



FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE

INFORME FINAL

MEJORA A LA EMPLEABILIDAD PARA
ARTESANOS Y ARTESANAS TRADICIONALES DE
ZONAS RURALES.

FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE
MINISTERIO DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL
2015

ÍNDICE

I	Introducción.....	3
II	Antecedentes del proyecto.....	5
II.1	Objetivos específicos.....	5
II.2	Etapas del proyecto.....	5
II.3	Beneficiarios y distribución de cobertura	6
III	Resultado de etapas del proyecto	7
III.1	Diagnósticos y selección.....	7
III.2	Capacitación.....	9
III.3	Intermediación y seguimiento	13
III.4	Resumen de resultados.....	17
IV	Principales fortalezas y debilidades del período ejecutado	19
IV.1	Debilidades.....	19
IV.2	Fortalezas.....	20
V	Cumplimiento de indicadores.....	22
VI	Detalle Presupuesto	23
VII	Anexos	24
VII.1	Anexo 1: Beneficiarios y su caracterización	24
VII.2	Anexo 2: Resumen de Diagnósticos	24
VII.3	Anexo 3: Informe de Actividades por Grupo y Localidad (Productoras).....	24
VII.4	Anexo 4: Otras Actividades: Giras Técnicas y Encuentros.....	24
VII.5	Anexo 5: Actas de Ingreso a la Plataforma Comercial de la Fundación	24
VII.6	Anexo 6: Seguimiento	24
VII.7	Anexo 7: Línea Base y Medición.....	24
VII.8	Anexo 8: Comunicaciones y Difusión	24
VII.9	Anexo 9: Listado de beneficiarios con documentación.....	24
VII.8	Anexo 9: Fotografías	24

I INTRODUCCIÓN

Fundación Artesanías de Chile, en conjunto con el Ministerio del Trabajo y Previsión Social, a través de la Subsecretaría del Trabajo, ha desarrollado el proyecto **MEJORA A LA EMPLEABILIDAD PARA ARTESANOS Y ARTESANAS TRADICIONALES DE ZONAS RURALES**, que busca contribuir a la generación de empleo en el desarrollo de oficios artesanales en zonas de bajo desarrollo económico. En particular, incrementar y fortalecer las competencias de empleabilidad de los artesanos y artesanas, por medio de la capacitación (en competencias de empleabilidad y técnicas del oficio) y su posterior inserción al mercado.

El proyecto ha ejecutado un total de 16 diagnósticos en distintas zonas del país y grupos de artesanos, evaluando la pertinencia de ejecución del proyecto e identificando en cada uno de ellos las principales problemáticas desde el punto de vista de la comercialización de sus productos en canales formales y apuntando a la estabilidad de sus ingresos. Producto de los resultados de los diagnósticos se han realizándolos cursos de capacitación a medida, en que si bien cada grupo tiene sus particularidades, las debilidades prioritarias se pueden clasificar en dos grupos:

- i) los que requieren capacitación técnica (ya sea por carencias en el conocimiento de la técnica, o si bien conocen la técnica general, su aplicación en los diseños no corresponde a una artesanía tradicional sin tener elementos diferenciadores que les permita posicionarse e insertarse en el mercado, así como continuar con el patrimonio) y,
- ii) los que ya cuentan con un dominio de la técnica y trabajan los oficios tradicionales con buenos niveles de calidad, sin embargo, tienen escasas competencias en la gestión de su producción y comercialización de sus productos, por lo que el foco de la capacitación fue el fortalecimiento de la gestión productiva y comercial.

Con estos antecedentes se diseñan **12 grupos de capacitación que permiten beneficiar a 136 artesanos y artesanas, con una carga total de 100 horas aproximadamente**, incluyendo metodologías participativas con el objetivo de motivar a los artesanos/as, con un lenguaje adecuado que ha permitido la comprensión de los conceptos por parte de ellos. Los cursos realizados han sido en dos líneas; **Línea Técnica mediante Aprendizaje y/o mejoramiento de una técnica particular** (Textil Andino, Pehuenche, ñimin Mapuche, Talabartería Mapuche, Cestería de Chimbarongo) y **Línea Gestión mediante el Fortalecimiento para una mejor gestión productiva y comercial** (Cálculo de costos; administración, Asociatividad, venta conjunta; Mercado y Producto, Fortalecimiento Organizacional, entre otros).

Dentro de los cursos de capacitación, se ha incluido **Giras y Visitas Técnicas**, que tienen como objetivo que los artesanos y artesanas puedan conocer de manera tangible otras experiencias de comercialización u otros conceptos que estén trabajando en los procesos de capacitación. Este conocimiento o encuentro con nuevas realidades, lugares, espacios o personas, permite una amplitud de mirada que los enriquece como artesanos y como personas, y se espera que influya positivamente en su trabajo, entorno y pares (al compartir la experiencia). Este año cabe destacar la realización de una rueda de negocios en puerto varas para las artesanas cesteras de Ilque y Huelmo.

Una vez finalizadas las capacitaciones se tiene que un **94% de los beneficiarios han egresado de la capacitación**, sin embargo solo el 83% de los beneficiarios las han aprobado satisfactoriamente, dando paso a realizar las actividades de intermediación, las cuales han tenido como objetivo principal ser un canal y apoyo para los artesanos y artesanas en su inserción en el mercado, mediante el ingreso a distintas plataformas comerciales, ya sea de la Fundación u otra, con la finalidad de que puedan obtener ingresos más constantes.

Como resultado del proyecto se observa que; los artesanos han logrado, conocer y valorizar su trabajo, tanto desde el punto de vista económico como cultural; comprender la importancia de la asociatividad del trabajo en equipo



para poder lograr los objetivos comunes, adquirir de manera básica, nuevas herramientas que mejoren la comercialización de sus productos, como son las tecnologías, promoción, negociación entre otros.

Adicionalmente para el caso de las capacitaciones en técnicas de oficio, las artesanas han logrado mejorar e incluso contribuir al traspaso de técnicas tradicionales, lo que finalmente aporta en la mantención de los oficios y en la obtención de productos artesanales de calidad.

De manera concreta el proyecto ha contribuido a la generación de ingresos para los artesanos, lo cual se tangibiliza en lo siguiente:

- De los artesanos que han aprobado la capacitación 99 artesanos y artesanas han quedado insertos en las plataformas de la Fundación con Plan de Compra para el año 2016. Además, 9 artesanos/as se encuentran en vías de inserción (esto principalmente porque aun requieren mayor capacitación técnica).
- Parte importante de los artesanos/as beneficiarios egresados de la capacitación recibieron compras por un total aproximado de \$36,2 millones durante 2015, ya sea a través de forma individual o de agrupaciones.
- Al comparar el ingreso total entre el año 2014 y el 2015 de los artesanos insertos, se tiene que éste ha aumentado un 15,9%, mientras que los que están en vías de inserción no tuvieron ingresos el año 2014 y su ingreso promedio del 2015 no es representativo. Al realizar la misma comparación, pero con los artesanos quienes tuvieron capacitación anterior al 2015 (2013 o 2014), tenemos que el índice de aumento de los ingresos es de 23,2%.
- Los artesanos insertos tuvieron en promedio 7 meses de compra el 2015, superando los 6 meses promedio del 2014.

Este año en particular se ha observado el avance de los grupos de artesanos que han tenido un nivel dos de capacitación, destacándose que para quienes el año pasado habían tenido una capacitación técnica y no habían logrado insertarse manera satisfactoria en las plataformas comerciales de la Fundación, con este segundo nivel lo han logrado.

