



Universidad de Chile

Facultad de Artes

Escuela de Postgrado

**Diagnóstico sobre las oportunidades y amenazas de la formalización
en el sector de artesanía tradicional
en la zona central de Chile: Un estudio de casos**

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural

Estudiante: Isabel Geisse K.

Profesor guía: Gabriel Matthey

Profesor Co Guía: Andrés Monares

Enero 2018, Santiago de Chile

RESUMEN

El presente trabajo se compone de un estudio de casos que tiene como fin conocer el pensamiento socioeconómico de artesanos tradicionales, con el objetivo de realizar un diagnóstico sobre las oportunidades y amenazas de la formalidad en el sector de la artesanía tradicional en Chile, y así poder evaluar la necesidad de elaborar un programa de formalización especial para artesanos tradicionales.

La disciplina que se utiliza como marco de investigación es la Antropología Aplicada. Se busca conocer el pensamiento socioeconómico del grupo objetivo y a partir de ese conocimiento, se establecen las oportunidades y amenazas para la evaluación de la necesidad de un programa de formalización de artesanos tradicionales y una posible aplicación de los resultados de esta investigación.

La artesanía tradicional es una actividad económica familiar, por lo tanto, en el marco conceptual se considera a la socioeconomía como eje central de la investigación a través del pensamiento de Karl Polanyi. Esta mirada reconoce diversos tipos de economía de acuerdo a cada sociedad, pues se basa en que ésta es consecuencia de los objetivos culturales amplios y diversos, a diferencia de lo planteado por la Economía Neoclásica, la cual encuentra respuesta a todas las tomas de decisiones en base a la maximización de la utilidad individual.

Actualmente, en Chile no existe una política pública o programa de formalización para artesanos tradicionales, a la vez que el mayor intermediario con los mercados es la Fundación Artesanías de Chile. Por esta razón, el segmento de estudio para este trabajo comprende a los artesanos que venden sus productos a esta institución. Ellos serían los potenciales beneficiarios o afectados por un programa de formalización, tomando en cuenta que el 86% de los proveedores de la Fundación son informales.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. FUNDAMENTACIÓN.....	8
3. ANTECEDENTES.....	11
3.1. Caracterización del sector de artesanías.....	11
3.1.1. Artesanos y consumidores.....	11
3.1.2. Mercado.....	12
3.1.3. Intermediarios.....	13
3.2. Fundación Artesanías de Chile.....	14
3.2.1. La Fundación y su relación con los artesanos.....	14
3.2.2. Modelo económico.....	16
3.2.3. Formalización en Fundación Artesanías de Chile.....	21
3.2.4. Sistema de egreso.....	23
3.3. Artesanos tradicionales.....	24
3.4. Formalidad/informalidad.....	25
3.4.1. Formalidad.....	25
3.4.2. Informalidad.....	27
3.5. Resumen de los antecedentes.....	29
4. MARCO CONCEPTUAL.....	32
4.1. Antropología Aplicada.....	32
4.2. Socioeconomía.....	33
4.2.1. Mercados y Libre Mercado.....	36
4.3. Aplicación del marco conceptual.....	38
5. HIPÓTESIS.....	39
6. OBJETIVO GENERAL.....	39
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	39
8. METODOLOGÍA.....	40
8.1. Metodología para el objetivo específico I.....	41
8.1.1. Acciones.....	41
8.1.2. Diseño de investigación.....	41
8.2. Metodología para los objetivos específicos II y III.....	43
8.2.1. Estrategia de análisis.....	44
9. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN EN TERRENO: estudio de casos.....	45

9.1.	Antecedentes de la muestra.....	45
9.2.	Muestra final	47
9.3.	Análisis de las entrevistas: reducción de datos y concentración de la información.....	47
9.4.	Resultado por cada objetivo específico	62
9.5.1	Pensamiento socioeconómico de la muestra de artesanos	62
9.5.2	Oportunidades.....	65
9.5.3	Amenazas	71
9.5.	Recomendaciones:.....	75
10.	CONCLUSIONES	77
11.	BIBLIOGRAFÍA	82
12.	ANEXOS	86
12.1.	Prueba de instrumento de investigación	86
12.2.	Instrumento de investigación final	87

1. INTRODUCCIÓN

Matthey (2010) habla de manera general que en el siglo XXI “el mundo se ve enfrentado a un proceso de globalización y amenaza de uniformación cultural muy poderosa, realidad que constituye uno de los principales desafíos a resolver desde el punto de vista identitario de cada país (Matthey, 2010 :11), y en el contexto de este trabajo, atribuimos a la Economía de Mercado alguna responsabilidad sobre lo anterior. Por lo tanto, Matthey (2010) establece que la gestión cultural tiene dentro de sus objetivos prioritarios, poder colaborar desde estrategias de desarrollo para que la cultura global y local puedan relacionarse de manera que las últimas se fortalezcan y no desaparezcan. Esto fundamentaría por qué es pertinente vincular la economía a la gestión cultural, lo cual constituye el área de estudio de esta investigación.

Luego, es importante comprender que la cultura “desde un punto de vista antropológico (...) es significativamente diferente de una región a otra, según sean sus coordenadas geográficas e históricas, junto a sus circunstancias presentes y expectativas futuras” (Matthey, 2010 :9) y es específicamente sustancial distinguir que en zonas rurales “más que manifestaciones artísticas propiamente tales, con mayor frecuencia existe artesanía, (...) junto a actividades costumbristas y sistemas simbólicos” (Matthey, 2010 :10). Lo anterior constituye el patrimonio material e inmaterial de cada localidad, lo cual desde la gestión cultural hay que resguardar. La artesanía constituye parte fundamental del desarrollo económico local convirtiéndose en ocasiones en el principal sustento del hogar, por lo tanto, ponerlo como foco de investigación desde la gestión cultural podría significar un gran aporte, tanto por su desarrollo económico local, como por colaborar al sentido de pertenencia de las personas a una identidad local determinada. Un programa de formalización planteado desde la gestión cultural sería un aporte en tanto:

“En el mundo globalizado en el que vivimos, la <<cultura>> de cada país ha pasado a ser un distintivo fundamental para identificarse, diferenciarse, desarrollar el sentido de pertenencia, marcar presencia y territorio, junto con darle un rumbo y justificación existencial a su vida local” (Matthey, 2010 :13)

En el entendido de la importancia de la gestión cultural en el contexto anterior, se aproxima al espacio histórico-geográfico de esta Tesis. En Chile la Economía de Mercado se aplica de forma especialmente ortodoxa, pues sirve para resolver cualquier toma de decisión relacionada, por ejemplo,

al trabajo, salud, educación o sistema de pensiones. Chile ha estado inmerso en un contexto de modernización del país bajo esta teoría, introducida por los *Chicago Boys* –grupo de economistas chilenos que continuaron perfeccionando sus conocimientos en la Universidad de Chicago, Estados Unidos- durante la década del ‘70 y ‘80, privatizando la mayoría de los servicios del Estado, sumando la introducción de esta ideología a la educación universitaria y luego extendiéndola a todas las áreas de desarrollo profesional. A su vez, esta teoría se utiliza para cualquier tipo de comunidad, cultura o sociedad, de forma homogénea y global. Como consecuencia, la *microempresa* es la institución que formalizaría e integraría a la economía a aquellas personas que se encuentran en el sector económico informal. En este contexto, hoy los artesanos tradicionales registrados en el Estado a través de la Fundación Artesanías de Chile, son en su mayoría informales, pero se insertan al mercado formal a través de la Fundación, quien compra sus productos y los vende como intermediario, desarrollando una actividad comercial en el mercado.

El oficio artesanal tradicional responde a una lógica de costumbres y trabajo manual y establece un vínculo entre quienes lo practican y su comunidad. De esta forma, no se puede asumir que sus objetivos socioeconómicos se rigen bajo la lógica de la Economía de Mercado e institucionalizado bajo la figura de la *microempresa*. Por lo mismo, considerar insertar a los artesanos al sistema actual de formalización, sería acotar la investigación a un modelo que no sabemos si contribuiría a los objetivos y cultura de los artesanos. Al no saber si las artesanías tradicionales funcionan bajo la lógica de alcanzar la mayor producción en el menor tiempo posible y al mayor precio, es que se utiliza aquí el concepto de socioeconomía. El enfoque sustantivista desarrollado por Polanyi, al cual nos referiremos en esta tesis como socioeconomía, es una mirada que plantea una perspectiva diferente, reconociendo a la economía como un sistema institucionalizado para conseguir el sustento de un grupo social de acuerdo a su cultura y creencias.

Esta investigación se enmarca en el área de Cultura y Economía, y surge en torno al bajo índice de formalización en el sector de los artesanos tradicionales. La suposición de esta tesis es que esto tendría como consecuencia para los artesanos el quedar excluidos de ciertos atributos del mundo formal, justamente por ser informales. Algunos serían:

1. Los gastos asociados al oficio -ya sea en materia prima o participación en ferias- no pueden ser descontados en el libro de gastos, pues los ingresos que perciben al tener un carácter informal no consideran Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA en adelante).

2. Existe una gran dificultad para crear puntos de venta propios. Generalmente, los artesanos venden sus creaciones a tiendas que definen el criterio del diseño, lo cual implica que el productor tiene menor libertad a la hora de generar contenidos simbólicos y fijar sus precios.
3. Muchas tiendas exigen factura de venta. El artesano al no tener factura, no puede acceder a esos canales de venta para sus productos.
4. Al no constituirse como persona jurídica y pagar impuestos, los artesanos no pueden acceder a fondos de fomento estatales o créditos en la banca.

El eje central de esta investigación consiste en descubrir si para los artesanos los puntos mencionados anteriormente son determinantes para el desarrollo de su oficio, pues según la definición de artesanía considerada para este trabajo (que se detalla en el subcapítulo 3.3: Artesanos Tradicionales), ésta se vincula con el lugar de residencia del artesano y el oficio se asocia con la materia prima disponible del lugar, con costumbres transmitidas de generación en generación y con una cosmovisión propia de cada comunidad.

Bajo el supuesto que para los artesanos tradicionales las determinantes enumeradas anteriormente representan una limitante, en ese escenario sería de gran apoyo un programa de formalización que les otorgue mayor autonomía simbólica y libertad para elegir dónde vender sus productos y a qué precio. También los habilitaría para acceder a beneficios de fomento económico por parte del Estado y así restringir la cadena de intermediarios, permitiendo que reciban un margen de utilidad mayor a lo que hoy ganan por su trabajo.

Sin embargo, ¿les interesa a los artesanos tradicionales mejorar sus precios y formalizarse para ganar mayor participación en el mercado nacional e internacional? **Esta tesis busca conocer el pensamiento socioeconómico del sector artesanal tradicional, dada la incertidumbre que existe sobre este tema, para realizar un diagnóstico y así poder evaluar la necesidad de elaborar un programa de formalización especial para artesanos tradicionales.**

2. FUNDAMENTACIÓN

Actualmente el sistema tributario en Chile no tiene un programa enfocado en artesanos tradicionales. Esta investigación busca elaborar un diagnóstico para evaluar la necesidad de crear un programa de formalización para ese segmento.

La experiencia que da inicio a la reflexión sobre que el sector económico de la artesanía no responde, debido a su naturaleza –de oficio tradicional, artesanal o por la elaboración de un producto único-, a los programas de formalización actuales se basa en una experiencia concreta de la autora de esta tesis, explicada a continuación:

Desde el año 2011 hasta finales del 2014, la autora de esta Tesis fabricó y comercializó tejidos a telar (ruanas), vendiéndolos de manera directa y sin intermediarios. Los principios de eficiencia, maximización de utilidades y rentabilidad eran ideas que la guiaban mientras se dedicaba al tejido a telar.

Al tratar de insertarse en el sistema formal para alcanzar las expectativas sociales esperadas de una universitaria titulada, aplicadas a un oficio artesanal, comenzaron a generarse inconvenientes en distintas etapas del proceso. La primera dificultad fue insertarse al sistema formal propiamente tal, pues los ingresos que generaba no alcanzaban a cubrir los gastos asociados a patentes e impuestos. Mientras que el segundo obstáculo fue relativo al stock, ya que la autora nunca alcanzó a elaborar un número importante de productos para vender en ferias pues los vendía a la vez que seguía tejiendo.

Si bien la autora tuvo la posibilidad de vender sus tejidos a una galería de arte y la ayudó el hecho de tener facturas, los ingresos no alcanzaban para contratar a una ayudante y que ambas obtuvieran una remuneración acorde al tiempo destinado. Finalmente, la decisión tomada por la autora fue priorizar la producción de los pedidos encargados, asignando la totalidad de la remuneración a una nueva tejedora –aunque esto significara quedarse sin sueldo-; ya que ese era el valor considerado para el trabajo en primera instancia. El sueldo designado para el trabajo por persona no cambiaría por un problema de mercado. Tampoco existía la posibilidad de aumentar el monto al cual se vendían los tejidos a telar, no obstante, la galería de arte doblaba los precios a los cuales compraba los productos a la artista. El precio final de venta que alcanzaron las ruanas en la galería, equivalía al doble del precio de los tejidos de la Fundación Artesanías de Chile.

La autora de esta investigación también tuvo la experiencia de haber formalizado su situación ante el Servicio de Impuestos Internos (SII en adelante), conociendo lo complicado del proceso de creación y operación de una microempresa artesanal. El SII permite suscribirse al Régimen de Tributación Simplificada (Ley 14 Ter) que, en resumen, contempla como Pago Provisional Mensual (PPM) el 1,5% de la venta. Pero este impuesto tiene que alcanzar como pago mínimo anual dos Unidades Tributarias Mensuales (UTM), que deben pagarse independiente de que se haya alcanzado el monto. Este régimen tendría sentido solo si el artesano tuviera ventas por sobre los \$500.000 mensuales, pues de lo contrario, estaría pagando 2 UTM por un ingreso que no tuvo.

Debido a todo lo anterior, la autora reflexionó y concluyó que, si bien la formalidad le abrió puertas, siempre había una contradicción con la naturaleza de la artesanía, por lo que un programa específico de formalización para artesanos podría solucionar este tipo de dificultades.

Al no saber si su forma de pensar era compartida por artesanos tradicionales, la autora tomó la decisión de investigar, a través de la Antropología Aplicada, el pensamiento socioeconómico del sector artesanal tradicional y no tomar otro camino como, por ejemplo, hacer una comparación de modelos tributarios existentes en otros países para artistas y artesanos.

A partir de esta experiencia se evidencia la dificultad de generar un *stock* en la artesanía, lo que paradójicamente le da valor a la misma. Como contrapartida, los intermediarios son capaces de mantener estos *stocks*, lo cual les da un mayor poder de mercado. En consecuencia, el que los intermediarios fijen los precios a los artesanos se debe a que los productos se venden a través de ellos, alejando a los artesanos de la demanda final e insertándolos en el comercio formal solo como mano de obra productiva.

Por todo lo anterior, esta investigación busca elaborar un diagnóstico para evaluar, a partir de la reflexión que se origina en la experiencia vivida por la autora, si los artesanos tradicionales necesitan un programa de formalización especial, en el entendido de que se insertan al mercado formal a través de intermediarios. Desde la teoría de Economía de Mercado, la informalidad los ubica en desventaja porque no tienen las herramientas de negociación e independencia necesarias para valorizar sus productos a un precio mayor. Sin embargo, ¿cuáles son las reales oportunidades y amenazas, desde la actual experiencia de inserción al mercado formal a través de la Fundación Artesanías de Chile

sumado a la propia visión socioeconómica de los artesanos, asociadas a la supuesta elaboración de un programa de formalización? Esa es la pregunta que busca responder esta tesis.

3. ANTECEDENTES

En este capítulo se identifican algunos antecedentes del sector comercial de la artesanía en Chile. Lo primero es una caracterización del área a partir de un estudio realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA en adelante) llamado *Caracterización de los canales de comercialización de la Artesanía y buenas prácticas* (2013). Este señala que la Fundación Artesanías de Chile es el mayor intermediario de artesanías tradicionales, es por esto que se describe detalladamente el modelo económico de la Fundación y sus procesos de compra y venta.

Se realizó una entrevista a Josefina Berliner (2016), directora de la Fundación, para obtener la información para esta sección. Asimismo, la Fundación compartió su base de datos para este trabajo, a partir de la cual se genera una síntesis estadística que busca detallar cuántos artesanos tradicionales son formales e informales, y su distribución en zonas rurales y urbanas dentro de Chile. Luego, se define desde una perspectiva cultural quiénes son considerados artesanos tradicionales para este estudio, marco que se rige por la definición elaborada por Artesanías de Chile.

Finalmente se especifican los conceptos de formalización e informalidad. Esta tesis no busca enfrentarse a la investigación desde una posición que juzgue la informalidad como un acto ilegal, sino que comprende que la informalidad puede ser una decisión sociocultural. Es decir, que para algunas personas ser informal es una disposición coherente con su forma de vida, ya que las implicancias tributarias y jurídicas de la formalidad no son compatibles con su cultura.

3.1. Caracterización del sector de artesanías

A continuación se describen: tipos de artesanos, consumidores, mercado e intermediarios, a modo de entregar información sobre este sector económico.

3.1.1. Artesanos y consumidores

Como primer punto, el CNCA (2013) define los actores de la cadena comercial artesanal. Existen los productores, clasificados en tres categorías:

- Artesanos urbanos.
- Artesanos de tipo tradicional.
- Artesanos indígenas.

Luego, define dos tipos de consumidores (CNCA, 2013):

- Consumidores finales.
- Consumidores intermediarios. En esta categoría encontramos:
 - Intermediarios estatales/municipales, donde se encuentran la Fundación Artesanías de Chile y otras ferias que se realizan estacionalmente en distintas ciudades del país.
 - Intermediarios empresariales, donde destaca tienda ONA en San Pedro de Atacama y otras que se dedican a la comercialización de artesanía.

3.1.2. Mercado

Los canales de comercialización de la artesanía son ferias, tiendas y plataformas alternativas (CNCA, 2013). Las características que los definen son:

3.1.2.1. Ferias

Las ferias son espacios especializados y compartidos por varios artesanos, donde cada uno tiene su propio puesto para comercializar sus productos. El 79,5% de las ferias se ubica en zonas urbanas, mientras que el 20,5% en zona rural (CNCA, 2013). Según el CNCA (2013), las fortalezas de este canal de distribución para los artesanos son:

En primer lugar, se crean buenas redes de contactos. En segundo lugar, estos espacios están consolidados por lo que atraen un público que está buscando productos artesanales. En tercer lugar, es una fortaleza el que sean los mismos artesanos quienes vendan sus productos porque esto le da valor a la artesanía por quedar en evidencia el carácter personal detrás del objeto.

Por el contrario las debilidades son, en primer lugar, los artesanos tienen que pagar por el arriendo del puesto en las ferias, que sumado a los costos de traslado, alimentación y alojamiento, hace que el valor de estas instancias sea relativo y no siempre económicamente rentable. En segundo lugar, las ferias tienen un gran costo para quienes las organizan, por eso en su mayoría son creadas por las municipalidades y no organizadas por los mismos artesanos lo que reduce la producción de ferias a la disposición municipal. En tercer lugar, son estacionales, es decir, se organizan generalmente solo en época de vacaciones y en lugares donde hay mayor concurrencia de turistas. Por último, no hay una regulación de quienes venden en las ferias, ya que a veces se instalan comerciantes con productos

manufacturados en China, como por ejemplo tejidos o alfarería, lo que baja el estándar de calidad y los precios (CNCA, 2013).

3.1.2.2. Tiendas

Las tiendas son locales comerciales permanentes donde se vende artesanía. El 81,8% de ellas se ubica en zonas urbanas y 18,2% en zonas rurales. Una de las fortalezas de las tiendas es que algunas pagan a los artesanos el 50% anticipadamente, lo que les permite comprar la materia prima. Otra es que se encargan de todos los aspectos administrativos y el rol del artesano es solo de productor (CNCA, 2013).

Por otro lado, una de las debilidades de las tiendas para los artesanos es que cobran entre un 28% y un 70% de comisión por los productos vendidos. Además, las tiendas intermediarias no potencian al artesano al no poner en conocimiento el nombre de ellos y su biografía. Por último, el perfil de artesano urbano queda fuera de la mayoría de las tiendas porque se centran en artesanía tradicional e indígena (CNCA, 2013). Y finalmente, la gran debilidad de las tiendas para sus dueños -sean o no artesanos- es que los costos asociados (arriendo de local y administración) son muy elevados (CNCA, 2013).

3.1.2.3. Plataformas alternativas

Las plataformas alternativas son medios de ventas en línea y actualmente se consideran canales de comercialización poco desarrollados. Entre ellos encontramos, por ejemplo, al sitio web de compras en línea de la Fundación Artesanías de Chile y de Fundación Comparte. La principal fortaleza de este canal de comercialización para los artesanos, es que este tipo de plataformas transparenta las ventas y los precios, por lo tanto, genera vínculos de confianza entre artesanos e intermediarios mayoristas (CNCA, 2013).

La debilidad de este canal de comercialización es que la venta minorista implica un importante costo de transporte o envío del producto que incrementa el precio final del mismo, desincentivando al consumidor (CNCA, 2013).

3.1.3. Intermediarios

Según el CNCA (2013), la Fundación Artesanía de Chile es el principal punto de venta para artesanos tradicionales a lo largo de nuestro país. A continuación, y tomando en cuenta que por esta razón se

eligió como marco de estudio a una muestra de artesanos que pertenece a esta institución, se describe detalladamente cómo funciona esta organización.

3.2. Fundación Artesanías de Chile

La Fundación Artesanías de Chile es una entidad privada sin fines de lucro que tiene 15 años de trayectoria. Pertenece a la Red de Fundaciones de la Dirección Sociocultural de la Presidencia de la República, y es presidida actualmente por la Directora Sociocultural de la Presidencia, Paula Fortes Valdivia. Su Directora Ejecutiva es Josefina Berliner Duque (2016), quien concedió una entrevista para la realización de este trabajo, de donde se desprende la información contenida en este apartado.

El primer diagnóstico que da inicio a la Fundación, explica Berliner (2016), es que los artesanos viven en zonas rurales y alejadas de centros comerciales y ciudades, pero sobre todo, que tienen un alto nivel de vulnerabilidad socioeconómica. Entonces, el tener pocos ingresos les dificulta producir artesanías porque no les alcanza para abastecerse de materias primas, ya que son destinados a satisfacer sus necesidades básicas.

