

Artesanías
de Chile

Identidad
hecha a mano.

Memoria 2018 - 2022

Fundación Artesanías de Chile

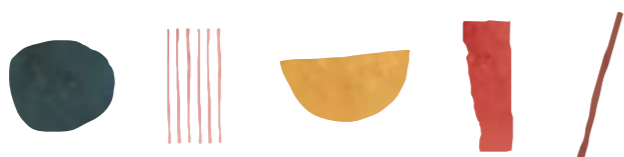


Memoria 2018 - 2022
Fundación Artesanías de Chile





Brígida Chura, artesana Aymara. Chislluma, Región de Arica y Parinacota.



Vocación y amor por los oficios artesanos

De manera silenciosa, a lo largo de la historia de Chile, el trabajo de las artesanas y artesanos ha dejado registro material de un conocimiento heredado por generaciones; un saber que se mantiene vivo gracias a la práctica de su oficio. Creativa y sensible, la vida de esas mujeres y hombres es, en gran medida, la raíz que sostiene nuestra tradición. A través de sus piezas, las artesanas y artesanos narran nuestra historia: la de un lugar y sus costumbres. Y, al mismo tiempo, en esas piezas graban su propia historia: la de personas que construyen la identidad material de una localidad. De ahí nuestra convicción de que la artesanía contiene en sus formas parte del alma de nuestro país; y es por eso que creemos en nuestro deber de sacar a esas mujeres y hombres del silencio y anonimato, y situarlos en el lugar y con el debido reconocimiento que merecen en nuestra sociedad. Que todo Chile los conozca, valore y sienta orgullo por ellos. Ese es el desafío que mueve el trabajo de Artesanías de Chile, fundación que he tenido el orgullo de presidir durante dos periodos: primero entre 2010-2014 y luego entre 2018-2022.

En este segundo tiempo, me ha tocado ser testigo de los logros que ha encabezado el equipo que dirige Claudia Hurtado, a quien le ha tocado conducir la fundación durante cuatro años marcados por grandes desafíos y dificultades. Sin duda, la principal de ellas ha sido la pandemia. Para sorpresa de muchos, bajo la convicción de que las dificultades son también momentos de grandes oportunidades, este periodo será recordado como uno de los de mayor crecimiento para la fundación en sus 20 años de historia. Datos concretos que lo demuestran es que entre 2020 y 2021, en plena crisis sanitaria, Artesanías de Chile logró adjudicarse a lo menos seis convenios de traspaso de recursos por parte de distintos Gobiernos Regionales. Eso permitió que, durante los meses más críticos de 2020, cuando todas sus tiendas estaban cerradas, la fundación contara con recursos para seguir comprando piezas y obras a las artesanas y artesanos de su red, y asegurar con ello el ingreso económico que la artesanía representa para sus hogares. La adjudicación de esos fondos también permite que hoy, en marzo de 2022, podamos hacer entrega de la fundación con un fondo de compras rotatorio histórico, cuyo presupuesto se ha triplicado en estos cuatro años. Todo esto es resultado de una abnegada gestión, de un trabajo hecho con gran profesionalismo y sentido de urgencia, pero sobre todo es resultado de un trabajo hecho con vocación y amor por la artesanía, por las artesanas y artesanos, y por los oficios tradicionales.

Para terminar, quiero agradecer a las artesanas y artesanos de nuestra fundación por confiar en nosotros como promotores de sus obras, pero especialmente por enriquecer, con su trabajo, la cultura y arte de nuestro país.

Cecilia Morel Montes
 Presidenta
 Fundación Artesanías de Chile

Artesanías de Chile, identidad hecha a mano

Hace casi veinte años, el 12 de junio de 2002, la primera dama Luisa Durán fundó Artesanías de Chile. La historia de la fundación, sin embargo, se venía gestando algunos años antes, al interior de la Fundación Tiempos Nuevos, creada en 1994 por la primera dama Marta Larraechea, y que, entre sus áreas contaba con un programa enfocado en la comercialización de artesanía. Con el pasar de los años, la necesidad de los artesanos de contar con una institución que se involucrara más con el devenir de sus oficios, llevó a que en 2002 naciera Artesanías de Chile: una entidad de derecho privado, sin fines de lucro, cuya misión es trabajar para preservar la identidad cultural chilena y crear oportunidades de desarrollo sociocultural y económico para las artesanas y artesanos tradicionales, entendiendo que la artesanía es una actividad productiva que da sustento a muchas familias.

Desde entonces Fundación Artesanías de Chile pertenece a la red de fundaciones de la Presidencia de la República y ha sido históricamente presidida por primeras damas, entre ellas Cecilia Morel, quien al inicio de su segundo periodo me dio la maravillosa oportunidad de asumir la dirección ejecutiva. Durante 2018-2022 nos propusimos difundir la artesanía tradicional para acercarla a todos los chilenos y agregar valor a todo lo que hiciéramos. Un desafío fascinante, pero no exento de dificultades.

“¿Por qué esta pieza de artesanía es tan cara si solo es de paja?”. Frases como esas, que escuchábamos una y otra vez, nos desafiaron a torcerle la mano a los prejuicios y a la falta de conocimientos sobre la artesanía propia de nuestro territorio. Porque si bien como país poseemos una artesanía tradicional de raíz ancestral, que ha sido transmitida de generación en generación y representa una importante expresión de la identidad cultural y de nuestro patrimonio, existe un número significativo de chilenos que saben muy poco de ella. Por eso, durante estos cuatro años, hemos comunicado la artesanía evidenciando todas sus aristas: contando las historias de artesanas y artesanos, difundiendo los territorios donde viven, dando a conocer las materias primas con las cuales trabajan y mostrando los procesos productivos hasta llegar a las piezas terminadas que exhibimos en nuestras tiendas para ser comercializadas y formar parte de nuestros hogares.

La artesanía es identidad, su historia nos interpela al estar bordada, tejida, entrelazada, tallada y bruñida por distintos oficios hechos a mano. Los oficios artesanos se preservarán solo en la medida que cuenten con una demanda que permita a las nuevas generaciones vislumbrar un futuro laboral que los motive a seguir con lo aprendido. Esa es la gran tarea a la que invita la fundación: que los chilenos y chilenas comprendamos que el futuro de la artesanía depende de cada uno de nosotros.

Estos cuatro años de gestión han sido intensos como para un deportista supone una maratón. La presente memoria resume los desafíos y logros que hemos enfrentado a lo largo de esta apasionante carrera. Sin embargo, somos conscientes de que el camino que hemos recorrido ha sido forjado también por muchas personas que han pasado antes que nosotros a lo largo de 20 años. A todos ellos quiero detenerme y darles las gracias.

Agradezco a las destacadas mujeres que asumieron la presidencia de Artesanías de Chile: Marta Larraechea, Luisa Durán, María Eugenia Hirmas, Paula Forttes y Cecilia Morel. Agradezco el trabajo de cada una de las directoras que me antecedieron: Beatriz Navarrete, Dalia Haymann y Josefina Berliner, quienes construyeron los cimientos y fortalecieron esta preciada fundación. Sin el trabajo de todas ellas no habría sido posible concretar nuestros sueños y desafíos 2018-2022.

Agradezco con mucho amor al equipo humano de la fundación, sin ellas y ellos nada de todo lo realizado habría sido posible. Pero sobre todo, agradezco a las artesanas y artesanos, cuyo trabajo me ha conmovido desde niña y ha sido el motor de mi trabajo a lo largo de la vida. Sus historias, la riqueza de su saber hacer, la urgencia por preservar sus oficios y la tremenda oportunidad de situar a la artesanía tradicional en el lugar de noble reconocimiento que se merece, ha sido la gran inspiración de estos cuatro años de trabajo.

Claudia Hurtado Novoa
Directora Ejecutiva
2018-2022





Rosa Huaiquiñir, artesana Mapuche. Huentelolén, Región del Biobío.



Índice

1

Fundación Artesanías de Chile
20 años de historia

2

Cuatro años de gestión

14

I. Área Comercial	28
II. Área de Comunicaciones	144
III. Área de Diseño, Arte y Fotografía	188
IV. Área de Cultura	212
V. Área de Desarrollo	248
VI. Área de Finanzas y Administración	268
VII. Hitos de la gestión 2018-2022	280



CAPÍTULO 1

FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE
20 AÑOS DE HISTORIA



FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE
20 AÑOS DE HISTORIA

Durante estos 20 años de vida, la misión de Artesanías de Chile ha sido preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena promoviendo la integración de artesanas y artesanos en los procesos de desarrollo sociocultural y económico del país. Nuestra visión está centrada en valorar a los cultores y la artesanía como parte de la identidad y tradición chilena.

Desde sus inicios, la fundación cuenta con un fondo de compra rotatorio que permite comprarle a las artesanas y artesanos que pertenecen a nuestra red. Si bien estas compras siempre se han realizado bajo los principios de Comercio Justo, formalmente en 2016 -después de dos años de acreditación- ingresamos como Miembro Pleno a WFTO (World Fair Trade Organization).

El año 2020 obtuvimos la acreditación de la UNESCO 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). 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.

Periodo 2018-2022

1. Antecedentes

Históricamente el trabajo desarrollado por la fundación se ha dividido en tres áreas o programas: Comercial, Cultural y Proyectos. El año 2018 nuestra gestión asumió ampliar y fortalecer las funciones programáticas con el fin de robustecer la difusión de la artesanía, agregando valor de la siguiente manera:

1.1 Incorporación de dos nuevas áreas:

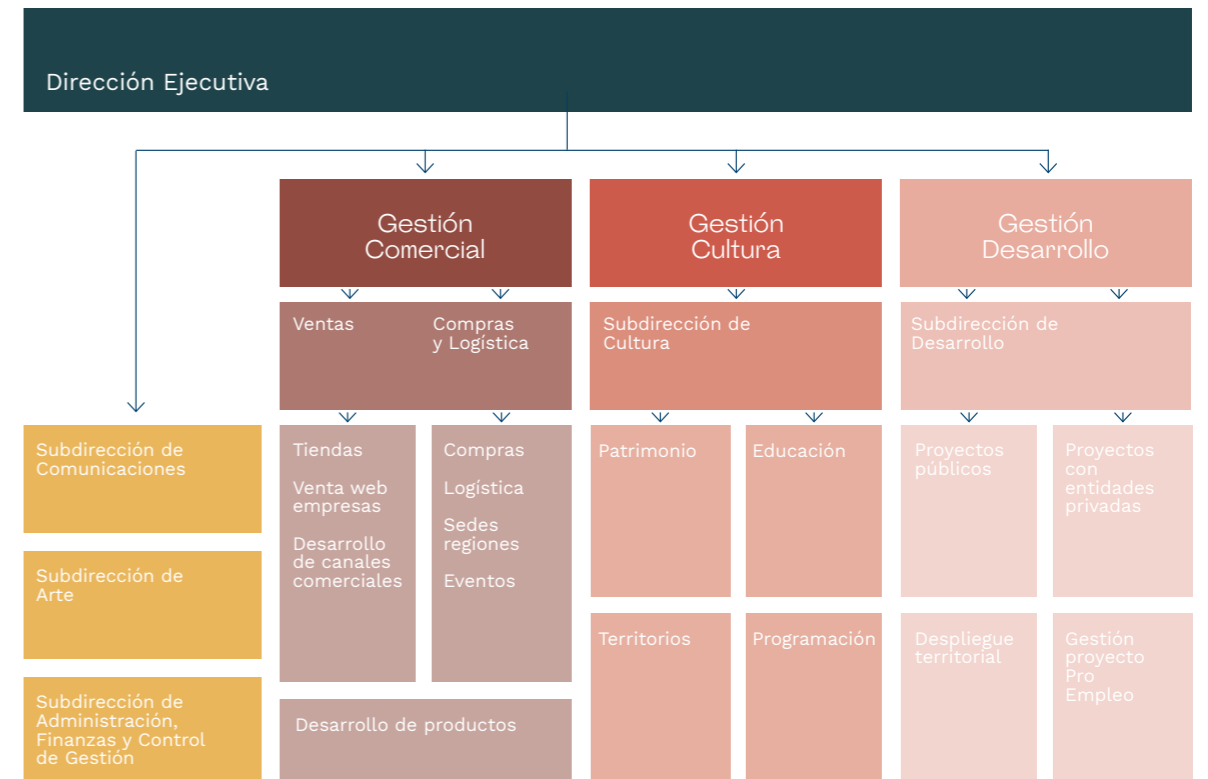
- a) Comunicaciones
- b) Diseño, Arte y Fotografía

1.2 Desarrollo de Subdirecciones:

- 1.- Comercial
- 2.- Cultura
- 3.- Administración y Finanzas
- 4.- Desarrollo (ex Proyectos)
- 5.- Comunicaciones
- 6.- Diseño, Arte y Fotografía

1.3 Nuevo organigrama:

La incorporación de nuevas áreas y la creación de subdirecciones tiene por objetivo generar un trabajo afiatado y concatenado, bajo una dirección menos jerárquica y más horizontal.



Misión 2018/2022

“Acercar la artesanía a todas las chilenas y chilenos y ser el referente nacional de artesanía de excelencia, logrando generar mayores y mejores oportunidades de comercialización para las artesanas y artesanos de Chile”.

Cómo cumplimos la misión

Para ello, se estableció que el trabajo estaría guiado por ocho principios:

1. Dignificar

Decidimos eliminar palabras que menoscabaran la grandeza y dignidad de las artesanas y artesanos. Nosotros no ayudamos; sí apoyamos y acompañamos, porque el conocimiento y sabiduría les pertenece como personas. Tampoco nos referimos a ellos como “nuestros artesanos”; son personas que quieren oportunidades, no que les infantilicemos ni tratemos como si fueran “nuestros hijos”.

2. Agregar valor

Sumamos más a todo lo que hacemos buscando la excelencia de nuestro quehacer.

3. Trabajar colaborativamente

Invitamos a otros (personas, instituciones, empresas) a potenciar la causa que nos une.

4. Comunicar con belleza y respeto

Contamos historias bajo la convicción de que “lo que no se conoce, no se valora”.

5. Fomentar la Identidad

Proponemos mirarnos hacia adentro como país, enorgullecernos de lo que somos.

6. Custodiar el legado de la fundación

Protegemos el trabajo realizado por más de 20 años en pos de la artesanía y sus cultores.

7. Trabajar en equipo y realizarse como persona

Ponemos nuestros talentos al servicio de nuestra misión. Cada integrante de nuestro equipo tiene mucho que aportar.

8. Soñar en grande

Trabajamos en equipo para materializar anhelos y metas para crecer e ir más allá.





Estela Astorga, artesana Mapuche. Huentelolén, Región del Biobío.

Objetivos

A su vez, se establecieron seis objetivos:

1

Consolidar el Área Comercial

2

Reformular el Área de Comunicaciones

3

Crear el Área de Diseño, Arte y Fotografía

4

Reorganizar el Área de Cultura

5

Potenciar el Área de Proyectos

6.

Modernizar el Área de Administración y Finanzas



CAPÍTULO 2

CUATRO AÑOS DE GESTIÓN

Área Comercial



El desafío propuesto para esta área fue diseñar una estrategia de crecimiento comercial que apuntara a la misión principal: **acercar la artesanía a todos los chilenos, generando mayores y mejores oportunidades de comercialización para las artesanas y artesanos tradicionales, equilibrando variables culturales y sociales.**

Objetivo general:

Consolidar el Área Comercial

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia de crecimiento comercial, que consideró los siguientes pasos y acciones:

- 1.- Análisis de Compra
- 2.- Nueva Imagen de Marca
- 3.- Aumento de Canales de Venta
- 4.- Creación del Área de Innovación para el Desarrollo de Nuevas Colecciones
- 5.- Alianzas con la Empresa Privada
- 6.- Programas de Fomento Productivo
- 7.- Nuevas Bodegas
- 8.- Nueva Estructura del Área Comercial
- 9.- Crecimiento de Ventas
- 10.- Aumento de Fondo de Compras

1. Análisis de compra

Tomando en cuenta que trabajamos con artesanos tradicionales, en 2018 el primer paso fue conocer qué tipo de piezas o productos les comprábamos, y revisar el flujo de ventas que tenían en nuestras tiendas. Además, en los viajes a terreno se comenzó a sistematizar un modo de trabajo donde el equipo de compras, en una tarea conjunta con los artesanos, revisaban el stock de productos que producían y se comparaba con aquellos que se les compraba. Así fue posible advertir que, parte de la producción de piezas tradicionales con demanda y gran potencial comercial, no estaban siendo adquiridas por la fundación. Gracias a este análisis, comenzamos a renovar nuestra oferta para hacerla más completa y variada. También se reemplazó el sistema de compra puntual (donde al artesano se le compraba por una única vez) por uno de compra permanente (mensual). Para profesionalizar el área de compras se designaron compradoras especializadas en cada oficio.

2. Nueva imagen de marca

En 2018 la imagen de marca de la fundación seguía siendo la misma con la cual había partido en 2002. Un breve diagnóstico arrojó la necesidad de realizar una nueva propuesta de diseño que refrescara y reposicionara la imagen de Artesanías de Chile de manera moderna, fina y cercana.

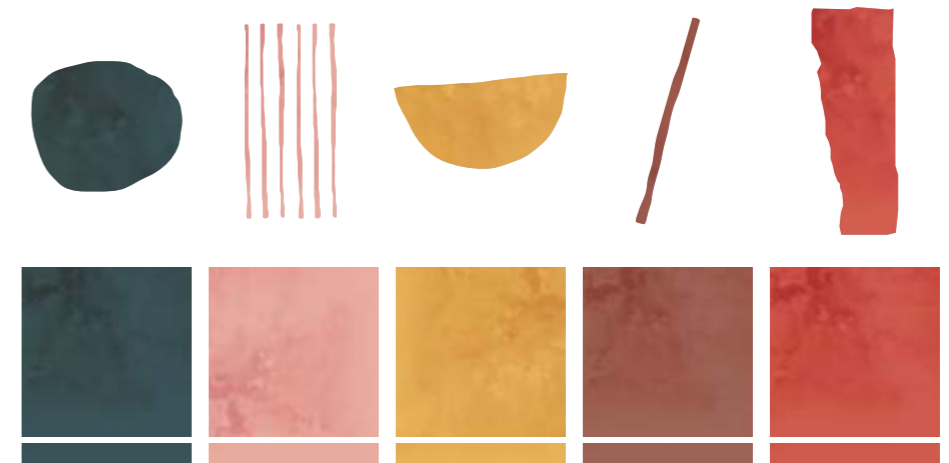
**Artesanías
de Chile**
Identidad
hecha a mano.



Logotipo y etiqueta nuevos



Papelería



Formas y colores del sistema gráfico

3. Aumento de canales de venta

La estrategia de crecimiento consideró el desarrollo de los siguientes canales de venta:

3.1 Ferias

a) Ferias nacionales

Se definen como puntos de ventas esporádicos donde la fundación participa (y en ocasiones organiza) con el objetivo de incrementar ventas, posicionar la marca Artesanías de Chile y desarrollar actividades culturales que permitan sensibilizar en torno al valor patrimonial de la artesanía (talleres, charlas, entre otras acciones).

Ferias organizadas por Artesanías de Chile entre 2018 y 2022:

Mayo de 2018 | Feria Madres Ancestrales

Con motivo del Día de la Madre, durante tres jornadas, realizamos la feria Madres Ancestrales en Casacostanera, que consistió en una venta de textiles realizados por maestras artesanas, además de demostraciones del oficio y talleres. Total ventas: \$11 millones.





Agosto de 2018 | Chiloé Mítico

Con el objetivo de dar a conocer la identidad y artesanía del archipiélago, esta feria se realizó en Casacostanera del 23 al 26 de agosto. Total ventas: \$9 millones.



Julio de 2019 | La Buena Mesa

En el marco de Casa Bistró, feria gastronómica realizada en Casacostanera del 5 al 7 de julio de 2019 -que reunió a diversos expositores de productos gourmet-, la fundación ocupó un gran espacio de la segunda planta del centro comercial para venta de artesanía vinculada a la cocina. Total ventas: \$6 millones.



ARTESANIAS DE CHILE

LA BUENA MESA

LA BUENA MESA

La Buena Mesa. Casacostanera, Región Metropolitana. Julio, 2019.



Octubre de 2019 | La Fiesta de las Artesanías

El 17 de octubre de 2019 se inauguró esta feria organizada por Artesanías de Chile en los tres niveles de Casacostanera, donde se dispusieron 60 stands atendidos por artesanos de todo el país: exponentes de la artesanía tradicional, urbana y contemporánea. El evento, que se extendería hasta el 20 de octubre, debió suspenderse el sábado 19 tras el estallido social. Sin embargo, en los dos días y medio de funcionamiento, esta feria cumplió su objetivo, ya que permitió posicionar a los artesanos de manera directa frente al público donde, además de venta de artesanías, se realizaron diversas actividades culturales como exposiciones, espacios de conversación, talleres y música en vivo.

Un mes después, en noviembre de 2019, en Puerto Varas se realizó una segunda versión de la Fiesta de las Artesanías, que consideró talleres, actividades musicales y espacios de venta. En total, ambas fechas sumaron aproximadamente 4 mil 300 visitas. Total ventas: \$25 millones.





La Fiesta de las Artesanías. Casacostanera, Región Metropolitana. Octubre, 2019.

TESOROS DE POZO ALMONTE

FERIA ONLINE 29 OCT- 7 NOV



Octubre de 2020 | Feria Tesoros de Pozo Almonte (online)

La infinita riqueza de la textilera Aymara de las artesanas de Pozo Almonte, en la Región de Tarapacá, fue protagonista de la feria online Tesoros de Pozo Almonte que Artesanías de Chile realizó en su sitio web del 29 de octubre al 7 de noviembre, en conjunto con la empresa Teck Quebrada Blanca. Un espacio de venta para textileras de este territorio, quienes, en los meses de primavera, acostumbraban a participar en actividades presenciales que, a raíz de la pandemia, no se llevaron a cabo durante el 2020.



FERIA NACIONAL ARTESANÍAS UNIDOS POR LOS ARTESANOS

POSTULA EN:
WWW.FERIANACIONALDEARTESANIAS.CL

HASTA EL **13 DE SEPTIEMBRE** SE EXTIENDE EL PLAZO DE POSTULACIÓN PARA SER EXPOSITOR DEL ENCUENTRO ORGANIZADO POR:

Patrocina:



Noviembre de 2020 | 1a FENART (Feria Nacional de Artesanías)

El año 2020, producto de la emergencia sanitaria, la fundación, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, e Indap, se unieron para realizar, del 10 al 13 de diciembre, una feria nacional en formato virtual donde participaron 60 artesanos. Total ventas: \$10 millones.

ARTESANÍAS DE CHILE TE INVITA A LA INAUGURACIÓN DE
LA CASA ARTESANA

11 DE NOVIEMBRE | 19:00 HRS.



Noviembre y diciembre de 2021 |

La Casa Artesana

Del 12 al 14 de noviembre la fundación realizó La Casa Artesana, una feria que consistió en tres días de recorridos por los antiguos salones de Casa Velasco (sede de Artesanías de Chile ubicada en Santiago Centro), ambientados con lo mejor y más noble de la artesanía chilena. El lugar se distribuyó en siete espacios para ver y comprar: El Mercado, La Cocina, El Ropero, El Salón, La Artesanía Solidaria, El Coleccionista y La Pieza. En

su primera versión la feria recibió 2 mil 500 personas y logró ventas por \$39 millones. La experiencia se repitió el 11 y 12 de diciembre, oportunidad en la que se lograron ventas por \$12 millones. Total ventas: \$51 millones.



La Casa Artesana. Casa Velasco, Región Metropolitana. Noviembre, 2021.



La Casa Artesana. Casa Velasco, Región Metropolitana. Noviembre, 2021.



La Casa Artesana. Casa Velasco, Región Metropolitana. Noviembre, 2021.



II FERIA NACIONAL ARTESANÍAS ONLINE

Artesanías de Chile

11 - 14 NOVIEMBRE
WWW.FERIANACIONALDEARTESANIAS.CL

VENTA
TALLERES
CONVERSATORIOS
Y MUCHO MÁS!

Noviembre de 2021 | 2a FENART (Feria Nacional de Artesanías)

Continuando con la iniciativa que partió en 2020, la fundación se unió al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, e Indap para realizar la segunda versión de la feria nacional en formato virtual. Total ventas: \$9,1 millones.



b) Ferias internacionales

2018 y 2021 | NY Now Market (Nueva York, Estados Unidos)

La feria NY NOW, que se realiza todos los años en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos, es uno de los eventos de exhibición más importantes que se realizan en el mundo de productos de diseño para el hogar, tales como iluminación, accesorios y textiles, ya que opera como plataforma de generación, búsqueda y descubrimiento de nuevos productos a la que acceden compradores minoristas y mayoristas, y marcas y fabricantes de distintos rincones en búsqueda de exclusividad y diversidad en los productos y diseños. En 2018 Artesanías de Chile participó de manera presencial y en 2021 de manera online debido a la pandemia.