II ANTECEDENTES DEL PROYECTO

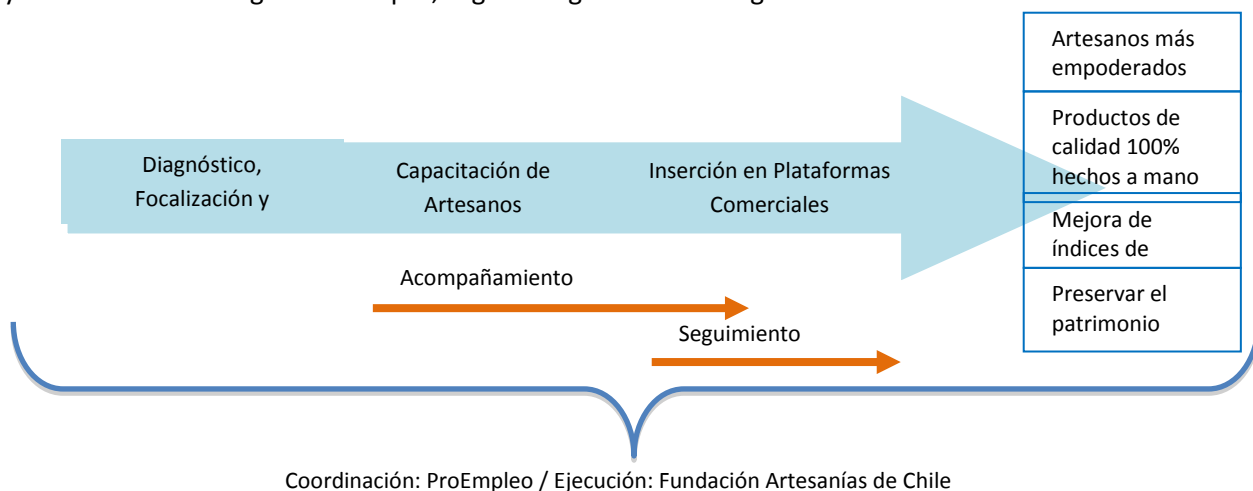
El propósito del proyecto es “Propender a incrementar y fortalecer las competencias de empleabilidad de los artesanos y artesanas, por medio de la capacitación (en competencias de empleabilidad y técnicas del oficio) y su posterior inserción al mercado de manera constante”.

II.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr beneficiar al menos a 135 artesanos/as.
- Desarrollar sus competencias de empleabilidad y técnicas del oficio acorde a las exigencias del mercado.
- Apoyar la inserción de los artesanos/as en el mercado.
- Lograr que obtengan ingresos constantes para que el desarrollo de su oficio sea una opción laboral válida.
- Preservar la artesanía tradicional de Pueblos Originarios.

II.2 ETAPAS DEL PROYECTO

El proyecto consta de tres grandes etapas, según la siguiente estrategia de intervención:



Diagnóstico y Selección: Esta etapa consiste en la realización de diagnósticos a las localidades y oficios priorizados según nivel de vulnerabilidad, necesidades productivas locales, entre otros (basado en las fuentes de los registros de la Fundación), para luego realizar la convocatoria y selección de quienes serán los beneficiarios/as de este programa.

Capacitación: Se capacitará a los artesanos en competencias de empleabilidad y técnicas del oficio. Esta capacitación será realizada por un experto en la temática o un maestro artesano según sea el caso determinado por Fundación Artesanías de Chile. La modalidad de impartición dependerá de las necesidades y realidades detectadas en el diagnóstico previo, de modo de no causar un impacto negativo en su actividad actual. Cabe destacar que las capacitaciones se desarrollarán en las localidades donde viven y se desempeñan los artesanos (as).

Esta etapa contempla el **acompañamiento** constante de los beneficiarios, el cual consiste en dar el apoyo necesario al artesano en cuanto a información, resolución de dudas, apoyo en tramitación de certificados u otros, seguimiento de participación, entre otros.

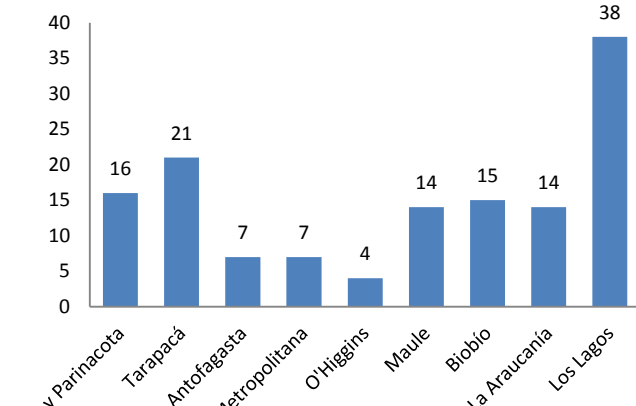
Intermediación e Inserción: Una vez que los artesanos/as están capacitados, Fundación Artesanías de Chile en conjunto con la Subsecretaría del Trabajo, gestionarán la inserción de estos artesanos en plataformas comerciales, ya sean propias de la Fundación y/o de otras instituciones, además de entregarles herramientas para su inserción.

II.3 BENEFICIARIOS Y DISTRIBUCIÓN DE COBERTURA

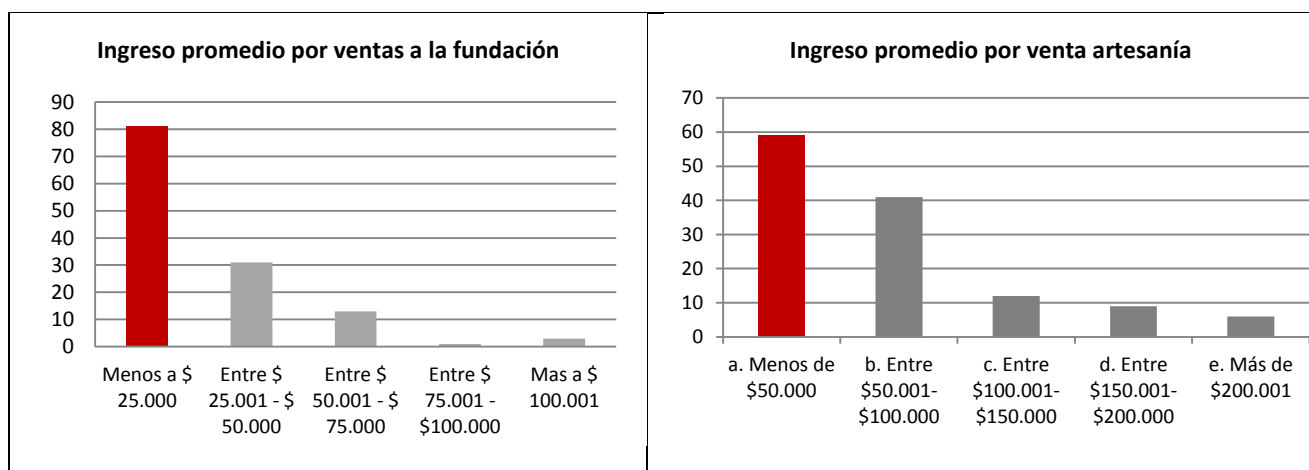
Los beneficiarios fueron 136 artesanos y artesanas cultores de los oficios: textilera, cestería, alfarería, orfebrería y talabartería. De ellos un 58% perteneciente a pueblos originarios.

De un total de 159 beneficiarios potenciales¹, se tiene un total de 136 beneficiarios a nivel nacional, distribuidos en 12 grupos, logrando la siguiente cobertura²:

REG	Localidades	Oficios	N° de Beneficiarios	%
XV	Arica	Textileras y Orfebres	16	12%
I	Alto Hospicio	Textileras	21	15%
II	ChiuChiu	Textileras	7	5%
RM	Santiago	Varios	7	5%
VI	Chimbarongo	Cesteros	4	3%
VII	Pilén	Alfareras	14	10%
VIII	Alto BioBio	Textileras y Talabarteros	15	11%
IX	Nueva Imperial	Textileras	14	10%
X	Carretera Austral - Ilque - Quemchi	Textileras y Cesteras	38	28%
TOTAL			136	100%



Se trata de artesanos que tienen en su gran mayoría ingresos bajo los 50.000 mensuales por el concepto de artesanía, teniendo compras de la Fundación menores a 25.000 mensuales (60 % de los beneficiarios).



¹Beneficiarios potenciales se consideran los artesanos que se identificaron tanto por las bases de datos de la Fundación como en los diagnóstico preliminares.