La misión de la Fundación es “Preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena, promoviendo la integración de artesanos/as en los procesos de desarrollo sociocultural y económico del país.” (Fundación Artesanías de Chile, 2017). A su vez, su visión es “Valorar al artesano y la artesanía como parte de la tradición chilena” (Fundación Artesanías de Chile, 2017). Sus objetivos estratégicos son generar oportunidades para artesanos tradicionales con algún grado de vulnerabilidad, poner en funcionamiento estrategias de fomento productivo y comercial para que el oficio artesanal se considere una opción de trabajo sostenible, generar difusión y conocimiento donde se valore la diversidad artesanal, colaborando a construir nuestra identidad nacional; y por último, colaborar a la conservación y puesta en valor de las artesanías tradicionales y los oficios, los cuales son parte de nuestro patrimonio material e inmaterial (Fundación Artesanías de Chile, 2017).

3.2.1. La Fundación y su relación con los artesanos

La Fundación trabaja con una red de artesanos en todo el territorio nacional. Tiene un comité de asesores expertos externos, que se reúne una o dos veces al mes para evaluar las piezas con que

postulan los artesanos¹. Este mecanismo se creó para que el criterio de curatoría no dependiera de la directora de turno.

La Fundación es conocida por los artesanos y llegan a ella principalmente por el “boca a boca”, luego por la información que traspasan los municipios y, finalmente, porque la Fundación va a terreno a contactarse con la gente (Berliner, 2016). Sobre la importancia de la Fundación para los artesanos Josefina Berliner (2016) asegura:

“Ser parte de la Fundación les da cierto estatus dentro de sus pares porque nos hemos dedicado mucho a trabajar el tema de la calidad de las piezas. No solo hacia los clientes, sino también hacia el sector artesanal. Los artesanos que pasan a ser parte de la red empiezan a ser reconocidos como los que tienen las mejores piezas. Eso ha sido un proceso de 15 años, no ha sido automático”.

A la fecha tienen 2.200 artesanos inscritos. Para postular, los artesanos interesados tienen que enviar piezas físicas (no fotografiadas) para su evaluación. A su vez, tienen que completar una ficha social redactada por el comité de selección y también una ficha de trayectoria. En el caso de que sean aceptados, esas piezas son compradas y comercializadas en las tiendas (Berliner, 2016).

El ideal para la Fundación es que el artesano seleccionado tenga una segunda y tercera compra el año que postuló. “Ahí empezamos a generar, lo que yo digo, relaciones de confianza”, señala Berliner (2016). Agrega que así ellos empiezan a familiarizarse con el trabajo de la Fundación y viceversa, de esta forma se conoce cómo trabajan los artesanos y las agrupaciones.

El criterio de selección de los productos consiste en que estos califiquen como artesanía tradicional (descrito en el siguiente subcapítulo Artesanos Tradicionales, p.24). Ya con los productos clasificados como artesanía tradicional, opera el segundo filtro de selección que implica las piezas proveniente de artesanos que tengan más años de trayectoria, es decir, que sean portadores de un conocimiento transmitido de generación en generación. También se les da prioridad a los artesanos tradicionales que ocupen materias primas de la región en que residen. Asimismo, a aquellos con mayor riesgo de exclusión social (Berliner, 2016).

¹. Actualmente (2016), el comité está formado por una antropóloga, una experta en cerámica, una diseñadora UC y un antropólogo experto en fibras vegetales.

De los 2.200 artesanos inscritos existen 1.837 activos entre el 2013 y el 2016, los cuales están registrados como 533 proveedores por la Fundación, ya que se puede tratar tanto de artesanos individuales como de agrupaciones. Algunos artesanos reciben una orden de compra mensual fija por parte de la Fundación. El criterio de selección consiste en que se da preferencia a quienes no tienen ninguna otra comercialización aparte de la Fundación. Hay muy poca variación año a año y, para que ingrese una persona nueva, depende del fallecimiento de otro artesano o que algunos formen una agrupación y/o su tienda propia, entonces solo ahí se les cambia a orden de compra puntual (Berliner, 2016) brindando la posibilidad de que otro artesano ocupe su lugar. “A pesar de que se trata de estimar, esto va cambiando. Algunos salen y otros entran”, aclara Berliner (2016).

El criterio para entrar a este grupo de orden de compra fija tiene que ver con la diversidad de productos, que a su vez se relaciona con las necesidades de los grupos y asociaciones. El hecho de que estén alejados en zonas rurales, dificulta que los artesanos generen ingresos por otra vía (Berliner, 2016).

3.2.2. Modelo económico

A continuación se describe el modelo económico de gestión de la Fundación Artesanías de Chile, llamado Fondo de Compras Rotatorio. Además, se explica el proceso de compra de los productos y las fórmulas matemáticas con las cuales la Fundación establece los precios de compra y venta de estos. Asimismo, se detalla la cantidad de ventas de años anteriores y, cómo de acuerdo a esto, se calcula el número de compras fijas anuales. También se describen los canales de ventas de la Fundación.

3.2.2.1. Fondo de Compras Rotatorio

El modelo económico de la Fundación se llama Fondo de Compras Rotatorio. Este consiste en un fondo de MM\$ 200 aproximadamente, el cual se ha generado a partir de donaciones de distintas instituciones (Berliner, 2016):

Año	Convenio o Aporte	Monto MM\$
2003	SERCOTEC	25,5
2004	MINEDUC	84,445
2005	Propios	3
2006	Gabinete	10
2007	Propios	1,934
2008	Sercotec	50
2009	Fosis	8
2013	San Carlos de Maipo	5
TOTAL		187,879

Tabla #1: Aportes en millones de pesos dividido por institución y año. Información obtenida del informe del Fondo de Compras Rotatorias otorgado por Josefina Berliner, 2016.

El modelo mantiene un fondo de MM\$ 200 en el tiempo, los que van rotando y siempre se encuentran en alguna de las siguientes instancias (Berliner, 2016):

- **Cuenta de anticipo a proveedores:** pagos anticipados que se realizan a los artesanos junto a la orden de compra.
- **Piezas que están en las tiendas:** estas piezas no se dejan a concesión, sino que fueron pagadas a los artesanos.
- **Cuenta bancaria:** saldo del banco donde va entrando nuevamente el dinero de la venta de las piezas.

3.2.2.2. Proceso de compra

Para comprar un producto la Fundación tiene que realizar una orden de compra a los artesanos. Este sistema genera un registro de los productos por adquirir y funciona como mecanismo de respaldo, tanto para la Fundación como para los artesanos (Berliner, 2016). Existen dos tipos de orden de compra:

- **Orden de compra fija mensual:** ingreso mensual asegurado para los artesanos, ya que la orden de compra abarca el período desde enero a diciembre.

- **Orden de compra puntual:** ingreso puntual para los artesanos, pues se destina para la compra particular de algún producto.

Una vez generada la orden de compra, el artesano tiene la opción de solicitar un anticipo que puede alcanzar hasta un 50% del valor de la compra final. Luego este produce y envía las piezas a alguno de los centros de acopio (zona sur y Santiago), normalmente por pagar en Tur Bus para que la Fundación financie los envíos. Posteriormente, la Fundación Artesanías de Chile realiza un control de calidad al recibir los productos, dentro de los próximos diez días hábiles como máximo. Después de que ingresan las piezas, es decir, que superan todos los pasos descritos, se paga el 50% restante a los artesanos (Berliner, 2016).

El sistema consistente en que los artesanos no dejen sus productos en consignación es muy importante según Berliner (2016), quien hace hincapié sobre esto y señala que sus ventajas son:

- Permanencia de los artesanos en la Fundación Artesanías de Chile: en general estos no son capaces de financiar un *stock* de productos en consignación. Por lo tanto, el hecho que la Fundación les compre al contado e incluso con un adelanto contribuye a su continuidad.
- Ingresos fijos mensuales: de los 2.200 artesanos pertenecientes a la Fundación, 670 reciben una orden de compra fija, por lo tanto, ellos tienen asegurado un ingreso mensual por la venta de sus piezas.

Finalmente, para la Fundación es un buen modo para disponer de grandes volúmenes de venta, pues normalmente a los artesanos les complicaría financiar dichos *stocks*.

3.2.2.3. Precios

➤ Fijación de precios

La Fundación calcula el precio final considerando un margen de comisión para ellos de hasta un 35%. El promedio del margen alcanza el 32%. Por lo tanto, el precio final se calcula agregando al valor del producto un porcentaje de comisión para la Fundación Artesanías de Chile (margen de utilidad), más un 19% de IVA.

$$\text{Precio Final} = [\text{Precio Artesano} \cdot (1 + \text{Min}(\text{Porcentaje comisión}, 35\%))] \cdot 1,19\%$$

Del precio final, el IVA se paga al Servicio de Impuestos Internos (SII), el margen o comisión se reinvierte a la Fundación y el *Precio Artesano*, se devuelve al fondo rotatorio (Berliner, 2016).

La Fundación ha realizado el trabajo de calcular los costos de la mayoría de sus productos, para eso calculan de la siguiente manera la remuneración de los artesanos (Berliner, 2016):

- Precio artesano:

$$\text{Precio Artesano} = \text{Costo Materia Prima} + \text{Valor Hora Artesano}$$

- Valor hora artesano (establecido por la Fundación Artesanías de Chile):

$$\text{Valor Hora Artesano} = (\text{Valor Hora del Sueldo Mínimo}) \cdot 1,5$$

Los precios se ajustan por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) todos los años. Se exceptúan los productos elaborados con metales, los cuales se ajustan constantemente, cuando hay variación en los precios de materia prima (Berliner, 2016).

Cuando los artesanos postulan sus productos a la Fundación, ellos establecen los precios de sus artesanías. Sin embargo, a todos los productos a los cuales la Fundación ya les ha realizado un estudio de costos y que compra a otros artesanos también, les homologa sus precios a productos similares. Es decir, al artesano se le plantea el precio de compra para ese producto y depende de él si lo acepta o no (Berliner, 2016).

➤ Cálculo de costos

La Fundación ha realizado un cálculo de costos a 450 artesanos. Esto consiste en medir cuánta materia prima utilizan por producto y asegurarle un precio. A dicha cifra se le suma la cantidad de horas-trabajadas valorizadas como 1,5 veces la hora-trabajada del sueldo mínimo. El resultado de este trabajo ha sido que los precios de los artesanos se han incrementado en promedio un 20%, en comparación al momento en que comenzaron a trabajar con la Fundación Artesanías de Chile, mientras que en otros casos aumentan un 100% (Berliner, 2016). El alza de los precios se debe a que el artesano, originalmente, no considera la mano de obra o el cálculo de la materia prima a la hora de cobrar, pues es complejo tanto para los artesanos como para la Fundación. “Estamos hablando de

materias primas naturales que tienen un proceso de recolección distinto, y que los artesanos muchas veces no saben cuánto utilizan para cada producto. Nosotros hacemos un cálculo de costo de materia prima, uno a uno, pieza a pieza”, agrega Josefina Berliner (2016).

3.2.2.4. Ventas

Las ventas de la Fundación -a las cuales nos referiremos en millones- son, en promedio, entre MM\$45 y MM\$ 55 mensuales. De estas, las realizadas con órdenes de compra fijas son aproximadamente MM\$ 35 (Berliner, 2016).

Debido a que el dinero tiene que rotar (compra/venta) para que el sistema rotatorio circule y sea efectivo y eficiente, la Fundación todos los años estima la demanda del mercado. Para este propósito realiza un cálculo estimativo de las ventas finales y así puede calcular cuántos artesanos de compra fija mensual compromete (Berliner, 2016).

El cálculo para definir el presupuesto destinado a las compras fijas mensuales del año siguiente, y así a principio de año asegurar a los artesanos sus ventas, es el siguiente:

$$Vent\ Total_{Proyectadas} = \frac{Vent\ Total_{A\tilde{n}o\ anterior} \cdot (1 - 30\% [Margen])}{(1 + 19\% [IVA])}$$

A las ventas totales del año anterior se le descuenta un margen promedio del 30% y el 19% de IVA. Finalmente, se descuenta un 20% para no asumir riesgos en las órdenes de compra fija:

$$Monto\ de\ OC\ Fijas = Vent\ Total_{Proyectadas} \cdot (1 - 20\% [Riesgo])$$

Una vez obtenido el cálculo de presupuesto para las órdenes de compra fija mensual, se puede estimar cuánto dinero queda disponible para realizar compras a artesanos con una orden de compra puntual. Lo cual se calcula así:

$$Monto\ de\ OC\ Puntuales = Ventas\ Semanales - Compras\ comprometidas\ OC\ Fijas$$

3.2.2.5. Cumplimiento

Según Berliner (2016), en la Fundación actualmente existe un 95% de cumplimiento de entregas por parte de los artesanos, lo cual aproximadamente implica unos 6.000 productos semanales.

3.2.2.6. Canales

La Fundación Artesanías de Chile tiene un sistema de logística conformado por centros de acopio para recolectar los productos, los cuales posteriormente son distribuidos en las tiendas de la Fundación, ubicadas a lo largo de Chile (Berliner, 2016).

Existen tres centros de acopio: en Santiago, en Temuco y el último en Puerto Varas. Desde esos centros se distribuye a las seis tiendas que tiene actualmente la Fundación, las cuales se han ido construyendo a través de los años. Éstas actualmente se ubican en el Centro Cultural Palacio La Moneda, Centro Artesanal Pueblito Los Domínicos, Aeropuerto de Santiago, Valdivia, Puerto Varas y Aeropuerto del Loa en Calama. Por tienda hay aproximadamente entre MM\$ 15 y MM\$ 25 en productos, es decir, el *stock* fue adquirido por un equivalente a ese monto.

Otro canal de comercialización es una tienda virtual inaugurada el año 2016 y, por otro lado, recién se está empezando un plan de exportación (Berliner, 2016).

3.2.3. Formalización en Fundación Artesanías de Chile

El encargado de compras de la Fundación proporcionó para este trabajo un resumen del número de artesanos activos entre el año 2013 y el 2016. Las personas individuales registradas son 1.837, las que para la Fundación Artesanías de Chile se contabilizan según proveedor. Hay un total de 533 proveedores, los que pueden ser talleres grupales o artesanos individuales. De estos 533, el 14% son formales, es decir, tienen iniciación de actividades en Primera Categoría ante el SII²; mientras que el 86% restante son informales, es decir, reciben una factura de compra emitida por la Fundación.

² Formales son aquellas personas con iniciación de actividades en Primera Categoría, es decir afectos a IVA. Los artesanos con iniciación de actividades en Segunda Categoría, que emiten boletas de honorarios, no son considerados formalizados porque esa categoría cubre solo servicios y no la venta de productos tangibles.

Cantidad de proveedores		
Informales quienes reciben Factura de Compra	459	86%
Formales con Iniciación de actividades en Primera Categoría ante SII	74	14%
Total	533	100%

Tabla #2: Cantidad y porcentaje de artesanos proveedores entre el año 2013 y 2016, formales e informales, de la Fundación Artesanías de Chile.

A continuación, se detalla la distribución de artesanos informales (Factura de compra emitida por la Fundación) y formales (Inicio actividades SII) por región y, a la vez, por zona urbana y rural en cada región:

Región	FACTURA COMPRA (Informales)			INCIO ACTIVIDADES SII (formales)			Total General
	Rural	Urbana	Total	Rural	Urbana	Total	
I	16	7	23	7	4	11	34
II	18	3	21	2	0	2	23
III	7	0	7	1	0	1	8
IV	1	11	12	1	2	3	15
IX	38	7	45	6	4	10	55
RM	0	61	61	2	11	13	74
V	3	1	4	0	0	0	4
VI	15	5	20	5	2	7	27
VII	44	2	46	2	0	2	48
VIII	37	6	43	4	0	4	47
X	81	14	95	1	3	4	99
XI	4	5	9	0	0	0	9
XII	0	4	4	0	1	1	5
XIV	60	2	62	9	1	10	72
XV	1	6	7	0	6	6	13
Total general	325	134	459	40	34	74	533

Tabla #3: Distribución de proveedores activos entre el 2013 y el 2016 distribuidos por región, zona urbana o rural; además por su grado de formalidad (inicio de actividades SII) o informalidad (reciben una factura de compra emitida por la Fundación).

De acuerdo a su experiencia y su visión de la formalización bajo los parámetros de la economía moderna, el diagnóstico que Berliner (2016) propone para explicar la cantidad de artesanos formales es el siguiente:

- Existe un bajo nivel educacional de los artesanos, lo que complica la realización de cálculos mensuales como, por ejemplo, la declaración de impuestos en donde no pueden equivocarse.
- Cuando los artesanos se formalizan pierden los bonos del Estado. Al momento de tomar la decisión de formalizarse, es importante analizar que esto permitirá generar los mismos recursos que suplirán los subsidios recibidos del Estado.
- Los artesanos han sido, reiteradamente, víctimas de contadores que los han estafado, generándose un rechazo frente a temas como la contabilidad, impuestos, entre otros.

Por otro lado, acerca de la relación entre las edades de los artesanos y la formalización, Berliner (2016) señala: “nosotros hemos trabajado fuerte con las nuevas generaciones que, por lo general, han completado cuarto medio y tienen una visión distinta del negocio. Ya con la gente de la tercera edad nosotros no hacemos ningún esfuerzo en ese sentido”.

A las personas que no están formalizadas la Fundación Artesanías de Chile les realiza una factura de compra, por lo tanto, la compra se declara ante el SII a través de la institución. Esto implica que no existe un acto informal o ilegal en la venta que realizan los artesanos a la Fundación.

3.2.4. Sistema de egreso

La Fundación no tiene sistema de egreso. Esto significa que la relación entre la institución y los artesanos en teoría es permanente (Berliner, 2016). No implica que estos últimos tengan que alcanzar una meta en ventas o comenzar con su propia tienda para dejar de recibir capacitaciones de la Fundación.

No existe un plan de apoyo terminal, sino que se trata de programas de capacitaciones continuas. Esto se debe a que la Fundación Artesanías de Chile apoya a los artesanos como comercializadora intermediaria a través de programas y mejoras continuas, las cuales han ido desarrollando a medida que van conociendo las necesidades de los artesanos. La prioridad de la Fundación es apoyar en las ventas de los productos a través de sus tiendas y, en segundo lugar, capacitar en temas tanto administrativos como de producción.

3.3. Artesanos tradicionales

En este subcapítulo se define el concepto de artesanía tradicional. Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1997) se define como artesanía a productos elaborados a mano por artesanos que si bien pueden utilizar herramientas o instrumentos mecánicos, debe predominar el trabajo manual. Son aquellos que para su fabricación se utilizan materias primas que provienen de recursos sostenibles. La característica principal de los productos artesanales consiste en tener un sello distintivo, ya sea por su función o estética que estén directamente relacionadas con la cultura de quien la produce. Para complementar, según Chile Artesanías (2011) la artesanía contiene símbolos que se vinculan al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados con el territorio e identidad de la comunidad a la que pertenecen.

Como se mencionó en el sub-capítulo anterior, existen distintos tipos de sub-categorías de artesanos. Para esta investigación sólo se consideran artesanos tradicionales aquellos enmarcados en las cuatro categorías elaboradas por la Fundación Artesanías de Chile (2017):

- A. **Artesanía tradicional indígena:** producción artesanal de pueblos originarios de Chile. Es decir, destacan porque los artesanos pertenecen a comunidades étnico culturales que en Chile son: Aymara, Quechua, Atacameño, Colla, Diaguita, Rapanui, Mapuche, Yagán, Kawésqar.
- B. **Artesanía tradicional con identidad local:** producción artesanal con una trayectoria personal suficiente como para que la zona o localidad del país adquiera como identidad el oficio de sus artesanos. Por ejemplo, Pomaire y su producción de greda.
- C. **Reproducciones arqueológicas y/o de valor histórico:** producción artesanal contemporánea en la cual su diseño corresponde a réplicas de piezas arqueológicas.
- D. **Artesanías locales emergentes:** producción artesanal reciente y colectiva que se produce en territorios determinados y generan un sentido de pertenencia local. Por ejemplo: alfareros de Puerto Ibáñez.

3.4. Formalidad/informalidad

En el marco de este estudio, definir qué significa formalidad e informalidad es la base para entender cómo se evalúa a los artesanos tradicionales formales o informales. Jurídica y tributariamente existe una distinción entre ser formal o informal, la cual se explicará en el apartado de Formalidad (3.4.1) además, de introducir a la *microempresa* como la actual forma de formalización para pequeños productores y comerciantes.

Pero el concepto de informalidad es más complejo. Esto se debe a que la informalidad analizada desde visiones económicas modernas suele estar asociada a connotaciones negativas, las cuales no son pertinentes para esta investigación ya que la economía artesanal no necesariamente responde a dichas visiones.

Como se explicó anteriormente los artesanos informales no cometen una ilegalidad al vender sus productos a la Fundación Artesanías de Chile, debido a que ésta se hace cargo de los trámites tributarios. Por lo mismo, se entiende en esta tesis que la informalidad puede ser una decisión libre de personas que no adscriben a la formalidad lo cual es un ámbito más complejo que la mera burocratización, al ser finalmente un asunto cultural.

3.4.1. Formalidad

Actualmente en Chile rige un modelo económico de Economía de Mercado. Este se utiliza de manera especialmente ortodoxa al ser incorporado en todas las áreas de la sociedad como por ejemplo la salud, educación y sistema de pensiones. Dentro de este modelo, el mecanismo institucional para poder, como persona natural, adquirir participación jurídica y legal en el desarrollo de alguna actividad económica es la categoría de *microempresa*. Sobre esta significación que surge “en la década del noventa (...) el concepto de microempresario se erigió nombrando a las personas que salían de las plazas laborales sin poder siquiera consolidar una carrera laboral e ingresaban al sector informal de la economía para lograr el sustento” (Gómez, 2017: 9).

