



MEMORIA

ARTESANÍAS DE CHILE

2020

0 ÍNDICE

CAPÍTULO 1 Presentación y resumen del año

Introducción: Un año de desafíos	08 - 15
Repaso de nuestra historia	16 - 27

CAPÍTULO 2 Reinventarse a partir del desafío

Estrategia en Pandemia: Programas de Fomento Productivo	28 - 31
Desafíos desde el Área Comercial	32 - 49
Una nueva imagen de marca	50 - 67
Comunicaciones: Un año Unidos por los Artesanos	68 - 71
Cultura: Educar a distancia	72 - 87
Proyectos: Capacitar a distancia	88 - 95
Comunicaciones: Sensibilizar en pandemia	96 - 101





CAPÍTULO 1

PRESENTACIÓN
Y RESUMEN DEL AÑO

1.1 INTRODUCCIÓN

UN AÑO DE DESAFÍOS

2020 comenzó como un año incierto para los artesanos de todo Chile. El difícil escenario se había gatillado en octubre de 2019 tras el estallido de la crisis social, que llevó a la cancelación de prácticamente todas las ferias a lo largo de Chile. En marzo de 2020 la llegada al país del Covid-19 agudizó más la crisis, teniendo que cerrar sus espacios de venta. Para Fundación Artesanías de Chile -que forma parte de la red de fundaciones de la presidencia y que trabaja con una red de más de dos mil artesanos tradicionales en todo el país- esto significó replantear sus objetivos para el año. "El escenario cambió repentinamente y la realidad era implacable: sin venta, los artesanos no tienen ingresos, sin ingresos los oficios no sobreviven", fue el diagnóstico realizado por Claudia Hurtado, directora ejecutiva de Fundación Artesanías de Chile.

Así, la fundación diseñó un plan estratégico basado en tres pilares: levantar recursos para mantener el fondo de compras a los artesanos a pesar de tener sus cinco tiendas cerradas; digitalizar todos los contenidos para lanzar cuanto antes un nuevo sitio web y tienda online; y diseñar una gran campaña comunicacional "Unidos por los Artesanos" que sensibilizara a los

chilenos sobre la importancia de comprar artesanía para incentivar a los cultores tradicionales a mantener vivos sus oficios.

Para difundir esta campaña, se generaron alianzas con empresas privadas, entre ellas Falabella.com, Banco de Chile y BMW, quienes compartieron a través de sus plataformas un comercial donde rostros como Virginia Demaria, Soledad Onetto y Humberto Sichel llamaron a valorar los oficios tradicionales y a comprar artesanía a través de www.artesantiasdechile.cl, la nueva tienda online de la fundación que se lanzó en agosto del 2020 junto a la nueva imagen de la fundación que muestra la artesanía como el nuevo y verdadero lujo.

La página web, que reúne piezas creadas por más de dos mil cultores de todo Chile, fue también la plataforma en la que se lanzaron nuevas líneas de productos, entre ellas Artesanía Solidaria, donde todos los ingresos van a los artesanos de una localidad particular. La primera fue Quinchamalí, donde 31 artesanos crearon chanchos alcancías de tres patas y, la segunda, Liquiñe, donde 19 artesanos tallaron corazones de madera que fueron vendidos en un empaque especial.

Mil millones para comprar y capacitar a artesanos

Otro desafío fue el levantamiento de recursos para mantener las compras a los artesanos a lo largo del país, a pesar de que las cinco tiendas físicas de la fundación se encontraban cerradas. Tras una gestión exitosa con los Gobiernos Regionales, Artesanías de Chile ha logrado adjudicarse fondos por mil millones de pesos a través de los GORE de Tarapacá, Coquimbo, Maule, Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, recursos con los cuales, además de comprar artesanía, en 2021 la fundación capacitará a cultores y sumará a su red a 800 nuevos artesanos.

A nivel cultural, la pandemia impidió a la fundación a seguir realizando los talleres de acercamiento a los oficios artesanos que semana a semana dictaban en el Centro Cultural La Moneda, por lo que el equipo de Cultura debió adaptarse a los desafíos, ofreciendo diversos talleres online realizados tanto por artesanos tradicionales como por mediadores de la fundación. Sumado a esto generó material de difusión, talleres, conversatorios y un nuevo programa educativo para niños "Artesaniñ@s" que comenzó a



transmitirse en noviembre por TV Educa. La digitalización de los contenidos permitió descentralizar y ampliar las audiencias, con un alcance que supera los tres millones de personas entre sitio web y redes sociales.

La fundación también generó nuevos canales comerciales: desarrolló ferias online como "Tesoros de Pozo Almonte", realizada en conjunto con la empresa minera Teck Quebrada Blanca, que permitió a artesanas de esta localidad de la región de Tarapacá tener un espacio de venta virtual de textilera Aymara, y la Feria Nacional de Artesanías, en conjunto con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio e Indap.

La pandemia obligó a la fundación a cerrar las tiendas físicas al público. Sin embargo, este periodo fue la oportunidad para

remodelar estos espacios con recursos levantados para este objetivo en 2019. Se renovaron los espacios ubicados en Pueblito Los Dominicos y en Puerto Varas, los que abrieron sus puertas al público en noviembre y diciembre de 2020. En tanto, la tienda ícono y más grande, ubicada en Centro Cultural La Moneda, reabrirá en marzo de 2021. A principios de diciembre Artesanías de Chile sumó una nueva tienda en el nivel 3 de Casacostanera, espacio donde reúnen la selección de artesanía más contemporánea, con un sector dedicado a A+D (Artesanía + Diseño), que cuenta con trabajos colaborativos entre diseñadores nacionales y artesanos chilenos, siempre respetando los principios de Comercio Justo. En tres semanas de funcionamiento la tienda logró ventas por sobre 20 millones de pesos.



El reconocimiento de la Unesco a Artesanías de Chile

Cada cinco años, la Asamblea General de los Estados Partes de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO acredita a organizaciones no gubernamentales (ONG) para brindar asesoramiento y/o servicios al Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (también conocido como ICH por sus siglas en inglés). Durante su octava sesión, realizada en París del 8 al 10 de septiembre de 2020, Fundación Artesanías de Chile fue elegida entre las 36 ONG acreditadas. Este estatus, que la fundación mantendrá a lo menos hasta 2025, la reconoce como entidad idónea para referirse a los temas de cuidado y preservación del patrimonio inmaterial -en este caso, la artesanía-, además de darle la posibilidad de proponer proyectos y actividades y permitirle postular a fondos internacionales que superan los US \$ 100.000.

Desafíos para 2021

El importante crecimiento de la fundación llevó a que, en enero de 2021, el centro de

distribución de Artesanías de Chile -que funcionaba en su casa matriz, la casona patrimonial Casa Velasco- se trasladara a espacio iF Blanco Recoleta, lugar donde ahora comparten con emprendimientos y laboratorios creativos. En tanto, en Casa Velasco -construcción que tiene 300 años y que fue declarada Monumento Nacional en 1981- a fines de 2020 se logró la aprobación de todos los permisos para en enero de 2021 realizar un mural que honra a las artesanas textiles de todo Chile. Realizado desde la segunda semana de enero por el destacado artista chileno Javier Barriga -reconocido por sus murales de mujeres con trenzas y por pintar el magno mural en la esquina de las calles Copiapó con Portugal-, el mural de Casa Velasco -que se llamará La Tejedora- es la primera intervención de este tipo autorizada por el Consejo de Monumentos Nacionales en una casona patrimonial. Con la obra, encargada por Artesanías de Chile, la fundación marca el primer hito para convertir el monumento histórico en una Casa Museo abierta a todo público: un espacio que honre la artesanía, donde se exhiba la colección patrimonial -que incluye piezas únicas de diversos oficios- y donde maestros y maestras artesanas tengan un espacio de encuentro para dictar talleres y charlas.





1.2 INTRODUCCIÓN

REPASO DE NUESTRA HISTORIA

Artesanías de Chile es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, que desde hace 18 años (12 de julio de 2002) trabaja para preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena, promoviendo la integración de artesanas y artesanos a procesos de desarrollo cultural y económico del país, con el fin de crear nuevas y mejores oportunidades para ellos, entendiendo que la artesanía es una actividad de sustento de muchas familias, especialmente en localidades rurales. Pertenecemos a la red de fundaciones de la Presidencia de la República que es presidida por la Primera Dama Cecilia Morel Montes. Su directora ejecutiva del periodo 2018-2022 es Claudia Hurtado Novoa.

Misión

Porque creemos que los artesanos y sus oficios son parte fundamental de la tradición y del patrimonio cultural chileno, nuestra misión es preservar, fomentar, difundir y poner en valor la artesanía tradicional chilena; promoviendo la integración de las artesanas y los artesanos con los procesos de desarrollo sociocultural y económico del país.

Nuestros valores

Respeto: dignificamos el talento artesano, contamos sus historias, mostramos los procesos productivos detrás de las piezas que hacen a mano, y honramos el conocimiento traspasado de generación en generación.

Transparencia: pagamos un Precio Justo, y enseñamos a los artesanos a cobrar lo que corresponde por sus trabajos.

Solidaridad: somos gestores de cambio al acompañar a los artesanos en el descubrimiento de sus talentos, y los alentamos a usar sus propias herramientas para abrirse camino.

Equidad: Construimos redes basados en la confianza y la libertad, generamos vínculos cercanos con artesanos de todo Chile.

¿Qué hacemos?

En todo el territorio chileno, especialmente en sectores rurales, trabajamos con el fin de crear nuevas y mejores oportunidades para artesanas y artesanos que, en muchos casos, son los responsables de proveer sustento económico a sus familias.

Trabajando mano a mano junto a ellos, nuestro foco está puesto en todo tipo de artesanías tradicionales, principalmente textiles (alpaca, llama, lana de oveja), cestería, madera, alfarería, platería, arte en cobre; entre otros.

Más allá, nos dedicamos también a preservar y fomentar los vínculos que existen entre las artesanas y los artesanos con sus territorios, tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y eventos festivos, conocimientos y prácticas sobre la naturaleza. Además, realizamos diferentes actividades con el fin de salvaguardar sus oficios y tradiciones, a través de la identificación de piezas, documentación e investigación de artesanías tradicionales; como también su preservación, protección y puesta en valor.

Contamos con una tienda On-Line y seis físicas, cinco de ellas en Santiago y una en Puerto Varas, donde es posible comprar trabajos de artesanas y artesanos de todo Chile.