²Detalle de beneficiarios en anexo 1.

III RESULTADO DE ETAPAS DEL PROYECTO

III.1 DIAGNÓSTICOS Y SELECCIÓN

Los diagnósticos tienen por objeto realizar un levantamiento de las necesidades de los artesanos en torno a mejorar su empleabilidad, así como evaluar la pertinencia y factibilidad de incluir en el proyecto a una determinada localidad (grupo de artesanos). Además, tienen por misión entregar información acerca del programa, los beneficios, requisitos y duración de éste a los potenciales beneficiarios.

En el contexto de este proyecto se han realizado un total de 16 diagnósticos en distintas zonas y grupos de artesanos, estas son³:

En la etapa de diagnóstico se trabajó con 16 grupos, de los cuales 12 fueron considerados para ejecutar el programa 2015. De este modo podemos identificar 15 procesos de diagnósticos, de los cuales se tienen diagnósticos en profundidad (4) y diagnósticos simples (12):

ILUSTRACIÓN 1: TIPOS DE DIAGNÓSTICOS

Diagnóstico Simple	Diagnóstico en Profundidad
<ul style="list-style-type: none"> • San Pedro de Atacama • Pomaire • Alto Hospicio /Pozo Almonte • Carretera Austral • Pilén • Alto Bio Bio (tex) • Nueva Imperial • Alto bio bio (talabartero) • Arica • Chimbarongo • Quemchi • RM 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilique y Huelmo • Puerto SAavedra • Chiu Chiu • Quinchamalí

En cada diagnóstico se evaluó la pertinencia de ejecutar el programa en la zona identificando las principales problemáticas desde el punto de vista de la comercialización de sus productos en canales formales y apuntando a la estabilidad y aumentos de sus ingresos. Como resultado de estas actividades se tienen documentos que han servido de guía para la definición de los distintos cursos de capacitación. Si bien cada grupo tiene sus particularidades, las debilidades prioritarias se pueden clasificar en dos grupos:

I Técnica: Esta apunta a carencias en el conocimiento de la técnica que les permita realizar productos con un mínimo de calidad para poder comercializarlos y ser ésta una fuente de ingresos. Si bien conocen la técnica general, su aplicación en los diseños no corresponde a una artesanía tradicional, sin tener elementos diferenciadores que les permita posicionarse e insertarse en el mercado, así como continuar con el patrimonio. Junto a ello, se consideran casos de artesanos/as que por algún motivo no conocen la técnica que es pertinente con su cultura, es decir no se ha realizado el traspaso generacional y se evalúa como necesario que el oficio y técnicas se mantengan en el tiempo.

II Gestión / comercial: En este grupo están los artesanos que ya cuentan con un dominio de la técnica y trabajan los oficios tradicionales con buenos niveles de calidad. Entre ellos un aspecto común es la debilidad en el cálculo de

³En el anexo 2 se presenta un resumen de cada uno de estos diagnósticos.

costos de sus productos, falta de herramientas comerciales y debilidad en la gestión de su producción. Junto a ello se observan debilidades en relación a la asociatividad y trabajo en equipo.

Junto a los diagnósticos se ha realizado también la selección de beneficiarios y solicitud de documentación para la inscripción en cada capacitación de modo de considerar el cumplimiento de requisitos por parte de los artesanos/as interesados.

Los requisitos que se han evaluado son los siguientes:

- Estar desempleado; No tener empleo formal actual, es decir, que no estudien ni trabajen formalmente en los términos del artículo 3° del Código del Trabajo.
- Tener preferentemente entre 18 y 65 años de edad.
- Encontrarse registrado o en proceso por Fundación Artesanías de Chile.

Finalmente, como resultado de la etapa, se ha logrado seleccionar a los grupos de artesanos que serán los beneficiarios, así como las temáticas de cada capacitación. Cabe destacar que es posible que en una capacitación técnica se incluyan de gestión y viceversa.

TABLA 1: RESUMEN DE DIAGNÓSTICO QUE NO CONCLUYEN INICIO DE CAPAICTACIÓN 2015

LOCALIDADES	SAN PEDRO DE ATACAMA	POMAIRE	QUINCHAMALI	PUERTO SAAVEDRA
Región	II	RM	VIII	IX
Oficio	Textilería	Alfarería	Alfarería	Cestería
Tipo de diagnóstico	D. Simple	D. Simple	D. Profundidad	D. Profundidad
Fecha diagnóstico	4 al 6 de marzo	2 de marzo	19 y 20 febrero	15 de junio y 9 de julio
Motivo principal de no realizar capacitación el 2015	Bajo compromiso de los artesanos e interés. Es necesario fortalecer los lazos antes de comenzar un proceso de capacitación	Falta de vínculo entre artesanas y Fundación. Bajo interés en capacitación, baja convocatoria	Necesidad de realizar otras visitas para comprometer a artesanos y conformar equipo. Debido el momento dentro del periodo de ejecución se decide posponer	Número de artesanos interesados y que cumplen requisitos es inferior al mínimo (solo 8 interesados)

TABLA 2: RESUMEN DE DIAGNÓSTICO QUE CONCLUYEN INICIO DE CAPACITACIÓN 2015

	CARRETERA AUSTRAL	PILEN	ALTO BIO BIO (TEXTILERAS)	Nueva Imperial	CHIU CHIU	ARICA	ILQUE HUELMO	Quemchi	ALTO BIO BIO (TALABARTEROS)	Alto Hospicio	RM	Chimbarongo
Región	X	VII	VIII	IX	II	XV	X	X	VIII	II	RM	VI
Distancia (de ciudad principal)	36 km Puerto Montt	8 km Cauquenes	114 km Los Ángeles	35 km Temuco	30 Km Calama	0	36 km Puerto Montt	144 km Puerto Montt	114 km Los Ángeles	0	0	155 km Santiago
OFICIO	Textilería	Alfarería	Textilería	Textilería	Textilería	Textilería y Orfebrería	Cestería	Textilería	Talabartería	Textilería	Varios	Cestería
Cupos Ofrecidos	15	15	10	15	7	20	10	18	10	20	10	10
Fecha Diagnóstico	18 de marzo	30 de marzo	9 - 10 y 11 de marzo	16 de junio y 6 de julio	5 de marzo y 16 y 17 de junio	29 de mayo y 2 y 3 de julio	18 de marzo	18 de julio y 18 de agosto	9 - 10 y 11 de marzo	12 de agosto	6 de julio	2 de julio y 13 de julio

III.2 CAPACITACIÓN

El objetivo general de esta etapa es propender a mejorar la empleabilidad de los artesanos y artesanas entregándoles herramientas que les permita acercarse a las exigencias del mercado.

Las capacitaciones se realizan tanto en competencias de empleabilidad y técnicas del oficio. Esta capacitación es realizada por un experto en la temática o un maestro artesano según sea el caso determinado por Fundación Artesanías de Chile.

Esta etapa contempla el acompañamiento constante de los beneficiarios, el cual consiste en dar el apoyo necesario al artesano en cuanto a información, resolución de dudas, apoyo en tramitación de certificados, seguimiento de participación, entre otros. Para ello se ha contado con distintos profesionales que conocen la realidad de las zonas a intervenir, así como a los artesanos y artesanas.

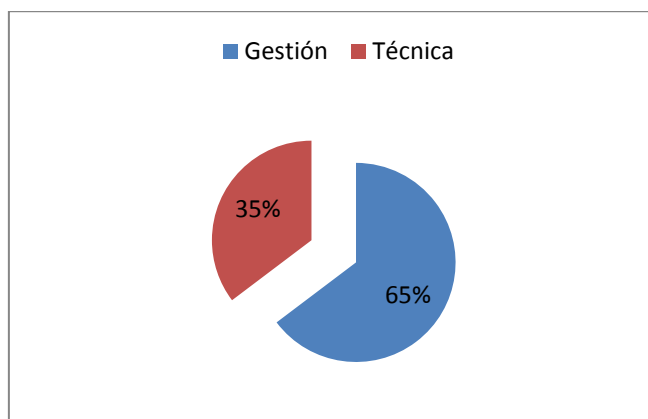
Durante el año 2015, se ha capacitado a 12 grupos teniendo un total de 136 beneficiarios, de los cuales 128 egresaron y 113 Aprobaron.