En términos prácticos para constituir una *microempresa*, el SII es el “Servicio fiscal dedicado a la recolección de impuestos. Incluye declaración en línea e información sobre tributos y leyes tributarias” (SII, 2017). A través del SII se formalizan tributariamente las personas que comercializan

algún producto o realizan algún servicio. En el sitio web del SII (2017) definen la formalización como:

“El primer paso para la formalización de un emprendimiento, es el Aviso de Inscripción en el RUT e Inicio de Actividades, con lo que se da inicio al denominado Ciclo de Vida Tributario, que abarca todas las acciones que va desde el Inicio de Actividades hasta el Término de Giro, es decir, cuando se decide dar término a la actividad”

Para el SII (2017) existen dos clasificaciones tributarias: Primera y Segunda Categoría. Estas se diferencian según el tipo de rentas o ingresos que obtengan y son identificadas bajo la Ley de la Renta como:

- Primera Categoría: son todas aquellas rentas que se perciban del capital y las empresas comerciales, mineras, industriales y otras.³
- Segunda Categoría: son las rentas del trabajo.⁴

En resumen, la Primera Categoría se refiere a las ventas de productos tangibles afectos a IVA, mientras que la Segunda Categoría es para quienes realizan servicios y emiten boletas de honorarios. Para términos legales los artesanos o artistas que venden con boleta de honorarios no son considerados formalizados. Esa categoría cubre solo servicios y no la venta de productos tangibles.

³ SII (2017) especifica: “Tratándose de contribuyentes que posean o exploten bienes raíces agrícolas, no agrícolas, obtengan rentas de capitales mobiliarios consistentes en intereses, pensiones, bonos, dividendos, depósitos en dinero, rentas vitalicias, rentas de la industria, del comercio, de la minería, de la explotación de riquezas del mar y otras actividades extractivas, compañías aéreas, de seguros, de los bancos, soc. administradoras de fondos mutuos, asociaciones de ahorro y préstamos, soc. de inversión o capitalización, constructoras, periodísticas, publicitarias, de radiodifusión, televisión, procesamiento automático de datos y telecomunicaciones, rentas obtenidas por corredores, comisionistas con oficina establecida, martilleros, agentes de aduana, embarcadores, agentes de seguros, colegios, academias, institutos de enseñanza, clínicas, hospitales, laboratorios, empresas de diversión y esparcimiento, etc., son todos clasificados por la Ley de la Renta como rentas de Primera Categoría, pagando un impuesto determinado, conforme las normas que el texto señala.”

⁴ SII (2017) especifica: “Cuando se trata de rentas como sueldos, salarios, dietas, gratificaciones, participaciones, montepíos, pensiones, gastos de representación, u honorarios que se obtienen como ingresos provenientes del ejercicio de las profesiones liberales, ocupación lucrativa, etc. son clasificadas por la Ley de la Renta como rentas de Segunda Categoría, aplicando un impuesto diferente a aquel señalado para la Primera Categoría, y con propios procedimientos de cálculo.”

Razeto (Gómez, 2017) considera a la *microempresa* como “*un proceso de integración y de coordinación social*” (p.9). Sin embargo, en esta perspectiva de integración económica “las variables que trascienden las relaciones de los modos de producción y los antecedentes demográficos de los integrantes de las organizaciones, tales como la identidad, el reconocimiento y la acumulación de valores son manipuladas como tópicos teóricos residuales de segunda orden” (Gómez, 2017: 34). En este contexto, la artesanía no puede sino considerarse como un sector económico *incrustado*⁵ a la identidad local y cultural de cada individuo y no calificaría como un simple emprendimiento, entendido como:

“En términos precisos, el <<emprendedor>> se define como una persona que observa las razones de los cambios, evalúa la mayor parte de sus consecuencias, juzga el énfasis de las tendencias producidas por esas variaciones y elabora estrategias que le permiten incluirse o excluirse de esas situaciones y, desde esta toma de posición, promueve relaciones según beneficios” (Sapelli en Gómez, 2017: 31).

Los artesanos no son emprendedores buscando cómo satisfacer una necesidad en el mercado y así poder integrarse al sector formal, sino que su quehacer se vincula a una labor estética, a una técnica desarrollada en alguna localidad y a su propia vinculación social en la comunidad a la cual pertenecen.

3.4.2. Informalidad

En el trabajo de Pérez (1991) se establece que el inicio de la investigación de los sectores marginales, luego denominados como “informales”, empieza en la década del '70 del siglo pasado. Los estudios sobre este tema se han elaborado principalmente en el Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC), perteneciente a la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Las distintas miradas sobre el concepto de informalidad han ido cambiando. Neffa (2008) explica que al comienzo de los estudios sobre informalidad, ésta se relacionaba con la pobreza, pero las investigaciones han demostrado que la idea de informalidad también es una elección de muchas personas para no ser parte del sistema: “El origen del sector informal sería una alternativa a ejercer el trabajo de manera formal” (Neffa, 2008: 8).

⁵ Polanyi (1957) desarrolla el concepto de *incrustación*, estableciendo que la economía no es autónoma, sino por el contrario, está “subordinada a la política, la religión y las relaciones sociales.” (Fred Block en Polanyi, 1957: 27).

Existe también una tendencia a reducir el concepto de informalidad a las personas que no han ingresado al sistema del seguro social y “si bien es cierto que todos los ocupados en el sector informal no tienen acceso al seguro social, lo contrario no es cierto, porque todos los que no tienen la protección del sistema de seguridad social no podrían definirse por esa sola causa informales” (Tokman citado en Neffa, 2008: 8). Otro error ha sido creer que el sector informal es causa de una adolescencia:

“hablar del sector informal, como no organizado, no estructurado, sería afirmar en contrapartida que es solo en el sector formal que existe la organización y la estructura, cuando los estudios sociológicos y antropológicos han demostrado que existen fuertes organizaciones de trabajadores informales (vendedores ambulantes, puesteros de ferias, etc.)” (Freysinet en Neffa, 2008: 10).

En conclusión, hay que investigar a la hora de clasificar a las personas dentro de la categoría de informal. Con frecuencia se asimiló este concepto con el subempleo y la pobreza, pero como se ha explicado, ese no es el aspecto esencial. Puede ser cierto que las personas más pobres en su trabajo, por generar ingresos de manera ilegal, se puedan incluir en el sector informal. Pero esto no quiere decir que se pueda reducir el concepto de informalidad al de pobreza (Neffa, 2008). El error estaría en que no se está tomando en cuenta que el sector informal refleja “los aspectos dinámicos heterogéneos y complejos de un grupo de industrias o de actividades económicas específicas, y a término debería incorporar a los trabajadores rurales que operan en el ámbito informal” (Neffa, 2008: 16). A su vez, “las actividades de la economía informal no son algo totalmente integrado, autónomo; siempre mantiene vínculos con el resto de la economía, pues importa bienes y exporta bienes y servicios hacia los otros sectores” (Neffa, 2008: 16).

Por todo lo anterior, la informalidad no hay que juzgarla con una connotación negativa o positiva por el sólo hecho de considerarse ilegal en algunos casos. En el contexto de esta tesis, la informalidad se considera una opción socioeconómica, ya que puede ser una decisión que los artesanos han tomado para ser coherentes con su modo de vida o porque los procesos y beneficios no se ajustan a las necesidades definidas desde su cultura.

3.5. Resumen de los antecedentes

De todo lo desarrollado anteriormente, se resume que:

- Primero, todos estos antecedentes plantean un escenario del sector artesanal donde los canales de distribución que priman son las ferias y las tiendas. Ambas se ubican principalmente en zonas urbanas, lo que dificulta el acceso de artesanos que viven en zonas rurales. Una de las fortalezas de las ferias, en comparación con las tiendas, es el valor agregado que tiene para la artesanía el hecho de que el artesano sea quien vende sus productos directamente. Y a su vez, un problema es que ellos mismos tienen que costear traslados, alimentación y alojamiento. Si los artesanos fueran formales podrían descontar estos gastos en sus declaraciones contables.

Las tiendas, que son un mejor canal de venta porque no se limitan a la estacionalidad, representan un problema para los artesanos cuando reciben sus productos en consignación y/o no les realizan pagos anticipados. Las tiendas, a su vez, cobran en promedio un 28% de comisión más el 19% del IVA. El único sistema que asegura la venta a los artesanos es cuando éstas les compran el producto anticipadamente.

- Segundo, el estudio realizado por el CNCA (2013) evidencia que la Fundación Artesanías de Chile es el principal punto de venta de artesanos tradicionales a lo largo de Chile, contando con 2.200 artesanos inscritos. Esto la convierte en el segmento de estudio apropiado para esta investigación, por ser la mayor organización vinculada comercialmente a artesanos tradicionales en Chile. Las otras organizaciones son tiendas gestionadas por personas naturales o fundaciones de menor tamaño, en las cuales probablemente también se venden productos de los mismos artesanos. Finalmente, la Fundación es un marco amplio que contiene en su base de datos a los artesanos que venden de forma individual o a través de otras tiendas pequeñas.
- Tercero, los artesanos tradicionales definidos por la Fundación Artesanías de Chile restringen la investigación a personas que viven principalmente en zonas rurales y generalmente tienen un alto nivel de vulnerabilidad socioeconómica. Esto dificulta el manejo administrativo y comercial, e implica que los artesanos se vuelven dependientes de los intermediarios para comercializar sus productos.

- Cuarto, la Fundación restringen las compras solo a aquellos artesanos que pertenecen a los pueblos originarios de Chile o a quienes tienen una trayectoria tal, que la zona o localidad tenga en su identidad el oficio de sus artesanos. O también a que se trate de producción contemporánea que en su diseño involucre réplica de sus piezas arqueológicas. O finalmente, que sean productores de artesanías recientes y colectivas que se producen en una localidad determinada generando sentido de pertenencia.
- Quinto, el oficio de la artesanía se caracteriza por las relaciones continuas y la transmisión de saberes orales que se traspasan de generación en generación. Esto la convierte en una economía que se desarrolla y se vincula en un entorno de tradiciones familiares, en donde los mayores entregan sus conocimientos a las nuevas generaciones para lograr así la continuidad de la técnica y práctica, teniendo además un rol fundamental en la economía familiar y social. En este contexto, la relación con el entorno es relevante, ya que gran parte de las materias primas que se utilizan en las diferentes artesanías provienen de su lugar de residencia, siendo un oficio que se estructura a partir de un estilo de vida determinado por su cultura.
- Sexto, la Fundación Artesanías de Chile tiene el Fondo de Compras Rotatorio. Esto le otorga un rol social ya que tiene restringido el margen de comisión que puede recibir por la venta de los productos al comprador final. También, porque todo lo vendido se devuelve al fondo común y con eso aseguran las ventas de alrededor de 670 familias de artesanos.
- Séptimo, en cuanto a la formalización de los 1837 artesanos activos en la Fundación Artesanías de Chile, entre el año 2013 y el 2016, estos se agrupan en 533 proveedores de los cuales el 14% son formales y el 86% recibe una factura de compra emitida por la Fundación, por lo tanto, son informales.
- Por último, a lo largo de todo este trabajo, entenderemos que formalidad se refiere a aquella persona con iniciación de actividades ante el SII para la Primera Categoría. Estos artesanos son quienes emiten boletas y facturas afectas a IVA por comercializar un producto tangible. Y, por otro lado, entenderemos por informal a aquellas personas que no tienen iniciación de actividades para la Primera Categoría porque no emiten ningún tipo de boleta al momento de generar la venta. También, serán consideradas informales aquellas personas que tienen iniciación de actividades

sólo para la Segunda Categoría, y quienes pueden emitir boletas de honorarios por sus servicios, pero hacen un mal uso al entregarlas cuando venden un producto.

Ahora bien, sobre informalidad, entendemos que las personas informales pueden tratarse de aquellas que lo deciden por ser acorde al rubro que ejercen y su estilo de vida. En consecuencia, se hace especial énfasis en que no se juzga como un acto ilegal la informalidad, sino que se considera una decisión cultural. A partir de esto, estimamos importante el hecho que la Fundación Artesanías de Chile emita una factura de compra a los artesanos informales, ya que entre estos últimos y la Fundación no existe un acto ilegal. Por lo mismo, esta tesis no busca solucionar un problema legal, sino conocer las oportunidades y amenazas que significaría para los artesanos un programa de formalización en función de su propio beneficio cultural.

4. MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se desarrollan los dos ejes que guían el marco conceptual para realizar el estudio de casos. El primer eje se basa en la Antropología Aplicada, disciplina que guía la metodología de investigación que se utiliza. El segundo eje es la socioeconomía, mirada conceptual que sirve para analizar resultados y generar conclusiones. Por lo tanto, esta tesis se ubica en el ámbito de la gestión cultural, buscando la creación del conocimiento que sirva como fundamento para seguir desarrollando o no (dependiendo del resultado), un programa de formalización especial para artesanos.

Para conocer sobre la Antropología Aplicada, se recurre a un texto del antropólogo estadounidense Conrad Phillip Kottak (1942-), doctor de la Universidad de Columbia, Estados Unidos, y actualmente profesor y jefe del departamento de Antropología de la Universidad de Michigan en el mismo país.

Con respecto al estudio de la socioeconomía se utiliza la mirada de Karl Polanyi (1886-1964), quien desde una visión antropológica realiza un análisis histórico de las distintas economías y sociedades. Desde el punto de vista bibliográfico se utilizan tanto los textos de Polanyi como el trabajo de Carlos Prieto, Profesor Titular de Sociología Industrial en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid (España).

4.1. Antropología Aplicada

Como señala Kottak (2011), la antropología tiene dos vertientes: la académica y la aplicada. Esta última utiliza datos, perspectivas y métodos antropológicos para reconocer, identificar y resolver problemas actuales que involucran el comportamiento humano y de los agentes, características, contextos sociales y culturales.

Kottak (2011) plantea que cualquier proyecto nuevo que involucre a la ciudadanía se debería diseñar bajo una perspectiva culturalmente adecuada, para que este tenga éxito en su implementación al ser beneficioso para cada una de las personas involucradas. Esta disciplina permite dar coherencia a una política o proyecto social, para que se formulen en base a las reales necesidades y comportamientos de las distintas comunidades. A su vez, permite crear desde el conocimiento humano y cultural cualquier tipo de modelo económico, social o de innovación que afecte a las personas (Kottak, 2011). Como dice Cernea (1991), citado en Kottak (2011), “un aspecto relevante a tomar en cuenta en los proyectos que se pretendan echar a andar es poner en primer lugar a la gente, y consultarla para que esos proyectos respondan a los requerimientos que expresan” (p. 93). Esta mirada de estudio (Kottak,

2011) quiere evitar el problema común de muchos proyectos que se basan en una solución inadecuada a un problema que no ha sido bien identificado. Al contrario, busca un ajuste consecuente con la cultura local.

4.2. Socioeconomía

Se recurre a la perspectiva de la socioeconomía, la cual amplía la restringida noción de economía que hoy en Chile pareciera reducirse a dos ideologías occidentales: Marxismo y Neoliberalismo. Desde esta perspectiva, es posible establecer herramientas de mayor amplitud y profundidad para analizar el problema de la diversidad cultural de la población considerada. En base a tales herramientas se pretende buscar, a través del estudio de casos, las oportunidades y amenazas de la formalización en el sector artesanal. En ese sentido, no buscar simplemente cómo insertar o excluir a los artesanos en el sistema formal a través del concepto de *microempresa*. Como se expone en el capítulo anterior de Formalización (p. 25), esta figura legal, ideal, no contempla la diversidad cultural de la población, pues responde a una mirada que categoriza *a priori* a las personas y lo hace con un sesgo ideológico.

Desde la vinculación entre antropología y economía, Polanyi (1957) establece una distinción fundamental sobre el concepto de “economía” distinguiendo dos significados que denomina: sentido sustantivo y sentido formal. El sentido sustantivo se basa en que el objetivo principal y común de toda actividad económica en las sociedades ha sido la “provisión de bienes materiales -<<el sustento>>- para la reproducción de la sociedad” (Prieto, 1996: 23). Por el contrario, el sentido formal (Polanyi, 1957) proviene de la racionalización entre fines y medios, es decir, “elección de medios escasos para fines alternativos” (Prieto, 1996: 23). En resumen, el sentido sustantivo de la economía podría reducirse al “sustento” y el sentido formal a la “escasez”. Esta distinción en el pensamiento del autor, se propone como fundamental para el estudio de las ciencias sociales, puesto que, es sólo desde la aparición de la economía moderna occidental que se reduce la “economía” a un sentido formal, el cual subyuga todas las áreas de la sociedad al principio de escasez y, por lo tanto, a la maximización de utilidades individuales. Es decir, un área inherente a la cultura y la sociedad, se plantea como una ciencia universal. Por eso, no sirve como marco para este estudio de casos porque la artesanía es una actividad económica que, según su definición, se vincula con el territorio, la identidad local y la tradición.

Los artesanos, en la hipótesis de este trabajo, son portadores de una cultura singular, que no corresponde del todo al modelo que asume la economía ortodoxa o formal, por eso, recurrimos a Polanyi. El autor (Polanyi, 2009) reconoce en la antropología una contribución al estudio de la economía a través de investigaciones que se realizaron a comunidades primitivas. El resultado de dichas indagaciones fue que la economía existía en aquellos grupos, donde no se constituía la “economía” como ámbito aislado de la sociedad ni se tenía definición específica de ella. Descubrieron que si bien, no existía una institución separada dedicada a la economía, ésta aparecía inherente en la forma en que se comportaban y cómo se organizaban socialmente, un ejemplo, es la hospitalidad de la sociedad mongola que recibe en su yurta (casa) a visitantes desconocidos y los invita a comer con la familia. La solidaridad de dichas tribus está basada en una organización de la economía para disminuir el riesgo del aislamiento geográfico y la inclemencia del clima en el que se encuentran. Por lo tanto, la hospitalidad es la base de un “destino económico común” (Polanyi, 2009: 118). Desde la antropología⁶ se identificaron comportamientos como la reciprocidad o la redistribución, y formas de organización social como por ejemplo el parentesco, y se concluyó que existe la:

“imposibilidad de organizar la economía, ni siquiera como idea, al margen de las relaciones sociales en las que se insertan sus elementos. Sin embargo, tampoco existe la necesidad de organizarla, puesto que las relaciones sociales integradas en las instituciones no económicas de la sociedad automáticamente se hacen cargo del sistema económico” (Polanyi, 2009: 114).

Es decir, si bien no existía el área de economía como institución aparte, en los comportamientos culturales relacionados con la producción y distribución de bienes materiales, habría un orden social asociado al sustento y por lo tanto a la economía de las comunidades, que estaría implícito en su comportamiento.

Polanyi (1957) define que el concepto sustantivista se origina al reconocer la integración de la actividad económica como *proceso institucionalizado*. Los *procesos*, se refieren a las acciones o movimientos materiales que se realizan en una sociedad, “ya sea los cambios de lugares, ya sea los cambios de poseedores, ya sea los dos a la vez” (Polanyi, 1957: 160). Y estos *procesos* se *institucionalizan* cuando adquieren formas de organización altamente normadas (culturales). Entonces, en los *procesos institucionalizados* la economía encuentra “unidad y estabilidad, estructura y función, historia y política” (Polanyi, 1957: 161).

⁶ Bronislaw Malinowski y Richard Thurnwald.

Polanyi (1957) sostiene que las economías o sistemas de sustento al ser *procesos institucionalizados*, se basan en la interdependencia y recurrencia de sus elementos, que no corresponden a la repetición de comportamientos personales, sino que los elementos de organización son provistos por “normas” establecidas en la sociedad, por lo tanto, la economía “se halla integrada, <<incrustada>> en el orden social; su lógica económica es dependiente de su lógica social” (Polanyi en Prieto, 1996: 26). En cambio, lo que caracteriza a la Economía de Mercado, y por eso no la usaremos para esta investigación, a pesar de que también se considera un proceso institucionalizado, es que es la única que se integra desde la concepción de escasez (sentido formal), y no desde el sentido sustantivista. Este tipo de economía, reduce todas las áreas de la sociedad a un sentido propiamente económico por lo que se pierde la posibilidad de conocer cabalmente una sociedad, pues ninguna se puede limitar realmente a lo económico. En la Economía de Mercado toda la cultura de la sociedad está determinada por la ganancia individual, la cual explica la acción y el comportamiento de la vida cotidiana (Prieto, 1996). Por lo tanto, el autor concluye que cuando la cultura se incluye en el mecanismo del mercado, “se subordina la sustancia de la sociedad misma a las leyes del mercado” (Polanyi, 1957: 122).

La crítica de Polanyi se dirige a los principios teóricos de la Ciencia Económica, los cuales han sido definidos por Mankiw⁷, autor de *Principios de Economía*. Mankiw (2002) establece que la escasez significa que la condición humana está determinada por la limitación de recursos, por lo tanto, no se puede producir la cantidad de bienes que los individuos desean tener, pues su demanda es infinita. Por esta razón, la economía se considera una ciencia que estudia el modo en que toman decisiones los individuos, para así poder distribuir de manera eficiente los bienes y servicios a través de los mercados. Una eficiencia que regulada por la oferta y la demanda, será guiada por una *mano invisible* que busca el beneficio de la sociedad. La maximización de utilidades individuales que genere este escenario, y movido por una *fuerza mayor*, conseguirá en su conjunto el bien común (Mankiw, 2002).

Mankiw (2002) asimismo establece que la Economía de Mercado debe ser autorregulada. Esto significa que los recursos se asignan mediante decisiones descentralizadas que toman los individuos en empresas y hogares, los cuales interactúan en los mercados de bienes y servicios. En palabras de

⁷ Académico contemporáneo, profesor de economía y macroeconomista en la Universidad de Harvard, Estados Unidos. Su texto es un manual práctico para el estudio de la Economía de Mercado, la que se imparte hoy en las universidades y rige el sistema económico de Chile. Se elige este texto por considerarse un *libro de cocina* de la Economía de Mercado, donde se plasma de manera sencilla la esencia de esta doctrina.

Mankiw (2002), “lo mejor es dejar que los individuos se las arreglen solos, sin que la enorme mano del Estado oriente sus actos. Esta filosofía política constituye la base intelectual de la economía de mercado y de la sociedad libre más en general” (p. 7). Es decir, la Economía de Mercado exige una simplificación de los aspectos de la vida social y demanda la universalidad en el modo en que los individuos toman decisiones. Simplificación, en el sentido de que cualquier problema, independiente de su origen (salud, pensión, educación, mercantilización, entre otros), queda sujeto a los mismos principios de mercado autorregulado. Universalidad, porque se asume que los individuos toman decisiones bajo la misma lógica racional, independientes de su ubicación geográfica o cultura, considerando el beneficio individual sobre, por ejemplo, el de la comunidad.