Red de artesanos y artesanas

Nuestra Red cuenta con 2.300 artesanos y artesanas, de los cuales 95% vive

en regiones (excluyendo la Región Metropolitana) y 78% en zonas rurales del país, alejadas de vínculos comerciales y de oportunidades de inserción económica. 84% de los artesanos de nuestra Red son mujeres y el 56% de los artesanos pertenece a uno de los 9 pueblos originarios de Chile.

Para formar parte de la Red de Artesanos de Fundación Artesanías de Chile es necesario presentar a los artesanos/as interesados/as y sus respectivas piezas, al Comité de selección de productos de la Fundación.

Encargada de Control de calidad

La Encargada de Control de Calidad de la Fundación, quien es la responsable de presentar a los autores, sus obras, antecedentes sociales y personales al comité de selección de productos. Cada pieza que es comercializada a través de la Fundación ha pasado por esta instancia de selección.

Comité de selección de Productos

El Comité de Selección de Productos es un equipo conformado por profesionales especializados en los distintos rubros de artesanía tradicional con una vasta experiencia en el área, con los que trabaja



la Fundación de manera externa y que certifican la calidad y pertenencia del objeto presentado. Este equipo sesiona una vez al mes.

Aprobación/ Rechazo de productos

Se prioriza la incorporación de artesanos tradicionales locales con años de trayectoria que sean portadores de un conocimiento transmitido de generación en generación, poniendo especial preocupación por aquellos artesanos tradicionales con mayor riesgo de exclusión social. Todas las piezas deben contar con una estándar de calidad de excelencia para ser aprobadas.

COMERCIO JUSTO

Fundación Artesanías de Chile está acreditada como Comercio Justo por la World Fair Trade Organization (WFTO), en el capítulo regional de la Organización Mundial del Comercio Justo.

Ser "Comercio Justo" va más allá del intercambio, porque demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible y destaca la necesidad de generar un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional, demostrando que un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente. Como fundación estamos comprometidos con un Comercio Justo basado en el respeto, la transparencia, la solidaridad y la equidad. Así, en Fundación Artesanías de Chile somos Comercio Justo no solo porque estamos certificados por la WFTO, sino porque todas nuestras áreas de trabajo se desempeñan comprometidamente con el reconocimiento del artesano y la artesanía.



Programas

A nivel interno, el trabajo de la fundación se divide en tres áreas o programas:

PROGRAMA COMERCIAL

Genera oportunidades y plataformas para el desarrollo económico de los artesanos y artesanas tradicionales, equilibrando variables culturales y sociales. Compramos a los artesanos bajo los principios de Comercio Justo y estamos acreditados por la WFTO. Contamos con seis tiendas físicas, un tienda de ventas On-Line, venta a empresas y eventos.

¿Cómo compra la Fundación?

El proceso de compra comienza con el pedido de la fundación al artesano o agrupación. Luego, el artesano envía su pieza al centro de acopio más cercano (Santiago, Temuco, Puerto Varas). La fundación paga al artesano por su pieza en un máximo de 10 días hábiles desde que se recibe. y se distribuyen las piezas en las tiendas. Una vez que se vende la pieza, se retorna el costo de ella al "fondo" de la Fundación para volver a comprar. Modelo Fondo de Compras Rotatorio (FCR). La gestión del Fondo de Compras Rotatorio

es la base del modelo económico de la fundación, siendo nuestro principal activo financiero. Este fondo es limitado. Al ser un fondo limitado y dependiente de las ventas, es la gestión de diversos procesos lo que permite la eficiencia y el aumento de la rotación; la cual se ha mantenido en torno a la ratio de 2,4 veces en un año calendario.

¿Cómo opera este fondo?

En términos generales es un proceso semanal que consta de cinco pasos: (1) Emisión orden de compra, (2) Recepción de productos y control de calidad, (3) Distribución de canales comerciales, (4) Proceso de venta y (5) Devolución al fondo de compras.

PROGRAMA CULTURAL

El Área de Cultura de Fundación Artesanías de Chile se compone de un equipo interdisciplinario encargado de llevar a cabo actividades de extensión, educativas, y de investigación, con el fin de difundir



y visibilizar la artesanía como parte del patrimonio cultural material e inmaterial. El punto de partida está en la artesanía y sus cultores, sin embargo, estamos abiertos a ampliar y explorar las potencialidades de esta expresión en relación a otras áreas del conocimiento.

Desde la Fundación entendemos que las piezas artesanales son objetos de gran importancia y significación para las comunidades y cultores que los producen. Es por esto que buscamos potenciar las relaciones entre artesanas y artesanos con los públicos a través de diferentes actividades, que muestren el valor cultural de estos objetos, acercando y enseñando sobre artesanía tradicional. Así, realizamos periódicamente talleres, exposiciones y contamos con una colección patrimonial de más de 600 piezas.



PROGRAMA DESARROLLO DE PROYECTOS

Programa Proartesano:

Busca incrementar y fortalecer las competencias de los artesanos y artesanas por medio de capacitaciones. Este programa se realiza a través de un convenio con la Subsecretaría del Trabajo, y tiene por objetivo mejorar la empleabilidad de artesanos y artesanas tradicionales de zonas rurales. Año a año capacitamos a 200 artesanos.

Programa alianzas público-privadas:

busca la realización de alianzas de cooperación con entidades del sector público y privado con el fin de generar sinergias, potenciar los recursos y originar proyectos de mayor impacto.





Origen Financiamiento:

Glosa presupuestaria con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y con el Ministerio del Trabajo y Previsión Social

Creación:

2002 (19 años)

Fundadora:

Luisa Durán

El año 2021 se sumarán, a los 2300 artesanos ya pertenecientes a la red de la fundación, 850 nuevos artesanos: 500 tradicionales (asociado a convenios con 8 Gobiernos Regionales) y 350 urbanos (asociado a convenio con Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio) logrando tener 3150 artesanos pertenecientes a la red, lo cual significará un incremento del 37%.

ARTESANOS MIEMBROS DE LA RED:

Red de Artesanos	Año 2020	Año 2021
Tradicionales	2300	2800
Urbanos		350
Total	2300	3150*

Número de Tiendas

6 tiendas físicas (5 en Santiago y 1 en Puerto Varas) y 1 canal de venta Ecommerce.

Colaboradores

65 personas

Directorio

Presidenta Cecilia Morel Montes

Director Mariana Sanfuentes Astaburuaga
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Director Andrea Wolleter Eyheramendy
Directora Sernatur

Tesorera Verónica Chahín Sarah Directora de Asuntos Culturales del Minrel

Director Nury González Andrew Directora del Museo de Arte Popular Tomás Lago

Director Elena Alfaro Matamoros Directora Programa de Artesanías UC

Director Jimena Valdés Subercaseaux Directora CEDEM (Centro de Estudios de la Mujer)

Secretaria Cecilia Puga Larraín | Directora Museo Chileno de Arte Precolombino

Vicepresidente Mariana Kaplun Prierer

Director José Félix de Vicente Mingo

Director Enrique Concha Blanlot

Director Carlos Recondo Lavanderos

Director Nacional Indap



CAPÍTULO 2

REINVENTARSE
A PARTIR DEL DESAFÍO



2.1 ESTRATEGIA EN PANDEMIA

PROGRAMAS DE FOMENTO PRODUCTIVO

2020 comenzó como un año incierto para los artesanos. El difícil escenario se había gatillado en octubre de 2019 tras el estallido de la crisis social, que llevó a la cancelación de prácticamente todas las ferias a lo largo del país. En marzo, la llegada del Covid-19 agudizó más la crisis, quedando los artesanos sin espacios físicos de venta. Para la Fundación esto significó replantear sus objetivos. El escenario cambió repentinamente y la realidad era implacable: sin venta, los artesanos no tendrían ingresos, sin ingresos los oficios no sobrevivirían. Así, la dirección ejecutiva diseñó un plan estratégico para levantar recursos para mantener el fondo de compras a los artesanos a pesar de tener sus tiendas físicas cerradas.

La estrategia fue presentar programas de fomento productivo a ocho gobiernos regionales. Entre junio y diciembre de 2020 Artesanías de Chile logró adjudicarse fondos por mil millones de pesos a través de los GORE de ocho regiones: Tarapacá, Coquimbo, Maule, Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, recursos con los que, además de comprar artesanía, en 2021 la fundación capacitará a cultores y sumará a su red a 800 nuevos artesanos.

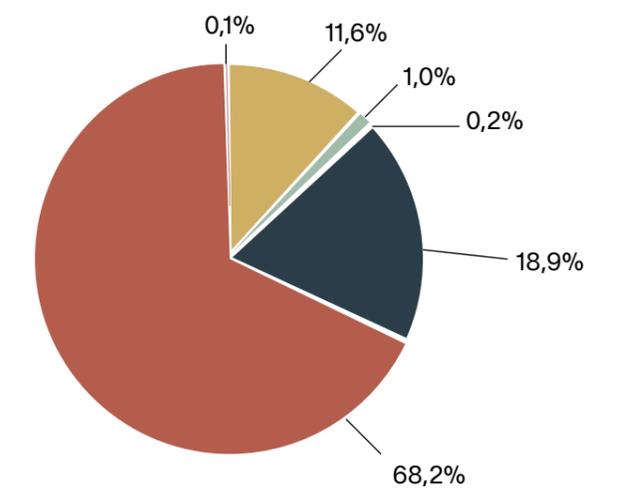


2.2 ESTRATEGIA EN PANDEMIA
DESAFÍOS DESDE EL ÁREA COMERCIAL

Desarrollar canales E-commerce y Marketplaces:

En 2016 las ventas online de la fundación representaban menos del 1% del total anual de ventas. Por ello, el desafío desde 2018 había sido desarrollar una nueva tienda online y realizar alianzas con diversos marketplaces para aumentar la presencia de la fundación en canales de venta digitales. En estos años se lograron acuerdos para vender a través de Mercado Libre, Linio, Cornershop, Ripley y Falabella.

Distribución de ventas por canal



	Total últimos 12 meses	
Linio	\$96.523	0,1 %
Mercado Libre	\$17.966.744	11,6 %
Ripley	\$1.622.191	1,0 %
Paris	\$272.853	0,2 %
Falabella	\$29.246.499	18,9 %
Woocommerce	\$105.396.468	68,2%
Total	\$154.601.277	



En julio de 2020 la Fundación lanzó su nuevo sitio web y tienda online www.artesantiasdechile.cl con una fuerte estrategia comercial.