Las capacitaciones han tenido como característica transversal para todos los cursos:

- Ser específicas para cada grupo de artesanos según sus necesidades y particularidades
- Foco en los artesanos/as
- Sesiones que mezclan la teoría con la práctica, una metodología participativa, práctica y lúdica
- Modalidad según la realidad de cada grupo de artesanos/as de modo de no interferir negativamente en su actividad económica y doméstica
- Duración de 100 horas aproximadamente.
- Se entregaron todos los materiales necesarios para su desarrollo, así como movilización y colaciones, con el objetivo de que la asistencia a clases no significara un costo económico para los artesanos/as.

Según los resultados del diagnóstico se han diseñado dos tipos de capacitaciones: unas más enfocadas en la técnica y otras en el fortalecimiento de la gestión productiva y comercial de los artesanos.

ILUSTRACIÓN 2: DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS SEGÚN TIPO DE CAPACITACIÓN



En las siguientes tablas se presenta un resumen de las capacitaciones realizadas. En el anexo 3 se presentan los informes en detalle de las capacitaciones realizadas para cada grupo.

TABLA 3: RESUMEN CAPACITACIONES CON FOCO EN GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Localidades	CARRETERA AUSTRAL ⁴	PILEN	ARICA	ILQUE HUELMO	ALTO HOSPICIO	RM
Región	X	VII	XV	X	II	RM
Oficio	Textilería	Alfarería	Textilería y Orfebrería	Cestería	Textilería	Varios
Facilitadora Local	Carola Oliva	Javiera Beltrán	Javiera Beltrán	Carola Oliva	Javiera Beltrán	Javiera Beltrán
N° de Beneficiarios	13	14	16	9	21	7
Beneficiarios PO	2	0	16	0	21	1
Egresados	13	13	16	9	18	6
% de Aprobación	92%	86%	75%	100%	76%	57%
% asistencia	88%	91%	85%	85%	66%	74%
Fecha Inicio Capacitación	8 de abril	16 de abril	4 de agosto	6 de agosto	10 de septiembre	27 de julio
Temática Capacitación	Manejo de materia prima y gestión comercial conjunta	Autogestión y fortalecimiento del trabajo en equipo para la comercialización colectiva	Alfabetización digital y gestión comercial con plataformas digitales	Gestión comercial y autogestión	Alfabetización digital y gestión comercial con plataformas digitales	Herramientas metodológicas para maestros artesanos formadores
MODALIDAD CAPACITACION	1 sesión en la semana	1 sesión en la semana	3 sesiones en la semana jornada de la mañana	1 sesión por semana (jueves)	4 sesiones en la semana (lunes a jueves)	1 sesión en la semana (lunes)
OPERADOR	Consultora Punto Aparte	Consultora Punto Aparte	Consultora CIGE	Consultora Punto Aparte	Dale Cuerda	Productora Concreta
Ceremonia de Clausura	6 de agosto	16 de octubre	23 de octubre	10 de diciembre	21 de octubre	6 de noviembre

Estas capacitaciones tuvieron el foco en mejorar la gestión productiva (ej. manejo de la materia prima) y principalmente la gestión para la comercialización de las piezas artesanales, tratando diversas temáticas según el nivel y necesidades de cada grupo. En general se trabajó el costo de los productos, la venta conjunta/asociatividad (independiente que los artesanos trabajaran de modo individual), administración, planificación, alfabetización digital, redes sociales, marketing, entre otros.

Lograron una asistencia promedio de 82% y un porcentaje de egreso de 94%, siendo el grupo de Alto Hospicio quien presenta el mayor número de renuncias (3 personas)

⁴Esta capacitación tuvo ambos componentes, una parte técnica y otra de gestión. Sin embargo primó el componente de gestión, ya que es ahí donde se encuentran las principales debilidades.

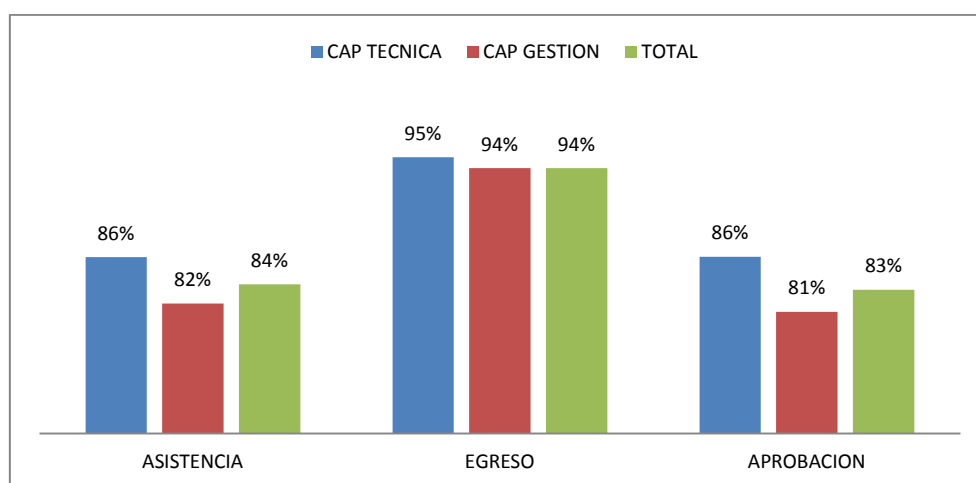
TABLA 4: RESUMEN CAPACITACIONES CON FOCO EN LA TÉCNICA

LOCALIDADES	ALTO BIO BIO ⁵	Nueva Imperial	CHIU CHIU	QUEMCHI	ALTO BIO BIO	CHIMBARONGO
Región	VIII	IX	II	X	VIII	VI
Oficio	Textilería	Textilería	Textilería	Textilería	Talabartería	Cestería
Facilitadora Local	Pilar Guzmán	Pilar Guzmán	Daniela Fernández	Carola Oliva	Pilar Guzmán	Javiera Beltrán
N° de Benef	8	14	7	16	7	4
Beneficiarios P.O.	8	12	7	6	6	0
Egresados	7	14	7	15	7	3
% de Aprobación	88%	93%	71%	81%	100%	75%
% asistencia	88%	87%	80%	81%	92%	73%
Fecha Inicio	6 de mayo	17 de julio	28 de julio	8 de septiembre	8 de septiembre	31 de julio
Temática Capacitación	Mejoramiento de la técnica textil pewenche y fortalecimiento organizacional	Rescate de ñimin mapuches en textiles tradicionales y autogestión	Técnica Textil Andina Tradicional parte II	Mejoramiento de la técnica textil tradicional chilota	Curtiembre y talabartera Pewenche	Metodología proyectual y desarrollo de nuevos productos
MODALIDAD CAPACITACION	2 sesiones en la semana	1 sesión en la semana	semanas intensivas	1 sesión por semana	1 sesión por semana	1 sesión en la semana
OPERADOR	Consultora Región Sur	Consultora Mestizo	Daniela Fernández	Consultora Mestizo	Consultora Región Sur	Productora Concreta
Ceremonia de Clausura	10 de noviembre	11 de noviembre	24 de noviembre	17 de noviembre	10 de noviembre	6 de noviembre

Estas capacitaciones tuvieron foco en la técnica, ya sea en su traspaso, mejora o desarrollo de productos. Todos estos cursos incorporaron al menos una sesión de gestión.

Lograron una asistencia promedio de 86% y un porcentaje de egreso de 95%, como se observa en el gráfico todos los indicadores son mayores. Cabe destacar que en general los grupos de capacitación técnica son grupos más pequeños y por tanto en general más cohesionados que logran una unidad de grupo y compromisos con el curso mayores.

ILUSTRACIÓN 3: RESULTADOS SEGUN TIPO DE CAPACITACIÓN



⁵Esta capacitación tuvo ambos componentes, una parte técnica y otra de gestión. Sin embargo primó el componente de gestión, ya que es ahí donde se encuentran las principales debilidades.