En el aspecto económico, el criterio de organización en Chile se rige ideológicamente por el modelo de Economía de Mercado, es decir, economía en el sentido formal de escasez. Así, de haber realizado esta investigación bajo ese marco teórico, se hubieran visto mermadas las posibilidades de una comprensión cabal de la cultura de los artesanos tradicionales, es decir, entendida como actividad para ganarse la vida, vinculada a su forma de vida (cultura, territorio, tradición). En cambio, en el sentido sustantivista se encontró un foco coherente para este segmento de estudio, ya que desde esa mirada la economía se concibe como socioeconomía. Es decir, se evalúan las necesidades socioeconómicas del grupo artesanal, buscando conocer su pensamiento, su estructura o sistema de organización familiar y de sustento en general.

Para concluir, en Polanyi encontramos los argumentos para ubicar la mirada de análisis en la socioeconomía. Por lo tanto, en el contexto de este estudio que pertenece al área de la gestión cultural relacionada a un campo que mezcla entre sus componentes lo económico, busca generar modelos pertinentes a las necesidades del segmento objetivo, para poder colaborar al desarrollo social sin perder la identidad ni el sentido de pertenencia local. Se busca establecer, que a través del pensamiento de Polanyi, desde esta vinculación entre antropología y economía, volvemos a establecer que el lugar que le corresponde a la economía en la sociedad es como institución que se desprende de ella, y no al revés, como se plantea en la Economía de Mercado.

4.2.1. Mercados y Libre Mercado

Cabe destacar que la crítica anterior no se aplica al concepto mismo de *mercado*, el cual actualmente está reducido y vinculado de manera exclusiva a la Economía de Mercado ortodoxa. Esto es un error en tanto los mercados han existido siempre que ha habido intercambio, desde

milenios antes que se impusieran como dominantes las prácticas comerciales de mercado modernas.

Para distinguir sobre el concepto de mercado, Neale (1976) explica que lo primero es entender la diferencia entre mercado en el sentido de los economistas formalistas o científicos y mercado como lugar físico de intercambio a partir de la mirada sustantivista.

La primera distinción establece lo que se considera como mercado en una Economía de Mercado: “Es esta especie de vago mecanismo de oferta-demanda-precio, <<sin sede fija>>, el que produce los fenómenos conocidos como mercado mundial y precio mundial” (Neale, 1976: 414).

Por el contrario, los mercados entendidos como lugares físicos son algo distinto. Parafraseando a Neale (1976), se trata de un lugar determinado donde se reúnen las personas para intercambiar productos según normas y patrones culturales específicos de los participantes. Y no necesariamente, según un mecanismo automático e impersonal formador de precios.

Polanyi (1957) también hace una distinción en cómo se conciben los mercados. El *intercambio*, que sería el mecanismo mediante el cual se *integraría* la Economía de Mercado puede realizarse de dos maneras distintas. La primera es a *tasa fija*, es decir, la economía está integrada “por los factores que determinan esta tasa y no por el mecanismo del mercado” (Polanyi, 1957: 164). El segundo, es el regateo, es decir, una *tasa negociada*. Ésta para integrarse a la sociedad necesita que el mercado sea autorregulado, para así satisfacer la parte de la oferta y la demanda. Este último tipo de economía, es la que se asocia a la institucionalización del mercado y se denomina Economía de Mercado.

Como conclusión y en el contexto de esta Tesis, los mercados autorregulados son aquellos donde la demanda, el precio y el costo son inseparables y determinan lo que se produce, cómo se produce y entre quiénes se distribuye. Por el contrario, los mercados en sentido físico, a tasa fija o planificados, no dependen de esta interdependencia, sino que lo único que tienen en común es que los productos “pasan de una mano a otra” (Neale, 1976: 419). Esto es muy importante en el análisis de cómo la Fundación Artesanías de Chile finalmente participa en los dos tipos de mercado, uno en relación a los artesanos, pues tiene un carácter planificado en la fijación de producción y precios, y otro con el comprador final donde la demanda y precio es ajustada por el mercado general, esto confirma que la Economía de Mercado no sirve como marco teórico para esta investigación, por ser incompleta para este análisis.

4.3. Aplicación del marco conceptual

La Antropología Aplicada es la disciplina más adecuada para definir la metodología de esta investigación. Su objetivo es conocer a través del estudio de campo sobre un segmento específico, para generar nuevos conocimientos a partir de esa información, con miras a aplicarlo en un programa o proyecto práctico. Esto es coherente con el objetivo de esta tesis: elaborar un diagnóstico para evaluar la necesidad de un programa especial de formalización.

También, y luego de conocer el pensamiento de Polanyi, se establece que **la economía o los sistemas de sustento son inherentes a la sociedad**. Por lo tanto, a lo largo de la historia se conocen distintos tipos de instituciones económicas, las cuales fueron creadas para satisfacer las específicas necesidades culturales de un grupo social dado.

La socioeconomía desarrollada por Polanyi es una mirada pertinente para realizar esta investigación porque, en primer lugar, considera inseparable la relación entre las personas y su cultura. Esto es coherente a la hora de estudiar una muestra de artesanos tradicionales, ya que esta tesis asume como hipótesis que su trabajo está directamente relacionado con su forma de vida. En segundo lugar, Polanyi plantea que los sistemas económicos afectan directamente la manera en que las personas se relacionan; por lo tanto, antes de proponer un programa económico de formalización, investigaremos en esta Tesis si la economía artesana está incrustada en el resto de su vida social o hasta qué punto lo está.

Por último, a partir de la definición de mercado, se distinguen dos tipos que se generan en este segmento de estudio. El primero es entre el artesano y la Fundación (mercado planificado), y el segundo, es entre ésta última y el comprador final (mercado formal autorregulado). Esta cadena de intercambio forma parte del contexto de estudio, y es importante ya que vincularía a los artesanos de manera indirecta al mercado formal autorregulado.

5. HIPÓTESIS

Los artesanos tradicionales requieren un programa o política pública especial de formalización por su especificidad cultural, lo que les generaría beneficios para el desarrollo de este sector económico.

6. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico para evaluar la necesidad de crear un programa de formalización especial para el sector de la artesanía tradicional chilena.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Conocer el pensamiento socioeconómico de una muestra de artesanos tradicionales que comercializan sus productos a través de la Fundación Artesanías de Chile.
- b. Identificar las principales oportunidades para los casos seleccionados frente a la creación de un programa de formalización.
- c. Identificar las principales amenazas para los casos seleccionados frente a la creación de un programa de formalización.

8. METODOLOGÍA

Este trabajo utiliza como metodología de investigación el estudio de casos que consiste en “una investigación empírica de un fenómeno contemporáneo, tomado en su contexto, en especial cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son evidentes” (Yin, 1994: 13). En este trabajo, el fenómeno sería la formalización de los artesanos tradicionales en Chile en el contexto de la Economía de Mercado y la vida en su comunidad. Se elige esta estrategia de investigación, pues su aplicación es capaz de abordar la complejidad de un grupo de estudio particular. Como explica Stake (1999), se estudia un caso cuando se tiene un interés muy especial en sí mismo. Buscando el detalle de la interacción con sus contextos: “el estudio de casos es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes” (Stake, 1999: 11).

Esta investigación no busca la aplicación de una metodología cuantitativa pues, como explica Stake (1999), en ella se define una muestra representativa, se realizan mediciones del caso, como también se establece un conjunto de variables descriptivas que normalmente tienen un foco estadístico. Por el contrario, “el estudio de casos se trata de cuestiones que merecen estudios propios, donde el investigador cualitativo destaca las diferencias sutiles, la secuencia de los acontecimientos en su contexto, la globalidad de las situaciones personales” (Stake, 1999: 11).

Por lo tanto, esta metodología es pertinente en vista de que el objetivo es conocer el pensamiento socioeconómico a partir del relato de los propios artesanos, comprendiendo así, desde su cotidianidad, la visión sobre su oficio en su propia estructura económica familiar. A su vez, esta metodología se “centra en lo particular pero sus hallazgos tienen implicancias que van mucho más allá de sus límites” (Forni, 2010: 2), lo que permite generar criterios a partir de las entrevistas realizadas en una muestra específica de artesanos que comparten el mismo sector económico. En resumen, la metodología que se utiliza en esta tesis es cualitativa, ya que busca generar una descripción específica de los casos y no generar estadísticas.

A continuación, se desarrolla la metodología a utilizar para alcanzar cada uno de los tres objetivos específicos propuestos en esta tesis:

8.1. Metodología para el objetivo específico I

Objetivo específico I

Conocer el pensamiento socioeconómico de una muestra de artesanos que comercializan sus productos a través de la Fundación Artesanías de Chile. Esta es una fuente primaria a partir de la recolección de datos por medio de entrevistas en profundidad semi-estructuradas.

8.1.1. Acciones

- a. Definir los criterios de selección de la muestra.
- b. Diseñar instrumento de investigación: pauta entrevista semi-estructurada
- c. Probar instrumento con un artesano.
- d. Rediseñar instrumento según observaciones.
- e. Comunicarse con el encargado de compras de la Fundación Artesanías de Chile, quien selecciona a los artesanos y les informa que fueron escogidos para ser entrevistados.
- f. Comunicarse directamente con los artesanos para coordinar las entrevistas.
- g. Realizar entrevistas.

8.1.2. Diseño de investigación

8.1.2.1. Muestra

Stoke (1999) distingue dos tipos de estudios de casos dependiendo de su necesidad. En el *intrínseco* el caso viene dado, pues se busca el estudio de ese caso particular. Por otro lado, en el estudio *instrumental* “nos encontraremos con una cuestión que se debe investigar, una situación paradójica, una necesidad de comprensión general, y consideraremos que podemos entender la cuestión mediante el estudio de un caso particular” (Stoke, 1999: 16-17).

Dado que el presente estudio tiene características de caso *instrumental*, se hace necesario definir una muestra de estudio en el contexto de una población definida como artesanos tradicionales, insertos en el mercado informal y formal a través de la Fundación Artesanías de Chile. En este contexto, Stoke (1999) plantea que muchas veces un caso “típico” es un buen elemento de análisis, pero muchas veces un caso “particular” resulta una buena referencia de características que pasan desapercibidas en la mayoría. Por lo tanto, en este caso de estudio se definen las variables formalidad e informalidad, y

zona rural y urbana, para generar diversidad en la muestra sin restringir de forma específica el caso de estudio.

Finalmente, Stoke (1999) plantea que, dado que el tiempo y acceso al trabajo de campo son limitados, se debe abordar casos que sean fáciles de afrontar y donde el entrevistado esté dispuesto a dar su opinión. En ese contexto se identifican las regiones en las que están presentes las cuatro variables combinadas descritas a continuación.

Las variables a considerar para seleccionar la muestra son:

- Formalidad e informalidad.
- Zona rural y zona urbana.

Se elige a cuatro artesanos donde se crucen las dos variables antes mencionadas:

- 1) Artesano tradicional informal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona rural.
- 2) Artesano tradicional informal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona urbana.
- 3) Artesano tradicional formal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona rural.
- 4) Artesano tradicional formal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona urbana.

8.1.2.2. Técnica de investigación

Russell (1995) distingue tres técnicas de investigación para el desarrollo de las entrevistas: entrevista no estructurada, entrevista semi-estructurada y entrevista estructurada. Para este estudio se considera adecuada la entrevista semi-estructurada, la que es una buena elección cuando no hay más de una oportunidad para entrevistar a alguien (Russell, 1995). Tiene en común con la entrevista no estructurada su calidad flexible, pero a diferencia de la otra, esta requiere de una pauta. “Esta consiste en un listado de preguntas y temas que deben ser tratados en un orden particular.” (Russell, 1995: 148). La finalidad es tener un control sobre lo que se busca en la entrevista, pero con libertad para obtener nueva información.

Esta decisión se sustenta en el tiempo que se dispone para realizar las entrevistas, las cuales se efectúan en una oportunidad única. También, porque este tipo de entrevista encausa al informante en lo que queremos saber, pero no controla todo, por lo que aumenta la posibilidad de no sesgar las respuestas a través de los instrumentos de investigación.

8.1.2.3. Instrumento

Como se plantea en la sección anterior, se selecciona la entrevista semi-estructurada para el desarrollo de la investigación. En primera instancia, se elabora definiendo los temas principales para el desarrollo de la entrevista, luego se elaboraron sub-preguntas para cada uno de los temas (ver en subcapítulo 12.1: Anexo I). Esta pauta se somete a prueba mediante una entrevista realizada a María Teresa Huentecura, Orfebre Mapuche. El resultado de la prueba arroja que:

- La entrevista es muy estructurada, pues no permite las contrapreguntas de forma natural.
- El orden de los temas no facilita la conversación.
- Hay conceptos muy especializados que no maneja el entrevistado, por lo tanto, es mejor preguntar sobre temas más amplios y si el entrevistado toca el tema, abarcarlo desde ahí.
- No están bien definidos los conceptos de cada tema, por lo tanto, se vuelven a formular varias de las preguntas que componen cada uno.

Se modifica el instrumento definiendo que los temas generales serán la guía de la entrevista, mientras que las sub-preguntas asociadas a cada tema servirán solo de ayuda para el entrevistador. El resultado del nuevo instrumento es la entrevista del Anexo II (subcapítulo 12.2).

8.2. Metodología para los objetivos específicos II y III

Objetivo específico II

Identificar las principales oportunidades para los casos seleccionados frente a la creación de un programa de formalización.

Objetivo específico III

Identificar las principales amenazas para los casos seleccionados frente a la creación de un programa de formalización.

8.2.1. Estrategia de análisis

Para analizar los datos arrojados por las encuestas en profundidad semi-estructuradas, se utilizan estrategias de reducción de datos y concentración de información obtenidas del texto de Schuman y Córdova (2016). Estas técnicas incluyen una visión holística, “en tanto la declaración entera del informante se toma en cuenta, reduciendo la posibilidad para el sesgo de selectividad por parte del investigador” (Schuman y Córdova, 2016: 21).

- 1. Reducción de datos:** codificar la información obtenida de las entrevistas por temas. De las ideas claves se desprenden todos los contenidos que aparecen con frecuencia. Las frecuencias sirven para señalar los puntos de convergencia y divergencia en las respuestas de los entrevistados (informantes). (Schuman y Córdova, 2016).
- 2. Concentración de la información:** una vez codificados los temas, se debe concentrar la información. En el punto anterior las entrevistas que se consideraban un todo se redujeron a ideas centrales que expresó cada informante sobre los temas centrales de interés de esta investigación. A continuación, se debe compilar las ideas centrales en un documento elaborado por cada uno de los entrevistados, el cual incluye al inicio una lista con los datos demográficos de cada uno (Schuman y Córdova, 2016).

Una vez terminado el proceso anterior, se identifican las oportunidades y amenazas para los casos seleccionados, frente a una posible creación de un programa de formalización.

9. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN EN TERRENO: estudio de casos

Se solicita al encargado de ventas de la Fundación Artesanías de Chile contactar a un artesano según las siguientes subdivisiones:

- 1) Artesano tradicional informal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona rural.
- 2) Artesano tradicional informal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona urbana.
- 3) Artesano tradicional formal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona rural.
- 4) Artesano tradicional formal y proveedor de la Fundación Artesanías de Chile, que viva en zona urbana.

Se toma la decisión de ir a la zona centro/sur porque, de acuerdo a la base de datos entregada en un principio, se identifica que allí existe una diversidad de artesanos formales e informales que se ubican tanto en zonas rurales como urbanas. Por temas presupuestarios se determina que el alcance de la muestra puede ser hasta la VII Región.

9.1. Antecedentes de la muestra

La respuesta de la solicitud al encargado de ventas de la Fundación Artesanías de Chile, es la siguiente:

Nombres	Oficio	Situación tributaria	Localidad/ Ciudad	Región	Localidad
Informante I	Alfarería de Pomaire	Informal	Pomaire	VI	Urbana
Informante II	Cestería en Crin de Caballo	Formal, con boleta sin factura	Santiago	RM	Urbana
Informante III	Cestería de Pichidegua (hoja de choclo)	Informal	Pichidegua	VI	Rural
Informante IV	Cestería en Mimbre	Formal, con facturas.	Chimbarongo	VI	Urbana
Informante V	Alfarería de Pañul	Informal	Pañul	VI	Rural
Informante VI	Alfarería de Pañul	Artesano Formalizado, con facturas	Pañul	VI	Rural

Tabla #4: Lista de artesanos por entrevistar entregada por la Fundación Artesanías de Chile. Se remplazaron los nombres por número de informante para mantener la confidencialidad de las personas.

Con esta información, se establece la ruta de entrevistas, la cual queda determinada de la siguiente manera:

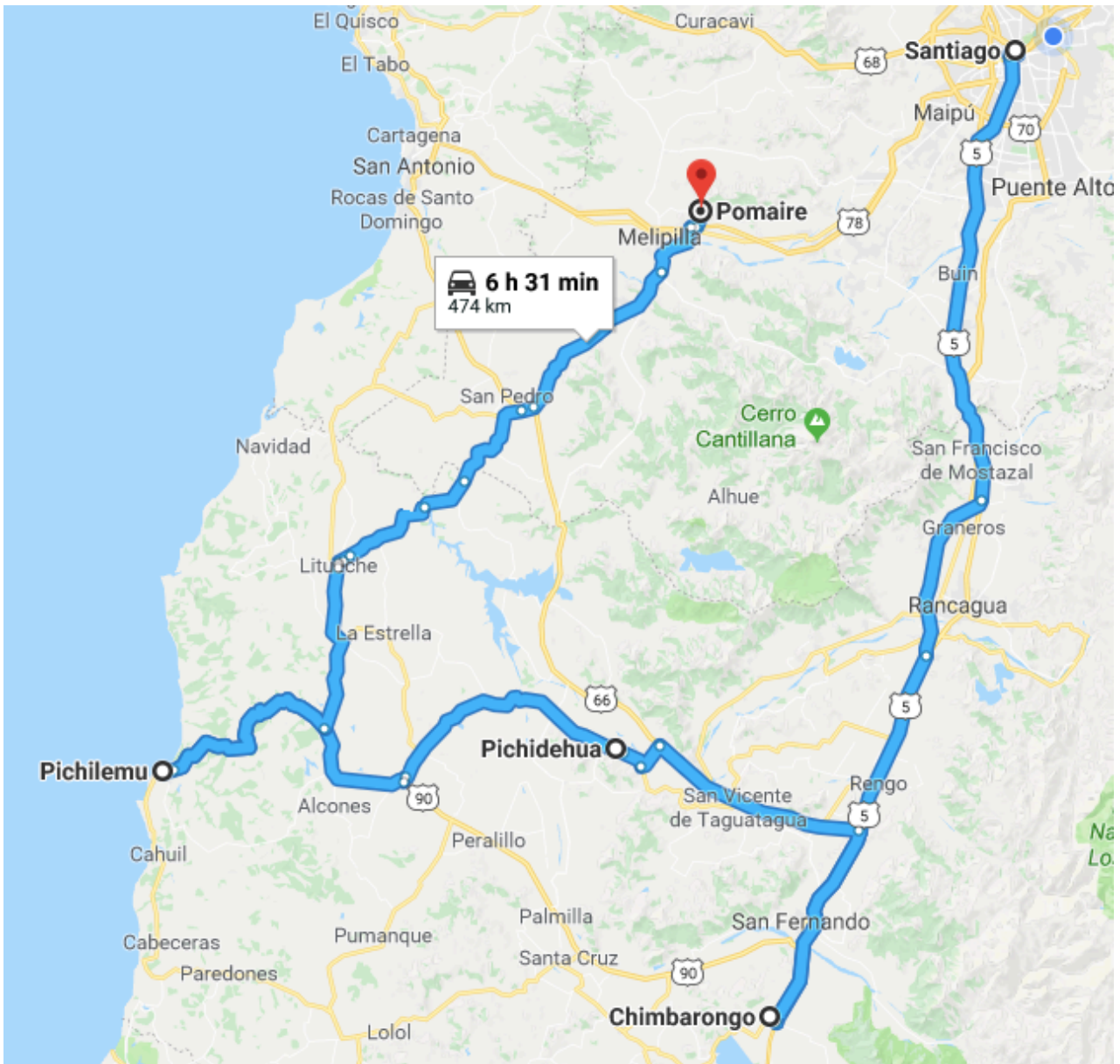


Tabla #5: Ruta establecida en *Google Maps* con los destinos de cada artesano.

El viaje fuera de Santiago toma dos días con una parada para pernoctar en Pichilemu, para continuar al día siguiente. Las entrevistas realizadas en Santiago se concretan en otra ocasión.

9.2. Muestra final

El recorrido se realiza exitosamente en el siguiente orden: Chimbarongo, Pichidegua y descanso en Pichilemu. A la mañana siguiente se inicia la visita a Pañul y luego se continúa a Pomaire. Concluye este viaje y, durante lo que resta de la semana, se realiza una entrevista a una artesana localizada en Santiago. Se logra exitosamente realizar las entrevistas a todos los artesanos de la Tabla #4 presentada en el subcapítulo 9.1: Antecedentes de la muestra.

