria de regalos y de decoración de interiores, donde los niveles de exigencia en cuanto a diseño, calidad y precio son fuertes. La oferta media de un importador de comercio justo es de 1000 a 5000 artículos diferentes. En el año 2001, las ventas de artesanías en el mercado alternativo representaron alrededor de 110 millones de Euros. Como dato comparativo, el mercado de la industria de decoración, representa tan sólo en Inglaterra 35 mil millones de Euros, lo cual indica un gran mercado potencial.

En el sector de artesanía, el factor de **precio justo** es más complejo. La gama de productos es muy variada y cambiante (productos con ciclo de vida corto). El precio en cada uno de ellos depende de la técnica, materias primas utilizadas y el costo de mano de obra que varía en las diferentes regiones. Por lo anterior, no es fácil definir precios estándares o mínimos.

En el sector alimentario, el precio se convirtió en el principal instrumento para medir la equidad. Aunque este es un principio limitado es válido, al menos, para las materias primas comercializadas en el nivel internacional, donde el precio de mercado mundial sirve de referencia. En el sector de la artesanía, el precio justo debe ser definido para cada caso.

Por lo general no existen referencias externas para medir un precio justo. En algunos casos no hay mercado local para los productos artesanales, en otros los productos comercializados en este mercado no son comparables a los artículos destinados a la exportación.





En 1999/2000, Oxfam Fair Trade Company UK encargó un estudio sobre los ingresos de los productores de artesanía de Comercio Justo, en dieciocho grupos de productores de 7 países. Los ingresos de estos productores “eran de 9 a 28% superiores a lo que habrían podido ganar en el mismo plazo de tiempo gracias a otras actividades”<sup>20</sup>. Los distintos resultados en los diferentes grupos analizados, se explican principalmente por el tamaño de estos últimos: cuanto más numeroso es el grupo de artesanos, menor es el ingreso per capita.

Las disparidades regionales fueron relativamente insignificantes, lo que deja pensar que las Organizaciones de Comercio Alternativo, pagan efectivamente un precio equitativo con relación a las normas locales. Sin embargo, esta evidencia es limitada porque en un gran número de casos, no existe otra actividad posible. Esto se evidencia cuando son **mujeres** las que trabajan en la producción artesanal, puesto que efectúan este trabajo en momentos en que, de otra manera, realizarían tareas no remuneradas para la familia o la comunidad. El mismo estudio resume también la opinión de los productores de artesanía sobre el Comercio Justo. Aunque a menudo los productores no hacían diferencias, en términos de precio recibido, entre el Comercio Justo y el comercio convencional, describieron claramente las ventajas de su relación con las Organizaciones de Comercio Alternativo (OCA), sintéticamente consistentes en:

- Las posibilidades de formación, ofrecidas por algunas OCA y por EFTA (European Fair Trade Association): como asociación, que evalúan como una fuente preciosa de información sobre los mercados, el diseño, la comercialización y la gestión;
- Los contactos internacionales y los ingresos provenientes de la exportación facilitan el acceso a nuevas tecnologías. Se pueden adquirir ordenadores dotados de acceso a Internet o modernizar algunos equipamientos (como por ejemplo, telares);
- La asistencia en la creación de nuevos diseños de acuerdo a los requerimientos del mercado;
- Se descarta la existencia de los intermediarios comerciales;
- Los pagos y anticipos son rápidos y confiables;

---

<sup>20</sup> Estudio de Evaluación de Impacto (Impact Assessment Study) de OXFAM Fair Trade, Raúl Hopkins, julio 2000, p.14



- Los productores pueden tener acceso a créditos baratos e incluso gratuitos. En la mayoría de los casos el reembolso puede hacerse en especie. Para numerosos productores es el único medio para acceder a créditos;
- El Comercio Justo es su primer y frecuentemente el único medio de acceder al mercado de exportación. La mayoría de los productores no tienen los medios financieros ni administrativos para participar en ferias comerciales o para ponerse en contacto con potenciales clientes;
- Hay una continuidad en la relación comercial. Aunque los productores deploran las fluctuaciones a veces substanciales en los volúmenes de los pedidos hechos por las OCA, aprecian que las relaciones sean a largo plazo.

Los 10 estándares del Comercio Justo son:

- 1) Crear oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional.
- 2) Administración y relaciones comerciales transparentes, para trabajar de forma justa y respetuosa hacia los socios comerciales.
- 3) Desarrollar la independencia del productor. Las relaciones de Comercio Justo otorgan continuidad, durante la cual los productores y sus organizaciones pueden mejorar sus habilidades en administración y su acceso a nuevos mercados.
- 4) Promocionar y generar conciencia sobre el Comercio Justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Suministrar a los clientes información sobre la organización, sus productos y en qué condiciones son fabricados.
- 5) Pago de un precio justo en el contexto local o regional es aquel que se ha acordado a través de diálogo y participación. No solamente cubre costos de producción sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable.
- 6) Equidad de género: recompensa debida al trabajo de la mujer.
- 7) Condiciones de trabajo seguras y saludables.
- 8) Respeto a la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño así como las leyes locales y normas sociales para asegurar que la participación de niños (si la hubiera) en los procesos de producción de artículos





comerciadados justamente no afecte adversamente su bienestar, su seguridad ni sus requerimientos educacionales y recreativos.

9) El Comercio Justo promueve activamente mejores prácticas medioambientales y la aplicación de métodos de producción responsables.

10) Las Organizaciones de Comercio Justo comercian con una preocupación por el bienestar social, económico y medio ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a costa de ellos. Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Fair Trade Organization (IFAT) [www.ifat.org](http://www.ifat.org)



## Capítulo III

### 3.1 Definición de artesanía<sup>22</sup>

Los productos artesanales son los producidos por artesanos (ya sea totalmente a mano, o con ayuda de herramientas manuales, o incluso, de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente fundamental del artículo acabado). Según establece la Guía para exportar artesanías (CFI, 2008): “Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos técnicos y a sus habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico o mental”. Se elaboran sin limitación, por lo que se refiere a la cantidad, utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles, la mayor parte de las veces.

Existen diferentes tipos de artesanos, clasificados por la Guía mencionada en:

a) *Aprendíz*: Es la persona que se inicia en el proceso de capacitación manual técnica, de asimilación y ejercitación artística dentro de un taller artesanal - lugar donde el artesano tiene sus elementos de trabajo instalados para lograr un proceso autónomo e independiente de producción de objetos artesanales y prestación de servicios de conformidad en el índice de oficios artesanales donde existe una baja división del trabajo con una función múltiple de creación, enseñanza y organización bajo la orientación de un instructor o de un Maestro Artesano debidamente acreditado;

b) *Oficial*: Es el artesano con capacidad manual y técnica para la elaboración de objetos, de un oficio artesanal específico, sin ser considerado creador en cuanto al diseño y a su expresión estética, y quien ejecuta su labor en forma automática;

---

<sup>22</sup> idem pág. 12, ver Capítulo 3 “Aspectos y Conceptos”





c) *Instructor*: Es el artesano, cuya experiencia, capacitación, preparación manual, técnica y nociones pedagógicas, le permiten impartir conocimientos teóricos y prácticos en relación con la producción artesanal en un oficio concreto;

d) *Maestro Artesano*: Es la persona que tiene conocimiento pleno de la artesanía en su especialidad, además posee condiciones de originalidad y creatividad en las técnicas, el diseño y la producción artesanal.

La naturaleza especial de las piezas artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas o significativas religiosa y socialmente y no se pueden reproducir en forma idéntica, son piezas únicas.

Los siguientes rasgos son los que se incluyen en casi todos los países productores de artesanías:

- Tradicional
- Autenticidad popular
- Prominencia manual
- División del trabajo manual
- Producción individual/doméstica
- Sentido de la creación
- Sentido estético
- Utilidad funcional
- Localización geográfica determinada
- Anonimia en cuanto a las tecnologías utilizadas (los secretos del oficio)

En síntesis, la artesanía se define como una actividad productora de bienes, caracterizada por el uso de tecnología no industrial, en la que predomina el trabajo manual sobre el mecánico, y a partir de la cual se elaboran objetos con contenidos artísticos y / o culturales. La categoría de artesanal no se refiere principalmente a los objetos sino a la modalidad de producción que les da origen.



La artesanía aborígen proveniente de los pueblos originarios consiste en una producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social, que constituye la expresión material de la cultura de la comunidad que la produce. Se manifiesta en unidades étnicas relativamente cerradas; con la finalidad de satisfacer necesidades sociales, simbólicas y religiosas, entre otras<sup>23</sup>.

Las comunidades aborígenes continúan ubicadas, en la mayoría de los casos, en los mismos asentamientos primitivos de origen. Presentan distintos grados de evolución cultural y de concentración poblacional. En las regiones donde los asentamientos han desarrollado una mayor dispersión, las comunidades han logrado un establecimiento exitoso en los territorios que ocupan, capaz de permitirles un crecimiento socio-organizativo y técnico-cultural. (MATRA)

---

<sup>23</sup> Ver en: [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar)





### Ubicación actual de los Pueblos Originarios Argentinos.



Fuente: Equipo Nacional de Pastoral Aborigin, ENDEPA

(1) Incluye a los pueblos originarios de la Patagonia.  
No incluye a los pueblos originarios de la Patagonia.  
(2) Incluye a los pueblos originarios de la Patagonia.  
No incluye a los pueblos originarios de la Patagonia.

Fuente: INDEC  
Censo Nacional



Cuadro 4. Población por pueblos originarios. Total del país. Años 2004 y 2005

Pueblo originario	Población
Atacama	3.044
Ava guaraní	21.807
Aymara	4.104
Chané	4.376
Charrúa	4.511
Chorote	2.613
Chulupí	553
Comechingón	10.863
Diaguita/diaguita calchaquí	31.753
Guaraní	22.059
Huarpe	14.633
Kolla	70.505
Lule	854
Mapuche	113.680
Mbyá guaraní	8.223
Mocoví	15.837
Omaguaca	1.553
Ona	696
Pampa	1.585
Pilagá	4.465
Quechua	6.739
Querandí	736
Rankulche	10.149
Sanavirón	563
Tapiete	524
Tehuelche	10.590
Toba	69.452
Tonocoté	4.779
Tupí guaraní	16.365
Wichí	40.036
Otros pueblos declarados (1)	3.864
Pueblo no especificado (2)	92.876
Sin respuesta	9.371

(1) Incluye, entre otros, los casos registrados con las siguientes denominaciones: abaucán, abipón, ansilta, chaná, inca, maimará, minuán, ocloya, olongasta, pituil, pular, shagan, tape, tilcara, tilián y vilela. No se brindan datos por separado para cada denominación debido a que la escasa cantidad de casos muestrales no permite dar una estimación de cada total con la suficiente precisión.

(2) Incluye los casos en que la respuesta relativa al pueblo indígena de pertenencia y/o ascendencia en primera generación fue "ignorado" u "otro pueblo indígena".

Fuente: INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.





### 3.2 Clasificación de la artesanía según técnica, función y materia prima

Según un estudio del Consejo Federal de Inversiones, en el mercado internacional, la definición de productos de artesanía es mucho más amplia puesto que incluiría también los artículos fabricados por “industrias caseras”, independientemente de que posean o no “las características originales de cada región geográfica o el país de producción” (Documento UNCTAD, Informe del grupo intergubernamental de expertos sobre Clasificación Arancelaria – TD/B/C2/76)

Teniendo en cuenta las limitaciones que supondría la utilización de una sola variable para clasificar las artesanías, en el *Manual sobre artesanías regionales argentinas*, el CFI propone adoptar un criterio combinado que agrupe las actividades de producción y sus resultados según sus rasgos más distintivos y comprensivos, y rescata la categorización utilizada en nuestro país por el Fondo Nacional de las Artes, que discrimina de la siguiente forma:

- Artesanía del tejido (técnica)
- Alfarería (materia prima y técnicas)
- Artesanía de la fibra vegetal (materia prima)
- Artesanía del cuero (materia prima)
- Artesanía de la madera, asta y otras (materia prima)
- Artesanía de los metales (materia prima)
- Artesanía de la máscara (función)
- Imaginería (función)
- Instrumentos musicales (función)

Características principales según rubros y productos

#### Tejido

El tejido se define como el entrecruzamiento de hilados flexibles, elaborados con fibras de origen animal (lana, pelo) o vegetal (algodón, chaguar, etc). Se incluye también dentro de la artesanía del tejido a todos los procesos de fibras que originan hilados.



Producto: telas, fajas, lana hilada, almohadones, caminos, medias, tapices, mantas, flecos, rebozos, alfombras, bolsos, guantes, hamacas, yicas, ponchos, peleros, chombas, alforjas, maletas, bufandas, gorras, otros.

#### Alfarería

Se denomina así a un conjunto de procedimientos por los cuales, a partir de un mineral llamado arcilla, combinado con agua, se modelan piezas directamente con las manos o con la ayuda de herramientas simples.

Productos: ollas, candeleros, tinajas, platos, vasijas, juguetes, vasos, jarras, figuras humanas, figuras de plantas, figuras de animales, otros.

#### Cestería

Se denomina así al conjunto de procedimientos de entrecruzamiento de fibras duras de origen vegetal. Su mayor producción consiste en canastos o cestos, confeccionándose con igual técnica las esteras y pantallas.

Productos: animales, costureros, bolsos, canastos, sogas, flores, paneras, esteras, posavasos, posaplatos, otros.

#### Cuero

Esta categoría incluye los trabajos que presentan como característica común la materia prima con que han sido elaborados, ya sea tomada en forma natural (crudo) o con un tratamiento previo (curtido), con su especialidad, la talabartería.

Productos: piezas de arreos, cinturones, pellones, monturas, llaveros, quillangos, botas, petacas, otras.

#### Madera

Incluye todos los trabajos de talla y torneado, realizados en maderas regionales duras o blandas, con distintos fines, utilidades, muebles rústicos de hechura popular, herramientas y adornos.

Productos: platos, cucharas, vasos, fuentes, bateas, morteros, mates, figuras humanas y de animales, jarros, otros.





### Imaginería o santería

Se agrupan en este tipo de artesanía las obras realizadas con diversos materiales destinados al culto, en especial las imágenes religiosas, sean estas del santoral católico o de santos populares.

Productos: figuras de santos, cristos, vírgenes, pesebres, angelitos, otros.

### Instrumentos musicales

Lo definitorio en este caso es el uso que se asigna a los productos en la comunidad, puesto que las materias primas y técnicas están estrictamente subordinadas a su función específica. Los estudiosos distinguen, en el folclore de nuestro país, cuatro tipos de instrumentos musicales: idiófonos, membranófonos, cordófonos y aerófonos.

Productos: bombos, erchenchos, anatas, guitarras, cajas, violines, erkes, charangos, pincullos, quenenas, sicus, otros.

### Metales

Los metales de mayor arraigo en su utilización por los artesanos argentinos son la plata y la alpaca. En este rubro se distinguen dos tipos de producción: a) para uso litúrgico y doméstico; b) como complemento ornamental de la artesanía del cuero para aperos y vestimenta gauchesca.

El empleo del hierro forjado, que tuvo su apogeo en la época colonial, ha desaparecido casi totalmente.

Productos: figuras humanas, plantas, animales, adornos, mates, cucharones, cucharitas, herrajes, joyas, bombillas, platos, adornos para aperos, promesas, cuchillos, jarros, otros.

### 3.3 Características de la demanda

Teniendo en cuenta lo planteado en el Informe de Comercio Exterior de la Fundación Exportar del año 2004 "*Certificado de Artesanía en la Exportación*", el mercado de las artesanías puede dividirse en cuatro segmentos, de acuerdo a la razón que motiva la compra del producto y al momento en que el artículo es adquirido.



Una diferenciación teniendo en cuenta estos aspectos, permite la consideración de uno de los factores motivadores de la compra de estos productos, relacionado también con la provisión de las mercancías y la reposición de stock.

*Segmento de los productos adquiridos para ser utilizados:* se adquiere el producto para su utilización en cualquier época del año. Debe tenerse en cuenta que las artesanías no tienen como fin único el de representar o transmitir valores estéticos o culturales de una región. Las creaciones también pueden estar relacionadas con la búsqueda de artículos que satisfagan alguna necesidad de funcionalidad y permitir su uso cotidiano.

*Segmento de Regalos:* La compra se realiza en ocasiones especiales, siendo obsequio para familiares o amigos.

*Segmento de los objetos de arte:* estos objetos se caracterizan por tener un valor artístico en sí mismos, son adquiridos en tiendas o en estudios de artesanos o artistas. La diferencia es el precio y la exclusividad. Normalmente no se adquieren para obsequiar sino que son adquiridas por coleccionistas para su propio hogar.

*Segmento de Souvenirs:* esta tipificación resulta interesante ya que puede subdividirse en dos aspectos, por un lado los souvenirs que representan un recordatorio de la visita del lugar y por otro lado la realización de artesanías para ser vendidas como souvenirs en otros países del mundo. En este último se aprovecharían recursos locales tales como la calidad del artesanado y el costo de la mano de obra, entre otros.

### **3.4 Características de las poblaciones aborígenes del Chaco**

Las artesanías aborígenes más representativas de la provincia son las vinculadas a la comunidad toba, ya que son los de mayor cantidad poblacional (ver cuadro 4) y una gran cantidad de miembros habitan en Resistencia y sus alrededores, por lo que sus productos de cestería y alfarería están presentes en la mayor parte de los puntos de venta del sector. Le siguen las artesanías wichís provenientes del norte de la provincia (ver imagen 1), con los productos de chaguar y palo santo y, en tercer lugar, aunque en menor escala, la alfarería mocoví.





Foto: artesana de la comunidad wichí con su artesanía de cerámica y chaguar, 2006.

Aunque el registro provincial no está completo, se estima que podrían estar trabajando cerca de 3000 artesanos y artesanas en la provincia, el 10 por ciento de la población aborigen.

Cuadro 5. Población toba de 12 años o más obrera o empleada por sexo según área de inserción laboral. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Sexo	Población de 12 años o más obrera o empleada		Área de Inserción laboral					
			Estatal		Privada		Ignorado	
Total	100%	4.883	54%	2.637	45%	2.187	100%	(..)
Varones	62,7%	3.061	49,20%	1.300	78%	1.708	(..)	(..)
Mujeres	37,3%	1.822	50,20%	1.337	22%	479	(..)	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos.





La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

Fuente: INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Como puede observarse en el cuadro 5, el nivel de inserción laboral en ambos casos, estatal y privada, difiere en un porcentaje bajo (9 puntos) aunque se detalla que en la mayoría de los casos son los varones los que dejan el hogar para acceder a puestos de trabajo fuera de la comunidad (62,7 por ciento contra un 37,3), siendo estos empleos en mayor medida vinculados con contratos temporales en función de las necesidades del sector privado, lo que genera inestabilidad de ingresos. En el caso de las mujeres, se aprecia que en gran medida son empleadas por organismos estatales (78 por ciento de los casos).

Cuadro 6. Población wichí de 12 años o más obrera o empleada por sexo según área de inserción laboral. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Sexo	Población de 12 años o más obrera o empleada		Área de Inserción laboral					
			Estatal		Privada		Ignorado	
Total	100%	3.005	73 %	2.219	23 %	704	2,7%	82
Varones	65,9 %	1.983	61%	1.355	81,5%	574	65,8%	54
Mujeres	34,1%	1.022	38,9%	864	18,4%	130	34,1%	28

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. Nota: datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

Fuente: INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

En el caso de la comunidad wichí la cantidad de empleados totales en puestos estatales es notablemente superior en comparación a la comunidad toba (73 por ciento contra un 54 % en el segundo caso) lo que señala una cierta estabilidad en los ingresos y un porcentaje similar en cuanto a qué género deja el hogar y abandona las tareas tradicionales hacia dentro de la comunidad.

En cuanto a la comunidad mocoví no se encuentran datos económicos en la Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas que realizó el INDEC entre 2004-2005.

#### *Asociaciones de Artesanos y ONG*

Las asociaciones de artesanos son débiles para plantearse cualquier estrategia de comercialización, aún en su lugar de residencia. Una vez lograda la personería jurídica y un local donde vender (generalmente ajeno a circuitos





turísticos), suelen no desarrollar otras acciones para mejorar la comercialización.

Entre ellas están: Cooperativa Albaloopi, en Resistencia, Asociación de Artesanos Qompi Lontac Cacique Pelayo, en Fontana; Comisión de Artesanos Aborígenes Toba Abalohó y Asociación Qom'Pi Toba en Roque Saenz Peña.

En la provincia, según el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas, existe una población aborigen de alrededor de 35000 personas, de las que entre el 75 y el 80 por ciento pertenecen a la comunidad tobas, localizada fundamentalmente en la región norte, centro y sureste (ver imagen 1).

La gran migración producida hacia las grandes ciudades, como Resistencia, colabora para que los productos artesanos de algunas comunidades tengan presencia en locales y en las ferias de las plazas. Además tienen presencia en otras ciudades como Fontana, Quitilipi, Machagai, Roque Saenz Peña, Gral. San Martín, Juan J. Castelli y Pampa del Indio. De más está decir que todavía existen muchas comunidades que viven en zonas rurales. Particularmente su producción se basa en la cestería, alfarería y el tejido de lana, aunque también realizan collares con semillas y tallados en palo santo.

Los wichís, que también residen en el noreste de la provincia de Salta y en el oeste de Formosa, se ubican al noroeste de la provincia del Chaco (en el llamado El Impenetrable), a orillas del Río Teuco-Bermejo (ver imagen 1). Las principales comunidades son: El Sauzalito, El Sauzal, Nueva Pompeya, Tres Pozos y Miraflores.

Las mujeres tejen el chaguar y los hombres tallan el palo santo, creando distintos tipos de útiles y figuras. La alfarería rústica también es una de sus artesanías.

Las comunidades de los mocovíes está formada por unos tres mil habitantes, en el suroeste de la provincia (ver imagen 1), en las localidades de Villa Ángela y Charata. Producen alfarería artística rústica.

### **3.5 Conformación de la población artesanal**

Según referencias del Centro Cultural Leopoldo Marechal, existen registros de unos seiscientos artesanos en toda la provincia, aunque este dato es parcial ya que sólo hay registros en 7 de los 16 departamentos relevados en el estudio de



FLACSO. Allí se estiman que serían cerca de tres mil los aborígenes dedicados a la artesanía, lo que representa el 10 por ciento de la población de estas comunidades.

El cuadro siguiente se basa en información confeccionada a partir del censo de 1991 y representa un mapeo de la población artesanal aborígen. No existe actualización de datos hasta la fecha.





Cuadro 7: Mapeo de la población aborígen en la Provincia de Chaco

Departamento	localidad	Artisanos acreditados	Población aborígen censo 1991
San Fernando	Resistencia	56	Total 2.061
	Fontana	39	
Comandante Fernández	Presidente Roque Sáenz Peña	107	Total 1464
Bermejo	La Leones	4	Total 1298
	Las Palmas	4	
General Guemes	Miraflores	55	Total 10.277
	M. Nueva Pompeya	100	
	V. Río Bermejito	26	
	Juan J. Castelli	10	
	Charata-El Espinillo	74	
	Fortín Lavalle	66	
Libertad	Puerto Tirol	8	Total 104
Quitilipi	Quitilipi	18	Total 1813
Gral. San Martín	Gral. San Martín	224	Total 5322
	Pampa del Indio	35	
	Pcia. Roca	7	
1° de Mayo	Zona no visitada		Total 55
General Donovan	Zona no visitada		Total 184
25 de Mayo	Zona no visitada		Total 3320
Maipú	Zona no visitada		Total 944
San Lorenzo	Zona no visitada		Total 275
O'Higgins	Zona no visitada		Total 574
Chacabuco	Zona no visitada		Total 416
Mayor L. Fontana	Zona no visitada		Total 899
Tapenga	Zona no visitada		Total 188

Fuente: Centro Cultural Leopoldo Marechal, Proyecto/ Informe 2003

*Situación contextual de la población estudiada*



Las dos comunidades más grandes en la provincia son los wichís y tobas, por lo que el análisis que continúa refleja la situación de estas dos.<sup>24</sup>

En general, los artesanos ingresan al oficio como parte de una herencia familiar y en la mayoría de los casos es una tradición cultural de su comunidad de origen. Esto hace que sea un conocimiento disperso en la sociedad en general, por lo que no es portado por un individuo en particular.

Dentro de las comunidades la artesanía es una actividad socializadora, todos los miembros de la comunidad saben hacerla -bien o mal- y participan en algún momento del proceso. Forma parte de su capital sociocultural y crece frente a la caída de otros recursos laborales o económicos. Es una actividad dominante del mundo aborígen. Es tanto económica como socialmente, un modo de entender la vida y las relaciones.

En los cuadros siguientes se refleja la actividad vinculada a la cultura de cada pueblo y cuál es la importancia que cada comunidad le otorga a la posibilidad de recuperar y transmitir las costumbres de sus antepasados.

Cuadro 8. Hogares del pueblo toba por si sus integrantes mantienen costumbres o realizan prácticas propias de la cultura de un pueblo indígena. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Mantienen costumbres o realizan prácticas propias de la cultura de un pueblo indígena		
Total	%	9.619
Sí	57,7	5.555
No	35,9	3.458
Ignorado	6,3	606

**Notas:** datos provisionales.

Los hogares de cada pueblo indígena son aquellos donde al menos uno de sus integrantes se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005  
- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 9. Hogares del pueblo toba por si sus integrantes creen importante rescatar y transmitir la cultura de sus antepasados. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

<sup>24</sup> Información obtenida en el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas y la Fundación Chaco Artesanal.





Creen que es importante rescatar y transmitir la cultura de sus antepasados		
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>9.619</b>
Sí	87,2	8.390
No	5,8	559
Ignorado	6,9	670

**Notas:** datos provisionales.

Los hogares de cada pueblo indígena son aquellos donde al menos uno de sus integrantes se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 10. Hogares del pueblo wichí por si sus integrantes mantienen costumbres o realizan prácticas propias de la cultura de un pueblo indígena. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Mantienen costumbres o realizan prácticas propias de la cultura de un pueblo indígena		
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>7.361</b>
Sí	46,5	3.429
No	47,4	3.491
Ignorado	5,9	441

**Notas:** datos provisionales. Los hogares de cada pueblo indígena son aquellos donde al menos uno de sus integrantes se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 11. Hogares del pueblo wichí por si sus integrantes creen importante rescatar y transmitir la cultura de sus antepasados. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Creen que es importante rescatar y transmitir la cultura de sus antepasados		
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>7.361</b>
Sí	77,2	5.688
No	16,4	1.208
Ignorado	6,3	465

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Notas:** datos provisionales

Los hogares de cada pueblo indígena son aquellos donde al menos uno de sus integrantes se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Como se observa en los cuadros 8, 9, 10 y 11, la relación entre los que mantienen y los que creen importante conservar la cultura es predominantemente diferencial, ya que señala la imposibilidad de continuar con su reproducción. Dadas las condiciones económicas por las que atraviesan las diferentes comunidades, no tienen posibilidad de elegir mantenerse en su lugar



de origen o salir a buscar empleo en relación de dependencia o en "changas", lo que como consecuencia resulta en la pérdida de sus raíces culturales y prácticas sociales. Los componentes del orden sociocultural suelen ser desconocidos a la hora de planificar transacciones comerciales.

En lo que respecta a la división de las funciones, están bien diferenciadas: las mujeres tejen, realizan bijou y trabajan la cestería y los varones se dedican a tareas de tallado en madera y algo de cestería. En tallado trabajan el palo santo, madera dura y perfumada de la zona, para la realización de distintas piezas (mapas del Chaco, cruces, imágenes religiosas, morteros, jarras, cubiertos, animales, etc.). Para ello utilizan como herramientas machetes, cuchillos y serruchos. La cestería es, por tradición, una actividad de las mujeres y no sólo redonda en seguridad alimentaria y vestido, sino que contribuye a elevar la valoración del trabajo de la mujer y le confiere cierta autonomía.