Giras Técnicas, Visitas y Encuentros

En general las giras y visitas tienen el objetivo que los artesanos y artesanas puedan conocer de manera tangible otras experiencias de comercialización u otros conceptos que estén trabajando en los procesos de capacitación. Este conocimiento o encuentro con nuevas realidades, lugares, espacios o personas, permite una amplitud de mirada que los enriquece como artesanos y como personas, y se espera que influya positivamente en su trabajo e indirectamente en su entorno y pares (al compartir la experiencia)⁶.

Este año se realizaron solo giras y visitas las cuales consisten en que el grupo de artesanos realiza una visita a otro lugar distinto del que residen para conocer experiencias comerciales. En general visitan lugares donde existe un desarrollo del mercado artesanal e idealmente la Fundación posea sedes o tiendas. Tienen por objetivo ampliar los conocimientos sobre comercialización de artesanía, calidad en los productos y artesanía con identidad. Buscan que los artesanos y artesanas conozcan otras experiencias, observen de manera directa las distintas plataformas comerciales que existen, las formas de dar valor agregado al producto y el mercado de artesanía de calidad que existe actualmente. Se espera que esta experiencia motive a los artesanos/as a mejorar la calidad y procesos de sus productos, que se den cuenta del valor que tienen como artesanos y lo importante de los oficios que practican. Que puedan ver de manera tangible los lugares a los cuales pueden llegar sus productos. Junto a ello las giras contemplan una visita de los artesanos y artesanas a centros de acopio y tiendas de la Fundación, de modo que conozcan su modelo de operación, en especial los procesos internos de recepción, control de calidad, etiquetado, almacenamiento y distribución de productos y la forma de dar valor agregado al producto.

Se realizaron las siguientes visitas y giras técnicas:

TABLA 5: VISITAS Y GIRAS TÉCNICAS 2015

LOCALIDADES	CARRETERA AUSTRAL	NUEVA IMPERIAL	CHIU CHIU	ILQUE - HUELMO	CHIMBARONGO
Fecha	27 de mayo	31 de Julio	29 y 30 de julio	22 de Octubre	1 de Septiembre
Lugar de la actividad	Puerto Varas	Temuco	San Pedro de Atacama y Calama	Puerto Varas	Santiago
Temática	Visita a Tienda de Puerto Varas para ampliar el conocimiento en el control de calidad de los productos, comercialización de artesanías y productos con identidad	Conocer la colección del museo regional de la Araucanía, en especial el trabajo realizado en investigación en relación a la iconografía mapuche y sus usos.	Mostrar a las artesanas parte de su cultura, que puedan conocer las piezas tradicionales locales y que puedan comparar entre lo que ocurre en San Pedro de Atacama y la zona de Alto del Loa. Motivar de este modo el proceso de capacitación teniendo como foco el valor cultural de su quehacer.	Rueda de Negocios y Visitas a Tiendas de Puerto Varas para presentar sus piezas a potenciales compradores así como ampliar sus conocimientos en relación a las plataformas comerciales	Conocer distintas experiencias comerciales y expositivas donde la presentación de las piezas, diseño y valor agregado son conceptos fundamentales que los artesanos pueden ver de manera concreta.

⁶En el anexo 4 se presentan los informes de estas actividades.

III.3 INTERMEDIACIÓN Y SEGUIMIENTO

El objetivo de esta etapa es ser canal y apoyo para los artesanos y artesanas en su inserción en el mercado, mediante el ingreso a distintas plataformas comerciales, ya sea de la Fundación u otra, con la finalidad de que puedan obtener ingresos de manera más estable.

Una vez que los artesanos/as han concluido su capacitación, se realiza una evaluación para determinar cuál es la mejor modalidad para lograr la inserción de ellos. El criterio general para decidir qué artesanos se insertan en las plataformas propias de la Fundación es en relación a: i) Que las piezas que los artesanos/as produzcan tengan la calidad requerida por la Fundación para sus plataformas, ii) Se priorizará a los artesanos que les sea muy difícil encontrar otras plataformas comerciales.

Las piezas y artesanos que cumplen con los requisitos, se presentan para evaluación ante el Comité de Expertos de la Fundación, que puede ser en Santiago o en casos muy especiales en terreno⁷.

En caso de que el Comité evalúe positivamente al artesano y sus piezas, se insertarán en las plataformas de la Fundación, es decir, tendrán la oportunidad de comercializar sus productos. El plan de compras para cada uno será definido en función de la evaluación del cumplimiento de los artesanos en las actividades del programa, la demanda de sus productos y las oportunidades externas que presente cada uno de otros canales de venta.

Para los grupos capacitados, además de la inserción en las plataformas comerciales de la Fundación, se han definido las siguientes líneas de trabajo:

- i. **Línea 1: Material de promoción y difusión:** creación, diseño e impresión de material de promoción y difusión, entre ellos: logo, etiquetas, tarjetas, reseñas, volantes y catálogos comerciales de sus productos.
- ii. **Línea 2: Facilitadores comerciales:** Elementos que permitan mostrar su trabajo y simplifiquen el proceso de encargos con clientes a pedido: fichas de producto y muestrario de teñidos.
- iii. **Línea 3: Participación en instancias comerciales:** Empoderar a los artesanos/as mediante la participación en ferias u otros espacios que impliquen la presentación de sus productos, ya sea de manera conjunta o individual. (Ferias, ruedas de negocio)
- iv. **Línea 4: Mejora de Oferta:** Fomentar su trabajo, mediante el estímulo, evaluación de sus piezas y retroalimentación para que continúen mejorando y puedan insertarse en las plataformas de la Fundación con más productos. (Presentación a Comité de Evaluación, acompañamiento y orientación en relación a los estándares, formatos y medidas comerciales de las piezas.)
- v. **Línea 5: Vinculación e integración en proyectos relacionados**
- vi. **Línea 6: Plan de compras (PCF):** Compras dentro de las plataformas comerciales de la Fundación.

Al igual que en la capacitación, los beneficiarios recibieron acompañamiento constante en esta etapa por parte de Fundación Artesanías de Chile. Durante todo el proceso se tuvo un constante seguimiento telefónico de las artesanas.

Según las características y potencialidades de cada grupo, se ha definido la estrategia de intermediación. Las actividades realizadas se resumen en la siguiente tabla.

⁷El Comité de Selección de Productos es un equipo conformado por cuatro especialistas en los distintos rubros de artesanía tradicional, con los que trabaja la Fundación de manera externa y que certifican la calidad y pertenencia del objeto presentado. Se adjunta en anexo 5 Protocolo de Ingreso de productos a las Plataformas de la Fundación.

TABLA 6: ESTRATEGIA DE INTERMEDIACIÓN, GRUPOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACION EN GESTIÓN PRODUCTIVA Y COMERCIAL

LOCALIDADES	CARRETERA AUSTRAL	PILEN	ARICA	ILQUE HUELMO	ALTO HOSPICIO	RM
Región	X	VII	XV	X	II	RM
OFICIO	Textilería	Alfarería	Text y Orfebrería	Cestería	Textilería	Varios
Egresados	13	13	16	9	18	6
Temática Capacitación	Manejo de materia prima y gestión comercial conjunta	Autogestión y fortalecimiento para la comercialización colectiva	Alfabetización digital y gestión comercial con plataformas digitales	Gestión comercial y autogestión	Alfabetización digital y gestión comercial con plataformas digitales	Herramientas metodológicas para maestros artesanos formadores
Línea 1: Material de promoción y difusión	Tarjetas de presentación Etiquetas Logo	Catálogo en proceso Pendón Logo	NO	Etiquetas Tarjetas de presentación Logo	Tarjetas de presentación	Catálogo ⁸
Línea 2: Facilitadores Comerciales	NO	Fichas Técnicas	NO	Fichas Técnicas	NO	NO
Línea 3: Participación en ferias y espacios de promoción y venta	Feria Sur Mujer (julio)	Feria Expo Gourmet (Agosto) /Feria Aquí Hay (noviembre)	Feria Aquí Hay (noviembre)	Feria Aquí Hay (noviembre)	Feria Aquí Hay (noviembre)	No aplica
Línea 4: Mejorar oferta para inserción en PCF						
Línea 5: Vinculación en proyectos relacionados	FOSIS	FOSIS	FOSIS	FOSIS	FOSIS	VINCULACION CON CCULTURALES
Línea 6: Plan de compras 2016.	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS
PROPUESTA Año 2016	SEGUIMIENTO	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)	SEGUIMIENTO	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)	SEGUIMIENTO	NIVEL II

⁸En proceso ya que fue actividad adicional.