9.3. Análisis de las entrevistas: reducción de datos y concentración de la información

Se realizan las estrategias de reducción de datos y concentración de información según lo definido en el capítulo de Metodología. El primer paso consiste en codificar las entrevistas por temas de interés. Esta información se reduce a las ideas centrales que fueron el eje de todas las entrevistas. Finalmente, se elabora un documento por cada artesano. A continuación, se presenta la información conseguida en las entrevistas:

Documento entrevistado N°1

Informante I	
Género	Femenino
Edad	54
Localidad/Ciudad	Pomaire
Oficio	Alfarera
Educación	Educación Básica y Media completa
Lugar de nacimiento	Pomaire
Situación tributaria	Informal, nunca se ha formalizado.
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	Se integró a la Fundación Artesanías de Chile hace 10 años. Recibe una orden de compra puntual. Tiene aprecio por la Fundación porque conoce a otras artesanas, le ayudan mucho en la comercialización de sus artesanías y, además, le ha gustado participar en talleres (realizándolos y tomándolos).
Antecedentes familiares	<p>El principal proveedor del hogar es su marido, quien trabaja en una fábrica de cables en Maipú, en la ciudad de Santiago, donde viaja todos los días. La madre de ella recibe la Pensión de Gracia por parte del Estado, gracias a la gestión de la Fundación Artesanías de Chile. Lo que recibe por su oficio aporta para comprar alimentos básicos.</p> <p>Ella es originaria de Pomaire. Junto a su marido viven en el mismo terreno junto a su madre y sus cuatro hijos.</p> <p>En su familia su madre trabajó un tiempo como empleada, pero no le gustó. Decidió volver a dedicarse a la greda, oficio que le entrega una mayor gratificación.</p>
Socioeconomía	Un gran beneficio de vivir en Pomaire es que la artesanía le permite trabajar desde su hogar y así cuidar a su familia. Esto le permitió criar a sus hijos. Por otro lado, están las desventajas socioeconómicas. Es muy dependiente de las ventas, a veces hay períodos en que no hay compradores.
Oficio	<p>Su oficio es trabajar la greda. Aprendió a los siete años de edad por obligación. Comenta que en esa época no era una elección aprender. Su madre, quien aprendió de su propia madre, fue quien le enseñó.</p> <p>Este oficio era el medio para generar los ingresos del hogar. Esta informante hace la distinción de que le enseñaron el oficio de la greda como medio para generar ingresos y no por tradición.</p> <p>Existen distintos roles para los hombres y las mujeres. Mientras el primero se encarga de la parte del torno y cocimiento, las mujeres ponen las orejas a los jarros, alisan los productos y los pulen. Ella observa que la gente joven no quiere aprender el oficio, de hecho, sus propios hijos no quieren trabajar en alfarería. Todos trabajan en el campo porque consideran que la alfarería es mal pagada.</p> <p>Al principio no le gustaba mucho, pero ahora con el tiempo y con el valor que ha percibido que le entregan en la Fundación y otros artesanos, se siente</p>

	<p>valorada y reconocida por lo que hace, lo que le ha dado mucha retribución emocional.</p> <p>En Pomaire todos compran la materia prima. La greda anteriormente se sacaba del Cerro la Cruz de forma gratuita, pero esos terrenos hoy están convertidos en viviendas privadas, por lo que ahora un grupo de personas va a otro cerro a extraer el material y lo comercializa. Su venta es sin boleta ni factura.</p>
Comercio en la zona	<p>En Pomaire se dividen entre productores -quienes realizan las piezas- y comerciantes -quienes tienen un local y compran las piezas-. Para poder tener un negocio hay que tener capital para poder pagar el arriendo y comprar el stock.</p> <p>Actualmente, además de la greda, se venden artículos elaborados con yeso y madera. Desde 1969 existe la Ley 17.064, la cual exige a todo quien produzca o comercialice en Pomaire de tener boleta o factura.</p> <p>La entrevistada considera a Pomaire "un pueblo bendito" porque los turistas llegan allá a comprar, no como en otras partes. Cuenta que han llegado productos chinos y personas externas a instalar sus negocios. "Las cosas son medio al lote", dice, por el hecho de que no hay impuestos y cualquiera puede tener su negocio. En Pomaire el trabajo es individual, cada uno trabaja solo desde su casa.</p>
Mercado	<p>La Fundación Artesanías de Chile la invitó a una capacitación y la ayudó a calcular sus precios y mejorarlos. Ella los va subiendo de a poco y señala que antes no incluía las horas trabajadas. El tiempo dedicado en una pieza es difícil de calcular porque lo que le dedica es relativo, depende de las actividades del día y los estados de ánimo. La entrevistada no vende a concesión, todos los productos tienen que comprárselos en su totalidad.</p> <p>Sus trabajos son piezas de greda en miniatura. Este formato solo lo hace ella y su tía, lo cual le entrega un valor agregado al producto.</p> <p>Esta informante vende sus productos a las distintas tiendas de Pomaire y a la Fundación Artesanías de Chile.</p>
Formalización	<p>Su primera reacción sobre el tema es que "le da miedo". Considera que hay que tener capital para tener un contador, tendría que subir sus precios para que se justificara, y con esa acción cree que no le comprarían sus productos. Por otro lado, sí señala que ha perdido ventas de intermediarios externos de Pomaire por no tener factura.</p>

Documento entrevistado N°2

Informante II	
Género	Femenino
Edad	56
Localidad/Ciudad	Santiago
Oficio	Artesanía en crin
Educación	Educación Básica y Media completa. Estudios superiores: Auxiliar de enfermería y Secretariado Ejecutivo.
Lugar de nacimiento	Rari
Situación tributaria	Iniciación de actividades, ampliación de giro y emisión de boletas.
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	Se integró a la Fundación Artesanías de Chile hace 13 años. Recibe una orden de compra fija, comprada a través de una factura de compra. Recibe una compra mensual aproximada de \$250.000. Le tiene mucho aprecio a la Fundación, se siente parte de ella y la considera fundamental para su economía familiar. La única observación que hace es que considera que venden los productos muy baratos.
Antecedentes familiares	<p>Ella es originaria de Panimávida, Rari. Sus padres tuvieron cuatro hijos, quienes fueron todos a la universidad y trabajaban en artesanía para poder costear los estudios. Su padre fue exonerado político por lo que perdió su trabajo en el Servicio de Seguro Social. Desde ese momento se dedicó a la producción de artesanía con su familia y también tenía dos tiendas donde comercializaba diversos tipos de artesanías.</p> <p>La entrevistada vive actualmente en Santiago con su marido y su hija menor. La hija mayor está casada y no vive con ellos, y su hija del medio falleció hace unos años.</p> <p>Trabajó varios años como ejecutiva de ventas del Banco Santander, cargo que tuvo que dejar por problemas de salud. Desde entonces, hace 16 años, recibe una pensión por incapacidad laboral y se dedica a la artesanía. Su marido es ingeniero, pero está desempleado hace unos años y tiene cáncer. Por lo tanto, el único ingreso familiar actual es la pensión y lo que la entrevistada genera a través de la artesanía. Sumado al producto terminado, vende la materia prima teñida y hace clases de tejido en crin.</p> <p>Hoy no cambiaría por nada del mundo su oficio, ya que encontró una satisfacción personal que nunca vivió en los otros trabajos.</p>
Socioeconomía	<p>El gran beneficio de la artesanía es que le permite trabajar en su casa, lo cual en su momento le dio la posibilidad de criar a su hija menor, a diferencia de las otras dos mayores, ya que ella trabajaba y las criaba una nana. Estar con su familia las 24 horas, en palabras de la entrevistada, es “impagable”.</p> <p>Por otro lado, están las desventajas socioeconómicas. En la Fundación Artesanías de Chile valoran su trabajo basándose en el de las tejedoras de Rari, lo que lo desvaloriza. Al principio no le gustaba tejer porque se vendía muy barato. No se justifica el tiempo dedicado con el precio de venta.</p>

Oficio	<p>Su oficio es de tradición familiar. Lo aprendió de su madre, quien a su vez lo aprendió de su abuela. Arrendó un taller/tienda, pero lo cerró hace unos años porque no le alcanzaba para pagar los gastos. Actualmente trabaja en su casa.</p> <p>Ella realiza todo el proceso, desde el teñido, tejido e incorporación del crin con otros materiales. Le dedica tiempo completo al tejido, ya que se requiere muchas horas para poder completar los stocks necesarios para poder vivir. La entrevistada le transmitió el oficio a sus hijas y, actualmente, la mayor también se dedica a esto y la ayuda con los pedidos.</p> <p>Señala que le da mucha satisfacción personal: "La artesanía es entregar parte del alma. Tus pensamientos, tus sueños y tus anhelos van dentro de cada pieza y eso es lo que yo hago. Cuando uno hace algo con las manos está entregando parte de la vida, para que aprendan las otras personas a valorar. Porque es fácil meter materiales a una máquina y que salgan las cosas perfectas, pero la artesanía es algo que no es perfecto, o sea, no te podría hacer exactamente igual esto con las mismas medidas".</p> <p>Agrega: "las mujeres vinimos a cuidar de nuestros hijos, a cuidar nuestra casa, a ser mujeres sabias. Somos las que tenemos las antenitas paradas en todo. Entonces de eso me siento orgullosa: de poder con los pelos de caballitos, que también amo, poder mantenerme de esto".</p> <p>El crin es una materia prima que se compra. Es difícil de encontrar, especialmente el color blanco que sirve para teñir de otros colores. Su venta se realiza sin boleta ni factura por ser un material de recolección.</p>
Comercio en la zona	<p>La entrevistada señala que en Rari hay mucha pobreza y eso afecta la calidad de los productos y la desigualdad de los precios. El hecho de que en Rari tengan que vender para poder alimentarse diariamente hace que la calidad de los tejidos no sea buena y que acepten cualquier precio por ellos. Es un problema ya que es en Rari donde se establecen los precios del mercado. Por lo poco que se gana por un gran trabajo manual es que la gente joven en Rari no quiere tejer.</p> <p>"Me decidí a enseñar porque en Rari la juventud ya no quiere tejer. Es como que se avergüenzan de ser artesanos. Yo me siento orgullosa y cuando quieres transmitirlo a las personas que les interesa y transmitirlo con amor, transmitirlo como algo tan hermoso, algo que tienes en la mente llevarlo a tus manos y verlo después hecho, es maravilloso".</p> <p>Señala que existe una agrupación de artesanas en Rari, pero ellas –la entrevistada, su madre e hijas- no participan porque consideran que la gente es muy celosa y peladora. Comenta que es tan poco lo que le pagan a la gente en Rari por un producto en que se demoran todo un día (ramo de flores a \$2.500, por ejemplo), que ganan más en la época de recolección de frutas. Por eso la juventud no quiere tejer, porque es mal pagado.</p>

<p>Mercado</p>	<p>La entrevistada, como mínimo, valoriza su hora en \$1.000. Señala que el escenario ideal sería que todas las tejedoras de crin subieran los precios. También considera que los precios a los que vende la Fundación son muy baratos y eso le dificulta a ella subir los precios. Por ejemplo, la Fundación vendía un marcador de libros en \$8.000, el que orfebres compraban para reutilizar en aros (12 unidades de aros) porque les resultaba mucho más económico que mandarlo a hacer con una artesana que cobraba mínimo \$1.000 por círculo.</p> <p>Es un problema para el mercado de las artesanas que la Fundación venda a unos precios tan bajos, porque las comparan constantemente con esos precios. Por otro lado, las orfebres que compran crin para sus joyas, el otro gran mercado, exportan los productos y suben el valor. Sin embargo, los artesanos en crin "siguen ganando chauchitas."</p> <p>Ella hace diseños diferentes a los del pueblo de Rari, diseños exclusivos. Ha ido perfeccionando la técnica de forma autodidacta, pero tiene problemas para ingresar esos productos a la Fundación porque no los consideran artesanía tradicional.</p> <p>Actualmente realiza las ventas desde su casa y vende también en ferias. Le gustaría tener su propia tienda/taller para poder acercarse a las clientas, pero los costos son muy altos.</p>
<p>Formalización</p>	<p>La entrevistada estima que no le conviene tener facturas porque si la materia prima se vende sin factura, "¿cómo recupero el IVA?". Ella tiene boletas porque tiempo atrás tenía el taller/tienda, pero hace un año que declara Sin Movimiento. Tuvo una multa por declarar un mes atrasado, la cual pagó pero en el sistema del SII sigue apareciendo como si no la hubiera pagado. Comenta que el SII la persigue insistiendo en que tiene que pagar la multa mencionada.</p> <p>Reiteradas veces durante la entrevista explica que el SII la pone nerviosa, le asusta, la hace vivir atemorizada. Señala que quiere dar término de giro en el SII, pero le complica por si quiere participar en alguna feria. Los fiscalizadores del SII están en todas las ferias pesquisando a los artesanos.</p> <p>También le complica cerrar su giro por si quiere vender a alguna tienda ya que, según ella, solo la Fundación puede emitir factura de compra, pues parece que no todos pueden emitir las. Explica que ella no tiene tiempo para aprender y hacer los requerimientos del SII: "No hay tiempo para hacerlas todas".</p> <p>También dice que no entiende de computación, lo que la limita bastante. Su opinión es que el SII les perjudica porque cobran el mismo impuesto a todos. También que la artesanía debería estar libre de impuestos porque nunca se venden tantas cosas como para tener que formalizarse. Existe poca información sobre los talonarios de boletas, ella ha tenido bastantes problemas por entrega de información contradictoria por parte de la Fundación.</p> <p>Ha tenido Transbank en dos oportunidades. La primera fue cuando vendía en su taller/tienda, pero no se justificaba por la poca concurrencia. La segunda fue en una feria de la Fundación, donde fue la institución la que gestionó el convenio con Transbank. En esa ocasión la entrevistada vendió todo, sobre todo las cosas más grandes y caras, y dice que la ayudó mucho. Señala que el recibo de Transbank es ahora la boleta.</p> <p>Su vecino es su contador, señala que ha sido "un enredo".</p>

Documento entrevistado N°3

Informante III	
Género	Femenino
Edad	47
Localidad/Ciudad	Pichidegua, VI Región
Oficio	Cestería en Hoja de Choclo
Educación	Educación Básica y Media completa
Lugar de nacimiento	Pichidegua, VI Región
Situación tributaria	Formal
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	Se integró a la Fundación Artesanías de Chile el año 2004. Recibe una orden de compra puntual. Antes tenía orden de compra fija, pero perdió el beneficio por haberse atrasado en los pedidos en varias oportunidades. Para ella es muy importante esta institución porque la ayudó a posicionar su artesanía como tradicional. También le abrió las puertas para llevar sus productos a Santiago y, en momentos de necesidad, la Fundación le ha hecho pedidos especiales para ayudarla.
Antecedentes familiares	Vive en su casa con su marido y sus tres hijos. Su esposo tiene sueldo fijo y es el proveedor del hogar. Es empleado público del hospital de San Vicente de Tagua Tagua y los fines de semana trabaja como guardia de seguridad. Lo que ella aporta con la artesanía sirve para gastos pequeños de la casa. Ella ha hecho clases en la Municipalidad para enseñar su oficio a la comunidad.
Socioeconomía	Los beneficios de vivir ahí y lo que más le gusta de su oficio, es que le permite estar en la casa cuidando a sus hijos. Por otro lado están las desventajas socioeconómicas. Señala que el artesano antes era más importante que ahora porque no estaban las industrias. También agrega que, por estar en una zona rural, le cuesta mucho dinero ir a dejar los pedidos a Chilexpress o Turbus de la localidad más cercana. Nos explica que, por no tener terreno, no puede ser subsidiada por INDAP, quienes favorecen a varios artesanos. También agrega que el hecho de que su marido trabaje como empleado público, hace que ella no pueda optar a subsidios del Estado, por ejemplo, de FOSIS. Por último, nos cuenta su dificultad para completar formularios de programas del Estado relacionados con artesanía porque no maneja varios conceptos.
Oficio	Aprendió hace 25 años a elaborar el trenzado con fibra de choclo a través de una anciana de Pichidegua que está emparentada con su marido. Fue discriminada al principio por no considerarse artesanía tradicional, pero ella cree que sí corresponde. La hoja de choclo es propia de la zona y le gusta el hecho de que sea un material sencillo que ella ha desarrollado. Rescata que lo bonito de la artesanía es que depende de las manos de quien la realiza, lo que brinda una característica individual a cada pieza. Señala que si fuera más industrializada no sería "de corazón", cambiaría el sentido de la artesanía, pero lograr el stock para ir a una feria, por ejemplo, es una meta que a ella la motiva. Es parte del proceso y lo que le gusta hacer. La materia prima a veces la compra y a veces la va a recolectar ella misma. Se recolecta una vez al año y después se guarda.

Comercio en la zona	<p>Gracias a esta artesana, Pichidegua se ha empezado a identificar con la artesanía con hoja de choclo. La entrevistada hace talleres a la Municipalidad para poder enseñar el oficio. A ella le gustaría desarrollar una identidad local de cestería con hoja de choclo, pero lo ve difícil. Dice que no hay nadie que se haga cargo en la Municipalidad. A su vez, comenta que las veces que se han juntado para aprender, las señoras terminan tomando té. Señala que allá la gente prefiere trabajar en el campo, porque tiene la seguridad de cuánto va a ganar.</p>
Mercado	<p>Nos cuenta que margina poco. Por ejemplo, si ella vende en \$1.500, gana \$500. A la Fundación le vende a \$2.000 para ganar \$1.000.</p> <p>Hay competencia hecha en China en los productos más sencillos, como por ejemplo las paneras.</p> <p>El diseño es propio de ella. La entrevistada aprendió de la anciana que le enseñó solo el trenzado en color natural. Ella agregó el teñido y las nuevas formas de flores, angelitos y carteras, entre otros.</p> <p>Los principales puntos de venta a los que asistía eran ferias. Actualmente, le complican porque ella dormía en el puesto de la feria para no gastar dinero, pero ahora con sus hijos no puede hacerlo. Además, las ferias han adquirido un carácter muy comercial porque no todos los participantes son artesanos.</p> <p>Actualmente le vende a la Fundación y también a través de Facebook, esto último gestionado por su hija. Hubo un tiempo en que tuvo un quiosco en la calle y le gustaría tenerlo de nuevo, pero se complica por el tema de la formalización.</p>
Formalización	<p>Nos cuenta que hace un tiempo ella se formalizó y tenía boletas. El motivo fue porque tenía un quiosco donde vendía sus artesanías y estaba obligada a estar formalizada y tener patente. Actualmente ella se considera informal, a pesar de que no ha dado término de giro en el SII.</p> <p>El año 2008 le prestó su talonario de boletas a un familiar para que fuera a una feria. Esa persona no pagó el IVA, por lo tanto se empezó a acumular una multa hasta el día de hoy. Como ella no tenía los recursos para pagar ese dinero, decidió esperar cinco años a que prescribiera la deuda.</p> <p>Considera que las complicaciones del SII son la falta de información y que es un sistema rígido. También es confuso, a veces aparece la palabra artesano en el formulario y en otras no. Considera que no se ha tratado ese tema porque los artesanos son una minoría, característica que los define por producir cantidades pequeñas, contrario a lo industrial, que no es lo que ellos buscan: "Si pasáramos a ser industrializados, ya no seríamos artesanos, seríamos una cooperativa".</p> <p>Agrega que actualmente en las ferias les fiscalizan los papeles de formalización y que el trato del SII es como si estuvieran hablando con delincuentes. Reclama que no hay una diferencia con ellos que los categorice como artesanos por ser quienes producen, tiñen y recolectan los materiales. Los consideran a todos comerciantes y no se establece una diferencia entre un supermercado y ellos.</p> <p>En caso de no estar formalizados, nos explica que para las ferias ahora los artesanos tienen la opción de pagar una tasación al SII. Le gustaría que hubiera una diferencia en los valores de los impuestos y en la flexibilidad para pagarlos. Añade que para ella es complicada la tecnología, que todo es <i>online</i>, con clave y que siempre se le olvida. Se ha visto afectada por las multas que tiene acumuladas porque eso ha significado no recibir la devolución de impuestos por sus boletas de honorarios emitidas a la Municipalidad. Por último, nos expresa que tiene miedo del SII, no se atreve a ir a preguntar por su situación.</p>

	Tiene contador y SII en San Vicente de Tagua Tagua, una localidad que le queda a 30 minutos en auto de distancia.
--	---

Documento entrevistado N°4

Informante IV	
Género	Masculino
Edad	57
Localidad/Ciudad	Chimbarongo
Oficio	Cestería en mimbre
Educación	Educación Básica y Media completa. Estudios superiores: Electromecánica, especialidad en embobinado de motores.
Lugar de nacimiento	Convento Viejo, VI Región
Situación tributaria	Formal, boletas y factura.
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	Se integró a la Fundación Artesanías de Chile desde que se inició la institución. Tiene orden de compra puntual. Le compran dos veces al año, aproximadamente \$700.000. Lo considera un buen canal de venta y difusión. El hecho de que lleguen a zonas alejadas a comprar ayuda mucho a las personas más aisladas. Le gustaría que hubiera más canales de comercialización para que tuvieran la necesidad de comprar más productos.
Antecedentes familiares	Llegó a Chimbarongo el año 1974 debido a que en Convento Viejo, donde vivía, construyeron un embalse. Su padre era agricultor y su madre dueña de casa. Su familia está constituida por su señora y un hijo de 24 años que va a la universidad. Él es Premio Nacional 2013 del CNCA, en la categoría contemporánea. La artesanía en mimbre es el principal ingreso familiar. También realiza clases de cestería, tanto en la zona organizado por la municipalidad, como en universidades. Este año ganó un Fondart en la categoría "creación de obra". Su señora hace trabajos de peluquería y tiene un furgón escolar que le permite hacer algunos aportes al hogar.
Socioeconomía	Una de las desventajas socioeconómicas es que, al no tener terreno, no puede pertenecer a la red de INDAP, que entrega beneficios a los artesanos generando una competencia desleal entre productores: "A eventos iguales, condiciones distintas".
Oficio	Aprendió el oficio de manera autodidacta a los ocho años. Comenzó encastillando garrafas, chuicos y damajuanas. Luego se fue especializando en muebles y trabajos artísticos. Actualmente participa en una exposición en el Centro Cultural Gabriela Mistral por ser Premio Nacional. Hoy en su taller trabajan dos personas más. Él teje todos los días y se ocupa de todas las tareas administrativas. Le gusta enseñar y hacer intercambio de conocimiento con alumnos universitarios de arquitectura y diseño. A su hijo no le gusta tejer, así que no traspa el conocimiento dentro de su familia. Los artesanos que tienen sus plantaciones de mimbre, extraen de ahí la materia prima para su artesanía. En cambio, en el caso de que no tengan, tienen que comprarla. Este artesano tiene que comprar su materia prima. La mayoría de la materia prima se exporta, por lo que sus precios son muy altos.
Comercio en la zona	Hay personas que se dedican al comercio solamente, pero su segmento objetivo es solo el público que va de paso. A diferencia de este artesano, quien además de producir los productos tradicionales tiene varios pedidos de productos

