

pro|CHILE • Ferias de Artesanía y modelos de gestión

M. Soledad Valdés, Centro Exportador
Santiago

ACTORES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA

CANALES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA

PRODUCTORES

Artesanos(as) Urbanos/Contemporáneos

Artesanos(as) Tradicionales

Artesanos(as) Indígenas

CONSUMIDORES

Finales

Intermedios/
Intermediario

*Estatal

*Empresariales

*Comercio Justo

FERIAS

Nacionales

Arte y Diseño

Internacionales

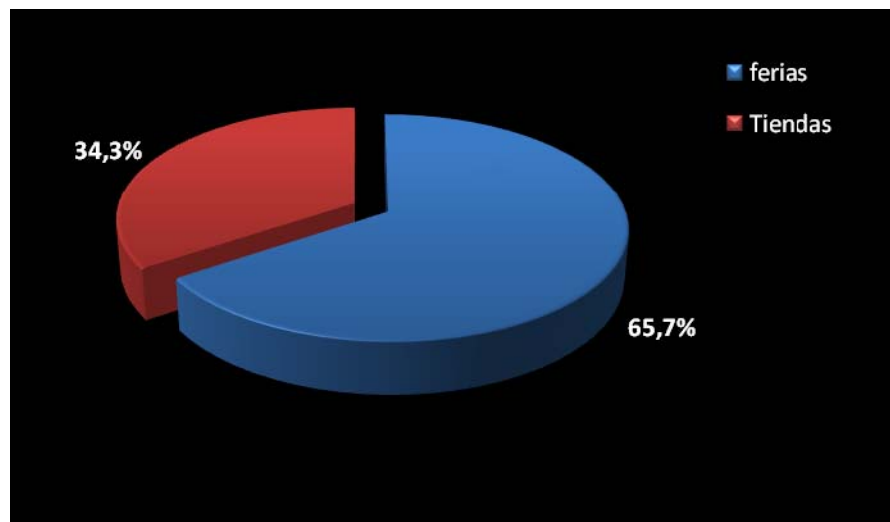
TIENDAS

Especializadas

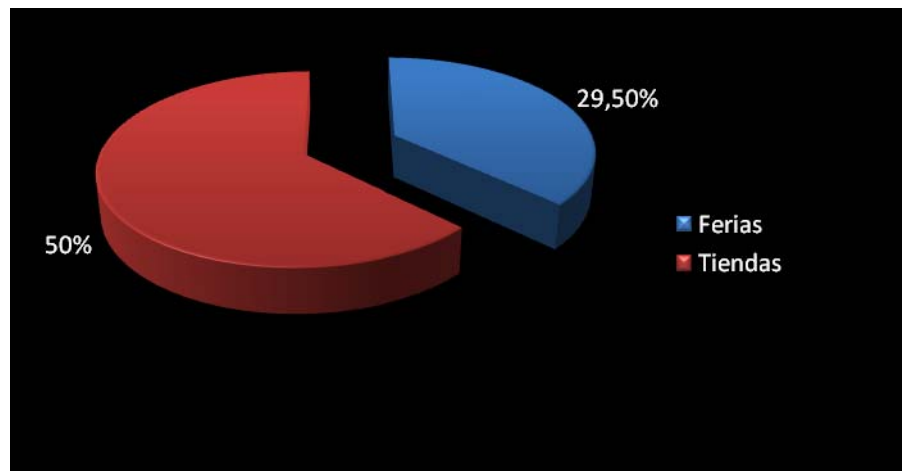