Ventas Corporativas:

En el año 2016 las ventas corporativas de la Fundación fueron de 45 millones. En 2018, aumentó a 64 millones y en 2019 llegó a los 83 millones. Dada la crisis sanitaria en 2020, estas disminuyeron drásticamente durante el primer semestre, logrando repuntar en el último trimestre, cerrando el año con un total de 34 millones. Las ventas corporativas son una posibilidad concreta y muy certera de crecimiento para la fundación. Por ello, uno de los desafíos para el año 2021 es consolidar la estrategia que se ha ido implementando poco a poco y que consiste en tener una oferta de regalos corporativos, creativa y diseñada a la medida de cada cliente.





Desarrollo Feria Online:

Feria "Tesoros de Pozo Almonte"

La infinita riqueza de la textilería aymara de las artesanas de Pozo Almonte, en la Región de Tarapacá, fue protagonista en esta feria online que se realizó del 29 de octubre al 7 de noviembre de 2020 junto a la empresa Teck Quebrada Blanca. Un espacio de venta para textilerías de este territorio quienes en los meses de primavera acostumbraban a participar en ferias presenciales, pero que, a raíz de la pandemia, no pudieron participar de estas. Total de ventas: \$ 5 millones



Feria Nacional de Artesanías

En la constante búsqueda de canales comerciales para artesanas y artesanos, Artesanías de Chile en conjunto al Área de Artesanía del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, e INDAP del Ministerio de Agricultura se unen para generar la plataforma web de la Feria Nacional de Artesanías (FENART). Los preparativos de la feria fueron gestionados con anterioridad, entre ellos el proceso de postulación y selección de los participantes. Finalmente, la feria online se realiza desde el 10 al 13 de diciembre del presente año en la plataforma www.ferianacionaldeartesantias.cl junto con las redes sociales de las 3 instituciones. Puntualmente, las cuentas de Youtube

y Facebook de la Fundación alojaron el material transmitido.

La programación gestionada para los 4 días de feria contempló actividades como videos demostrativos de artesan@s, conversatorios, música, y cine, donde las líneas para armar la propuesta fueron relevar los contenidos de la artesanía desde los propios artesanos, y en relación a otras disciplinas, con el fin de establecer conexiones entre los productos ofrecidos en la plataforma comercial, y así conectar con el público.

Alcance de las actividades y publicaciones: **16.901**



Remodelación Tiendas, Apertura en Casacostanera y Nueva Bodega

Nueva tienda Casacostanera:

El buen impacto logrado por la Fundación en diversos eventos realizados en Casacostanera durante 2018 y 2019, motivó a tener una tienda en este espacio. Fue así como en diciembre de 2020 la tienda abrió sus puertas al público. El espacio fue pensado para reunir una selección de artesanía de excelencia realizada por cultores y cultoras de todo el país, junto a una exclusiva selección de artesanía contemporánea en su sección A+D (ARTESANÍA + DISEÑO). En 25 días, la tienda logró cerrar diciembre con ventas por \$ 23,5 millones, lo que proyecta que las ventas de este nuevo espacio serán altas, sobre los \$ 220 millones anuales. Esta tienda fue realizada con recursos entregados por INDAP y CONADI.





Remodelar las tiendas:

Dada la urgencia de tener espacios más atractivos y conforme a las demandas actuales, se remodelaron las tiendas de Centro Cultural La Moneda (CCLM), Pueblito Los Dominicos y Puerto Varas. Estas dos últimas tiendas fueron reabiertas en noviembre de 2020, mientras que la tienda de CCLM fue reabierta en marzo de 2021. El costo de las remodelaciones estuvo a cargo de subvenciones presidenciales y en el caso de la tienda del CCLM también contó con aportes de CONADI.



Tienda Aeropuerto:

Producto de las nuevas obras y crecimiento del aeropuerto, en 2019 la tienda de 200 m² ubicada en el área internacional debió cerrar e instalarse momentáneamente en un espacio comercial de 60 m². Nuevo Pudahuel ofreció a la Fundación dos espacios de 50 m² cada uno –ubicados en la salida de los nuevos espigones C y E- para construir 2 tiendas. En ambas ubicaciones se proyecta el paso del 43% del tráfico de pasajeros internacionales. La tienda ubicada en el espigón C será inaugurada el año 2021, y la del espigón E en 2022.

**Nueva Bodega:**

Considerando la necesidad de profesionalizar el área de bodegaje, en febrero de 2021 la Fundación decidió cambiarse a If Blanco, espacio ubicado en la comuna de Recoleta. Esta nueva bodega dispone de racks profesionales separados por tipo de productos que facilitan un mayor control del inventario. Además, el espacio cuenta con áreas de: control de calidad, recepción de órdenes de compra, y de despacho a tiendas y a clientes.

Desarrollo de nuevas colecciones:

Dentro de los desafíos que Fundación Artesanías de Chile se ha puesto durante estos años, está la creación de un área de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos, que hasta 2018 no existía, con el fin de trabajar en conjunto con artesanos tradicionales en el desarrollo de artesanía con guiños más contemporáneos. Con eso buscamos ayudarles a refrescar su oferta y generar mayores oportunidades comerciales. No se trata de introducir diseño porque sí; se trata de diseños que mantienen las técnicas tradicionales, pero le agregan un valor adicional y también acorde a las demandas actuales. Las colecciones que realizadas en 2020, que incluyeron lanzamiento comercial, fueron:

Colección Chal Aymara (2020):

Colección de 42 chales que rescatan antiguas técnicas del textil aymara con guiños contemporáneos.

Colección Hilo Hecho a Mano (2020):

Para poner en valor y visibilizar antiguas tradiciones textiles que se han ido perdiendo a través de los años, en septiembre de 2020 Artesanías de Chile lanzó la marca Hilo Hecho a Mano con una primera línea de productos: ovillos



de lana de oveja hechos por una red de hilanderas del sur de Chile, 64 mujeres que aún mantienen vivo el oficio de hilar, que consiste en transformar el vellón en el hilo, sin más ayuda que un huso de madera construido por las artesanas y el virtuosismo de sus manos. El segundo hito (diciembre 2020) fue una colección de chales tejidos con hilo hecho a mano, 12 diferentes modelos. Ambas líneas se lanzaron junto a Falabella.com. En 2021 a esta línea se han sumarán chalecos y kits para tejer (ambos hechos con vellón de oveja patagónica hilada a mano por artesanos privados de libertad en Punta Arenas), una línea de suéteres diseñados por la diseñadora Francisca Von Hummel (dueña de la marca La Gaviota) y tejidos con lana de oveja hilada a mano por hilanderas de la región de Los Lagos, además de una exclusiva línea de ponchos y ruanas de alpaca a la que se sumará una colección de casa, integrada por pieceras y cojines.



Crecimiento de Ventas

Gráfico 1: Ventas Totales Anuales 2016-2021 (En \$ mm)

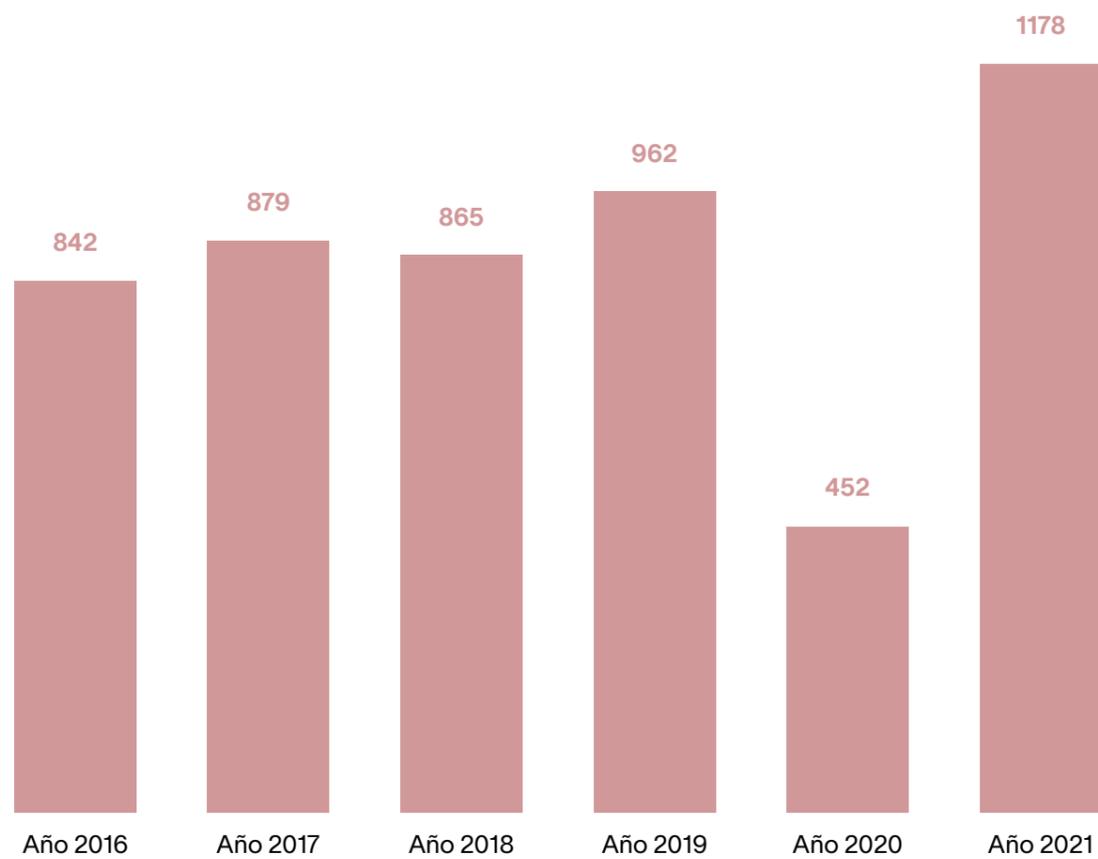
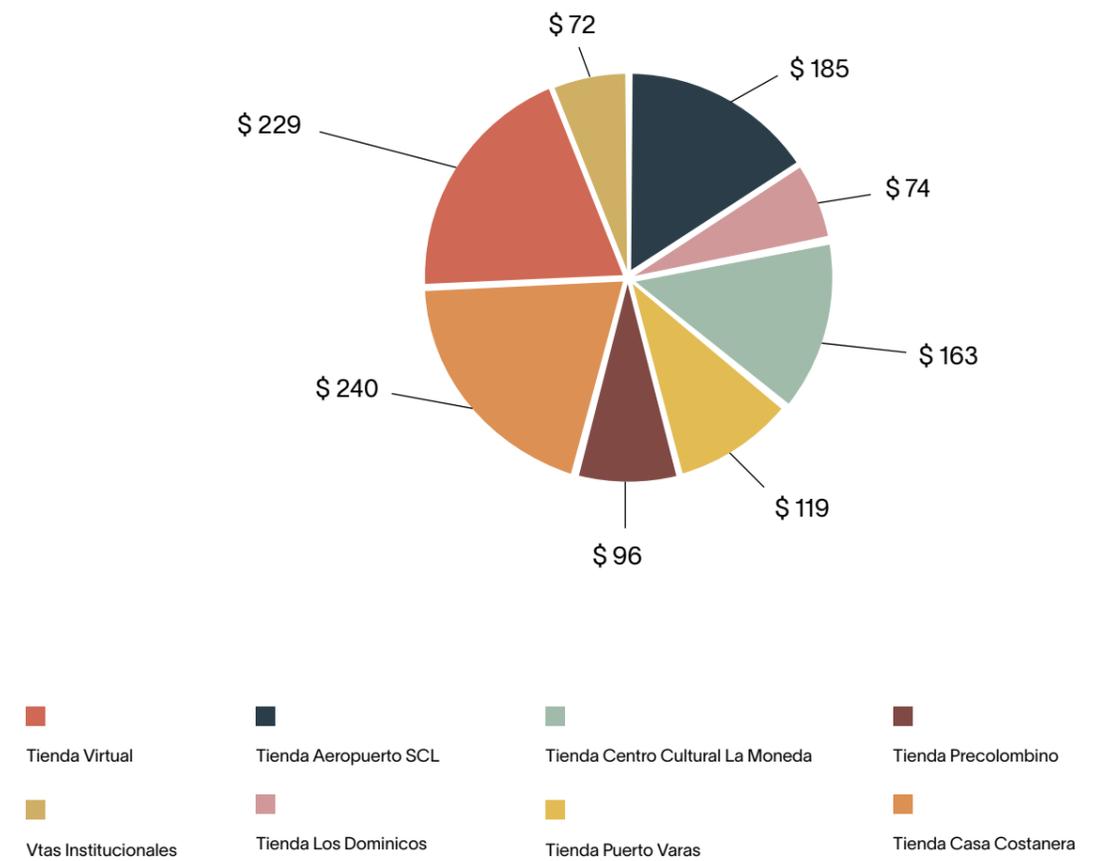
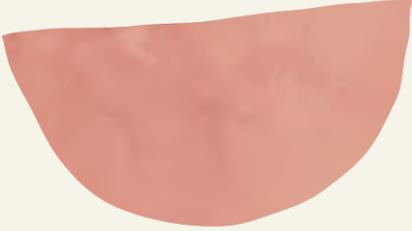