	<p>exclusivos: "Chimbarongo no somos solo canastos y muebles, también se puede llevar a otro tipo de cosas".</p>
Mercado	<p>Los precios se igualan entre competidores, de lo contrario, no se venden los productos. El entrevistado subió sus precios por el hecho de que compra la materia prima. Considera que la artesanía no está bien valorizada porque la materia prima tiene precios muy altos.</p> <p>Las ventas varían según la tendencia y la moda, dictada por revistas de decoración. Actualmente la gente busca diseños exclusivos hechos a pedido. Sus mayores ingresos vienen por pedidos de la Fundación, particulares y diseñadores. Y el 90% de sus productos va a Santiago, a través de intermediarios y particulares.</p> <p>Ha incorporado a su trabajo otros materiales como cáñamo, cuero, pita y raíces de árboles. Muchas veces trabaja en alianza con diseñadores y hace 15 años empezó a hacer obras artísticas, además de objetos funcionales. Le gustaría hacer un recorrido turístico en su casa/taller, donde las visitas paguen por ver el proceso de producción de la cestería en mimbre.</p> <p>Vende varios productos a intermediarios, a quienes nunca les deja nada en consignación. También participa en solo dos ferias al año porque dice que no tiene mayor capacidad de producción. Reconoce que las ferias finalmente no son muy rentables ya que hay que sumar los costos de traslado, alojamiento y el tiempo que dejó de utilizar para tejer.</p>
Formalización	<p>Se formalizó hace más de 20 años. Él calcula el IVA, facturas y costos. La razón principal para formalizarse fue porque anteriormente trasladaba mercancía y esta tiene que estar respaldada por una factura y orden de traslado. El problema se da porque el SII y Carabineros fiscalizan los transportes y la única forma de circular tranquilo es formalizarse, señala.</p> <p>También, comenta, sirve estar formalizado para pedir un crédito en algún banco y así demostrar ingresos. A él el proceso de formalización se le hizo fácil, ya que "cumpliendo con sus obligaciones no debe tener inconvenientes".</p> <p>Cree que debería existir un programa de formalización especial, porque no se puede "meter en el mismo saco a los impuestos del retail con los de la artesanía. Creo que eso ha hecho que muchos artesanos desistan de seguir en este rubro". Otra injusticia que observa es que los formalizados ganan menos dinero por productos, ya que los venden al mismo precio que los artesanos informales y, por lo tanto, estos últimos marginan más.</p> <p>Tiene contador en San Fernando.</p>

Documento entrevistado N°5

Informante V	
Género	Femenino
Edad	33
Localidad/Ciudad	Pañul, VI Región
Oficio	Cerámica de Pañul
Educación	Educación Básica y Media completa
Lugar de nacimiento	Localidad cerca de Pañul
Situación tributaria	Formal
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	La Fundación Artesanías de Chile le compra a varios artesanos en Pañul y sus representantes viajan a esta localidad cuatro veces al año para hacer las compras. Esta artesana tiene boleta y factura pero la Fundación adquiere sus productos con factura de compra. Según ella, "lo hacen como ayuda".
Antecedentes familiares	La entrevistada vive con su marido y sus dos hijas, de 12 y un año. Junto a su marido se dedican a la artesanía, por lo tanto, esta actividad es la principal fuente de ingreso familiar. Hace tres años hicieron un huerto donde quieren empezar a plantar quínoa para comercializar. Antes de que se dedicaran a esto su marido trabajaba en construcción, rubro que dejó para dedicarse a la artesanía. Asegura que trabajar en artesanía es rentable.
Socioeconomía	Uno de los beneficios de vivir en Pañul es que su marido, ya no necesita salir a trabajar por semanas fuera de la localidad, lo que es conveniente para la familia. Actualmente la calidad de vida familiar es muy buena, los niños van al colegio que queda a 10 minutos caminando y los padres trabajan en la casa. A ella le gusta poder ser dueña de casa, tener hijos y, además, poder trabajar en su hogar. Por otro lado, están las desventajas socioeconómicas. Las horas de trabajo y el esfuerzo físico son muchos para poder ganarse la vida. A ella no le gustaría transmitir el oficio a sus hijas más que como un hobby. Considera que es un trabajo muy duro, por lo que prefiere que vayan a la universidad. Junto a su marido trabajan desde las 10:00 hasta las 22:00 hrs.. Considera que un problema de trabajar en la casa es que se piensa todo el día en el trabajo. También señala que Pañul es una zona rural organizada y que por esa razón reciben menos apoyo de la Municipalidad. La entrevistada siente que los castigan por tener mejor posición socioeconómica.
Oficio	La entrevistada realiza esta actividad desde que se casó hace 13 años. Su marido es originario de Pañul, por lo que él le enseñó el oficio. Él aprendió la técnica de su familia y después fueron mejorando. El trabajo se realiza con arcilla y el resultado se llama cerámica. Le dedican muchas horas de trabajo al día para poder ganarse la vida, "muchas horas a mano". Lo que más le gusta y da satisfacción es ver la pieza terminada. A ella personalmente le aburrió un poco la artesanía. Dice que si le hubieran preguntado hace unos años, habría contestado que no la cambiaría por nada porque estaba "fascinada por la artesanía". Las piezas grandes son un mejor

	<p>producto para ellos porque requieren menos horas de trabajo y se venden mejor.</p> <p>La materia prima se compra y se las venden con factura.</p>
Comercio en la zona	<p>En la localidad de Pañul todos realizan el mismo trabajo artesanal, pero no como comunidad, sino que cada uno en su casa. Hay algunas personas que se agrupan, pero ellos no participan.</p> <p>La entrevistada explica que muchas personas de su generación han regresado a esta localidad, en donde vivían cuando pequeños, ya casados a trabajar en este oficio. Por lo menos a ellos, es lo que más les acomodó. Cada familia tiene su pequeño local en su casa, donde llegan los turistas. Pañul se encuentra inserta en una ruta turística y la Municipalidad de Pichilemu los publicita.</p>
Mercado	<p>En un comienzo se orientaban por los precios que tenían los otros artesanos, pero ahora se guían por un curso que les hizo la Fundación Artesanías de Chile y, gracias a esto, empezaron a valorarse. La entrevistada considera complicado fijar el precio de las piezas.</p> <p>Tienen una mayor cantidad de pedidos en cerámica grandes. Se diferencian de los otros artesanos porque tienen un producto innovador y hacen piezas grandes como vasijas. Son los únicos en Pañul que realizan este trabajo. En la mayoría de los casos les hacen pedidos y los van a buscar a su taller/local, ubicado en su propia casa. La Fundación también envía a sus representantes directamente a comprar los productos y una señora en Cahuil les está comprando la producción pequeña.</p> <p>Junto a su marido descubrieron un nuevo mercado, el de los vinos. Ellos lo elaboran y para su producción necesitan tinajas grandes donde guardarlo.</p>
Formalización	<p>Este matrimonio está formalizado y cuenta con boletas y facturas, sin embargo, la Fundación les compra con factura de compra. Ella explica que en Pañul todos tienen que ser formales, pagar patentes e impuestos. La patente cuesta \$20.000, aproximadamente, y se paga en forma semestral. El SII –ubicado en Pichilemu- visita todas las casas para fiscalizarlas.</p> <p>Para ellos no fue engorroso el proceso de formalización. Al principio tenían entendido que los artesanos no pagaban impuestos, pero entendieron que eso aplica solamente cuando se extrae la materia prima de su propio terreno, y ese no es su caso.</p> <p>Ella considera que les deberían cobrar menos impuestos porque las grandes empresas pagan menos que ellos y, por el hecho de que son pequeños productores, les cuesta pagar los impuestos y patentes.</p> <p>Tienen un contador en Pichilemu que les cobra \$12.000 cada mes.</p>

Documento entrevistado N°6

Informante VI	
Género	Masculino
Edad	60
Localidad/Ciudad	Pañul, VI Región
Oficio	Cerámica de Pañul
Educación	Educación Básica y Media completa
Lugar de nacimiento	Pañul, VI Región
Situación tributaria	Formalizado
Ubicación taller	Domicilio

Fundación Artesanías de Chile	Se integró a la Fundación Artesanías de Chile hace cuatro años. Tiene una orden de compra puntual y la Fundación envía a alguien dos veces al año a realizar compras de aproximadamente \$200.000.
Antecedentes familiares	<p>Vive con su esposa, con quien tiene cuatro hijos. El mayor ya salió de la universidad y los otros tres están actualmente cursando su educación superior en Rancagua, donde arriendan una casa. Si bien el entrevistado financió la totalidad de los estudios de sus dos hijos mayores, las dos hijas menores hoy lo hacen gracias a un crédito universitario. Su madre también es de Pañul y tiene 88 años. Tuvo 10 hermanos.</p> <p>En artesanía trabajan él y su señora. Su hijo mayor lo hace en Santiago y aporta a los gastos familiares. Su segunda actividad -y principal fuente de ingreso económico- es la minería, actividad que realiza desde antes y que hoy compatibiliza con la artesanía. También es él quien prepara el material para la cerámica y la vende en Pañul.</p>
Socioeconomía	<p>Uno de los grandes beneficios de vivir en Pañul y poder dedicarse a la artesanía es la tranquilidad: "Nadie me molesta porque es dueño, yo soy dueño de aquí".</p> <p>Por otro lado, están las desventajas socioeconómicas. Explica que anteriormente fue beneficiario de un subsidio del Estado llamado Programa de Desarrollo de Acción Local (Prodesal), sin embargo, se lo quitaron "de la noche a la mañana, sin aviso". También agrega que no le gusta estar lejos del pueblo y del comercio porque si necesitan comer u organizar algo, tienen que ir a Pichilemu.</p>
Oficio	<p>La artesanía en Pañul comienza cuando Juan Villalobos, dueño de las canteras, le ofreció a la Municipalidad hacer un proyecto para formar artesanos en cerámica. Le enseñaron a las personas que trabajaban sacando arcilla en las canteras. Fernando Alfaro, quien venía de San Pedro de Atacama, les hizo las capacitaciones.</p> <p>El entrevistado extrae la materia prima de tres canteras distintas, para luego prepararla y venderla. Este año su valor será de \$40.000 + IVA, a lo que se agrega \$20.000 por flete, ya que el material debe subirse de las canteras. Él es quien reparte la materia prima a todos y tiene gastos asociados a la producción, por lo que debe entregar una factura a toda persona.</p>

Comercio en la zona	<p>Este informante es dirigente del Club Deportivo y del Turismo Rural. Aclara que por ser la "cara visible" le importa mucho no tener problemas con el SII.</p> <p>Sus artesanías son menos rústicas que las de unas señoras que viven en una localidad cercana, quienes no venden por tener sus productos esas características. No obstante, es importante mencionar que, a diferencia de él, ellas tienen un oficio que se traspasa de generación en generación.</p>
Mercado	<p>Los principales compradores de este entrevistado son los turistas que van de paseo por el día a Pañul desde Pichilemu.</p> <p>Él no se considera diseñador, sino que se autodefine como "copiador".</p> <p>En un comienzo se trasladaba a Pichidegua a vender en un furgón. Actualmente vende en Pañul desde un local ubicado en su casa y donde los turistas llegan directamente. También van personas de Rancagua y Santiago a buscar productos para vender en sus propios negocios.</p>
Formalización	<p>Explica que antiguamente se pagaba una tasación de un 4% anual y nada más. Muy distinto a lo que sucede actualmente en que se les exige a los artesanos boletas y facturas. Esto cambió hace 20 años aproximadamente y con su señora lo notaron cuando comenzaron a trabajar en artesanía y el SII les hizo una charla. Les explicaron que la ley había cambiado y que debían tener boleta.</p> <p>El entrevistado se formalizó desde un principio, hace 25 años aproximadamente. Y lo hizo por el miedo a que llegara a fiscalizar el SII y pudieran cursarle un parte. Fue de los primeros artesanos en tener boleta, factura y guía de traslado. En Pañul todos pagan patente por vender en sus casas. Él hace una guía de traslado (no tiene computador) y con esa guía va a su contador, quien le hace una factura electrónica.</p> <p>Tiene contador en Pichilemu –dice que es el contador más antiguo- y le cobra \$60.000 por hacer la declaración a la renta. Adicionalmente le cobra \$10.000 cuando lleva facturas, y cuando no hay movimiento cobra 2.000.</p>

9.4. Resultado por cada objetivo específico

Luego de realizar las entrevistas y haber reducido y estructurado los datos reunidos en el trabajo de campo, se desarrolla cada objetivo específico:

9.5.1 Pensamiento socioeconómico de la muestra de artesanos

El primer objetivo específico es conocer el pensamiento socioeconómico de una muestra de artesanos tradicionales que comercializan sus productos a través de la Fundación Artesanías de Chile. Se concluye que el oficio artesanal está vinculado al lugar de nacimiento de los encuestados, por lo que hay una clara unión entre territorio, identidad y oficio. El quehacer artesanal los identifica con un lugar a través de la técnica y la materia prima. Sin embargo, sobre el trabajo comunitario, si bien en varias de las zonas donde viven estos artesanos existe una identidad territorial y comunitaria, todos describen que trabajan individualmente. Y no obstante comentaron la existencia de algunas agrupaciones, ninguno de los entrevistados participa en ellas, argumentando que no les aportaba en su trabajo y que era muy difícil ponerse de acuerdo.

Cada uno de los artesanos entrevistados se asocia a una localidad: Chimbarongo, Rari, Pomaire, Pañul o Pichidegua. Y cada uno de estos territorios tiene una manera distinta de organizarse. Rari se describió principalmente como un lugar de mucha pobreza, lo que dificulta la calidad y valorización de los productos que se generan allá. En Chimbarongo se distingue entre los comerciantes y los productores, quienes no necesariamente son los mismos. Allí se lleva a cabo la Feria del Mimbres y es un lugar activo todo el año. Se ha desarrollado mucho el trabajo en conjunto entre artesanos y diseñadores, logrando entregar valor a los productos a través del diseño. Pichidegua es un caso especial, la artesana dijo ser la primera en innovar el diseño de la cestería en hoja de choclo y que gracias a su trabajo ha sido asociada a la localidad y considerada como artesanía tradicional, por lo tanto, actualmente ella está impulsando esa artesanía en el territorio y no hay organizaciones de mayor tamaño.

Por otro lado, Pañul es un sector rural que forma parte de una zona turística (Pichilemu). Los turistas llegan a las casas de los artesanos a comprar y la ruta es gestionada y difundida por la Municipalidad. La tradición artesanal en esta localidad, sin embargo, no es más antigua que 25 años. El dueño de una mina que se ubica cerca de la zona es quien ideó y llevó a cabo el proyecto de capacitar y proveer la materia prima a la localidad de Pañul para el desarrollo del oficio de la alfarería. Y, por último, destaca

el comercio en Pomaire, lugar ya posicionado por su producto artesanal en greda donde recurrentemente están llegando turistas y compradores.

En cuanto a su nivel educacional, todos los artesanos entrevistados terminaron la Educación Media. Algunos incluso tienen estudios superiores y han trabajado en otros rubros, pero hoy ninguno cambiaría la artesanía. Parte de los artesanos no tenía más conocimiento que el de su oficio y, si bien algún familiar lo cambió por otro trabajo en algún momento, como por ejemplo, ser empleada doméstica, decidió volver a la artesanía. Un caso específico es el de una artesana que trabajó como ejecutiva de cuentas en el Banco Santander, sin embargo, se enfermó por el nivel de estrés sumado a una tragedia familiar, y así pudo recuperarse al volver a reencontrarse con la cestería en crin a la cual hoy dedica tiempo completo.

Otros artesanos se han dedicado siempre a su oficio y han ampliado su campo laboral haciendo capacitaciones y talleres para transmitir su conocimiento. Esto se refleja en la forma en que se refieren a su labor, como algo que no solo les brinda ingresos económicos, sino que los satisface en cuanto sus productos son valorados por los demás. La artesanía les genera retribuciones emocionales positivas por tratarse de una actividad manual y creativa, la cual al momento de comercializarla los vincula con el mundo. Muchos entrevistados hicieron referencia a la satisfacción de ver la pieza terminada.

Sobre la economía familiar de los seis artesanos encuestados, solo para tres la artesanía representa su fuente de ingreso principal. Dos de esos casos se auto-consideran formales y un tercero, a pesar que tiene iniciación de actividades, dejó de declarar en el SII. En los otros tres casos el principal ingreso económico es generado por uno de los cónyuges a través de otra actividad, como la minería, industria o un empleo público. En general, quienes viven únicamente de los ingresos de la artesanía aseguran que es algo perfectamente realizable.

Las localidades donde viven los artesanos se identifican con el desarrollo comercial de algún oficio en particular, lo que atrae a los compradores al lugar. La mayoría de los artesanos tiene como principal punto de venta su propia casa, donde se encuentra su taller. Luego, y como segundo punto de venta importante, se encuentra la Fundación Artesanías de Chile que cumple un rol comercial fundamental para todos los artesanos. Incluso algunos son beneficiados con orden de compra fija, lo que les asegura un sueldo mensual.

Otros artesanos han generado contactos y reciben encargos exclusivos, tanto de particulares como de intermediarios. Otro punto de venta importante son las ferias que, si bien generan muchos gastos y desgaste físico, es de gusto general porque les da la posibilidad de compartir con otros artesanos y reciben comentarios de los clientes sobre sus trabajos. Este elemento se vincula directamente con su visión socioeconómica, pues se realiza una actividad que no necesariamente genera una retribución económica, pero sí una emocional.

Se identifica que el principal beneficio socioeconómico del oficio es poder realizarlo desde sus propios hogares, lo que les permite vivir en zonas de mayor tranquilidad y poder criar a sus hijos ellos mismos. Otra ventaja es que les brinda la oportunidad de tener un trabajo que consideran propio, creativo y que les da la libertad para organizar sus propios tiempos. Asimismo, e igual de importante para los artesanos entrevistados, es el reconocimiento nacional de sus oficios, como por ejemplo, ser valorados y asesorados por la Fundación Artesanías de Chile. Por último, se considera que la retribución emocional que reciben al integrarse al mundo laboral desde la creación personal, no tiene precio para ellos. Se identificó una gran vocación por lo que entregan de ellos mismos a través de sus productos.

Al contrario, se considera una desventaja socioeconómica el hecho de que las ventas son variables y es difícil pronosticar los ingresos. También que, algunas veces, el pertenecer a un pueblo que se identifica con el oficio genera comparaciones con esos artesanos, que no necesariamente tienen la misma calidad en sus productos. Sin embargo, por considerarse una referencia, los precios se establecen bajos y asociados a la localidad, no a la individualidad de cada productor.

Otro problema que se evidenció en dos entrevistas fue que el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) favorece con subsidios a los artesanos que son dueños de terrenos donde se produce la materia prima. Esto se convierte en una gran desventaja para quienes no son dueños de tierras, debido a que tienen que costear todos sus gastos para ir a ferias y, a la vez, homologar sus precios con los otros artesanos subsidiados. Por lo tanto, el artesano que es subsidiado por INDAP tiene mayores ingresos a pesar de vender al mismo precio sus productos.

Por otro lado, los entrevistados agregan que hay veces en que es un problema trabajar en sus casas, desde la perspectiva de la preocupación laboral que está siempre presente. Además, se identifica una amenaza en la continuidad del oficio, ya que los hijos de los artesanos no quieren aprender. Incluso

en uno de los casos, una artesana de Pañul dijo específicamente que no quería esta vida para sus hijos, sino que deseaba que fueran universitarios. Y así se da en la mayoría de los casos, los hijos van a la universidad o, en otros, se dedican a la agricultura de la zona donde se aseguran un ingreso más estable.

Por último, se reconoce como principal característica del rubro artesanal una baja capacidad productiva. Acerca de este punto, los artesanos consideran que es específicamente este rasgo el que le da valor a sus productos. Sin embargo, manifiestan que la artesanía en general está mal pagada, que se vende muy barata. Todos los entrevistados coinciden en que la dificultad del trabajo manual, la técnica y las horas de trabajo no se reflejan en los precios del mercado. En este sentido, concuerdan en que, independiente de la baja capacidad productiva que tienen, sus últimos objetivos son vender y ojalá a la mayor cantidad de intermediarios o particulares. Se concluye que lo que más les retribuye en su trabajo es la valorización positiva en los mercados, la acogida de sus innovaciones en diseño y el carácter individual que tiene cada pieza, lo que finalmente los identifica.

9.5.2 Oportunidades

A continuación se desarrollan los resultados de la investigación para el objetivo específico II, donde se identifican las oportunidades que significaría un programa de formalización para los casos estudiados. Si bien, las oportunidades son identificadas dentro de un conjunto de aspectos culturales que se sintetizan de la vida de los artesanos los cuales constituyen una unidad, se decide clasificarlos, sólo por un fin pedagógico descriptivo, dentro de las siguientes categorías: socioeconómica y normativa institucional.

La categoría socioeconómica engloba los aspectos de la vida y economía familiar, el oficio, el desarrollo local y el mercado. La categoría normativa institucional, se constituye de aspectos regulatorios de la institucionalidad, que se requerirían para que el programa especial del SII sea un beneficio, siempre y cuando se elaboren desde una manera acorde al rubro y, por ende, distintos a cómo se presentan actualmente en la *microempresa*.

Categoría Socioeconómica: en esta categoría se incluyen aquellas oportunidades que se vinculan a la cultura de los artesanos, ya sea en relación con su identidad, sentido de pertenencia o desarrollo local, y que se relacionan con su economía.

- **Tranquilidad emocional:** las mujeres entrevistadas expresan su temor al SII. Por ejemplo, una de ellas dice: “ellos están en todos los puestos fiscalizando, o sea, nos sentimos atemorizados realmente”. Todo este temor es consecuencia de las fiscalizaciones realizadas por el SII en ferias o por la sola necesidad de tener que ir a las oficinas del SII a obtener información o realizar algún trámite.

- **Continuidad del oficio:** la mayoría de los hijos de los artesanos estudia en la universidad o sus padres quieren ese futuro para los más pequeños. Por lo tanto, se diagnostica una amenaza para la continuidad de los oficios. El sistema tributario general es una amenaza para el desarrollo de las artesanías y un programa de formalización mal elaborado, que no se ajuste a los detalles específicos de este sector, podría aumentar esa amenaza. Un artesano atribuyó esto a la baja valorización de la artesanía, agregando: “meter en el mismo saco los impuestos del *retail* con los impuestos de la artesanía... creo que eso ha hecho que muchos artesanos desistan de seguir este rubro”.