Productores/ Intermediarios

PLATAFORMAS
ALTERNATIVAS

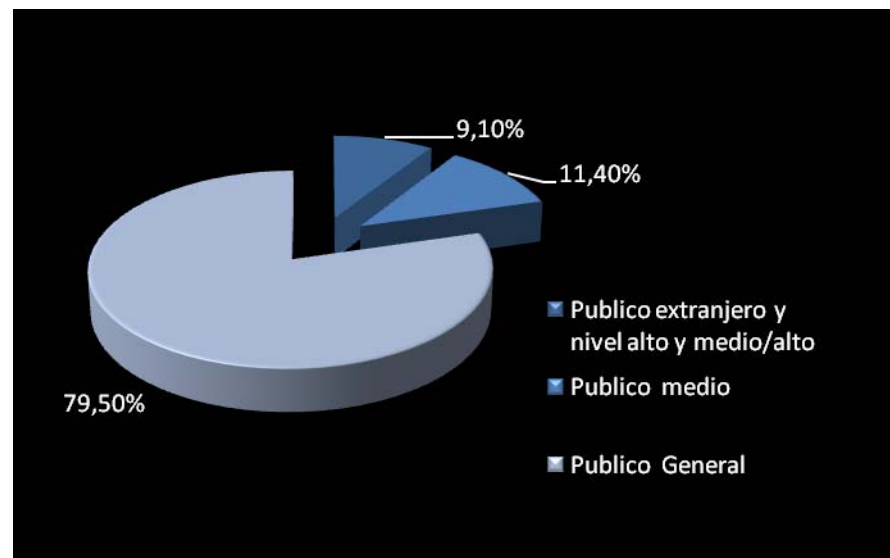
ESPACIOS DE COMERCIALIZACION



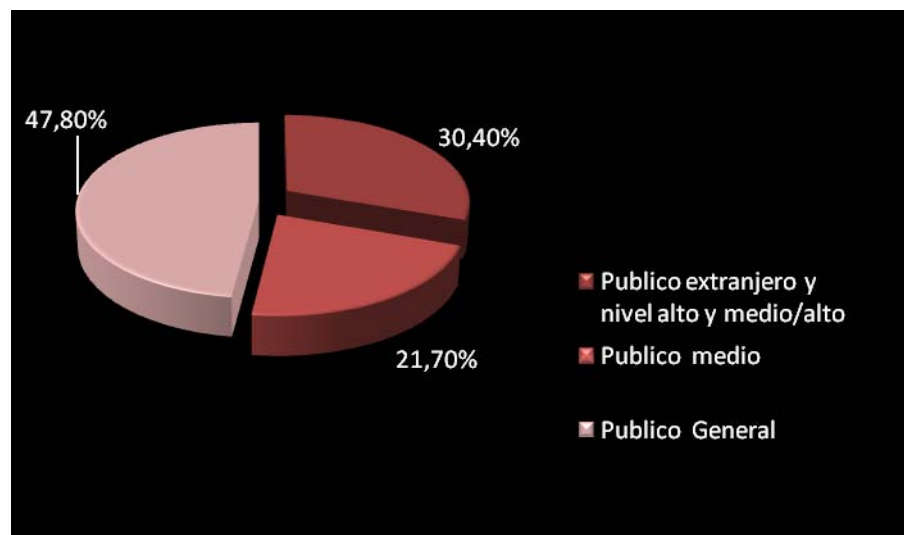
PARTICIPACION PUEBLOS INDIGENAS, EN LOS ESPACIOS DE COMERCIALIZACION



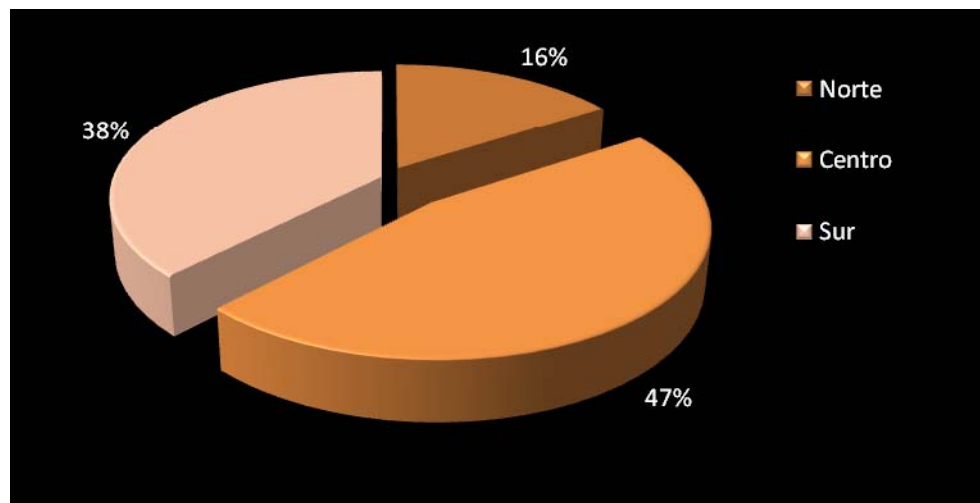