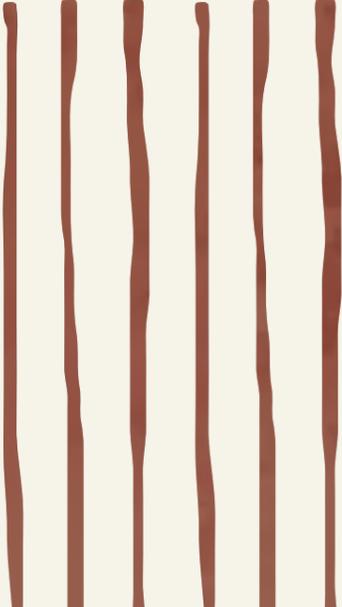
Gráfico 2: Proyección de Distribución de Ventas por Tienda año 2021 (En \$ mm)






Artesanías de Chile

Identidad
hecha a mano.




2.3 ESTRATEGIA EN PANDEMIA UNA NUEVA IMAGEN DE MARCA

La imagen de Artesanías de Chile era la misma desde hacía quince años, tiempo donde otras tiendas dedicadas a los oficios tradicionales y la artesanía aparecieron en el mercado, generando una oferta interesante. Cuando asume la nueva dirección de la fundación el diagnóstico es que la estética visual estaba obsoleta. El desafío entonces fue desarrollar una nueva imagen de marca.

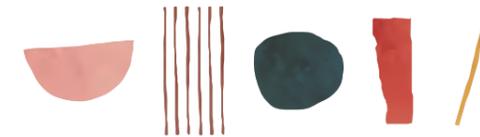
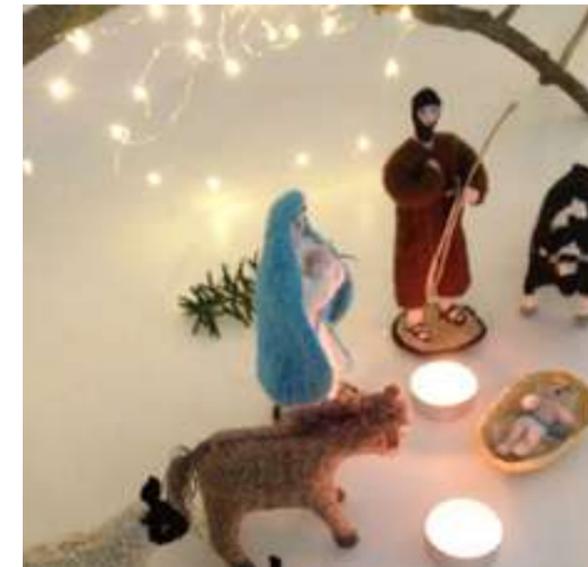


IMAGEN DE MARCA ANTIGUA



Fotografía RRSS



Fotografía de producto



Logotipo



Visual de Tienda

IMAGEN DE MARCA NUEVA



Artesanías de Chile

Identidad
hecha a mano.

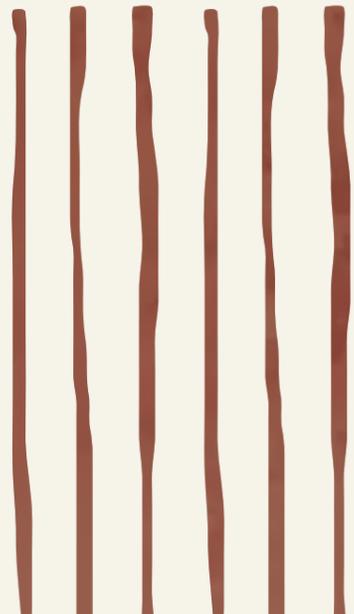
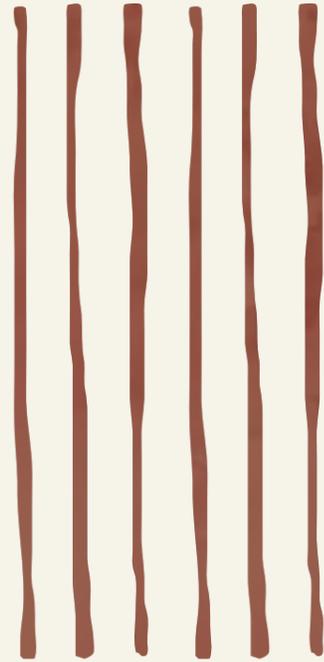


IMAGEN DE MARCA NUEVA



*Medialuna
abstracción
de tallado*



*Palitos
abstracción
de textilería*



*Círculo
abstracción
de alfarería*



*Placa
abstracción
de orfebrería*



*Palo diagonal
abstracción
de cestería*

Sistema gráfico | cada una de estas figuras
representa un oficio artesano



Dirección de Arte
en Fotografía en Territorio



Foco en fotografiar el proceso artesanal y sus partes por completo: Retrato Artesano/a, Artesano/a en su taller, materia prima, localidad



Dirección de Arte
en Fotografía Ecommerce



Foco en fotografiar el producto para difundir en ecommerce y redes sociales



Papelería y packaging nuevo



Importancia en la forma de empaquetar cada producto



El nuevo sistema gráfico se complementa con una línea ilustrativa



Ilustraciones que complementan el relato detrás de una pieza artesana, efemérides y redes sociales



2.4 ESTRATEGIA EN PANDEMIA

COMUNICACIONES: UN AÑO UNIDOS POR LOS ARTEANOS

“Lo que no se conoce, no se valora y no se cuida”. Bajo la certeza de esta frase, desde 2018 en adelante toda la comunicación de la fundación se basa en mensajes que cuentan su real valor: textos o llamados que explican la historia detrás de una pieza, del territorio, de los artesanos y de sus tradiciones. La idea de fondo ha sido sensibilizar sobre el valor patrimonial y cultural que tienen los oficios artesanos, como expresión de las distintas identidades que hay a lo largo de Chile. De ahí que nacieran las campañas de sensibilización que, si bien apuntan a fomentar la compra de artesanía, lo hacen contando el trasfondo virtuoso que tiene adquirir una pieza. Dos han sido las principales campañas:

“Unidos por los Artesanos”:

En 2020, con la llegada de la pandemia y ante el cierre obligado de tiendas, suspensión de ferias y casi nulo movimiento de turistas debido a la pandemia, artesanos y artesanas de todo Chile se vieron fuertemente afectados, sin espacios para vender sus piezas. En apoyo al sector, en julio 2020 la Fundación lanzó esta campaña que se tradujo en un comercial donde rostros como Virginia Demaria, Soledad Onetto y Humberto Sichel llamaban a valorar los oficios tradicionales y a comprar artesanía en la nueva tienda online www.artesantiasdechile.cl

Artesanía Solidaria:

En 2020, cuando las tiendas de la fundación debieron cerrar por la pandemia, se decidió diseñar varias estrategias para mitigar la crisis. Así nació Artesanía Solidaria, una línea comercial concebida para beneficiar a grupos de artesanos pertenecientes a localidades emblemáticas, que cuenta con un empaque especial donde se da cuenta del nombre de cada artesano y/o artesana que participó.

Unidos
por los
Artesanos



Artesanía
Solidaria



2.5 ESTRATEGIA EN PANDEMIA

CULTURA: EDUCAR A DISTANCIA

Bajo el contexto de emergencia sanitaria por el COVID-19, gran parte de las actividades del área de Cultura de carácter presencial fueron suspendidas. En su lugar, se trabajó en estrategias de homologación que permitieran cumplir con la totalidad de los compromisos detallados en 'Convenio de transferencia de recursos y ejecución de actividades entre el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y la Fundación Artesanías de Chile 2020'.