2020 | Feria Artisanat du Maroc (Marrakech, Marruecos)

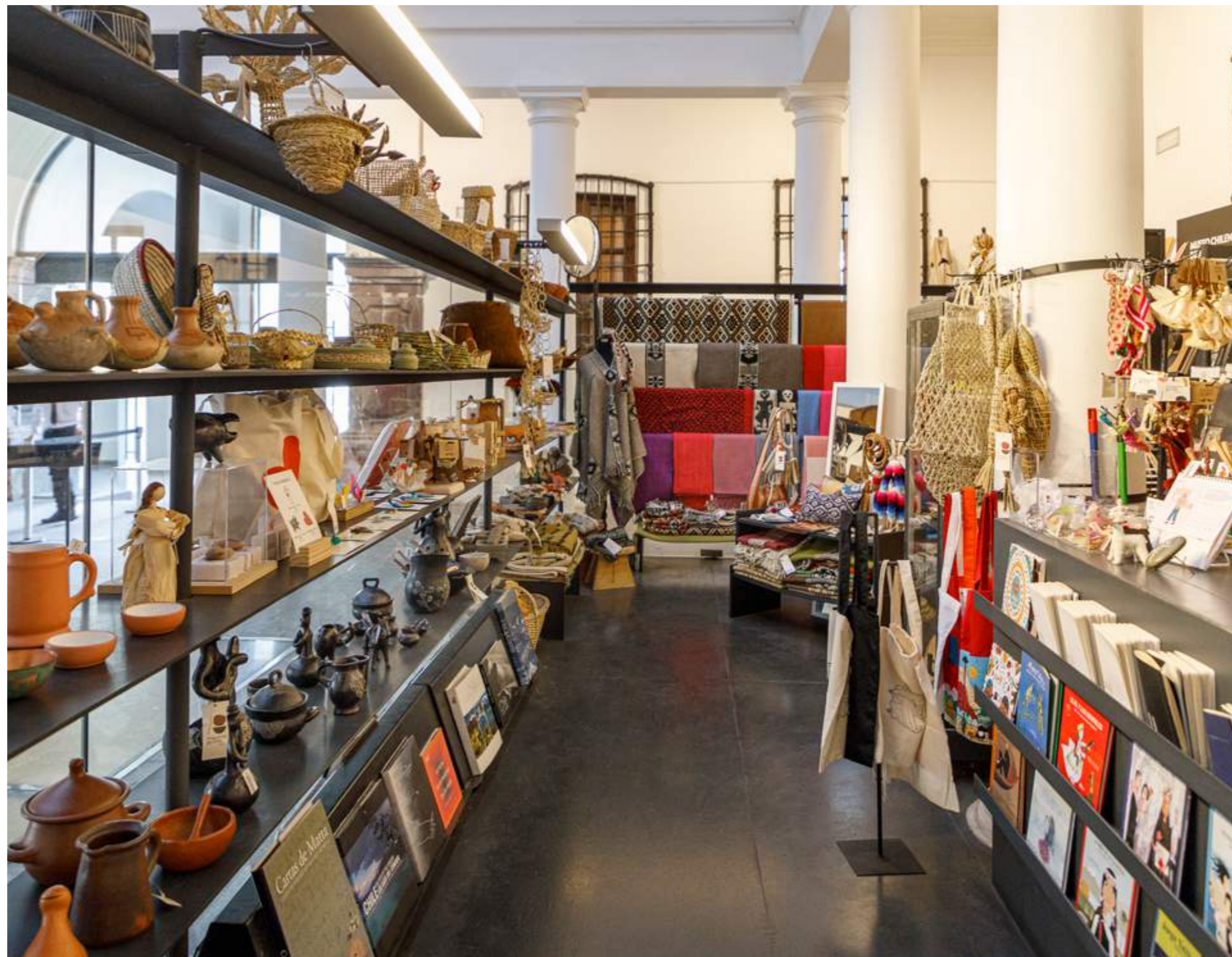
Cestería de Rari, cerámica de Quinchamalí y textiles Aymara fueron las piezas de artesanía chilena presentes en Artisanat du Maroc, la Feria Nacional de Artesanía de Marruecos donde Artesanías de Chile fue invitada a participar -junto a representantes de otros cinco países- en enero de 2020. Además, asistieron las artesanas Aymara, Albina Choque y Felipa Condori; las artesanas de Quinchamalí, Victorina Gallegos y Mónica Venegas; y las artesanas que trabajan cestería en crin, Ana María Contreras e Hilda Díaz.

2019 y 2021 | Expoartesanías de Colombia (Bogotá, Colombia)

Chile fue uno de los 18 países invitados a participar en la feria Expoartesanías de Colombia, uno de los encuentros de artesanía más importantes de América Latina. El stand de venta estuvo a cargo de Artesanías de Chile. En este espacio también hubo demostraciones de oficio por parte de las artesanas en crin, Nancy Cortínez (quien participó en las versiones 2019 y 2021) e Hilda Díaz (2020).

2020 y 2021 | Selvedge World Fair (Londres, Inglaterra)

Esta feria inglesa, que hasta antes de la pandemia se realizaba anualmente de manera presencial en Londres, es uno de los mercados de artesanía textil más reconocidos en el mundo: en él participan un centenar de artesanos que mantienen vivas tradiciones de diversos lugares del globo. Junto con diseñadoras y diseñadores que se inspiran en herencias antiguas, en esta feria también hay artesanos indígenas y ONGs que los acompañan y apoyan en su quehacer. Artesanías de Chile fue seleccionada para participar en las versiones 2020 y 2021.



3.2 Tiendas

a) Nuevas aperturas

Octubre de 2018 | Tienda Precolombino

En octubre de 2018, la fundación tomó el espacio de tienda de 20 m² del Museo Chileno de Arte Precolombino, resultando una exitosa oportunidad de crecimiento para el Área Comercial. Desde el 2018 hasta 2021, las ventas totales de esta tienda fueron de \$283 millones, correspondiente al 9% del total de ese periodo.



Tienda Museo Chileno Precolombino. Santiago Centro, Región Metropolitana.



Diciembre de 2020 | Tienda Casacostanera

El buen resultado y acogida de los eventos realizados en Casacostanera motivó a la fundación a tener una tienda en el centro comercial. Finalmente, esta abrió en diciembre de 2020. Ubicada en el nivel 3, el espacio fue diseñado para reunir una selección de artesanía de excelencia realizada por artesanas y artesanos tradicionales de todo el país, junto a una exclusiva selección de artesanía contemporánea en su sección A+D (Artesanía + Diseño). El año 2021 las ventas totales de esta tienda fueron de \$193 millones, correspondiente al 23% de ventas de la fundación en ese mismo periodo.



Tienda Casacostanera. Vitacura, Región Metropolitana.



Enero de 2022 | Tienda Pucón

Como parte de la estrategia de expansión regional de la fundación, en estos cuatro años se estudiaron diversas plazas que resultaron interesantes para comercializar artesanía. Una de ellas fue Pucón, ciudad que durante el último tiempo ha aumentado su población considerablemente (30 mil habitantes) y durante el verano tiene un alto flujo de turistas para quienes la oferta de Artesanías de Chile resulta muy atractiva. El espacio de 30 m² abrió el 27 de enero de 2022.



Tienda Pucón, Pucón, Región de La Araucanía.



**Marzo de 2022 | Tienda Casa Museo
Artesanías de Chile**

Casa Velasco, oficina matriz de Artesanías de Chile, construida en 1730 y declarada Monumento Histórico en 1981, en marzo de 2022 abrirá sus puertas reconvertida en Casa Museo Artesanías de Chile. El espacio albergará y exhibirá la Colección Patrimonial de la fundación -que integran más de 630 piezas-, junto a obras destacadas con el Sello de Artesanía Indígena. Habrá visitas mediadas y talleres gratuitos. También contará con un espacio de tienda que tendrá una oferta de piezas patrimoniales acorde a lo exhibido.



Restauración Casa Velasco. Santiago Centro, Región Metropolitana.



2018-2022 | Tiendas Aeropuerto Nuevo Pudahuel

Con miras a la remodelación y ampliación de Nuevo Pudahuel, a fines de 2018 la administración del terminal aéreo solicitó a la fundación dejar el espacio de 250 m² que ocupaba desde 2013 en el embarque internacional, para trasladarse a un nuevo espacio transitorio que fue inaugurado en abril de 2019. Si bien el plan era mantener esta nueva tienda hasta tener listas las dos nuevas, ubicadas en los espigones C y E, en marzo de 2020 debió cerrar debido a la pandemia. La apertura de la primera de las dos nuevas tiendas está fijada para abril de 2022, emplazada en el nuevo y moderno terminal.





Plano Tienda Aeropuerto Nuevo Pudahuel, Región Metropolitana.



Abril 2022 | Tienda MUT

Como parte de la estrategia de crecimiento de la fundación, se han considerado distintos modelos de negocios. Uno de ellos es la apertura de una tienda de la línea Básicos Artesanos en el sector Mercado que tendrá el nuevo Mercado Urbano Tobalaba, cuya fecha de inauguración se proyecta para abril-mayo 2022.





b) Remodelaciones

2021 | Tienda Centro Cultural La Moneda

Abrió sus puertas el año 2006 y, por entonces, fue la primera gran tienda de artesanía en Santiago. Hasta el día de hoy representa el espacio comercial y cultural icónico de la artesanía de Chile. Sin embargo, en 2018, tras doce años de funcionamiento, el diagnóstico fue que las tiendas de la fundación -entre ellas esta ubicada en CCLM- requerían una mantención, e idealmente una significativa renovación, para hacerlas más atractivas y cercanas a los visitantes. Con este objetivo se levantaron recursos que permitieron remodelar este espacio, que reabrió el 19 de marzo de 2021 (para el Día del Artesano) reconvertido en un gran emporio, pensado para recibir a los amantes de la artesanía, ofrecerles la experiencia de recorrer Chile a través de sus oficios y conocer las piezas artesanas emblemáticas de cada localidad. En este espacio, además, existe la posibilidad de realizar talleres gratuitos de acercamiento a la artesanía y visitar la exposición que se suma con delicadeza al espacio.





MARTA CANO
Tallerista Mapuche / Regidor de La Asociación



ANTONIO MATAMALA
Tallerista Mapuche / Regidor de La Asociación



MARTA GODOY

CESTERA

CESTERA

CESTERA

CESTERA



**2020 | Remodelación Tienda
Pueblito Los Dominicos**

En 2020, durante los meses más duros de la pandemia, esta tienda ubicada en el tradicional centro de artesanos en la comuna de Las Condes fue remodelada por completo. Luego de siete meses cerrada, reabrió en octubre de ese mismo año.



Tienda Pueblito Los Dominicos. Las Condes, Región Metropolitana.



2020 | Tienda Puerto Varas

También durante la pandemia, esta tienda ubicada en una casona tradicional, frente a la Plaza de Armas de Puerto Varas, fue remodelada por completo. Reabrió en diciembre de 2020 con una nueva área de talleres, donde los artesanos de la región podrán enseñar sus oficios en un renovado espacio, cuya propuesta arquitectónica pone acento en el estilo propio de las casonas sureñas, donde se lucen las maderas nativas y el espíritu de la zona.



Tienda Puerto Varas. Puerto Varas, Región de Los Lagos.



c) Cierres

2018 | Tienda Calama

En el mes de mayo de 2018, se optó por el cierre de la tienda de Calama, dada la baja representación de ventas respecto al total de la fundación (9%), cuya operación no se sustentaba considerando los altos costos que demandaba.

2019 | Tienda Valdivia

En noviembre del 2019, en el contexto de la crisis social, esta tienda ubicada en el Hotel Dreams fue saqueada. Dada las bajas ventas y este suceso, se decidió cerrarla en diciembre de 2019. La tienda de Valdivia representaba el 3% de las ventas totales de la fundación y su promedio anual era de \$26 millones.

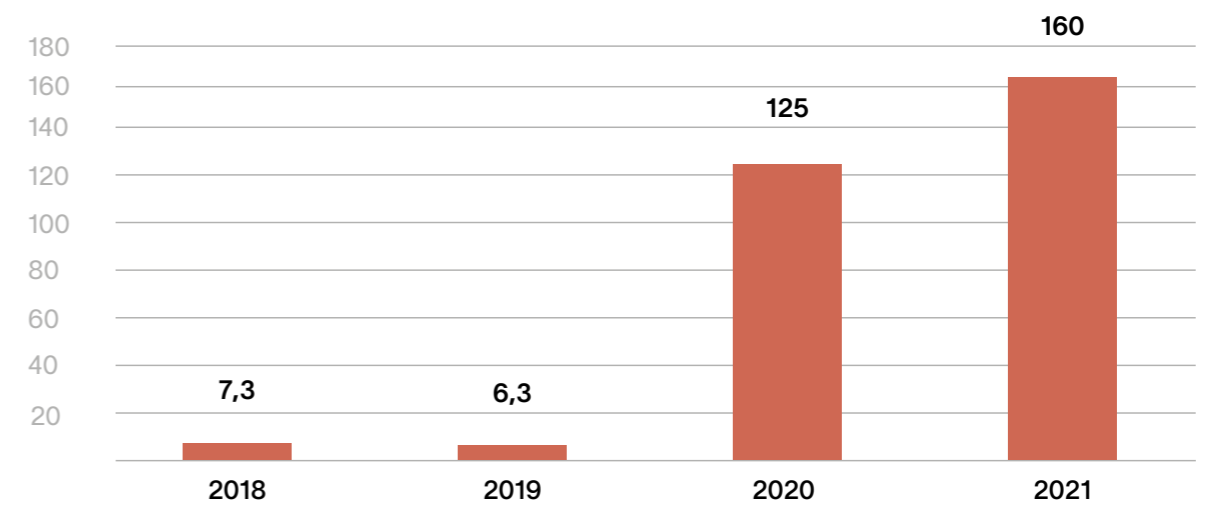
d) Nuevo canal de venta online

En 2018 las ventas online de la fundación representaban menos del 1% del total anual. Por ello, el desafío desde ese año fue desarrollar una nueva plataforma y realizar alianzas con diversos marketplace, con el objetivo de aumentar la presencia de la fundación en canales de venta digitales.

En estos cuatro años se han realizado convenios para vender a través de diversos marketplace: Mercado Libre, Linio, Cornershop, Ripley, Falabella.com, Depto 51. Las ventas más importantes han sido por medio de Falabella.com, con quienes el vínculo comercial partió por medio de la campaña Unidos por los Artesanos y, posteriormente, siguió con el lanzamiento de la línea de productos "Hilo Hecho a Mano".

En julio de 2020, en plena pandemia y como una manera de seguir vendiendo, la fundación lanzó su nuevo sitio web y tienda online www.artesantiasdechile.cl con una fuerte estrategia comercial. Las ventas del año 2020 del canal virtual fueron de \$125 millones y el año 2021 de \$162 millones, equivalente al 18 % del total de las ventas de la fundación.

VENTAS TIENDA VIRTUAL 2018 - 2021

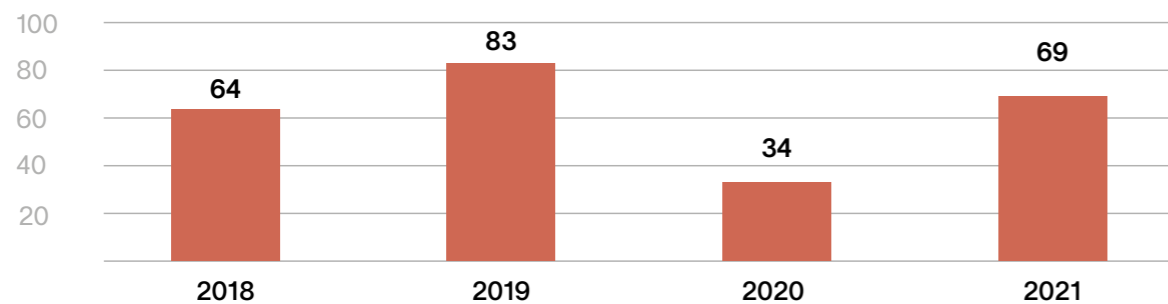


Ventas en \$ mm

e) Ventas corporativas

En 2018 las ventas corporativas sumaron \$64 millones y en 2019 alcanzaron \$83 millones. Dada la crisis gatillada por la pandemia, en 2020 estas ventas disminuyeron durante el primer semestre drásticamente, logrando repuntar en el último, lo que permitió cerrar el año con un total de \$34 millones. En 2021 el total de ventas a empresas fue de \$69 millones, y el 56% de ellas se realizó el último trimestre (periodo en el que las empresas focalizan este tipo de compra). Con respecto al total de ventas de la fundación, este canal representa un 8%.

VENTAS EMPRESAS 2018 - 2021



Ventas en \$ mm



Packaging

Estudio de abogados
Philippi Prietocarrizosa Ferrero
Du & Uría



Packaging

Llavero Aymara BMW



Packaging

Pajarito de junquillo para inauguración
de nueva tienda Falabella Parque Arauco



4. Creación del Área de Innovación para desarrollo de nuevas colecciones

Uno de los desafíos del Área Comercial durante 2018-2022 fue crear un Área de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos con el fin de lanzar periódicamente nuevas líneas de artesanía, realizadas de manera colaborativa con artesanas y artesanos en distintos territorios y que tuvieran guiños contemporáneos. El objetivo, además de apoyar a las agrupaciones en su búsqueda de contar con más variedad de piezas para ofrecer a sus clientes, era tener una nueva oferta de productos en las tiendas de la fundación. En terreno, el trabajo de esta área se lleva a cabo como parte del Programa de Capacitación encabezado por el Área de Desarrollo (ex Proyectos). Como resultado, durante estos cuatro años la fundación ha desarrollado 19 nuevas colecciones:



Colección Sama (2018)

Sama -que significa color en Aymara- fue la primera colección de coautoría de Fundación Artesanías de Chile, esta vez en alianza con la oficina Trade Facilitation Office Canada. En ella, 43 artesanas tradicionales Aymara de Alto Hospicio y Pozo Almonte -Región de Tarapacá-, trabajaron junto a las diseñadoras Rachel Mc Henry y Munira Amin de Handwork Studio (Canadá) para desarrollar una serie de chales, cuyos colores estaban pensados para el mercado canadiense.





Colección Herederas de Llalliñ (2019)

En 2019, Artesanías de Chile -con el apoyo de Conadi- le propuso a 17 textileras de La Araucanía conocer una valiosa colección de más de 200 mantas y fajas pertenecientes al Museo Nacional de Historia Natural. Tras la visita al museo, las artesanas crearon una serie de *makuñ* (mantas) y *trariwe* (fajas), inspiradas en aquellas ancestrales y usando técnicas tradicionales como el *ñimikan* y *trarikan*. Así nació la colección "Herederas de Llalliñ", compuesta por 14 *trariwe* y 12 *trarikan*.





Colección Chal Aymara (2020)

Esta colección consistió en el desarrollo de 42 chales que rescatan -con guiños contemporáneos- antiguas técnicas del textil Aymara.

Colección Hilo Hecho a Mano (2020)

En septiembre de 2020 Artesanías de Chile lanzó Hilo Hecho a Mano, línea que busca poner en valor aquellas piezas textiles hechas con vellón de oveja o alpaca, que ha sido hilado por artesanas de manera manual (sin uso de maquinaria industrial). El primer lanzamiento de esta línea, fue una serie de ovillos de lana de oveja hechos por una red de 64 hilanderas del sur de Chile que aún mantienen vivo el oficio de hilar, que consiste en transformar el vellón en 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 12 chales tejidos con hilo hecho a mano. Ambas líneas se lanzaron junto a Falabella.com. Adicionalmente, en 2021 se lanzaron una serie de kits que incluían un set de ovillos (hilados a mano) con palillos y un instructivo para tejer, además de una colección de suéteres tejidos por La Gaviota (marca de la diseñadora chilena Francisca Von Hummel), cuya materia prima fue vellón de oveja hilado a mano por artesanas hilanderas que integran el Banco de Lanas de la fundación.



Colección Artesanía Solidaria (2020)

En marzo de 2020, tras la llegada de la pandemia, la fundación se vio forzada a cerrar todas sus tiendas físicas. Para mitigar la crisis, se diseñó una estrategia comercial-comunicacional, llamada "Unidos por los Artesanos". Su primer fin fue buscar que las personas empatizaran con el grave momento que enfrentaban las artesanas y artesanos y, como consecuencia, empujar a visibilizar su trabajo y motivar a las personas a comprar artesanía. Entre las distintas acciones de la campaña, estuvo el lanzamiento de Artesanía Solidaria: una línea comercial concebida para beneficiar a un grupo significativo de artesanos pertenecientes a localidades emblemáticas. Partimos con Quinchamalí, donde 31 artesanos hicieron 465 chanchos alcancía de 12x9 cm que fueron vendidos en un empaque especial. El segundo lanzamiento fue un corazón de madera tallado por artesanos de Liquiñe. En 2021 también se lanzaron nuevas colecciones de Artesanía Solidaria, entre ellas Arpillera Solidaria, Mariposa Solidaria de crin, Angelito Solidario de hoja de choclo y Pajarito Solidario de junquillo de Chiloé.





Colección Básicos (2020)

Como parte de las estrategias para acercar la artesanía a todos los chilenos, se diseñó esta línea de productos que agrupa artesanía que antiguamente solía estar en prácticamente todas las casas: piezas utilitarias que daban solución a necesidades de la vida cotidiana que con el tiempo fueron desplazadas por utensilios fabricados de manera industrial. Por medio de esta línea, invitamos a las personas a volver a utilizarlos.





Colección Colchanderas del Itata (2021)

Seis modelos de carteras forman esta colección, todas piezas construidas a partir de la cuelcha, como se llama a la trenza de paja de trigo que desde tiempos antiguos tejen las mujeres del Valle del Itata, en la Región de Ñuble. Si bien antiguamente su trabajo consistía en tejer la cuelcha para luego entregarla al chupallero, hombre que daba vida al clásico sombrero de paja que se usa en el campo, a partir de este proyecto -y luego de años de trabajo conjunto con la fundación-, las Colchanderas del Itata desarrollaron su propia colección de bolsos.





Colección Retazos Bordados (2021)

Las arpilleristas de Pudahuel y de Lo Hermida, quienes desde hace años trabajan con la fundación, estaban interesadas en desarrollar piezas que les permitieran ampliar su oferta comercial: salir de los clásicos paisajes, postales o estuches donde plasmaban sus diseños "para ofrecer algo distinto". En conjunto con el Área de Desarrollo de Nuevos Productos, decidieron explorar en la confección de blusas, vestidos, bolsos y prendedores, donde se mantiene la técnica de la arpillera tradicional, pero se juega con el soporte. De ahí nace la colección Retazos Bordados.





Colección Ampara Sawure (2021)

La colección Ampara Sawure reúne hondas, *wakakayu*, *mallku vistalla*, cordelería y una serie de fajas Aymara tejidas en telar de cintura: una selección de 16 piezas, las más significativas dentro de la textilería tradicional Aymara, confeccionadas por artesanos en los alrededores de Isluga, localidad ubicada en el altiplano de la Región de Tarapacá (comuna de Colchane), y que hoy es uno de los pocos lugares donde se preservan casi intactas las técnicas del textil andino de herencia precolombina.





Colección Tañi Mapu (2021)

La colección Tañi Mapu, desarrollada por la agrupación lafquenche Ñocha Malen -quienes viven en Huentelolén, comuna de Cañete-, incluye 6 modelos de lámparas y 14 contenedores tejidos en fibra vegetal que, desde lo contemporáneo, celebran la riqueza y sabiduría de la tradición cestería Mapuche.



Colección Puska Casa (2021)

Formada por 13 pieceras y 9 fundas de cojines de diseños austeros, nobles y heredables, que no pasan de moda y que funcionan bien en casas contemporáneas, tienen su inspiración en el imaginario propio del mundo andino tradicional. Su tejido rescata la tradición textil Aymara, ya que son hechas con fibra de alpaca de la más alta calidad, hilada 100% a mano por artesanas Aymara.