TIPOS DE PUBLICOS QUE VISITAN FERIAS



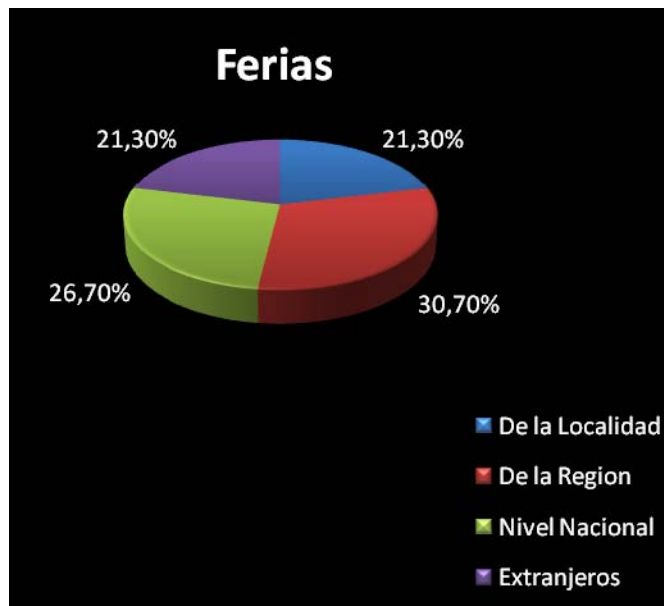
TIPOS DE PUBLICOS QUE VISITAN TIENDAS



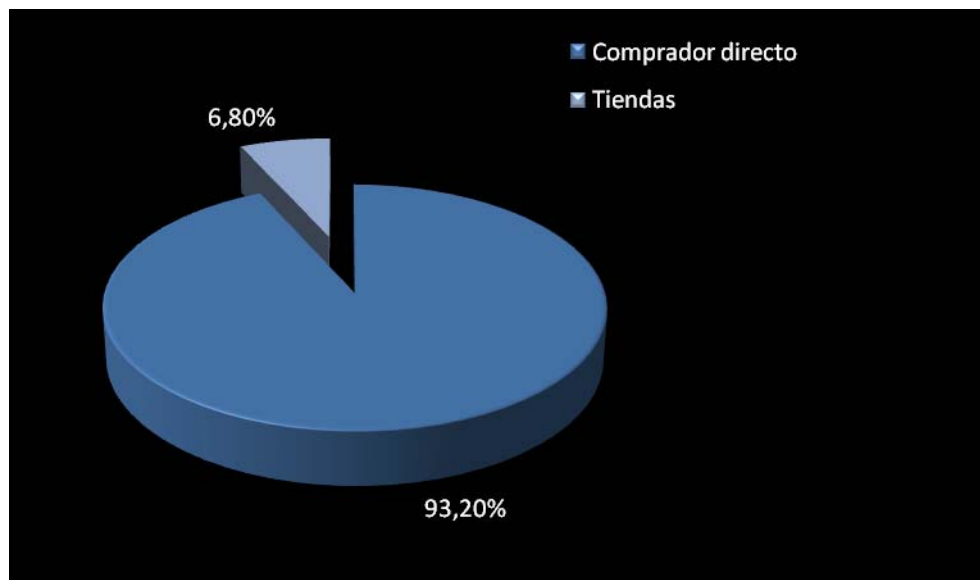
ESPACIOS A NIVEL TERRITORIAL



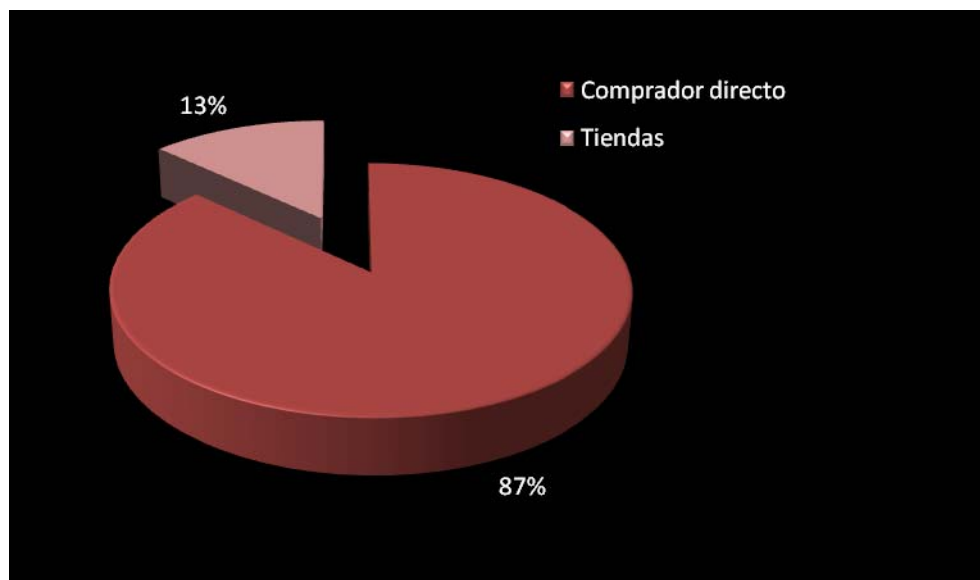
PUBLICO QUE VISITA LOS ESPACIOS, A NIVEL TERRITORIAL