2.5.1 Actividades Presenciales

Exhibición "Somos Territorio Indígena"

Marzo partió con esta exposición fotográfica centrada en los territorios, rostros y piezas artesanales representativas de los 9 pueblos indígenas reconocidos por el Estado de Chile. A través de las imágenes se iba recorriendo y conociendo el paisaje donde se enmarca nuestro país y las diferentes identidades que conviven y se relacionan en este territorio. Las fotografías además se complementaron con una selección de piezas artesanales de la Colección Patrimonial de la Fundación.

Todas las personas que visitaron el espacio de Fundación Artesanías de Chile, tenían la posibilidad de realizar un recorrido por

la exposición de turno, que consistía en una visita mediada, instancia que buscaba fomentar el diálogo con los participantes. Estas visitas fueron realizadas por el equipo de mediación de la Fundación, y la profundidad del contenido se abordaba según el público al cual va dirigido. Para participar de estas instancias solo había que reservar con antelación a través de correo institucional o coordinar en sala directamente, según disponibilidad.

Visitantes: 9.013

Beneficiari@s con visitas mediadas: 869

**Talleres de acercamiento a la artesanía
Espacio AdCh en Centro Cultural
la Moneda + Pueblito Artesanal Los
Dominicos.**

La exposición en el espacio de la fundación en el Centro Cultural La Moneda se complementa con un programa de Talleres de Extensión, los cuales son de sesión única, gratuitos, e impartidos por artesanas y artesanos, cultores, en su mayoría, de los oficios en exhibición. Cada taller cuenta con el apoyo del equipo de mediación, quien en conjunto con el artesano guía a los participantes en la elaboración de una pieza simple del oficio a trabajar. Además, con el objetivo de apoyar la reactivación

de los distintos espacios de la Fundación, estos talleres fueron realizados también en el Pueblito Artesanal Los Dominicos.

En total se realizaron 126 talleres, beneficiando a 677 personas.

2.5.2 Actividades a distancia

Artesaniñ@s en tu colegio: Descubriendo el tallado en madera mapuche

Las semanas educativas del "Proyecto Artesanías en tu Región" se adaptaron a una nueva modalidad para beneficiar al mismo público objetivo, pero desde sus casas. Para ello la estrategia utilizada es un kit de tallado en madera mapuche, donde los estudiantes construirán su propia pifilka (flauta tradicional mapuche). Este kit consta de una bolsa que en su interior contiene un inicio del instrumento, hilos para tejer el cordel y borlas, dos lijas de distintos granos, una guía de contextualización al oficio y tres cápsulas audiovisuales.

Se prepara y envían 400 kits para los siguientes establecimientos educacionales: Complejo Educativo La Reina, Región Metropolitana; Escuela El Sauce, comuna San Carlos, Región del Ñuble; Escuelas

Mañío Chico, Monteverde, Raluncoyan y Tromen Alto de la comuna de Temuco, Región de la Araucanía y: Escuelas Carririñe, Llonquén, Rehueico, Trafún y Trafún Chico en la comuna de Panguipulli, Región de Los Ríos.

400 niñ@s beneficiarios

Artesaniñ@s en tu colegio:

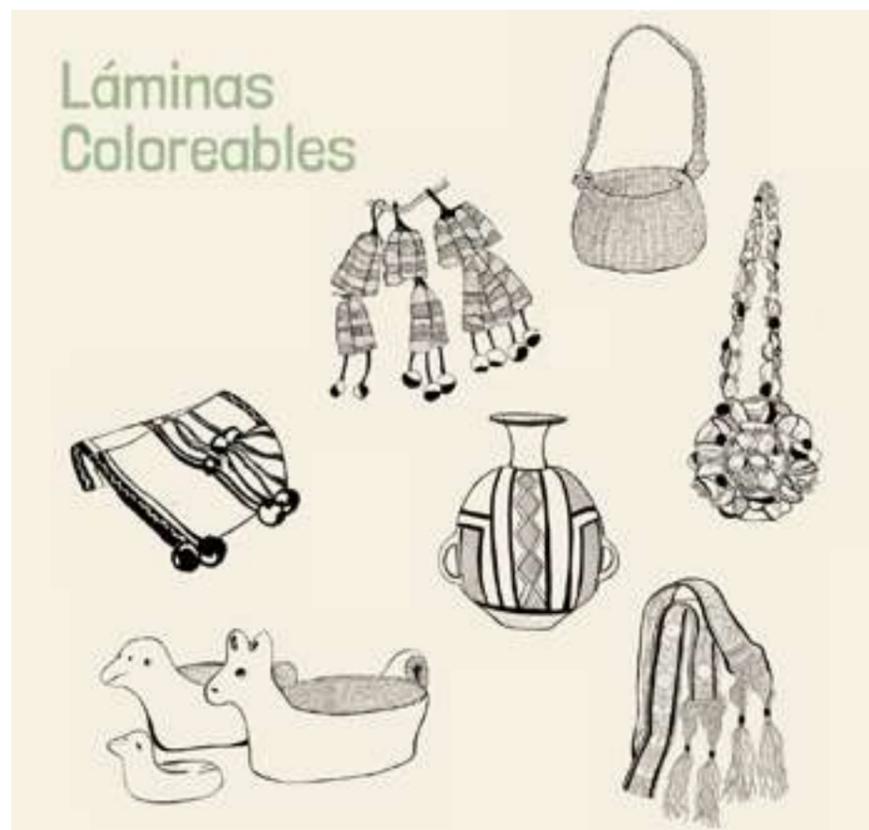
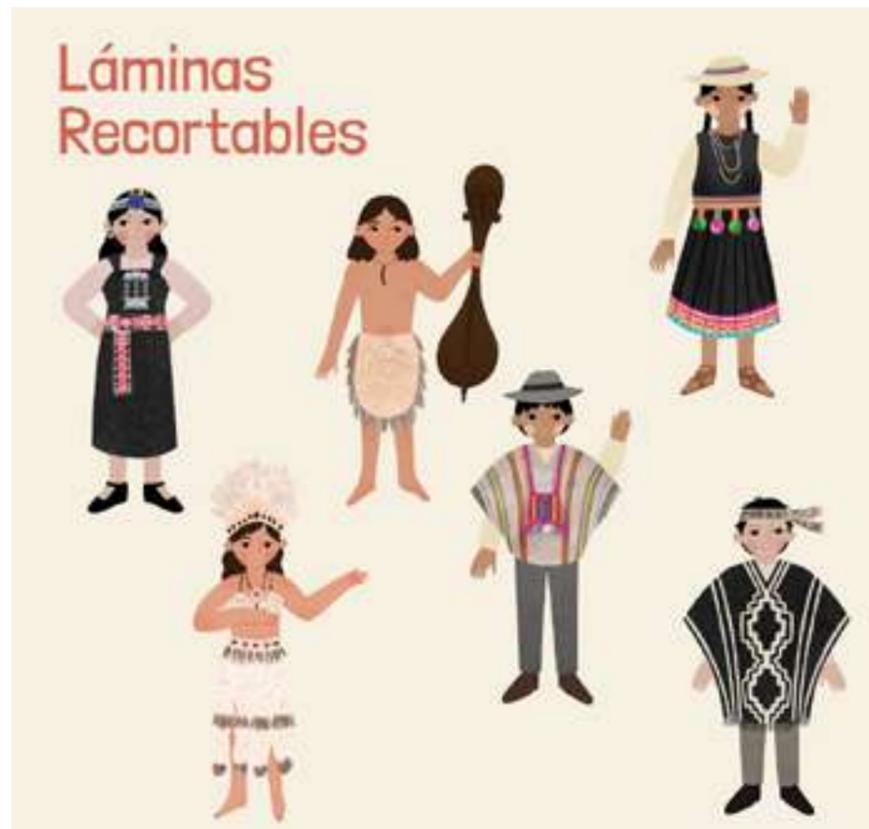
Descubriendo los tejidos atacameños

Luego de la experiencia con el kit anterior, y con el financiamiento de la CONADI, se prepara un kit de tejidos atacameños, especialmente preparado para comunidades de escolares indígena del pueblo atacameño o lickanantay de la región de Antofagasta. Este kit consta de una bolsa que en su interior contiene un inicio del animal, ya sea una llama u oveja y vellón para adherirle, una guía de contextualización al oficio y dos cápsulas audiovisuales.

Se prepara y envía 659 kits para los siguientes establecimientos educacionales de la Comuna de Calama: Escuelas Básicas República de Chile (urbana), San José de Ayquina, Nuestra Señora de la Candelaria de Caspana, San Francisco de Chiu Chiu y Pukara de Lasana (complejos



Kit Artesaniñ@s

Material
Didáctico

educacionales rurales). Además, a finales del mes de noviembre se envían 50 kits al Jardín Infantil JUNJI, Los Conejitos Blancos de Chiu Chiu.

709 niñ@s beneficiarios.

2.5.3 Actividades Virtuales

Videos de talleres:

Se realizaron 25 videos con un alcance de 109.926 visualizaciones.

Material didáctico: Contenido en audio

En la búsqueda de ampliar las experiencias en relación a la artesanía y la fidelización de nuevos públicos, se trabajó en una serie de contenidos en formato audio donde se hace hincapié en la relación entre tradición oral como vínculo de transmisión de la artesanía y la cultura material de los pueblos.

Se realizaron 11 audiocuentos basados en los relatos recopilados por el concurso 'Historias de Nuestra Tierra' de Fundación de Comunicaciones, Capacitaciones y Cultura del Agro del Ministerio de Agricultura; además de 3 audiodiccionarios centrados en palabras de las lenguas aymara, mapudungún y quechua.

El material alcanzó 21.852 visualizaciones.

Material didáctico: Láminas recortables/coloreables

Se trabaja en la bajada de contenido para armar láminas descargables y didácticas, pensadas como actividad complementaria para escolares. La temática de las láminas se centra en la cultura material de los pueblos originarios.

13 láminas en total, 6 recortables y 7 coloreables con un **alcance de 1411 consultas en línea.**

Conversatorios:

Para incentivar y profundizar la reflexión en torno a los oficios artesanales y sus dimensiones, se realizaron conversatorios a modo de intercambio entre actores del mundo académico con artesanas y artesanos, quienes compartían sus experiencias en instancia de transmisión en vivo; de esta manera, también se consideraron los comentarios del público como insumo a la conversación. Así también, se relevó la figura de las artesanas y artesanos como cultores.

7 conversatorios con 15.237 visualizaciones.