TABLA 7: ESTRATEGIA DE INTERMEDIACIÓN, GRUPOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACION TÉCNICA

LOCALIDADES	ALTO BIO BIO	NUEVA IMPERIAL	CHIU CHIU	QUEMCHI	ALTO BIO BIO	CHIMBARONGO
Región	VIII	IX	II	X	VIII	VI
OFICIO	Textilería	Textilería	Textilería	Textilería	Talabartería	Cestería
Egresados	7	14	7	15	7	3
Temática Capacitación	Mejoramiento de la técnica textil pewenche y fortalecimiento organizacional	Rescate de ñimin mapuches en textiles tradicionales y autogestión	Técnica Textil Andina Tradicional parte II	Mejoramiento de la técnica textil tradicional chilota	Curtiembre y talabartera Pewenche	Metodología proyectual y desarrollo de nuevos productos en mimbre
Línea 1: Material de promoción y difusión	NO	NO	NO	Etiquetas Imagen de producto Bolsas	NO	Reseñas productos ⁹
Línea 2: Facilitadores Comerciales	NO	NO	NO	Fichas técnicas	NO	NO
Línea 3: Participación en ferias y espacios de promoción y venta	No aplica	Feria Aquí Hay (noviembre)	Feria Aquí Hay (noviembre)	Feria Aquí Hay (noviembre)	No aplica	Feria Aquí Hay (noviembre)
Línea 4: Mejorar oferta para inserción en PCF	COMITÉ	COMITÉ	COMITÉ	COMITÉ	COMITÉ	COMITÉ
Línea 5: Vinculación e integración en proyectos relacionados		FOSIS		FOSIS		
Línea 6: Compras puntuales y Plan de compras 2016.	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	PLAN DE COMPRAS	(PRUEBA DE MERCADO)		(PRUEBA DE MERCADO)
Propuesta AÑO 2016	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)	SEGUIMIENTO	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)	NIVEL II	NIVEL III (ASISTENCIA TECNICA /CAPACITACION)

⁹En proceso ya que fue actividad adicional.

SEGUIMIENTO

El objetivo del seguimiento es evaluar a los artesanos una vez insertos. Lo que intenta medir este seguimiento, es la permanencia de los artesanos en su trabajo, lo cual tiene directa relación con su desempeño.

El seguimiento se continuará haciendo incluso terminado el período de ejecución del programa. Para ello se considera un instrumento que aplica una vez al año, que mide el impacto del programa en el mediano plazo. Adicionalmente se considera una evaluación cualitativa mediante visita a terreno, evaluación de productos y entrevistas con los artesanos/as (esto en especial para quienes participaron de la capacitación técnica) y una evaluación cuantitativa mediante la evaluación de los indicadores de manera mensual provenientes de la información que se registra en el software de gestión de la Fundación, así como con informes mensuales del departamento de compra.

Finalmente la inserción se considera una vez que un artesano tiene un canal estable para venta de sus artesanías y por tanto ingreso, se considera que un artesano está inserto en alguna de estas situaciones:

- 1) Es proveedor de algún espacio comercial (Ej. Caso de Fundación)
- 2) Logra un punto de venta permanente posterior a la capacitación.

Para el caso de esta versión del programa, se creó un subgrupo “En vías de inserción” es decir artesanos que durante el proceso de capacitación se han realizado las gestiones para su inserción, sin embargo no se ha contado con el tiempo para comprobar su inserción (ej. artesanos que se insertan en las plataformas comerciales de la Fundación pero en Noviembre, por tanto no hubo tiempo dentro del programa para evaluar su cumplimiento, solicitud de pedidos, etc.)

Se pretende que durante el seguimiento se evalúe el nivel de inserción de los artesanos como una suma de factores, junto con ser proveedor, la cantidad de compras anuales y los montos de ingreso.

TABLA 8: DISTRIBUCIÓN DE INSERCIÓN SEGÚN GRUPO DE ARTESANOS QUE HAN APROBADO LA CAPACITACIÓN.

Grupo	En vías de inserción	Inserto	NO	Total
Alto Bio Bio		7		7
Alto Bio Bio (Talabarteros)	7			7
Alto Hospicio		14	2	16
Arica		12		12
Carretera Austral		11	1	12
Chimbarongo	1	2		3
Chiu Chiu		5		5
Ilque - Huelmo	1	7	1	9
Metropolitana		4		4
Nueva Imperial 2		13		13
Pilén		12		12
Quemchi		12	1	13
Total general	9	99	5	113



■ Inserto ■ En vías de inserción ■ No inserto

III.4 RESUMEN DE RESULTADOS

Los resultados del programa son tanto cuantitativos como cualitativos, según el tipo de capacitación que se ha realizado. A continuación se resumen los resultados para cada grupo.

RESULTADOS CUANTITATIVOS

Inserción de los artesanos en plataformas comerciales de la Fundación: De los artesanos que han aprobado la capacitación 99 artesanos y artesanas han quedado insertos en las plataformas de la Fundación con Plan de Compra para el año 2016. Además, 9 artesanos/as se encuentran en vías de inserción (esto principalmente porque aun requieren mayor capacitación técnica) y 5 artesanos que no se ha logrado su inserción a la fecha. De este modo de los artesanos que han aprobado la capacitación, hay un 88 % inserto.

Compras: parte importante de los artesanos/as beneficiarios egresados de la capacitación recibieron compras por un total aproximado de \$36,2 millones durante 2015, ya sea a través de forma individual o de agrupaciones. De este monto, los artesanos en vías de inserción recibieron el 1,4%. El número de artesanos que recibieron estas compras fue de 122, equivalente al 95,3% del total de beneficiarios egresados (de un total de 128).

Ingreso de los artesanos: Al comparar el ingreso total entre el año 2014 y el 2015 de los artesanos insertos, se tiene que éste ha aumentado un 15,9%, mientras que los que están en vías de inserción no tuvieron ingresos el año 2014 y su ingreso promedio del 2015 no es representativo.

Al realizar la misma comparación, pero con los artesanos quienes tuvieron capacitación anterior al 2015 (2013 o 2014), tenemos que el índice de aumento de los ingresos es de 23,2%.

Los artesanos insertos tuvieron en promedio 7 meses de compra el 2015, superando los 6 meses promedio del 2014.

Presentación de Productos a Comité: En el transcurso de la capacitación se presentaron un total de 103 productos, de los cuales 71 fueron aprobados por Comité¹⁰, lo que implica la inserción de estos productos en las plataformas comerciales de la Fundación. De estos 71, solo 18 fue con condiciones¹¹.

RESULTADOS CUALITATIVOS

Rescate de oficios: Si bien no se realizó un trabajo de rescate propiamente tal (ya que no es la línea del programa) se trabajó en el fomento o en la contribución para que ciertos oficios o técnicas continúen realizándose por más artesanos y así no vayan en declive. Este es el caso de el trabajo en textil andino en Chiuchiu, técnicas textiles y de talabartería Pehuenche en Alto Biobío, aplicación de técnicas tradicionales chilotas a nuevos productos, y la incorporación de ñimin a textiles en Nueva Imperial.

Asociatividad y fortalecimiento institucional: Grupos que han logrado resultados satisfactorios en cuanto a la Asociatividad, mostrando interés en proyectos conjuntos: Ilquey huélmo, Carretera Austral, Alto Bio bio.