- **Innovación en el diseño:** todos los artesanos, a excepción de uno, demuestran orgullo por el toque personal que han puesto en el diseño a sus productos. Existe una constante innovación en colores, formas y materiales. El artesano de Chimbarongo -que de todos los entrevistados es el que ha alcanzado una mayor estabilidad en su situación tributaria- ha logrado abrirse paso a nuevos mercados con estos productos por lo que no tiene problema. Sin embargo, para otros artesanos se presenta un conflicto al insertar estos productos nuevos en ferias o en la misma Fundación Artesanías de Chile, ya que no clasifican en la categoría de artesanía tradicional. Esto les produce mucho malestar debido a que ellos tienen la experiencia de que el producto moderno se vende mejor, pero dicen haber sufrido discriminación. No están de acuerdo con esta clasificación y consideran a esos productos nuevos como artesanía tradicional.

- **Potenciar el desarrollo local artesanal:** Pomaire es un ejemplo de una zona artesanal asociada a una ley que ha favorecido el desarrollo económico local, porque se hace cargo de la especificidad del sector económico artesanal. Desde 1969 es una zona protegida por la Ley 17.064, la cual deja exentos de impuestos a todos los productos realizados con greda y a todo el comercio realizado en ese lugar. Por lo tanto, la zona no presenta obstáculos tributarios para desarrollarse como lugar de comercialización de artesanías. Sin embargo, este tipo de beneficio

tiene su contrapartida, señala una de las artesanas entrevistadas, ya que esta libertad ha generado falta de rigurosidad, por lo que han llegado comerciantes de productos chinos.

- **Ampliar el mercado:** una de las artesanas plantea la preocupación de que la Fundación Artesanías de Chile establece los precios de mercado muy bajos, lo que dificulta a los artesanos subir sus precios cuando empiezan a tener productos innovadores y de mejor calidad.
- **Nuevos canales de venta:** la artesana de Pomaire entrevistada, la única finalmente sin formalizar, observaba que había perdido la posibilidad de vender sus productos a varias tiendas por no tener facturas.
- **Canal de comercialización propio:** dos artesanas hicieron inicio de actividad por haber tenido una tienda y un quiosco propio. Sin embargo, son ellas mismas las que presentan ambigüedad e incomprensión de su situación tributaria actual. Ambas cerraron las tiendas y todavía no pueden resolver qué hacer con la formalización. Por lo tanto, las condiciones asociadas a la venta en un punto de comercio establecido propio, como lo son las patentes e impuestos, son actualmente un problema.
- **Acceso a financiamiento estatal y/o privado:** se manifestó que una de las razones para no crecer o ampliar su producción es la falta de capital. Por otro lado, el artesano entrevistado que presentaba un mayor manejo administrativo de su taller, hizo la observación de que estar formalizado era un respaldo financiero para poder pedir créditos a bancos y/o postular a fondos de fomento productivo.

En conclusión, las oportunidades que se presentan para un programa de formalización relacionadas a la socioeconomía, son en primer lugar, que se disminuiría la sensación de temor e incertidumbre para desarrollar esta actividad económica. A la vez, generar un programa especial, colaboraría a la continuidad del oficio ya que los jóvenes que actualmente tienen otras expectativas laborales, en cuanto a ingresos y sistemas de vida, puedan ver en la artesanía una oportunidad de alcanzarlo. Así mismo, contribuiría a libertad en la elaboración de los contenidos simbólicos, fundamental para la continuidad del oficio y la pertenencia local. Así mismo, evitaría la competencia China, que no podría gozar de los beneficios y con eso se contribuiría a generar conciencia de la calidad del producto manual y su valorización en la localidad. En cuanto al mercado, los artesanos accederían a vender sus

productos a diversos intermediarios y el uso de facturas ayudaría a regular de manera competitiva los precios, con esto aumentarían los accesos a canales de comercialización para los artesanos. Y contribuiría a que establezcan sus propios puntos de ventas con las patentes comerciales y trámites administrativos al día. Para finalizar, daría oportunidad de aumentar el acceso a financiamiento estatal y/o privado para sus necesidades.

Categoría normativa institucional: en esta categoría se incluyen aquellas oportunidades relacionadas con los aspectos de la institucionalidad como SII, contador, contabilidad, entre otros, y que aportarían al desarrollo económico del sector.

- **Definición del rubro:** todos los entrevistados hicieron la observación de que la artesanía es mal pagada, que se vende barato. Dice una artesana: “cuando uno hace algo con las manos está entregando parte de la vida, para que aprendan las otras personas a valorar. Porque es fácil meter materiales a una máquina y salgan las cosas perfectas, pero la artesanía es algo que no es perfecto, o sea, no te podría hacer exactamente igual esto con las mismas medidas”. Todos están de acuerdo en que debería existir una diferenciación entre ellos y el resto de los comerciantes. Señala uno de ellos: “meter en el mismo saco los impuestos del *retail* con los impuestos de la artesanía... creo que eso ha hecho que muchos artesanos desistan de seguir en este rubro”.
- **Sistema tributario acorde al rubro:** no está establecido el modelo económico específico para el sector. Sobre esto pregunta una artesana: ¿cómo recuperan el IVA aquellos que compran materia prima que se vende sin factura por ser de recolección?
- **Utilización del IVA:** esta investigación evidenció que algunas materias primas son compradas. Destacan dos casos. Por un lado, en Chimbarongo se hace evidente el problema de los precios del mimbre debido a que se exporta, lo cual significa un alza en los precios. Por otro lado, en el caso de Pañul, uno de los artesanos recorre tres minas para extraer arcilla, para luego hacer la mezcla y venderla con factura. Esto, comenta la otra artesana entrevistada de Pañul, fue uno de los factores que hizo que todos los artesanos de la zona se formalizaran.
- **Descuento de gastos:** todos los artesanos manifestaron que los gastos asociados a las ferias son muy altos en comparación con su retorno. Esto se traduce en gastos de transporte, alojamiento,

alimentación y la pérdida en horas productivas, las cuales se utilizan en estar presentes en el puesto de la feria.

- **Información:** hay una evidente falta de información por parte del SII, y es una de las razones que produce mayor temor en los artesanos. Les provoca inseguridad ir a preguntar sobre sus situaciones tributarias porque temen tener problemas con el ente fiscalizador. La impresión es que cada uno ha realizado el proceso de formalización de la forma en que ha podido y que no existe una manera específica para el rubro.

- **Evitar formalidad incompleta:** la Fundación Artesanías de Chile nos contacta con los artesanos señalando que hay tres artesanos formales y tres informales. Sin embargo, solo una artesana no ha iniciado nunca actividades. Otra es formal, pero dejó de declarar el año 2008 por un mal uso de sus boletas por parte de un familiar, lo cual no supo cómo solucionar y fue la razón por la cual ella se autodenomina informal. Otra artesana aparecía en el listado como informal, pero realmente era formal. Ella le vende a la Fundación recibiendo una factura de compra porque la considera una ayuda que le hacen –lo cual técnicamente no es real porque ella compra su materia prima con IVA y, al no vender con su propia factura, no está descontando ese IVA-. De los artesanos formales, uno tiene boletas, pero declara “sin movimiento” y no se atreve a dar término a su giro porque teme encontrarse con algún trámite que impida hacerlo y también por la duda de si alguna vez irá a necesitar boleta. Por último, hay dos artesanos formalizados que aseguran no tener problemas ya que lograron iniciar actividades y mantener su situación formal cumpliendo con todas las obligaciones.

- **Protección:** se estableció que es en las ferias donde hay una mayor fiscalización por parte del SII, quienes en palabras de una artesana deja ver una distancia con dicho servicio: “nos tratan como delincuentes”. Por otro lado, dos artesanos formalizados coinciden en que el transporte de productos y la fiscalización en ruta de carabineros o del SII, fueron los motivos que los llevó a formalizarse. En conclusión, se percibe que los mayores puntos de conflicto donde convergen todos, es en que hay fiscalización en ferias y transportes por lo que eso estimula la formalización.

- **Acceso a medios de pagos:** una de las artesanas tuvo una experiencia con Transbank en una feria donde la Fundación Artesanías de Chile gestionó los aparatos. Para ella fue un gran beneficio

porque vendió todos sus productos, especialmente los de precios más altos y diseños más modernos.

- **Capacitación:** de forma transversal se plantea que la Fundación Artesanías de Chile ha colaborado a subir los precios y a valorar el trabajo de los artesanos, pues muchas veces estos no consideran el valor de las materias primas u horas/hombre incorporadas. Les han realizado talleres y capacitaciones, y todos concluyen que los nuevos conocimientos se han traducido en un alza en sus precios. Destacan la artesana en crin y el artesano en mimbre, quienes tienen mucha seguridad de la calidad de sus productos, por lo que aseguran que no venden por un precio menor al que ellos establecen. También es común en todos que no venden en consignación, ni siquiera a intermediarios. Los artesanos agradecen las capacitaciones y aplican inmediatamente lo aprendido.

En conclusión, las oportunidades asociadas a un programa especial de formalización con nueva normativa institucional, son que, en principio favorecería a los artesanos en cuanto todas las particularidades del sector serían consideradas como definiciones claras y ayudarían a posicionarlos como gremio ante la institución tributaria y jurídica. Por otro lado, existiría la necesidad de crear un sistema tributario acorde al rubro, que ordenaría el uso del impuesto de IVA a favor del artesano, el cual, si se declara correctamente desde la compra de materia prima hasta la venta del comprador final, se establecería como gasto sólo para el comprador final. Además, desarrollaría una manera para que los artesanos declaren los gastos asociados a la comercialización de sus productos. Un programa a la vez, generaría documentos informativos para que no existan vacíos en los procedimientos y así los artesanos tengan información a la cual recurrir. Esto también, disminuiría las formalizaciones incompletas y dotaría de protección a los artesanos ante los procedimientos, ya que estarían respaldado por una ley especial para ellos. Además, tendrían acceso a mejores medios de pagos en sus propios puntos de venta, lo que podría significar vender sus productos a un mayor precio. También, traería como consecuencia la elaboración de un plan de capacitaciones para informar y unificar el lenguaje y metodología de formalización para artesanos, lo que generaría redes de contacto y formación de conocimientos nuevos dando estabilidad y unidad. En conclusión, daría derechos a los artesanos ante las fiscalizaciones y serían reconocidos por las particularidades de su oficio, sin ser considerados *microempresarios*.

9.5.3 Amenazas

A continuación se desarrollan los resultados de la investigación para el objetivo específico III, donde se identifican las amenazas que significaría un programa de formalización para los casos estudiados. Si bien, las amenazas son identificadas dentro de un conjunto de aspectos culturales que se sintetizan de la vida de los artesanos los cuales constituyen una unidad, se decide clasificarlos, sólo por un fin pedagógico descriptivo, dentro de las siguientes categorías: socioeconómica y normativa institucional.

La categoría socioeconómica engloba los aspectos de la vida familiar, la economía familiar, el oficio, el desarrollo local y mercado. La categoría normativa institucional, se constituye de aspectos regulatorios de la institucionalidad, que se proponen como amenazas si un programa de formalización se elabora desde el concepto de *microempresa* u otra manera que no considere las particularidades del sector artesanal.

Categoría Socioeconómica: en esta categoría se incluyen aquellas amenazas que se vinculan a la cultura de los artesanos, ya sea en relación con su identidad, sentido de pertenencia o desarrollo local, y que se relacionan con su economía.

- **Tiempo:** el oficio artesanal, por su característica de crear productos únicos, implica dedicar mucho tiempo a su producción. A esto se suma una serie de actividades asociadas a la artesanía, entre las que se encuentran: administración, compra de materiales (o recolección de ellos) y venta, además de los quehaceres del hogar y la crianza de sus hijos. Todas estas actividades dificultan que los artesanos tengan el tiempo para, además, realizar los trámites que implica ser formal. Una artesana entrevistada señala que ella dedica la mayor parte del día a producir, que no tiene tiempo para aprender todas las exigencias que requiere estar formalizado: "no hay tiempo para hacerlas todas".
- **Patrimonio familiar:** la figura en la que los artesanos se acogen al SII es el de Contabilidad Simplificada. Una de las desventajas de este modelo es que el RUT (Rol Único Tributario) de la "empresa" es el mismo que el del artesano. Por lo tanto, el patrimonio familiar y el capital de la empresa están vinculados legalmente.
- **Subsidio del Estado:** para el SII, las personas que están formalizadas se consideran *microempresas*, por lo tanto, aquellas que tienen subsidios del Estado pierden sus beneficios. Por

ejemplo, la artesana de Pañul comentó que ellos por ser de una zona rural que se considera formal y con movimiento laboral, han perdido ayuda de la Municipalidad en temas, por ejemplo, de facilidades en el transporte público.

- **Rigidización:** en las distintas entrevistas los artesanos, en reiteradas veces, comentan que lo que más les gusta del trabajo que hacen es poder realizarlo desde el hogar. Consideran invaluable el poder criar a sus hijos y estar en la casa mientras realizan su trabajo. Un programa de formalización podría significar una amenaza para esta característica propia del trabajo artesanal, logrando rigidizar la actividad para que se justifique la formalidad.
- **Capacidad productiva:** uno de los factores propios de sus oficios y del cual ellos están muy consientes es que la artesanía está asociada a una pequeña capacidad productiva. Esto significa una amenaza si la formalización se asocia a una *microempresa*, debido a que por sus cualidades particulares no puede regirse por los principios de la Economía de Mercado, por ser un factor determinante de su trabajo.
- **Homologación de precios, pero diferencias en las utilidades:** los dos artesanos formalizados, que al parecer no tendrían inconvenientes prácticos con la formalización, consideran que la injusticia se establece porque el artesano informal tiene un mayor margen de utilidad. Esto debido a que vende al mismo precio, pero no paga impuestos. Para quienes deciden formalizarse se genera un desequilibrio en el mercado, tomando en cuenta el gran número de artesanos informales. Ellos tienen precios más bajos al no tener gastos tributarios o generan una mayor utilidad en el caso de tener los mismos precios. Recordemos que en la artesanía hay una tendencia a la homologación de precios.
- **Retorno de la inversión:** dos artesanas que tienen una situación ambigua con el SII comentan que iniciaron sus actividades por tener una tienda y un quiosco, respectivamente. Ambas cerraron esos espacios porque eran más los gastos que los ingresos, pero las dos anhelan volver a tener un lugar de venta con mejor acceso a los compradores.

En conclusión, las amenazas que se presentan para un programa de formalización, relacionadas a la socioeconomía son, en primer lugar, que los artesanos tendrían que destinar horas de su tiempo, y considerando que ellos tienen que dedicarse a la producción y venta, podría significar que no les

alcance el tiempo para, además, sumar la administración. Por otro lado, actualmente cualquier problema tributario asociado a la artesanía, pone en peligro los bienes familiares. También, si formalizarse significa perder los subsidios del Estado, se considera un desincentivo que amenaza al programa. A la vez, desde la perspectiva de los artesanos, podría considerarse una rigidización, ya que la formalización se vincula a sanciones para fomentar su correcta implementación. Ante esto, los artesanos no poseen los recursos económicos ni los medios para defenderse. Un programa de formalización para artesanos mal elaborado o implementado, podría considerarse el inicio de una sistematización de la actividad que se contrapone a la producción artesanal. Otra amenaza, son las expectativas de ventas asociadas a formalizarse, ya que no se podrían alcanzar por la poca capacidad productiva asociada a la producción artesanal. A la vez, tendría que proponerse para que todos los artesanos se adscriban al programa, porque si no, se podría agrandar el problema de la diferencia en las utilidades que gana una persona formal y otra informal. Por último, significaría una amenaza para los artesanos formalizarse si no se elabora de una manera que genere rentabilidad, es decir, que la inversión en tiempo y dinero de la formalización no se justifiquen con los ingresos percibidos.

Categoría normativa institucional: en esta categoría se incluyen aquellas amenazas relacionadas con los aspectos de la institucionalización como SII, contador, contabilidad, entre otros, y que serían un problema para los artesanos.

- **Tecnológica:** muchas veces los artesanos no tienen fácil acceso a computadores e internet. Uno de los entrevistados agrega que él, por ejemplo, no tiene computador ni acceso a la factura electrónica, la cual será obligatoria en algún momento. La solución que encontró al problema es llevar una orden de traslado a su contador, quien le emite este documento. Otras dos artesanas se suman al problema tecnológico. Señalan que no entienden el sistema computacional y menos el portal del SII. Les asusta equivocarse y no tienen el conocimiento conceptual para realizar todos los trámites y formularios.
- **Conectividad al SII y contador:** para la formalización se necesita ir de vez en cuando a una oficina del SII, ya sea a iniciar actividades, timbrar boletas o hacer algún cambio. También tener acceso a un contador.
- **Contabilidad:** la contabilidad representa un problema para los artesanos. Algunos recurren al contador que está en la zona, quien probablemente tiene como clientes a todos los artesanos. Eso genera una situación de poder, traducida en el alza en sus precios y poder para determinar sus

propias reglas. Otro es el caso de una artesana que recurrió al contador más cercano, su vecino, quien no pudo ayudarla a resolver algunos problemas que tuvo asociados a una multa. Algunos comentan que el contador tiene valores arbitrarios que varían dependiendo de cuánto tienen que declarar, las facturas, o si no hay movimiento.

- **Multas:** el error en el uso de las boletas, o de las declaraciones del formulario mensual, implicó multas para dos de los artesanos entrevistados. Multas que se reajustan y acumulan, transformando a la formalidad en incumplimiento fiscal. Esta situación genera angustia a los artesanos, específicamente al ser buscados y no tener la información ni los recursos para regularizar su situación.

- **Gastos asociados:** existen gastos asociados a la formalización como impuestos, libros contables, patentes y contador, entre otros. Los artesanos los consideran gastos muy altos en comparación a la baja capacidad de producción. El IVA es un impuesto que no debería ser problema ya que, al ser agregado al valor final de venta, lo paga el comprador final y a la vez puede ser descontado de las compras con factura. Sin embargo, son el impuesto a la renta, el pago de patentes, firma electrónica para las facturas, libros de contabilidad y contador, los gastos que representan una mayor amenaza para el sector.

En conclusión, las amenazas que se presentan para un programa de formalización, relacionadas a la normativa institucional, son en primer lugar, que imponer la necesidad de recursos tecnológicos para cumplir las obligaciones tributarias, dificultaría que los artesanos puedan llevar a cabo un proceso ordenado. A la vez, la tecnología en zonas rurales no necesariamente es coherente con el estilo de vida, por lo que imponer la necesidad de adquirir aparatos tecnológicos, podría modificar las características propias de su sistema de vida. También, al estar en zonas rurales se complicaría la conectividad, por lo tanto, la amenaza de un programa de formalización consistiría en crear necesidades que no les resultan de fácil acceso, como SII y contador, por vivir en zonas alejadas. Además, un programa de formalización que no sea diseñado para que los artesanos puedan resolver sus declaraciones personalmente, crearía dependencia de contadores, quienes a veces no están capacitados para resolver los problemas del sector, además, podrían abusar de los artesanos cobrando valores arbitrarios por su trabajo. Para finalizar, significaría una amenaza respecto a un programa de formalización, si éste no distingue las particularidades de la artesanía y no adapte sus costos y trámites a los requerimientos del sector, además, de implicar multas por su mala implementación.

9.5.Recomendaciones:

Se proponen algunas recomendaciones con el fin de que esta investigación pueda ser el inicio de un proceso mayor. En el contexto que para efectivamente realizar un programa de formalización especial queda un largo trabajo, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda no generar una ley, como es el caso de Pomaire, que exima a los artesanos de ciertas localidades de impuestos y formalidades porque eso genera vacíos legales que permiten, por ejemplo, la incorporación de productos chinos o de comerciantes que no están vinculados a la producción, quienes se verían beneficiados por la ley.
2. La implementación de un programa de formalización artesanal debería ofrecerse como una oportunidad para que todos aquellos artesanos que se encuentren en situaciones incompletas de formalización con el SII, puedan empezar sin multas y brindándoles protección legal.
3. El programa de formalización deberá elaborarse e implementarse como una opción para los artesanos y no como una obligación que transformaría en *informales* a quienes decidan no adscribirse.
4. Por último, se recomienda continuar con el estudio para generar un programa de formalización que aborde y desarrolle los siguientes criterios:
 - **Desarrollo de un modelo económico:** este no debe ser generalizado y basarse en los principios de la Economía de Mercado (eficacia y eficiencia), sino que se base en las particularidades del sector: baja capacidad productiva, ubicación geográfica rural, materia prima local, aspecto tradicional del oficio y accesibilidad a la institución (SII y contador).
 - **Modelo tributario:** dado que en Chile no existe un modelo tributario que se ajuste a las necesidades del sector artesanal, es central que se aborde en un potencial programa de formalización, un modelo tributario que considere aspectos como impuestos y periodicidad específicos para el sector. Además, de la elaboración de un protocolo de tributación acorde a las limitantes tecnológicas, temporales (fechas de declaraciones) y acceso. Es decir, crear un protocolo que se adecúe a las características propias del sector artesanal, tanto para zonas urbanas como rurales. Esto no debe interpretarse sólo como la

implementación de equipos tecnológicos, pues podría no ser del interés de algunas comunidades. Por lo mismo, la flexibilidad y creatividad para establecer el protocolo debe estar estudiado desde la particularidad de los intereses de los artesanos, especialmente en zonas rurales.

- **Persona jurídica:** el desarrollo de un modelo económico pertinente al sector artesanal, debe estar asociado a una persona jurídica que otorgue derechos y deberes específicos para el sector, por lo tanto, lo principal es definir los criterios que clasificarían a una persona como productor y comerciante artesano desde el punto de vista legal, tributario.

- **Relación entre figura privada y Estado.** Se debe resguardar los beneficios sociales que actualmente reciben los artesanos y no generar una amenaza de quitárselos por el hecho de formalizarse, como ocurre actualmente. Tiene que ser una política que se desarrolle paulatinamente y a la vez, consiente de ciertos beneficios que los artesanos pueden necesitar independiente de las ventas que alcancen, ya que los ingresos podrían no ser suficientes para compensar las necesidades de sustento que hoy satisfacen a través de subsidios.