Streamings:

Aprovechando la amplitud de formatos de la virtualidad, se realizaron actividades de mediación cultural transmitidas en vivo por las redes sociales de la Fundación. En estas se utilizaron recursos como piezas de la Colección Patrimonial, herramientas y muestras de procesos productivos para explicar de manera didáctica diferentes oficios artesanales.

3 streamings con 5791 visualizaciones.

Recomendaciones:

Como parte de la extensión de contenidos sobre artesanía, desde el mes de agosto en adelante, instalamos la sección de recomendaciones a través de Facebook, donde compartimos material de consulta ya sea de carácter narrativo, audiovisual o musical.

21 recomendaciones con alcance de 22.947

Feria Online Tesoros de Pozo Almonte - Octubre:

En alianza con la empresa Teck Quebrada Blanca, se levanta la iniciativa de la feria online 'Tesoros de Pozo Almonte', la cual se centró en la comercialización de productos

de 17 agrupaciones de tejedoras de la zona de Pozo Almonte en la región de Tarapacá. Para complementar la venta, se trabajó en una programación cultural que difunda los valores culturales de los tejidos Aymara y sus creadoras, la cual estuvo alojada en la página web: <https://artesaniasdechile.cl/feriaterosrosdepozoalmonte/> y consistió en: videos de larga duración de talleres de artesanas tejedoras, conversaciones con académicas y expertas en el textil, una función de cine y reposteo de las publicaciones relacionadas al pueblo Aymara.

Alcance de las actividades y publicaciones: 28.873

"Artesaniñ@s, un viaje por la artesanía chilena" en TV EDUCA CHILE:

Como parte de la búsqueda de acercar los contenidos educativos derivados de la artesanía, en el contexto de pandemia que no nos permitió continuar con las actividades presenciales, poniéndonos el desafío de proponer nuevas formas de difusión, pensando especialmente en llegar al público objetivo de escolares (de 4to a 6to básico principalmente) o establecimientos educacionales; se trabajó en el proyecto televisivo 'ARTESANIÑ@S,

"Artesaniñ@s, un viaje por la artesanía chilena" en TV EDUCA CHILE:



Exhibición de Herederas de Llalliñ en clips de video publicados en Youtube:



un viaje por la artesanía chilena', una serie de 7 capítulos en formato corto (de 5 a 10 minutos) que se transmiten de manera semanal y rotativa en la señal TV EDUCA CHILE. Cada cápsula consiste en la realización de un taller dirigido por los mediadores culturales Katty y Daniel, quienes son acompañados por artesanas y artesanos según el oficio a trabajar.

Durante noviembre y diciembre los capítulos fueron televisados los días martes, jueves y sábados, a las 13:50 horas y 19:50 horas. Ya que el canal TV EDUCA CHILE nace como una instancia colaborativa entre los canales nacionales y el Consejo Nacional Nacional de Televisión, señal que alberga contenido pedagógico curricular de acuerdo a los lineamientos del Ministerio de Educación, no tiene una medición (rating) exacta.

Alcance de televidentes: 110.000

Exhibición virtual "Herederas de Llalliñ":

Herederas de Llalliñ, es un proyecto en el que 17 düwekafe (tejedoras mapuche) de Wallmapu, viajaron a Santiago para conocer una antigua colección de textiles pertenecientes al Museo de Historia Natural de Santiago, cuya data de adquisición

es entre 1869 y 1973. Este proyecto fue realizado junto a CONADI durante el año 2019. Inspiradas por esta colección textil, las 17 düwekafe realizaron makuñ y trariwe (mantas y fajas), aplicando y rescatando antiguas técnicas textiles de trarikan y ñimikan. Este trabajo dio como resultado una publicación escrita, la que, a través de una serie de entrevistas, documenta lo que fue el proceso de creación de las artesanas. Por otra parte, las 14 mantas y 12 trariwe, hoy forman parte de la Colección Patrimonial de la Fundación.

Con el objetivo de preservarlas y difundir este trabajo, es que a través de tres videos publicados en el canal de Youtube de Artesanías de Chile, sumado al libro digitalizado que se encuentra disponible para descarga gratuita desde la página web, esta colección podrá ser vista de forma online.

El material tuvo 306 visualizaciones.

2.5.4 Actividades pagadas

Taller +Artesanía: Taller de Cestería Pantalla para lámpara - Febrero
Taller de larga duración (4 horas) enfocado

a realizar una pantalla para lámpara hecha en técnica de cestería en manila, realizado el sábado 08 de febrero en CasaCostanera. Para esta actividad nos acompañó la artesana Dany Miranda, de Isla Llingua, Achao, Chiloé.

El objetivo de +Artesanía es empoderar a los artesanos y artesanas como portadores y creadores de patrimonio cultural material e inmaterial, incentivando la transmisión de los oficios a modo de vivencia.

14 participantes.

2.5.5 Otras actividades

Visita Gabriela Mistral Foundation - Enero:

Se colabora con la gestión en terreno del proyecto Artiva de la Southwestern Adventist University de Texas, junto a la Gabriela Mistral Foundation. Por parte de Artesanías de Chile se organiza, gestiona y ejecuta la relación de 3 talleres de Modelos de Negocios desarrollados por el grupo de Artiva, con el fin de ofrecer este servicio a artesanos y artesanas de Santiago, Rari y Pomaire. Con esta actividad no solo se potencia el trabajo de gestión comercial de los artesanos y artesanas que participaron

del taller, sino que incentivamos el intercambio cultural entre ambas partes.

Estos talleres, además, estuvieron complementados por 3 visitas a los talleres de maestros artesanos para conocer en terreno el trabajo de producción artesanal, visitando a: Guadalupe Sepúlveda, artesana en crin; Doris Vallejos, artesana en alfarería de Pomaire, y Manuel Martínez, artesano orfebre de Santiago.

25 artesan@s beneficiarios

Cine Artesano - Febrero

Con el propósito de ampliar las posibilidades del concepto de artesanía, buscamos relacionarnos con nuevas formas artísticas o disciplinas que nos permitan hablar de la artesanía y sus cultores desde nuevas perspectivas. En este sentido, trabajamos con el Centro Arte Alameda para tener una programación de largometrajes que de alguna manera se relacionen con las prácticas artesanales.

La primera función se realizó el martes 25 de febrero a las 19:00 horas en Sala K, donde se proyectó la película *Wiñaypacha* (Perú, 2017), primera película hablada completamente en aymara y que cuenta la



Cine Artesano en Sala K

historia y forma de vida de dos ancianos en los Andes. Ésta se contextualizó con el Día Internacional de las Lenguas Maternas (21 de febrero).

Total de beneficiarios: 36

Si bien esta iniciativa no pudo continuar de manera presencial, se extendió a través de la sección de recomendaciones en redes sociales.

Taller de arpilleras en Hospedería de Mujeres del Hogar de Cristo - Marzo:

Se retoma la iniciativa de cooperación entre CasaCostanera y Artesanías de Chile para realizar talleres a las mujeres beneficiarias de la Hospedería del Hogar de Cristo, talleres dictados por las artesanas Gladys Hernández e Hilda Mardones, parte del Taller de arpilleras de Pudahuel.

15 mujeres beneficiarias.

Colaboración con Arquitectura de Paisaje UC:

Por solicitud de Claudia Larraín, arquitecta y docente de la Pontificia Universidad Católica de Chile, a cargo del taller de investigación de arquitectura de paisaje, de la carrera de arquitectura, se realiza

un cruce entre objetos pertenecientes a la Colección Patrimonial de Fundación Artesanías de Chile, y territorios de interés propuestos por la docente, para que los alumnos de su taller, realicen un álbum cartográfico, asociado a un territorio artesanal.

L@s estudiantes realizaron sus investigaciones tomando como referencia una pieza de artesanía proveniente de la Colección Patrimonial y su respectiva ficha de documentación. También realizarán una entrevista a los artesanos que se asocian a las piezas seleccionadas. Para aproximar a los alumnos a las temáticas asociadas a la artesanía, se realizó una presentación durante la clase dictada el día viernes 14 de agosto, vía zoom, que constó de una presentación Fundación, una introducción al concepto de Artesanía, y una presentación Colección Patrimonial de la Fundación, **beneficiando a 10 estudiantes, además de la docente y ayudante, con un total de 12 receptores.**

Custodia de Colección SUBPO MINCAP:

En alianza con la Subdirección de Pueblos Originarios del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, se realiza el traslado de las obras ganadoras del Sello



Taller de Arpilleras en Hospedería del Hogar de Cristo

de Artesanía Indígena versiones 2018, 2019 y 2020, para su custodia, resguardo y conservación. Colaboración que quedó registrada por medio de un convenio.

Las 31 piezas fueron entregadas el día 1 de diciembre del 2020, por la Subdirección de Pueblos Originarios por medio de su representante legal José Ancán Jara. Estas piezas se suman a las colecciones 2016 y 2017, las que ya se encontraban custodiadas por la Fundación desde el año 2018.

2.5.6 Actividades internas

Capacitaciones equipo Fundación - Mayo:

Por coordinación con el Área Comercial de la Fundación, se coordinan, gestionan y ejecutan una serie de capacitaciones al Equipo de Ventas (vendedoras y vendedores full y part-time), con el fin de nutrir su acervo cultural y potenciar su discurso comercial, para incrementar las ventas de los productos de las tiendas de la Fundación. Las sesiones fueron dictadas por el Área de Cultura según las afinidades de cada integrante, abarcando temas generales de artesanía y patrimonio, y puntualizando en los oficios tradicionales

de la artesanía tradicional. Las sesiones se hicieron vía reunión digital por Google Meet durante el mes de mayo.

Como métrica cuantitativa tomamos la asistencia a las capacitaciones: la cual supera el **65% por parte del Equipo de Ventas**, y a la que se sumaron también otros integrantes de la Fundación de manera ocasional y según su disponibilidad; llegando a un **76,3% de asistencia total**, considerando 11 sesiones.

Talleres de Capacitación con Comité de Expertos - Octubre:

En la constante búsqueda de perfeccionamiento del equipo de funcionarios de la Fundación, es que se organizan jornadas de capacitación dictadas por el Comité de Expertos que asesora a nuestra institución. Se organizan 3 talleres de capacitación de manera virtual: los cuales estuvieron a cargo de Beatriz Espinoza, Yuri Jeria y Paulina Jélvez.