Según un informe de la Fundación Grameen (Aldeas)<sup>25</sup>, las artesanías tradicionales (tejido, cestería y alfarería) constituyen un ingreso fundamental para los tobas, aunque muchos trabajan como peones, empleados en las petroleras, cosechadores de algodón o haciendo changas en los pueblos de los alrededores y actividades tradicionales del medio (caza, pesca, etc.).

El avance de la tecnología en comunicación hizo posible que varios aborígenes accedan al teléfono celular. Esto posibilita la conexión permanente tanto con los criollos para responder a pedidos como entre ellos. Esto ha sido un avance en muchas comunidades, que en ocasiones comparten un solo celular por comunidad como única forma de comunicación hacia el resto.

El siguiente cuadro muestra los departamentos donde viven en su mayoría los pueblos originarios, donde se puede observar que la proporción de hogares que, en el 2001, todavía no accedían a una línea de comunicación, seguía siendo alto. Sin embargo, estos números se han modificado en la realidad, en parte por el acceso a la telefonía celular por la mayor parte de la población y porque ya han pasado 7 años de la reafición de la encuesta mencionada.

---

<sup>25</sup> La Fundación Grameen se caracteriza por entregar microcréditos, ver más en [www.grameenarg.org.ar](http://www.grameenarg.org.ar)





Cuadro 12. Acceso a líneas de telefonía celular o fija por hogar

Nombre de departamentos	Teléfono fijo y celular	Sólo celular	Solo teléfono fijo	No tiene teléfono	total hogares
Comandante Fernández	1634	2106	5219	13366	22325
General Güemes	244	865	684	11724	13517
Quitilipi	307	675	798	5650	7430
San Fernando	11720	11610	24478	43640	91448

Fuente: Encuesta Complementaria de Hogares, INDEC, 2001

Cuadro 13. Acceso a PC, con y sin conexión a internet por hogar

Nombre de departamentos	PC c/ conexión internet	PC s/ conexión internet	No tiene PC	total hogares
Comandante Fernández	500	1501	20324	22325
General Güemes	55	412	13050	13517
Quitilipi	64	288	7078	7430
San Fernando	5033	9597	76818	91448

Fuente: Encuesta Complementaria de Hogares, INDEC, 2001

En cuanto a la educación, el grado de analfabetismo, ausentismo o deserción en las escuelas es alto. Las principales causas son las migraciones estacionales, la falta de escuelas bilingües y los programas no adaptados a la realidad aborígen.

Cuadro 14. Población toba de 10 años o más por grupos de edad según condición de alfabetismo. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Grupos de edad	Población de 10 años o más		Condición de alfabetismo				
			Alfabetos		Analfabetos		Ignorado
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>32.457</b>	<b>80,5%</b>	<b>26.128</b>	<b>19,3%</b>	<b>6.278</b>	<b>(..)</b>
10-14	21,3	6.923	24,9	6.514	6,4	404	(..)
15-19	17,4	5.658	20,3	5.287	5,8	367	(..)
20-39	35,3	11.471	36,9	9.653	28,7	1.806	(..)
40-59	18,9	6.143	14,5	3.810	36,8	2.313	(..)
60 y más	6,9	2.262	3,3	864	22,1	1.388	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. Nota: datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

Fuente: INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

En la comunidad toba, del total de analfabetos, la mayor proporción se da entre los miembros de entre 20 a 39 años (28,7 por ciento) y 40 a 59 años (36,8 por ciento). Sin embargo, también entre los 10 y los 39 años, se muestra una mayor cantidad de alfabetizados. Esto puede analizarse como consecuencia de las políticas públicas de educación orientadas a brindar mayor acceso a la educación a partir de adaptar, en algunas comunidades, los contenidos curriculares de las escuelas e incorporar la enseñanza bilingüe.





Cuadro 15. Población wichí de 10 años o más por grupos de edad según condición de alfabetismo. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Grupos de edad	Población de 10 años o más		Condición de alfabetismo					
			Alfabetos		Analfabetos		Ignorado	
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>24.248</b>	<b>76,6%</b>	<b>18.582</b>	<b>22,6%</b>	<b>5.492</b>	<b>0,7%</b>	<b>174</b>
10-14	20,5	4.979	24,5	4.550	7,3	401	16	28
15-19	16,5	4.010	19,5	3.634	6,5	357	(..)	(..)
20-39	39,5	9.582	40,8	7.594	34,8	1.912	43,6	76
40-59	16,6	4.017	11,9	2.223	32	1.760	19,5	34
60 y más	6,8	1.660	3,1	581	19,3	1.062	(..)	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

En el caso de la comunidad wichí sucede lo mismo que con los tobas, donde se registra una menor cantidad de alfabetizados y se da que la mayor cantidad de personas sin acceder a la educación formal pertenece a la franja etaria de 20 a 39 (34,8 por ciento) disminuyendo en 2,8 puntos en la franja siguiente, de 40 a 59 años (32 por ciento).

La infraestructura sanitaria suele ser precaria, agravada por la falta de profesionales conocedores de su cultura y cosmogonía, lo que provoca el rechazo a los medicamentos. Se registran altas tasas de tuberculosis, sífilis y enfermedades gastrointestinales. Además de los casos de desnutrición denunciados al final del 2007. La esperanza de vida es de 40 a 50 años y se verifica una alta mortalidad infantil a causa de la desnutrición y la diarrea.

Cuadro 16. Población toba por sexo según cobertura por obra social y/o plan de salud privado o mutual. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Sexo	Total	Obra social y/o plan de salud privado o mutual		
		Tiene	No tiene	Ignorado
<b>Total</b>	<b>47.591</b>	<b>4.756</b>	<b>42.722</b>	<b>113</b>
Varones	24.783	2.674	22.046	(..)
Mujeres	22.808	2.082	20.676	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos. La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.





Cuadro 17 Población toba por grupos de edad según consulta a un curador indígena. Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Grupos de edad	Total	Consulta a un curador indígena		
		Consulta	No consulta	Ignorado
<b>Total</b>	<b>47.591</b>	<b>12.870</b>	<b>33.924</b>	<b>797</b>
0-14	22.057	5.368	16.259	430
15-29	12.498	3.332	8.987	179
30-39	4.631	1.366	3.229	(..)
40-59	6.143	2.145	3.885	113
60 y más	2.262	659	1.564	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos. Refiere a las consultas que realiza el entrevistado habitualmente cuando tiene un problema de salud o siente algún malestar. Alude a la consulta a un curador indígena, independientemente de que el entrevistado también consulte a un médico de hospital público, médico de consultorio o establecimiento privado, curandero no indígena, agente sanitario u otra persona o institución. La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente

y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 18 Población wichí por sexo según cobertura por obra social y/o plan de salud privado o mutual. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Sexo	Total	Obra social y/o plan de salud privado o mutual		
		Tiene	No tiene	Ignorado
<b>Total</b>	<b>36.149</b>	<b>1.790</b>	<b>34.151</b>	<b>208</b>
Varones	18.715	1.015	17.598	102
Mujeres	17.434	775	16.553	106

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Cuadro 19 Población wichí por grupos de edad según consulta a un curador indígena. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

Grupos de edad	Total	Consulta a un curador indígena		
		Consulta	No consulta	Ignorado
<b>Total</b>	<b>36.149</b>	<b>8.531</b>	<b>26.612</b>	<b>1.006</b>
0-14	16.880	3.440	12.902	538
15-29	9.979	2.340	7.379	260
30-39	3.613	996	2.538	79
40-59	4.017	1.182	2.737	98
60 y más	1.660	573	1.056	31

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%. **Nota:** datos definitivos. Refiere a las consultas que realiza el entrevistado habitualmente cuando tiene un problema de salud o siente algún malestar. Alude a la consulta a un curador indígena, independientemente de que el entrevistado también consulte a un médico de hospital público, médico de consultorio o establecimiento privado, curandero no indígena, agente sanitario u otra persona o institución. La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente

y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005 - Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

Según datos del INDEC, los wichís habitan mayoritariamente en casas de adobe o construidas con cuatro bases de madera de palo santo y cubierta por





ramas. En una misma vivienda conviven diferentes miembros de la misma familia (padres, hijos y yernos). El conjunto de familias constituye una aldea. Su vida cotidiana y las actividades se desarrollan en mayor parte fuera de la casa. No cuentan con luz eléctrica y se cocina afuera de la vivienda, en un lugar separado hecho con ramas. Las mujeres se ocupan de sus hijos, de la recolección de la leña, agua y frutos del monte, y los hombres de la caza y la pesca.

Los wichís también realizan tareas como peones de desmonte y obrajes madereros. Ocasionalmente realizan pequeños trabajos o “changas” que les permiten realizar compras de medicamentos y otras mercaderías.

El analfabetismo es alto y suelen producirse situaciones conflictivas en las escuelas ya que carecen de sistemas educativos diseñados para la integración del aborígen. Los niños wichís tienen dificultades para comprender el idioma, puesto que mantienen su lengua familiar y esto los hace particularmente sensibles a las críticas y comentarios. También carecen de elementos como ropa y útiles. En función del presupuesto de la escuela, en algunos casos éstas pueden tener profesores bilingües que ayudan a los niños en los primeros años de escolaridad.

Las enfermedades mas comunes son producto de la desnutrición, la tuberculosis, chagas, venéreas y brucelosis. Su dieta es casi exclusivamente carnívora, acompañada de maíz, zapallo y fruta.

La actividad artesanal de mayor tipo de recursos existentes (monte) es la cestería y, en los lugares aledaños a los ríos y lagunas, la alfarería. En la comunidad es posible detectar artesanos “especialistas” en las distintas artesanías o confecciones de artículos de uso familiar.

La nación toba, como se denominan ellos, no difiere de la realidad de los wichís, en la Asociación Nam Qompi<sup>26</sup> describen así su situación actual: “La mayoría vive en el monte sin ser propietarios de las tierras que ocupan, salvo por unos pocos que tienen títulos, pero ya no es el monte rico y sin límites de la antigüedad. Otros viven en barrios suburbanos de Sáenz Peña, Resistencia y Formosa”. En los últimos años han recuperado, en la provincia del Chaco, unas 29.000 hectáreas de tierra con títulos de propiedad definitivos o provisorios. En

---

<sup>26</sup> ver: <http://www.asociacion-toba.com.ar/institucional.htm>





reserva existen aproximadamente unas 365.000 hectáreas con el reconocimiento por parte de las autoridades de los derechos indígenas sobre las mismas.

En cuanto a su organización constituyen comunidades rurales o urbanas con sus líderes tradicionales o comisiones vecinales, asociaciones comunitarias, cuyos miembros son elegidos por la comunidad. En la provincia del Chaco participan, junto a los campesinos, en la Unión de Pequeños Productores Chaqueños, y mediante ésta también tienen presencia en una organización a nivel regional. En tres de las provincias donde habitan hay leyes aborígenes sancionadas: Chaco, Formosa y Salta.

Su situación económica es de pobreza y marginación. Cultivan pequeñas parcelas, son peones temporarios en los algodones, obreros, aserraderos, hornos de ladrillos y carbón o empleados municipales en los pueblos. Ocasionalmente cazan, pescan y recolectan frutos y miel silvestre si las condiciones lo permiten.

Hablan su lengua, hacen artesanías de barro, de palo santo, tejidos de fibras vegetales, conservan algunos bailes y cantos y suelen acudir al "pio'oxonaq"<sup>27</sup> para ser curados.

#### *Aspectos económicos de la producción artesanal*

El siguiente cuadro sintetiza los principales productos artesanales de la provincia por localización, siendo los tres primeros aquellos que se destacan por reunir condiciones de mayor representatividad, calidad y posibilidades para el desarrollo de mercados.

---

<sup>27</sup> Hace referencia al curandero de la comunidad.



Cuadro 20: Principales artesanías por comunidad

Tipo de artesanía	Producto	Localización	Comunidad	Cantidad de artesanos (estimado)	Estacionalidad
1° Cestería	Canastos de palma blanca	Gral. San Martín	Toba	500 familias	Sí
2° Alfarería y semillas	Collares y aros simbólicos, pavitas, tazas y platos, lechuzas, mulitas y palomas	Resistencia	Toba	300 artesanos	No
3° Tejido chaguar	Yicas, cortinas, polleras, cintos, caminos	Tres Pozos, N. Pompeya, Sauzalito	Wichi	5 familias	Sí
Madera (palo santo)	Tripticos, horquetas y crucifijos	Miraflores, Tres Pozos	Wichi	20 familias	No
Cestería hoja verde palma abierta	Canastos	Juan J. Castelli	Tobas	10 artesanos acreditados por Fund. Chaco Artesanal	Sí
Instrumentos musicales	Violín	Resistencia	Mujeres coro, Toba	12 artesanas	s/d
Alfarería	Vasijas, jarras	Villa Ángela	Mocoví	50 familias	Sí
Madera	Arcos, flechas y algunas tallas	Gran Resistencia	Toba	s/d	s/d
Madera	Arcos y flechas	O'Higgins	Mocoví	s/d	s/d
Madera algarrobo	Juguetes lámparas	Machagai	Urbana	20 artesanos	Sí
Esterillado palma blanca	Muebles	Gran Resistencia, Fontana	Toba	39 artesanos acreditados	No
Tejidos con lana semiindustrializadas	Tapices, caminos	Juan J. Castelli	Toba	s/d	No

Fuente: El sector de artesanías en el noreste Argentino. SAGPyA/PRODERNEA. 2005

El perfil de los artesanos se define por población aborigen residente en zonas urbanas con escolaridad primaria o primaria incompleta, con hijos en edad escolar e infieren que viven en situaciones de pobreza. Se especializan en cestería y alfarería, siendo la primera de una muy buena calidad. En la cerámica esta condición es mas variable, ya que gran parte está pintada con tempera, alejándose de la alfarería tradicional.

En cuanto a la dedicación de tiempo, puede considerarse como la actividad principal para los habitantes de comunidades aborígenes, con un decrecimiento





estacional en su dedicación al mismo durante la temporada estival de cosecha de soja y algodón, donde se emplean temporalmente.<sup>28</sup>

El aprendizaje del oficio se realiza desde niños, en la mayoría de los casos, y dentro del círculo familiar amplio. Sin embargo, señalan que muchos no están conformes con la actividad y lo realizan por no tener otra cosa.

La organización de la producción está basada en el trabajo independiente, con una mayor participación familiar en los casos de comunidades no urbanizadas. En cuanto a los ingresos percibidos y el significado que le atribuyen, manifestaron que cubren los gastos y les alcanza "para vivir". El trabajo se cotiza por pieza, aunque manifiestan que desearían percibir un ingreso quincenal o mensual.

El abastecimiento de la materia prima se hace del medio que los rodea, lo que no implica un gasto o inversión. Sin embargo, lo que si debería calcularse es la hora/hombre que implica la recolección, ya que en muchos casos es de varias horas. Según datos suministrados por el Lic. Fernando Bustamante, coordinador de la Red de Comunicación Indígena que está en permanente contacto con los dirigentes de las comunidades de la zona, el jornal varía según la actividad que desarrollan y la época del año de la misma, entre \$4 y \$5 por 10 Kg. de algodón en Chaco, de \$45 y \$35 el día en Jujuy, de \$13 a \$15 por día en una de las empresas más grandes del sector de la caña de azúcar. Es importante recordar que en el Capítulo II, página 27, sobre la experiencia de Formosa, el cálculo de la producción se hace difícil ya que la cantidad de horas que emplean en la realización del producto no mantiene ninguna relación bajo la lógica comercial de la economía tradicional. Reforzando este concepto, tanto la Ing. Agr. Celeste Golsberg del Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar, Región NOA del INTA y el Arq. Eduardo Luis Borrón del CFI, señalaron que hasta ahora no han podido establecer un sistema adecuado para calcular costos de producción en las artesanías.

Con respecto a la comercialización, establecen que todos venden en forma directa sus artesanías (sin intermediarios o consignaciones), ya sea en puestos de ferias o mercados, a negocios de la zona o a la Fundación Chaco Artesanal.

---

<sup>28</sup> Datos obtenidos de lo aportado en el trabajo de PRODENEIA mencionado más arriba.



Ninguno ha exportado o ha participado de una experiencia de exportación directamente.

El cuadro siguiente presenta los precios con los que se comercializan las artesanías, tanto por los artesanos como por quienes venden sus producciones. El mismo fue realizado a partir de la información obtenida del trabajo de PORDERNEA y de datos de los locales de la ciudad de Buenos Aires, actualizados durante el año en curso:

Cuadro 21. Precio de las artesanías, Cestería.

Rubro Cestería		
Producto	Precio	Fuente
Canastos	\$ 8 a 10	Artésano Bienal de Esculturas
	\$12 a 15 local	Local I Aeropuerto
Canastos de palma	\$ 12	Artésano y Fundación Chaco Artesanal (FChA)
Cestos	\$ 6,50	FChA
	\$ 10	Galería Alberdi
Termeras	\$ 10	FChA

Cuadro 22. Precio de las artesanías, Madera

Rubro Madera		
Producto	Precio	Fuente
Arcos	\$10 a 12	Local aeropuerto
	\$7	FChA
Cuco	\$ 8 a 10	Artésano Bienal Escultura

Cuadro 23. Precio de las artesanías, Alfarería.

Rubro Alfarería		
Producto	Precio	Fuente
Animalitos	\$ 5 a 7	Galería Alberdi
	\$ 4,50	FChA en Bs. As.
Cenicero	\$ 10	FChA en Bs. As.
Collares	\$ 6	Galería Alberdi y terminal de ómnibus
	\$ 7	FChA, Mercado de R.S. Peña y Local I Aeropuerto





	\$9	Local II Aeropuerto
Floreros	\$7	Mercado de R. S. Peña (RSP)
	\$ 12	FChA
Lechuza	\$ 3 a \$5	Artesano Bienal
	\$ 4	Mercado RSP
	\$ 6	I Aeropuerto
	\$ 4,50 a \$7	II Aeropuerto
	\$ 3,50	local terminal ómnibus
	\$ 3,50	FChA
Mates	\$ 7	Galería Alberdi
Palomitas	\$ 7	I Aeropuerto
	\$ 4,50 a \$6,50	local terminal de ómnibus
	\$ 4	FChA
	\$ 4	FChA Bs. As.
Pava de mate	\$ 7	Artisano Bienal Esculturas
Pavas	\$ 7	Artisano Bienal
	\$ 8	Galería Alberdi
Platos	\$ 5 a \$ 8	FCHA
	\$ 4 a \$ 6	Galería Alberdi
	\$ 6 a \$ 8	FChA Bs. As.
Vasijas	\$ 15	I aeropuerto
	\$ 17	local terminal de ómnibus
	\$ 14	FChA
	\$ 8 \$ 10	Galería Alberdi
	\$ 4,50 a \$6	FChA Bs.As

Cuadro 24. Precio de las artesanías, Tejido

Rubro Tejido		
Producto	Precio	Fuente
Camino	\$ 27	FChA
Cartera con semillas	\$14	FChA Bs. As.
Cintos	\$ 9,50	FChA Bs. As.



	\$ 8	FChA
Cortinas	\$ 32	local terminal ómnibus
	\$ 12 a \$27	FChA
Matras	\$ 25 a \$45	FChA
Polleras	\$ 45	FChA
Yicas	\$ 14 a \$ 20	local terminal ómnibus
	\$ 8 a \$12	FChA
	\$ 14	FChA Bs. As.

Cuadro 25. Precio de las artesanías, Instrumentos musicales.

Rubro Instrumentos musicales		
Producto	Precio	Fuente
Violines	\$ 10 a \$45	FChA
Para raspar	\$ 14	FChA Bs. As

Cuadro 26. Precio de las artesanías, Otros.

Rubro Otros		
Producto	Precio	Fuente
Collares semillas	\$ 4 a \$ 7	Merc. Art. RSP
	\$ 10	I Aeropuerto
	\$ 8	II Aeropuerto

Fuente: elaboración propia y en base al trabajo de PRODERNEA

### 3.6 Organizaciones que trabajan en el área

En el nivel institucional, las entidades más relevantes vinculadas con el sector artesanal son el Centro Cultural Leopoldo Marechal, dependiente de la Subsecretaría de Cultura de la provincia y la Fundación Chaco Artesanal organización mixta a cargo de la promoción y comercialización de los productos artesanales. Trabajan juntas, funcionan en la misma sede y tienen fuerte vinculación con el Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas (MATRA). Cuentan con un capital importante, que incluye la información más completa sobre los artesanos con los que mantienen buenas relaciones, conocimiento de la provincia, un saber técnico sobre las artesanías tradicionales folclóricas y aborígenes y contacto con funcionarios municipales y artesanos. En el área de Comercio Exterior dependiente del Ministerio de Producción de la provincia,





también tienen proyectos programados y en ejecución, tendientes a fortalecer la comercialización de las artesanías chaqueñas y abrir mercados externos, en articulación con PRODERNEA a nivel municipal y nacional. Aunque las experiencias no han sido sistematizadas, se encontraron con diferentes inconvenientes. Sin embargo, es necesario señalar que en octubre de 2007 se realizaron elecciones provinciales, por lo que se modificaron las autoridades y desde la web ya no se puede acceder al área de Comercio Exterior mencionada.

En el Capítulo II del trabajo realizado por el área de PRODERNEA sobre “El sector de artesanías en las provincias del Noreste Argentino” se describe la situación de la Fundación Chaco Artesanal, como “la cara más visible de las artesanías chaqueñas y actúa como el organismo oficial que concentra la comercialización. Su objetivo central es vender, contar con bocas de expendio en Buenos Aires y otros lugares turísticos pero sus posibilidades presupuestarias son limitadas ya que no posee fondos o subvenciones asignadas para la compra de artesanías y son sólo los recursos que se generan de la compra-venta lo que se vuelven a reinvertir.”

Cuentan con un método de certificación de las piezas artesanales con el nombre del autor y su origen étnico, el lugar de residencia del artesano, el material utilizado en su producción, la técnica y el significado de la pieza. Todo esto está plasmado en una tarjeta que acompaña los productos donde se señala que es una “pieza auténtica”.

En su propio local de Resistencia venden al público las artesanías provenientes de unos 300 artesanos de los 1500 que tienen registrados, por un monto máximo mensual de 500 pesos<sup>29</sup>.

Han realizado experiencias de exportación a través del contacto con PRODERNEA en Nación. A través de ellos llegaron a la Feria del Sol en Buenos Aires, en el año 2000, y dos años más tarde a la Feria de Milán. En esa ocasión recibieron el apoyo de la provincia a través de la impresión del diseño e impresión de los catálogos. En el marco de ese evento, uno de los obstáculos con los que se encontraron fue que en comparación con las artesanías provenientes del continente asiático o africano estaban en desigualdad de

---

<sup>29</sup> Datos obtenidos del informe de PRODERNEA, pero que no pudieron ser actualizados ya que no respondieron a los llamados y correos electrónicos enviados para tal efecto.



condiciones por ser estas más baratas que las nacionales. Por lo que tomaron en cuenta la importancia de la calidad y de la originalidad en la producción. Es importante señalar que en una entrevista realizada al Arq. Eduardo Borrón, encargado de realizar el Informe Sectorial de Artesanías del CFI, señaló que las exportaciones de artesanías que realiza la provincia, “no son tan reales”.

La casa de la Provincia del Chaco en Buenos Aires posee un amplio espacio en el ingreso donde se exponen y venden las artesanías de las comunidades aborígenes provistas por la Fundación, aunque desde los primeros meses del 2008 hasta la actualidad se encuentra en refacción. El cambio de autoridades provinciales en las elecciones de octubre de 2007 afectó también al área de cultura desde dónde no se recibieron datos solicitados para este trabajo sobre las artesanías y el trabajo que realiza el área actualmente.

Otra de las entidades vinculadas en la provincia con las comunidades es el Instituto del Aborigen Chaqueño, dependiente del Ministerio de Gobierno, Justicia y Trabajo. Tiene como objetivo atender en forma integral las necesidades de las comunidades aborígenes chaqueñas. En el trabajo mencionado se especifica que en las entrevistas realizadas, cuando mencionan a las artesanías sólo hacen referencia a los tobas dejando de lado a las producciones de los wichís y los mocovíes.

El IDACH es un ente político que funciona como “el Gobierno de la Nación Aborigen”. Es un órgano autárquico respecto del Estado provincial y tiene independencia para aplicar políticas directas. Sus autoridades, un directorio integrado por un presidente y siete vocales, son electas por aborígenes inscriptos en un padrón y, esa constitución lo hace vulnerable a los vaivenes políticos.

Según datos de 2005, tiene un presupuesto de 400.000 pesos, del que se destinan 12.000 para artesanías (monto aprobado en julio de 2004 como suma fija) y su planta de personal alcanza a las 143 personas.

Los servicios que brindan a los artesanos son asistencia económica para compra de materia prima, insumos y herramientas y financian su traslado hacia centros turísticos o eventos para que puedan comercializar. No tienen vinculación con la Fundación Chaco Artesanal.





En cuanto a la Secretaría de Comercio Exterior dependiente del Ministerio de Producción buscan manejarse desde la perspectiva del desarrollo productivo local y apuntando a la inserción en los mercados. Actualmente no existe información disponible en internet sobre el área.

Existen diversas organizaciones públicas y privadas, a nivel nacional, que trabajan en diferentes aspectos y desarrollan actividades diversas vinculadas al sector artesanal. A su vez, muchas de ellas se articulan con instituciones provinciales, pero esto no sucede en todos los casos. Llevan a cabo acciones destinadas a la capacitación, la asistencia técnica, la investigación o el gerenciamiento de los recursos humanos vinculados a programas sociales asociados con desarrollos productivos.

Estas instituciones tienen una débil relación entre ellas, aunque en algunos casos, tienen conocimiento de las actividades que realizan pero no se vinculan entre sí.

#### MATRA

Esta entidad depende de la dirección Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación. Todas sus acciones, desde su creación en 1985 han estado vinculadas al sector artesanal en la Argentina. Hasta 1992 comercializaba y controlaba la calidad de la producción artesanal de las provincias; posteriormente y hasta hoy, se propone brindar en el marco del Programa Federal de Desarrollo Artesanal:

- capacitación y asistencia técnica de los artesanos de todo el país con talleres y formación de formadores;
- capacitación y asistencia técnica a los representantes provinciales en la materia;
- apoyo a artesanos para participar en ferias y exposiciones nacionales e internacionales;
- gestionar y expedir el Certificado Nacional de Artesanía que acredite éste carácter ante la Aduana según la Resolución 866/2003, de la Secretaría de Cultura de la Nación, y
- promocionar los eventos nacionales e internacionales sobre artesanías (ferias, concursos, etc.)



El MATRA elabora anualmente un Programa Federal de Desarrollo Artesanal y lo somete a consideración de los representantes provinciales en la materia. Las acciones que se generan son implementadas en forma descentralizada, priorizándose el trabajo por regiones.

Hasta Septiembre de 2007, el organismo no tenía director ya que el anterior se había jubilado y con él se había llevado el material producido el último tiempo por lo que no existía material actualizado sobre los objetivos del año en curso ni evaluaciones sobre lo realizado hasta ese momento. Durante la realización de la presente tesis, asumieron nuevas autoridades pero no pudieron proporcionar datos ya que el Programa iba a ser lanzado a nivel nacional por la Presidenta Cristina Fernández.

#### Subsecretaría de pequeña y mediana empresa

El área de comercio exterior, desarrolla un programa a través del cual se diseñan e implementan instrumentos para mejorar la competitividad de las PyMEs en su marco territorial, apoyando las cadenas de valor y su consolidación en un MERCOSUR productivo, y realiza actividades de promoción de exportaciones orientadas a insertar sus productos en los mercados internacionales.