Mejora de Calidad: grupos que el año anterior se han capacitado en técnica, este año han logrado terminar con piezas de un alto estándar de calidad, de modo que podrán ser comercializadas en las tiendas de la Fundación.

¹⁰ En el anexo 5 se presenta protocolo de ingreso y actas que validan el ingreso de los artesanos.

¹¹ En caso de ser ACEPTADA CON OBSERVACIÓN el artesano tiene la oportunidad de corregir según los parámetros indicados por el Comité de Selección.



Artisanos con nueva visión, oportunidad de nuevas redes: gracias a las herramientas que se les han entregado en las capacitaciones para lograr tener una relación más cercana con el cliente, como material gráfico, tarjetas de presentación, entre otros, los artesanos/as están en mejores condiciones de mejorar sus redes y de lograr una mayor inserción en el mercado.

Mayor empoderamiento y autovaloración: después de las capacitaciones, los artesanos /as han logrado un mayor empoderamiento, conociendo los costos reales de sus productos, comprendiendo su valor cultural y la importancia de la calidad tanto en el producto final como en el proceso.

Autogestión y Proyectos conjuntos: Este año se observaron resultados concretos de gestión realizada por los propios artesanos y artesanas para la consecución de objetivos comunes. ES el caso de las Loceras de Pilén, quienes lograron adjudicarse un ventanilla abierta del CNCA así como la participación en ferias y gestión de recursos con el municipio. Otros grupos si bien aún no han logrado concretar, tienen proyectos conjuntos y han ya realizado las primeras gestiones; Textileras de la Carretera Austral, Tejedoras de Nueva Imperial y tejedoras Alto Bio Bio.

MEDICIÓN EN EL MEDIANO PLAZO

Este año se diseñó un instrumento que permita medir el impacto del programa en el mediano y largo plazo. Para este año se logró diseñar el instrumento, aplicar y con ello tener la línea base. A partir del próximo año se realizará la medición. Junto a ello en el transcurso de la aplicación se identificaron algunas preguntas que deben ser modificadas para el siguiente periodo.

Se ha obtenido una línea base superficial que se complementará durante los primeros meses del año 2016, de modo de poder medir efectivamente a fines del año 2016¹². La medición se realizará en base a lo siguiente:

- Ingresos
- Empoderamiento

Los resultados del primer análisis se presentan en el anexo 7, en que se realiza un análisis individual.

¹² No fue posible lograr el análisis en profundidad deseado, ya que el servicio contratado para su ejecución declaró que la dificultad excedía lo estimado en un inicio en la propuesta económica, por lo cual no completó la propuesta, dejando solo completo la creación del instrumento. Se adjuntan los detalles en el anexo 7.

IV PRINCIPALES FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL PERÍODO EJECUTADO

A continuación se presentan las principales fortalezas y debilidades del proyecto:

IV.1 DEBILIDADES

La poca oferta formativa existente en el ámbito (de manera específica para artesanos), para cada capacitación se debe trabajar en la búsqueda de relatores, contenidos, supervisión de la metodología, lo cual implica gran tiempo de dedicación para cada grupo. Sin embargo este año se trabajó con algunos operadores y equipo con experiencia metodológica en este ámbito, lo cual se espera contribuya a generar un equipo más estable y pertinente.

La heterogeneidad de los beneficiarios dentro de un mismo grupo. En algunos grupos existen grandes diferencias entre los beneficiarios (niveles educacionales y edades principalmente), lo cual aumenta el grado de dificultad para el diseño de las capacitaciones, en que se debe considerar este tema teniendo una metodología que permita diferenciar entre los beneficiarios y fomentar el aprendizaje de todos los participantes.

Acompañamiento y seguimiento: Este año se aumentaron los recursos humanos en estos ámbitos, ya que antes la debilidad era la escases de personal dedicado a ello. Se ha observado mejoras, sin embargo hay zonas que aún el seguimiento y acompañamiento es débil (Zona norte) Esta etapa es fundamental, en especial el seguimiento para quienes han realizado capacitaciones técnicas.

Necesidad de Diagnósticos con mayor tiempo y profundidad para grupos nivel 1: Se observa que en los grupos nivel 1, es decir que ingresan por primera vez al programa, es necesario realizar un diagnóstico con mayor tiempo y que incluya distintas instancias. Ya que se observó la diferencia en el compromiso de los participantes entre los grupos que si se realizó este diagnóstico. Esto será considerado para la versión 2016

La dificultad para medir el impacto del programa: Este año se trabajó con una socióloga para la definición de un instrumento de medición de impacto desde su línea base. Se logró diseñar el instrumento, sin embargo al momento del análisis, la profesional consideró que este era un trabajo de mayor dificultad que la estimada en un comienzo, por tanto no podría realizarlo. Se tiene la línea base, sin embargo ahora el desafío es hacer las modificaciones necesarias para los años venideros de modo de poder medir efectivamente cual es el impacto del programa en el corto, mediano y largo plazo.

Falta de un plan formativo: Si bien una de las fortalezas del proyecto es la flexibilidad y posibilidad de realizar cursos a la medida, es necesario tener un plan formativo modular que sea la guía o la estructura de cada curso, independiente que se mantenga la flexibilidad. Para ello ya se ha considerado para el próximo año la realización de un plan formativo modular para el ámbito de la gestión, esto durante los primeros meses del año.

Centralización del Programa: El programa depende fundamentalmente de la sede central, en Santiago. Se está trabajando para la descentralización desde las sedes regionales de la Fundación.

IV.2 FORTALEZAS

Las fortalezas del proyecto se observan principalmente en los momentos de los cierres, en los cuales los artesanos y artesanas se muestran muy satisfechos con los cursos en todos sus aspectos y también se observa en las situaciones en que se realiza una segunda capacitación a un mismo grupo por solicitud de ellos mismos.

Además se destaca lo siguiente:

Diagnósticos: La posibilidad de realizar diagnósticos en terreno ha facilitado el trabajo posterior, ya que si bien la Institución conoce la situación de los distintos grupos de artesanos, es fundamental la visita en terreno antes de diseñar una intervención. Junto a ello posibilita buscar en terreno los recursos humanos idóneos de manera local, con lo cual se logra beneficiar además de los artesanos a las localidades donde se ejecutan las actividades, que en general son rurales.

Acompañamiento y vínculos ya creados con la Fundación: se observa que los artesanos/as confían en la Fundación y es por ello que asisten a las convocatorias, creen en el proyecto y se comprometen con él. Además se apoya a los artesanos y artesanas de manera continua por medio del constante seguimiento realizado en relación a la asistencia y al apoyo brindado en el proceso de capacitación e inserción.

La modelación de cursos a medida: destaca como uno de los factores más relevantes que ha permitido contar con la participación e interés de los artesanos y artesanas. Esto incluye:

- Elección de relatores que sean empáticos con los artesanos y conozcan el sector artesanal.
- Lenguaje adecuado al nivel de estudios de los artesanos/as.
- Clases participativas
- Flexibilidad en fechas y horarios de clases
- Combinar teoría con práctica

La integración de giras técnicas o visitas: Se ha continuado con la inclusión dentro de las capacitaciones las actividades como encuentros, visitas o pasantías, que buscan que los artesanos y artesanas puedan conocer de manera tangible otras experiencias de comercialización u otros conceptos que estén trabajando en los procesos de capacitación, se observa como este es un elemento fundamental que logra motivar a los artesanos así como el empoderamiento en su rol de cultores y del gran valor que tiene su oficio.

Ferias y Ruedas de Negocios: Se observa que estas son excelentes instancias de intermediación que permiten a los artesanos crear contactos, futuros clientes, además de concretar venta. Se considera aumentar las instancias para el año 2016.

Coordinadores zonales de la Fundación: La presencia de una profesional de Artesanías de Chile para que realice el apoyo y acompañamiento permanente a cada grupo de artesanos capacitados es fundamental. Además de trabajar con productoras locales, es necesario un profesional de la Fundación, pues esa persona que conoce la misión y objetivos de la institución vela por el adecuado desarrollo del proceso, identificando a tiempo si hay que realizar cambios o apoyar factores deficitarios tanto de la productora como de alguno de los relatores. Las productoras no siempre manejan a cabalidad la mirada o enfoque de Artesanías de Chile respecto al trabajo con los artesanos.