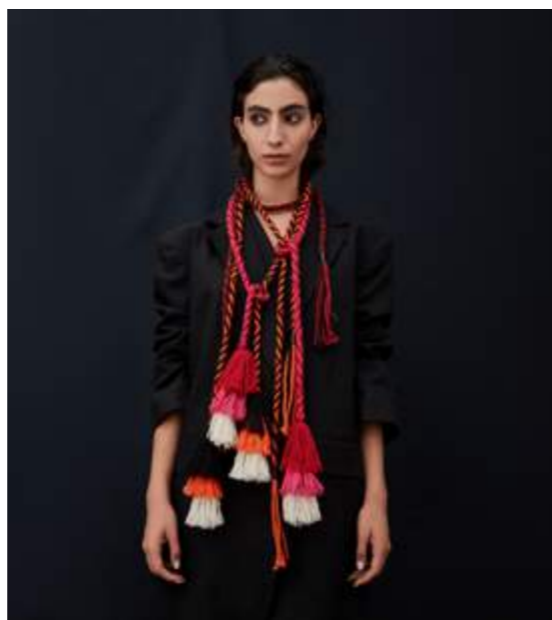
Colección Puska Vestir (2021)

En la inmensidad del altiplano chileno de la Región de Arica y Parinacota, un selecto grupo de artesanas Aymara mantiene viva una milenaria tradición: hilar la fibra de alpaca a mano. El vellón de sus alpacas se convierte en hilo sin más ayuda que su *puska* -huso en Aymara- y la virtuosa habilidad de sus manos. Con esa materia prima nacen las piezas de esta colección, formada por *ruanas*, bufandas y chales.



Colección Chanka Kanthata (2022)

Chanka Kanthata es el término en Aymara para decir "hilo retorcido", paso clave antes de que las artesanas textileras se instalen a tejer en telar tradicional de cintura -herencia precolombina-, donde usan un hilo extremadamente fino. *Chanka Kanthata* fue el nombre elegido para esta colección, compuesta por una serie de accesorios que trasladan piezas Aymara de uso ceremonial al uso diario. Llaveros, collares, fajas y cinturones creados por artesanas Aymara de la Región de Tarapacá en colaboración con Teck y el Área de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos de Artesanías de Chile.





Colección Retazos Bordados 2.0 (2022)

En enero de 2022 Retazos Bordados sumó nuevas piezas a su primera colección: dos diseños de vestidos (largo y corto), tres nuevas blusas y nuevas versiones de bolsos porta celulares y tote bags. En todos ellos, la arpillera mantiene la tradición del oficio: retazos de telas bordadas, que componen paisajes que transportan a localidades rurales del país, como temporeros cosechando uvas, pescadores en sus lanchas en medio del mar, o mujeres Mapuche con sus araucarias.





Colección Abrazar, Crecer, Envolver (2022)

Esta colección de contenedores de fieltro fue desarrollada en conjunto con artesanas de Renca y nace de una reflexión: cómo la contención es una necesidad personal y social. Las tres líneas -Abrazar, Crecer y Envolver-, hablan del acto cotidiano de ejercer estas acciones en la vida diaria. Las piezas están elaboradas con vellón de lana de ovejas del sur, procesada con métodos amigables con el medio ambiente, y bajo los principios de Comercio Justo. Sus colores son los naturales de las ovejas: crudo, café, gris, que a su vez son reflejo del paisaje urbano en el que habitan las fieltreras.





Colección Warmi (2022)

Esta colección de indumentaria contemporánea Aymara fue creada en plena Pampa del Tamarugal, en una colaboración creativa entre Artesanías de Chile, la empresa Teck y catorce tejedoras Aymara que lideran siete agrupaciones de la comuna de Pozo Almonte. Su lanzamiento comercial se realizará en abril-mayo 2022 a través de Basement, Falabella, marca que compró la primera partida de esta colección cuyo nombre, *Warmi*, significa "mujer" en lengua Aymara.



Colección Chaya Mari (2022)

La colección *Chaya Mari*, realizada por la agrupación Plateras de San José de la Mariquina, está inspirada en la olla de greda o hierro que tradicionalmente siempre está presente en el fogón del pueblo Mapuche. Se traduce en siete diseños, entre los cuales hay aros, prendedores y colgantes. Todas las piezas están hechas mediante la técnica del forjado en plata.

**Colección Metrüll (2022)**

La colección *Metrüll* está formada por cojines de lana de oveja (en tres medidas) y nace a partir de la exploración en los teñidos vegetales y minerales, y la destreza de las textileras de la agrupación *Wallontu Witral* de Nueva Imperial en el tejido vertical Mapuche. Los diseños propuestos por las artesanas incluyen diversos *ñimin* -figuras simbólicas mapuche característicos de esta agrupación.

**Colección Kutama (2022)**

La colección *Kutama* (alforja en mapudungun) es una línea de bolsos contemporáneos tejidos en lana de oveja, con tintes naturales, desarrollada por experimentadas textileras Mapuche de la agrupación *Kufi Kimun*. Se inspira en los textiles ecuestres Mapuche, pero busca llevarlos del uso tradicional a uno más urbano.

5. Alianzas con la Empresa Privada

Para enfrentar la crisis gatillada por la pandemia en el mundo de los artesanos, en 2020 se diseñó un plan estratégico basado en tres pilares: levantar recursos para mantener el fondo de compras a los artesanos, a pesar de tener nuestras cinco tiendas cerradas; digitalizar todos los contenidos para lanzar cuanto antes un nuevo sitio web y tienda online; y diseñar la 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, en 2020 se generaron alianzas con empresas privadas, entre ellas **Falabella.com**, **Banco de Chile** y **BMW**, quienes compartieron, a través de sus plataformas, el comercial de la campaña.

En 2021 se desarrollaron nuevas alianzas con empresas, entre ellas Metro de Santiago, que el mes de septiembre lanzó una edición de 10 mil tarjetas Bip! con el logo de la fundación. La alianza con Falabella.com se extendió a Falabella Retail (tiendas físicas), quienes por medio de su marca Basement compraron Warmi, colección de indumentaria Aymara (vestidos, ponchos y mangas) realizada de manera colaborativa por artesanas textiles de la Región de Tarapacá y el Área de Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos de Artesanías de Chile. Esta línea, que se lanzará comercialmente en abril de 2022, fue posible



a partir de un convenio entre la fundación y la empresa Teck Quebrada Blanca. En 2021, la línea aérea Latam contactó a la fundación para trabajar juntos en una colección de piezas con artesanas arpilleristas de la Región Metropolitana. Realizaron una compra de 200 piezas que serán parte de sus regalos corporativos.



BMW Chile en conjunto con Fundación Artesanías Chile, te invita a conocer las diferentes comunidades a lo largo del país que mantienen vivo nuestro patrimonio, sus productos, talleres y manualidades.

Ejemplo de difusión de la campaña
Unidos por los Artesanos



Colección Warmi Artesanías de Chile para Basement.

6. Programas de Fomento Productivo

El 2020 comenzó como un año incierto para las artesanas y artesanos de todo Chile. El difícil escenario se había generado en octubre de 2019 tras el estallido social, que llevó a la cancelación de, prácticamente, todas las ferias a lo largo del país. En marzo, la llegada del Covid-19 agudizó aún más la crisis y los cultores quedaron sin espacios físicos para vender. Para la fundación -que trabaja con una red de más de dos mil artesanas y artesanos- esto significó replantearse sus objetivos anuales, dado que la realidad era implacable: sin venta, los artesanos no tendrían ingresos y sin ingresos los oficios no sobreviven.

Para enfrentar esta realidad, diseñamos un plan estratégico basado en tres pilares:

1. Levantar recursos para seguir comprándoles a artesanas y artesanos
2. Digitalizar todos nuestros contenidos y relanzar un nuevo sitio web y tienda online
3. Lanzar la campaña comunicacional "Unidos por los Artesanos" que sensibilizara sobre la importancia de comprar artesanía.

De todos los pilares, el primero era el más urgente, considerando que resultaba vital para mantener las compras a los artesanos de todo el país. La estrategia fue tocar las puertas de los Gobiernos Regionales y tras una ardua gestión, entre junio y diciembre de 2021, logramos adjudicarnos fondos de los GORE de

Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos. Para el año 2022, se espera sumar los recursos levantados a través de programas de fomento productivo de los Gobiernos Regionales de Tarapacá, Maule y Aysén.

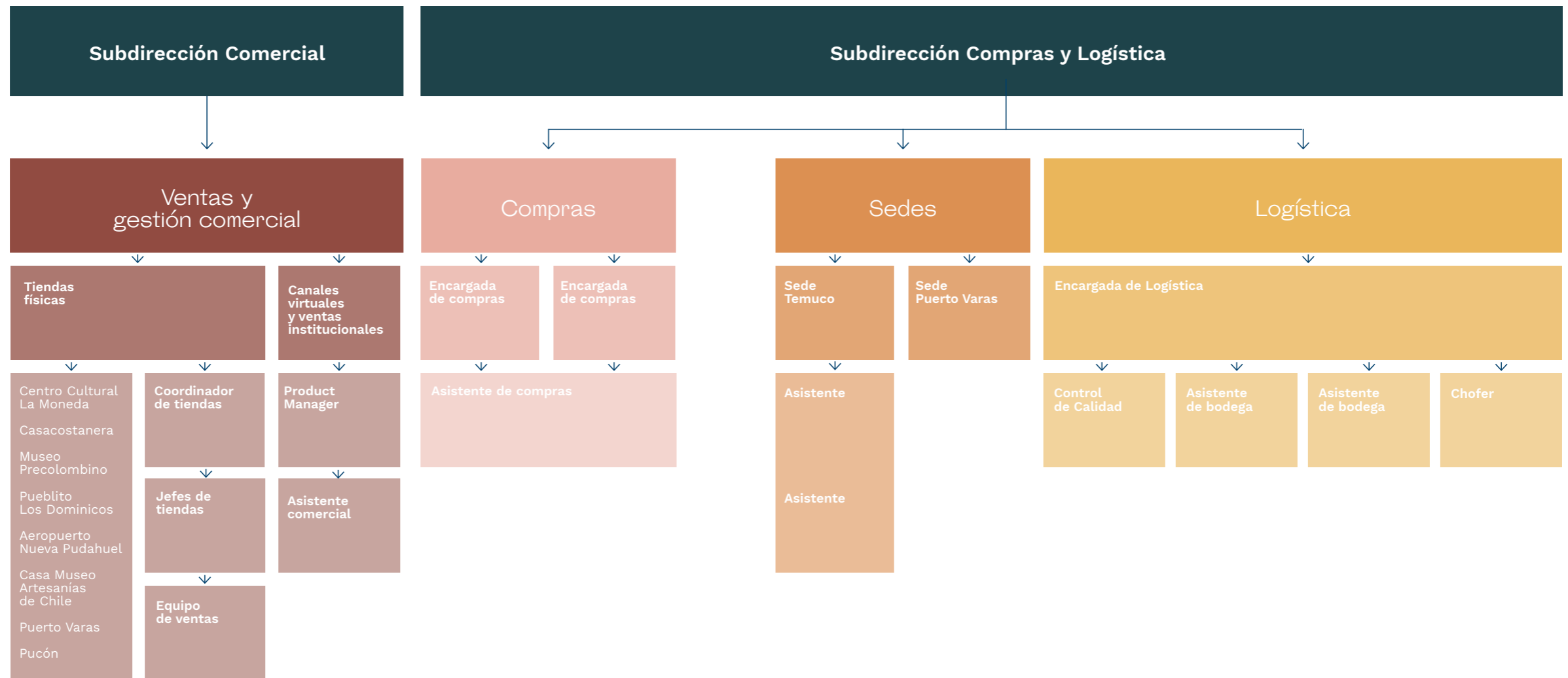
7. Nuevas bodegas

Considerando el sustancial crecimiento del fondo de compra y la necesidad de profesionalizar el Área de Bodegaje y Logística de la fundación, en enero de 2021 el Área Comercial trasladó sus operaciones a Blanco Recoleta: 400 m² de bodegaje con un sistema profesionalizado de acopio para tener un adecuado control de stock.



Bodega Blanco Recoleta. Santiago, Región Metropolitana.

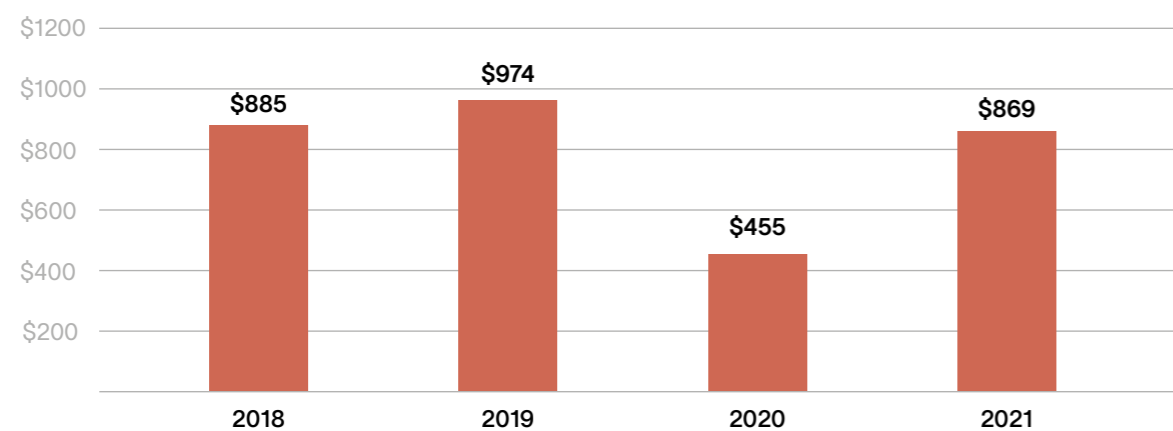
8. Nueva estructura del Área Comercial



9. Crecimiento de ventas

Las ventas totales de la fundación entre los años 2018 y 2021 se presentan en el siguiente gráfico.

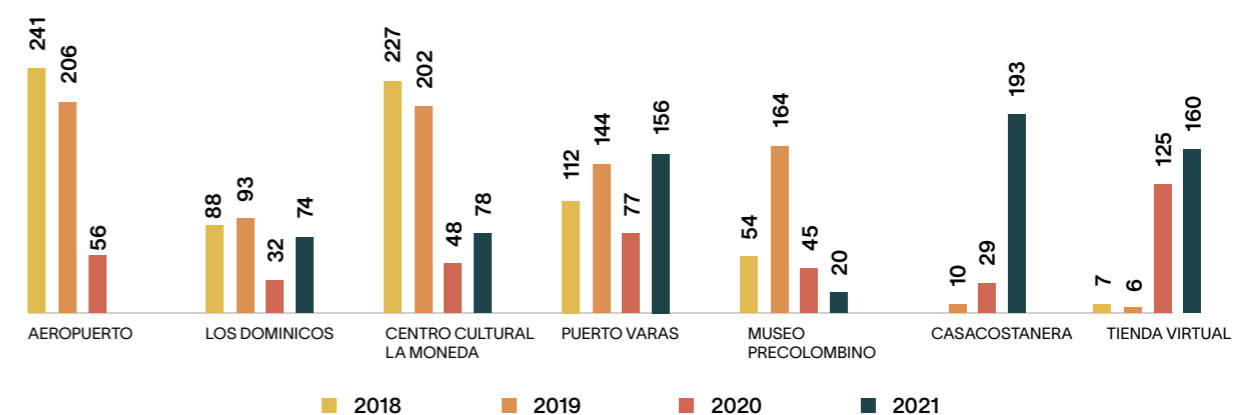
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE PRODUCTOS



	2018	2019	2020	2021	Total
Total Ingresos de Ventas de Productos (\$ mm)	\$885	\$974	\$455	\$869	\$3.183

Ventas en \$ mm, valores c/iva

DETALLE VENTAS POR TIENDAS AÑOS 2018 - 2021



Ventas en \$ mm, valores c/iva

Como parte de los efectos económicos de la pandemia, durante 2020 y 2021 las ventas de la fundación se vieron fuertemente afectadas. Sin embargo, en 2021 se logró equipararlas con años anteriores a la pandemia, principalmente durante el segundo semestre, donde el promedio de venta mensual alcanzó \$96 millones, mientras que durante el primer semestre el promedio mensual fue de \$45,7 millones.

La proyección de ventas para el año 2022 es de \$1.650 millones. Este escenario considera un funcionamiento normal de las tiendas existentes, más aquellas que se sumarán en 2022 (Nuevo Pudahuel, Pucón, MUT, Tienda Indumentaria en Casacostanera, etc).

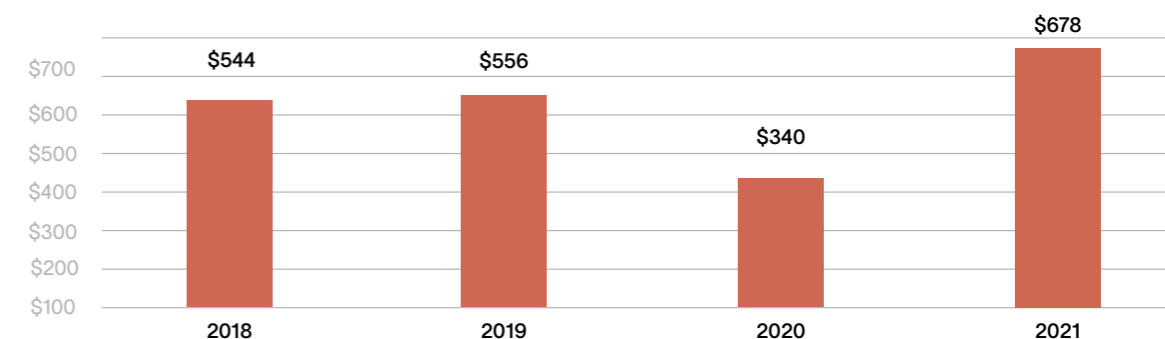
10. Aumento de fondo de compras

Durante estos cuatro años el fondo de compras de la fundación -es decir, los recursos disponibles para comprar a los artesanos de la red- aumentó \$641 millones, inyección resultado de diversos convenios con gobiernos regionales, Iberartesanías (por medio del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio) y la empresa minera Teck. Actualmente, se encuentra en gestión el traspaso de nuevos recursos por parte de los gobiernos regionales de Tarapacá, Maule y Aysén, que ascenderían a \$380 millones (montos que durante el año 2022 ingresarían al fondo de compras).

TOTAL INGRESOS FCR

	2018	2019	2020	2021	2022(*)
Fondo de compra inicial	\$262				
Teck		\$30			
Convenio Iberartesanías			\$60		
Gobiernos Regionales (FCR)			\$10	\$541	\$380
Total acumulado Fondo de Compras	\$262	\$292	\$362	\$903	\$1.283

TOTAL COMPRA PRODUCTOS ARTESANOS



	2018	2019	2020	2021	Total
Total Compra Productos Artesanos (\$ mm)	\$544	\$556	\$340	\$678	\$2.118

Compras en \$ mm

El año 2020 la gestión de compra se vio afectada producto de la pandemia, ya que al tener todas las tiendas cerradas, la fundación solo pudo vender a través de su canal ecommerce. Sin embargo, gracias a la inyección de recursos por medio de distintos convenios, la fundación pudo reactivar la compra a los artesanos durante los meses más duros de la crisis y, tras la reapertura de las tiendas, seguir comprándoles e inclusive

aumentar los montos de los pedidos. Durante 2021, y a medida que comienza a normalizarse el funcionamiento de las tiendas, la inyección de recursos al fondo de compras permite proyectar futuros años de gran crecimiento para la fundación, considerando que los nuevos recursos representan más de tres veces el fondo de compras inicial con el que Artesanías de Chile contaba en 2018.

En marzo de 2018 la red de la fundación estaba integrada por 2052 artesanas y artesanos. Al cierre de 2021, el total aumentó a 2380. Este incremento se ha producido por los distintos convenios suscritos (Gobiernos Regionales e Iberartesánias) que conllevan, junto con la inyección de fondos, el ingreso de nuevos cultores. Para el 2022 se proyecta que el número de artesanos de la red aumente a 2982.

AUMENTO ARTESANOS EN LA RED

	2018	2019	2020	2021	2022
Ingreso nuevos artesanos	73	85	61	182	602
Total red artesanos	2.052	2.137	2.198	2.380	2982
Aumento (%)		4%	3%	8%	25%



Área Comunicaciones

En 2018 Artesanías de Chile contaba con un Área de Comunicaciones focalizada exclusivamente en dar cuenta de noticias institucionales. Así, el desafío para esta área fue diseñar una estrategia de comunicaciones que se alinearía con la misión principal de la fundación: **acercar la artesanía a todos los chilenos y hacerla nuestra embajadora, generando mayores y mejores oportunidades de comercialización para los artesanos, con la visión de reposicionar a Artesanías de Chile como el gran referente nacional de artesanía de excelencia.**

Objetivo general:

Reformular el Área de Comunicaciones

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia para comunicar la artesanía que incluye:

- 1.- Acercar la artesanía a las audiencias
- 2.- Definir medios para comunicar la artesanía
- 3.- Nuevo sitio web
- 4.- Desarrollo de contenidos en Instagram
- 5.- Desarrollar campañas comunicacionales e influenciadores
- 6.- Definir los valores que queremos comunicar a través de los oficios artesanos
- 7.- Desarrollo de línea editorial
- 8.- Dar a conocer la fundación fuera de Chile

1.- Acercar la artesanía a las audiencias

Se refiere a acercarla a través de un lenguaje simple, cercano y moderno, pero que siempre incluyera información de valor para comprender el trabajo detrás de una pieza. Para ello, fue necesario generar un nuevo tipo de relato que pusiera en valor la artesanía. Desde marzo de 2018 en adelante, la forma de narrar la artesanía tendría que siempre realzar (1) al artesano, (2) su territorio, (3) la explicación del proceso productivo, (4) cómo obtiene las materias primas, que finalmente dan vida a la (5) pieza artesana.

De este modo, se iría transmitiendo de manera amable y didáctica qué es la artesanía tradicional, qué oficios hay en Chile, y con ello explicar -casi de manera inadvertida- que si bien ciertos oficios están presentes en distintos territorios -por ejemplo la textilería, la alfarería, la cestería-, cada uno de ellos responde a una particularidad.

Esas historias siempre apuntarían a relevar a la persona detrás de una pieza: cómo tal o cual artesana o artesano aprendió su saber hacer y qué lo hace seguir comprometido con su trabajo. La convicción de la dirección y del equipo de Artesanías de Chile era que, en la medida que se contarán los procesos productivos de las artesanías, las personas comprenderían el valor de una pieza. Y, virtuosamente, de considerarla "cara", comenzarían a entender que tiene el valor justo y que incluso el precio de venta es menor

al que realmente debería tener, tomando en cuenta el trabajo que conlleva.

Las plataformas de comunicación serían una herramienta clave. Desarrollar un nuevo sitio web era urgente. Como eso requeriría de tiempo, lo primero que se hizo fue sumar una cuenta de Instagram y potenciar la ya existente de Facebook. Además de consolidarse como canales de difusión, ambas plataformas han pasado a ser vías de venta de artesanía (una extensión de las tiendas), lo que en 2020 conllevó la necesidad de sumar una Community Manager al equipo, con un perfil centrado en la atención al cliente.

Así, a lo largo de los cuatro años, el Área de Comunicaciones, junto con reformular la manera de narrar la artesanía y desde ahí construir una estrategia de comunicaciones externas, se ha puesto al servicio de las diversas áreas internas de la fundación -Comercial, Cultura, Desarrollo de Proyectos- para generar material comunicacional a la medida de sus necesidades, y que a la vez vele por la construcción del espíritu de este nuevo relato. Como ejemplo, para dar a conocer las nuevas colecciones que lanza el Área Comercial, junto al Área de Diseño, Arte y Fotografía, el equipo de Comunicaciones ha realizado más de doce catálogos, reels y newsletters, entre otra diversidad de material.



Isidora Cuzzi, artesana Aymara. Pozo Almonte, Región de Tarapacá.

2.- Definir medios para comunicar la artesanía

El primer paso para definir en qué medios comunicaríamos la artesanía fue determinar a qué audiencias queríamos y debíamos llegar. “Acercar la artesanía a todos los chilenos”, apuntaba a ser transversal en términos socioeconómicos, etarios y geográficos. Debíamos definir quiénes seguían nuestras distintas plataformas internas (web, Instagram, Facebook, LinkedIn y base de datos) y qué público podríamos alcanzar a través de medios de comunicación externos (de alcance nacional o local). La prioridad sería el público chileno. Cada sector requería una estrategia diferente.

2.1 Artesanas y artesanos: se detectó que el contacto más cercano con los artesanos se mantiene a través de redes sociales (principalmente Facebook) y vía Whatsapp.