Los principales ejes de acción son:

- Aumento y consolidación de la base de PyMES exportadoras
- Fortalecimiento de la complementación productiva para la exportación
- Optimización del canal de comunicación ([www.proargentina.gov.ar](http://www.proargentina.gov.ar))

Respecto del sector artesanal ha desarrollado el **Programa de Apoyo al Desarrollo de Exportaciones Regionales No Tradicionales - Noroeste Argentino** organizado por la Unidad de Comercio, Industria y Producción del Ministerio de la Producción y el Empleo de Salta, el Centro PyME de la Cámara de Comercio Exterior de Salta, junto a la Red de Agencias de Desarrollo Productivo y al Programa de Comercio Exterior de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación.

El objeto de este tipo de experiencias es el de contribuir a la formación y desarrollo de empresarios con capacidad práctica para llevar adelante una gestión exitosa de emprendimientos PyME orientados a la exportación, trabajando en conjunto con organismos provinciales, territoriales y nacionales





en el desarrollo de los proyectos. En ese marco, los participantes del taller tuvieron la oportunidad de acceder a aspectos de carácter práctico vinculados con las experiencias de funcionarios, consultores y empresarios en el desarrollo y gestión de proyectos de exportación, con especial énfasis en el trabajo asociativo.

#### Consejo Federal de Inversiones

El Consejo Federal de Inversiones fue creado como organismo permanente de investigación, coordinación y asesoramiento, encargado de recomendar las medidas necesarias para una adecuada política de inversiones y una mejor utilización de los distintos medios económicos conducentes al logro de un desarrollo basado en la descentralización.

Desde diferentes programas ha encarado actividades de diagnóstico sectorial y la propuesta de líneas de acción, de capacitación y promoción de eventos referidos al sector artesanal en las provincias, y ha elaborado abundante investigación sobre el tema.

Para el logro de sus objetivos, se basa sobre la demanda de los organismos públicos de las provincias, que a su vez, articulan el trabajo con entidades privadas.

Entre los programas se destacan:

- El Programa de Promoción de la Producción Regional Exportable, de apoyo al desarrollo empresarial de pequeñas y medianas empresas.
- El Programa de Cultura tiene por objetivo brindar apoyo, promoción y difusión a la producción artística, y estimular la actividad de los noveles artistas de las distintas regiones del país, a través de la realización de concursos que otorgan el Premio Federal de Cultura a diferentes disciplinas artísticas dentro de las artes visuales, las letras y la música.
- Programa Regiones Concertadas colabora con el funcionamiento de las regiones, promoviendo la realización de reuniones y acuerdos entre los Estados provinciales y brindando información y asistencia técnica. (Nuevo Cuyo, Crecenea –Litoral). Se encuentra vinculado con el Programa de Redes de la Producción Regional, siendo entre otras, las artesanías regionales una de las actividades productivas abordadas.



Por Resolución 866/2003 de la Secretaría de Cultura de la Nación, el CFI es el organismo de consulta en la certificación de artesanías.

Durante éste último año, se vienen realizando reuniones semanales y quincenales con organismos del sector para realizar un trabajo en conjunto, permitiendo el intercambio de experiencias. Sobre todo, con la implementación de capacitación orientada a la creación de Marca Argentina y la posibilidad de participar en ferias internacionales, como la Feria internacional de Artesanías de Milán, y las rondas de negocios a través de Cancillería.

#### Fondo de Capital Social S.A

Es una sociedad anónima, cuya finalidad es la administración de fondos fiduciarios. Actualmente administra el Fondo de Capital Social, conformado en 1997 con aportes del Estado Nacional. El Directorio de FONCAP está compuesto por representantes del sector privado con el 51% del paquete accionario, y representantes del Estado, con el 49% restante. El Presidente de FONCAP es nombrado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

Se trata de una iniciativa del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación orientada a eliminar las barreras de acceso al crédito para el sector de la microempresa de menores recursos económicos, apoyando su organización y su articulación con los demás sectores de la sociedad. En este sentido, FONCAP forma parte de la política de promoción social y económica a nivel nacional.

Específicamente, FONCAP brinda servicios técnicos y crediticios para organizaciones y grupos de microempresarios y pequeños productores que lleven adelante propuestas de financiación autosustentables y perdurables, con el objetivo de apoyar activamente al sector de la microempresa de menores recursos económicos.

Para el cumplimiento de estas finalidades, cada proyecto es analizado de manera personalizada, para poder brindar las soluciones más pertinentes, "a medida" de la demanda de financiamiento y de las posibilidades institucionales, económicas y regionales de la operatoria.





En Octubre de 2006 se abrió la convocatoria para la presentación de proyectos, siendo apoyados, en Junio de 2007, varios vinculados a comunidades aborígenes de Jujuy.

#### Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC)

El Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC) funciona en la esfera de acción del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales del Ministerio de Desarrollo. Sus actividades son variadas y se articulan bajo tres líneas de acción:

**Fortalecimiento Institucional:** a través de la revalorización del trabajo voluntario en el diseño, ejecución y evaluación de políticas y programas sociales. Colaborar en la formulación de anteproyectos legislativos tendientes a la regulación de las actividades de las OSC y asesorar en las reformas y actualizaciones normativas pertinentes.

**Información y Registro:** Realizar la acreditación y categorización de las OSC, cualquiera fuese la temática que aborden, estando o no legalmente constituidas, que desarrollen actividades sin fines de lucro en beneficio de la comunidad, dentro del territorio nacional. Administrar una base de datos universalmente disponible que contenga información amplia y actualizada sobre las OSC de todo el país. Generar y difundir información acerca de las OSC.

**Mediación en la Gestión Social:** Apoyar el establecimiento de mecanismos de articulación hacia el interior de la Sociedad Civil y las entidades gubernamentales con el objeto de viabilizar una plena integración comunitaria.

Durante el 2004 se realizó el Programa de Capacitación de los Artesanos, como proyecto piloto desde el Ministerio de Desarrollo Social y la Secretaría de Cultura de la Nación en todo el territorio nacional, con exclusión de la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense. Actualmente no existen referencias específicas del programa.

### **3.7 Exportaciones: Tratamiento arancelario**

Salvo raras excepciones, los productos artesanales no están incluidos en el principal sistema internacional de estadísticas comerciales, es decir en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA). En el



año 2000 se logró un progreso al respecto, durante la reunión anual de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), organismo responsable del Sistema Armonizado. A solicitud del Centro de Comercio Internacional (CCI/ UNCTAD Naciones), la OMA adoptó una Recomendación que invita a sus países miembros a codificar los productos hechos a mano en las clasificaciones estadísticas nacionales.

El Sistema Armonizado (en adelante el SA), en vigor desde 1998, es una nomenclatura comercial internacional polivalente. Respaldo por 99 Partes contratantes, 177 administraciones de todo el mundo lo aplican como elemento básico del sistema arancelario. El SA también se emplea en las estadísticas del comercio internacional, como instrumento principal de codificación de productos en el conjunto de clasificaciones económicas de las Naciones Unidas. Las normativas comerciales de muchos países y muchos acuerdos internacionales (como las Listas de Concesiones Arancelarias de la OMC y las propuestas de normas de origen armonizadas) se basan en la estructura del SA. Concebido para uso de todos los operadores del comercio internacional (inclusive productores, comerciantes y transportistas) a efectos de la codificación y descripción de bienes, es hoy un lenguaje común, que puede ser leído por computadora.

El SA se actualiza cada cinco años, en función de los cambios tecnológicos y de la evolución de las pautas comerciales internacionales. El tercer ciclo de revisión comenzó a aplicarse desde el 1° de enero de 2007.

Para permitir un fácil diligenciamiento, se catalogaron los oficios artesanales definiendo descriptivamente la actividad productora de cada uno, se enumeraron las materias primas constitutivas, las técnicas de elaboración, los productos resultantes y se indican los cuatro primeros dígitos de los diez en total (que se encuentran en los listados del **Sistema Armonizado**), de las posiciones arancelarias que les corresponden a los productos de cada oficio y que facilitan la determinación de los seis dígitos finales, con los que se identifica de manera particular cada género o línea de producto. Estos se enumeran a continuación:

**Carpintería y Ebanistería:** Marcador no definido. Elaboración de productos decorativos y Utilitarios hechos en madera.





**Materias Primas Constitutivas:** maderas y aglomerados, prensados y laminados.

**Técnicas de elaboración:** corte, recorte, cepillado, pulido, lijado, torneado, labrado, tallado, calado armado, pegado, ensamblado, impermeabilizado, laqueado, pintado o barnizado.

**Producto(s):** muebles de sala, puertas, estantería, repisas, muebles de comedor, ventanas, astillaría, columnas, muebles de alcoba, guacales, prensas, puertas, muebles de cocina, cajas, barandas, pasamanos, menaje de cocina, cofres, muebles de oficina, baúles, juguetes, cómodas, telares, marcos, gabinetes, biombos, soportes, mesones, barriles, repisas, mesas, bastones, percheros, butacas, candelabros, solterones, sillas, armarios, utensilios de oficina.

**Observaciones:** En la carpintería se manejan maderas rústicas y duras con tendencia a los productos de aplicación práctica, mientras que la ebanistería utiliza estrictamente maderas finas y los productos son de alto acabado, que le dan carácter decorativo aún a los productos mas evidentemente funcionales.

**Talla en madera:** Elaboración de figuras de diferentes géneros y funciones talladas en madera.

**Materias Primas Constitutivas:** maderas duras y maderas blandas.

**Técnicas de elaboración:** corte, entresacado, rebanado, perforado, labrado, pulido, impermeabilizado laqueado, pintado.

**Producto(s):** figuras animales, utensilios de mesa, figuras de frutos, menaje, de cocina, figuras humanas, bateas, máscaras, útiles de escritorio.

**Barniz vegetal:** Elaboración de productos en madera, recubiertos por una resma vegetal, denominada tradicionalmente barniz vegetal.

**Materias Primas Constitutivas:** Resma de mopa, aplicado sobre madera.



**Técnicas de elaboración:** maceración de la resma, cocción, coloramiento, amase, estiramiento, aplicación sobre la pieza de madera y diseño de motivos por recorte.

**Producto(s):** figuras animales, imágenes religiosas, figuras de, frutos, jarrones, figuras humanas, bandejas, cofres, mesas, decorativas, utensilios de mesa, superficies planas, bomboneras, portalápices, barriles, platos, tarros, marcos, bargueños.

**Marquetería:** Incrustación y pegado de piezas previamente diseñadas para componer figuras generalmente geométricas, aplicadas a superficies de Madera.

**Materias Primas Constitutivas:** hueso, coco, carey, conchas, cuerno o cacho.

Técnicas de elaboración: diseño de la pieza en madera, entresacado, ranurado, corte y recorte de la materia prima, incrustación, pegado y pulimento.

**Producto(s):** cofres, marcos, bomboneras, tarros, barriles, bandejas, cajas, jarros, platos, bargueños, portavasos.

**Observaciones:** Los elementos de las materias primas se pueden trabajar en conjunto sobre una misma pieza.

**Trabajos en bambú:** Elaboración de productos con el material de la guadúa y el bambú, utilizando las mismas herramientas para carpintería, ebanistería y talla de madera.

**Materias Primas Constitutivas:** diferentes especies de bambú y guadúa.

**Técnicas de elaboración:** corte y recorte de piezas, humectación, secado, ripiado, texturizado, calentamiento, encorvamiento, armado, pegado, amarrado, inmunizado, lijado, tinturado, sellado, taponado, encerado o laqueado.

**Producto(s):** muebles, esteras, útiles de escritorio, jarrones, accesorios de mesa, esterillas, lámparas, bandejas, butacas, cortinas, botelleros, exhibidores, tarros, cofres.





**Grabados en frutos y semillas, secos:** elaboración de productos caracterizados por el trazado de diseños mediante el rayado e incisión, sobre la superficie de frutos y semillas generalmente de formas lobulares o globulares.

**Materias Primas Constitutivas:** frutos secos; semillas secas.

**Técnicas de elaboración:** trazo e incisión para decoración de superficies, devastado, pulido, enhebrado, amarrado.

**Producto(s):** totumos decorados, cucharas, maracas, pulseras, calabazo decorado, coladores, guacharacas.

**Trabajos en cortezas y hojas:** elaboración de productos de carácter generalmente decorativo y tendencia a la aplicación de color.

**Materias Primas Constitutivas:** amero (hoja de mazorca), yanshama o damagua o tururí, carnaza de coco, hoja cabecinegro.

**Técnicas de elaboración:** las cortezas de yanshama y sus variedades, y el cabecinegro se trabajan mediante corte de la corteza del tronco, maceración y enjuagado, secado al aire, pintado, y cocido manual, los demás se trabajan mediante el secado, tejido, doblado, anudado, amarre.

**Producto(s):** vestidos rituales en yanshama, mascararas en yanshama, muñecos en yanshama y amero, telas de yanshama pintadas, flores en, amero y cabecinegro, bolsos en damagua y cabecinegro, tapetes, esteras, cortinas.

**Cestería:** elaboración de productos contenedores, mediante el tejido y trenzado de fibras vegetales.

**Materias Primas Constitutivas:** bejucos, hojas de palmas, cañas, pajas, tallos rpiados, fique, esparto, bambú, cortezas, juncos.

**Técnicas de elaboración:** corte, astillado, rpiado, macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, amarrado, acordonado, enmanijado, rematado y algunas veces cocido.

**Producto(s):** canastos, petacas, cestas, bandejas, papeleras.

**Trabajos en cuero:** adecuación de pieles y elaboración de objetos funcionales



**Materias Primas Constitutivas:** pieles; cueros.

**Técnicas de elaboración:** para la curtiembre o tenería, se aplican las técnicas de descarnado, dividido, teñido, aceitado, secado y estirado; en la marroquinería y talabartería se aplican las técnicas de cortado por molde, devastado, hormado, guarnecido armado, pegado y cocido. En el repujado y tallado de cueros se utilizan las técnicas del prensado entresacado, cincelado, martillado, pintado, y dorado.

**Producto(s):** pieles, sandalias, elementos escritorio, bolsos, abarcas, vestuario, carteras, monturas, baúles o arcones, billeteras, aperos, cajas, monederos, zamarros, estuches, niqueleras, rejos, guantes, maletas, alforjas, abrigo, maletines, correas, tulas, hamaca campechana, morales, gorros y sombreros, zurrone, partes para tapicería.

**Porcelanicrón:** elaboración de figuras y otros productos decorativos, que generalmente son denominados como productos en cerámica fría.

**Materias primas constitutivas:** harinas, pegamentos, tintas.

**Técnicas de elaboración:** amase, tinturado y modelado.

**Producto(s):** figuras antropomorfas, figuras citomorfas, paisajes, figuras zoomorfas, flores, miniaturas.

**Observaciones:** esta actividad se considera básicamente como una manualidad contemporánea.

**Trabajos en piedra:** Labor de trazar, labrar y tallar figuras en volumen alto y bajo relieve, sobre diversos tipos de materiales pétreos clasificados entre preciosos, semipreciosos y no preciosos.

**Materias Primas Constitutivas:** piedra jabón, pedernal, piedras semipreciosas, mármol, caliza, piedras preciosas, obsidiana, piedra de río, carbón mineral.

**Técnicas de elaboración:** corte, trazado, perforado, rayado, cincelado, tallado, esculpido, torneado, labrado, pulido, bruñido y grabado.

**Producto(s):** gemas para engastes, accesorios escritorio, lapidas, cofres, replicas de figuras, columnas, cajas, objetos decorativos, pedestales miniatura.





**Cerámica y alfarería:** producción de objetos en arcilla.

**Materias Primas Constitutivas:** arcillas (barros y gredas), caolín.

**técnicas de elaboración:** pulverizado, cernido, humectado, moldeado, modelado, torneado, vaciado, cocido, vidriado o vitrificado, pintado, porcelanizado.

**Producto(s):** cajas, cazuelas, arreglos decorativos, ollas, cucharas, jarras, cucharones, materas, bandejas, jarrones, platos, figuras zoomorfas, floreros, figuras antropomorfas, tiestos, figuras citomorfas, cofres, figuras costumbristas, cajillas, mollos, hebillas, mucuras, collares, pailas, abalorios.

**Cristalería y vitralería:** elaboración de objetos y figuras en vidrio.

**Materias Primas Constitutivas:** vidrio.

**Técnicas de elaboración:** soplado, moldeado, modelado, fundido, tinturado, recortado, ensamblado, tallado, grabado, biselado.

**Producto(s):** jarrones, vitrales, figuras, vajillas, pantallas, botellas, envases, floreros, artículos decorativos, figuras, fruteros, ceniceros, bandejas, copas, candelabros, vasos, vinagreras, platos, frascos, tazas, mantequilleros, lámparas, espejos.

**Textilería:** elaboración de productos mediante el entretejido de hilos realizados en telares artesanales que pueden ser horizontales, verticales y de cintura.

**Materias Primas Constitutivas:** hilos de algodón y sedas, hilazas, lanas.

**Técnicas de elaboración:** tejidos en telar artesanal anudados para remate, hilachados.

**Producto(s):** hamacas, telas, paños, ropa de cama, ropa de mesa, fajas.

**Trabajos en telas:** elaboración de productos basados en la elaboración de telas, o en la realización de elementos decorativos en su superficie.

**Materias Primas Constitutivas:** telas, hilos.

**Técnicas de elaboración:** comprenden tres técnicas tradicionales: la costura, las aplicaciones y los bordados. En la elaboración de trajes



típicos y/o rituales se utiliza la costura y se aplican el corte con patrón, el armado y cocido manuales. En la aplicación de figuras hechas de retazos en tela: el recorte de figuras, el hilván y el bordado.

**Producto(s):** trajes folclóricos, ropa de cama, blusas bordadas, ropa, de mesa, faldas bordadas, ropa de cocina, forros para muebles, tapices de pared, muñequería en tela.

**Tejeduría en fibras naturales:** Entrecruzamiento, trenzado o anudado de uno o más hilos o fibras, realizado a mano.

**Materias Primas Constitutivas:** bejucos, fique, pajas, tallos, rpiados, cortezas, algodón, bambú, cañas, seda (gusano seda), hojas de palmas, esparto, lana (ovejas), crin de caballo, alpaca.

**Técnicas de elaboración:** corte, rpiado, macerado, lavado, tinturado, tejido, enrollado, trenzado, Amarrado, acordonado, rematado y cocido. Así mismo se aplica el tejido de ganchillo (crochet: un solo hilo), el tejido de punto (tricot: dos agujas), el tejido macramé (anudado manual), tejido de bolillo.

**Observaciones:** los materiales que vienen en vellón como el algodón, la lana, la alpaca son sometidos a procesos de hilado en usos o truecas, o encordado por torsión manual o con taraba (sistema de manivela).

**Producto(s):** cortinas, sacos, guantes, alfombras, medias, esteras, suéteres, bufandas, cedazos, guantes, esterillas, mochilas, ruanas, individuales, chalecos, tapetes, carpetas, lazos, mallas, chales, bolsos, encajes, cobijas, atarayas, sombreros, cabuyas, gualdrapas, redes.

**Trabajos en papel:** elaboración de láminas en materiales vegetales y papeles reciclados. En esta categoría se puede incluir la encuadernación y elaboración de objetos funcionales y decorativos.

**Materias Primas Constitutivas:** fibras vegetales, material reciclado.

**Técnicas de elaboración:** picado y desmenuzado, ablandado, batido, colado, aglutinado, prensado, secado Encuadernado (pegado, cocido y forrado), y empastado.





**Producto(s):** hojas de papel, cometas, encuadernados, carpetas, cartones, libretas, cajas, marcos, objetos decorativos, tarjetas, sobres.

**Cerería:** Elaboración de objetos para iluminación utilizando sustancias de origen animal y vegetal

**Materias Primas Constitutivas:** cebo de res, parafina, cera de abejas.

**Técnicas de elaboración:** cocción, inmersión de pabilos, moldeado, tallado e incisiones para la decoración.

**Producto(s):** cirios, velas, velones, espermas, veladoras.

**Fundición, forja, y latonería:** Elaboración de Objetos Funcionales en metales.

**Materias Primas Constitutivas:** hierro, latón, zinc, bronce, cobre, aluminio, plata.

**Técnicas de elaboración:** fundido, baseado, martillado, doblado, torcido, soldado, esmerilado, pulido y brillado.

**Producto(s):** golpeadores, platos, herrajes, figuras decorativas, ventanales, ollas, braceros, pailas, rejas, bandejas, parrillas, lámparas, candelabros, muebles, pasamanos, pinzas, tizones, campanas, pailones, faroles, repisas, ceniceros, jarras, marcos, placas, platones.

**Orfebrería, joyería y bijutería:** Elaboración de joyas y prendas en metales y sus aleaciones, con engastes en piedras.

**Materias Primas Constitutivas:** oro, rubíes, topacios, cobre, piedras semipreciosas, plata, diamantes, zafiros, acero, cuerno, carey, coco, esmeraldas, amatistas, bronce, peltre, hueso.

**Técnicas de elaboración:** fundido, forjado, recortado, martillado, doblado, repujado, grabado, laminado, soldado, modelado, hilado, cincelado, engaste.

**Producto(s):** collares, pañoletos, bandejas, trofeos, aretes, pulseras, marcos, bandejas, anillos, esclavas, jarras, cubiertos, cadenas, candongas, cortapapeles, vinajeras, broches, botones, marcalibros, copas, pines, custodias, bases, hebillas.



**Observaciones:** La diferencia básica entre joyería y bijutería consiste en que las joyas y alhajas, siempre se hacen en metales y piedras preciosos, mientras que la bijutería utiliza metales y piedras no preciosas e incluye materias duras de origen animal y vegetal.

**Instrumentos musicales:** Elaboración de objetos para producir sonidos musicales de percusión, fricción, vibración, y fricación.

**Materias Primas Constitutivas:** madera, cerámica, cuero, cañas y bambúes, frutos globulares.

**Técnicas de elaboración:** las cajas de vibración y percusión en madera se elaboran con técnicas de corte, recorte cepillado, pulido, lijado, torneado, labrado, tallado, calado, perforado, ensamblado emboquillado, pegado, laqueado, pintado o barnizado, otros presentan aplicaciones de cuero y combinaciones con frutos globulares.

**Producto(s):** tambores, panderetas, gaitas, timbas, marimbas, flautas, timbales, arpas, silbatos, guacharacas, cítaras, guitarras, flautas, raspas, bandolas, dulzainas, kenas, tiple, maracas, bombos, requintos, matracas, maguare, cuatros, claves, violines, capadores.

**Dulcería:** elaboración de productos tradicionales comestibles, fabricados con frutos naturales. Materias primas constitutivas: frutas, azúcares, leches, almidones.

**Técnicas de elaboración:** cocidos, batidos, moldeado, baceado, empacado (este último generalmente se realiza en hojas naturales, recipientes en cerámica, o totumos).

**Producto(s):** dulces de frutas, batidos, dulces de echa, esponjados.

Según los expertos en promoción comercial, la inclusión de los productos artesanales en las estadísticas nacionales del comercio de exportación debería servir para poder cuantificar la importancia de "la artesanía" en los países en desarrollo, y también para facilitar las estrategias de planificación de las exportaciones.

En la actualidad, la mayoría de los productos artesanales exportados no se contabilizan en las estadísticas del comercio exterior. Al no estar definidos





como tales en las nomenclaturas del comercio internacional y de la codificación aduanera, son indetectables en los intercambios comerciales internacionales, lo que ha frustrado las iniciativas encaminadas a reconocer y desarrollar su potencial exportador. Aunque muchos gobiernos reconocen la importancia de la artesanía en sus políticas de desarrollo, han tenido dificultades a la hora de establecer y financiar programas para el sector debido a la inexistencia de estadísticas fiables<sup>30</sup>.

Sólo una codificación específica en el comercio internacional y en la nomenclatura aduanera permitirá recopilar datos sobre los productos artesanales, analizarlos y comparar las cifras a nivel nacional, regional e internacional.

La dificultad esencial consiste en definir los productos artesanales a efectos del SA, así como criterios que puedan aplicarse de manera uniforme con el fin de distinguir la artesanía de los productos "fabricados a máquina".

Habida cuenta de las ventajas que ofrece la codificación específica para los productores y las empresas artesanales, el CCI alienta a los gobiernos a dar efecto a la ya comentada Recomendación de la OMA. Los resultados que se obtengan con la aplicación práctica de esta Recomendación servirán para fundamentar las medidas de identificación específica de los productos artesanales durante un nuevo ciclo de revisión del SA, con el fin de seguir extendiendo la armonización en el mundo.

Hasta ahora, la Recomendación ha sido adoptada oficialmente por tres países: Canadá, Marruecos y Senegal. "Se están preparando otras medidas. El comité de gestión del arancel exterior común de la Unión Económica y Monetaria del África Occidental ha invitado a sus ocho Estados miembros a adoptar la Recomendación. Casi todos son países menos adelantados que producen y comercian con un volumen importante de bienes artesanales. La idea está siendo considerada también por los 15 miembros de la Comunidad Económica de los Estados del África Occidental, lo que añadiría otros siete países a la iniciativa"<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Forum de Comercio Internacional - Revista trimestral del Centro de Comercio Internacional No 4/2000

<sup>31</sup> Forum de Comercio Internacional, op cit.



Los últimos años han caracterizado al comercio internacional por un incremento notorio de nuevos acuerdos comerciales entre los países como asimismo la ampliación y profundización de acuerdos preexistentes, suscriptos a partir de la década del `70 y del `80.

La República Argentina no ha sido ajena a este proceso y en tal sentido correspondería mencionar los casos del MERCOSUR, los Acuerdos de Libre Comercio que el MERCOSUR ha firmado con Chile, Bolivia, México y con los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), estos son Colombia, Venezuela (hasta la incorporación al MERCOSUR), Ecuador, Perú y Bolivia. Como también aquellos acuerdos realizados, o en vías de realizar con la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y otros países desarrollados.

Estos acuerdos entre países establecen distintas pautas tendientes a favorecer e incrementar el intercambio entre los países signatarios. Uno de ellos son los Sistemas de Preferencias Generalizadas –SPG- concedidas por la países “donantes” (países de economías más desarrolladas) a los productos originarios de los países “beneficiarios” (países con economías menos desarrolladas). El SPG prevé el tratamiento de derechos preferenciales (un tipo reducido de los derechos de importación o, incluso, libre de derechos) de las mercancías importadas originarias de los países beneficiarios.<sup>32</sup>

Los diversos países donantes se diferencian fundamentalmente en lo relativo a las mercancías cubiertas y los criterios de origen usados. En consecuencia, debería tenerse en cuenta, por ejemplo, que las mercancías que cumplen las condiciones del SPG de EE.UU. no cumplirán, necesariamente, las del SPG de la UE.

Dentro de las mercancías cubiertas por este arancel preferencial aparecen las artesanías que son definidas por los países “dadores” como productos totalmente hechos a mano en los países de origen. Vale la pena remarcar que no todos los productos artesanales gozan de derechos preferenciales. La condición de artesanía es avalada por los certificados de origen emitidos por la

---

<sup>32</sup> El principio se acordó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), y es una simplificación concedida a los países en desarrollo por ciertos países desarrollados. En el caso de la Unión Europea, tras la iniciativa denominada «Todo menos Armas» puesta en marcha en 2001, el SPG de la CE concede a los países menos adelantados el acceso libre de derechos y contingentes de casi todas sus exportaciones. El sistema se concede a los países beneficiarios y no se negocia con ellos; el tratamiento preferencial no es recíproco





autoridad competente del país beneficiario, que avala que la producción ha sido efectuada enteramente en dicho país.

Los países otorgantes de este beneficio son: Unión Europea, EE.UU, Suiza, Noruega, Canadá, Japón, Nueva Zelanda, Australia, Bulgaria, Hungría, Polonia, Bielorrusia, Federación Rusa, Eslovaquia y República Checa.

