



Calidad en el diseño y fomento de la competitividad

CONTEXTO

El PC identificó las siguientes características en el panorama nacional: 1) Pocas manifestaciones de una artesanía tradicional culturalmente reconocida y con mercados asegurados, 2) Actividad artesanal relativamente reciente en el país, 3) Producción artesanal muy fragmentada y 4) Escasas oportunidades para presentar productos dentro y fuera del país. En una segunda fase, el PC identificó las siguientes problemáticas: 1) Falta de mercados para la producción artesanal, en parte por falta de calidad de los productos y ausencia de un enfoque centrado en el mercado, 2) Producción artesanal orientada fundamentalmente a la obra única de carácter ornamental, 3) Escasa capacidad de producción del artesano y 4) Dificultades de acceso a mercados. De igual forma, se consideraron los siguientes obstáculos: individualismo de los artesanos, resistencia a una cierta serialización, resistencia a la resolución de piezas de carácter utilitario, ópticas divergentes con los diseñadores durante las mesa de trabajo y dificultades para verificar los resultados obtenidos en la realización de nuevas líneas de productos. Finalmente, el PC determinó como beneficiarios a los artesanos de todo el país.

Los puestos del Panel Asesor fueron sometidos a convocatoria pública y los tres resultaron ganados por mujeres.

PROCESO

El PC identificó como beneficiarios a los artesanos de todo el país a través de convocatorias públicas y puso en marcha las siguientes actividades: 1) Organización de "Talleres de Diseño" para la realización de nuevas líneas de productos por artesanos o grupos de artesanos, liderados por un Panel Asesor compuesto por dos diseñadoras y una especialista en artesanías. Cabe señalar, que los puestos del Panel Asesor fueron sometidos a convocatoria pública y los tres resultaron ganados por mujeres; 2) Dar a conocer la producción realizada, a través de exposiciones montadas en diversos puntos del país; 3) Ofrecer la posibilidad a quienes asistieron a los talleres y realizaron líneas novedosas, de participar en el Programa de Comercialización de la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (DINAPYME); 4) Potenciar el Programa de Comercialización de Artesanías de DINAPYME, a través del Programa de Participación en Ferias del Proyecto Viví Cultura, logrando una mayor participación



© UNESCO/Monteideo

en los eventos y la presentación de artesanías uruguayas en nuevas instancias a nivel internacional. La ejecución de las decisiones del PC, se llevaron a cabo a través de convocatorias públicas para asegurar la democratización del acceso a las actividades.

Resultados

Entre los resultados más destacados de este proyecto, se encuentran: 1) Realización de tres instancias de "Talleres de Diseño" que involucraron a unos 80 artesanos, cuya actividad ha sido registrada, 2) Presentación de piezas en eventos nacionales e internacionales, 3) Participación de artesanos en instancias nacionales de jerarquía, a las que antes no habían accedido y 4) Incremento de artesanos y artesanía en diversos lugares del mundo, permitiendo no sólo ampliar los mercados para los artesanos sino dar a conocer aspectos de la cultural uruguaya en lugares diversos como Bogotá (Colombia), París (Francia), México DF (México) y Jerusalén (Israel).





Conformación y consolidación del Clúster de música

CLUSTER
DE MÚSICA
URUGUAYPLAN DE
REFUERZO DE LA
COMPETITIVIDAD

CONTEXTO

En Uruguay, la industria de la música ha tenido un constante crecimiento en los últimos años. De manera paralela, los contextos de mundialización y comercialización actuales han impuesto nuevas vías para el desarrollo de la competitividad de este sector. En este sentido y ante la falta de instituciones e iniciativas que agruparan a los diferentes sectores de la industria musical, como son: la Cámara del Disco, la Asociación de Artistas Intérpretes, la Asociación de Músicos, la Asociación de Autores y la Asociación de Productores y Managers, se impulsó la conformación de un conglomerado de la música. A este respecto, el PC identificó los siguientes obstáculos: 1) Gran dispersión de los sectores, 2) Escasa experiencia en el trabajo conjunto 3) Dificultad de alinear intereses entre el Estado (Ministerio de Industria, Energía y Minería; Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; Departamento de Industrias Creativas de la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura) y las industrias privadas.