2.2 Audiencia joven: los futuros compradores de artesanías son los actuales niños y adolescentes, y a ellos llegamos a través de los padres y colegios. Por eso, el Área de Comunicaciones fortaleció las plataformas digitales, sobre todo Instagram y el sistema de newsletter, para llegar a una audiencia joven que se sintiera atraída por nuestros contenidos.

2.3 Público con poder adquisitivo: personas que pueden comprar artesanía e influir en pares para aportar a los artesanos provenientes de un mundo vinculado a la cultura o sensible a ella.

Dónde está este público:

***Redes sociales** (principalmente instagram)

***Prensa (papel + digital):** El Mercurio (Sección Cultura, Revista Vivienda y Decoración, Revista del Campo), La Tercera (sección Finde y en su momento las revistas Más Deco y Paula), El Líbero, Capital, DF, Pulso, Emol.

***TV:** TVN, Canal 13, Mega, CHV, CNN.

***Radios:** Infinita, Duna, Cooperativa, Biobío, T13, Pauta, ADN, Beethoven, Universo, Radio Usach, Radio Universidad de Chile.



Cobertura en televisión.

UNA NOBLE TENDENCIA



NADA DE PLÁSTICOS, NI OBJETOS EN SERIE; HOY LA TÓNICA ES DECORAR CON PIEZAS DE ARTESANÍA QUE NO SOLO SON UTILITARIAS, SINO QUE LLEVAN IMPRESA LA NOBLEZA DEL MATERIAL Y DEL TRABAJO MANUAL. DISTINTAS FERIAS INVITAN A ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS Y CONOCER LA HISTORIA DE SUS CREADORES.
 Texto, Soledad Salgado S.

Cada año la artesanía toma un rol más protagonista en la decoración. Basta ver la cantidad de tiendas y agrupaciones que ofrecen sus productos en Instagram, o revisar hasta los catálogos del retail para encontrar piezas hechas a mano. Un fenómeno al que se le pueden encontrar varias explicaciones y que, aunque la pandemia lo dejó en pausa debido al cierre del comercio y la suspensión de ferias, lo que significó un duro golpe para los ar-

tesanos, se ha mantenido vivo gracias al mundo digital. Hoy, con todas las medidas sanitarias, han vuelto las ferias, y entre ellas, las de artesanía tienen bastante éxito, convocando a un público muy transversal. En este sentido, diciembre viene cargado, ya que son varios los encuentros para agendar. A la tradicional 48ª Muestra Internacional de Artesanía UC que este año tiene una versión online hasta el 7, otra de venta presencial del 10 al 12 y una exposición patrimonial de ornamentos corporales (en



CESTERÍA de Georgina Castillo. El bazar de la Muestra de Artesanía UC será en el Centro de Extensión Campus Oriente.

CASA ARTESANA se desarrollará en Sto. Domingo 589, Casa Velasco.

CERÁMICA de Carolina Lainez, presente en la feria de la UNAR, en el Parque Gómez Rojas.



CASA ARTESANA promueve la obra de los creadores miembros de la red de Artesanías de Chile.



RAQUEL AGUILAR presenta sus obras en quineja en la Muestra Internacional Artesanía UC.

enero), se suma también el Primer Encuentro de Arte Popular en Recoleta, de la Unión de Artesanos (UNAR), que se puede visitar este fin de semana y en la que participan 50 cultores. Además, el 11 y 12 está Casa Artesana, propuesta de la Fundación Artesanías de Chile que permite por segunda vez recorrer la emblemática Casa Velasco, ya restaurada, con sus salones ambientados como espacios propios de un hogar con diferentes artesanías. Una experiencia única para asombrarse con creaciones tradicionales y otras piezas innovadoras elaboradas de manera colaborativa entre artesanos y diseñadores.

«Lo hecho a mano ha tomado mucha fuerza en el mundo y las personas no quieren comprar productos industrializados; el consumidor está más consciente e informado y prioriza rodearse de cosas que tienen alta trazabilidad. La pandemia nos permitió estar mucho tiempo en la casa y cuestionarnos la manera de vivir. En eso la artesanía juega un rol importante, porque es identidad», explica la directora ejecutiva de Fundación Artesanías de Chile, Claudia Hurtado.



Para Elena Alfaro, directora del Programa de Artesanía UC, el gusto por estas creaciones se ha fortalecido gracias a la difusión que permite lo digital: «Se ha sensibilizado una mayor cantidad de público, conociendo las historias de los artesanos, a través del relato de la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente. Hay una masa crítica a la

que le interesa el ciclo productivo. Y poder comprar desde la casa ayuda mucho», comenta. Asimismo, la forma en que se presentan los productos ha variado. Su función utilitaria y su belleza se potencian con la puesta en escena, de manera que es más fácil imaginar cómo combinar y disponer la artesanía en los distintos recintos. VD

CERÁMICA DE Quinchamal en este comedor de Casa Artesana: «La artesanía es el verdadero lujo», dice Hurtado.

ARRIBA, ORNAMENTO de la cordelería aymara llamado wolkjoqallo, parte de la Muestra de Artesanía UC.

TRADICIÓN AYMARA

A PROPÓSITO DEL AÑO NUEVO INDÍGENA, LA FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE ACABA DE LANZAR UNA COLECCIÓN DE TEXTILES AYMARAS DE LA ZONA DE ISLUGA, EN COLCHANE. VALIOSAS PIEZAS TRADICIONALES QUE SON UTILIZADAS EN LA VIDA COTIDIANA Y CEREMONIAS DEL PUEBLO, Y QUE CADA DÍA SE TEJEN EN MENOR CANTIDAD.

Texto: Soledad Salgado S. Fotografías: gentileza Fundación Artesanía de Chile.



Más del 50% de la red de artesanos de la Fundación Artesanías de Chile pertenece a algún pueblo indígena, por eso siempre como entidad, y según explica su directora ejecutiva, Claudia Hurtado, han sido partícipes de la celebración del Año Nuevo Indígena, dando a conocer sus tradiciones y saberes. Este año, y como una manera también de destacar el Día de los Pueblos Originarios—declarado feriado nacional—es que le rinden homenaje a la cultura aymara, específicamente a la tradición textil que tejedores y tejedoras desarrollan en Isluga, en pleno altiplano, en un contexto geográfico aislado, situación que les ha permitido preservar con mayor



LA WAYUÑA ES UNA bolsa para portar los granos de quinua que se lanzan durante la siembra, y la talega, mediana, es para granos de consumo.

vigor antiguas costumbres. En este contexto se realizó un trabajo colaborativo con 13 artesanos de esa localidad, a través del Programa Proartesano, para desarrollar la colección Ampara Sawure (Manos que tejen, en lengua aymara), que reúne 16

piezas, las más significativas para ellos, y que lamentablemente en otras localidades de las regiones de Arica y Tarapacá se han dejado de hacer, porque requieren un tiempo de elaboración del que las nuevas generaciones no disponen por las múl-

LA PAWA ES LA ceremonia donde agradecen a la naturaleza y se celebra antes del floreo de llamas y alpacas.



AMPARA Sawure reúne piezas textiles significativas de Isluga.

PARA TEJER en telar de cuatro estacas se utiliza un hueso de llamo que aprieta el tejido.

LA SIEMBRA de la quinua es una ceremonia importante para los aymaras, donde los textiles están siempre presentes.

tiples obligaciones de la vida moderna", dice Hurtado. Detalla que es justamente en Colchane, donde está el poblado de Isluga, donde sí se siguen haciendo estos trabajos milenarios: "Utilizan telares que no se usan en otras zonas: el de cintura y el de cuatro estacas, que datan de la época precolombina. Conocer a los artesanos de esta comuna es una experiencia que permite asombrarnos y admirar el profundo amor y respeto que tienen por la naturaleza, sus animales y tradiciones".

Parte de los textiles que realizan se usan en prácticas de la vida cotidiana, como la celebración del floreo (ritual Uywa K'illipha), en que se identifica el rebano de la familia con aretes y pompones y se hace entrega de crías a los hijos; o la siembra y cosecha de la quinua, momento en que convocan a sus mallkus (cerros protectores) en una mesa ritual sobre textiles lijilla e inkuña para solicitar éxito en la tarea. Llevan una wayuña, bolsita para portar los granos que se lanzan a la tierra, además de la talega, bolsa mediana que sirve para disponer de los granos durante su consumo.

La colección la componen la caja Floreo, que incluye una inkuña, un arete y una faja carnerito, la caja Textiles y Quinua con una talega, una wayuña y una



bolsita de quinua. Además, se venden piezas individuales, como las propias inkuñas, entre las que destaca la uywa inkuña, tejida con fibra de alpaca blanca y líneas finas rojas y que simboliza la fertilidad de la tierra. También hay ankos, adornos para los animales, la sogá mayut'una, hecha con hilos preferentemente de llamo, hondas trenzadas por Ceferino Choque, ganador del Sello de Artesanía Indígena 2020, una wabakayu de lichiuayu, adornos que usan los músicos de lichiuayos (quenas de gran tamaño), y ocho tipos de fajas. Disponible en tiendas y en artesaniadeschile.cl. VD

IMPULSO A LA TRADICIÓN

SEIS LÁMPARAS Y 14 CONTENEDORES COMPONEN LA NUEVA COLECCIÓN "TAÑI MAPU", CREACIONES DE CESTERÍA CONTEMPORÁNEA DESARROLLADAS POR LA AGRUPACIÓN DE MUJERES ARTESANAS DE HUELTELÓLEN, NOCHA MALEN, EN CONJUNTO CON FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE.

Texto, Soledad Salgado S. Fotografías, Artesanías de Chile.



La localidad de Hueltelólen, en Cañete, es una zona reconocida por el trabajo que realizan las mujeres mapuches con la ñocha, planta bromeliácea que crece de manera natural en el sotobosque nativo de este lugar, y que con el tiempo ellas mismas han reproducido en invernaderos o sombreaderos que tienen en sus casas.

Una importante agrupación de artesanas que desarrolla el oficio de la cestería con este material es Nocha Malen (Mujer de ñocha en mapudungún), conformada por 13 mujeres la'kenche de diferentes edades. "Sus madres, sus abuelas y así para atrás, creaban piezas utilitarias -en general, canastos y contenedores para guardar cosas o acarrear

10 VD



LA ARTESANA
Rosa Huaiquibir en su invernadero de ñocha.

LA COLECCIÓN
se compone de 14 contenedores tejidos.

alimentos- y otras piezas ceremoniales, de formas simples y monocromáticas, una de las más comunes era el llepu, una fuente circular que tradicionalmente se usa para limpiar granos", cuenta Claudia Hurtado, directora ejecutiva de Artesanías de Chile. Asimismo, explica que si bien el desarrollo del turismo -que buscaba objetos más decorativos- y el acceso a internet les permitió gene-



LA LÁMPARA
Llepu evoca el cesto mapuche para aventar y limpiar los cereales.

ARRIBA,
al centro, lámpara Kay longko, inspirada en un antiguo recipiente ceremonial.



rar ventas, fue desdibujando la raíz tradicional de su artesanía.

Para rescatar y fomentar este oficio ancestral, durante 2020 el área de Diseño y Desarrollo de productos de Artesanías de Chile comenzó un trabajo colaborativo con Nocha Malen. Por medio de sesiones de capacitación in situ las artesanas fueron recapitulando cuáles eran las formas y diseños antiguos que se habían perdido. De hecho, revisaron piezas patrimoniales que hoy están en sitios como el Museo Mapuche de Cañete y el Archivo del Patrimonio de la UC. Así, en conjunto con el equipo de la fundación dieron vida a la colección Tañi Mapu -"De mi tierra"- que se compone de seis lámparas y 14 contenedores. Una de las creaciones es la lámpara "Olla", inspirada en una cacerola que solía estar en las casas mapuches y en la que se hacían coc-

mientos. Otra de las piezas tradicionales que las inspiraron para crear las lámparas fue el kay longko, un recipiente de fibra que se usaba para ceremonias.

-¿Por qué esta colección en este momento? Porque nos damos cuenta de que en Chile hay una demanda significativa de lámparas hechas en fibra vegetal; ellas tenían experiencia -hicieron hace un tiempo una línea para Pet Lamp-, y si bien pertenecen a la red de la fundación y entregan productos de manera constante a nuestras tiendas, esta es la primera vez que traba-

jamos con ellas en un proyecto de desarrollo de diseño de nuevos productos", indica Hurtado. En todo el proceso, las mujeres fueron acompañadas por la diseñadora Paula Corrales, una de las creadoras de la marca Lamps from Chile.

Elas normalmente venden sus productos a través de su página web nochamalen.cl, en ferias y en las tiendas de la fundación y su plataforma ecommerce. Pero esta colección, al ser un proyecto colaborativo, se encuentra exclusivamente en artesaniadeschile.cl. VD

PARA LOGRAR
colores se usa anilina, porque la fibra no absorbe los tintes naturales.

LA ADUJA
consiste en amarrar un espiral a partir de fibra vegetal que luego se va embarnando con otra fibra, como la ñocha.

VD 11

2.4. Público masivo que pueda reconocer el trabajo que está haciendo la fundación:

Dónde está este público:

***Diarios regionales**

***Redes sociales (especialmente Facebook)**

***Comunicación masiva en vía pública:** pantallas de la empresa Massiva, pantallas de Metro de Santiago, Tarjeta Bip! con el logo de Artesanías de Chile.

2.5 Influencers o embajadores: A partir de 2018 se empezó a generar alianzas y/o solicitudes de apoyo a personas/entidades amigas de la fundación, a quienes, de manera frecuente, se les pide compartir en sus respectivas plataformas (redes sociales, sitios web, newsletter) nuestros comunicados, contenidos, acciones y oferta de productos.

***Embajadores:** Virginia Demaria, Soledad Onetto, Humberto Sichel, Javiera Díaz de Valdés, Felipe Braun, María Gracia Subercaseaux.

***Entidades amigas:** gabinete Primera Dama, ministerios, Conadi, Indap, entre otros.

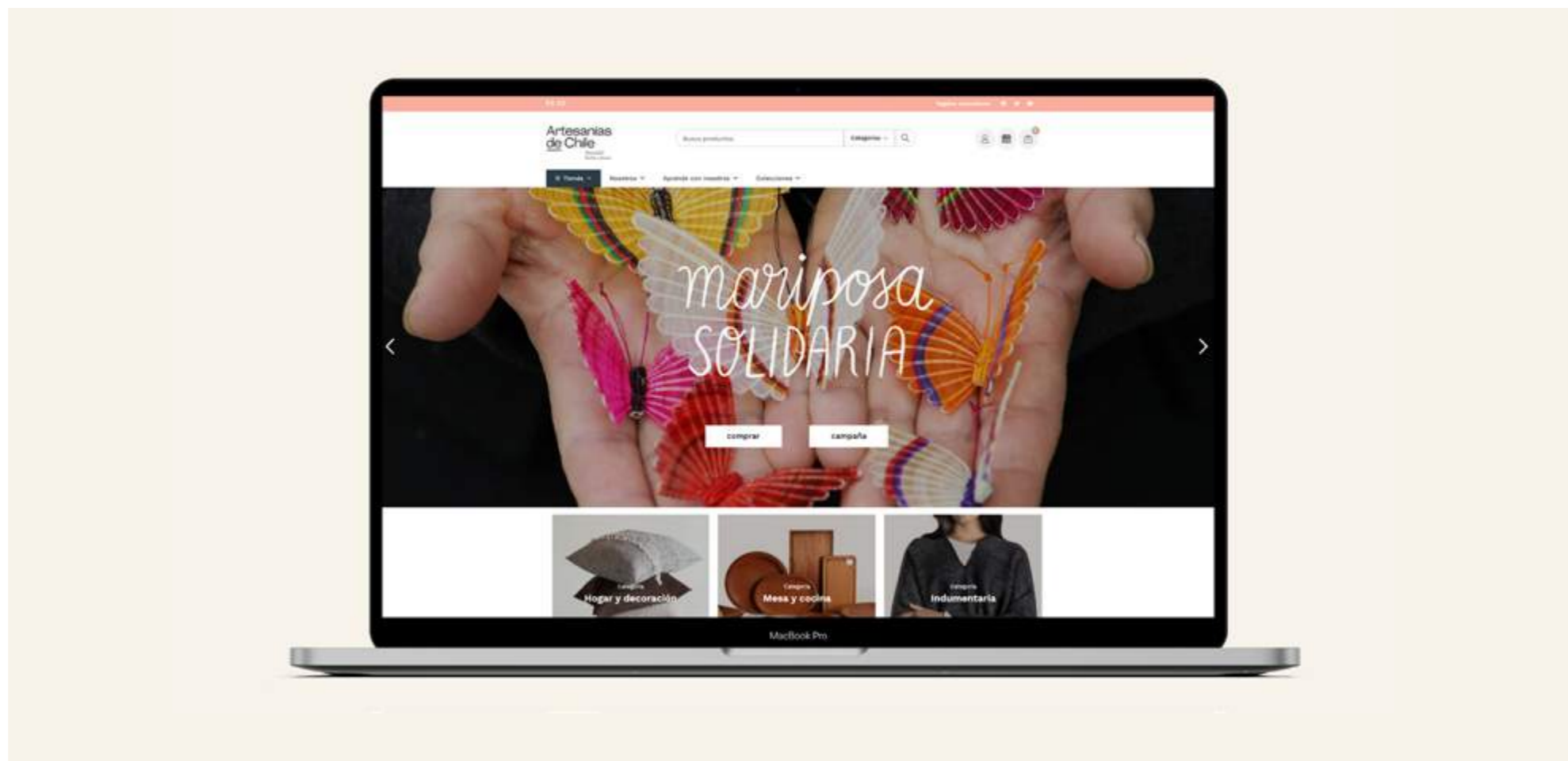
***Socios comerciales + empresariales:** Falabella.com, Banco de Chile, BMW, Depto 51 (tienda online de decoración), La Casa de Juana (corredora de propiedades).



3.- Nuevo sitio web

Hasta marzo de 2018, el sitio web de Artesanías de Chile era un portal institucional con un precario y poco atractivo ecommerce. Por lo tanto, se consideró realizar un nuevo sitio que aunara distintos objetivos: explicar qué es la fundación, su misión y objetivos; convertirse en el principal sitio para informarse acerca de oficios artesanos tradicionales en Chile; y tener la más completa tienda online de artesanía chilena.

Para ello, se desarrollaron sitios temporales con miras al lanzamiento del definitivo, que se estrenó en agosto de 2020. A diferencia de la página anterior, en el nuevo sitio web el visitante de www.artesantiasdechile.cl puede comprar, pero también conocer, aprender y viajar por los distintos territorios artesanos. El sitio se lanzó con mil 500 productos, cada uno con su respectiva reseña, donde se da cuenta del artesano autor, técnica, territorio y oficio. Esto significó, además, fotografiar los mil 500 productos, lo que se tradujo en realizar más de 5 mil fotografías en plena pandemia. Hasta la fecha se han elaborado más de mil 700 reseñas para los productos del Área Comercial y se han publicado 43 textos de oficios que explican la historia y las particularidades de cada uno, según el territorio donde se llevan a cabo.



Durante el año 2021 se mejoró la navegación y avanzó en el desarrollo de nuevas secciones que se estrenaron en enero 2022: la revista digital Vive la Artesanía, que incluye entrevistas, reportajes, guía de recomendados y también de viajes; y Colabora, sección del sitio web donde personas interesadas en aportar a proyectos específicos de artesanos pueden hacer donaciones.



43 textos de oficios se han publicado en nuestra web para explicar la historia y particularidades de cada uno según el territorio donde se lleva a cabo.

VIVE LA ARTESANÍA

ENTREVISTA

Carolina Delpiano:
“En Chiloé la artesanía es cultura viva en casi todas sus casas”

Su carácter multifacético la ha llevado por aventuras donde la artesanía casi siempre ha estado presente. De hecho, fue la cabeza creativa de la nueva tienda de Artesanías de Chile en Casacostanera

POR LORETO TAGLE
18 DE AGOSTO DE 2021



—¿Cuál es tu primer recuerdo de una artesanía chilena?

—Todos los veranos mis papás nos subían a la Citroneta y partíamos a acampar a Angol. Lo más emocionante del viaje era cuando, ya casi llegando, parábamos en Nacimiento y cada hermano podía elegir un cántaro. Hoy la cerámica de Nacimiento desapareció y extraño sentir la suavidad de esos esmaltes, las líneas del torno debajo de ellos.

—¿En qué piensas cuando escuchas “artesanía chilena”?

—En formas suaves y calentitas que tomas entre las manos y que casi siempre tienen formas de animales: jarros pato, chanchitos de muchos materiales, pájaros de cestería y peces que sirven de platos.

—¿Qué oficio artesano te gustaría aprender?

—Me gustaría aprender a hacer unas piezas gordas de Quinchamalí, y después deleitarme rasguñándoles flores y paisajes por todas partes.

—¿Cuál oficio crees imposible de aprender?

—Tejer con crin de caballo, no creo que tenga paciencia ni vista. Me parece admirable.

—¿Tienes una pieza de artesanía que guardes como reliquia?

—Tengo un vestido mexicano bordado que me regalaron a los 18 años, y que, mucho zurcido mediante, todavía uso cada verano.

—¿Qué artesanía le regalarías a un extranjero?

—Una manta cacique o una arpillera bordada.

—¿Qué pueblo originario te llama la atención o



VIVE LA ARTESANÍA

Reportajes · Entrevistas · Guía de viaje · Colecciones · Recomendados



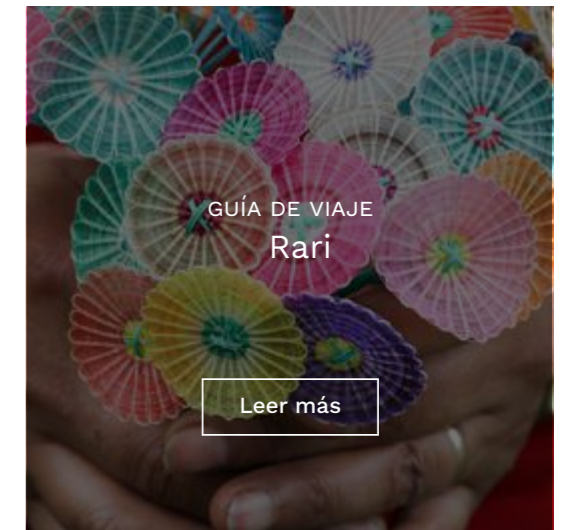
Guía de viaje

La importancia que ha ido tomando la artesanía en los últimos 40 años y su desarrollo a nivel local e internacional ha sido motivo de discusión y reflexión en distintas instancias, con la intención de establecer la relevancia de las prácticas artesanales -y de los conocimientos ligados a ella-, tanto para las comunidades como sus territorios.