En el caso de Argentina, para recibir los beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) es necesario cumplimentar un certificado de origen especial que emite únicamente la Secretaría de Industria, Comercio y Minería en forma gratuita.

A continuación, se enumeran los Acuerdos de mayor relevancia suscriptos por Argentina a partir de los cuales se recibe el beneficio de rebajas arancelarias en la exportación.

### **3.8 Acuerdos Regionales y Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica**

#### **ALADI**

Los principales Acuerdos Comerciales que posee Argentina son los suscriptos en el marco de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración)<sup>33</sup>. Existen dos tipos de acuerdos por los cuales se otorgan rebajas arancelarias entre los países miembros: *Acuerdos Regionales y Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica*.

Entre el primer tipo, se puede mencionar el Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional N°4 (PRA N°4), que está suscripto por todos los miembros de ALADI. Dicha preferencia se aplica en magnitudes diferentes según tres categorías de países (países de menor desarrollo económico relativo; países de desarrollo intermedio; demás países) y abarca el universo arancelario salvo una nómina de productos que cada país exceptúa del beneficio.

Las exportaciones argentinas se ven beneficiadas por las siguientes reducciones porcentuales:

**Bolivia, Ecuador y Paraguay** (países de menor desarrollo) otorgan a Argentina una reducción del 8% en los aranceles de importación.

---

<sup>33</sup> Acuerdos Comerciales, [www.aladi.org](http://www.aladi.org)



**Colombia, Cuba, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela** (países de desarrollo intermedio) otorgan a Argentina una reducción del 12% en los aranceles de importación.

**Brasil y México** (otros países miembros) otorgan a Argentina una reducción del 20% en los aranceles de importación.

### **MERCOSUR**

Con respecto al segundo tipo de acuerdos mencionado anteriormente, se puede decir que el más relevante en cuanto a profundización de preferencias es el Acuerdo de Complementación Económica N°18 (ACE N°18) que dio origen al **MERCOSUR**, en el que los productos objeto de este estudio gozan de arancel del 0%.

### **3.9 Sistema General de Preferencias de Unión Europea, Estados Unidos y Japón<sup>34</sup>**

A continuación se indican las características sobresalientes de los esquemas aplicados por la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, que representan más del 80% del valor de importaciones beneficiarias de estas preferencias<sup>35</sup> y de los cuales Argentina es país beneficiario y podría expandir sus exportaciones en un número significativo de mercados y productos por tener cupos disponibles.

#### Unión Europea

La forma en que la UE aplica el sistema depende de la sensibilidad de los productos, el ingreso per cápita y otras características del país exportador, y contiene normas tanto para los productos industriales como para los productos agrícolas. Para los bienes encuadrados en la categoría de productos sensibles, el SGP se calcula aplicando una reducción de 3,5% al derecho NMF<sup>36</sup> (Nación

---

<sup>34</sup> Para mayor información de los SGP, se puede ingresar en los siguientes sitios:

- Fundación Export-AR: [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)

- SGP-UE: [www.taric.com](http://www.taric.com)

- SGP-EE.UU.: [dataweb.usitc.gov](http://dataweb.usitc.gov)

- SGP-Japón: [www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp](http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp)

<sup>35</sup> Agencia de desarrollo de inversiones - Fundación Exportar -2005

<sup>36</sup> La cláusula de la nación más favorecida establece la extensión automática de cualquier mejor tratamiento que se concederá o ya se ha concedido a una parte a todas las demás partes de un acuerdo. OMC 1994.





Más Favorecida), en el caso de derechos ad valorem<sup>37</sup>; o una reducción del 30% al derecho NMF sólo en el caso de que existan otros derechos específicos.

#### Estados Unidos

El margen de preferencia que otorga este país para los productos elegibles bajo el SGP es del 100%; lo que significa que dichos productos ingresan al mercado estadounidense libres de arancel de importación. Actualmente, concede tratamiento preferencial a más de 5.000 productos provenientes de los países en desarrollo y a aproximadamente 1.700 de países menos adelantados.

Las importaciones de productos beneficiados por el SGP alcanzaron en 2002 los 16.700 millones de dólares, de los cuales sólo el 2% proviene de Argentina. Existe un importante potencial para aprovechar este mecanismo, ya que el 70% de las exportaciones argentinas hacia el mercado estadounidense se encuentran incluidas en el sistema; a pesar de ello, sólo el 9% de estas ventas ha utilizado tal beneficio<sup>38</sup>.

En relación con las **artesanías**, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto alcanzó un acuerdo con los Estados Unidos, que lo convierte en un mercado potencial de exportación de gran importancia. Como resultado del mismo, el Sistema General de Preferencias permite ingresar a territorio estadounidense una línea de productos artesanales textiles (tapices y fundas para almohadones) con un arancel 0 (cero).

A lo largo del año 2004, también se realizaron avances para solicitar a las autoridades del USTR (United States Trade Representative) la incorporación a los beneficios de 6 posiciones arancelarias correspondientes a otras artesanías textiles.

Según datos obtenidos del Informe de Comercio Exterior del año 2004 de la Fundación Exportar, durante el año 2002, se registraron importaciones de artesanías desde Estados Unidos por 224,7 millones de dólares. El 68% de las compras de este país se realizaron a China, desde donde importó unos 153,7

---

<sup>37</sup> Gravamen Arancelario a que están afectadas las mercancías en el Arancel Aduanero, cuya aplicación se hace tomando como base impositiva el valor aduanero o el valor CIF de las mercancías.

<sup>38</sup> Datos provistos por la Subsecretaría de Política y Gestión Comercial Externa.



millones de dólares. Países como Alemania, Taiwán y la India le siguen en importancia con 14,2; 11,77 y 6,2 millones de dólares, respectivamente.

#### Canadá

Un arreglo similar está tramitándose con Canadá -otro destino que ofrece un enorme potencial para la producción artesanal- a fin que su Arancel General de Preferencias (AGP) admita el ingreso de una numerosa variedad de artesanías argentinas sin costo arancelario. En línea con estas negociaciones, la Secretaría de Cultura de la Nación ha dictado una nueva resolución que dispone la ampliación del Certificado Nacional de Artesanías para Canadá.

#### Japón

Japón otorga un tratamiento arancelario preferencial, bajo el esquema del SGP, a 15 territorios y 148 países en desarrollo, entre lo que se encuentra Argentina. El margen de preferencia que otorga para los productos elegibles es variable, pudiendo llegar en algunos casos al 100%. Los productos beneficiados por el sistema son 339 productos agrícolas o pesqueros y la mayoría de las manufacturas industriales (se exceptúan 118 productos).

La asignación de estas preferencias se realiza sobre la base de cupos, los cuales se otorgan según el principio "first come, first served" (primero llegado, primero servido) hasta agotarlos. Para algunos productos muy sensibles se efectúa la asignación sobre la base de licencia previa, mientras que para los no sensibles se prevé flexibilidad en los montos máximos anuales.

### **3.10 Exportación de artesanías argentinas**

Para poder conocer en qué situación se encuentran las exportaciones de artesanías de nuestro país, es importante conocer cuáles son las que gozan del sistema de preferencias arancelarias. Para ello, en la siguiente Tabla, se presentan las posiciones arancelarias, a 6 dígitos, de los productos artesanales que gozan de este privilegio en Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón y Rusia.





Tabla 1: Sistema General de Preferencias acordado con terceros países para artesanías

Rubros	Posición Arancelaria	Descripción s/ Nomenclador	Estados Unidos	Unión Europea	Japón	Canadá	Australia / N. Zelanda	Rusia
Alfarería	691200	Vajillas, otros artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica excluida porcelana	X	X	X	X	X	X
	691390	Estatuillas y otros adornos de cerámica excluida porcelana	X	X	X	X	X	X
	691490	Manufacturas de cerámica excluida porcelana ncop. ( las demás manufacturas de cerámica, se dividen en varios)	X	X	X	X	X	X
Alfarería - Imaginería	950510	Artículos para fiestas de navidad en madera / cerámica	-	X	X	-	X	X
Artesanía del tejido	570190	Alfombras de nudo, de material y textil excluida lana y pelo fino	-	X	X	X	X	X
	621290	Prendas y complementos de vestir ---sostenes , fajas, corsés, tiradores, ligas y artículos similares , incluso de punto	-	X	X	-	X	X
	630800	Juegos contruidos por piezas de tejido e hilado, incluso c/accesorios p/ la confeccion de alfombras, tapiceria, manteles o servilletas bordados o artículos textiles similares, en envases para la venta al x menor	-	X	X	-	X	X
	650400	Sombreros y otros tocados de paja fina(mamila,panama y similares)	X	X	X	-	X	X
Artesanía de la Madera	441900	Artículos de mesa o de cocina de madera	X	-	X	X	X	X
	442100	mates de madera de palosanto	-	-	X	X	X	X
	950699	arcos y flechas de madera	X	X	X	-	X	X
	442090	Otras manufacturas de madera ncop.	X	X	X	X	X	X
Artesanía de la Madera - Imaginería	442010	Estatuillas y otros objetos de adorno, de madera	X	X	X	X	X	X



Artesanía de los metales	711311	SON DE PLATA (7113 Art. de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado (plaqué))	X	X	X	X	X	X
	711411	Artículos de orfebrería de plata	X	X	X	X	X	X
	821192	Son de mesa, de caza, de adorno. Es la cuchillería artesana que puede tener empuñadura de plata, asta, hueso, madera, etc	X	X	X	X	X	X
	711719	bijou de plata	X	X	X	X	X	X
Artesanía del Cuero	420100	Artículos de talabartería o guarnicionería p/todos los animales, de cuero natural o regenerado	X	X	X	X	X	X
	420211	Los demás de cuero	-	X	X	X	X	X
	420221	artesanas de cuero natural	-	X	X	X	X	X
	420231	Artículos de bolsillo o de bolsos de mano c/superficie exterior de cuero	X	X	X	X	X	X
	420330	Cintos, cinturones y bandoleras de cuero	X	X	X	X	X	X
	430219	Pieles curtidas o adobadas de ovinos, enteras incluso s/cabeza, cola o patas /ensamblar	X	X	X	X	X	X
	430230	Pieles enteras, trozos y recortes de pieles, curtidos o adobados, ensamblados	X	X	X	X	X	X
640510	Calzado ncop.c/parte superior de cuero	X	X	X	-	X	X	
Artesanía del Tejido	420219	Batiles, valijas, portafolios y similares c/superficie exterior de materias ncop.	-	X	X	X	X	X
	570110	Alfombras de nudo, de lana, hechas a mano	X	X	X	X	X	X
	570210	Alfombras "Kelim", "Sounak" y similares hechas a mano	X	X	X	X	X	X





Artesanía del Tejido	580500	Tapicería de materia textil ncop., tejida a mano y de aguja	X	X	X	-	X	X
	610110	Abrigos, chaquetones y similares de punto, de lana o pelo fino, p/hombres o niños	-	X	X	-	X	X
	610120	HOMBRE CAMBIA P/MUJER Abrigos, chaquetones y similares de punto, de algodón, p/hombres o niños	-	X	X	-	X	X
	611591	Medias, calcetines y artículos similares de punto, de lana o pelo fino (*)	-	X	X	X	X	X
	611691	Gautes, mitones y manoplas de punto, de lana o pelo fino, ncop.	-	X	X	X	X	X
	611710	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares de punto	X	X	X	-	X	X
	611780	Accesorios de vestir, de punto, no expresados ni comprendidos en otra parte	X	X	X	X	X	X
	630120	Mantas de lana o pelo fino, excluidas las eléctricas (*)	-	X	X	X	X	X
	630190	Mantas no expresadas ni comprendidas en otra parte	-	X	X	X	X	X
	630240	Ropa de mesa, de punto	-	X	X	-	X	X
	650590	Sombreros y tocados de cualquier material, excluido en bandas (se abre mucho)	-	X	X	-	X	X
	940180	Asientos ncop., excluido c/ armazón de madera o de metal	X	X	X	X	X	X
	940490	Artículos de cama y similares, ncop.	X	X	X	-	X	X
	510910	mandejas de lana al 85%	-	X	X	X	X	X
	611011	sweateres, pulloveres, cardigans, chalecos y art similares de punto ---- mezclados c/ pelo fino	-	X	X	-	X	X
611019	sweateres mezclados con lana exclusivamente	-	X	X	-	X	X	

Fuente: Información suministrada por la Secretaría de Industria, Comercio y Minería

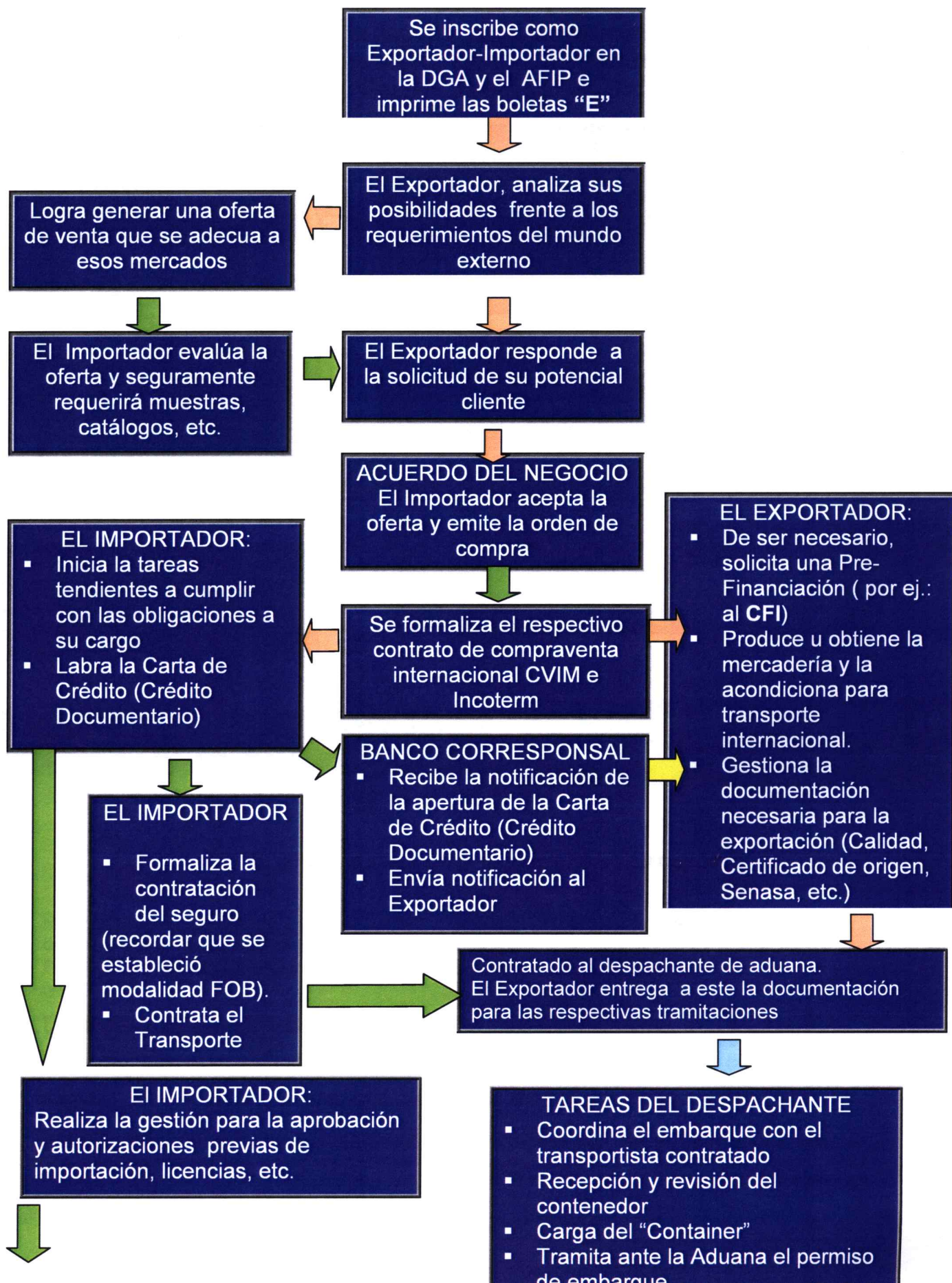
X – Productos negociados para SGP

A partir de conocer las condiciones de exportación en las que se encuentran las artesanías, a continuación se describe, en forma simple, cómo se realiza una operación de exportación. Para esto se tomó el modelo elaborado por la Guía de Exportación de Artesanías desarrollada por el CFI (CFI, 2008 Inédito) en el presente año:

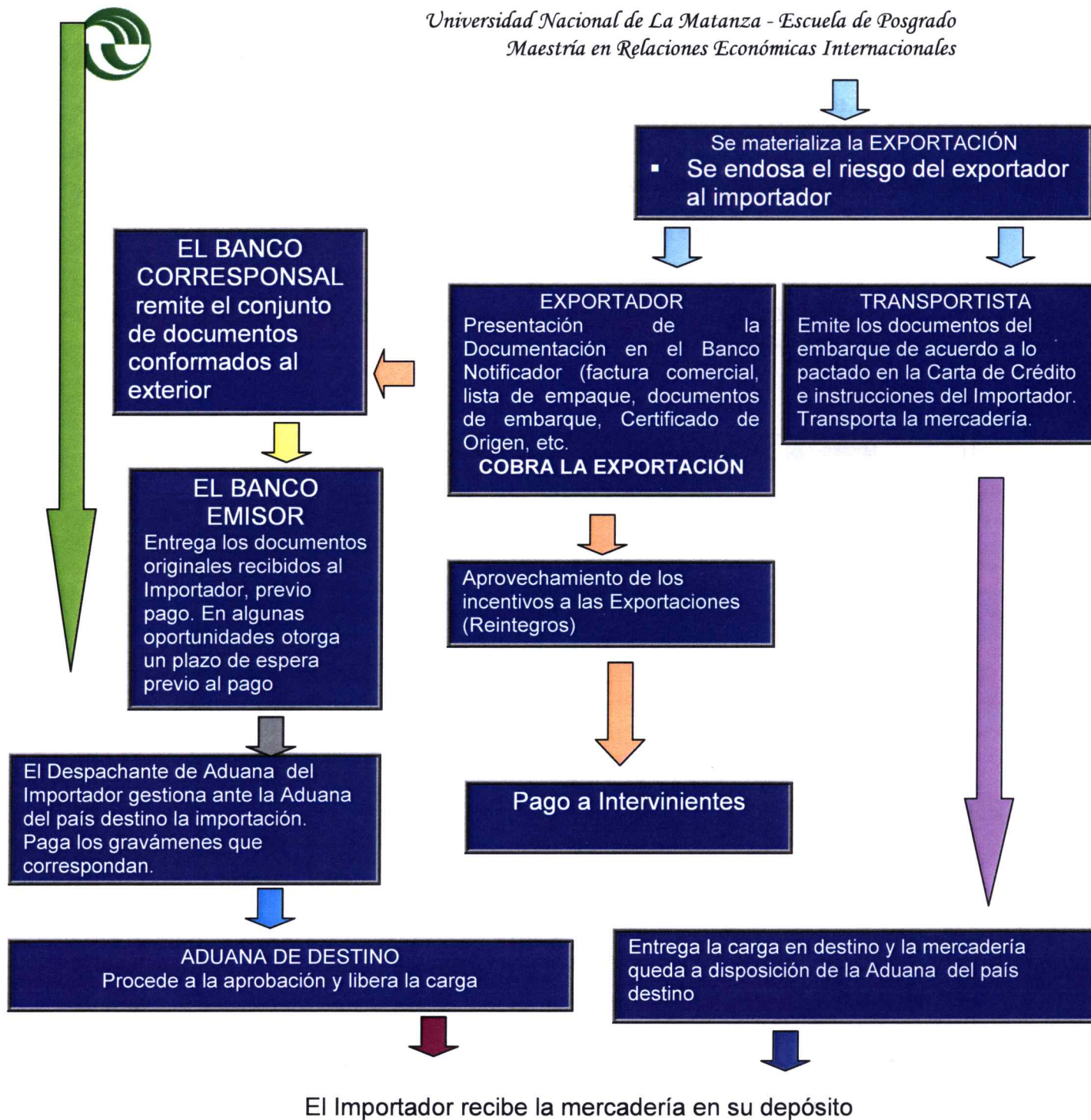




Diagrama de una operación de exportación simple







Nota: El Diagrama responde a una exportación bajo condición FOB y forma de pago a través de una Carta de Crédito (Crédito Documentario).

Fuente: Guía de Exportación de Artesanías, CFI. 2008

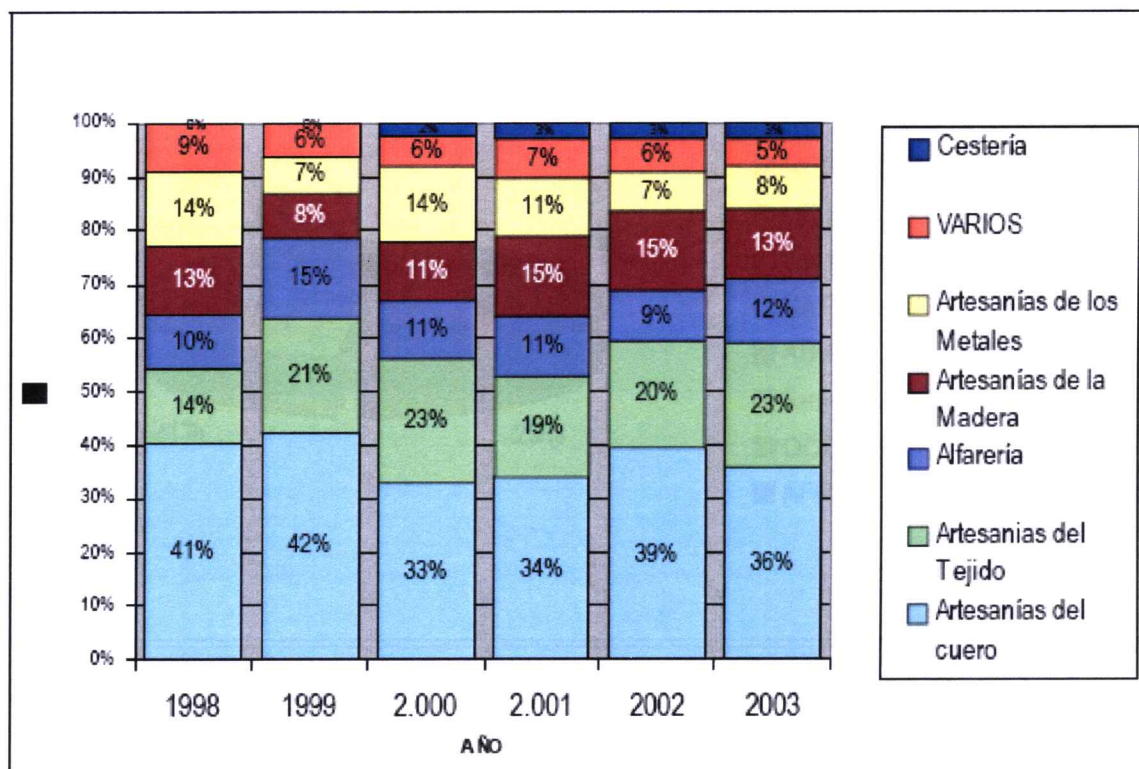
En el caso de las exportaciones registradas hasta el momento, se observa un aumento, que mas allá de explicarse por la modificación del tipo de cambio en nuestro país, favorece al sector de artesanías en general. Sin embargo, no es posible determinar de qué forma impactó la exportación de artesanías de las



comunidades aborígenes ya que, como mencioné anteriormente, no hay diferenciación entre unas y otras.

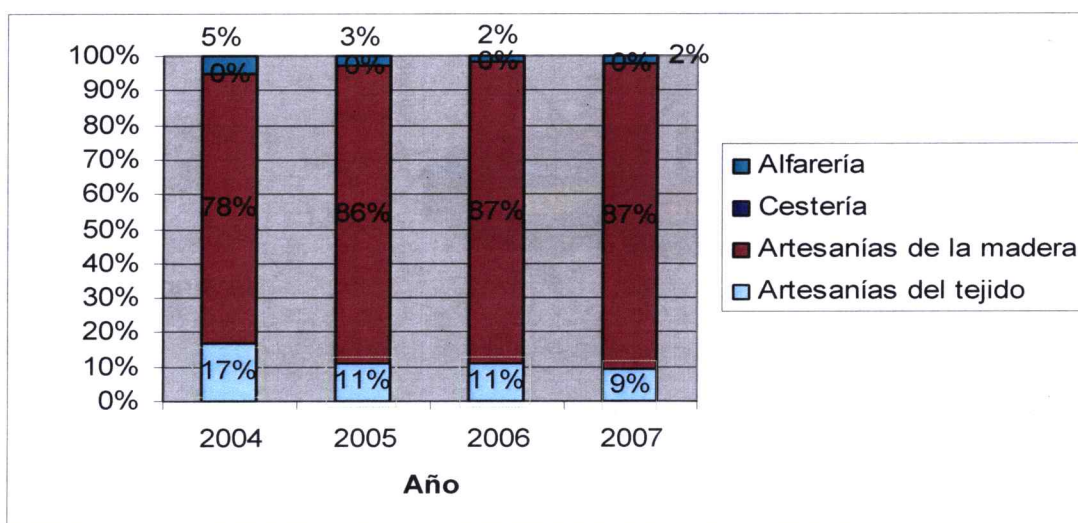
A continuación se presentan las exportaciones por rubro desde el año 1998 al 2003, en una primera etapa y del 2004 al 2007 en una segunda etapa.