10. CONCLUSIONES

A través de la definición de *mercado* desarrollada en el subcapítulo Mercado y Libre Mercado (4.2.1), podemos establecer que en la Fundación Artesanías de Chile habría dos tipos. El primero está dado por el intercambio entre los artesanos y la Fundación, en un sentido de economía planificada, ya que no se regiría por las leyes del mercado autorregulado. Lo anterior debido a que, por un lado, la Fundación se compromete a realizar cierta cantidad de compras anuales que no dependen de las ventas y, por otro, no lucra con las ventas, sino que vuelve a incorporar los ingresos al Fondo de Compras Rotatorio. Por último, porque la definición de los precios no se establece por las reglas del equilibrio entre la oferta y la demanda, sino que en la valorización que establece la Fundación de las horas de trabajo realizadas por el artesano. El segundo mercado está dado entre la Fundación Artesanías de Chile y el comprador final. Este sí responde al mercado autorregulado de *oferta-demanda-precios*, por lo que podríamos clasificarlo dentro de la Economía de Mercado.

Lo anterior es importante para comprender que esta investigación se fundamenta en la complejidad que enfrentan los artesanos al integrarse al sector formal y autorregulado de manera indirecta. Esto significa que los artesanos si bien venden a la Fundación, quien establece los precios y les asegura compras anuales, ha incorporado en ellos lenguaje y conocimientos del comercio autorregulado, además de capacitarlos para mercados formales, vendan o no a otro intermediario que no sea la Fundación.

Esta síntesis en la que se encuentran los artesanos, entre mercado planificado e inserción a la Economía de Mercado a través de intermediarios o como *microempresarios*, ha puesto en una situación ambigua a los artesanos, quienes han empezado a enfrentarse a problemas desprendidos del sistema formal, pero desde una contradicción que se genera por las características propias de la artesanía. De los seis casos estudiados, solo una artesana no ha iniciado nunca actividades tributarias. De los cinco restantes, todos han iniciado actividades para la primera categoría, pero sólo dos de ellos mantienen al día los trámites y han logrado administrarlos de manera favorable. Los otros tres informantes, se vieron forzados a formalizarse por fiscalización o compra de materia prima con factura, y de ellos, dos se definen como informales y dejaron de administrar su situación por tener problemas con el sistema.

En resumen, podemos describir las contradicciones presentes entre el sistema de formalización actual y el rubro artesanal, como consecuencia de esta inserción indirecta al Mercado Formal, en los siguientes puntos:

1. Actualmente, los artesanos informantes están familiarizados con los conceptos de la formalización como: SII, boletas, facturas, multas, patentes, entre otros, sin embargo, no necesariamente eso implica que manejen en la práctica esos procesos. También, que el artesano hoy en Chile es fiscalizado de igual manera que cualquier *microempresario*. Se fiscaliza en ferias, en sus lugares de trabajo y a la hora de transportar sus productos. Lo anterior produciría en ellos un sentimiento de temor, de inseguridad y de preocupación. Por lo mismo, concluir que no se necesita un programa de formalización especial, sería exponer a los artesanos a un escenario creciente de fiscalización del cual no tienen las herramientas para enfrentarse.
2. Los artesanos sienten un gran aprecio por su trabajo y reconocen el carácter espiritual que les entrega y a la vez, la calidad de vida que ganan. Pero las pocas herramientas que tienen para desarrollar más el campo económico de la artesanía, hace que no sea una aspiración para las nuevas generaciones. Los informantes dieron a conocer que ellos no quieren que sus hijos continúen con la tradición y sus hijos tampoco lo desean. Sus aspiraciones son que vayan a la universidad y se integren al mercado laboral. Esto podría generar pérdida patrimonial para las diferentes localidades de donde provienen las artesanías, ya que la técnica perdería su continuidad en el tiempo.
3. Se percibe gran interés de los artesanos por mejorar sus diseños y compartirlos con diseñadores para hacer trabajos en conjunto. Pero los diseños y simbologías se ven restringidos al criterio de los intermediarios, lo cual frenaría la dinámica natural que puedan querer desarrollar a través de símbolos y significaciones, y que esto genere la desmotivación de las nuevas generaciones. Este aspecto no puede quedar determinado por la demanda de intermediarios, sino que debe responder a su propia identidad. Es clave poder generar un modelo que, al concebir mayores posibilidades de desarrollo a través de apoyo de una política pública, contribuya a disociar la artesanía de un sector vulnerable socioeconómico, sino que lo identifique como una riqueza cultural que tiene otro tipo de lógica y para la cual, necesita apoyo del Estado. Por lo tanto, se plantea la necesidad de un programa de formalización que custodie las genuinas dinámicas culturales que dependen

de cada productor. La formalización daría más herramientas para ampliar los puntos de ventas, especialmente el propio, para así depender menos de intermediarios.

4. Desde la mirada socioeconómica se define a la artesanía como un sector económico inseparable del territorio, la identidad y el oficio, lo que supone la errática calificación dentro del sistema de Economía de Mercado como *microempresarios*. Pero, hay que destacar que los artesanos actualmente sí tienen incentivos de subir sus precios y aumentar sus utilidades, por lo tanto, en su socioeconomía se ha incorporado una síntesis de mercado.

En el contexto anterior de síntesis, que establece cómo los artesanos se ubican entre el mercado planificado y el autorregulado, se pudo encontrar las oportunidades y amenazas con las cuales alcanzar el objetivo general de este trabajo: *realizar un diagnóstico para evaluar la necesidad de crear un programa de formalización especial para el sector de la artesanía tradicional chilena*.

Luego de conocer las oportunidades y amenazas, se diagnostica entonces, que la hipótesis de esta tesis: *los artesanos tradicionales requieren un programa o política pública especial de formalización por su especificidad cultural, que les generaría beneficios para el desarrollo de este sector económico* ha sido validada, si y solo si, se hace cargo de las oportunidades y amenazas identificadas en este estudio de casos. Un programa o política especial, sería un aporte desde la gestión cultural ya que se propone con el fin de proteger la cultura local y desarrollo, y colaborar al sentido de pertenencia de las personas a una identidad local determinada.

Ahora, ¿por qué desde el punto de vista económico es importante crear un programa de formalización para un sector tan pequeño de la población? La respuesta consiste en que ese pequeño sector económico todavía conserva algunas de las cualidades que han sido destruidas por la implementación de la Economía de Mercado en muchos ámbitos de la sociedad. Estas cualidades son poder desarrollar los ingresos económicos y al mismo tiempo, criar y educar a los hijos de manera presencial. También, y sobre la idea de *incrustación* de Polanyi, esta economía se fundamenta en la relación inseparable de las personas con su trabajo y su localidad. Lo que conlleva a un desarrollo local descentralizado y autónomo que, a la vez, enriquece por su carácter artístico y creativo a la cultura de quienes lo practican y del territorio al que se vinculan.

El contexto actual de globalización donde pareciera no haber límites geográficos y la presencia de mercados absolutamente interdependientes configuran una amenaza para el desarrollo local, sobre todo si éste es desprotegido por el Estado, o también, si la protección se malentiende como sólo la ayuda para comercializar sus productos. La artesanía tiene un valor determinado por el oficio y no sólo por la estética, basta comparar un producto hecho en China con un producto hecho a mano y se evidenciará que la riqueza adquirida por el oficio en el producto hecho a mano, tiene un valor incomparable. Desde la gestión cultural, se puede contribuir a establecer el valor de los procesos y oficios poniendo en valor el conocimiento, a través de la educación de las personas compradoras y a la vez, se debe velar por la continua evolución artesanal y que no queden estancadas al estereotipo de lo que el Estado entiende por “tradicional” o “patrimonial”.

Se concluye que integrarse al sistema formal y pagar impuestos, si bien sistematiza, a la vez, genera participación ciudadana a través de la otorgación de derechos y también, deberes. Los impuestos en la Teoría Económica de Mercado se establecen como desreguladores del mercado. Por lo mismo, son la clave para dar herramientas de libertad simbólica, influenciando la participación ciudadana y la exigencia de los derechos asociados a situaciones particulares, y a la vez, darían herramientas que colaboren al desarrollo de los oficios y la continuidad de las futuras generaciones. Que el Estado tome en cuenta que la artesanía se valora y define por su poca capacidad productiva, y que eso no tiene que ser castigada, sino que, puesto en valor a través de un programa especial de formalización, es la conclusión final de esta tesis. Se diagnostica que los artesanos están siendo perjudicados por no tener un programa de formalización que se ajuste a sus necesidades y necesitan un marco donde la formalización no quede restringida y simplificada al concepto de *microempresa*.

Para cerrar y en el contexto de que la gestión cultural (Matthey, 2010) debe elaborar vectores que orienten las pautas para que cualquier país, y en este caso particular Chile, pueda “actualizarse y proyectarse mejor hacia el futuro, sin perder la identidad ni el sentido de pertenencia particulares, aunque simultáneamente formando parte de una sociedad mayor, sea del país y, por cierto, de América y el mundo” (Matthey, 2010 :11), se concluye que realizar un programa de formalización especial para artesanos tradicionales, que respete los criterios que se plantean en esta investigación, basado en su socioeconomía y no bajo los parámetros de la Economía de Mercado a través de la *microempresa*, serviría como herramienta que aporta a “un modelo de gestión cultural pertinente –comprometido con el desarrollo de la cultura e identidad locales de cada <<unidad territorial>> o corporación -,” (Matthey, 2010 :11) en pos de “privilegiar la revalorización, resguardo y desarrollo de las culturas

locales y corporativas, asumiendo la diversidad como clave de la riqueza cultural del país” (Matthey, 2010 :10).

11. BIBLIOGRAFÍA

➤ Entrevistas

BERLINER, Josefina. (2016). Directora de la Fundación Artesanías de Chile.

HUENTECURA, María Teresa (2017). Orfebre Mapuche. Santiago de Chile.

INFORMANTE I. (2017). Oficio alfarería en greda. Categoría: informal en zona urbana. Pomaire, VI Región de Chile.

INFORMANTE II. (2017). Oficio cestería en crin de caballo. Categoría: formal en zona urbana. Originaria de Rari. Actualmente reside en Santiago de Chile.

INFORMANTE III. (2017). Oficio cestería en hoja de choclo. Categoría: informal en zona rural. Pichidegua, VI Región de Chile.

INFORMANTE IV. (2017). Oficio cestería en mimbre. Categoría: formal en zona urbana. Chimbarongo, VI Región de Chile.

INFORMANTE V. (2017). Oficio alfarería en arcilla. Categoría: informal en zona rural. Pañul VI Región de Chile.

INFORMANTE VI. (2017). Oficio alfarería en arcilla. Categoría: formal en zona rural. Pañul, VI Región de Chile.

➤ Sitios Web

CHILE ARTESANÍAS (2011). Área de Artesanías del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes:
Link: <http://chileartesanias.cultura.gob.cl/archivos/documentos/0b048a5c09.pdf>

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. “Política Cultural 2014-2016”. Web:
www.cultura.gob.cl/institucion/politica-cultural-2014-2016. Consultado: agosto 2015

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. (2015). Manual de corporaciones y fundaciones municipales culturales. Publicación a cargo de Daniela Campos Berkhoff, Jefa de la Sección de Gestión Cultural Territorial (CNCA). Santiago de Chile. En:
http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/05/manual_corp_web.pdf

FUNDACIÓN ARTESANIAS DE CHILE. Revisado en diciembre del 2017. Sitio web oficial.
Link: <http://www.artesantiasdechile.cl/protocolo-artesantias-chile.php>

SII. Servicio de Impuestos Internos de Chile. Revisado en diciembre del 2017. En: http://www.sii.cl/mipyme/emprendedor/documentos/fac_Formalizacion_1.htm. Visitado el 18/07/2016

UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México. Sitio web: Facultad de Ingeniería, División de Ingeniería Mecánica e Industrial. Link: http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_prod_artesanal.html

WFTO. Sitio oficial del World Fair Trade Organization. http://wfto-la.org/comercio-justo/ques/?subscribe=success#blog_subscription-2

RAE. Real Academia Española. En: <http://dle.rae.es/?id=IFAorVF>. Visitado el 18/07/2016.

➤ Textos

BISAILLON, GENDRON, NAVARRO-FLORES, PALMA. (2013). El Comercio Justo: Hacia nuevas formas de gobierno en el intercambio global. Traducción de Olga Navarro-Flores. Primera edición en Chile. LOM ediciones, Santiago.

CELHAY; FONTOURA; JACOB; PERTICARA. (2010). Sector Informal y Políticas Públicas en América Latina. Fundación Konrad Adenauer.

CHUBRETOVIC, Teresita. (2015). Manual de Herramientas Jurídicas para la Gestión Cultural. Capítulo III: Organizaciones con personalidad jurídica. Editorial: La Calabaza del Diablo. Colección Ensayos. Santiago, 2015.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. “Caracterización de los canales de comercialización de la Artesanía y buenas prácticas”. Web: www.observatoriocultural.gob.cl. Sección Observatorio Cultural. Publicado: Junio, 2013.

FORNI, Pablo. (2010). Los estudios de caso: Orígenes, cuestiones de diseño y sus aportes a la teoría social. MIRÍADA. Año 3, No. 5 (2010) p. 61-80 © Universidad del Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales (IDICSO). Salvador.

GODELIER, Maurice. (1974). Antropología y economía. Editorial Anagrama. España.

GÓMEZ, Nicolás. (2017). Tecnología y reciprocidad en la economía popular urbana. Ril Editores: Chile.

KOTTAK, Conrad Phillip. (2011). Capítulo 4: Aplicación de la antropología. En: Antropología Cultural, 14 Edición. Pág.85 a 108. McGraw Hill. México.

MANKIW, Gregory. (2002). Capítulo I: Los diez principios de la economía. En: Principios de Economía. Editorial McGraw Hill. España.

- MATTHEY, Gabriel. (2010). Modelo de Gestión Cultural: Para <<Unidades Territoriales>> de Chile. Colección Teoría – 25. Gráfica LOM: Santiago, 2010.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. (2010). Emprendimiento Formal e Informal en Chile: Análisis a partir de los resultados de la Tercera Encuesta de Microemprendimiento. Gobierno de Chile.
- MONARES, Andrés. (2008). Capítulo: Producción, Comercio y Finanzas en Occidente: De la Ética del Trabajo a la Ética del Lucro. En: Oikonomía. Economía Moderna. Economías. Editorial Ayún. Chile.
- MONARES, Andrés. (2014). De la Economía Moderna a una comprensión socioeconómica de los sistemas de sustento. Publicado en América Latina en movimiento. <http://www.alainet.org>
- MONARES, Andrés. (2015). Economía Moderna y Función de Utilidad. Publicado en Revista Antropología del Sur. CITAR REFERENCIA.
- NEALE, Walter (1976). “El mercado en la teoría y la historia”. En: Comercio y Mercado en los Imperios Antiguos. Polanyi, Karl; Arensberg, Conrad y Pearson, Harry. Editorial Labor. Barcelona.
- NEFFA, Julio. (2008). Sector informal, precariedad, trabajo no registrado. En: El trabajo como cuestión central. 9º Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. Argentina. Contacto: jneffa@ceil-piette.gov.ar
- PÉREZ, Juan Pablo. (1991). Informalidad urbana en América Latina, Enfoques, problemáticas e interrogantes. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO-Guatemala. Editorial Nueva Sociedad. Venezuela.
- PIEDRAHITA, C., DÍAZ, A. y VOMMARO, P. (2013). Acercamientos metodológicos a la subjetivación política: debates latinoamericanos. CLACSO. Colombia.
- POLANYI, Karl ; ARENSBERG, C; PERSON, H. (1957). Capítulo: La economía como proceso institucionalizado. En: Título original del texto “The Economy as an Instituted Process” en Economies in History and Theory. Free Press, New York.
- POLANYI, Karl. (1957). La Gran Transformación: Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. Fondo de cultura económica de México: México, 2012.
- POLANYI, Karl. (2009). Capítulo: La contribución de la antropología. Extraído de *El sustento del hombre*, Capitán Swing Libros, Madrid, 2009, pp.: 114-123.
- PRIETO, Carlos. (1996). Dpto. Sociología 1, Facultad CC. Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Política y Sociedad, 21 (1996), Madrid (pp.23-34).
- RUSSELL, H. (1995). Métodos de investigación en Antropología. Abordajes cuantitativos y cualitativos. Segunda Edición. Traducción al castellano por Valentín E. González el 2006. Editorial Altamira Press, Estados Unidos.

SCHUMAN, Andrea y CÓRDOVA, Juan. (2016). Investigación en la “otra economía”: métodos y técnicas de análisis. Publicado en: Otra Economía, 10(18):18-26, enero-junio 2016. 2016 Unisinos – doi: 10.4013/otra.2016.1018.02

STAKE, Robert. (1999). Investigación con estudio de casos. Ediciones Morata, Madrid.

UNESCO. (1997). Guía metodológica para la captación de información sobre la artesanía. París: UNESCO, 1997.

YIN, R.K. (1994). Case study research Design and Methods U.S.A. Sage.

12. ANEXOS

12.1. Prueba de instrumento de investigación

➤ **Organización socioeconómica:**

- a. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la artesanía tradicional y cómo la aprendió?
- b. ¿Cómo se organiza económicamente su familia?
- c. ¿Qué rol cumple su trabajo para su familia?
- d. ¿Cómo se sustenta su familia?
- e. ¿Cuánto aporta al ingreso familiar total con su ingreso?

➤ **Sobre su oficio:**

- a. ¿Cuántas horas al día dedica a su trabajo?
- b. ¿Cuánto se demora por pieza terminada?

➤ **Sobre su vínculo con la fundación:**

- a. ¿Cómo llegó a vender a la Fundación Artesanías de Chile?
- b. ¿Cómo estableció el precio de su trabajo?
- c. ¿Qué significa para usted vender sus productos a través de la Fundación Artesanías de Chile?
- d. Si pudiera ganar más plata por cada trabajo, ¿le gustaría?
- e. ¿Qué podría mejorar la Fundación Artesanías de Chile?

➤ **Sobre el precio:**

- a. ¿De dónde saca la materia prima?
- b. ¿Usted le pone un valor monetario a la materia prima que le suma a su trabajo?
- c. Si yo le dijera que si vendiera su materia prima ganaría lo mismo que por su trabajo terminado, ¿decidiría vender la materia prima o igual preferiría realizar su oficio?

➤ **Sobre el mercado:**

- a. ¿Dónde vende sus productos?
- b. ¿Conoce más personas que lo realicen?
- c. ¿Usted considera que recibe un precio justo por el trabajo que realiza?
- d. ¿Le gustaría generar más productos en menor tiempo?

➤ **Sobre su condición de formal/informal:**

- a. ¿Por qué no se ha formalizado? ¿Por qué se formalizó?
- b. ¿Le interesaría formalizarse?
- c. ¿Cuánto gana mensualmente con su trabajo?
- d. ¿Le gustaría exportar sus productos?
- e. ¿Le gustaría que vinieran personas a comprar a su casa?
- f. ¿Qué importancia tiene para usted una comercializadora intermediaria?

12.2. Instrumento de investigación final

➤ **Sobre su oficio:**

- a. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la artesanía tradicional y cómo la aprendió?
- b. ¿Es su único trabajo?
- c. ¿Cuántas horas al día dedica a producir?
- d. ¿Por qué realiza este oficio?
- e. ¿Qué rol cumple su trabajo para su familia?

➤ **Organización socioeconómica:**

- a. ¿Quiénes conforman su familia? ¿Qué hacen?
- b. ¿Quiénes generan los ingresos económicos de su familia?
- c. ¿Reciben algún subsidio del Estado?
- d. ¿Cuánto aporta al ingreso familiar total con su ingreso?

➤ **Oficio y comunidad:**

- a. ¿Qué sentido tiene para usted este trabajo?
- b. ¿Cómo se vincula su oficio a su forma de vida?
- c. ¿Qué tiene que ver su oficio con su identidad?
- d. ¿Se vincula con el trabajo de otras personas en algún proceso de su trabajo?

- e. ¿Le transmite el conocimiento de este oficio a sus hijos?
- f. ¿Le ha dado trabajo a otras personas?

➤ **Sobre el precio:**

- a. ¿Cómo calcula usted los precios?
- b. ¿Cuánto le cuesta la materia prima?
- c. ¿Usted le pone un valor monetario a la materia prima que le suma a su trabajo?
- d. ¿Usted está conforme con lo que recibe en plata por sus productos?

➤ **Sobre el mercado:**

- a. ¿Dónde vende sus productos? ¿Quién más vende ahí? ¿Hay productos chinos? ¿Cómo están sus precios en relación al resto? ¿Cómo se postula?
- b. ¿Conoce más personas que realicen su oficio? ¿Cómo están en relación al precio, la calidad, el diseño?
- c. ¿Le gustaría generar más productos en menor tiempo?
- d. ¿Dónde más le gustaría vender sus productos?
- e. ¿Cuáles son sus próximas metas?
- f. ¿Intercambia sus productos por otra cosa que no sea plata?

➤ **Sobre su vínculo con la Fundación:**

- a. ¿Qué rol cumple la Fundación Artesanías de Chile en su trabajo?
- b. ¿Cómo llegó a vender a la Fundación Artesanías de Chile?
- c. ¿Cómo estableció el precio de su trabajo?
- d. ¿Cuánto le vende a la Fundación?
- e. ¿Qué significa para usted vender sus productos a través de la Fundación Artesanías de Chile?
- f. ¿Qué esperaba usted de la Fundación? ¿Se cumplió?
- g. ¿Qué podría mejorar la Fundación Artesanías de Chile?

➤ **Sobre su condición de formal/informal:**

¿Es usted formal o informal?

➤ **Si es formal:**

- a. ¿Tiene boletas?
- b. ¿Tiene factura de venta?

- c. ¿Por qué inició actividades?
- d. ¿Cómo fue el proceso?
- e. ¿Cuándo ocupa su boleta o factura?

➤ **Si es informal:**

¿Le interesaría formalizarse? ¿Por qué?

➤ **Para finalizar:**

¿Algo que desee agregar?