GUÍA DE VIAJE
Pomaire

Leer más

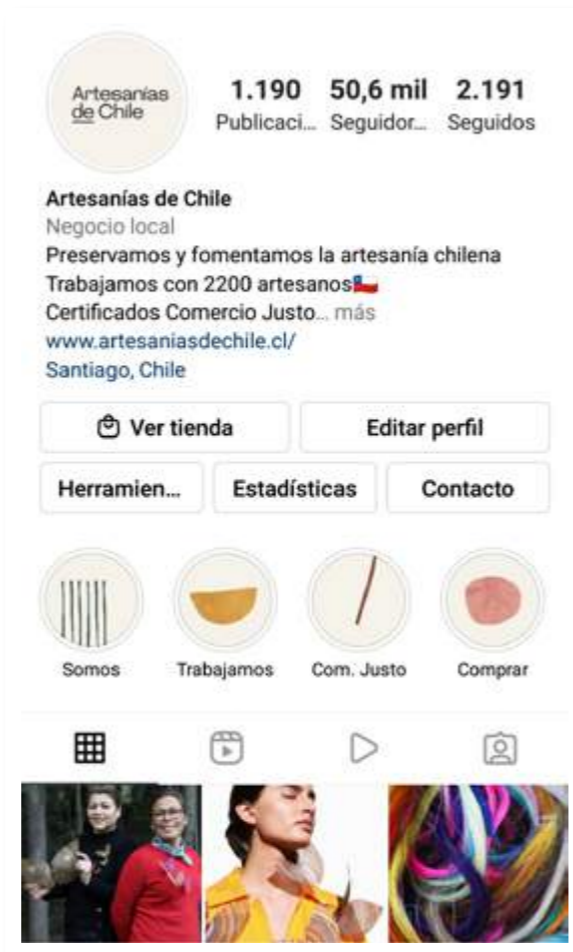


GUÍA DE VIAJE
Rari

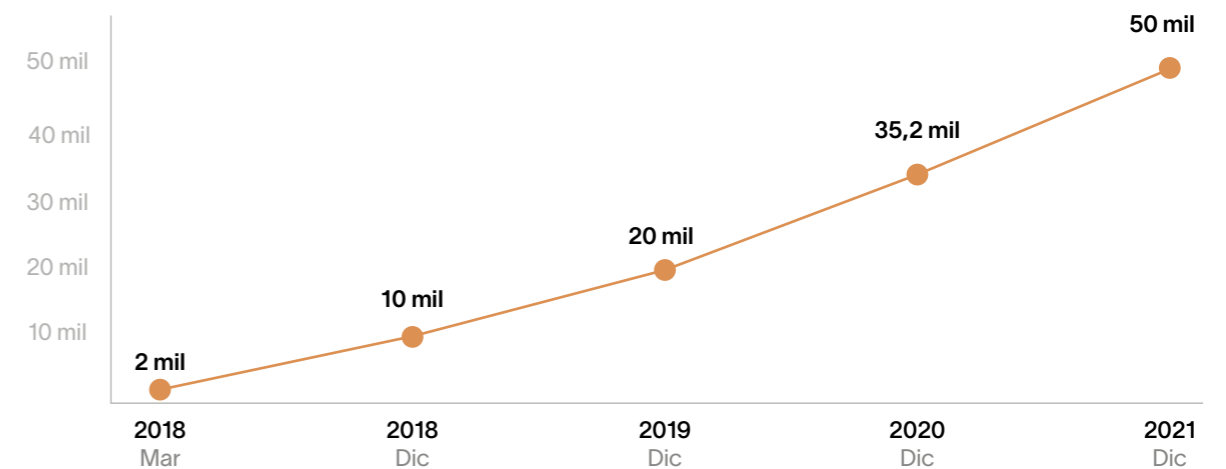
Leer más

4.- Desarrollo de contenidos en Instagram

Mientras se desarrollaba el nuevo sitio web de la fundación, y considerando que dentro de las redes sociales Instagram era la más utilizada, hasta mediados de 2020 decidimos usar @artesaniadeschile como canal de comunicación oficial de la fundación. Para ello, diseñamos una estrategia que amarrara arte, diseño y fotografía con el relato. Las historias de los artesanos, territorios, materias primas, procesos productivos y finalmente de las piezas artesanas las empezamos a comunicar por Instagram. Una plataforma donde se le ha dado particular importancia a la belleza de las imágenes. Los logros de estrategia, implementada desde 2018, se pueden comprobar en el aumento sostenido de seguidores y el reconocimiento que hoy tiene Artesanías de Chile como marca en esta red social. En marzo de 2018 la cuenta tenía dos mil seguidores. Al cabo de 8 meses (diciembre de 2018), estos ya sumaban 10 mil. En diciembre de 2019, 20 mil y al cierre de 2020, 35 mil 200 seguidores. El año 2021 cerró con 50 mil seguidores.



SEGUIDORES INSTAGRAM





En cuatro años la cuenta de Artesanías de Chile en esta red social se convirtió en un canal de influencia e incluso en una nueva vía de venta de artesanía.

5.- Campañas comunicacionales y de sensibilización

Acercar la artesanía a todos los chilenos no solo ha requerido una definición de públicos, audiencias y canales de comunicación, sino también una estrategia que permita condensar, en campañas comunicacionales específicas, el trabajo hecho por la fundación a nivel general y el tono o mirada que ha ido instalando de la artesanía: una donde los oficios son importantes, valiosos y están vivos, y los artesanos y la artesanía son un tesoro por conocer, fomentar y preservar. Para ello se han definido diversas campañas comunicacionales, siempre ligadas al Área Comercial y traducidas visualmente por el Área de Diseño, Arte y Fotografía.

“Lo que no se conoce, no se valora y no se cuida”. Bajo la certeza de esta frase, desde 2018 se decidió que toda comunicación para fomentar la venta de artesanía agregara valor a sus mensajes. La idea de fondo sería sensibilizar acerca del valor patrimonial y cultural que tienen los oficios artesanos, como expresión de las distintas identidades que hay a lo largo de Chile.

Algunas campañas comunicacionales desarrolladas desde 2018 a la fecha:

1. Sí a las fibras vegetales, no al plástico
2. Septiembre a todo chancho
3. Verano artesano
4. Amor artesano
5. La artesanía nos une
6. Unidos por los Artesanos
7. Artesanía es cultura. Artesanía es patrimonio. Artesanía es identidad.
8. Colección Chal
9. Hilo Hecho a Mano
10. Artesanía Solidaria
11. Artesanos de Gobiernos Regionales

150 entrevistas a artesanos han sido gestionadas entre 2018 y 2022 por el Área de Comunicaciones AdC para difusión en canales de la fundación y en medios tradicionales.





Sin embargo, entre ellas destacamos particularmente dos:

CAMPAÑA

Sí a las fibras vegetales, no al plástico

Esta campaña nació en 2018 cuando, tras la prohibición -por ley- del uso de la bolsa de plástico en los grandes comercios, la fundación aprovechó la oportunidad para reposicionar la *pilwa*, bolsa Mapuche tejida con fibra vegetal de chupón. Una pieza de gran tradición, sustentable y que al comprarla, fomentaba el oficio de la cestería en los artesanos que se dedican a su confección. Tras hablar de la *pilwa*, la fundación decidió pasar de hablar de "Sí a la pilwa, no al plástico" a "Sí a las fibras vegetales, no al plástico", como una forma de sensibilizar sobre la oportunidad de rescatar el patrimonio artesano elaborado con fibras vegetales en nuestro país. La campaña fue relanzada en enero 2021.



CAMPAÑA

Unidos por los Artesanos

Ante el cierre de tiendas, suspensión de ferias y casi nulo movimiento de turistas debido a la pandemia, artesanas y artesanos de todo Chile se vieron fuertemente afectados, sin espacios para vender sus piezas. En apoyo al sector, en julio de 2020 Fundación Artesanías de Chile lanzó la campaña Unidos por los Artesanos, 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.artesaniasdechile.cl.

Para difundir estas campañas en distintos espacios públicos, durante estos cuatro años, también se ha realizado un fuerte trabajo de gestión comunicacional que ha permitido vincular a la fundación con grandes entidades, generar alianzas con ellas y así lograr mayor alcance de público y llegar a nuevas audiencias. A continuación, el detalle de campañas realizadas con Massiva, BIG Magazine, Metro de Santiago, Aeropuerto Nueva Pudahuel y el centro comercial Casacostanera.

Massiva: acogiéndose al porcentaje de visibilidad que esta empresa de comunicación en vía pública entrega a fundaciones o entidades sin fines de lucro, entre 2018 y 2021 la fundación ha postulado, y logrado en más de tres ocasiones, la difusión de videos de Artesanías de Chile en las pantallas



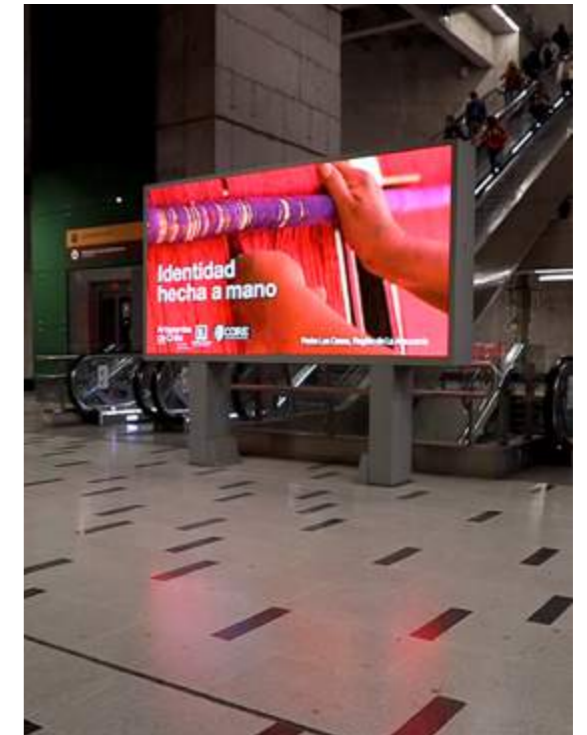
disponibles en Santiago (presentes también en Metro de Santiago) y en regiones.

BIG Magazine: en 2021 el equipo de BIG Magazine, por encargo de Artesanías de Chile, realizó 16 videos de diez segundos para ser exhibidos en las pantallas grandes del Metro de Santiago. En ellos se muestran a artesanas y artesanos, territorios, materias primas, procesos productivos y artesanía de diversas provincias de Chile. En marzo de 2022 comenzarán a circular otros 16 videos, para dar a conocer los oficios de nuevas localidades.

Metro de Santiago: en septiembre de 2021 se lanzó una edición limitada de 10 mil tarjetas Bip! con el logo de Artesanías de Chile, las que estuvieron disponibles en las boleterías de las 27 estaciones de la Línea 1. Dos semanas después del lanzamiento, se agotó el stock.

Aeropuerto Nuevo Pudahuel: desde 2020 en adelante, y tras obtener el apoyo de gobiernos regionales para aumentar el Fondo de Compras, la fundación ha elaborado una serie de videos de corta duración (10 segundos) para dar a conocer a las artesanas y artesanos de dichas regiones, su territorio, materias primas y los procesos productivos de sus oficios. Estos videos, que han sido exhibidos en el Metro de Santiago, también han circulado en las pantallas del aeropuerto Nueva Pudahuel, en la capital.

Centro Comercial Casacostanera: para la apertura de la nueva tienda en diciembre 2020, durante un mes el centro comercial hizo rotar un video de la fundación en una de sus pantallas gigantes.



6.- Definir los valores que queremos comunicar a través de los oficios artesanos

Otro de los ejes del Área de Comunicaciones ha sido construir un relato donde el objetivo de la fundación es acompañar a los artesanos en sus procesos de fortalecimiento y crecimiento. Porque queremos que ellos, por sus múltiples cualidades y talentos, salgan adelante y no dependan exclusivamente de nosotros. Empezamos a dejar de usar conceptos y palabras que los menoscababan, con el fin de erradicar la mirada asistencialista que históricamente ha existido, reemplazándola por una que los dignifica y empodera, haciéndolos sentir personas valiosas y orgullosas de sus trabajos y oficios.

De ahí que definimos, desde comunicaciones, una serie de valores que buscamos traspasar en toda pieza de difusión:

- 1. SOMOS COMERCIO JUSTO.** 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.
- 2. RESPETO.** Dignificamos el talento artesano: contamos su historia, mostramos el arduo proceso productivo de una pieza hecha a mano, y honramos el conocimiento heredado de generación en generación.
- 3. TRANSPARENCIA.** Pagamos el Precio Justo: enseñamos a los artesanos a cobrar por su trabajo.
- 4. SOLIDARIDAD.** Somos gestores de cambio: acompañamos a los artesanos en el descubrimiento de sus talentos y de las herramientas que poseen para abrirse camino.
- 5. EQUIDAD.** Construimos redes: generamos vínculos cercanos con los artesanos basados en la confianza y la libertad.



María Cristina Cotre, artesana Mapuche. Huentelolén, Región del Biobío.

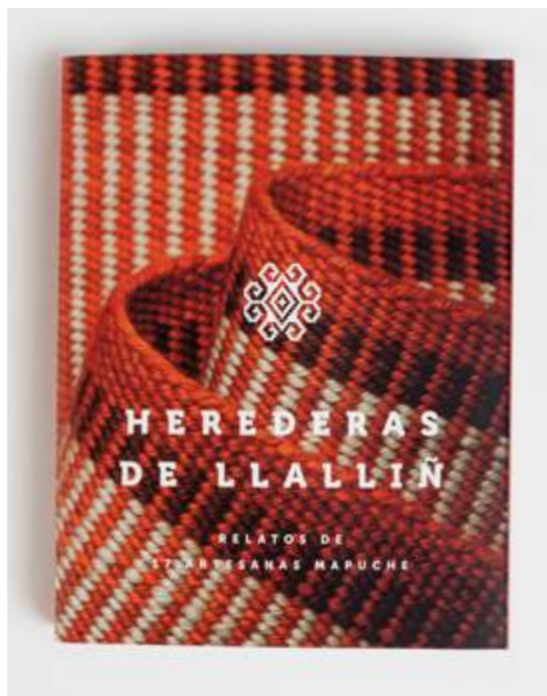


7. Desarrollo de línea editorial

En 2018, una de las estrategias comunicacionales que se plantearon para acercar la artesanía a todos los chilenos fue el desarrollo -en los siguientes cuatro años- de una editorial propia de la fundación. El objetivo sería publicar libros de historias de oficios, de artesanas y artesanos, y de metodologías propias de la fundación. Entre 2018 y 2022 se han editado los siguientes libros:

1. Herederas de Llallín:

Este libro recoge las historias de las 17 artesanas que participaron en el proyecto homónimo impulsado por la fundación, de rescate de mantas patrimoniales por parte de textileras Mapuche de los sectores de Cholchol y Padre Las Casas, en la Región de La Araucanía. Lanzado en diciembre de 2019.



entonces. Ella había recopilado esos tejidos por una natural vocación antropológica, por gusto", relata Azócar. Ha habido otras compras posteriores hasta llegar a reunir más de dos centenares de valiosas piezas.

"Algunas de ellas impresionan por la fineza del tejido y lo elaborado del diseño. Hay que pensar que estas señoras dibujaban en sus cabezas lo que tejan, sin molde, sin patrón, y lo hacían con una simetría perfecta. Las artesanas que nos visitaron estaban impresionadas de conocer la perfección que conseguían sus ancestros. Son personas que tienen expertise y reconocían la calidad de lo que estaban viendo. Hablaban de la delicadeza de los tejidos y de la variedad de los colores. Fue emocionante el trato que dieron a los tejidos, el respeto, la admiración. Es muy importante que las artesanas puedan acceder a este patrimonio, porque son ellas quienes más y mejor pueden comprenderlo".

Miguel Ángel está al tanto de que parte de este arte se está perdiendo, de ahí la relevancia de esta iniciativa. "Es crucial que esto se siga haciendo, traspasando el conocimiento para que no se pierda la identidad de lo antiguo. Hoy el huinca conoce la manta ñimin, la con diseños verticales, que suele ser negra con blanco. En esta colección hay una magnífica, la 11.467", dice, preciso y conocedor de las joyas que ha debido cautelar, así como su nomenclatura de registro interna, porque este antropólogo que está, como dijimos, ad



"ESTAS SEÑORAS DIBUJABAN EN SUS CABEZAS LO QUE TEJÍAN, SIN MOLDE, SIN PATRÓN, Y LO HACÍAN CON UNA SIMETRÍA PERFECTA", DICE EL ANTROPÓLOGO MIGUEL ÁNGEL AZÓCAR.

portas de la jubilación, es un genuino admirador de la cultura mapuche. De ese amor, no se jubila.

Afirma: "Yo empatizo siempre con la cosa indígena, desde que partí trabajando. No me interesa la arqueología, sino la antropología, que te permite mirar a los ojos a los pueblos vivos. Eso te entrega otra mirada de la historia de Chile. Te sirve para valorizar lo propio, para apreciar cómo con recursos tan limitados, en medio de una geografía extrema, hubo desarrollos notables de una riqueza y un pensamiento increíbles. La mapuche es una cultura oral. Si los primeros cronistas hubieran podido hacer un registro de esa oralidad, quizás qué historias habrían recogido, por eso entender lo que cuenta la textilera mapuche es tan crucial". Son estos mensajes en lana los que no podemos dejar de leer.



Las artesanas de Cholchol y Padre Las Casas en el frente del MNHN.

2. La memoria de las manos:

En 2015 Artesanías de Chile se embarcó en un programa inédito; el Proyecto Educativo Artesanías en tu Región. Su fin fue contribuir al conocimiento, valoración y preservación del patrimonio artesanal de Chile, y la sabiduría de artesanas y artesanos de zonas rurales. El libro reúne la conmovedora experiencia acumulada en sus cinco primeros años: semanas educativas realizadas en 38 establecimientos educacionales de norte a sur, donde cientos de niñas, niños y adolescentes aprendieron activamente sobre oficios propios de sus localidades. Sus páginas incluyen imágenes de las exposiciones montadas en sus escuelas, talleres dictados por maestras y maestros, y una exposición final donde los estudiantes exhibieron piezas de su autoría. Todo narrado en la voz de artesanas y artesanos, educadores y estudiantes, quienes relatan cómo con sus manos fueron construyendo parte de esa herencia que, hasta entonces, les era desconocida. Lanzado en enero de 2022.



Gabriela García, Maestra afuera de Quinchamal, Región del Bío Bío

Educación Pública que tienen que venir por entregas, entre otras cosas, una educación integral y con pertinencia local, estamos lejos todavía de lograr un cambio significativo en el sistema educativo al respecto.

Es de interés señalar que algunas instituciones como la UNESCO promueven diversas acciones y estudios a nivel regional para incentivar la educación sobre el patrimonio local en las escuelas. En un trabajo publicado el año 2002, donde se recoge el resultado de un proyecto sobre patrimonio y cultura local llevado a cabo en establecimientos educacionales de la V y X regiones, se menciona que "...para que los aprendizajes sean significativos tienen que ser culturalmente pertinentes, eso es, deben originarse a partir de la cultura cotidiana de los estudiantes y de sus familias", añadiendo que "...en un país que se abre a la globalización, se requiere generar en niños y

jóvenes procesos de aprendizaje que partan de la valoración de lo propio y de lo cercano". Un aprendizaje pertinente es, pues, aquel que resulta culturalmente significativo para el sujeto que aprende y desde allí poder ampliar su comprensión hacia un mundo diverso y global (Hévia, Herms y Peñafiel, 2002). De esta manera, para el proyecto educativo es de gran pertinencia utilizar como estrategia la educación patrimonial para resignificar y reconstruir los conocimientos de toda la comunidad educativa.



3. Herederas de Isluga:

Este libro recopila las historias de las 18 artesanas Aymara que participaron en el desarrollo de dos colecciones impulsadas por Artesanías de Chile en la Región de Tarapacá durante 2021: una de accesorios tejidos con técnicas tradicionales -trenzado y telar de cintura- y otra de indumentaria. En 236 páginas los relatos de vida de estas mujeres, que están acompañados de hermosas fotografías, permite comprender y poner en valor la riqueza de la textilería Aymara tradicional, heredera de saberes precolombinos -que se mantiene viva al interior del altiplano, sobre todo en los alrededores de la localidad de Isluga-, el cambio que ha ido experimentando con el pasar del tiempo, y el anhelo por parte de las artesanas de que su cultura se preserve a futuras generaciones.



INTRODUCCIÓN / 25

A primera vista Isluga parece uno más de los tantos caseríos del interior: uno donde hay que tener suerte para encontrar a alguna persona caminando. El viento levanta estelas de polvo que chocan contra las paredes de su iglesia, que está rodeada de casas con ventanas tapadas con piedras y puertas de tonos fuertes -verde, azul, cian- cerradas con candados. Es que dado su carácter ritual, el poblado de Isluga permanece deshabitado casi todo el año, a excepción de ocasiones especiales como fiestas, conmemoraciones y carnavales, fechas cuando se llena de gente, música y bailes. En esas fechas allí confluyen aymaras que viven en poblados cercanos, entre ellos Colchane, Enxueiga, Central Citani, Cariquima, Escapiña, Pisiga Choque, Pisiga Centro y Carpa, pero también en pueblos ubicados valle abajo, como Pozo Almonte y Huara, y ciudades como Alto Hospicio e Iquique. ¿La razón? Para el mundo aymara Isluga es un espacio cultural referencial que guarda un tesoro único del patrimonio textil. Hoy es prácticamente el único lugar en territorio chileno donde los textiles tradicionales aymara se preservan con total fidelidad y vigor, y mantienen, en su diseño y formas de tejer, técnicas heredadas de tiempos prehispánicos: en esta zona todavía hay tejedoras y tejedores que continúan con la práctica y transmisión de su saber, hilando el vellón a mano y tejiendo con telares "de cintura" y "de cuatro estacas", propios de la tradición precolombina, donde tejen piezas

Herederas de la cosmovisión proveniente de las culturas andinas prehispánicas, las dieciocho artesanas que protagonizan este libro son mujeres aymara, pueblo que desde hace miles de años ha desarrollado su vida en un entorno difícil: el altiplano del extremo norte de Chile, a más de 4.000 metros sobre el nivel del mar. Aunque comparten hermandad con sus pares en Bolivia y Perú, en territorio chileno hoy el pueblo aymara vive principalmente en las regiones de Arica y Parinacota y de Tarapacá. Pero es particularmente en esta última donde, muy cerca de la frontera con Bolivia, se encuentra la localidad que marca fuertemente su tradición textil: Isluga, centro ceremonial que hoy forma parte de la comuna de Colchane. Las dieciocho artesanas que protagonizan este libro tienen un lazo profundo con esa tradición y de ahí que este libro se llame Herederas de Isluga.



4. Proartesano 2021 | Semillas de Cambio:

Por medio de distintos convenios, al año Artesanías de Chile capacita a lo menos a 200 artesanas y artesanos en todo el país. A este programa de capacitaciones desde 2020 se le llama Proartesano. Junto con las capacidades adquiridas en estas instancias, el programa ha generado en artesanas y artesanos cambios profundos a nivel personal, que describen como "semillas de cambio", que los han llevado a reconocer el valor de sus oficios y también de sus propias historias. Este libro que se lanzará en marzo de 2022, recoge 17 de esas experiencias.





5. Pequeños libros de artesanía:

Como parte de las estrategias para acercar la artesanía a todos los chilenos, en conjunto con el Área de Diseño, Arte y Fotografía de la fundación se han editado tres productos editoriales que funcionan como merchandising, a un precio accesible, y que permite dar a conocer los oficios, el uso de artesanía y las fechas más importantes para el mundo artesano en Chile:

a. Recetario Artesano: editado en septiembre de 2020, este pequeño libro recopila recetas chilenas hechas por la cocinera Antonia Caffati destacando el uso de utensilios artesanos: fuentes, ollas, cucharones, tablas, entre otros. El objetivo de esta edición fue incentivar el uso de la artesanía en la cocina, junto con el rescate de recetas tradicionales.

b. Ilustraciones Artesanas: una de las formas de acercar la artesanía a todos los chilenos -y sumar nuevas audiencias- ha

sido el desarrollo, desde 2018 en adelante, de ilustraciones que permitan comunicar hitos o efemérides importantes para las artesanas y artesanos, realizadas por la ilustradora chilena Camila Ortega (@cremacatalana_). A finales de 2021 se editó este pequeño libro coleccionable que recopila buena parte de ellas.

c. Calendario Artesano: siguiendo la línea del libro Ilustraciones Artesanas, en enero de 2022 se edita un calendario anual que destaca las fechas más importantes del año para el universo artesano con las ilustraciones que ha hecho Camila Ortega para Artesanías de Chile.



8.- Dar a conocer la fundación fuera de Chile

Si bien la misión de la fundación durante estos cuatro años ha sido acercar la artesanía a todos los chilenos, desde un inicio se tuvo presente postular a ferias o instancias que permitieran dar a conocer su trabajo y rol a nivel internacional. Dentro de ellos, el hito más importante fue el reconocimiento realizado por Unesco a Artesanías de Chile en 2020.

8.1. Reconocimiento Unesco a Artesanías de Chile como ONG acreditada.

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, Artesanías de Chile fue elegida entre las 36 ONGs 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.



Sofía Leticia Suárez Nahuel, artesana Mapuche. Nueva Imperial, Región de La Araucanía.

Área Diseño, Arte y Fotografía



En 2018, tras 16 años sin un equipo de diseño que velara por la visualidad de la fundación, se creó el Área de Diseño, Arte y Fotografía, privilegiando un trabajo estético y sensible realizado por una subdirectora de Arte, dos diseñadoras, un fotógrafo y una visual (a cargo de las tiendas). El desafío ha sido diseñar una estrategia que consolide la misión: **acercar la artesanía a todos los chilenos a través de la visualidad, haciéndola nuestra embajadora y generando mayores y mejores oportunidades de comercialización para los artesanos, con la visión de reposicionar a Artesanías de Chile como el referente nacional de artesanía de excelencia.**

Objetivo general:

Crear el Área de Diseño, Arte y Fotografía

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia de diseño que incluye:

- 1.- Nueva Imagen de Marca
- 2.- Comunicación visual de tiendas y ferias
- 3.- Desarrollo gráfico de campañas y colecciones
- 4.- Ecommerce
- 5.- Redes Sociales

1.- Nueva Imagen de Marca

Tras un largo trabajo de conceptualización se desarrolló una nueva imagen de marca, en la que el logo de la fundación ya no tiene isotipo (la antigua mano que levantaba las estrellas), sino que está construido a partir del nombre; logotipo "Artesanías de Chile". El criterio para tomar esta decisión fue que el nuevo logo resultara atemporal, lo que permite que su vigencia perdure fresca por años. Esta imagen de marca fue estrenada junto con el lanzamiento de la nueva web de la fundación, a mediados de 2020.