Gráfico 1. Evolución de las exportaciones por rubro artesanal 1998-2003



Fuente: realizado en base a datos del INDEC

Gráfico 2. Evolución de las exportaciones por rubro artesanal seleccionado 2004-2007



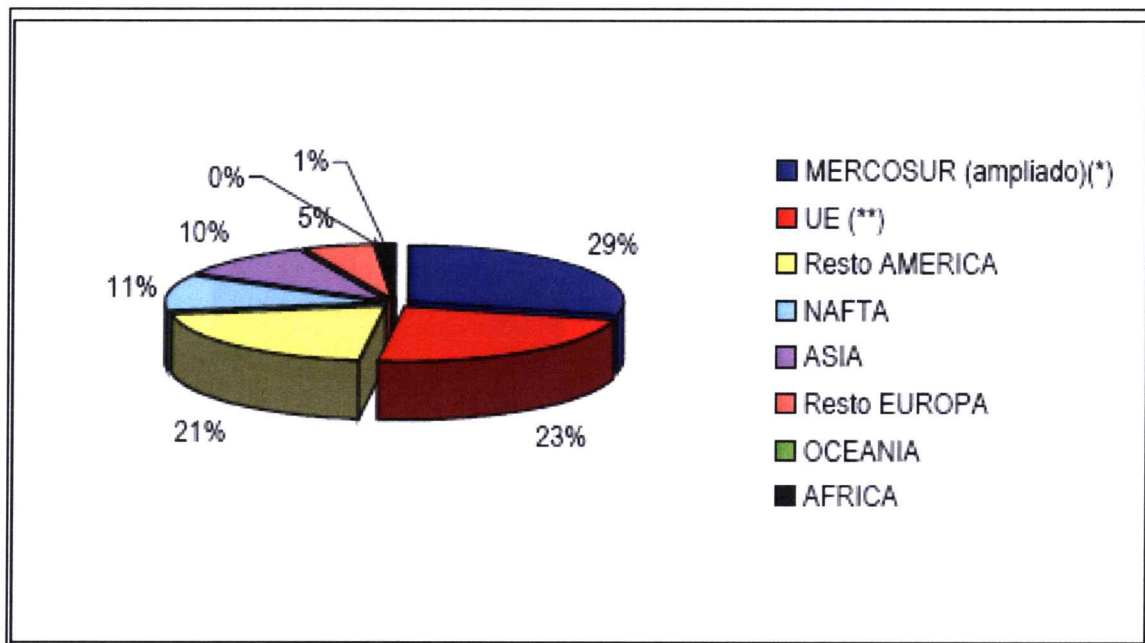
Fuente: elaboración propia a partir de datos del INDEC, 2008





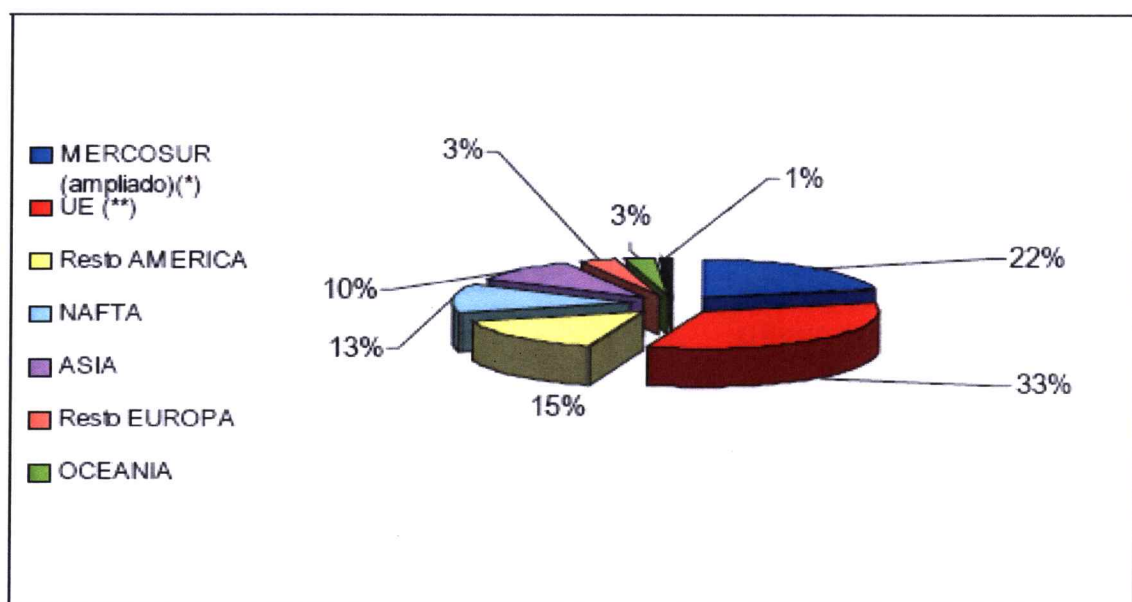
En cuanto al destino de las artesanías, analizado por bloque económico, las mismas se dirigen principalmente hacia el MERCOSUR ampliado (con una participación promedio dentro de la serie analizada del 32%); seguido por la Unión Europea (25%), el resto de América (17%); Nafta 11% y Asia 9%. En los Gráfico 3 y 4 puede visualizarse dicha distribución para los años 1998 y 2003.

Gráfico 3. Exportaciones por bloque económico año 1998



(\*)MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia. (\*\*) Se consideran los 25 países

Gráfico 4. Exportaciones por bloque económico año 2003



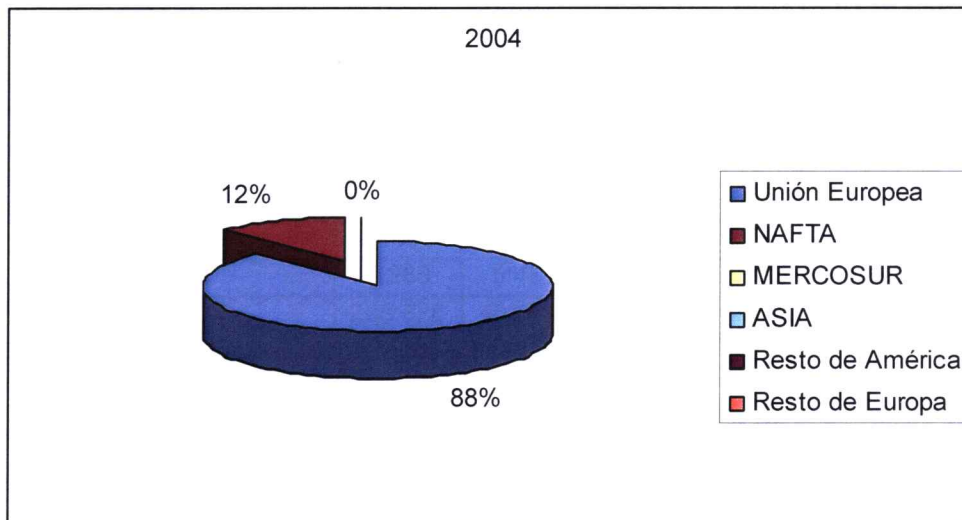
(\*)MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia. (\*\*) Se consideran los 25 países

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC, 2008



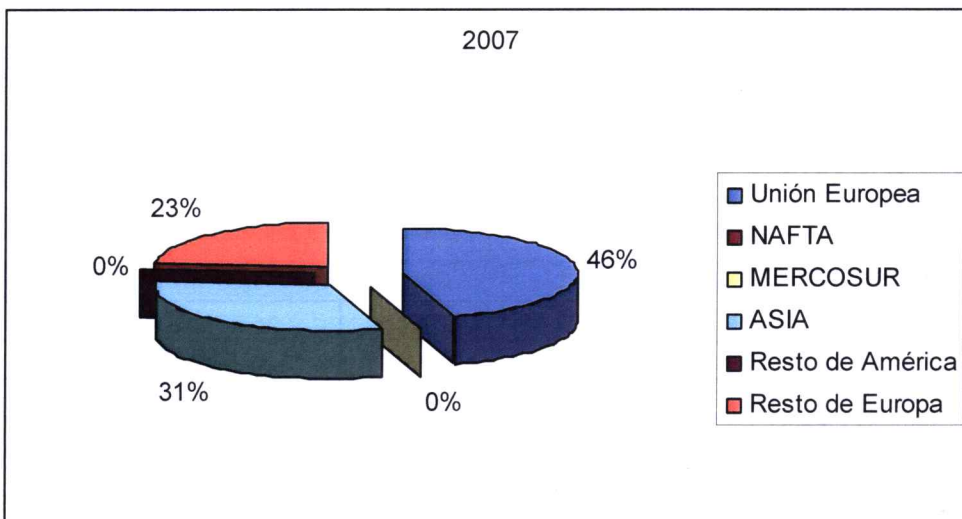
En cuanto a los años 2004 y 2007 correspondientes a la provincia de Chaco, en el primer año el 88% de las exportaciones fueron hacia la Unión Europea y el resto al NAFTA, principalmente Estados Unidos y en el segundo, se sumaron China (31%) y el Reino Unido (23%).

Gráfico 5. Exportaciones por bloque económico año 2004 (mismas posiciones arancelarias) de la prov. de Chaco



(\*)MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia. (\*\*) Se consideran los 25 países

Gráfico 6. Exportaciones por bloque económico año 2007



(\*) MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia. (\*\*) Se consideran los 25 países

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC, 2008





En el primer período presentado a nivel nacional, dentro de los principales países compradores, aparece en primer lugar Uruguay, seguido por EE.UU, Chile y Brasil. Luego, España, Italia y Reino Unido son los países europeos de mayor demanda por las artesanías argentinas.

Tabla 2. Evolución de las exportaciones Totales por bloque económico

Bloque	1998	1999	2000	2001	2002	2003
MERCOSUR (ampliado)(*)	83.506	141.812	120.971	154.513	133.885	162.500
UE (**)	66.315	96.834	86.499	100.347	174.463	249.887
Resto AMERICA	59.118	68.580	46.850	62.907	135.432	113.530
NAFTA	30.321	45.624	30.349	45.175	101.613	95.482
ASIA	29.685	27.222	27.318	42.758	60.143	72.422
Resto EUROPA	15.143	12.229	11.628	14.657	14.439	25.952
OCEANIA	450	3.995	8.560	7.149	13.278	20.354
AFRICA	4.288	5.487	156	9.123	8.020	8.298
TOTAL	288.826	401.783	332.331	436.629	641.273	748.425

(\*)MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia

(\*\*) Se consideran los 25 países

En el segundo caso, donde se realizó un detalle de las exportaciones realizadas por la provincia de Chaco sin poder acceder a los datos de las posiciones arancelarias totales nacionales por destino, se observó que en el 2004 la Unión Europea registró la mayor cantidad de exportaciones, siendo España el destino excluyente siguiendo Estados Unidos como segundo destino.

Sin embargo, en el 2007 se observó también participación de China, Reino Unido, Francia e Italia como otros destinos, donde la mayor parte de la exportación fue de las posiciones arancelarias de cuero. (ver Anexo II)

Tabla 3. Evolución de las exportaciones Totales por bloque económico de la prov. de Chaco

Bloque	2004	2005	2006	2007
UE (**)	13.464	1.317	3.959	156.438
Resto AMERICA	-	-	464	-
NAFTA	1.863	-	-	-
ASIA	-	-	-	107.741
Resto EUROPA	-	-	-	81.004
TOTAL	15.327	1.317	4.423	345.183

(\*\*) Se consideran los 25 países

Fuente: elaboración propia en base a datos de INDEC, 2008

Del análisis de los rubros vendidos en general en el período que abarca 1998 al 2003, hacia las distintas regiones, se deduce que los tejidos, la alfarería y las artesanías en metal son mayormente demandados por los países del



MERCOSUR y de la Unión Europea, en ese orden. Las artesanías en cuero tienen como primeros destinos a los países del Resto de América (principalmente Perú, México y Bolivia), seguidos por la Unión Europea cuyos miembros también lideran las compras de las artesanías argentinas en madera. De los países del NAFTA proviene la mayor demanda por productos en asta, hueso y cuerno.

Sin embargo, si analizamos los destinos y las artesanías exportadas en la provincia de Chaco, veremos que la artesanía en madera es la más solicitada y que se mantienen entre los años 2004 y 2007 (ver Anexo II), aunque las posiciones arancelarias vinculadas al cuero, resultaron ser en el 2007 las de mayor movimiento. En función de las artesanías que producen los pueblos originarios, podemos ver que la madera es una de ellas lo que implica que existen mercados reales de destino.

Finalmente se buscó una mayor aproximación a la identificación de los productos exportados, a través de las partidas arancelarias que sumaron mayores valores en el período analizado entre 2004 al 2007. La siguiente Tabla, presenta las artesanías más importantes en términos de valores y sus principales países compradores.

Tabla 4. Principales artesanías exportadas y destinos de la provincia de Chaco

<b>Artículos de mesa o cocina de madera</b>
España, Italia
<b>Bolsos de mano de cuero natural</b>
Italia
<b>Maceteros y manufacturas de cerámica</b>
España, Italia
<b>Pieles curtidas o adobadas</b>
China, Francia, Italia, Reino Unido
<b>Chales, bufandas, velos de punto</b>
España
<b>Adornos de madera y estatuillas</b>
España, Estados Unidos, Italia, Alemania, Venezuela

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC, 2008.

Como no existe diferenciación en el nomenclador entre artesanías de los pueblos originarios y las criollas, el análisis se hizo en función de la descripción





que se realizó sobre las que ellos producen. Así los chales, bufandas, y los adornos de madera entrarían en esa clasificación.

Las Fundaciones que trabajan en la región, como Silataj, Arte y Esperanza y Siwok tienen experiencias de ventas al exterior, pero en algunos casos se trata de exportaciones encubiertas ya que los compradores extranjeros realizan los pedidos en el país y se los llevan ellos mismos, sin pasar por la aduana, por lo que no quedan registros. Además las cantidades, en algunos casos, son muy pequeñas. Así lo señalan las integrantes de Silataj quienes registraron las siguientes ventas desde el 2004:

Mayo 2004 a Italia	u\$s	2.960
Junio 2005 a EEUU	"	2.180
Junio 2006 a Italia	"	1.104
Nov. 2006 a EEUU	"	1.135
Agosto 2007 a EEUU	"	1.362
Agosto 2007 a Italia	"	900

Exportaciones indirectas (pagadas y retiradas del local en Bs.As.)

Marzo 2005	\$ 2.346	Italia
Noviembre 2006	" 1.858	"
Diciembre 2006	" 8.466	"
Diciembre 2007	" 1.814	"
Enero 2008	" 6.828	"
Marzo 2008	" 3.292	Estados Unidos

La población con la que trabajan son wichís en mayor proporción, tobas, chañé, pilagás, cuya cultura se define por ser cazadores - recolectores. En cuanto a la exportación, han realizado experiencias en pequeñas cantidades, muchas veces debiendo rechazar pedidos porque los costos no llegan a cubrirse.

Desde la demanda hay repetición de pedidos, es decir que los clientes se mantienen y están conformes con los productos. Los problemas que detectan es que los aborígenes no conocen los requerimientos del mercado, ellas les acercan las demandas. Por lo que plantean que, para revertirlo, necesitan más capacitación. Está la dificultad del idioma, porque el español no es el idioma madre. Observan que los hombres son más desinhibidos y hablan más que las mujeres, aunque en varias ocasiones les sucede creer entender lo que ellos



dicen y viceversa y resulta no ser así. Existe mucho analfabetismo. También “el tema que estén bien hechas, hacerles entender que si no mandan las cosas bien no nos hacen otro pedido y no tenemos a quien vender”. Para ellas y ellos se trata de un vocabulario y lenguaje nuevo, con conceptos nuevos. Les cuesta producir según los criterios de la moda.

La materia prima más utilizada en productos con mayor salida son: yica, fibra vegetal, palo santo (trabajo de hombres), collares (trabajo de mujeres). Entre las diferencias entre hombres y mujeres, señalan:

Ellos: no prevén, su relación con el dinero es de consumo del total de lo obtenido, no tienen valor económico las cosas.

Ellas: son más previsoras porque tienen que darle de comer a sus hijos. Las mujeres trabajan la yica que es un telarcito, trabajaron en un rescate cultural con los colores, y resaltan que cada vez trabajan mejor. La mujer cobra su plata y el hombre cobra su plata y la gasta cada uno de ellos como quiere. Es totalmente independiente. Se comparte porque la mujer compra una bolsa de azúcar, y el hombre come, la mujer gasta para los hijos, sobre todo una mujer con muchos hijos. El hombre es más individualista, puede llegar a comprar zapatillas para los chicos, que la mujer le encarga, va con un hilito que es la medida del pie del hijo. Pero la que está realmente preocupada por los hijos es la mujer.

En cuanto a la producción se le hace un pedido uno por uno, de acuerdo a lo que mejor hacen, los tamaños y las cantidades. Ellos eligen la persona que se va a hacer cargo del envío, cobrar la plata y pagarles. Los cambios observados en la comercialización directa está dado por lo que “nos dijo una criolla, que ellos las cosas de Uds. (Silataj) no las venden, si vienen los criollos no se las venden, se las hacen con otra calidad y les pelean el precio”. Las mujeres sobre todo guardan la producción.

Como propuesta advierten que “sería buenísimo exportar, con el comercio justo, a las organizaciones del MERCOSUR, por ahora no podemos intercambiar productos con los países vecinos”.

Las ventas hacia el exterior, en la mayoría de los casos fueron realizadas en forma conjunta con la Fundación Arte y Esperanza, con quienes comparten la





representación del sector en la construcción de la red de Comercio Justo en la Argentina.

La Fundación Siwok trabaja en la región de Salta, ha demostrado una mayor participación en las exportaciones, registrando las siguientes ventas:

año	Monto en pesos
2004	250.000
2005	300.000
2006	250.000
2007	200.000

También señalan que las cantidades son aproximadas ya que la contabilidad es llevada de modo artesanal, algo que es común en las ONG's consultadas. Según los datos obtenidos en la entrevista enviada por correo electrónico, el destino de las mismas ha sido Canadá, EE.UU., Reino Unido, España, Finlandia y Francia, siendo la artesanía más exportada las tallas en maderas duras del chaco Salteño, cuya posición arancelaria es 4420.10.00.900Q.

Entre los requisitos que tuvieron que tramitar para poder realizar una operación de exportación se encuentran: permiso de exportador, cuit, y seguro de exportador. Según la visión de su director, "el negocio esta cayendo ya que somos cada vez menos competitivos por la inflación y el dólar se mantiene quieto. Los clientes piden casi siempre lo mismo. Mitad pájaros, mitad artículos religiosos para EEUU y mitad utilitarios: cuarto pájaros y cuarto navideños, para Europa". Las dificultades que observa para exportar están vinculadas con las posibilidades de pre-financiación, el abastecimiento vinculado a la calidad y la continuidad y la ausencia de apoyo respecto de nuevos diseños. Las causas las atribuye a la necesidad de "encarar esto con profesionalidad y hace falta inversión en gente que controle calidad, empaque bien, etc. Siempre estamos al límite. Un colchón financiero que nos permita hacer gastos para producir mejor y controlar la calidad mejor."



## Capítulo IV

### 4.1 Conclusión

Para la discusión sobre de la posibilidad real de exportar artesanías de los pueblos originarios de la provincia del Chaco es inevitable tener en cuenta el contexto sociocultural y económico detallado en el capítulo III. Los problemas de infraestructura existentes en la provincia del Chaco que afectan a la comercialización internacional de artesanías exceden el objetivo de esta tesis.

El acceso a la educación básica obligatoria, a la alimentación suficiente, a los servicios básicos de salud, y al acceso a los servicios básicos como luz, agua potable y gas natural, son problemas estructurales que acompañan a las comunidades desde hace décadas. Las políticas públicas orientadas a las comunidades son el resultado de los vaivenes políticos que han acompañado el desarrollo de nuestro país. Por esta razón, es necesario dejar en claro que con este trabajo sólo se hace un pequeño recorte de los muchos problemas que tienen, ya que la artesanía es una punta del iceberg por dónde comenzar.

Las artesanías definen la cultura a partir de la carga simbólica que transfieren en sus productos que no están definidos en términos de mercancía, sino bajo la definición planteada en el capítulo anterior, y muestra un aspecto económico deficitario pero con posibilidades de desarrollo y mejoramiento de los diferentes aspectos que lo conforman.

A partir de los datos aportados en las entrevistas, se plantean varias cuestiones a tener en cuenta. En función de lo mencionado en los capítulos anteriores y los trabajos consultados, el choque cultural que implica ingresar en la economía de mercado internacional y adaptarse a los requerimientos impositivos requiere hallar una interface entre las dos culturas para que los artesanos puedan cumplir con los requisitos que el mercado impone. No se trata de evidenciar desconocimiento de su parte, sino adaptar los diferentes valores, como el de la palabra y la informalidad de los acuerdos, a las transacciones comerciales criollas. En este sentido, la Guía de Exportación de Artesanías plantea los requerimientos impositivos a tener en cuenta para una operación de exportación. También lo menciona la Fundación Silataj, cuando señalan que para realizar un pedido de cierta cantidad y tamaño, debían





hacerles la muestra ya que se les hacía difícil entender por qué tenían que hacer piezas de un tamaño determinado.

Otra dificultad para exportar es el idioma y la educación ya que como se menciona en el capítulo anterior, se transforma en un escollo a la hora de proponer capacitación orientada a mejorar la producción y comercialización de las artesanías, por lo que es necesario adaptarlas a su cosmovisión, sus tradiciones y formas de vincularse hacia dentro de cada comunidad. En varias ocasiones manifestaron que, identificar a miembros de las comunidades que sirvan de promotores de capacitación y sean vehículos para establecer pautas de trabajo, es una manera no invasiva de mejorar su calidad de vida en el corto y mediano plazo y eficientizar las herramientas propuestas. No es un dato menor, sobre todo teniendo en cuenta que el aprendizaje del oficio se realiza en el núcleo familiar en el caso de las comunidades rurales y muchas veces, se convierte en su única fuente de ingresos.

Las dificultades y asimetrías en el acceso a las rutas y las comunicaciones, también son trabas a la hora de ofrecer continuidad en vías de sostener una oferta constante de artesanías. Pero experiencias como las de las mujeres de Formosa, en nuestro país y las de Colombia y Méjico, demuestran que esto no implica una imposibilidad total para la comercialización de artesanías, ya que el éxito de las mismas está dado por la presencia en los locales de las respectivas capitales de cada país y del exterior.

Es necesario plantear con anticipación las cuestiones de compromiso de los artesanos para cumplir con los pedidos en función de las necesidades del comprador. En muchos casos tienen experiencia en este tipo de transacciones comerciales porque les asegura un ingreso periódico que le sirve para planificar el ingreso de su familia, pero en otros no. Esto resulta determinante cuando se pretende establecer un vínculo estable con el artesano para que tenga la capacidad de guardar parte de su producción cuando aparece un comprador local o intermediario, enseñarles a cumplir con la demanda pactada, es clave. En este mismo sentido, la guía para exportar artesanías señala: "la decisión de insertarse en el mundo de las exportaciones, descansa en el grado de compromiso que el artesano desea contraer. Normalmente, frente a



oportunidades comerciales que se le presentan, surge esta necesidad de madurar nuevas formas de vender sus productos.” (CFI, 2008)

La diferencia entre los vínculos con la producción y el dinero, con respecto a los hombres y las mujeres, resulta un dato determinante a la hora de emprender cualquier tipo de estrategia vinculada a establecer, por un lado, cuestiones de continuidad en los vínculos comerciales en cuanto a plazo, stock de artesanías y cumplimientos de calidad, y por el otro, que su cultura siga reproduciéndose hacia dentro de las comunidades. Son las mujeres las que generalmente asumen este rol de transmisoras y las que permanecen en el hogar por más tiempo, asegurando el sostenimiento y la planificación alimentaria del grupo familiar y, como consecuencia, el aumento en la calidad de vida de sus integrantes.

En cuanto a los organismos que trabajan en el área, tanto públicos como ONG's, se observa una situación de superposición de proyectos en el primer caso y de eficiencia y articulación en el segundo. Los organismos públicos desarrollan algunas estrategias vinculadas a la artesanía para la comercialización interna, pero todavía no han llegado a realizar propuestas de comercio exterior para este sector específico, en parte porque no está centralizado ni coordinado quiénes trabajan estas líneas de políticas públicas a nivel nacional con el provincial. Sin embargo, el Arq. Eduardo Luis Barrón, técnico del Área Financiamiento del Desarrollo Empresarial Regional del CFI, señaló en una entrevista que existen algunas líneas de trabajo, como la realización de la Guía.

En el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas –INAI- organismo creado específicamente para dar solución a las comunidades aborígenes de todo el país, sólo dan abasto para dar respuesta a las demandas más urgentes, está desarticulado y las iniciativas que han surgido en los últimos años han quedado ensombrecidas a la luz de los problemas sanitarios, habitacionales y económicos por los que atraviesan los pueblos originarios.

El MATRA no ha tenido una línea de acción específica sobre el tema, más que dedicarse a brindar las pautas para certificar las artesanías y los cambios políticos también colaboraron para que exista una ausencia de coordinación de este con otros organismos provinciales y nacionales. Tal como se señala en el





Capítulo III, la Fundación Chaco Artesanal prácticamente no trabaja en coordinación con otros organismos nacionales ni están al tanto de las actividades que desarrollan, siendo que se trata de uno de los entes claves en la provincia para trabajar el tema de la artesanía aborígen porque, en muchos casos, es el primer comprador en la cadena de comercialización.

A nivel nacional no hay políticas públicas específicas para el sector de artesanías aborígenes, aunque sí se han detectado posibles acuerdos de comercialización a futuro para exportar artesanías en general hacia Canadá, Estados Unidos y la Unión Europa por el establecimientos de SGP específicos. Esto permitiría proyectar a largo plazo posibles intercambios comerciales beneficiosos para el sector, ya que actualmente según lo determinado en una entrevista con una ex integrante del INAI<sup>39</sup>, cuando se exporta alguna artesanía se hace el trámite por cada una, lo que no incentiva y hace más complejo el cumplimiento de los plazos con los clientes externos.

En esta línea, en el CFI plantean que las posibilidades de participar de exportaciones están directamente relacionada con artesanos que hayan alcanzado una madurez en la producción y en la comercialización de sus artesanías, ya que muchas veces implica inscripciones en el AFIP y consolidar a partir de allí, una ajustada administración contable e impositiva, que en muchos casos no pueden sostener los artesanos aborígenes.

En el caso de la exportación o la venta de las artesanías en el exterior en locales directamente al público, lo que muchas veces sucede es que no hacen una diferenciación de la artesanía aborígen en particular, produciendo esto una pérdida de la identidad del producto y el autor, del origen geográfico, englobándose todo en "América Latina" o Argentina, cuestión que también puede observarse en los locales céntricos de la ciudad de Buenos Aires destinados para el consumo del turista extranjero. Esto sí se diferencia en los locales que poseen las Fundaciones donde se describe el tipo de artesanía, materia prima, origen geográfica y comunidad.

Uno de los principales problemas detectados a la hora de identificar las estadísticas relacionadas con los productos de origen artesanal aborígen es la

---

<sup>39</sup> Me reservo el nombre de la entrevistada por cuestiones que incumben a su continuidad laboral dentro de las esferas del Estado.



falta de estándares internacionales y nomenclatura arancelaria sobre artesanías en general y de origen aborígen, en particular.

Las experiencias de exportación que han existido no han sido sistematizadas por lo que no existe un registro veraz de las condiciones en las que se exportaron, particularmente en la provincia del Chaco, si fueron exportaciones directas o encubiertas. Tal es el caso de las fundaciones que trabajan en el área y tienen algún tipo de experiencia en este campo. Al momento de ser consultadas ninguna había sistematizado los números y comentaron que proveer de esa información para el presente trabajo les había significado una recapitulación de lo realizado hasta el momento. Además, al no tener registrada la información, tampoco tenían noción de los números del nomenclador que utilizaron en el caso de haber hecho la operación vía aduana porque un despachante de aduana se encargaba de realizar todos los trámites, por su complejidad.

La Fundación Chaco Artesanal, no envió ningún tipo de actualización de los datos, a pesar de habérselo solicitado en diferentes oportunidades por distintos canales. Por esto, último resultó muy importante lo analizado por el área de PRODERNEA y el CFI en sus publicaciones y los datos que proporcionaron para este trabajo. Además de los obtenidos en el INDEC.

El desarrollo tecnológico, como el de las comunicaciones, también ha sido un avance importante en el desarrollo de los acuerdos comerciales, ya que antes se encontraban totalmente aislados y no había forma de mantener el contacto con las comunidades<sup>40</sup>. Ahora, algunas comunidades comparten un celular o algunos miembros cuentan con uno, con el que intercambian mensajes de texto o pueden recibir llamadas, lo que facilita el intercambio de información, conocer cómo van con la producción, establecer pautas de pago y entrega, etc.

También Internet puede ser una herramienta posible, aunque en muchos casos, es necesario tener en cuenta que no tienen los recursos mínimos para adaptarse a ella, como la red eléctrica de energía necesaria para una computadora, por lo que es un dato importante adaptar las propuestas a la viabilidad de los recursos existentes, la posibilidad de capacitación para el uso del software necesario, etc.

---

<sup>40</sup> En la Encuesta Complementaria del INDEC no figuran datos sobre estas características, las conclusiones se basan en los dichos y en las observaciones directas en la zona.





La realización y difusión de la Guía realizada por el CFI es fundamental para un acercamiento entre los artesanos y el mundo global orientado a insertar las artesanías en el mundo, ya que permite tener una visión macro de las problemáticas de deberán afrontar y las cuestiones a tener en cuenta para llegar a esa instancia. Por esta razón, es necesario introducirlo como herramienta para la capacitación de los mismos si pensamos en futuras estrategias de comercialización, para plantear en mediano y largo plazo, una propuesta tendiente a mejorar el desarrollo de las artesanías del sector analizado.