2.5.7 Libro La Memoria de las Manos

Desde 2015 la fundación lleva a cabo, año a año, el proyecto educativo Artesanías en tu región que busca llevar los oficios a las salas de clases de colegios en zonas



rurales para que los más pequeños, junto a toda la comunidad escolar -incluidos profesores y padres-, revaloren esa riqueza que muchas veces viene de esos mismos territorios.

Durante una semana se instalan en las escuelas, primero haciendo una introducción: una exposición donde se invita a toda la comunidad escolar a conocer y tocar las materias primas con las que trabajan las artesanas tradicionales de la localidad. Junto al vellón de lana de oveja suelen haber hierbas, cortezas o raíces con las que tiñen, distintos tipos de tierra o arcillas en el caso de la alfarería, de maderas en el caso del tallado y también pueden ver y tocar las herramientas con las cuales las artesanas y artesanos trabajan.

Todas estas sesiones que se hacían año a año -y que forman parte de los compromisos de nuestra fundación con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio- no estaban registradas. Hasta ahora, que este libro recopila esas experiencias y las va repasando por medio de entrevistas que se hicieron en el último año para ver el impacto virtuoso que tuvo esa intervención en las escuelas. Cómo cambió a los niños, a los profesores, a los artesanas y a las artesanas que participaron. Este libro es un hito para la fundación: tener esta historia registrada y poder decir que está a libre disposición de todos los profesores, escuelas o personas que quieran conocer esta metodología para tomar de ella un ejemplo a seguir.



2.6 ESTRATEGIA EN PANDEMIA

PROYECTOS: CAPACITAR A DISTANCIA

Programa Proartesano

En conjunto con el Ministerio del Trabajo y Previsión Social, la fundación busca contribuir en la generación de empleo con el desarrollo de oficios artesanales en zonas de bajo desarrollo económico. En particular, incrementar y fortalecer las competencias de empleabilidad de los artesanos y artesanas por medio de la capacitación (en competencias de empleabilidad y técnicas del oficio) y su posterior inserción al mercado. Para ello, desde 2013 ejecutan en conjunto el programa “Mejora a la Empleabilidad para artesanos y artesanas tradicionales de zonas rurales”.

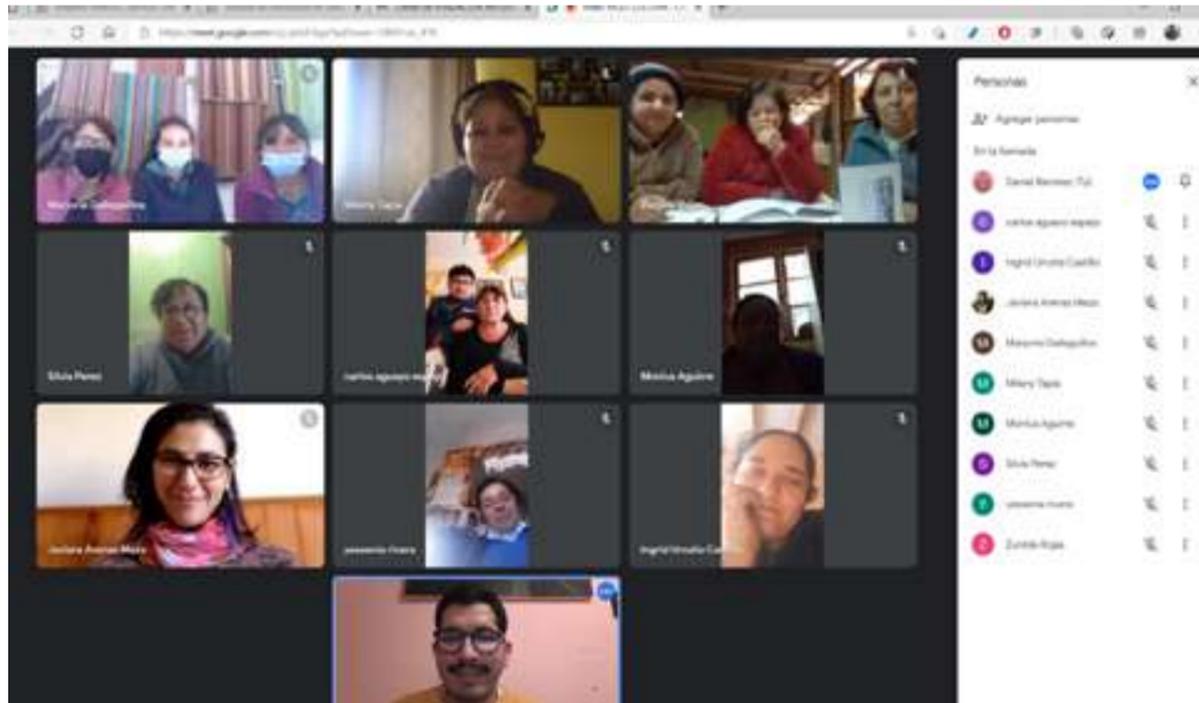
La problemática abordada en este programa es que los artesanos y artesanas tradicionales, en particular los pertenecientes a pueblos originarios, tienen grandes dificultades para insertarse de manera permanente en el mercado laboral mediante su oficio artesanal. Estos artesanos(as), caracterizados por su vulnerabilidad social y económica, tienen una muy baja empleabilidad principalmente porque no poseen las competencias necesarias en conocimientos técnicos de mercado y algunas técnicas del oficio.

Estos artesanos(as) viven en zonas rurales, siendo lugares donde es más difícil atacar el desempleo, por estar alejadas de la industria. Esto se suma a la falta de capacitación y acceso a plataformas comerciales sólidas y estables, lo que ha significado que muchos artesanos(as) dejen de lado su oficio, porque les es muy difícil vender y no generan los ingresos necesarios para mantener a sus familias, lo que puede desencadenar la extinción de la artesanía y de nuestros recursos patrimoniales, que se ha traspasado de generación en generación.

Es así como este programa plantea como solución una propuesta que potencie la industria de la artesanía de calidad, con el objetivo de que les permita a los artesanos(as) recibir un ingreso justo por su trabajo, y además asegurar una continuidad de nuestro patrimonio.

En el periodo 2020, el programa estuvo marcado por la condición de pandemia a nivel mundial, lo que interfirió en su desarrollo e hizo necesario realizar una ampliación al convenio hasta el 28 de febrero de 2021.

Capacitaciones virtuales y presenciales en Casa velasco



En esta versión 2020 del programa se ejecutaron un total de 7 diagnósticos en profundidad y 2 diagnósticos simples en distintas zonas del país y a distintos grupos de artesanos. En cada uno de ellos se evaluó la pertinencia de ejecución del proyecto e identificó las principales problemáticas desde el punto de vista de las capacidades, habilidades y herramientas técnicas, comerciales y asociativas para optar a relaciones comerciales duraderas y estables, que les permita obtener ingresos desde la artesanía.

Producto de los resultados de los diagnósticos se realizaron cursos de capacitación que abordan los siguientes temas:

a. Artesanos/as que requieren capacitación técnica (ya sea por carencias en el conocimiento de la técnica, o si bien conocen la técnica general, su aplicación en los diseños no corresponde a una artesanía tradicional sin tener elementos diferenciadores que les permita posicionarse e insertarse en el mercado, así como continuar con el patrimonio).

b. Aquellos/as que requieren capacitación técnica en diseño de productos, son

grupos que cuentan con dominio de la técnica, pero cuentan con una oferta poco atractiva de productos que dificultan su comercialización, y

c. Artesanos/as que ya cuentan con un dominio de la técnica y trabajan los oficios tradicionales con buenos niveles de calidad, sin embargo, tienen escasas competencias en la gestión de su producción y comercialización de sus productos, por lo que el foco de la capacitación fue el fortalecimiento de la gestión productiva y comercial.

Con estos antecedentes se realizaron 9 grupos de capacitación y 5 grupos de seguimiento, con una inscripción total de 202 artesanos y artesanas. Las sesiones de capacitación y visitas o entrevistas de seguimiento incluyeron metodologías participativas grupales e individuales dependiendo de las posibilidades de trabajo en las distintas zonas a causa de la pandemia, cuidando en todo momento la motivación a los/as artesanos/as, con un lenguaje adecuado que permita la comprensión de los conceptos por parte de ellos. En total se realizaron 5 cursos de 100 horas y 4 cursos de 50 horas con modalidad de asistencia técnica. Los 5 grupos de

seguimiento participaron de manera activa o pasiva de actividades de intermediación y seguimiento.

Durante el período enero 2020 – febrero 2021, un 99% de los/as beneficiarios/as han egresado del programa, 98% de las etapas de capacitación y el total de los/as inscritos/as en seguimiento. Los/as egresados/as participaron de las actividades de intermediación, las cuales tuvieron como objetivo principal ser un canal y apoyo para los artesanos y artesanas en su inserción en el mercado, mediante el ingreso a distintas plataformas comerciales, potenciando la inserción en las tiendas de la Fundación, con la finalidad de que puedan obtener ingresos más constantes.

A causa de la realidad país las actividades de capacitación e intermediación cambiaron de metodologías para evitar cuanto fuera posible el contacto directo en terreno con los artesanos y artesanas. Se promovió la realización de las actividades a distancia, mediante videoconferencias, entrega de material y encargo de tareas.

Como resultado del programa se observa que:

1. Los artesanos y artesanas aprenden nuevas metodologías de trabajo a distancia, lo que beneficia las acciones de seguimiento que pueden darse durante futuras capacitaciones.
2. Los/as artesanos/as han logrado conocer y valorizar su trabajo desde el punto de vista cultural y entender la importancia del empoderamiento cultural en la generación de instancias de comercialización. Lograron comprender la relevancia de mejorar y fortalecer la calidad y características de diseño de sus productos para mejorar la comercialización y cómo el trabajo en equipo va a facilitar estos procesos.
3. Los/as artesanos/as lograron indagar en canales de venta de la Fundación.

Para determinar la inserción de un/a artesano/a se definieron cinco instancias en las cuales se observan mejoras en las competencias de empleabilidad,

1. Ingreso de artesanos/as nuevos en la Red de Compras de la Fundación, gracias a capacitación técnica.
2. Ingreso de nuevos productos a la Red de Compras de la Fundación, gracias al trabajo de las capacitaciones de diseño.
3. Ingreso de productos a la plataforma de ventas virtual de la Fundación, gracias al trabajo técnico y diseño.



4. En vías de inserción, se incluyen los/as artesanos/as que se encuentran en proceso de inserción ya sea como artesano/a nuevo/a o con productos nuevos debido a la continuidad de los procesos técnicos o comerciales.