Artesanías de Chile

Identidad
hecha a mano.





Logotipo antiguo versión color negro



Logotipo nuevo oficial



Logotipo para uso con empresas



Logotipo antiguo versión vertical a color



Logotipo versión simplificada



Logotipo versión alargada

2.- Comunicación visual de tiendas y ferias

Otro diagnóstico realizado en marzo de 2018 fue que las tiendas de la fundación tenían una puesta en escena desprolija que, por consecuencia, no reflejaba la calidez y calidad propia de las piezas de artesanía chilena. Desde esa realidad, la tarea del área fue posicionar a Artesanías de Chile como una marca de excelencia, realizar montajes en las tiendas y producir ferias con una estética cuidada y fina, que se vinculara con la nueva imagen que se estaba construyendo.



Tienda Artesanías de Chile. Casacostanera, Región Metropolitana.



La Casa Artesana. Casa Velasco, Región Metropolitana. Noviembre, 2021.



La Casa Artesana. Casa Velasco, Región Metropolitana. Noviembre, 2021.

3.- Desarrollo gráfico de campañas y colecciones

Desde 2018 en adelante, el Área de Diseño, Arte y Fotografía ha trabajado de la mano con el Área Comercial y también el Área de Comunicaciones para ir generando material gráfico de cada nueva colección y campaña de venta. En términos de producción, esto ha exigido al Área de Diseño sistematizar la siguiente cadena de trabajo: definir una dirección de arte para las distintas líneas de fotografía (ecommerce, redes sociales, territorios, etc), fotografiar cada producto que llega a la fundación, generar un sistema de archivo de imágenes basado en códigos sku, desarrollar propuestas gráficas para cada campaña, diseñar su respectivo catálogo y newsletter, elaborar una propuesta de grilla para redes sociales y editar videos reel para difusión de lanzamientos.



Ampara Sawure
Colección de Tejidos Tradicionales de Isluga

Artesanías de Chile

4.- Ecommerce

El Área de Diseño, Arte y Fotografía definió una línea estética y de diseño para la nueva tienda online que se lanzó a mediados de 2020. Para ella, hasta la fecha se han realizado más de 10 mil fotografías de productos.





5.- Redes Sociales

La estrategia de redes se trabaja en conjunto con el Área de Comunicaciones. Desde Arte, Diseño y Fotografía la tarea ha sido sintetizar de manera visual el relato de la planificación comunicacional, a través de gráficas, bodegones de productos y registros fotográficos de artesanos, territorios, materias primas y procesos. Además, en 2019 se suma a la fundación un personaje ilustrado, llamado Hortensia, que tiene por objetivo comunicar de manera lúdica los mensajes, celebraciones y efemérides de la fundación.





Sofía Leticia Suárez Nahuel, artesana Mapuche. Nueva imperial, Región de La Araucanía.



Retrato de
artesanas y artesanos



Territorio



Materia
prima



Proceso
productivo



Proceso
productivo



Producto

NUESTRA MISIÓN

Preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena, promoviendo la integración de artesanos y artesanas en los procesos de desarrollo sociocultural y económico del país.

Artesanías de Chile

Pilares AdC

"Que el espíritu de la artesanía nos una para fomentar la dignidad y el respeto por los artesanos de Chile."

Artesanías de Chile

Citas y reflexiones



Talleres

"La artesanía nos entrega el rostro y el alma de Chile, de su identidad y de su diversidad"

Fidel Sepulveda

artesanía es

Patrimonio

Conceptos



Ilustraciones
Camila Ortega



Ilustraciones
Camila Ortega



Área Cultura



En 2018 un primer diagnóstico arrojó que, si bien el equipo de Cultura estaba formado por varios integrantes, las sub áreas de esta unidad no trabajaban de manera cohesionada. En la práctica esto resultaba ser un freno, ya que, como Área de Cultura, no lograban desarrollar una propuesta coherente, vinculada entre ellos y que, por lo mismo, resultara potente. Para revertir esta situación, se decidió **diseñar e implementar una estrategia de programación cultural que acercara la artesanía a todos los chilenos generando mayores y mejores oportunidades de difusión y promoción para artesanas y artesanos.**

Objetivo general:

Potenciar el Área de Cultura

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia de desarrollo y crecimiento del área que incluye:

- 1.- Nueva estructuración del área
- 2.- Alianzas con instituciones públicas y privadas
- 3.- Refrescar la oferta de programación cultural
- 4.- Digitalización de los contenidos y actividades culturales
- 5.- Formalización del departamento de Patrimonio
- 6.- Creación Artesani@s
- 7.- Creación del Programa de Mentorías para Docentes
- 8.- Creación de la Casa Museo Artesanías de Chile en Casa Velasco

1.- Nueva estructuración del área

Tras un largo proceso de reestructuración, el año 2020 se logró organizar el área, definiendo objetivos, tareas y desafíos a abordar.

El Área de Cultura está conformada por las siguientes subáreas:



Educación

Unidad encargada de formular programas pedagógicos que pongan en valor la artesanía y cuenten con la participación de artesanos. Además, se contempla su gestión con establecimientos educacionales y ejecución con el equipo de mediación.

Patrimonio

Departamento encargado de custodiar la Colección Patrimonial de la fundación y de otras instituciones (que han sido traspasadas a Artesanías de Chile por medio de convenios). Esta unidad debe realizar tareas de documentación, conservación y mantención de las piezas, difusión de ellas a través de exposiciones, y gestionar consultas al depósito.

Programación

Su función es gestionar actividades que vinculen a artesanas y artesanos con diferentes públicos. Esta programación se define, a su vez, siguiendo las directrices generales de la fundación (ej: vincular talleres con ciertos oficios que están siendo más visibilizados por el Área Comercial). Esta sub área también coordina al equipo de mediación.

Territorios

Desde 2020 el Área de Cultura también presta servicios al Área de Desarrollo. En ciertos módulos del programa Proartesano, un integrante del equipo hace un traspaso de conocimientos acerca del origen y riqueza de los oficios a los artesanos, para que los incorporen como una herramienta para dar a conocer su trabajo.

2.- Alianzas con instituciones públicas y privadas

Con el fin de acercar la artesanía y a sus cultores a todos los chilenos, entre 2018-2022 el Área de Cultura se propuso aumentar las audiencias y fidelizar nuevos públicos. Para esto, se han implementado estrategias de vinculación con instituciones a través de convenios de cooperación que se detallan a continuación.

Dirección de Asuntos Culturales de la Cancillería (DIRAC): postulación anual a los fondos concursables de embajadas, para proyectos de activación del valor de la artesanía tradicional, ya sea a través de ferias o exposiciones en el extranjero. Entre 2018 y 2022 se han realizado 11 acciones de difusión internacional -entre exhibiciones, talleres y ferias- en cinco países: Guatemala, Guayana, Honduras, Israel y Estados Unidos.

Banco Estado: en diciembre de 2019, en el hall central del edificio de Banco Estado, se monta la exposición Nacimientos: Navidad hecha a mano: diez pesebres hechos por artesanas y artesanos de diversas localidades.

Universidad del Desarrollo: con el fin de vincular a estudiantes de la carrera de Diseño con el mundo de la artesanía, en 2018 y 2019 se genera un vínculo de colaboración, donde Artesanías de Chile sugiere a distintos profesores del ramo de Taller proyectos relacionados a oficios tradicionales para proponer a sus alumnas y alumnos.



Hogar de Cristo y Casacostanera: en 2019 la fundación le propuso al centro comercial Casacostanera financiar un taller para las mujeres en situación de calle que llegan a la Hospedería del Hogar de Cristo, ubicada en Estación Central. De marzo a noviembre, semana a semana, las artesanas arpilleristas de Pudahuel, Gladys Hernández e Hilda Mardones, enseñaron a mujeres técnicas de bordado y arpilleras.

FUCOA del Ministerio de Agricultura: en 2020, en el contexto de la pandemia, el equipo de Cultura de Artesanías de Chile desarrolló una serie de audiocuentos basados en relatos escritos por niños que viven en sectores rurales y que forman parte de Historias de Nuestra Tierra, libro que edita Fucoa año a año.





de estudio para los alumnos. Además, en 2021 la fundación participa como institución patrocinadora del Diplomado de Patrimonio Cultural, presentando posibles casos de estudio desde la artesanía.

Corporación Cultural de Ñuñoa: en diciembre de 2021 y enero de 2022, Artesanías de Chile participa con talleres gratuitos en la feria ExpoArtesanías de Ñuñoa. También se realizan talleres para niñas y niños que participan en la Escuela de Verano de la corporación.

Subdirección de Pueblos Originarios: en 2020, esta subdirección dependiente del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio firmó un convenio de traspaso de recursos con Artesanías de Chile para la custodia y exhibición de las obras ganadoras del Sello Indígena. En 2021 ambas instituciones postularon a fondos para la puesta en valor de espacios culturales (que asigna la Subdirección de Patrimonio Cultural de la misma cartera), y serán utilizados en 2022 para parte de la habilitación de Casa Museo Artesanías de Chile.

Escuela de Arquitectura PUC: desde 2020 la fundación asesora a profesores del ramo Taller de Investigación 3 de Arquitectura de Paisaje, donde la Colección Patrimonial de la fundación se presenta como objeto

Corporación Cultural de Vitacura: se coordina un programa de talleres +Artesanía enfocado en adultos mayores vecinos de la comuna. Cada ciclo abarcó 3 oficios tradicionales de la artesanía, donde artesanas dictaron sus clases a distancia. Durante el 2021 se ejecutaron 2 ciclos, que concluyeron en una muestra de los trabajos realizados a fin de año.

Universidad Diego Portales: para los periodos académicos de 2018 y 2019, la fundación propició la participación de artesanos en ramos de la carrera de Diseño UDP, quienes fueron invitados a Santiago para mostrar sus procesos productivos y creativos a los estudiantes, impulsando diferentes propuestas por parte de los alumnos.

Museo Violeta Parra: desde 2018 se mantiene un convenio de colaboración con el Museo Violeta Parra. De manera anual se generan talleres que cruzan las líneas curatoriales de ambas instituciones, desde el arte popular y la música. En este contexto se han realizado talleres presenciales, además de charlas, conversatorios y demostraciones virtuales.

Museo Chileno de Arte Precolombino: desde 2019 se realiza un calendario de talleres +Artesanía (pagados) y también de acercamiento a la artesanía tradicional (gratuitos), con el objetivo de llegar a nuevos públicos y explicitar el cruce temporal entre las piezas arqueológicas del museo y aquellas piezas que hacen artesanas y artesanos en la actualidad.

Falabella: en diciembre de 2021, para la víspera de Navidad, se instaló la muestra Nacimientos: Navidad hecha a mano, en el nuevo espacio que Falabella inauguró en el centro comercial Parque Arauco. Para activar la exposición, se realizaron talleres de acercamiento a la artesanía con la alfarera Doris Vallejos.

ONG POLOC: durante el desarrollo de la feria PRIMA en Aysén (proyecto financiado por el FONDART 2021), el Área de Cultura de la fundación realizó talleres de acercamiento a la artesanía para todo público, puso a disposición láminas coloreables y recortables para niñas y niños (vinculadas a oficios), llevó a cabo una clínica de tratamiento de materias primas para artesanos, y realizó entrevistas a expositores.

Centro Arte Alameda: desde la realización de la Fiesta de las Artesanías en 2019, se genera una alianza donde el encargado de programación del cinearte asesora al Área de Cultura en la curatoría de películas y cortometrajes a exhibir, con el objetivo de mostrar cómo el cine también es una plataforma de difusión de oficios tradicionales.

Museo Interactivo Mirador: en producción de actividades culturales en conjunto, durante 2021, en una actividad complementaria a la exposición La Cocina Colonial de Cobre del artesano Jorge Monares -que se exhibe en el espacio de Artesanías de Chile ubicado en el Centro Cultural La Moneda-, MIM participó en una charla, donde hizo un acercamiento científico al cobre, aportando otra perspectiva al oficio.



3.- Refrescar la oferta de programación cultural

Con el fin de ampliar el alcance de público y ponerse al día con la diversidad programática que lo hecho a mano está ofreciendo a nivel nacional y también en el extranjero (principalmente a través de Internet), desde 2018 el Área de Cultura se ha enfocado en diseñar nuevas ofertas programáticas.

a) Workshops o talleres de larga duración:

Para diferenciar los tradicionales talleres de acercamiento a la artesanía que el equipo realiza a diario y de manera gratuita en el Centro Cultural La Moneda, el Área de Cultura propuso los llamados Talleres +Artesanía: espacios de aprendizaje, experimentación y profundización de oficios artesanales tradicionales de Chile, que se extienden por más de dos horas (a diferencia de los de acercamiento, que duran solo 60 minutos) y que son guiados por artesanas y artesanos. En ellos, el objetivo era que los participantes ahondaran en ciertos contenidos, que pudieran profundizar más en el contexto propio de determinados oficios, y que los artesanos les pudieran enseñar con más detalle el proceso productivo detrás de su trabajo.

b) Vinculación con el mundo del arte:

En 2019 los organizadores de la X Bienal de Artes Mediales se acercaron a Artesanías de Chile para idear la forma de establecer un nexo entre los oficios tradicionales y el arte contemporáneo. El resultado fue la participación de diez artesanas (cesteras de la zona del Itata, hilanderas de Chiloé y una textilera de la Región del Maule) en la exposición Cien es un color, que se exhibió en septiembre de 2019 en el GAM, para la cual ellas desarrollaron volúmenes artesanos que complementaban la propuesta curatorial.

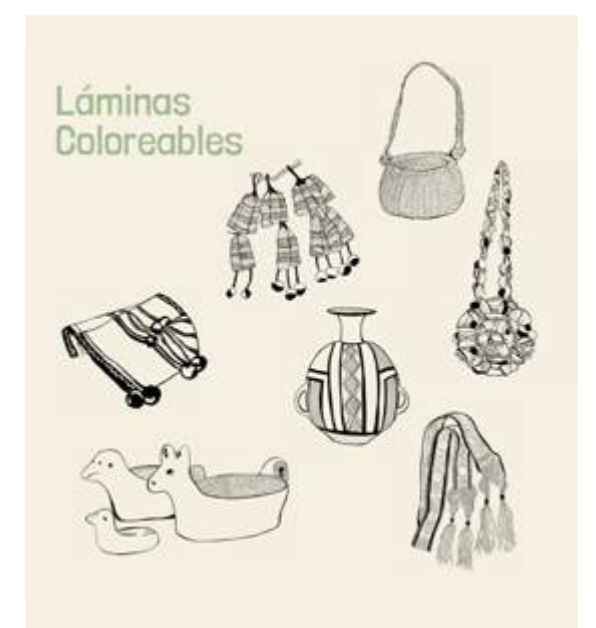
c) Vinculación Cine y Artesanía:

Desde 2018, otra estrategia para acercar la artesanía a todos los chilenos y ampliar públicos, ha sido relacionar la artesanía con diferentes disciplinas artísticas, especialmente el cine y la creación audiovisual, por medio de la sección Cine y Artesanía, y las películas que se han transmitido en conjunto con el Centro Arte Alameda.



4.- Digitalización de los contenidos y actividades culturales

La pandemia puso en jaque al Área de Cultura, cuyo corazón consiste en el desarrollo de actividades presenciales (talleres, charlas entre otros) donde el artesano tradicional comparte su saber hacer. Con la pandemia todas las actividades presenciales debieron ser canceladas. Así, desde marzo de 2020 el Área de Cultura tuvo que digitalizar todos sus contenidos: realizar talleres online dictados por artesanos (quienes se grabaron con sus celulares), talleres de acercamiento dictados por mediadores, además de charlas y conversatorios. La digitalización del área ha tenido el virtuoso efecto de descentralizar el alcance, llegando a cerca de 6 millones de personas en todo Chile por medio de nuestra plataforma web y redes sociales.



5.- Formalización del departamento de Patrimonio

A lo largo de la historia de la fundación, y con el pasar de las exposiciones anuales, se fueron acumulando piezas en la llamada Bodega Patrimonial. Estos artefactos de alto valor patrimonial estaban alojados en las dependencias de la oficina, sin embargo, no se encontraban en las condiciones adecuadas para asegurar su correcta conservación. Desde el 2018 se inició el trabajo de documentación, embalaje y catalogación de estas piezas desde una perspectiva formal; tarea que fue creciendo y aportando valiosos datos y contenido. Esto derivó en la creación de un Depósito Patrimonial, a cargo de un conservador profesional, quien actualmente lleva el control y cuidado de esta colección. El depósito es un espacio de conocimiento abierto a todo público.

Hoy en día la Colección Patrimonial de Artesanías de Chile se pone en circulación al público a través de exhibiciones anuales, dispuestas en el espacio de la fundación en el Centro Cultural La Moneda, y por medio de itinerancias que han llevado piezas a regiones y al extranjero. Parte de la colección se puede visualizar en el sitio web de la fundación y en nuestras redes sociales.

Entre 2018 y 2022 el Área de Cultura ha realizado 11 exhibiciones. Más de 32 mil 300 personas han participado en las visitas mediadas que acompañan estas muestras.



Exposición Fotográfica Somos Territorio Indígena.
Plaza de la ciudadanía, Santiago Centro, Región Metropolitana, 2019.



La Colección
Patrimonial de
Artesanías de Chile
cuenta con más
de 730 piezas.



6.- Creación del Programa Artesaniñ@s

En 2018 el Área de Cultura llevaba un par de años realizando las llamadas Semanas educativas: Artesanías en tu Región. Este proyecto buscaba contribuir a la descentralización de las actividades culturales y también reconectar a artesanas y artesanos de determinadas localidades con las comunidades educativas de sus territorios. Estas semanas se realizaban en escuelas de zonas rurales: al interior de las aulas se hacían talleres de acercamiento a la artesanía, se montaba una exhibición interactiva, y finalmente una muestra de los trabajos realizados por los estudiantes.

En 2019 el programa continuó, pero con la llegada de la pandemia en 2020 resultó prácticamente imposible mantener las intervenciones, considerando que muchas escuelas pasaron de las clases presenciales a online. Entonces, para mantener vivo el proyecto pero adaptarse a las nuevas exigencias sanitarias, el Área de Cultura decidió unificar las sub áreas de educación y extensión, y crear un nuevo concepto: Artesaniñ@s. Bajo él se desarrollarían diferentes actividades educativas, de carácter formal e informal, con el fin de acercar la artesanía y a sus cultores a espacios educativos, pero utilizando una metodología especial para niñas y niños. Se decidió también probar nuevos formatos que permitieran ofrecer experiencias educativas a distancia. Así, desde 2020 Artesaniñ@s ha tenido dos modalidades:

1 millón 100 mil televidentes
vieron el programa
“Artesaniñ@s, un viaje
por la artesanía chilena”
durante 2020.

6.1 Miniserie de televisión:

Artesaniñ@s, un viaje por la artesanía chilena consiste en siete cápsulas de corta duración que se transmitieron desde noviembre 2020 en el canal TV Educa Chile. En cada capítulo se aborda un oficio de la artesanía tradicional con la aparición de destacados maestros artesanos, quienes guían el taller. Con este material, la fundación logró acercarse a niños de distintas edades, en diferentes partes del territorio nacional, de manera transversal y por medio de un lenguaje contingente (TV).

ARTESA NIÑ@S

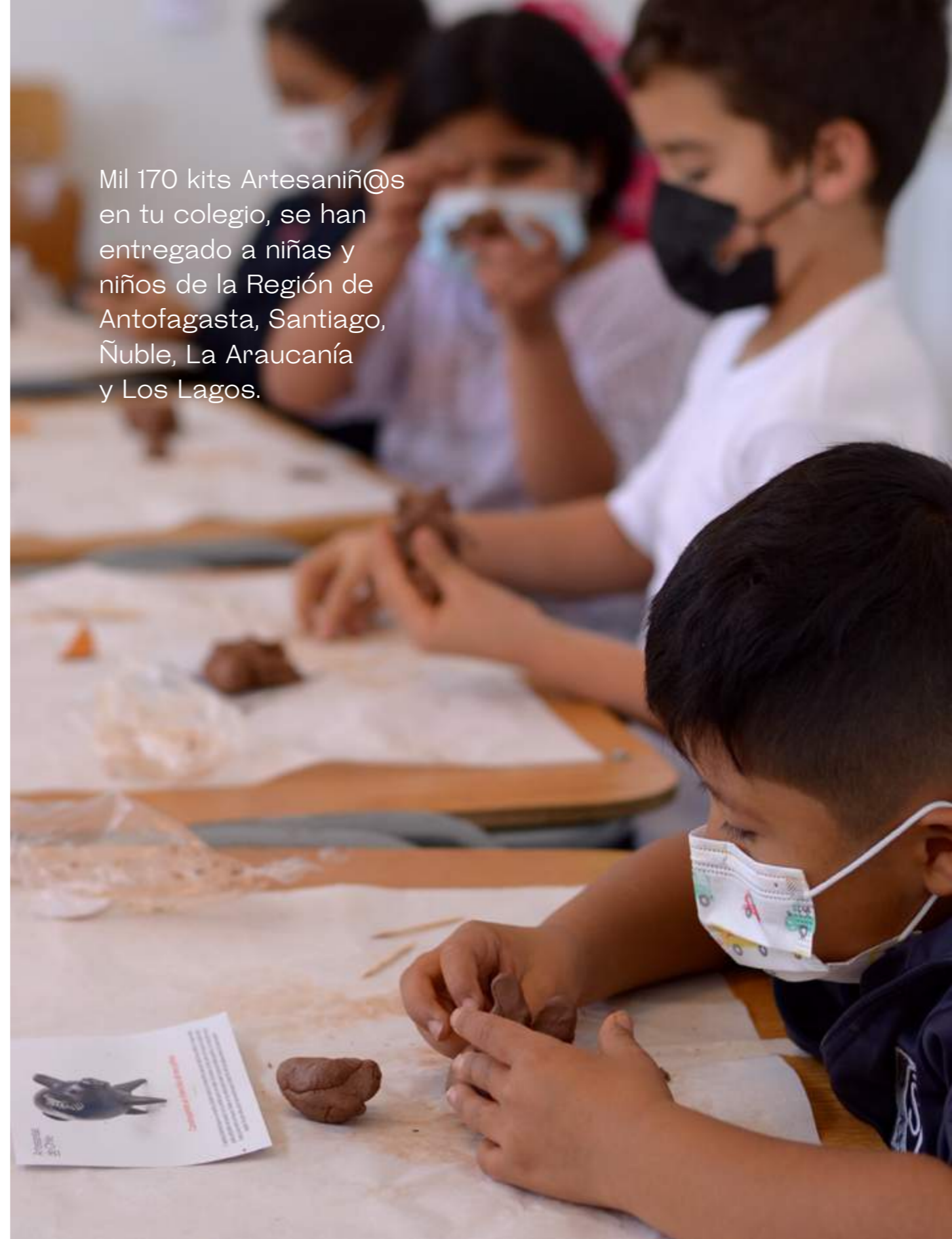
un viaje por la artesanía chilena





6.2 Kits Artesaniñ@s en tu colegio:
Durante el 2020 y en base a convenios con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y Conadi, se produjeron dos tipos de kits: uno sobre tallado en madera Mapuche y otro sobre los tejidos Atacameños. Este material fue enviado a más de 800 niños en todo Chile. Durante 2021 se realizó una versión orientada a la alfarería, el que llegó a otros 800 niños y sus comunidades educativas. Cada kit contiene los materiales y herramientas necesarias para armar una pequeña pieza de artesanía, junto con un librito de contenido y videos complementarios hechos junto a artesanas y artesanos.

Mil 170 kits Artesaniñ@s en tu colegio, se han entregado a niñas y niños de la Región de Antofagasta, Santiago, Ñuble, La Araucanía y Los Lagos.