PROCESO

Para la implementación del conglomerado de la música en Uruguay, el Programa Conjunto favoreció la creación de una instancia permanente de coordinación público-privada para el trabajo conjunto. Así mismo y durante todo el proceso, se contó con la participación y el apoyo constante de las agencias del SNU implicadas, particularmente la UNESCO y la ONUDI. Posteriormente, se llevó a cabo un estudio para identificar el estado actual del sector, sus fortalezas y áreas de oportunidad. Una vez recopilada la información del estudio, se procedió a la elaboración de un plan estratégico para la operación del conglomerado musical, a fin de ser utilizado como diagnóstico y hoja de ruta. Finalmente, se conformó un "Grupo Gestor" (integrado por comisiones de trabajo) donde todas las partes representadas tienen la responsabilidad de tomar las decisiones en común acuerdo.



© UNESCO/Montevideo

Resultados

En el año 2009, se realizaron cuatro talleres y cuatro conferencias con invitados internacionales, a fin de discutir la competitividad del sector musical. De igual forma, el conglomerado participó en la Feria Internacional de la Música de Buenos Aires (BAFIM). Al año siguiente, se llevaron a cabo dos Consultorías tituladas: "Elaboración de un Plan Estratégico del Sector" y "Conformación de una Agencia de Exportación de la Música". Así mismo, se creó la Primera Asociación de Productores y Managers de la Música, se generaron redes y convenios con otros sectores e instituciones y se implementaron 3 proyectos asociativos: 1) Papagayo azul: portal y tienda electrónica de música infantil uruguaya y latinoamericana, 2) Dinámica: RED de empresas y técnicos vinculados al proceso de la producción y promoción musical y 3) Art Sonora: Proyecto asociativo entre tres empresas de los sectores audiovisual, musical y editorial. Finalmente, en el 2011, se creó el portal de la música uruguaya que representará a todo el sector y un catálogo para la internacionalización del mismo.

En el 2011, se creó el portal de la música uruguaya y un catálogo para la internacionalización del mismo.



Accesibilidad y producción de bienes y servicios culturales.

Fábricas de Cultura y Usinas Culturales

CONTEXTO

En Uruguay, existen muchos grupos que enfrentan diferentes situaciones de vulnerabilidad social. En los últimos años, se ha observado un ensanchamiento de la brecha entre la clase media y las personas en situación de pobreza. En este contexto, el PC en colaboración con la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura, impulsó la creación de las "Fábricas de Cultura" y las "Usinas Culturales". Se entiende por "Fábricas de Cultura" un proyecto que busca fortalecer el capital humano y productivo mediante la creación de espacios de formación y desarrollo de emprendimientos. El mismo apunta a capacitar a jóvenes y mujeres que se encuentran fuera de los sistemas formales de trabajo y educación, brindándoles herramientas que apuntan a mejorar sus posibilidades en el mercado laboral, incidiendo además en su autoestima y generando grupos de pertenencia. Por su parte, las "Usinas Culturales" son centros de grabación y estudios de audio, fotografía, producción y video, que tienen por objetivo desarrollar las capacidades creativas de la población con menos oportunidades de acceso. Entre los principales obstáculos que enfrentó el PC, se encuentra la desproporción poblacional característica del país (aproximadamente el 40% de la población habita en la capital), lo que hace que muchas personas del interior queden aisladas de oportunidades de este tipo.

Las Usinas Culturales trabajaron contenidos específicos de género, a través de los ODM.

PROCESO

Para la implementación de las Fábricas y Usinas Culturales en Uruguay, el Programa procuró ubicar dichas iniciativas en entornos diversos y accesibles al mayor número de personas posible, tales como la periferia de Montevideo y el interior del país. Durante la primera fase de ejecución se realizó una convocatoria por diversos medios de comunicación, para invitar a los interesados a participar en las distintas actividades del proyecto. De igual manera, se procuró hacer partícipes a los actores sociales del territorio, en el diseño y desarrollo de las distintas actividades. Es importante destacar que, a fin de enriquecer el proyecto, los beneficiarios fueron consultados sobre sus necesidades específicas y se consideraron las tradiciones e identidades locales de los distintos grupos. Así mismo, en las Usinas se trabajaron contenidos específicos de género, a través de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, mientras que en las Fábricas se promovió la participación de mujeres no integradas a sistemas formales de trabajo.