5. En cuanto a los resultados, de los 200 beneficiarios/as egresados/as, se insertaron 33 artesanos/as y 167 de ellos/as se encuentran en vías de inserción. Esta proporción se debe a que las piezas se aprobaron con observaciones y se insertarán el primer semestre 2021 junto a la ejecución de las campañas comerciales.

TESOROS DE POZO ALMONTE

FERIA ONLINE 29 OCT- 7 NOV



ALIANZA TECK QUEBRADA BLANCA:

Como parte de las alianzas gestionadas por la fundación, en 2020 se firma un convenio con la empresa Teck Quebrada Blanca, cuyas operaciones se concentran en la región de Tarapacá. El objetivo de este vínculo es apoyar a las artesanas de Pozo Almonte en su recuperación social y económica por medio de compra, capacitación y distintas instancias de promoción donde puedan optar a una mayor comercialización de sus productos y así mejorar sus ingresos. En el marco de este convenio, durante el año se desarrollan tres actividades:

1. Fondo Rotatorio:

Se realizó compra periódica a las artesanas de pozo Almonte gracias a los recursos transferidos por TECK.

2. Proyecto Capacitación 2020:

Se realizaron las capacitaciones por medio de 5 cápsulas. Cada cápsula tiene una duración de 5 minutos aproximadamente. Junto con la cápsula se entrega material de apoyo y una evaluación que deben contestar al final de cada curso. El contenido de cada cápsula es cálculo de costo, preparación para una feria, redes sociales, Instagram e Identidad cultural.

3. Feria Virtual 2020:

del 29 de octubre al 7 de noviembre de 2020 se realiza la feria "Tesoros de Pozo Almonte", un espacio de venta para textilerías de este territorio quienes en los meses de primavera acostumbraban a participar en ferias presenciales, pero que, a raíz de la pandemia, no pudieron participar de estas. Total de ventas: \$ 5 millones.

TESOROS DE POZO ALMONTE

29 OCT- 7 NOV

CATEGORÍAS



CASA



INDUMENTARIA



PIEZAS
TRADICIONALES

EXPOSITORES

ACTIVIDADES

ESPACIOS DE CONVERSACIÓN

EXPOSITORES





2.7 ESTRATEGIA EN PANDEMIA COMUNICACIONES: SENSIBILIZAR EN PANDEMIA

El año 2020, marcado por la pandemia, obligó al equipo de comunicaciones de la fundación a realizar una estrategia de comunicaciones que estuviera enfocada a sensibilizar sobre la urgencia de apoyar a los artesanos comprando sus piezas para así mantener vivos los oficios. De ahí que, como primera acción, se diseñara la campaña comunicacional “Unidos por los artesanos”, que se tradujo en un video en la que participaron diferentes personajes públicos como Soledad Onetto, Humberto Sichel y Virginia De María. También se difundió un mensaje para llamar a la compra de artesanía a través de la remodelada tienda online, la más completa de artesanía chilena en el país, luego de que se imposibilitaran las ventas en espacios físicos debido a las cuarentenas.

Sumado a esta campaña de sensibilización se creó una nueva línea de piezas para solidarizar con los artesanos llamada “Artesanía Solidaria” y se realizaron diferentes ferias online para que los artesanos contaran con espacios de venta como Tesoros de Pozos Almonte y Feria Nacional de Artesanías. Todas estas actividades comerciales, como también las culturales, se comunicaron tanto por redes sociales de la fundación

como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y Youtube, como por medios de comunicación impreso, radiales, online y televisivos nacionales. En cuanto a estas publicaciones, en prensa impresa durante el 2020 llegó a 116, en el caso de radios a 31 entrevistas o menciones, 15 notas en televisión y 111 publicaciones en medios online. En total, 271 publicaciones en medios de comunicación en 2020, 35 notas más en comparación al 2019.

Durante 2020 se potenció la comunicación a través de redes sociales, lo que llevó a una estrategia para llegar a más y nuevas audiencias destinando un presupuesto de \$600.000 para patrocinar los post en el caso de lanzamientos como la campaña Unidos por los Artesanos o ferias online. Además, se contactaron a diferentes personajes influyentes en Instagram como Virginia De María, Felipe Braun, Rosario Green Deco, La Reina del Dato y Javiera Díaz de Valdés, quienes publicaron contenido relacionado a piezas de artesanía que se venden en tiendas, como de Artesanía Solidaria, para conseguir mayor difusión. Todas estas acciones ayudaron a aumentar los seguidores en Facebook (4.000 nuevos seguidores) y 12 mil personas en Instagram, cerrando el año con 40 mil seguidores.

APARICIONES ARTESANÍAS DE CHILE EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Diciembre 2020

MES	PAPEL	RADIO	TV	DIGITALES	TOTAL
Enero	9	2	2	17	30
Febrero	2	1	1	7	11
Marzo	3	1	1	1	6
Abril	2	1	1	6	10
Mayo	6	7	1	4	18
Junio	8	2	0	12	21
Julio	9	5	2	7	23
Agosto	12	4	0	8	24
Septiembre	16	1	4	12	30
Octubre	7	2	0	6	15
Noviembre	18	3	1	14	36
Diciembre	24	2	1	17	44

APARICIONES ARTESANÍAS DE CHILE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

AÑO	PAPEL	RADIO	TV	DIGITALES	TOTAL
2020	116	31	15	111	271

COMPARATIVO POR AÑOS

AÑO	PAPEL	RADIO	TV	DIGITALES	TOTAL
2017	sin registro				
2018	sin registro				
2019	74	42	20	100	236
2020	116	31	15	111	271

ARTESANÍA


OFICIO ANCESTRAL

CON EL OBJETIVO DE MANTENER VIVO EL OFICIO TEXTIL AYMARA, LA FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE REALIZÓ, BAJO SU PROGRAMA PROARTESANO, UNA CAPACITACIÓN A 11 AGRUPACIONES DE TEJEDORAS DE ALPACA DESDE DONDE SALIERON EXCLUSIVAS COLECCIONES DE CHALES TRABAJADOS CON TELAR DE PEDALES. DESDE HOY ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO A TRAVÉS LA PÁGINA WEB DE LA FUNDACIÓN.

Texto: Soledad Salgado S. Fotografías: gonzalez Artesanías de Chile.



CHAL DE LA colección Artesanal. Los colores de esta línea prescinden de químicos artificiales.

TRIFONIA AYAVIRI y Maribel Challapa del grupo Tejedoras de Tamarugal, Pozo Almonte.

Artesanal, Kiliy y Palma, Chalinás, Miti-mota y Cuadros se llaman las cinco colecciones de chailes que un grupo de 109 tejedoras aymaras creó al alero del programa Proartesano de Fundación Artesanías de Chile, específicamente de la mano del área Diseño de Productos que nació en 2019 para potenciar el desarrollo de artesanía con guiños más contemporáneos. "Con esta línea

buscamos ayudarles a refrescar su oferta y generar mayores oportunidades comerciales. No se trata de introducir diseño por que sí, sino de diseños que mantienen las técnicas tradicionales, pero le agregan un valor adicional y acorde a la demandas actuales", explica su directora ejecutiva, Claudia Hurtado.

La diseñadora Gabriela Fariás, quien se sumó este año a la fundación como Encargada de Nuevas Colecciones, asumió este

proyecto dado que había trabajado anteriormente en conjunto con comunidades de la región de Tarapacá. "Cuando exploré la experticia de estas tejedoras se me abrió un mundo, porque ellas se relacionan no sólo con el textil, sino con su cadena completa y tienen una motivación profunda por realizarlos", dice. Con su equipo prepararon un catastro minucioso de cada grupo y sus integrantes, constatando cómo funcionaban los talleres y cómo

ARTESANÍA

COMPROMISO CON EL OFICIO

EL CIERRE DE TIENDAS, LA SUSPENSIÓN DE FERIAS Y EL NULO TURISMO TIENEN A LOS ARTESANOS NACIONALES EN UNA COMPLEJA SITUACIÓN ECONÓMICA. LA FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE INTENTA MEJORAR ESTE ESCENARIO CON DISTINTAS INICIATIVAS, LA MÁS IMPORTANTE: EL LANZAMIENTO DE SU NUEVA PLATAFORMA DIGITAL PARA IMPULSAR LAS VENTAS.

Texto: Soledad Solgado S. Fotografías: Fundación Artesanías de Chile



EL AÑO PASADO

les enseñaron a varios artesanos a usar Instagram para darse a conocer. Textilería mapuche.

LA FUNDACIÓN

realiza compras programadas y mensuales a más de 700 artesanos. Gallina de flocha, Huentelolón.



“Sabemos que lo que no se muestra no existe, y la artesanía, y los artesanos(as) de Chile son un lujo. Son el verdadero lujo de este tiempo”, opina Claudia Hurtado, directora ejecutiva de Fundación Artesanías de Chile. Dice que están preocupados porque, para muchos de ellos, la entidad representa su mayor fuente de ingresos, y dada la pandemia, solo están generando ventas online. Además, hay que sumar que desde el pasado 15 de octubre se han visto muy afectados con la suspensión de ferias que normalmente se hacen el segundo semestre. Un escenario trágico que requería una ayuda urgente, sobre todo al escuchar relatos que se repiten en cada rincón de nuestro país.

“La pandemia nos está golpeando súper fuerte”, cuenta por videollamada la artesana Ana María Contreras desde Rari, famoso por la microcestería en crin. En tiempos normales viven del turismo y, como las casas dan al camino, instalan sus mesitas esperando a los compradores mientras tejen al calor de un brasero. “Desde que llegó el coronavirus, Rari es una calle solitaria, no anda nadie. No hay turismo, no hay venta y a eso se suma que las tiendas de Artesanías de Chile, que es nuestro gran comprador, están cerradas”, dice.

En este contexto, la fundación acaba de lanzar su nuevo sitio, el más completo de artesanía nacional que, aparte de reunir piezas de más de dos mil cultores, se transforma en una plataforma de contenidos para aprender de técnicas, procesos productivos, y



ROGELIA Y SUNIDA CASTRO de Alto Hospicio trabajando el tefido.



DE LA LÍNEA
Palma es este modelo cuadrado. El de tonos grises es de la colección Chalinos. Están hechos en telar metálico de cuatro pedales.



24 **CLAUDIA HURTADO · DIR. EJECUTIVA FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE**
21:38 / 74horas.cl 824horasCentral Comparte tus videos +569 8478 27 62

Artesanías de Chile

Identidad
hecha a mano.