En cuanto al volumen de lo exportado, según lo expuesto en los gráficos 1 y 2 con datos suministrados por el INDEC, la exportación de artesanía ha aumentado en forma considerable e la provincia analizada (u\$s 15.327 en 2004, u\$s 345.183 en el 2007) lo que implica que el actual contexto económico favorece al sector. Esto se debe a varias explicaciones, la primera concierne a la diferencia de precio por el tipo cambiario en nuestro país, la segunda está vinculada al aumento de turistas extranjeros en el país que pueden acceder a las artesanías motivados por el punto anterior y que quedan satisfechos en cuanto a calidad y diseño de los productos y, tercero, a la representatividad cultural que los mismos cargan, en forma simbólica. Esto es importante tenerlo en cuenta para plantear estrategias de comercialización de las artesanías aborígenes orientadas a determinar cuáles serán los públicos específicos destinatarios de las mismas. No se puede inferir que los Acuerdos mencionados en el capítulo III, hayan favorecido el aumento del volumen exportado, debido a que, como se desprende en el apartado 3.8 y 3.9, por lo general no son utilizados los beneficios.

También se observa que la mayor cantidad de volumen exportado está en las artesanías del cuero y la textil. Aquí es necesario plantear algunas cuestiones que fueron mencionadas por la ex encargada del sector en el INAI y por el Arq. Borrón, en cuanto a las dificultades en los volúmenes requeridos para dejarle una ganancia significativa al exportador y que le llegue al productor, las condiciones necesarias para que lo exportado llegue en buenas condiciones a destino lo que indudablemente determina qué tipo de productos son más factibles exportar que otros. Tal es el caso de las artesanías en cerámica que



requieren un empaque más sofisticado encareciendo el precio final en relación a otras producciones artesanales como el tejido, la madera o el cuero.

Más allá de las condiciones para exportar de los artesanos, es importante tener en cuenta las potencialidades y dificultades, que se presentaron hasta el momento. En el siguiente cuadro se presentan algunas de ellas:

Cuadro 27. Potencialidades y dificultades según artesanía

Tipo de artesanía	Potencialidad	Dificultad
Cestería	+++	-
Alfarería	+++	-
Tejido	+++	-
Madera	++	-
Instrumentos musicales	+ -	+++

Medidas: Alta: +++, Media: ++, Baja: +-, Nula: -

Fuente: elaboración propia en base a la Guía de Exportación de Artesanías, CFI. 2008. Inédito

En el cuadro se señalan las posibilidades de exportación en función de su composición, ya que dependerá del tipo de embalaje y su complejidad para que los artesanos, los intermediarios o los exportadores no exceden los costos de exportación y las operaciones puedan ser viables. Para determinar esto, se tuvo en cuenta lo señalado en el cuadro 2 sobre el análisis de costos para exportación y el cuadro 3 acerca de la elección de transporte según el producto a exportar. Las exportaciones de los últimos años, en precio y volumen también fueron evaluadas para la realización del mismo.

Para entender en forma amplia lo mencionando en el cuadro anterior, se realiza el siguiente detalle basado en la información existente en el capítulo III:





Cuadro 28: detalle de potencialidades y dificultades

Tipo de artesanía	Potencialidad	Dificultad
<b>Cestería</b>	El material de producción no implica grandes inversiones en embalaje, está nombrado, existe posibilidad de articular la producción entre varias comunidades, el costo es bajo. Buena calidad. Representación cultural simbólica. Existen mercados de destino	No presenta problemas de clasificación aduanera.
<b>Alfarería</b>	El material de producción no implica grandes inversiones en embalaje, está nombrado, existe posibilidad de articular el aumento de la producción entre varias comunidades, el costo es bajo. Buena calidad. Representación cultural simbólica. Existen mercados de destino	No presenta problemas de clasificación aduanera.
<b>Tejido</b>	El material de producción no implica grandes inversiones en embalaje, está nombrado, existe posibilidad de articular el aumento de la producción entre varias comunidades, el costo es bajo. Alta calidad. Representación cultural simbólica. Existen mercados de destino	No presenta problemas de clasificación aduanera.
<b>Madera</b>	Requiere mayor cuidado en el embalaje, está nombrado, posibilidad de articular con varias comunidades para aumentar la producción, bajo costo. Diferenciación en el acabado. Alta calidad. Representación cultural simbólica. Existen mercados de destino	No presenta problemas de clasificación aduanera.
<b>Instrumentos musicales</b>	Originalidad, buena calidad, diferenciación	El embalaje encarece la exportación. Es necesario conocer la demanda en profundidad ya que no depende de la moda, como otras artesanías.

Fuente: elaboración propia

A lo largo del trabajo se realizó una descripción de los antecedentes, tanto en el país como en el exterior, del sector de artesanías enfocando particularmente hacia el sector aborigen donde se detectó que no existen trabajos sistematizados hasta el momento para realizar una estrategia de



comercialización externa destinada a colocar estos productos en los mercados internacionales. También se señaló la cantidad de organismos nacionales y provinciales que trabajan en el área, muchas veces sin coordinación entre ellos, lo que implica superposición de trabajos y líneas de acción, pero en ninguno de los casos mencionados están orientados a las comunidades aborígenes sino al mercado artesanal en general.

Existen dificultades para englobar en el nomenclador, las partidas correspondientes a las artesanías, debido a que no existen especificaciones al respecto y los trámites aduaneros para exportar requieren de un alto conocimiento del sector debiendo contar con el asesoramiento de un despachante de aduanas. Esto hace que muchas veces aquellos artesanos que logran tener contacto con un comprador externo, no cierran la venta por las dificultades a la hora de presentar los formularios requeridos y la documentación necesaria para completar el proceso de comercialización. La falta de educación formal, como se mencionó, y el alto grado de analfabetismo entre los miembros de las comunidades aborígenes también es un factor clave que socava las posibilidades de ingresar en un mercado, ya sea interno o externo ya que los deja en inferioridad de condiciones a la hora de establecer un precio justo para sus artesanías.

Con respecto al precio, al momento de establecer el costo de producción de las artesanías, resulta problemático ya que deriva de la misma informalidad de la actividad. La materia prima generalmente es extraída en forma natural y no establecen el precio en función de la hora/hombre para cada producto si no que muchas veces es por la cantidad de lo producido ("x" cantidad de bolsos, "x" cantidad de collares, etc.). Por esta razón es importante establecer un vínculo estable con el artesano ya que depende de ese ingreso para el mantenimiento de su familia, el compromiso para cumplir con las obligaciones de la demanda y el trabajo temporal que, en muchos casos, termina siendo prioritario por encima de la producción artesanal.

Los problemas de infraestructura, salud, viales, nutricionales son grandes pero esto no ha impedido que el sector crezca tal como se observó en las estadísticas de exportación del INDEC. Está claro que las propias comunidades conocen sus desventajas a la hora de introducirse en el mercado y por esa





misma razón, muchas veces son las Fundaciones o las ONG's a quienes acuden para subsanar esta situación.

Muchas son las acciones que se han presentado desde diferentes organismos del Estado pero el problema radica en la falta de articulación entre provincia y nación y se malgastan recursos económicos, humanos y esfuerzo y la desilusión por no alcanzar los objetivos propuestos desgasta tanto a los destinatarios de cualquier política pública como a quienes las gestionan.

Las características de las artesanías de la provincia de Chaco son similares a las de Formosa y allí existen experiencias exitosas de mejora de la producción y de la comercialización a partir del asociativismo de las mujeres, lo que se traduce en una posibilidad real si la propuesta está orientada a incluir a los actores, en este caso las mujeres, en el diseño de una estrategia global inclusiva.

Si bien en el caso de las Fundaciones no muestran grandes cantidades exportadas no implica que sea un fracaso, sino todo lo contrario porque demuestra que con poco conocimiento y a partir de demandas concretas se pueden realizar operaciones de exportación. No fueron los integrantes de las fundaciones quienes salieron a buscar mercados sino que la demanda los buscó a ellos.

Por lo mencionado a lo largo del trabajo considero que mi hipótesis se confirma, ya que las dificultades detectadas no están vinculadas a la calidad de las mismas sino a problemas estructurales que tienen solución. Si bien es cierto que parte de esa solución radica en la implementación de políticas públicas por parte de la provincia y de las respectivas áreas de nación, su ausencia no se traduce en una imposibilidad intrínseca de la artesanía de participar en los mercados externos.

En relación a cuáles serían las propuestas a realizar para posicionar las artesanías en los mercados identificados, las mujeres serían las destinatarias de las mismas según se desprende del capítulo II, y debería enfocarse en dos áreas:

- Producción basada en la mujer:

- identificar a maestros artesanos para la implementación de capacitación orientada hacia las mujeres;



- capacitar a las mujeres y brindarles herramientas (económicas y financieras) para mejorar los procesos sin perder la identidad artesanal;
- mejorar los procesos de producción a partir del estudio del mejoramiento de los bienes de capital (ej.: telares), que les permitan acortar los tiempos en la elaboración de las materias primas para aumentar la producción;
- crear redes o asociaciones de artesanas que trabajen en conjunto, para intercambiar saberes, discutir los problemas y proponer soluciones, además de cumplir con las demandas;
- mantener contactos y proveer de nuevos diseños que puedan adaptarse a la identidad de las comunidades aportando valor agregado;
- establecer estándares de calidad;
- diseñar, junto a los organismos de medio ambiente, herramientas destinadas a realizar una producción sostenible a partir del cuidado del medio ambiente (Ej.: reemplazar lo que extraen del monte);
- establecer contacto con las áreas de gobierno vinculados con la producción de artesanías, tanto a nivel nacional como provincial, para articular programas específicos destinados a las comunidades aborígenes en general y a las del Chaco en particular (INAI, MECON, PRODERNEA, IPAF NEA, MATRA, CFI, Fundación Chaco Artesanal, Fundación Export.ar)

- Comercialización

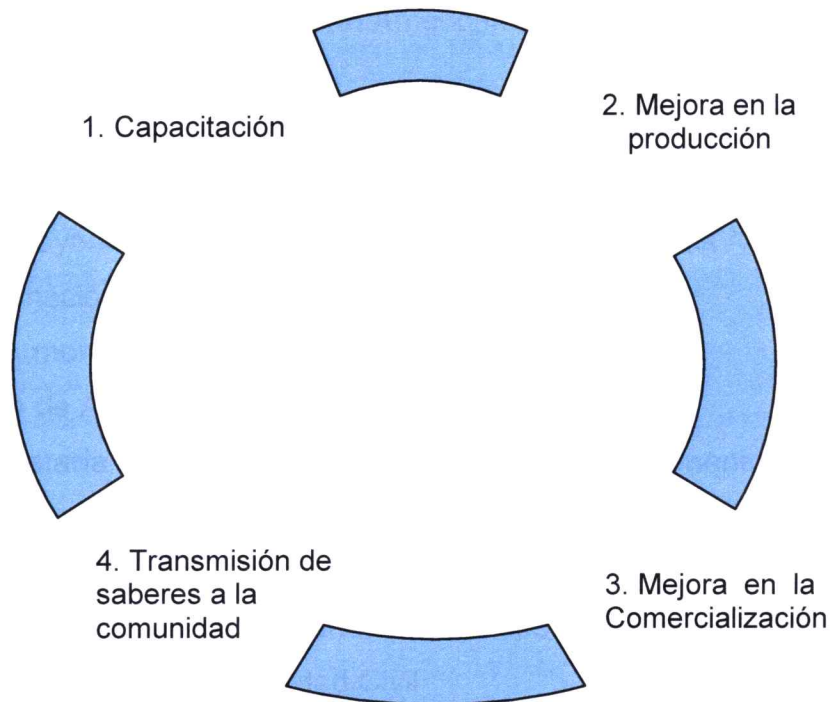
- crear espacios sistematizados de intercambio de experiencias de exportación de otras comunidades aborígenes del país;
- impulsar la aprobación de la ley de artesanías (ver anexo) para darle un marco legal a la actividad;
- identificar y capacitar a mujeres líderes de sus comunidades en la negociación de los precios;
- establecer redes con las organizaciones de comercio justo y los requisitos necesario para participar de él;
- diferenciar las artesanías según materia prima, autor, comunidad y zona geográfica;





- crear catálogos con las artesanías con mayor capacidad de exportación en formato tradicional y digital (CD, DVD, Internet) que permitan ampliar la información sobre los productos;
- diseñar presentaciones en función del mercado de destino, dado que las características que cada público resalta no son las mismas según su propia cultura;
- resaltar el carácter ambiental de la producción;

Cuadro 29. Consecuencias de la propuesta





## **Glosario**

- ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración
- CBD: Convención de la Biodiversidad Biológica
- CFI: Consejo Federal de Inversiones
- ICA: International Colour Authority
- IBP: Iniciativa de Biocomercio Paraguay
- IFAT: Fair Trade Organization
- MATRA: Mercado de Artesanías Tradicionales Argentinas
- MERCOSUR: Mercado Común del Sur
- NAFTA: por sus siglas en inglés North American Free Trade Agreement
- PBI: Producto Bruto Interno
- PRODERNEA: Proyecto de Desarrollo Rural de las Provincias del Noroeste Argentino.
- PROINDER: Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios.
- PS&E: Programación, Seguimiento y Evaluación
- SA: Sistema Armonizado
- SAF: Servicios de Asistencia Financiera.
- SAGPyA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca, y Alimentos.
- SAT: Servicios de Asistencia Técnica.
- SPG: Sistema Preferencial Generalizado
- UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
- OSC: Organizaciones de la Sociedad Civil
- OMC: Organización Mundial de Comercio
- USTR: United States Trade Representative





## Bibliografía

BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. 16ª. ed. México: Siglo XXI, 1999. 240p.

ISBN: 9682303478

CAMBIAR las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza [en línea]. Londres: Oxfam Int, 2002. [fecha de consulta: 15 de Septiembre de 2007].

Disponible en:

[www.oxfam.org.uk/resources/policy/trade/downloads/bp37\\_trade\\_americas\\_es.pdf](http://www.oxfam.org.uk/resources/policy/trade/downloads/bp37_trade_americas_es.pdf) -

CARDELLI, Silvia. El sector artesanías en las provincias del noreste Argentino: Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones/ Silvia Cardelli; con colaboración de: Alejandra Porcel ...[et. al].; coordinado por Marcela Jáuregui; Estefanía Chmielewski; Omar Esquivel; dirigido por Luis Alberto Quevedo- 1ª ed.- Buenos Aires: Bifronte: 2006

CARDELLI, Silvia. Comercio exterior de artesanías [en línea]. Silvia Cardelli; con colaboración de: Alejandra Porcel ...[et. al].; coordinado por Marcela Jáuregui; Estefanía Chmielewski; Omar Esquivel; dirigido por Luis Alberto Quevedo- Buenos Aires: 2005. [ fecha de consulta: 5 de Septiembre de 2007] Disponible en:

[www.sagpya.gov.ar/.../Comercio%20Exterior%20de%20Artesanías%202005%20-%20Informe%20Final%20\(FLACSO\).pdf](http://www.sagpya.gov.ar/.../Comercio%20Exterior%20de%20Artesanías%202005%20-%20Informe%20Final%20(FLACSO).pdf)

Castoriadis, C. La institución imaginaria de la sociedad. Tusquets editores, España. 1983. ISBN: 84-7223-733-8

CAPRIOTTI, Paul. Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. Ariel, Barcelona, 1999. pp 35/41; 169/191.

CFI. Arq. Eduardo Luis Borró. *Guía de Exportación de Artesanías*. Inédito, 2008

CFI. *Manual de artesanías regionales*, 1979.

CFI. *Artesanías: Informe Sectorial y Estrategias para el Desarrollo*, 2005

Declaración de Cochabamba. Encuentro Emprendedor de Economía Solidaria y Comercio Justo en América Latina (Cochabamba, Bolivia, del 13 al 15 de septiembre del 2005). Declaración en la Cumbre de las Américas. Mar del Plata. 2006. 54 p.

GARCIA CANCLINI, Néstor. La política cultural en países en vías de desarrollo. En: Antropología y Políticas culturales. Ed. Rita Ceballos, Buenos Aires.1989

GARCIA CANCLINI, Néstor. Las culturas populares en el capitalismo. 3ª. ed. México: Nueva Imagen. 1986. 224p.



HULM, Peter. Una historia hecha a mano. *Forum de Comercio Internacional Revista trimestral del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC*. [en línea] N° 4/2004

Disponible en:

[www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/716/Una\\_historia\\_hecha\\_a\\_mano.html](http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/716/Una_historia_hecha_a_mano.html)

HOPKINS, Raúl. Estudio de Evaluación de Impacto (Impact Assessment Study) de OXFAM Fair Trade. Julio 2000.

INFANTE, José. Economía y Producción. Ed. Nueva Librería. España. 2003 ISBN: 987-1104-02-2.

KLOPMAN, Marta. Artesanías tradicionales argentinas: las creaciones del arte popular. Informe Mensual Export•Ar [en línea]. Diciembre 2004, N° 21. [fecha de consulta: 19 de Mayo de 2008].

Disponible en:

[www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)

Las actividades de comercialización de la artesanía y su relación con la propiedad intelectual. *Documento preparado por la Oficina Internacional de la OMPI*. [200-]

Lineamientos de la Política Comercial Exterior de Argentina. *Documento de la Secretaría de Comercio y Relaciones Económicas Internacionales*, Cancillería. 2004.

LOMBERA CUADRADA, Héctor. *Acerca de los colectivos más necesitados: políticas de desarrollo integral*. MATRA. 1993

MARX, C.-ENGELS, F. Teoría sobre la plusvalía II Ed.: Fondo Cultura. México. 1980

ISBN: 968-16-0439-3

MARTÍN BARBERO, Jesús. Proceso de comunicación y matrices de cultura. Ed. G. Gili, México. 1987

MILLER, Montserrat La regulación del comercio internacional: desde GATT a la OMC [en línea]: La Caixa, España. 2001 [fecha de consulta: 20 de Agosto de 2007].

Disponible en:

[www.pdf.lacaixa.comunicacions.com/ee/esp/ee24\\_esp.pdf](http://www.pdf.lacaixa.comunicacions.com/ee/esp/ee24_esp.pdf) -

MORDO, Carlos: *La herencia olvidada. Arte indígena en la Argentina*. Fondo Nacional de las Artes. 2001

MORDO, Carlos. Arte Étnico, Arte Tribal, Arte Rural. *Cuadernos de Antropología Social*, (N° 11): 295-323, UBA. 2000.

I.S.S.N.:0327-3776





MORDO, Carlos. *Reflexiones sobre arte popular*. Universidad Nacional de Misiones, mimeo; Posadas. 1992

MORDO, Carlos. *Artesanía, Cultura y Desarrollo. Apuntes sobre arte popular y artesanías en la República Argentina*. Ed. Secretaría de Desarrollo Social/Fondo Mixto de Cooperación Hispano Argentino, Buenos Aires. 1998, 152 p.

PÉREZ, Rubén. Certificado de Artesanía en la Exportación. *Informe Export•Ar* [en línea], Diciembre de 2003, N° 16. [fecha de consulta: 24 de Mayo de 2008]  
Disponible en:  
<http://www.exportar.org.ar/web2006/index.php?modulo=exportar&s=4>

PRODERNEA-PRODERNOA. Informe Anual 2004: Actividades, resultados y lecciones aprendidas [en línea], Subsecretaría de Agricultura, Ganadería y Forestación. Marzo de 2005. [fecha de consulta: 15 de Abril de 2008]  
Disponible en:  
[http://www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/programas/prodernea/pdf/Informe\\_gestion\\_anual.pdf](http://www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/programas/prodernea/pdf/Informe_gestion_anual.pdf)

PRODERNEA-PRODERNOA. Informe Anual 2006: Actividades, resultados y lecciones aprendidas [en línea], Subsecretaría de Agricultura, Ganadería y Forestación. Marzo de 2005. [fecha de consulta: 20 de Abril de 2008]  
Disponible en:  
[www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/programas/prodernea/pdf/Informe%20Anual%202005.pdf](http://www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/programas/prodernea/pdf/Informe%20Anual%202005.pdf)

ROTMAN, Mónica: "Cultura y mercado: prácticas e imaginarios en la constitución y reproducción de eventos culturales y comerciales". En: Cuadernos de Antropología Social, (N° 11): 47-64 UBA. 2000  
I.S.S.N.:0327-3776

Red Aura. Microcrédito contra la exclusión social: Experiencias de financiamiento alternativo en Europa y América Latina / Red Aura. - 1a. ed.- San José, C. R : FLACSO, 2005. 226 p.  
ISBN: 9977-68-136-8

SCHMUCLER, Héctor. "Innovación de la política cultural en Argentina. En Hacia un nuevo orden estatal en Argentina. Innovación cultural y actores culturales. N° 8 CLACSO, Biblioteca de Ciencias Sociales, Buenos Aires.

### **Entrevistas realizadas**

Arte – Aborigen, José Fayos

CFI, Arq. Luis Eduardo Borrón

GTS (Organismo Internacional de Cooperación Alemana), Sra. Rosmarie Metz

Instituto Nacional de Asuntos Indígenas, Sr.Roberto, Sra.Erica Vidal

Fundación Arte y Esperanza, Mariana Sarapura



Fundación Siwok, Sr. Alec

Fundación Silataj, Sofía, Mónica y Lic. Dolores Bulit

MATRA, Director Lic. Pablo Bonaparte

Ministerio de Economía y Producción, Centro de Estudios para la Producción,  
Secretaría de Industria, Comercio y PyME, Lic. Ricardo Ariel Rotsztein.

Programa de Acción subregional del Gran Chaco Americano, por Argentina:  
Ing. Eduardo Machado.

PRODERNEA, Lic. Santiago Blázquez

Universidad Nacional de Córdoba, Ing. Ricardo Zapata e Ing. Rubén Coirin.

### **Organismos consultados**

Fundación Chaco Artesanal.

Fundación Exportar-Agencia de desarrollo de inversiones

Ministerio de Economía y Producción, Subsecretaría de Política y Gestión  
Comercial Externa.

Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Industria, Comercio y  
Minería

### **Páginas de internet consultadas**

Artesanías de Colombia S.A. Junio de 2008

⟨[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)⟩

Asociación Latinoamericana de Desarrollo Internacional. Septiembre de 2007

⟨[www.aladi.org](http://www.aladi.org)⟩

Servicio Mundial de Iglesias. Abril/Junio de 2007⟨ [www.churchworldservice.org](http://www.churchworldservice.org)⟩

Culturas Populares Indígenas. Mayo de 2007

⟨[www.culturaspopularesindigenas.gob.mx/programas.html](http://www.culturaspopularesindigenas.gob.mx/programas.html)⟩

ONG Idea. Mayo de 2007⟨[www.idea.org.py/biocomercio/index.html](http://www.idea.org.py/biocomercio/index.html)⟩

Fundación Grameen. Marzo de 2008 ⟨[www.grameenarg.org.ar](http://www.grameenarg.org.ar)⟩

Fair Trade Organization. Agosto –Septiembre de 2007 ⟨[www.ifat.org](http://www.ifat.org)⟩

Fundación Export-AR. Mayo-Junio de 2008 ⟨[www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)⟩

Sistema General de Preferencias de la Unión Europea. Agosto-Septiembre de  
2007 ⟨[www.taric.com](http://www.taric.com)⟩





United States International Trade Comisión. Agosto-Septiembre de 2007  
<[www.dataweb.usitc.gov](http://www.dataweb.usitc.gov)>

Ministerio de Asunto Exteriores de Japón  
[www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp](http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp)

# ANEXO I

## Proyecto de tesis

### 1. Resumen

*1.1 El objeto de estudio es analizar las oportunidades de hallar mercados internacionales para productos artesanales de los pueblos originarios del Chaco Argentino. Para esto se analizarán dos casos testigos que se seleccionarán a medida que avance el trabajo.*

*1.2 Se trabajará sobre las posibilidades de comercialización y las problemáticas que representa para los beneficiarios, encontrar mercados internacionales para las artesanías elaboradas por las comunidades aborígenes. Se trata de producciones pequeñas, artesanales y con una visión que no se condice con el proceso de producción de las economías de mercado.*

*1.3 El alcance del trabajo se orienta a identificar el verdadero potencial en los mercados internacionales para los productos artesanales de los pueblos originarios.*

*1.4 La metodología elegida será empírica, obteniendo datos en forma primaria, y teórica-bibliográfica a través de la selección de trabajos anteriores sobre la experiencia en la producción y comercialización de productos artesanales de los pueblos originarios en mercados internacionales.*

*1.5 A partir de la recopilación de antecedentes, del establecimiento del objetivo general y específicos, y de la selección de la metodología ha utilizar, podrá obtenerse una discusión que oriente a determinar una conclusión que afirme o refute la hipótesis planteada.*

### Introducción

#### 2.1 -Selección del Tema y Definición del Problema:

La búsqueda de mercados y la comercialización de los productos artesanales de los pueblos originarios puede ser una opción para mejorar la calidad de vida de estas comunidades. Debido a sus características, el tipo de producción que realizan permite desarrollar pequeñas cantidades, lo que hace difícil la comercialización de los mismos a nivel global ya que no pueden garantizar abastecer las cantidades demandadas en los



tiempos exigidos. Sin embargo, esto es lo que hace a un producto exclusivo: permite potencializar su comercialización como artesanía.

El objetivo es identificar las posibilidades de colocar artesanías chaqueñas en mercados internacionales y las características que deben tener los mismos para cumplir con los requisitos del mercado. Todo lo anterior teniendo en cuenta la identidad cultural, ya que una artesanía aborigen es un objeto que refleja formas de entender el mundo, relaciones de un grupo de personas con la naturaleza (orgánica e inorgánica) de una región y lo diferencia de un producto de naturaleza industrial.

El problema principal sobre el que se trabajará será la posibilidad de exportación de las artesanías ya que las exigencias del mercado hacen difícil el acceso de sus productos a mercados externos. La falta de estándares relacionados a las artesanías, el sistema de comercialización de las economías de mercado, la falta de acceso a la información sobre comercialización y requerimientos técnicos, tanto como los intermediarios, son algunos de los escollos que deben enfrentar los artesanos que deseen exportar sus productos.

La educación, el idioma y el choque cultural entre dos sistemas con lógicas de funcionamiento distinto, también pueden influir en el acceso a mercados externos.

## 2.2 -Antecedentes

El marco conceptual del presente trabajo será configurado a partir trabajos realizados sobre la misma temática, sus conclusiones y temáticas similares que puedan servir de antecedente. Al no contar con estudios de mercado relacionados con estos productos, se hace inevitable investigar sobre las conclusiones de trabajos anteriores.

Existen experiencias exitosas de comercialización de productos artesanales de diferentes tipos, de comunidades aborígenes: los Otavalos de Ecuador, en México el Programa de Arte Popular y el Programa de Escuelas Itinerantes de Diseño Artesanal de Tlaxcala y Oaxaca.

Desde 1989, las Culturas Populares e Indígenas de México cuentan con el programa de apoyo a las culturas Municipales y Comunitarias -PACMYC- con el cual han podido financiar más de 7 mil proyectos en todo el país. Como una alternativa para contribuir en la valoración y el reconocimiento de la expresión artística y artesanal; así como en el desarrollo sociocultural de los pueblos, la DGCPI creó el Programa de Arte Popular y el Programa de Escuelas Itinerantes de Diseño Artesanal, las cuales operan en Tlaxcala y Oaxaca, México

En el ámbito indígena y como respuesta a las demandas culturales de los grupos asentados en ciudades, zonas conurbadas, campos agrícolas, centros turísticos e industriales del país y el extranjero, la DGCPPI desarrolló un Programa de apoyo a las Culturas Indígenas Migrantes.

Además colabora en la difusión de un sin número de actividades que con este fin realizan instituciones públicas y privadas del Distrito Federal y de los distintos estados de la República Mexicana.