© UNESCO/Montevideo

Resultados

En las Fábricas de Cultura se fortaleció el capital humano y productivo del país, a través de la creación de espacios para la formación y el desarrollo de capacidades y emprendimientos culturales. Por otra parte, se equipó a las Usinas Culturales para la formación y producción musical y audiovisual de poblaciones alejadas de centros de producción, lo que generó la producción de audiovisuales, grabaciones musicales y la conformación de grupos de música y de producción de video (muchos de ellos sobre los ODM) que han empezado a tener difusión a un nivel más amplio.





Incubadora a distancia de empresas culturales



© UNESCO/Montevideo

Fueron elegidos
25 proyectos y
32 emprendedores,
61% de ellos mujeres,
quienes recibieron
el apoyo de la
incubadora.

CONTEXTO

Existe en Uruguay un consenso acerca del papel positivo que las industrias culturales y creativas pueden jugar en el desarrollo económico y el fortalecimiento de la cohesión y la integración social del país. En este sentido, la promoción de las industrias culturales puede contribuir a mejorar la inserción económica internacional, a expandir el mercado interno, a generar empleos de calidad y a fortalecer el sentido de pertenencia de los uruguayos. Sin embargo, algunos de los factores que han limitado el desarrollo de las industrias culturales tienen que ver con las insuficientes capacidades de los actores del sector, particularmente en los aspectos de organización y gestión cultural. Por otra parte, hay que considerar la brecha económica que existe entre las distintas zonas geográficas del país. En efecto, muchas buenas ideas provienen de emprendedores que habitan en zonas marginadas del país y lamentablemente sus proyectos no son apoyados precisamente por la falta de acceso.

PROCESO

En este contexto, la propuesta del Programa Conjunto consistió en ofrecer apoyo a emprendimientos culturales a través de una convocatoria abierta y extendida a todos aquellos actores culturales uruguayos que cumplieran con una doble condición: 1) tener una idea novedosa y sostenible a desarrollar dentro del sector cultural y 2) tener el perfil emprendedor necesario para llevarla adelante. Dicho proyecto se concretó por medio de la creación de la "Incubadora a distancia de empresas culturales". El objetivo de esta incubadora consistió en fortalecer a un grupo de emprendedores seleccionados a través de apoyo técnico y financiero. La selección de los emprendedores se realizó en tres fases bien diferenciadas, a saber: a) Curso de capacitación en creación y gestión de empresas, con una duración aproximada de 80 horas; b) Asesoría personalizada por parte de un equipo multidisciplinario en la elaboración de su plan de negocios; c) Toda vez demostrada la sostenibilidad técnica, comercial, económica y financiera del emprendimiento, un tutor apoyó al emprendedor en la implementación de su proyecto. Es importante destacar que, en miras de una participación geográfica equitativa, la convocatoria se dirigió a distintas zona de Uruguay, dando así la oportunidad de participar a emprendedores culturales del interior del país.

Resultados

De manera concreta, el PC favoreció el diseño y la puesta en marcha de tres convocatorias públicas a través de distintos medios de comunicación, dos de las cuales se destinaron a la población del interior del país. En respuesta a las convocatorias realizadas, se presentaron un total de 139 interesados, que representaban 100 propuestas en distintas áreas del sector cultural. Posteriormente, fueron seleccionados 44 emprendedores, que representaban 36 propuestas susceptibles de integrarse a la incubadora. Estos emprendedores llevaron a cabo una capacitación en gestión cultural y sometieron sus proyectos a una segunda fase de selección, en la que fueron elegidos 25 proyectos y 32 emprendedores, 61% de ellos mujeres, quienes finalmente recibieron el apoyo de la incubadora.