7.- Creación del programa de Mentorías para docentes:

Con miras a que la artesanía logre ser, en algún momento, parte del currículum nacional de Artes Visuales planteado por el Ministerio de Educación, desde 2018 el Área de Cultura ha estado en constante búsqueda de mecanismos para que profesores se comprometan e incorporen la artesanía como contenido a sus líneas educativas. Para ello, en 2021 se puso en marcha un programa de formación complementaria para docentes, donde el equipo de la fundación hace un acercamiento a la artesanía tradicional desde una perspectiva pedagógica: en cinco módulos se introduce a los profesores en los distintos oficios artesanales presentes en Chile. Como cierre de la experiencia, se realiza un ejercicio de reflexión: pensar cómo aplicar estos nuevos contenidos en sus asignaturas. Durante 2021, 38 docentes participaron en el programa de mentorías.



38 docentes han participado en el programa de mentorías.



Mil 401 niñas
y niños han
participado
en talleres en
sus colegios.

8.- Creación de la Casa Museo Artesanías de Chile en Casa Velasco

Ubicado en Santo Domingo 689, en el centro de Santiago, Casa Velasco, el inmueble donde funciona la casa matriz de la fundación, fue construido en 1730 y declarado Monumento Histórico en 1981. A pesar de haber sido sede de distintas instituciones a lo largo de su historia (entre ellas el Tribunal Constitucional), en 2021 Artesanías de Chile decidió dar el primer paso para convertir el lugar en una Casa Museo dedicada a la artesanía chilena. El objetivo de fondo es crear una nueva institucionalidad que permita preservar la historia de la artesanía y los artesanos, dar a conocer la Colección Patrimonial de la fundación, y ser un espacio de reunión para los cultores.

Como parte de la puesta en valor del inmueble, la fundación comenzó a trabajar a fines de 2019 junto a la oficina de arquitectura Grupo Praedio -liderado por María Jesús Guridi- en la restauración de la fachada de la casona, con el fin de conservar y resaltar sus atributos arquitectónicos. En ese contexto se incorporó una intervención desde las Artes Visuales, gestionando un mural en el muro medianero, encargado al artista Javier Barriga, quien retrató a la textilera de la Región del Maule, Fresia Ganga. El mural fue además una forma de conectarse con los vecinos, de revitalizar el patrimonio arquitectónico de

Santiago Centro y de dar nueva vida al barrio, que se vio muy afectado tras el 18 de octubre de 2019 y, luego, con la pandemia.

En marzo de 2022 la casona reabrirá sus puertas reconvertida en Casa Museo Artesanías de Chile. El espacio exhibirá la Colección Patrimonial de la fundación -que integran más de 730 piezas- junto a obras destacadas con el Sello de Artesanía Indígena. También habrá talleres gratuitos y visitas mediadas.



Patio interior Casa Velasco, Santiago Centro, Región Metropolitana.



Registro restauración Casa Velasco. Santiago Centro, Región Metropolitana, 2021.







Mural La Tejedora por el muralista chileno Javier Barriga.
Casa Velasco, Región Metropolitana. Enero, 2021.

Área Desarrollo



En 2018, el Área de Desarrollo se llamaba Área de Proyectos y su objetivo era implementar programas de capacitación y fomento productivo en comunidades artesanas del país, pero que difícilmente podía llevarse a cabo, pues carecía de una metodología de trabajo propia que permitiera explicar con claridad el modelo colaborativo que diferencia a Artesanías de Chile de otras instituciones. Así, el desafío fue diseñar una estrategia de descentralización y expansión de las iniciativas, ampliando la oferta en base a las necesidades observadas en terreno y potenciando **el desarrollo del sector artesanal a nivel nacional y local**, mediante la vinculación pública-privada y el trabajo directo con las comunidades artesanales.

Objetivo general:

Fortalecer y expandir el Área de Proyectos hacia el Área de Desarrollo.

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia de expansión y descentralización que incluye:

- 1.- Generar y fortalecer nuevas alianzas con instituciones públicas y privadas
- 2.- Elaborar diagnóstico colaborativo para levantar necesidades y planes de trabajo territoriales incluyendo a las distintas áreas de la fundación
- 3.- Crear estrategia participativa a cargo del Área de Desarrollo para la implementación de los programas en los diferentes territorios
- 4.- Digitalización de contenido de capacitaciones
- 5.- Desarrollo y formación del equipo de trabajo adecuado para enfrentar estos desafíos (Escuela Fundación Artesanías de Chile)

1.- Generar y fortalecer nuevas alianzas con instituciones públicas y privadas

Establecer estos vínculos ha permitido ampliar las posibilidades de desarrollo para el sector artesanal, a nivel nacional y local. Mediante ellas, entre 2018-2022 la fundación ha logrado proponer una batería de opciones de intervención, según las necesidades de cada artesana o artesano.

a. Apoyo socioeconómico base: gracias al levantamiento de información, se detectan las necesidades básicas no resueltas de las artesanas y artesanos. Con esta información, la fundación vincula a los artesanos con instituciones de apoyo socioeconómico, como IPS o programas de apoyo en municipalidades.

b. Programa Capacitación Proartesano: Artesanías de Chile, junto con la Subsecretaría del Trabajo, lleva a cabo el programa social "Mejora a la Empleabilidad para artesanas y artesanos tradicionales de zonas rurales", por medio del cual el Área de Desarrollo ejecuta la Estrategia Proartesano (detallado más adelante). Mediante diversos módulos, en un máximo de cuatro años artesanas y artesanos adquieren herramientas que apuntan a apoyar su inserción en canales formales de comercialización.

c. Programa de Fomento Productivo: la fundación articula el ingreso de los artesanos en proyectos y programas de fomento productivo que apuntan a mejorar sus ingresos por la venta de su artesanía. Entre las opciones está la ejecución de Alianzas Productivas Regionales en conjunto con Indap, ejecución de proyectos puntuales con Conadi, ejecución de convenios con Gobiernos Regionales, entre otros.

d. Inserción en canales o instancias comerciales: ya sean aquellos propios de la fundación o de otras instituciones.

e. Potenciar a los artesanos como embajadores de sus oficios: incentivar su vinculación con distintas audiencias por medio de experiencias culturales (talleres e intercambios de saberes).

f. Herramientas de apoyo directo a artesanos: la fundación cuenta con dos mecanismos para ir en apoyo de artesanos en el desarrollo de sus proyectos particulares:

1. Apoyo en la postulación a proyectos directos (por ejemplo Capital Semilla, Sello Indígena y diversos fondos de inversión)
2. Crowdfunding: en enero de 2022 la fundación lanzó el sistema de micromecenazgo Crowdfunding, que busca generar un puente directo entre personas interesadas en apoyar de manera directa proyectos o necesidades de artesanas y artesanos (los aportes se realizan a través de la página web www.artesantiasdechile.cl/colabora).



Entre 2018-2022 se han realizado las siguientes alianzas:

1. Indap: se ejecutan Alianzas Productivas en distintos territorios para la generación de colecciones con alto potencial de venta (43 artesanas de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Los Ríos, este último todavía en proceso de adjudicación). Además, se generan alianzas de nivel central para la implementación de tiendas y apoyo a artesanas y artesanos usuarios de INDAP, para que conozcan la fundación y sus áreas.

2. Ministerio del Trabajo: entrega de herramientas de capacitación para la inserción comercial mediante el programa social "Mejora a la Empleabilidad para artesanas y artesanos tradicionales de zonas rurales". Entre 2018-2022 han participado 478 artesanas y artesanos de 29 localidades, distribuidas en 12 regiones.

3. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio: en conjunto se organiza la Feria Nacional de Artesanías los años 2020 y 2021. También se firma el convenio de traspaso de recursos Iberartesanías para exponer y comercializar piezas de artesanía urbana en las plataformas de la fundación.

4. Conadi: se desarrollan proyectos regionales en conjunto y se establecen las bases para la vinculación con el Programa Chile Indígena, para que juntos se

complementen los esfuerzos realizados en territorios (y no se dupliquen actividades).

5. Fundación de la Superación de la Pobreza: convenio de colaboración para la ejecución de actividades en territorios.

6. Artesanías de Colombia: convenio de colaboración, traspaso de contenidos e información de procesos.

7. Karün: convenio de trabajo en conjunto para la realización de la feria Fiesta de las Artesanías en sus instalaciones, en la ciudad de Puerto Varas, en diciembre de 2019.

8. Teck: convenio de trabajo conjunto para beneficiar a comunidades Aymara de la Región de Tarapacá, donde la empresa tiene operaciones mineras.

9. Gobiernos Regionales: realización de capacitaciones como parte de los convenios de fomento con los Gobiernos Regionales de Los Lagos, Los Ríos, Biobío, La Araucanía y Ñuble.

10. Latam: desarrollo de plan piloto para la vinculación de la empresa con artesanas bordadoras mediante el trabajo de diseño colaborativo.

11. Centro Cultural de Coyhaique: convenio de colaboración para la realización de la Feria PRIMA en el Centro Cultural de Coyhaique y



el levantamiento de artesanos de la zona (con miras a ampliar la red de la fundación en la Región de Aysén).

12. Festival de la Lana: vinculaciones para que artesanas y artesanos de los programas de capacitación en ejecución participen en esta feria comercializando sus piezas.

13. Sernameg: este convenio en progreso busca que las artesanas que forman parte de la red de la fundación accedan a las herramientas que ofrece el Programa Mujer Emprende, como también vincular a las usuarias de artesanía del Programa Mujer Emprende con la fundación.

2.- Generar y fortalecer nuevas alianzas con instituciones públicas y privadas.

Elaborar diagnóstico colaborativo para levantar necesidades y planes de trabajo territoriales, incluyendo a las distintas áreas de la fundación.

La finalidad es identificar la mejor alternativa de trabajo en base a las necesidades observadas en los territorios.

a. Instrumento de diagnóstico: en conjunto con las demás áreas, se realiza un instrumento de preguntas cerradas y abiertas para levantar la información en las comunidades artesanas.

b. Levantamiento conjunto de necesidades en terreno: en virtud de las características de los territorios, se convoca a diferentes profesionales de la fundación para realizar el levantamiento de necesidades en el territorio.

c. Definición de perfiles para derivación a las ofertas de servicios: en base al diagnóstico, se podrá identificar claramente la relación entre necesidad y propuesta de trabajo con las comunidades artesanas. A partir de dicho diagnóstico es posible definir perfiles de artesanos a quienes se les ofrecerá distintas iniciativas de trabajo.



3.- Crear estrategia participativa a cargo del Área de Desarrollo para la implementación de los programas en los diferentes territorios. Con el fin de velar por el desarrollo de un trabajo eficaz, en términos de impacto social y de uso de recursos, el Área de Desarrollo generó la estrategia Proartesano.

DEFINICIÓN DE PERFILES

Perfil 5

Artesanos con emprendimientos artesanales en progreso que requieren capital de trabajo

Perfil 4

Artesanos desarrollan productos con alto potencial de venta, pero no cuentan con herramientas comerciales

Perfil 3

Artesanos con desarrollo de oficio, pero productos con bajo potencial de venta

Perfil 2

Artesanos con bajo o nulo desarrollo de sus oficios

Perfil 1

Artesanos con evidentes necesidades básicas no resueltas

Metodología Proartesano

A lo largo de cuatro años, la metodología Proartesano busca fomentar el desarrollo de las artesanas y artesanos en sus territorios, a través de la entrega de herramientas para la autogestión de sus oficios artesanales como fuente de ingreso de sus hogares. Su foco está en las necesidades del territorio, por lo que el equipo de trabajo considera actores locales que puedan acompañar el proceso de desarrollo del grupo de artesanas y artesanos, e identificar las brechas para abordarlas a tiempo en conjunto con instituciones locales.

Año 1:

Perfeccionamiento del oficio

Durante el primer año el foco apunta a que las artesanas y artesanos participantes logren elaborar productos que cumplan con los criterios de calidad que exigen los canales de venta formales, a precios justos, y también que comprendan la importancia del trabajo colectivo.

Año 2:

Revitalización de su propuesta

Las artesanas y artesanos participantes desarrollan una colección de productos competitiva en el mercado y un modelo de negocios basado en el trabajo asociativo, crean una identidad gráfica y un plan de promoción y comunicación de sus oficios.

Año 3:

Ampliación de sus ventas

Las artesanas y artesanos participantes desarrollan una estrategia comercial y un plan de marketing para acceder a nuevos mercados y buscar nuevos clientes. El objetivo es que sean capaces de generar proyectos en conjunto. En este camino, reciben apoyo para la difusión y promoción desde la fundación.

Año 4:

Emprender

Las artesanas y artesanos participantes implementan de manera autónoma su estrategia comercial y plan de marketing, afianzando las relaciones comerciales ya creadas. El objetivo es generar un impacto sostenible en sus ventas.



98% de las usuarias que han participado en proyectos del área de Desarrollo son mujeres.

La implementación de esta estrategia conlleva aportes de las distintas áreas de la fundación.

a. Área Comercial (Compras): el foco de la estrategia Proartesano está puesto en la inserción comercial del artesano, por lo que el Área de Compras de la fundación realiza el seguimiento de su situación comercial desde el comienzo de la intervención y de manera permanente. Adicionalmente, son apoyados por la facilitadora comunitaria, que forma parte del Área de Desarrollo, con quién trabajan conceptos de Comercio Justo para realizar el cálculo de costos de sus piezas, potenciar el trabajo asociativo y la vinculación de los artesanos con las redes locales y nacionales. En tanto, con los equipos de las Áreas de Comunicaciones y Diseño, Arte y Fotografía, el equipo comercial diseña campañas para promover la venta de las piezas.

b. Área Cultura: a partir del primer año del programa Proartesano realiza talleres de Memoria, Patrimonio y Relato Cultural. Producto de este trabajo se generan reseñas de oficios y se invita a los artesanos a participar en los talleres y eventos de difusión impulsados por el área.

c. Maestros artesanos y Control de Calidad por parte de la fundación: para la mejora técnica de los oficios, el Área de Desarrollo trabaja en conjunto con una maestra o maestro artesano, quien traspassa la técnica a los participantes del programa. En este trabajo, toma en cuenta la evaluación inicial realizada por el Área de Control de Calidad de la fundación (quienes necesitan que las piezas entregadas por las agrupaciones cumplan con determinados estándares de calidad).


d. Área Comercial (Desarrollo de Nuevos Productos): a partir del segundo año de la estrategia, se generan colecciones A+D (Artesanía + Diseño) que buscan potenciar la venta de productos, a través de un sistema de co-creación: las agrupaciones artesanas trabajan de manera colaborativa junto a diseñadores del Área de Desarrollo de Nuevos Productos de la fundación para aterrizar el concepto de la colección a desarrollar.

e. Área Comunicaciones: este equipo realiza asesorías a las agrupaciones artesanas para el uso de redes sociales y generación de material de difusión de su trabajo. En los talleres se motiva a las y los participantes a generar relatos que reflejen la identidad propia

de su territorio, mostrando imágenes de paisajes, procesos productivos, materias primas, sus espacios de trabajo y también de sus piezas. Comunicaciones, además, apoya la difusión del programa en las distintas localidades.

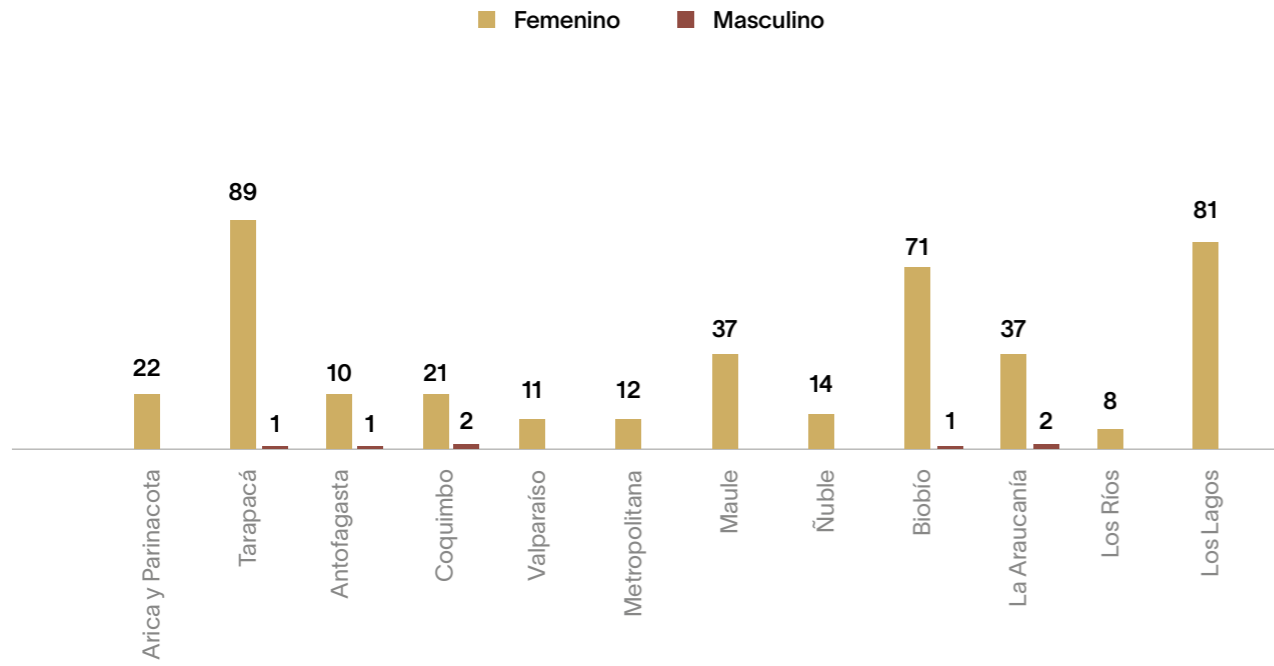
f. Área Diseño, Arte y Fotografía: realiza asesorías en identidad de marca y promoción, coordina sesiones de fotografía de productos y de artesanos en terreno, y elabora las aplicaciones gráficas de la marca.



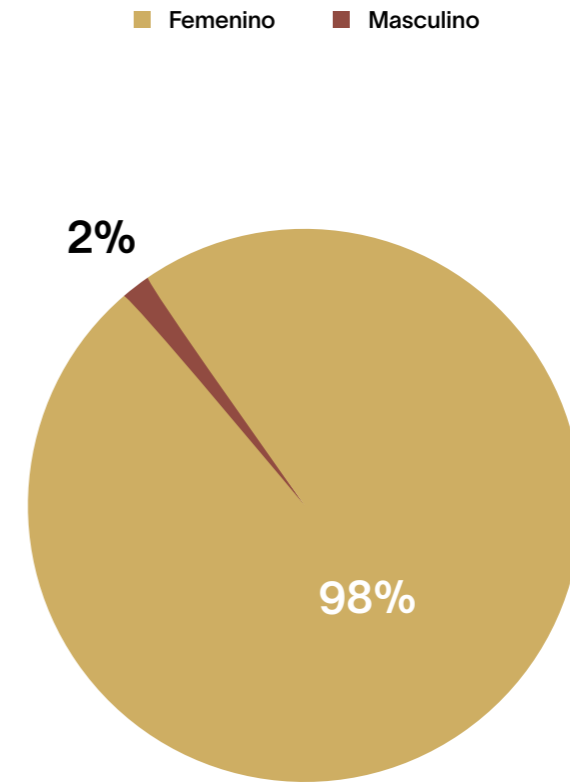
A photograph showing two women kneeling on a sandy beach, sorting through pink seaweed in a wooden tray. The woman on the left is wearing a traditional Peruvian hat (sombrero) with a pink and blue band, a black and pink jacket, and multiple necklaces. The woman on the right is wearing a red beret and a dark grey jacket. In the background, there are large piles of seaweed on the beach, some covered with black tarps, and a wire fence. The sky is blue with some clouds.

Entre 2018-2022 el Área de Desarrollo ha realizado 40 proyectos donde han participado 500 artesanas y artesanos, en 32 localidades, distribuidas en 12 regiones.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE ARTESANAS Y ARTESANOS CAPACITADOS



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE ARTESANAS Y ARTESANOS CAPACITADOS POR GÉNERO



4.- Digitalización de contenido de capacitaciones

La llegada de la pandemia en 2020 obligó a digitalizar los contenidos de las capacitaciones. Este material -principalmente videos, que se pueden enviar por aplicaciones como Whatsapp- ha sido de gran utilidad para el desarrollo de las clases. Se suele acompañar de una guía impresa para recordar los contenidos. Además, en la aplicación Google Classroom se generó un repositorio, en el que los contenidos se encuentran disponibles de manera permanente. Para la realización del contenido y del repositorio se contó con apoyo de la ONG Innovacien.

5.- Desarrollo del equipo y Metodología formativa

a) Desarrollo del equipo

Para enfrentar los desafíos y lograr los objetivos propuestos para el Área de Desarrollo, desde 2018 se ha venido trabajando en el reordenamiento de su equipo: se decidió fortalecer el rol de quienes se desempeñan en regiones, fomentar el trabajo colaborativo y sistematizar el levantamiento de información.

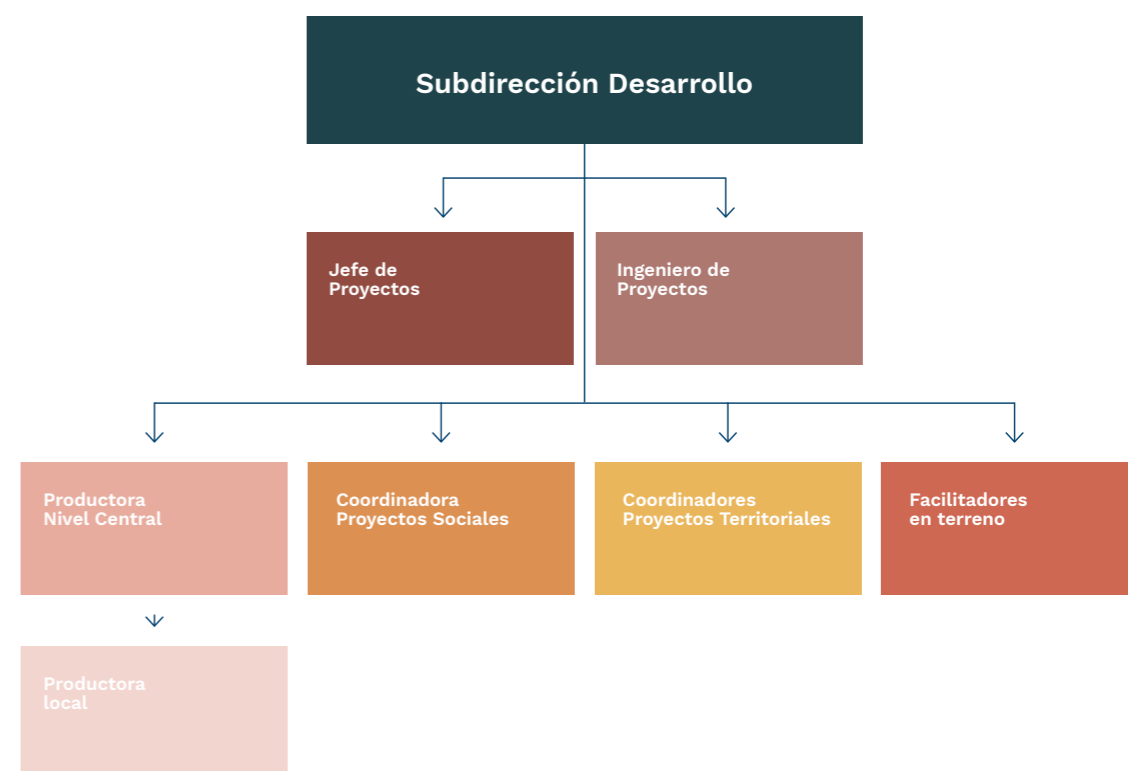
A continuación se detallan parte de los ajustes realizados:

- Se fortalece el rol de Subdirectora de Desarrollo, quien debe buscar y generar nuevas alianzas.
- Se amplía el equipo: se integra un Jefe de Proyectos y un Ingeniero de Proyectos, quienes estarán a cargo, respectivamente,

de la implementación de los programas y proyectos en ejecución, en respuesta al aumento de proyectos implementados por el área.

- Se incorpora al equipo una Productora, quien a nivel central realiza las coordinaciones logísticas necesarias para la implementación de las jornadas de capacitación y realización de los viajes a territorio.
- Se incluye el rol de Coordinadora de Proyectos Sociales para levantar necesidades y situación socioeconómica de las artesanas y artesanos. En base a esa información se realizan las primeras vinculaciones con instituciones correspondientes y postulaciones a proyectos de manera directa.
- Dentro del Área de Desarrollo se crea el rol de Facilitadora Comunitaria, quien ejecuta los módulos de comercialización, trabajo en equipo y redes. Este rol antes lo realizaba un profesional externo, sin contar con una metodología clara de intervención por parte de la fundación.
- Se reemplazan los relatores, quienes prestaban servicios de manera externa, por profesionales de las distintas áreas de la fundación. Esta medida busca asegurar que el traspaso de herramientas a artesanas y artesanos se realice siguiendo el espíritu de trabajo de la fundación. Además, consolida la presencia de la fundación en regiones, ya que permite que los usuarios del programa conozcan de manera directa al equipo.
- Se fortalece el rol de Coordinador Local para descentralizar la planificación y seguimiento

de las actividades a realizar en cada territorio. Se logra cobertura con coordinadoras locales en 7 regiones y una coordinadora a nivel central.