Posibilidad de volver a participar en el programa para algunos grupos: Algunos grupos requieren un proceso de acompañamiento mayor que se consolidaría con un segundo año de participación en el programa. Se trata de grupos de artesanos con mayores niveles de vulnerabilidad a los que un proceso más largo de apoyo y capacitación favorecería para el logro de cambios más profundos o en la consolidación de los elementos aprendidos También es

necesario para artesanos que han realizado una capacitación técnica y requieren de profundizar técnica o mejorar la gestión y comercialización con las nuevas piezas que han logrado. Se ha observado que los grupos que tienen una segunda capacitación tienen resultados más evidentes y con mayor probabilidad de mantenerse en el tiempo por ejemplo los grupos de Pilén, Chiu-Chiu (este último no había logrado inserción real en la capacitación nivel 1).

Desarrollo local: Se ha puesto especial cuidado en privilegiar proveedores locales durante toda la ejecución del proyecto, con lo cual se contribuye indirectamente al desarrollo local. Ya se cuenta con al menos 4 operadores regionales: X, XV y VIII, IX

ILUSTRACIÓN 4: OPERADORES LOCALES



V CUMPLIMIENTO DE INDICADORES

A continuación se presentan los indicadores del proyecto para cada componente. Se observa que se han logrado las metas propuestas.

TABLA 9: INDICADORES POR COMPONENTE

Componente	Nombre de Indicador	FÓRMULA DE CÁLCULO	Descripción del bien o servicio provisto	Meta 2013	Fuente de Información	Resultado
Diagnóstico y Selección	Diagnósticos	Número de informes de diagnóstico realizados	Diagnóstico en Terreno realizado por la Fundación. Se realizaron 15 diagnósticos, sin embargo se consideran para este indicador, solo los diagnósticos en profundidad.	Al menos 3	Informes de Diagnóstico (FACHS)	4
	Convocatoria y selección	(Número de artesanos(as) seleccionados/ Número de cupos ofrecidos)*100	En total se seleccionaron 136 artesanos teniendo cupo para 160 que era la proyección.	80%	Resultados de Selección (FACHS)	85%
Capacitación	Artesanos en el programa	Número de artesanos que participan de las capacitaciones al menos una sesión	Hay 136 artesanos que participan en más de 2 sesiones.	135	Informe de Beneficiarios lista de asistencia	136
	Artesanos capacitados	(Número de Artesanos que finalizan la capacitación / Número de artesanos en el programa)*100	Aprueban la capacitación 113 artesanos, de un total de 136 beneficiarios reales.	Al menos un 80%	Informe de Beneficiarios, lista de asistencia	83%
Intermediación y colocación laboral	Inserción	(Número de Artesanos insertos / Número de Artesanos capacitados)*100	Al finalizar el programa se tienen 108 artesanos insertos en la Plataformas de la Fundación o en vías de inserción, de un total de 128 artesanos capacitados (egresados).	Al menos un 80%	Plan de Compras 2014	84%

VI DETALLE PRESUPUESTO

A continuación se presenta la distribución final del presupuesto según tipo de gasto.

ILUSTRACIÓN 5: DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTO TOTAL 2015

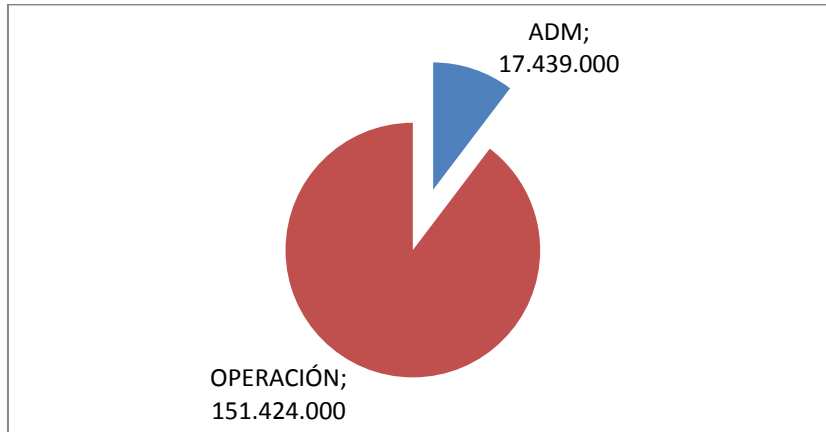
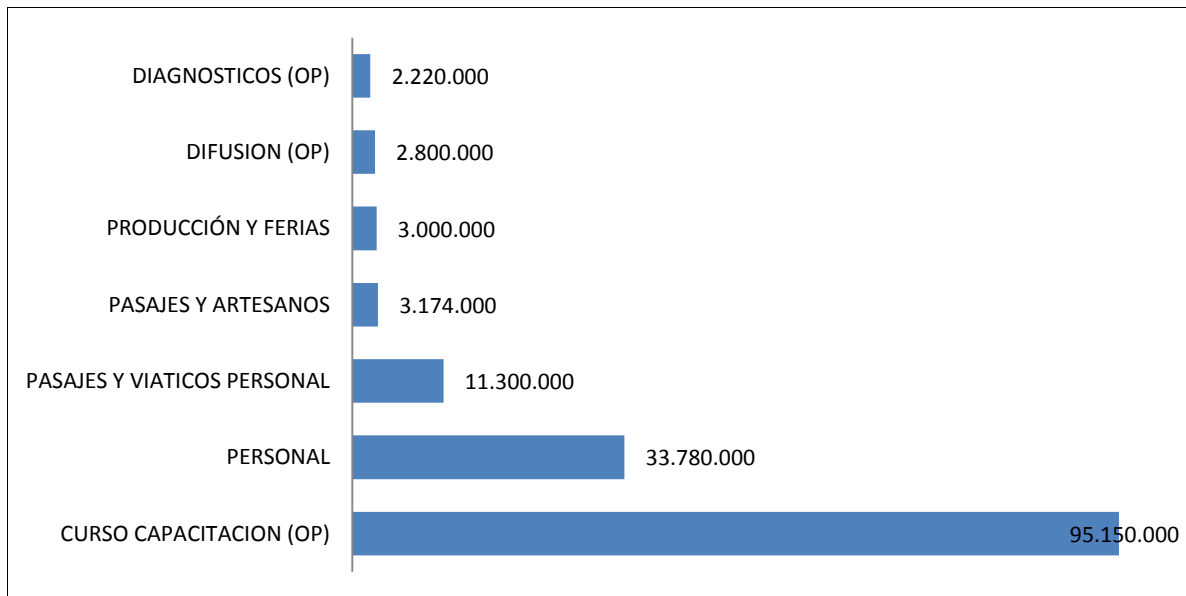


ILUSTRACIÓN 6: DISTRIBUCIÓN GASTOS DE OPERACIÓN





VII ANEXOS

VII.1 ANEXO 1: BENEFICIARIOS Y SU CARACTERIZACIÓN

VII.2 ANEXO 2: RESUMEN DE DIAGNÓSTICOS

VII.3 ANEXO 3: INFORME DE ACTIVIDADES POR GRUPO Y LOCALIDAD (PRODUCTORAS)

VII.4 ANEXO 4: OTRAS ACTIVIDADES: GIRAS TÉCNICAS Y ENCUENTROS

VII.5 ANEXO 5: ACTAS DE INGRESO A LA PLATAFORMA COMERCIAL DE LA FUNDACIÓN

VII.6 ANEXO 6: SEGUIMIENTO

VII. 7 ANEXO 7: LÍNEA BASE Y MEDICIÓN

VII.8 ANEXO 8: COMUNICACIONES Y DIFUSIÓN

VII. 9 ANEXO 9: LISTADO DE BENEFICIARIOS CON DOCUMENTACIÓN

VII.8 ANEXO 9: FOTOGRAFÍAS