También promueve y organiza, por medio de sus Unidades Regionales: programas de capacitación a Promotores culturales, reuniones, encuentros y Festivales de cultura popular e indígena.

Existen diferentes actividades que convocan a artesanos aborígenes en América Latina. Las ferias internacionales como la de Artesanías en la Sociedad Rural de Palermo y la Feria Mundial de Mujeres Indígenas Artesanas, de Tijuana, Baja California, México, por nombrar algunas.

Los concursos de diseño sobre artesanías como el que realiza la fundación IDEA de Paraguay en el marco de la Iniciativa "BIOTRADE" de la UNCTAD, con apoyo de la Agencia del Gobierno de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID) promueven el desarrollo de las comunidades. Se trata del comercio de bienes y servicios de la biodiversidad, incluidos silvestres y domesticados, y aquellos resultantes del uso bajo buenas prácticas ambientales y sociales de la biodiversidad como los agrícolas tendientes a la certificación (UNCTAD, 2001).

La Iniciativa de Biocomercio (IB) fue lanzada a escala mundial por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) durante la tercera Conferencia de Partes (COP III) de la Convención de la Diversidad Biológica (CBD), llevada a cabo en noviembre de 1996, en Argentina. Su objeto es estimular el comercio e inversión de recursos biológicos para el desarrollo sostenible, de acuerdo con los objetivos de la convención.

En la actualidad, los programas nacionales de Biocomercio se han implementado en varios países de Sudamérica.

El consorcio conformado por IDEA Paraguay - la Secretaría del Ambiente de Paraguay y otras organizaciones de los sectores público, privado y la academia, está iniciando sus contactos con la UNCTAD para analizar la posibilidad de iniciar un programa nacional en el marco de la misma, dados los exitosos resultados obtenidos en las experiencias en otros países vecinos.



Existen ciertos principios a cumplir. Se trata de reglas básicas o normas fundamentales cuyas observancias serán requisitos fundamentales a los efectos de calificar los proyectos individuales en el Marco de la IBP.

Estos son: cumplimiento de la legislación nacional y acuerdos internacionales; respeto a principios de responsabilidad ambiental; respeto a principios de responsabilidad social; respeto a la cultura y los derechos de las comunidades indígenas y tradicionales; potencial comercial y económico en comercio de bienes que provengan de la biodiversidad; producción, procesamiento y comercialización de manera sustentable y que beneficie directa o indirectamente a las comunidades locales; valor agregado a escala local; justa y equitativa distribución de los beneficios provenientes del uso de la Biodiversidad.

En tanto los objetivos planteados son:

- Investigar, identificar y desarrollar bienes o sectores y servicios, que cumplan con los criterios requeridos por la IBP y que cuenten con oportunidades comerciales actuales o potenciales en mercados locales, regionales e internacionales.
- Crear un sistema de información, necesario para la implementación de la IBP.
- Establecer los sistemas de desarrollo, creación y transferencia de capacidades técnicas, ambientales, sociales y empresariales para todos los actores de las cadenas de valor dentro de los proyectos de la IBP.
- Mantener y revalorizar el conocimiento tradicional, folklore, valores, cosmogonía de las comunidades indígenas y locales originarias.
- Fomentar marcos legales claros para la implementación de la IBP.
- Asegurar la obtención de fondos para el sostenimiento de la Iniciativa y para el financiamiento de proyectos piloto.
- Fomentar la conformación de una Red de actores de tal manera de facilitar la prestación de servicios a distintos sectores interesados.

Se establecen resultados esperados conformes a:

- Dejar establecidas determinadas carteras de negocios funcionando.
- Haber establecido una base de datos sobre Biocomercio de Paraguay, que funcione de manera ágil y dinámica y que sirva a todos los actores interesados para mantener y reforzar su canal de comercialización.

- Haber establecido y mantener sistemas de integración y gestión (red) entre las organizaciones regionales, nacionales e internacionales, relacionadas con la IB.
- Haber desarrollado normas y regulaciones en escala nacional e internacional que faciliten la implementación de la iniciativa.
- Haber facilitado la obtención de beneficios económicos, sociales y ambientales para Paraguay.
- Haber construido capacidad en recursos humanos.
- Haber desarrollado dos proyectos piloto establecidos y funcionando
- Haber implementado un sistema de información ha sido implementad

Otra de las opciones para el comercio internacional es el vinculado al comercio justo que distintas organizaciones no gubernamentales y civiles han ejercido. Oxfam, una ONG vinculada al comercio con justicia, desarrolló el informe “Cambiar las reglas”<sup>1</sup>. Allí señala la necesidad de modificar las reglas establecidas por la OMC para el comercio internacional, que producen más pobreza y dificulta el desarrollo de las regiones menos favorecidas o en situaciones de pobreza.

En el Informe se señala: “*El coste humano de un comercio injusto es enorme. Si África, el este, el sur de Asia, y América Latina vieran incrementada en un 1 por ciento respectivamente su participación en las exportaciones mundiales, el aumento resultante de sus ingresos podría liberar a 128 millones de personas de la pobreza. Esa reducción de la pobreza contribuiría a mejorar otras áreas como la salud infantil y la educación.*”<sup>2</sup>

En la Universidad Nacional de Córdoba, los Ingenieros Ricardo Zapata y Rubén Coirin han trabajado en torno a los productos artesanales como la miel y los dulces, entre otros. Señalan que a los productores, por cuestiones de volumen y de restricciones impuestas por SENASA y la Unión Europea, se les dificulta el acceso a mercados externos.

### 2.3 -Justificación del Estudio

La necesidad de encontrar un verdadero potencial de canales internacionales de comercialización puede estar vinculada, en el imaginario de las comunidades, a la ganancia obtenida a través de la diferencia cambiaria entre el peso y el dólar americano

<sup>1</sup>Oxfam Int *Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza.*(2002)., Londres

<sup>2</sup> Idem anterior



y el Euro, y la revalorización de la artesanía indígena, en cuanto a producción artística como tal.

Esta demanda surge a partir de los propios pueblos originarios que, detectando una falencia en la venta y en la necesidad de incrementar sus ingresos para obtener una mejor calidad de vida para sus comunidades, requieren de un análisis para conocer las demandas del mercado y sus características.

Las ganancias obtenidas se reparten entre todos, ya que no tienen la lógica de acumulación de economía de mercado sino la de subsistencia y reparto igualitario en la comunidad.

#### 2.4 Limitaciones

La comercialización de los productos no se realiza en forma directa de productor/artesano a cliente final. Existen intermediarios que hacen que el valor que obtienen los productores por sus artesanías no tenga relación con el trabajo humano y de materias primas que carga el producto terminado. Por lo que el mayor porcentaje de plusvalía generada quede en manos de estos intermediarios.

La relación precio-producto que obtiene no constituye la ganancia necesaria para poder elevar sus condiciones de vida como tampoco una distribución equitativa del ingreso. Lo obtenido por el intermediario por lo general puede superar lo que le ingresa al productor.

A esto se le suma la falta de estándares internacionales para las mercancías de origen artesanal o arte de pueblos originarios, dentro de la lógica de las economías de mercado.

El comercio internacional fomenta la expansión de las empresas más eficientes, pero elimina del mercado a las menos competitivas. Tal como señala Montserrat Miller (2001)<sup>3</sup> no todos los países tienen la posibilidad de afrontar los costos de ajustes que provoca el proceso de liberalización del comercio o parten de estructuras productivas con menores capacidades.

Sin embargo existen opciones, como el Comercio Justo y Solidario que es una herramienta de promoción de los derechos humanos, en particular de los derechos

---

<sup>3</sup> Miller, Montserrat (2001). "La regulación del comercio internacional: desde GATT a la OMC. La Caixa, España.

económicos y sociales, en línea con el artículo 23 de la declaración Universal de los Derechos Humanos.

a.- Toda persona tiene derecho al trabajo a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.

b.- Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a igual salario por trabajo igual.

c.- Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una asistencia conforme a la dignidad humana y que será completada en caso necesario, por cualquiera otros medios de protección social.

d.- Toda persona tiene derecho a fundar sindicatos, y a sindicarse para la defensa de sus intereses.

Revalorizar el producto artesanal hoy, es inscribirlo en un modelo de desarrollo que se base en la sustentabilidad cultural y ambiental, y ello, como condición de una equitativa transacción económica.

Con respecto a las limitaciones específicas del trabajo, es importante tener en cuenta que se trata de un trabajo con escasos antecedentes en materia de comercialización internacional. Si bien existen experiencias exitosas en torno la comercialización interna en cada país, hay escasos antecedentes vinculados al comercio internacional.

Por tal motivo, es fundamental la investigación con información primaria que determinarán los lineamientos a seguir. Esto significa que el mayor inconveniente será la falta de datos y el período estudiado. Lo que implica una mayor responsabilidad a la hora de determinar las variables a analizar y el método utilizado para recoger esa información. Se trata del trabajo sobre las opiniones.

Otra limitación puede ser las restricciones que encuentren los productores por parte de los intermediarios para brindar información, que ellos consideran, puede afectar su actividad.

El choque de culturas en el momento de realizar las entrevistas puede resultar una limitación, sí es que no se realizan las gestiones para establecer el contacto a través de otras personas, como los facilitadores que trabajan con ellos para ONG.



El principal límite que encuentra este trabajo es que no se puede dar una solución experimental, sino sólo evaluar lo que existe.

## 2.5 Alcances del trabajo

Las comunidades aborígenes, con sus particularidades étnicas regionales, en general, practican una economía de subsistencia consistente en ganadería menor, cultivos hortícolas para uso doméstico, pesca, producción de artesanías y, trabajos transitorios. Inmersas en la economía de la sociedad global, en su mayoría, al no poder participar en esta como agentes activos como el resto de la sociedad, por desconocer o no compartir los códigos y símbolos de la economía de mercado, forman parte de una relación notablemente asimétrica.

Es por esto que producir este trabajo implica el compromiso de realizar aportes relevantes tanto en el aspecto económico como social para las comunidades aborígenes y para las organizaciones que las acompañan. (FUNDAPAZ, JUM, ENDEPA, CWS, IDEA, entre otras)

## 2.6. Objetivos:

### General

Conocer el potencial exportador de los productos artesanales de los pueblos originarios de la eco-región del Chaco Argentino, tomando como base el estudio de dos casos.

### Objetivos específicos

- Reconocer las problemáticas culturales que impiden la adaptación a la economía de mercado.
- Determinar qué tipos de mercados valoran el trabajo artesanal de las piezas producidas.
- Proponer estrategias tendientes a posicionar las artesanías en los mercados identificados

## 2.7 -Hipótesis

Los productos artesanales de los pueblos originarios pueden comercializarse en los mercados internacionales porque poseen calidad, originalidad, representan la identidad del pueblo originario y son exclusivos, en términos de lo que se entiende por producción artística limitada.

## Materiales y Métodos

### 3.1 Material:

#### 3.1.1 -Lugar y tiempo del trabajo de investigación

El trabajo de investigación se desarrollará analizando las posibilidades del Chaco Argentino que incluye las provincias de: Chaco, Formosa, Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Tucumán, Santa Fe, Córdoba, La Rioja y Catamarca.

El tiempo estimado para la realización del trabajo será de febrero a septiembre de 2007. Para ello se presenta un cronograma de actividades, donde queda detallada la realización de cada una de las etapas de la investigación.

Meses	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agosto	Sept.
Act								
A	x	x	x	x				
B		x	x	x	x			
C		x	x	x	x			
D			x	x	x			
E				x	x			
F					x	x		
G					x	x	x	
H							x	x
I							x	x

- A Relevamiento Bibliográfico
- B Profundización y especificación del marco teórico
- C Relevamiento de datos oficiales anteriores
- D Desarrollo de las entrevistas en profundidad
- E Desgrabación de entrevistas
- F Interpretación de los datos
- G Elaboración de resultados
- H Discusión entre lo propuesto y los resultados
- I Elaboración de las conclusiones

#### 3.1.2 Toda condición que no pueda ser controlada

Al tratarse de un tema del que se registran pocos antecedentes específicos y que el trabajo se realizará a partir de información primaria y de bibliografía no existen



situaciones que no puedan estar controladas, más allá de lo temporal, por el acceso a la información.

### 3.1.3-La descripción de la población estudiada

La población objeto a estudiar serán las cooperativas de artesanos indígenas, los artesanos independientes, los intermediarios y todos aquellos que participan en la cadena de comercialización. Dado que la población es escasa, se abracará la mayor cantidad posible, con la metodología utilizada para la toma de opinión. Se tratará de un muestreo discrecional.

Los pueblos originarios del Chaco argentino, están conformados por Tobas, Wichis, Mocovis y Pilagá. Los rubros que trabajan son: Tejido de lana, Tejido de chaguar, Cestería, Alfarería y Talla en madera.

### 3.1.4 La descripción del objeto de estudio

El objeto de estudio está compuesto por las posibilidades reales de exportación de las artesanías de los pueblos originarios mencionados más arriba. Para acotar el estudio se seleccionarán dos casos a determinar en función de la información proporcionada por profesionales que trabajan en la temática de pueblos originarios de la zona seleccionada.

### 3.1.5 Todo material utilizado, procedencia del mismo y método de preparación.

La información a partir de la cual se realizará el trabajo será a través de entrevistas en profundidad y de bibliografía ya que no existen estudios de mercados que releven la información necesaria para obtener información suficiente como tampoco muestras pre-definidas, por lo que se irán elaborando a medida que avance el trabajo.

## 3.2- Métodos:

Se comenzará a investigar a través de la elección dos comunidades cuyas artesanías tengan posibilidades de comercializar sus productos artesanales a nivel internacional.

Se evaluará si exportaron, cómo es la cadena de comercialización, dónde encuentran trabas y restricciones, cantidad de exportaciones realizadas hasta la fecha, si hay patrones de conducta por el cual no pudieron exportar.

La información será organizada de tal manera que se pueda obtener: patrones similares en los procesos de producción, procesos de comercialización en condiciones o no de exportar y que puedan cumplir con las exigencias del mercado, grado de cumplimiento

de los requisitos arancelarios o para arancelarios, establecimiento de reglas de origen, identificación geográfica.

### 3.2.1-Diseño de la Investigación

En la investigación se utilizarán dos tipos de diseño: el empírico o de campo, a partir de la realización de entrevistas en profundidad con preguntas abiertas a referentes locales de las comunidades seleccionadas cuyas artesanías contengan las características mencionadas en la hipótesis y sean factibles de ser exportadas. La toma de opinión por no contar con muestras precedentes, será uno de los métodos utilizados.

Por otro lado, también el diseño teórico – bibliográfico a través de datos secundarios obtenidos de trabajos realizados en la materia.

### 3.2.2-Lugar dónde se ha hecho el estudio

El estudio se realizará en el Chaco Argentino, conformado por 10 provincias (Chaco, Formosa, Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Tucumán, Santa Fe, Córdoba, La Rioja y Catamarca), de las cuales se seleccionarán las más adecuadas para el estudio.

### 3.2.3-Forma en que se tomaron las muestras

Se realizarán entrevistas en profundidad, con preguntas abiertas a informantes calificados, identificados en cada caso a través de la indagación que se realizará entre las personas que han trabajado en la zona y con la comercialización de las artesanías y, con procesos indagatorios con la comunidad seleccionada.

### 3.2.4-Descripción y tamaño de las muestras; limitaciones que esto impone al estudio.

Las muestras se seleccionarán una vez obtenida la información necesaria a partir de los informantes claves que se utilizarán para seleccionar las unidades de análisis. Por lo que esto dificulta el establecimiento previo de características de las muestras y esta es una de las limitaciones del trabajo.

### 3.1.5-Definición de las variables

Para este trabajo se definirán como variables:

- pueblos originarios;
- mercados internacionales;
- calidad;



- originalidad;
- identidad aborígen;
- producción artística limitada.

#### 3.1.6-Instrumentos de medición

Los instrumentos de medición que se utilizarán serán las estadísticas con información proveniente de los órganos de gobiernos como el Banco Central, Indec, Cancillería, y todos aquellos vinculados con la exportación y que pudieran reflejar estadísticas sobre venta de productos artesanales de los pueblos originarios.

Para ello se utilizarán como medidas de medición: grado de variación de las exportaciones de artesanías aborígenes, grado de variación de los ingresos de las comunidades, cantidad de beneficiarios, modificación del sistema de comercialización, resolución positiva o negativa de los inconvenientes para exportar.

Para la realización del trabajo, serán fuente de información las siguientes personas:

Ing. Eduardo Machado; responsable del Programa de Acción subregional del Gran Chaco Americano, por Argentina.

Ing. Ricardo Zapata de la Universidad Nacional de Córdoba.

Ing. Rubén Coirin de la Universidad Nacional de Córdoba.

Sra. Rosmarie Metz de la GTS (Organismo Internacional de Cooperación Alemana)



# ANEXO II

## Antecedentes exportación

**Tabla 3. Evolución de las exportaciones de Alfarería**

NCM	Alfarería	1998	1999	2000	2001	2002	2003
69139000 000P	ESTATUILLAS Y DEMÁS ART. P/ ADORNO, DE CERÁMICA ( JARRONES, ESTATUAS Y ESTATUILLAS, MACETEROS, CRUCIFIJOS	19.835	5.787	0	0	0	0
6912000 000P -900T	VAJILLA Y DEMÁS ART. P/ USO DOMESTICO HIGIENE O TOCADOR DE CERÁMICA EXCEPTO PORCELANA	7.958	10.844	3.981	6.477	8.076	7.916
69120000	CAFETERAS Y TETERAS 170 X	0	3	647	692	675	1.343
69120000	FUENTES Y ENSALADERAS (DE CERÁMICA) 150Q	0	5.208	5.186	2.551	5.113	9.814
69120000	LOS DEMAS NCM 69120000 190D	0	5.597	1.867	7.695	6.390	12.563
69120000	PLATOS ( DE CERAMICA) 140M	0	842	6.852	4.181	4.844	8.711
69139000	ESTATUAS Y ESTATUILLAS (CERÁMICA) 200 <sup>a</sup>	0	4.762	1.361	7.518	6.965	11.696
69139000	JARRONES ( CERÁNICA) 100V	0	567	130	3.273	11.117	4.195
69139000	LOS DEMAS NCM 69139000 900N	0	6.719	6.136	7.340	8.650	20.428
69139000	MACETEROS( CEAMICA) 300F	0	210	3.185	4.252	6.958	6.723
69149000	MANUFACTURAS DE CERÁMICA EXCLUIDA PORCELANA NCOP	0	19.915	6.766	4.674	1.100	6.324
<b>TOTALES</b>		<b>27.793</b>	<b>60.454</b>	<b>36.111</b>	<b>48.653</b>	<b>59.888</b>	<b>89.713</b>

**Tabla 4. Evolución de las exportaciones de artesanías en Madera**

NCM	Madera	1998	1999	2000	2001	2002	2003
44190000	ART. DE MESA O COCINA, DE MADERA	7.110	15.572	9.756	28.707	34.948	26.090
44201000	ESTATUILLAS Y DEMAS OBJETOS DE MADERA	7.949	7.202	12.652	7.201	20.814	16.219
44219000	LOS DEMAS ( DE MADERA)	13.349	6.633	4.473	21.834	27.652	21.256
44209000	LOS DEMAS ADORNOS DE MADERA	8.651	4.365	8.881	9.443	15.979	36.550
<b>TOTALES</b>		<b>37.059</b>	<b>33.772</b>	<b>35.762</b>	<b>67.185</b>	<b>99.393</b>	<b>100.115</b>

**Tabla 5. Evolución de las exportaciones de artesanías en Metal**

NCM	Metales	1998	1999	2000	2001	2002	2003
82159100	CUCHARAS, TENEDORES ESPUMADERAS, PALAS P/ TARTA, CUCHILLOS PARA PESCADO O MANTECA, PINZAS PARA AZÚCAR Y ART. SIMILARES --PLATEADOS, DORADOS O PLATINADOS	9.873	7.198	5.550	4.009	4.311	8.755
82119290	ART. DE CUCHILLERÍA Y CUBIERTOS DE MESA, DE METAL COMÚN, PARTES DE ESTOS ARTÍCULOS, DE METAL COMÚN	4.317	5.595	2.142	4.800	7.967	6.498
82159990	CUCHARAS, TENEDORES ESPUMADERAS, PALAS P/ TARTA, CUCHILLOS PARA PESCADO O MANTECA, PINZAS PARA AZÚCAR Y ART. SIMILARES. LOS DEMÁS	7.214	6.095	5.730	5.487	7.142	16.377
71131100	LAS DEMÁS ART. DE JOYERÍA Y SUS PARTES DE PLATA	1.283	3.691	4.369	8.048	11.654	13.276
71141100	LAS DEMÁS ART. DE ORFEBRERÍA Y SUS PARTES DE PLATA	6.475	988	7.030	7.002	1.115	13.198

71171900	LAS DEMÁS ARTÍCULOS DE BISUTERÍA DE METALES COMUNES, PLATEADO, DORADO	12.619	0	13.059	3.661	11.170	0
71179000	LAS DEMAS - BISUTERIA DE METAL COMUN	5.258	7.396	12.810	0	0	
<b>TOTALES</b>	<b>41.781</b>	<b>28.825</b>	<b>45.276</b>	<b>45.847</b>	<b>43.359</b>	<b>58.104</b>	

**Tabla 6. Evolución de las exportaciones de artesanías en Cuero**

NCM	Cueros	1998	1999	2000	2001	2002	2003
42010010	ART. DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA PARA TODOS LOS ANIMALES DE CUALQUIER MATERIA DE CUERO NATURAL O REGENERADO	11.781	7.665	7.345	7.707	22.461	21.808
42010090	LOS DEMAS ART. DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA PARA TODOS LOS ANIMALES DE CUALQUIER MATERIA	28.662	20.624	13.579	26.828	28.427	21.370
42022100	BOLSOS DE MANO (CARTERAS) INCLUSO CON BANDOLERAS O SIN ASAS CUERO NATURAL O CHAROLADO	23.433	54.916	25.750	38.381	66.780	38.909
42023100	ARTÍCULOS DE BOLSILLO O DE BOLSO DE MANO (BILLETERAS, PORTAMONEDAS, FUNDAS TARJETEROS DE CUERO NATURAL (*)	12.772	23.800	20.393	37.970	78.713	74.628
42033000	CINTOS, CINTURONES Y BANDOLERAS Y DEMAS COMPLEMENTOS	14.183	28.610	15.755	16.409	24.011	40.894
42050000	LAS DEMÁS MANUFACTURAS DE CUERO NATURAL O REGENERADO	7.855	14.426	2.965	11.195	19.611	20.841
43021910	DE OVINOS PELETERÍA CURTIDA O ADOBADA (INCLUIDA CABEZAS, COLAS, Y DEMÁS TROZOS, DESECHOS, INCLUSO ENSAMBLADAS SIN OTRAS MATERIAS, NO COMPRENDE PRENDAS DE VESTIR	2.025	1.680	5.421	3.928	3.006	13.223
43021990	PIELES CURTIDAS O ADOBADAS DE ANIMALES NCOP., ENTERAS INCLUSO S/CABEZA, COLA O PATAS, S/ENSAMBLAR	5.038	2.492	7.343	0	6.532	17.319
43023000	PIELES ENTERAS Y TROZOS Y RECORTES, ENSAMBLADOS EN ESTA POSICIÓN PUEDEN CAER QUILLANGOS	3.595	14.058	7.628	5.930	14	12.889
64032000	CALZADO C/SUELA Y PARTE SUPERIOR DE TIRAS, DE CUERO NATURAL QUE PASAN POR EL EMPEINE Y RODEANA AL DEDO GORDO	7.912	731	4.587	39	2.218	10.790
<b>TOTALES</b>	<b>117.256</b>	<b>169.002</b>	<b>110.766</b>	<b>148.387</b>	<b>251.773</b>	<b>272.671</b>	

(\*) Se puede discriminar



**Tabla 8. Evolución de las exportaciones de artesanías Tejidas**

NCM	Tejido	1998	1999	2000	2001	2002	2003
42021900	CARTERAS DE MANO,ALFORJAS O MALETAS DE TEJIDO	0	1.654	580	661	2.058	543
42022900	LOS DEMÁS BOLSOS DE MANO ( CARTERAS INCLUSO CON BANDOLERAS O SIN ASAS	3.698	3.997	597	5.395	2.719	5.429
51061000	CON UN CONTENIDO SUPERIOR A 85% EN PESO HILADOS DE LANA CARDADA SIN ADICIONAR P/LA VENTA AL POR MENOR--	2.334	1.462	2.140	934	3.504	232
57011011	HECHAS A MANO ALFOMBRAS DE NUDO, DE LANA	170	23.906	0	0	4.661	6.760
57019000	DE LAS DEMAS MTERIAS TEXTILES ALFOMBRAS DE NUDO, DE MATERIAL TEXTIL EXCLUIDA LANA Y PELO FINO	0	5.366	0	0	0	0
57021000	ALFOMBRAS "KELIM","SOUMAK" Y SIMILARES TEJIDAS A MANO	0	130	50	1.100	2.373	2.340
58050090	TAPICERÍA DE MATERIA TEXTIL NCOP.,TEJIDA A MANO Y DE AGUJA - DE LAS DEMÁS MAT TEXTILES	1.138	1.210	5.216	0	3.694	7.555
61011000	DE LANA O PELO FINO (ACA ENTRAN LOS PONCHOS) PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE PUNTO EXCEPTO TRAJES	4.537	614	7.179	1.843	5.376	5.690
61159100	DE LANA O PELO FINO MEDIAS, CALCETINES Y DEMÁS ART. DE CALCETERÍA INCLUSO PARA VARICES, DE PUNTO ---ZOQUETES	1.590	764	116	3.104	3.283	1.494
61169100	DE LANA O PELO FINO PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE PUNTO GUANTES MOTONES Y MANOPLAS DE PUNTO	1.865	1.901	4.892	4.989	4.073	2.689
61171000	LOS DEMÁS COMPLEMENTOS DE VESTIR CONFECCIONADOS DE PUNTO, PARTES DE PRENDA O DE COMPLEMENTOS: CHALES, BUFANDAS, VELOS Y SIMILARES	6.911	12.161	23.974	26.109	40.265	46.685
61178000	DE PUNTO LOS DEMÁS COMPLEMENTOS (ACCESORIOS) DE VESTIR	718	4.108	12.559	5.322	9.015	15.952
62129000	LOS DEMÁS PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR ---SOSTENES , FAJAS, CORSÉS, TIRADORES, LIGAS Y ARTÍCULOS SIMILARES , INCLUSO DE PUNTO -	6.491	13.338	5.963	16.595	16.110	23.054
63012000	MANTAS DE LANA O PELO FINO ( EXCEPTO LAS ELÉCTRICAS)	3.680	4.904	0	2.228	14.916	18.863
63019000	LA DEMAS MANTAS	10	100	307	3.236	1.813	4.616
65040010	SOMBREROS Y DEMAS TOCADOS, TRENZADOS O FABRICADOS POR UNION DE TIRAS DE PAJA FINA , PANAMA Y SIMILARES	0	20	0	0	0	0
63024000	CARPETAS ROPA DE MESA DE PUNTO	6	0	1.319	0	99	1.374
65040090	LOS DEMAS SOMBREROS Y OTROS TOCADOS EXCLUIDOS DE PAJA FINA ( DE JUNCO, DE CUERO , CÁÑAMO, FABRICADO POR UNIÓN DE TITAS, DE DEMÁS MATERIAS	0	2.666	0	0	0	0

65059000	900 D NO FIGURA LOS DEMÁS SOMBREROS, DEMÁS TOCADOS Y SUS PARTES	6.498	6.647	12.423	10.182	15.349	29.910
<b>TOTALES</b>		<b>39.646</b>	<b>84.948</b>	<b>77.315</b>	<b>81.698</b>	<b>129.308</b>	<b>173.186</b>