Hugo Adaros, artesano tallador en piedra. Combarbalá, Región de Coquimbo.

b. Metodología formativa (Escuela AdC)

Para asegurar que el equipo de trabajo interno y externo, y que las distintas áreas de la fundación cuenten con las herramientas mínimas para realizar los trabajos en territorio, se implementa una Escuela de Profesionales AdC que consta de la siguiente preparación:

Módulo 1:

La Fundación y sus áreas

- Orígenes de la fundación y resumen de su historia hasta la actualidad
- Visita guiada por Tienda Moneda
- Procesos de compra a artesanos
- Visita guiada a Bodega Central y Control de Calidad
- Estrategia de comunicación y campañas comerciales

Módulo 2:

Estrategia Proartesano en los territorios

- Explicación del programa a 4 años; contenidos y resultados esperados de los módulos Cultura, Productividad, Comercialización, Trabajo en equipo y redes, Comunicaciones, Diseño e Intermediación
- Planificación de programa, objetivos, evaluaciones y productos
- Inducción al uso del repositorio en Google Classroom
- Flujos de información y coordinación logística

Módulo 3:

Habilidades requeridas en el territorio

- Oratoria
- Comunicación efectiva en las comunidades
- Levantamiento de necesidades en terreno
- Trabajo dinámico en aula
- Presentaciones efectivas
- Reuniones ejecutivas

Módulo 4:

Aspectos administrativos

- Presentación de Estatutos de la Fundación
- Rendiciones según proyecto
- Realización de informes concisos y orientados a resultados

Área Finanzas y Administración



En 2018, el Área de Administración y Finanzas trabajaba como dos sectores separados. El desafío propuesto fue diseñar una estrategia de modernización y eficiencia que apunte a la misión principal: **acercar la artesanía a todos los chilenos generando mayores y mejores oportunidades de comercialización para los artesanos.**

Objetivo general:

Administrar de manera óptima los recursos financieros, materiales y humanos, con el propósito de gestionarlos de manera eficiente para lograr la misión de la fundación.

Objetivo específico:

Desarrollar una estrategia de eficiencia y crecimiento que incluye:

- 1.- Control Financiero
- 2.- Desarrollo organizacional y Recursos humanos
- 3.- Mejora de procesos
- 4.- Levantamiento de recursos y convenios especiales
- 5.- Ingresos totales años 2018-2021

1.- Control financiero

El trabajo de la gestión financiera se ha centrado en controlar, gestionar y organizar los ingresos y recursos, alineándose al propósito macro de generar mayor difusión de las artesanías como también del trabajo de la fundación. Con esto, el objetivo es generar más ingresos mediante la venta y optimización de recursos, con el propósito de beneficiar de manera continua a la mayor cantidad de artesanos anualmente.

2. Desarrollo organizacional

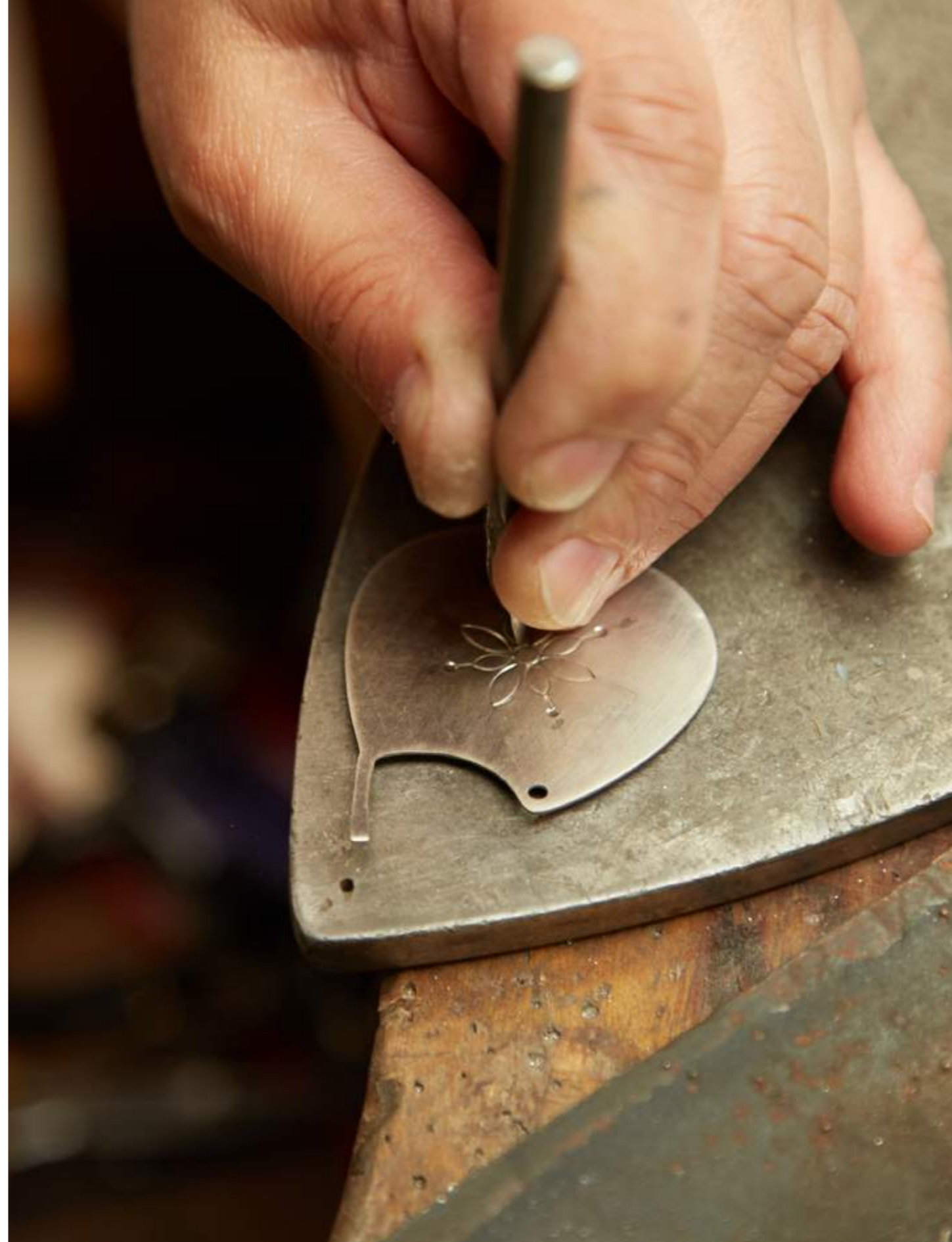
Hemos crecido y nos hemos adecuado a distintas circunstancias que nos han potenciado como equipo, con orientación a la adaptación y cambio constante, pero dentro de una línea y estrategia clara de trabajo. Actualmente, la fundación está integrada por 75 personas, divididas en seis áreas: Comercial (compras, logística y ventas), Cultura, Proyectos, Comunicaciones, Diseño, Arte y Fotografía, Finanzas y Control de Gestión.

3.- Mejora de procesos

Con el objetivo de aumentar la productividad se han desarrollado mejoras desde el punto de vista de infraestructura física y tecnológica, implementando los siguientes cambios: sistema de correos Gmail, servidores remotos para potenciar el trabajo en terreno y seguridad de la información, contratación de softwares que permitan la automatización

Subdirección	Personas
Arte y Marketing	5
Comercial - compras	10
Comercial - logística	7
Comercial - ventas	20
Comunicaciones	4
Cultura	9
Desarrollo de proyectos	5
Dirección Ejecutiva	1
Finanzas y Control de gestión	14

de procesos administrativos (Manager Rex), nuevas plataformas comerciales, inversión en procesos de mejoras en ERP Manager para facilitar los procesos de información y control de gestión en general.



4.- Levantamiento de recursos y convenios especiales

Artesanías de Chile es una fundación sin fines de lucro que trabaja bajo los principios de Comercio Justo (acreditada por la WFTO), por lo cual tiene un margen menor que está destinado a cubrir, en parte, la operación de las tiendas.

Desde su mandato, la fundación tiene múltiples necesidades que no se alcanzan a cubrir con los ingresos fijos que dispone de manera permanente. Es por esta razón que, durante estos 4 años, le hemos dado gran relevancia al trabajo colaborativo, impulsando la gestión de levantamiento de recursos.

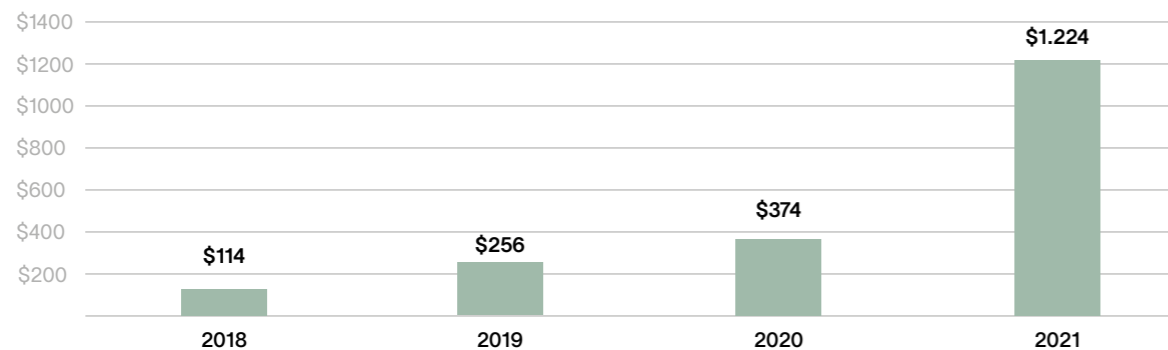
El total de recursos obtenidos entre el año 2018 y 2021 es de \$1.969.308 millones y han sido destinados a financiar: remodelaciones de tiendas (Espacio CCLM, Pueblito Los Dominicos, Puerto Varas); nuevas tiendas físicas (Precolombino, Casacostanera, Nuevo Pudahuel, Pucón, Casa Velasco); nueva tienda online (www.artesaniasdechile.cl); aumento del fondo de compra; creación de la Casa Museo de Artesanías de Chile; y creación de ferias nacionales (La Fiesta de Las Artesanías, La Casa Artesana y Fenart).

Algunas de las instituciones con las cuales se han levantado recursos son: Conadi (\$339.960.965); Indap (\$169.544.303); Subvención Presidencial (\$443.558.082); Minera Teck (\$70.000.000); Iberartesanías (\$59.722.632); y los Gobiernos Regionales de Ñuble (\$ 150.000.000), Biobío (\$ 180.000.000), La Araucanía (\$ 120.000.000), Los Ríos (\$ 115.000.000) y Los Lagos (\$ 250.000.000). Para el año 2022 está proyectado recibir los ingresos de recursos provenientes de los Gobiernos Regionales de Tarapacá, Maule y Aysén (\$631.000.000).

RECURSOS LEVANTADOS POR CONVENIOS NO PERMANENTES Y DE FINES ESPECIALES 2018-2022

Institución	Recursos para Infraestructura	Desarrollo, difusión, capacitación y fomento comercial de artesanos	Fondos de Compra	Total ingresos
Subvención presidencial	\$348.865.907	\$94.692.175	-	\$443.558.082
Conadi	\$215.000.000	\$124.960.965	-	\$339.960.965
Gobierno Regional de Los Lagos	-	\$75.000.000	\$175.000.000	\$250.000.000
Gobierno Regional del Biobío	-	\$104.000.000	\$76.000.000	\$180.000.000
Indap	\$40.000.000	\$129.544.303	\$32.000.000	\$169.544.303
Gobierno Regional de Ñuble	-	\$50.000.000	\$100.000.000	\$150.000.000
Gobierno Regional de La Araucanía	-	\$20.000.000	\$100.000.000	\$120.000.000
Gobierno Regional de Los Ríos	-	\$15.000.000	\$100.000.000	\$115.000.000
Teck Resources Chile	-	\$40.000.000	\$30.000.000	\$70.000.000
Iberartesanías	-	-	\$59.722.632	\$59.722.632
Bid	-	\$37.059.449	-	\$37.059.449
Gobierno Canadá	-	\$23.340.384	-	\$23.340.384
Fia	-	\$3.628.493	-	\$3.628.493
Subdirección Nacional de Pueblos Originarios	\$3.000.000	-	-	\$3.000.000
ProChile	-	\$2.750.000	-	\$2.750.000
Fundación ALA	-	-	\$1.500.000	-
Total (\$)	\$606.865.907	\$719.975.769	\$642.222.632	\$1.969.064.308
Total en miles (\$)	\$607	\$720	\$642	\$1.969
%	31%	37%	33%	

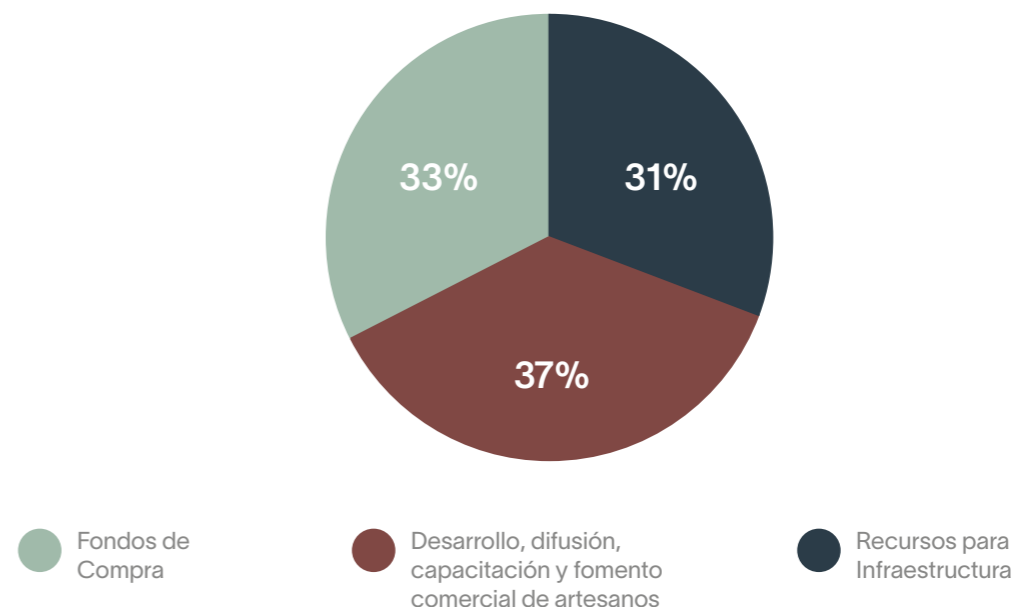
TOTAL INGRESOS DE NUEVOS CONVENIOS



	2018	2019	2020	2021	Total
Total ingresos de nuevos convenios (\$ mm)	\$114	\$256	\$374	\$1.224	\$1.969

Ingresos en \$ mm

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS EXTRAS OBTENIDOS 2018-2021



DETALLE:

Infraestructura:

Remodelación de tiendas, espacios de difusión cultural y equipamiento.

Desarrollo, difusión y fomento comercial artesanos:

Recursos entregados para el desarrollo artesanal, financiamiento de ferias, capacitaciones, alianzas productivas, trabajo en territorio, colecciones.

Fondo de Compras:

Recursos para compras de productos de artesanías.

5.- Ingresos totales años 2018-2021

Durante estos 4 años la fundación se ha financiado a través de cuatro grandes ítems:

1. Convenios permanentes:

corresponden a dos convenios que tenemos suscritos. El primero con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, que ha sido históricamente el ingreso más importante de la fundación, financiando actividades operativas a nivel general. Y el segundo con el Ministerio del Trabajo (Programa Pro Empleo), que anualmente financia capacitaciones a 200 artesanos.

2. Levantamiento de recursos y convenios especiales:

tienen el objetivo de financiar actividades específicas (remodelación de tiendas, ferias, capacitaciones, entre otros).

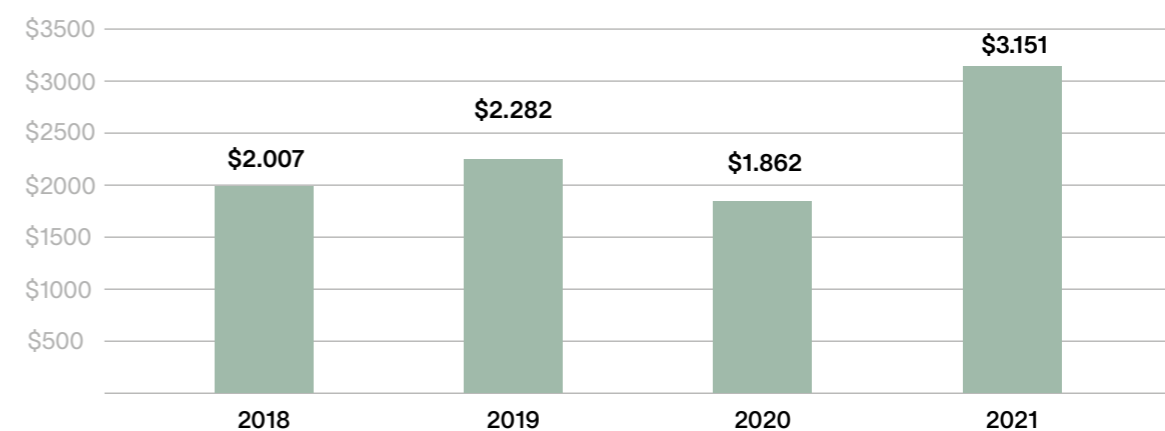
3. Ventas:

corresponde al ingreso de venta de los distintos canales comerciales, con los que se financian las compras de los artesanos y parte de los costos operativos y comerciales de la fundación.

4. Inyección al Fondo de Compras:

son ingresos que se gestionan con entidades para ser inyectados al fondo de compras rotatorio. Estos se transforman en un activo de la fundación, pues quedan de manera indefinida transformados en existencias (productos) o en efectivo disponible para comprarles a los artesanos pertenecientes a la red.

TOTAL INGRESOS CONVENIOS + VENTAS



	2018	2019	2020	2021	Total
Total Ingresos Convenios + Ventas (\$ mm)	\$2.007	\$2.282	\$1.862	\$3.151	\$9.302

Ventas en \$ mm

**DETALLE DE INGRESOS POR CONVENIOS PERMANENTES Y ESPORÁDICOS
2018 - 2021**

Cuenta	Institución	2018	2019	2020	2021	Total ingresos
420133-2	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio	\$822.992.959	\$861.941.000	\$866.610.000	\$839.206.388	\$3.390.750.347
420190-3	Subsecretaría del Trabajo	\$185.071.826	\$190.071.991	\$165.477.348	\$218.408.577	\$759.029.742
420132-1	Subvención presidencial	-	\$42.626.354	\$62.128.180	\$338.803.548	\$759.029.742
420194-6	Conadi	\$14.117.000	\$125.296.849	\$200.547.116	-	\$339.960.965
420139-5	Gobierno Regional de Los Lagos	-	-	\$10.000.000	\$240.000.000	\$250.000.000
420217-4	Gobierno Regional del Biobío	-	-	-	\$180.000.000	\$180.000.000
420191-3	Indap	\$34.253.871	\$55.698.432	\$32.000.000	\$47.592.000	\$169.544.303
420218-5	Gobierno Regional de Ñuble	-	-	-	\$150.000.000	\$150.000.000
42013-9	Gobierno Regional de La Araucanía	-	-	-	\$120.000.000	\$120.000.000
420214-8	Gobierno Regional de Los Ríos	-	-	-	\$115.000.000	\$115.000.000
420121-6	Teck Resources Chile	-	\$30.000.000	\$10.000.000	\$30.000.000	\$70.000.000
420122-8	Iberartesanías	-	-	\$59.722.632	-	\$59.722.632
420198-3	Bid	\$37.447.405	\$-387.956	-	-	\$37.059.449
420199-6	Gobierno Canadá	\$23.092.146	\$248.238	-	-	\$23.340.384
420195-8	Fia	\$3.628.493	-	-	-	\$23.340.384
420215-7	Subdirección Nacional de Pueblos Originarios	-	-	-	\$3.000.000	\$3.000.000
420131-6	ProChile	-	\$2.750.000	-	-	\$2.750.000
420120-1	Fundación ALA	\$1.500.000	-	-	-	\$1.500.000
	TOTAL INGRESOS POR AÑOS	\$1.122.103.700	\$1.308.244.908	\$1.406.485.276	\$2.282.010.513	\$6.118.844.397
		\$1.121.953.700	\$1.309.744.908	\$1.406.485.276	\$2.282.010.513	



Hitos 2018 - 2022



HITOS 2018 - 2022

Hito 1

Aumento de fondo de compras rotatorio

El año 2018 el fondo de compra era de \$262 millones. Al terminar el 2021 el fondo aumentó a \$903 millones. Los convenios para el 2022 consideran un traspaso de \$380 millones, aumentando el fondo de compra a \$1.283 millones.

Hito 2

Aumento red de artesanos

El año 2018, la red de artesanas y artesanos de Artesanías de Chile era de 2.052 personas. El año 2019 aumentó a 2.137, en 2020 a 2.198 y en 2021 a 2.380. Para el año 2022 se proyecta que este número alcance a 2.982. Así, entre 2018-2022, la red de la fundación habrá aumentado 930 artesanos. Es decir, un 45%.

Hito 3

Una casa museo para la artesanía

Casa Velasco, monumento nacional donde funcionan las oficinas centrales de Artesanías de Chile, abrirá en marzo 2022 reconvertida en Casa Museo Artesanías de Chile, la primera casa museo de la artesanía en el país. Como parte del proyecto, en enero 2021 el artista Javier Barriga pintó, en uno de sus muros medianeros, el mural La Tejedora (primer mural autorizado por el Consejo de Monumentos Nacionales).

Hito 4

Una nueva imagen

En 2018 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. El desafío fue desarrollar una nueva imagen de marca que se renovó a mediados de 2020.

Hito 5
Nuevas tiendas y todos sus espacios remodelados

Entre 2018-2022 Artesanías de Chile abrió nuevas tiendas en el Museo Chileno de Arte Precolombino, en el centro comercial Casacostanera y en Pucón. Además, remodeló las ya existentes ícono, ubicadas en el Centro Cultural La Moneda, Pueblito Los Dominicos y Puerto Varas.

Hito 6
Nuevo centro logístico

Para profesionalizar el área de bodegaje, en febrero de 2021 la fundación reubicó su bodega en Blanco Recoleta. Este centro logístico dispone de racks profesionales separados por tipo de productos que facilitan un mayor control de inventario. Además, el espacio cuenta con áreas de control de calidad, recepción de órdenes de compra, y de despacho a tiendas y a clientes web.

Hito 7
Ferias de excelencia

Entre 2018 y 2022 Artesanías de Chile ha organizado diversas ferias para acercar la artesanía y los oficios a todos los chilenos. Madres Ancestrales estuvo destinada a honrar a las mujeres textiles de diversos territorios; Chiloé Mítico, a mostrar lo mejor de la artesanía de Chiloé; La Buena Mesa, a celebrar la artesanía pensada para la casa y cocina. En La Fiesta de las Artesanías reunimos a más de 60 artesanos de todo Chile; en 2020, en plena pandemia, organizamos la Feria Nacional de Artesanía (junto al Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio); y en 2021 realizamos La Casa Artesana, un recorrido con lo mejor de la artesanía tradicional, en Casa Velasco.

Hito 8
Reconocimiento de 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). En 2020, Artesanías de Chile fue elegida entre las 36 ONGs acreditadas.

Hito 9
Nuevo fondo de compras de artesanía urbana

Gracias al trabajo en conjunto con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Artesanías de Chile se adjudicó un fondo de Iberartesanías por \$60 millones para comprar, por primera vez en casi 20 años, a 350 artesanos urbanos y vender sus productos a través de la página web.

Hito 10
Levantamiento de recursos y convenios especiales

Durante estos cuatro años hemos dado gran relevancia al trabajo colaborativo, impulsando la gestión de levantamiento de recursos. El total de recursos obtenidos entre 2018 y 2021 fue de \$1.969.308 millones.



WWW.ARTESANIASDECHILE.CL