**Tabla 9. Evolución de las exportaciones en Asta, Hueso, Cuerno**

NMC	Asta, Hueso, Cuerno	1998	1999	2000	2001	2002	2003
96019000	LOS DEMAS HUESO, CONCHA DE TORTUGA, CUERNO, ASTA, CORAL, NÁCAR Y MATERIAS SIMILARES P/TALLAR, TRABAJADAS Y SUS MANUFACTURAS	5.202	5.337	1.989	1.078	13.256	4.671

**Tabla 10. Evolución de las exportaciones en Materiales Diversos**

NMC	Artesanía en Materiales Diversos	1998	1999	2000	2001	2002	2003
96020090	ARTESANIAS EN MATERIALES DIVERSOS CAÑA TACUARA, CALABAZAS	4.899	10.949	8.723	20.474	18.282	13.343

**Tabla 11. Evolución de las exportaciones de Imaginería**

NMC	Artesanía en Materiales Diversos	1998	1999	2000	2001	2002	2003
96020090	ART. PARA FIESTAS DE NAVIDAD --- LOS DEMAS ( AQUÍ PUEDEN IR PESEBRES, ANGELITOS, ETC)	7.004	1.478	8.025	3.602	0	11.658

**Tabla 12. Evolución de las exportaciones de Instrumentos Musicales**

NCM	Instrumentos musicales	1998	1999	2000	2001	2002	2003
92029000	INSTR. MUSICALES DE CUERDA LOS DEMÁS	1.200	0	0	0	2.541	1.196
92059000	LOS DEMÁS INSTR. MUSICALES DE VIENTO: CLARINETES, TROMPETAS, GAITAS. DE TUBO C/ AGUJEROS---- FLAUTAS	1.575	4.385	53	517	3.707	3.403
92060000	INSTRUMENTOS MUSICALES DE PERCUSIÓN	4.328	372	670	3.543	2.596	0
92089000	ORQUESTRIONES, ORGANILLOS, PÁJAROS CANTORES, SIERRAS MUSICALES Y DEMÁS INSTRUMENTOS MUSICALES NO COMPRENDIDOS. RECLAMOS DE CUALQUIER CLASE, SILBATOS, CUERNOS Y DEMÁS INSTRUMENTOS DE BOCA , DE LLAMADA O AVISO--- LOS DEMAS	1.083	2.321	1.232	2.737	390	1.215
<b>TOTALES</b>		<b>8.186</b>	<b>7.078</b>	<b>1.955</b>	<b>6.797</b>	<b>9.234</b>	<b>5.814</b>



**Tabla 13. Evolución de las exportaciones de Cestería**

NCM	CESTERIA	1998	1999	2000	2001	2002	2003
46012000	ESTERILLAS, ESTERAS Y CAÑIZOS DE MATERIA VEGETAL	0	0	143	4.181	3.585	603
46019100	DE MATERIA VEGETAL TRENZAS	0	0	2.562	0	1.473	527
46019900	LAS DEMÁS TRENZAS		0	0		493	197
46021000	DE MATERIA VEGETAL ART DE CESTERIA OBTENIDOS DIRECTAMENTE EN SU FORMA CON MATERIA TRENZABLE	0	0	3.669	7.594	8.922	13.032
67029000	FLORES, FOLLAJES. ART. CONFEC CON ESAS MATERIAS	0	0	35	1.133	2.307	4.791
<b>TOTALES</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.409</b>	<b>12.908</b>	<b>16.780</b>	<b>19.150</b>

**Tabla 14. Evolución de las exportaciones Totales por bloque económico**

Bloque	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>MERCOSUR (ampliado)(*)</b>	83.506	141.812	120.971	154.513	133.885	162.500
<b>UE (**)</b>	66.315	96.834	86.499	100.347	174.463	249.887
<b>Resto AMERICA</b>	59.118	68.580	46.850	62.907	135.432	113.530
<b>NAFTA</b>	30.321	45.624	30.349	45.175	101.613	95.482
<b>ASIA</b>	29.685	27.222	27.318	42.758	60.143	72.422
<b>Resto EUROPA</b>	15.143	12.229	11.628	14.657	14.439	25.952
<b>OCEANIA</b>	450	3.995	8.560	7.149	13.278	20.354
<b>AFRICA</b>	4.288	5.487	156	9.123	8.020	8.298
<b>TOTAL</b>	288.826	401.783	332.331	436.629	641.273	748.425

(\*)MERCOSUR ampliado comprende Chile y Bolivia

(\*\*) Se consideran los 25 países

Tabla 15. Evolución de las exportaciones por principales países de Destino

1998	1999			2000			2001			2002			2003		
Uruguay	31.259	Uruguay	46.967	Uruguay	42.847	Uruguay	56.909	EEUU	61.259	Uruguay	57.805				
Brasil	22.053	Brasil	34.863	Chile	24.961	Brasil	40.726	Chile	36.937	EEUU	55.775				
Venezuela	15.378	EEUU	33.348	Brasil	19.321	EEUU	26.529	Uruguay	35.741	España	49.146				
España	14.290	Chile	32.981	Países Bajos	19.275	Chile	26.245	Italia	35.201	Chile	48.162				
EEUU	14.066	Paraguay	21.990	Paraguay	16.627	Paraguay	21.568	México	31.975	Italia	37.902				
Paraguay	14.015	Italia	19.492	EEUU	16.259	España	17.353	España	30.062	Perú	27.976				
Francia	11.453	Países Bajos	15.795	Italia	16.139	Reino Unido	15.716	Perú	29.010	Francia	27.618				
Chile	9.707	España	15.416	España	15.343	México	14.255	Brasil	25.849	Brasil	25.964				
Reino Unido	9.439	Puerto Rico	13.685	Bolivia	13.801	Italia	13.490	Alem Fed	22.850	Costa Rica	21.024				
Suiza	8.560	Guatemala	11.778	Bélgica	11.321	Rep F. Alemana	12.806	Reino Unido	21.046	México	21.018				
Italia	8.011	Francia	11.614	Israel	8.640	Barbados	11.439	Bolivia	19.922	Reino Unido	20.715				
Colombia	7.349	Perú	10.518	Suiza	8.182	Francia	10.773	Francia	15.922	Rep F. Alemana	19.335				
Belgica	6.567	Terr vinc/EEUU	8.997	Venezuela	7.118	Perú	10.008	Venezuela	13.473	Canadá	19.680				
Perú	6.554	Suiza	8.925	Canadá	7.045	Japón	9.265	Puerto Rico	13.032	Australia	17.807				
Pto rico	6.445	Reino Unido	8.618	México	7.045	Bolivia	9.065	Paraguay	12.073	Paraguay	17.163				
Mexico	6.382	Bélgica	7.258	Rep. Dominicana	6.970	Bélgica	6.686	Bélgica	11.772	Suiza	15.449				
Bolivia	6.077	Ecuador	6.980	Australia	6.458	Pto. Rico	6.466	Ecuador	11.625	Bélgica	15.433				
Canada	5.919	Líbano	6.583	Cyba	6.093	Israel	6.011	Australia	10.879	Irlanda	14.103				
Bahamas	5.720	Bolivia	4.941	Corea Rep	5.271	Líbano	6.005	Bahamas	10.928	Bolivia	13.544				
Terr vinc a Países Bajos	4.780	Singapur	4.773	Perú	5.239	Terr vinc/ Francia	5.882	Israel	9.508	Japón	13.427				
Trinidad y Tobago	4.621	Israel	4.640	Portugal	5.001	Bahamas	5.807	Guatemala	9.183	FinalIndia	12.409				



**Tabla 16. Evolución de las exportaciones al MERCOSUR**

RUBRO	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alfarería	13.080	25.678	20.842	23.122	26.853	39.133
Artesanías de la Madera	7.338	6.471	8.652	15.695	11.817	20.412
Artesanías de los Metales	10.458	15.194	11.019	13.544	9.990	6.004
Artesanías del Cuero	19.159	40.380	21.980	38.241	37.389	33.428
Artesanías del Tejido	24.307	51.366	50.946	46.282	33.710	50.192
Artesanías en asta, hueso, cuerno	0	0	213	0	2.619	0
Artesanías en materiales diversos: caña tacuara, calabazas	268	402	236	3.451	2.576	0
Imaginería o Santería	3.248	0	0	1.225	0	156
Instrumentos Musicales	5.389	2.321	1.056	5.116	3.347	1.901
Cestería	0	0	6.027	7.837	5.584	9.937
<b>Total</b>	<b>83.506</b>	<b>141.812</b>	<b>120.971</b>	<b>154.513</b>	<b>133.885</b>	<b>162.500</b>

\* MERCOSUR más Chile y Bolivia

**Tabla 17. Evolución de las exportaciones a la UE\***

RUBRO	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alfarería	8.722	10.538	12.579	4.565	13.123	23.210
Artesanías de la Madera	5.235	9.596	13.166	21.258	33.754	29.901
Artesanías de los Metales	12.888	4.781	9.118	19.440	17.611	39.562
Artesanías del Cuero	22.761	51.153	30.822	40.189	52.622	88.050
Artesanías del Tejido	6.960	13.745	8.553	7.000	38.654	51.581
Artesanías en asta, hueso, cuerno	401	4	88	212	6.668	658
Artesanías en materiales diversos: caña tacuara, calabazas	1.903	6.353	4.148	5.835	6.242	3.611
Imaginería o Santería	1.233	404	7.713	197	0	5.955
Instrumentos Musicales	1.212	260	233	820	2.838	2.232
Cestería	0	0	79	831	2.951	5.103
<b>Total</b>	<b>66.315</b>	<b>96.834</b>	<b>86.499</b>	<b>100.347</b>	<b>174.463</b>	<b>249.887</b>

\* Se consideran también los países incorporados en el 2004

**Tabla 18. Evolución de las exportaciones al resto de América**

RUBRO	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alfarería	2.188	11.407	465	2.692	7.105	37.428
Artesanías de la Madera	12.379	1.340	5.707	9.543	17.514	22.548
Artesanías de los Metales	12.723	3.878	5.176	4.460	3.128	15.012
Artesanías del Cuero	27.687	36.636	33.423	31.842	87.537	89.055
Artesanías del Tejido	3.983	6.646	5.523	13.421	14.973	86.524
Artesanías en asta, hueso, cuerno	3.751	340	246	24	77	3.551
Artesanías en materiales diversos: caña tacuara, calabazas	2.040	330	330	313	469	6.936
Imaginería o Santería	148	1.014	312	249	0	2.670

<b>Instrumentos Musicales</b>	10	2.600	0	25	62	1.381
<b>Cestería</b>	0	0	35	338	4.567	6.342
<b>Total</b>	<b>59.118</b>	<b>68.580</b>	<b>46.850</b>	<b>62.907</b>	<b>293.830</b>	<b>135.432</b>

**Tabla 19. Evolución de las exportaciones al NAFTA**

<b>RUBRO</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>Alfarería</b>	3.803	10.076	1.977	7.898	10.178	15.015
<b>Artesanías de la Madera</b>	5.562	256	3.600	884	7.310	3.439
<b>Artesanías de los Metales</b>	2.526	2.132	7.326	4.815	11.615	8.161
<b>Artesanías del Cuero</b>	8.536	13.364	5.952	14.552	24.112	24.951
<b>Artesanías del Tejido</b>	4.290	12.995	7.871	8.483	34.546	33.571
<b>Artesanías en asta, hueso, cuerno</b>	3.529	4.609	1.250	841	3.692	3.515
<b>Artesanías en materiales diversos: caña tacuara, calabazas</b>	2.040	2.080	1.605	3.700	3.495	0
<b>Imaginería o Santería</b>	0	0	0	0	0	2.558
<b>Instrumentos Musicales</b>	35	112	500	100	2.987	881
<b>Cestería</b>	0	0	268	3.902	3.678	3.391
<b>Total</b>	<b>30.321</b>	<b>45.624</b>	<b>30.349</b>	<b>45.175</b>	<b>101.613</b>	<b>95.482</b>

**Tabla 20. Principales productos exportados según valores. Período 1998-2003**

<b>NCM</b>	<b>US\$ FOB</b>	<b>PRODUCTO</b>
44190000	122.183	Art. De mesa o cocina, de madera
42022100	118.763	LOS DEMÁS bolsos de mano de cuero natural
42010090	118.120	LOS DEMAS Art. de talabartería o guarnicionería para todos los animales de cualquier materia ( tiros, traillas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigo p/ perros y similares
42033000	105.049	LOS DEMÁS prendas y complementos de vestir de cuero natural o regenerado cintos cinturones bandoleras
44219000	95.197	LOS DEMAS ( de madera)
42023100	93.755	BILLETERAS
61171000	88698	chales , bufandas, velos y artículos similares y los demás complementos de vestir confeccionados de punto, partes de prenda o de complementos -
44209000	83.869	LOS DEMAS adornos de madera



**Tabla 21. Productos más importantes por destino. Período 1998-2003**

<b>Art. De mesa o cocina, de madera</b>					
<b>Israel</b>	<b>Alemania</b>	<b>Liechtenstein</b>	<b>Chile</b>	<b>Suiza</b>	<b>Francia</b>
11.072	9.211	8.253	8.082	6.651	5.987
<b>LOS DEMÁS bolsos de mano de cuero natural</b>					
<b>Bolivia</b>	<b>Paraguay</b>	<b>Pto. Rico</b>	<b>Bahamas</b>	<b>Jamaica</b>	<b>Reino Unido</b>
19.657	14.890	13.038	12.929	12.598	10.769
<b>LOS DEMAS Art. de talabartería o guarnicionería para todos los animales de cualquier materia</b>					
<b>Uruguay</b>	<b>Bolivia</b>	<b>Colombia</b>	<b>Nigeria</b>	<b>Italia</b>	<b>Bélgica</b>
9.502	9.056	8.402	7.649	7.098	7.026
<b>LOS DEMÁS prendas y complementos de vestir de cuero natural o regenerado cintos cinturones bandoleras</b>					
<b>Corea</b>	<b>Italia</b>	<b>Australia</b>	<b>Taiwán</b>	<b>Paraguay</b>	<b>Bolivia</b>
10.167	8.020	7.363	7.324	6.562	6.443
<b>LOS DEMAS (productos de madera)</b>					
<b>Suiza</b>	<b>Sudáfrica</b>	<b>paraguay</b>	<b>Reino unido</b>	<b>Rep Dominicana</b>	<b>Pto. Rico</b>
9.721	7.603	7.560	6.384	5.969	5.647
<b>BILLETERAS</b>					
<b>EEUU</b>	<b>Brasil</b>	<b>Francia</b>	<b>Guatemala</b>	<b>Perú</b>	<b>España</b>
37.509	17.895	16.814	15.763	15.437	15.340
<b>Chales , bufandas, velos y artículos similares</b>					
<b>Chile</b>	<b>Uruguay</b>	<b>Perú</b>	<b>Brasil</b>	<b>México</b>	<b>Italia</b>
23.017	17.784	15.601	14.677	14.340	12.051
<b>LOS DEMAS adornos de madera</b>					
<b>Uruguay</b>	<b>Brasil</b>	<b>España</b>	<b>Líbano</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>Liechtenstein</b>
14.954	9.887	6.947	5.706	4.384	4.095

**Exportación de Artesanías 2004-2007**

**Tabla 21. Desde 2004 hasta el 2007 por posiciones arancelarias de 8 dígitos.**

NMC	TEJIDO	2004	2005	2006	2007
42021900	carteras de mano, alforjas o maletas de tejido	5.069	19.505	16.800	19.416
42022900	Los demás Bolsos de mano (carteras incluso con bandolera o sin asas)	29.288	52.282	13.909	21.423
51061000	Con un contenido de lana superior o igual al 85% en peso/Hilados de lana cardada sin adicionar para la venta al por menor	30.324	23.631	23.206	15.063
57011011	Hechas a mano, alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas	5.437	13.519	29.791	15.758



57011012	Hechas a maquina, de lana o pelo fino, alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas	1.130	1.641	658	1.942
57019000	De las demás materias textiles	1.233	159	938	1.051
57021000	Alfombras llamadas "Kelim" o "Kilim", "Schumacks" o "Soumak", "Karamanie" y alfombras similares hechas a mano	8.164	1.202	18.120	3.275
58050090	De las demás materias textiles. Tapicería tejida a mano, incluso confeccionadas	27.328	8.349	2.282	0
61011000	Abrigos y artículos similares de lana o pelo fino. (ponchos también), prendas y complementos de vestir de punto, excepto trajes	22.300	32.400	10.455	9.561
61169100	De lana o pelo fino, los demás: guantes, mitones y manoplas, de punto	9.228	5.406	3.850	4.178
61171000	los demás complementos de vestir confeccionados de punto, partes de prendas o complementos: chales, bufandas, velos y similares	309.075	430.190	339.135	211.001
61178000	Los demás complementos (accesorios) de vestir	190.302	213.930	240.239	68.687
62129000	Los demás prendas y complementos de vestir, sostenes, fajas, corses, tirantes, tiradores, ligas y art. similares, incluso de punto	84.675	121.953	99.540	40.163
63012000	Mantas de lana o pelo fino (excepto las eléctricas)	67.057	29.308	104.289	34.056
63019000	Las demás mantas	42.050	10.265	7.720	8
63024000	Ropa de mesa, de punto	638	3.453	3.109	838
65040010	Sombreros de paja fina (manila, panama y similares), incluso trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia	17.123	23.063	29.366	22.301
65040090	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	5.649	8.187	15.706	8.516
65059000	Los demás sombreros y demás tocados, de punto o encaje, fieltro u otro prod. textil, en piezas (pero no en tiras)	1.219.483	634.457	739.877	298.428



	totales	2.075.553	1.632.900	1.698.990	775.665
	<b>MADERA</b>				
44190000	art. de mesa o cocina, de madera	289.108	319.668	247.759	111.990
44201000	Estatuillas y demás objetos de madera	201.954	197.743	187.893	85.411
44209000	Los demás adornos de madera	281.557	328.703	320.551	172.758
44219000	Los demás (de madera)	8.662.450	12.053.185	12.904.409	7.082.919
	Totales	9.435.069	12.899.299	13.660.612	7.453.078
	<b>CESTERÍA</b>				
46012000	Esterillas, esteras y cañizos de materia vegetal	1.004	1.539	1.596	2.383
46019100	De materia vegetal	2.441	1.484	1.080	6.053
46019900	Los demás trenzas	239	2.796	505	259
46021000	De materia vegetal artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia trenzable	22.594	24.750	26.334	20.739
	Artículos confeccionados principalmente con flores y las demás materias	14.836	2.832	3.968	7.311
	Totales	41.114	33.401	33.483	36.745

	<b>ALFARERÍA</b>				
69120000	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocados, de cerámica, excepto porcelana	95.072	79.515	126.018	226.794
69120000	Platos (de cerámica) 140 M	37.919	39.360	39.655	22.884
69120000	los demás NCM 190D	23.496	78.836	29.415	48.609
69139000		0	0	0	43.384
69139000	Estatuas y estatuillas (de cerámica) 200 <sup>a</sup>	12.912	12.111	20.320	3.608
69139000	Jarrones (de cerámica) 100V	13.386	20.285	10.472	16.443
69139000	Maceteros y demás de cerámica 300F	30.283	7.723	3.888	4.458
69139000400L	Crucifijos	0	711	904	19
69139000	Los demás	184.327	116.937	74.655	10.540
691490000	Manufacturas de cerámica	151.321	117.648	10.559	0
	Totales	548.716	473.126	315.886	376.739



**Tabla 22. Exportación según posición arancelaria por destino y cantidades, 2004 a 2007, prov. de Chaco**

NMC	TEJIDO	2004	PAÍS	2005	PAÍS	2006	PAÍS	2007	PAÍS
42021900	carteras de mano, alforjas o maletas de tejido								
42022900	Los demas Bolsos de mano (carteras incluso con bandolera o sin asas)								
51061000	Con un contenido de lana superior o igual al 85% en peso/Hilados de lana cardada sin adicionar para la venta al por menor								
57011011	Hechas a mano, alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas			12	Italia				
57011012	Hechas a maquina, de lana o pelo fino, alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas								
57019000	de las demas materias textiles								
57021000	Alfombras llamadas "Kelim" o "Kilim", "Schumacks" o "Soumak", "Karamanie" y alfombras similares								

	hechas a mano												
58050090	De las demas materias textiles. Tapiceria tejida a mano, incluso confeccionadas												
61011000	Abrigos y articulos similares de lana o pelo fino. (ponchos también), prendas y complementos de vestir de punto, excepto trajes												
61169100	De lana o pelo fino, los demas: guantes, mitones y manoplas, de punto												
61171000	los demás complementos de vestir confeccionados de punto, partes de prendas o complementos: chales, bufandas, velos y similares						86	España					
61178000	Los demas complementos (accesorios) de vestir												
6Estados Unidos9000	Los demás prendas y complementos de vestir, sostenes, fajas, corses, tirantes, tiradores, ligas y art. similares, incluso de punto												



63012000	Mantas de lana o pelo fino (excepto las elásticas)												
63019000	Las demas mantas												
63024000	Ropa de mesa, de punto												
65040010	Sombreros de paja fina (manila, panama y similares), incluso trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia			7								Italia	
65040090	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos												
65059000	Los demas sombreros y demás tocados, de punto o encaje, fieltro u otro prod. textil, en piezas (pero no en tiras)												
	totales				86			19					
	<b>MADERA</b>												
44190000	art. de mesa o cocina, de madera				3.309			Espeña		243			Italia

44201000	Estatuillas y demas objetos de madera	2.360	España			60	España	
44201000	Estatuillas y demas objetos de madera	1.625	Est. Unidos			2.073	Alemania	
44209000	Los demas adornos de madera	238	Est. Unidos	445	Italia			
44209000	Los demas adornos de madera	1.890	España					
44219000	Los demas (de madera)					464	Venezuela	
44219000	Los demas (de madera)	3.867	España	15	Italia	1.362	Italia	22.068
	Totales	13.289		702		3958,9		22.068
	<b>CESTERÍA</b>							
46012000	Esterillas, esteras y cañizos de materia vegetal			54	Italia			
46019100	De materia vegetal							
46019900	Los demas trenzas							
46021000	De materia vegetal artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia	1.952	España					



	trenzable								
	Artículos confeccionados principalmente con flores y las demas materias								
	Totales	1.952		54					
	<b>ALFARERÍA</b>								
69120000	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocados, de cerámica, excepto porcelana								
69120000	Platos (de cerámica) 140 M								
69120000	los demás NCM 190D								
69139000									
69139000	Estatuas y estatuillas (de cerámica) 200ª								
69139000	Jarrones (de cerámica) 100V								
69139000	Maceteros y demás de cerámica 300F			49	464	Italia	España		

69139000	Crucifijos 400L													
69139000	Los demás													
69149000	Manufacturas de cerámica		285	Italia										
	Totales		334		464									
	<b>CUERO</b>													
42022100	Bolsos de mano (carteras) incluso con bandoleras o sin asas de cuero natural o charolado		67	Italia										
42023100	artículos de bolsillo de bolso de mano (billeteras, portamonedas, fundas, tarjeteros de cuero natural		74	Italia										
42050000	Las demás manufacturas de cuero natural o regenerado		66	Italia										
43021990	Pieles curtidas o adobadas de animales ncop, enteras incluídos/cabeza, colas o patas, s/ensambar											107.741	China	
43021990	Pieles curtidas o adobadas de animales ncop, enteras incluídos											98.642	Francia	





**DEMANDAS**

¿Cuáles son los países a los que se exportan Artesanías aborígenes? Qué cosas van a qué países?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

¿Qué tipos de productos? Posición arancelaria con que sale el tipo de producto?



	Rubro	Posición arancelaria que se impone y SIM	Volúmenes en Kg / unidades /año	\$\$\$ /año	año
	Artesanía del tejido				
	Cestería				
	Alfarería				
	Artesanía del cuero				
	Artesanía de la madera				

Rubro	Posición arancelaria que se impone y SIM	Volúmenes en Kg / unidades /año	\$\$\$ /año	año
Imaginería o santería				
Instrumentos musicales				
Artesanía de los metales				
Otras artesanías				
Trabajos en piedra				
Trabajos en asta				
Trabajos en piel				

Montos en pesos aproximadamente por año

año	Monto en pesos
2004	
2005	
2006	
2007	

.....  
 .....



¿Principales exigencias para poder exportar?

.....

¿Desde cuándo exporta?

.....

¿Cómo evolucionó el negocio de 2004 hasta hoy? Cuáles han sido las piezas artesanales que registraron crecimiento o decrecimiento marcado en el último año?

.....

.....

.....

.....

¿Y respecto de años anteriores medio decrecieron o permanecieron iguales?

.....

.....

.....

Cómo se abastece?

Empresas /Comerciantes,
Fundaciones (especificar cuáles?)
Asociaciones de productores (especificar cuáles?)
particulares,
Dependencias de gobiernos provinciales o nacionales ( especificar cuáles?)
Otras

Principales dificultades para exportar artesanías

Administrativas
Logística
Prefinanciación
Abastecimiento (calidad, continuidad)
Otras
Por qué?

# ANEXO IV

Cuadro 1.1				
Población wichí urbana y rural por sexo. Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005				
Población urbana y rural	Sexo			
	Total	Varones	Mujeres	
<b>Total</b>	<b>36.149</b>	<b>18.715</b>	<b>17.434</b>	
Urbana <sup>(1)</sup>	10.072	5.295	4.777	
Rural <sup>(2)</sup>	26.077	13.420	12.657	

<sup>(1)</sup> Se considera población urbana a la que habita en localidades de 2.000 y más habitantes, y población rural al resto.

<sup>(2)</sup> Se clasifica como población rural a la que se encuentra **agrupada** en localidades de menos de 2.000 habitantes y a la que se encuentra **dispersa** en campo abierto.

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%.

**Nota:** datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005

- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

## Cuadro 1.2

Población toba urbana y rural por sexo.  
Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Población urbana y rural	Sexo		
	Total	Varones	Mujeres
<b>Total</b>	<b>47.591</b>	<b>24.783</b>	<b>22.808</b>
Urbana <sup>(1)</sup>	27.133	14.063	13.070
Rural <sup>(2)</sup>	20.458	10.720	9.738

<sup>(1)</sup> Se considera población urbana a la que habita en localidades de 2.000 y más habitantes, y población rural al resto.

<sup>(2)</sup> Se clasifica como población rural a la que se encuentra **agrupada** en localidades de menos de 2.000 habitantes y a la que se encuentra **dispersa** en campo abierto.

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25%.

**Nota:** datos definitivos.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005

- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

## Cuadro 1.3

Población toba por residencia en una comunidad indígena.  
Chaco, Formosa y Santa Fe. Años 2004-2005

Residencia en una comunidad indígena	
<b>Total</b>	<b>47.591</b>
Sí reside en comunidad	40.980
No reside en comunidad	6.609
Ignorado	(..)

(..) Dato estimado a partir de una muestra con CV superior al 25 %.



**Nota:** datos definitivos.

Refiere exclusivamente a las **comunidades delimitadas geográficamente**, es decir aquéllas que comparten un hábitat común o territorio.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005  
- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.

#### Cuadro 1.4

Población wichí por residencia en una comunidad indígena.  
Chaco, Formosa y Salta. Años 2004-2005

---

Residencia en una comunidad indígena	
<b>Total</b>	<b>36.149</b>
Sí reside en comunidad	34.538
No reside en comunidad	1.606
Ignorado	(..)

---

**Nota:** datos definitivos.

Refiere exclusivamente a las **comunidades delimitadas geográficamente**, es decir aquéllas que comparten un hábitat común o territorio.

La población de cada pueblo indígena corresponde a la población que se reconoce perteneciente y/o descendiente en primera generación de ese pueblo.

**Fuente:** INDEC. Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (ECPI) 2004-2005  
- Complementaria del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.