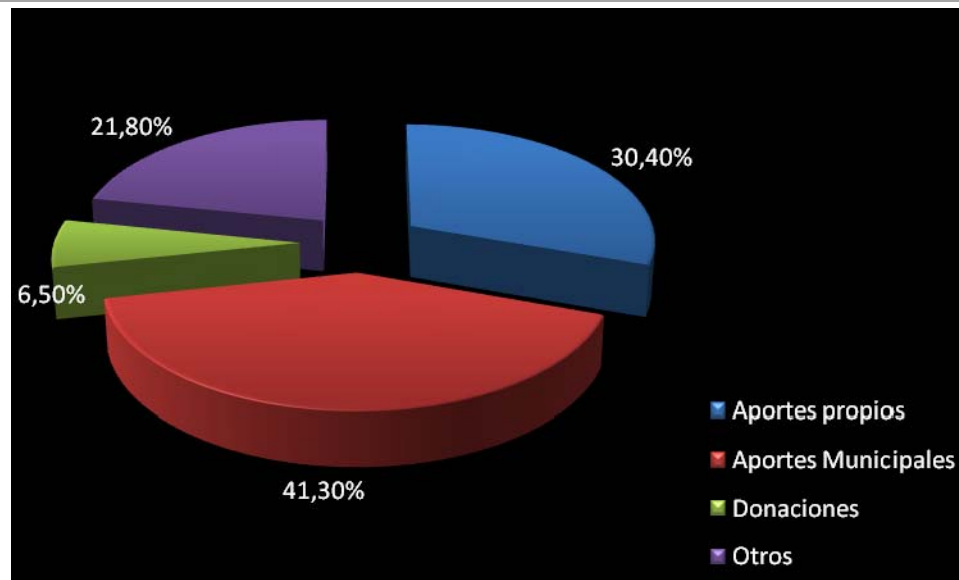
TIPOS DE COMPRADORES QUE VISITAN FERIAS



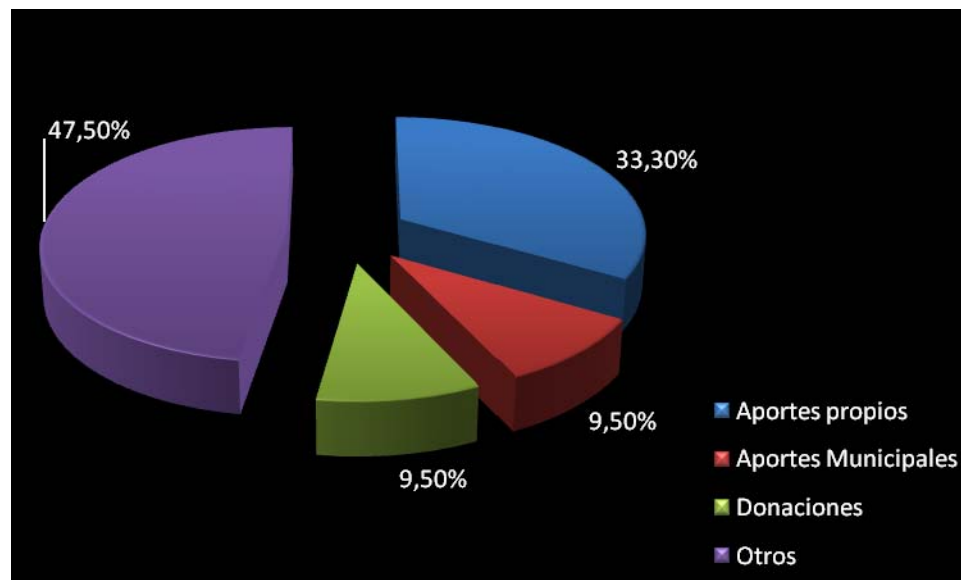
TIPOS DE COMPRADORES QUE VISITAN TIENDAS



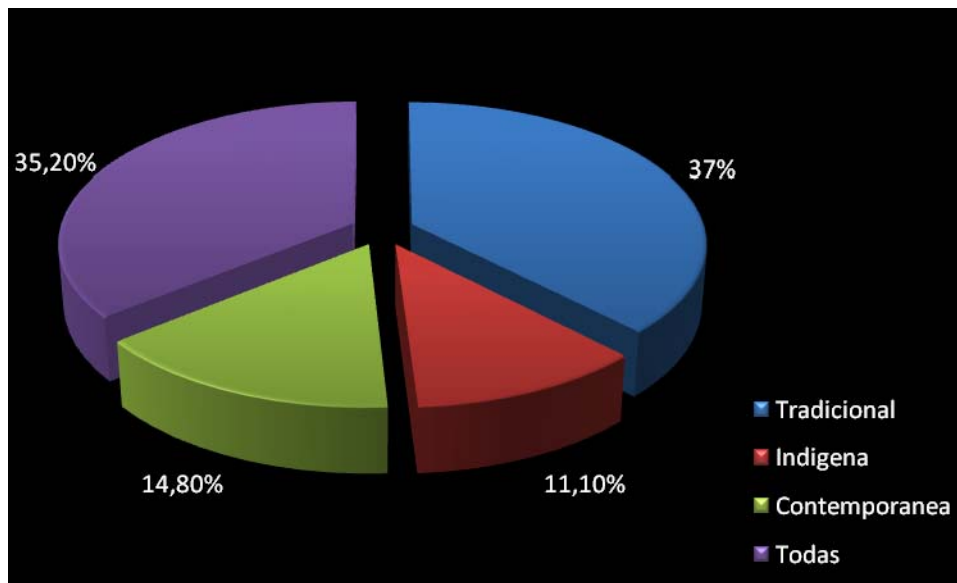
FINANCIAMIENTO FERIAS



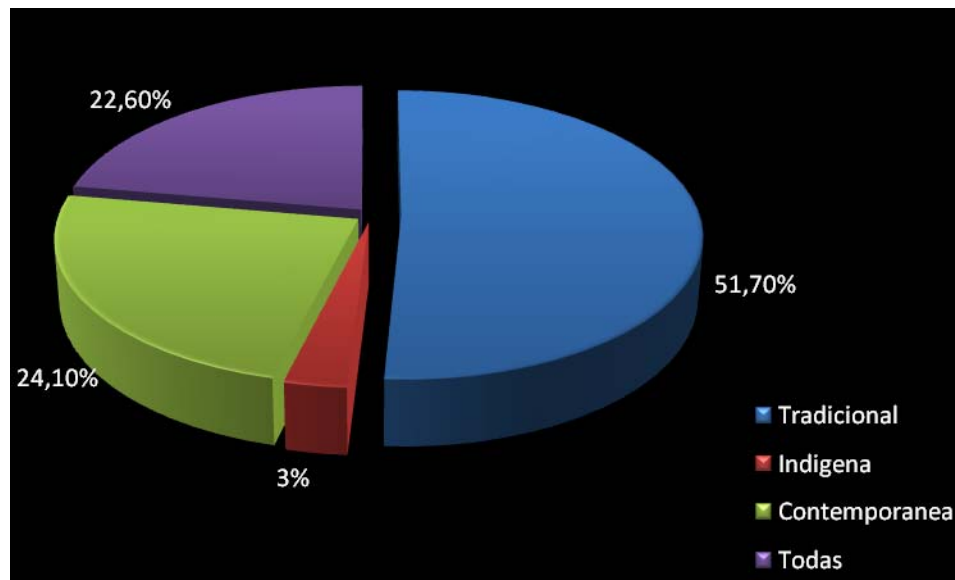
FINANCIAMIENTO TIENDAS



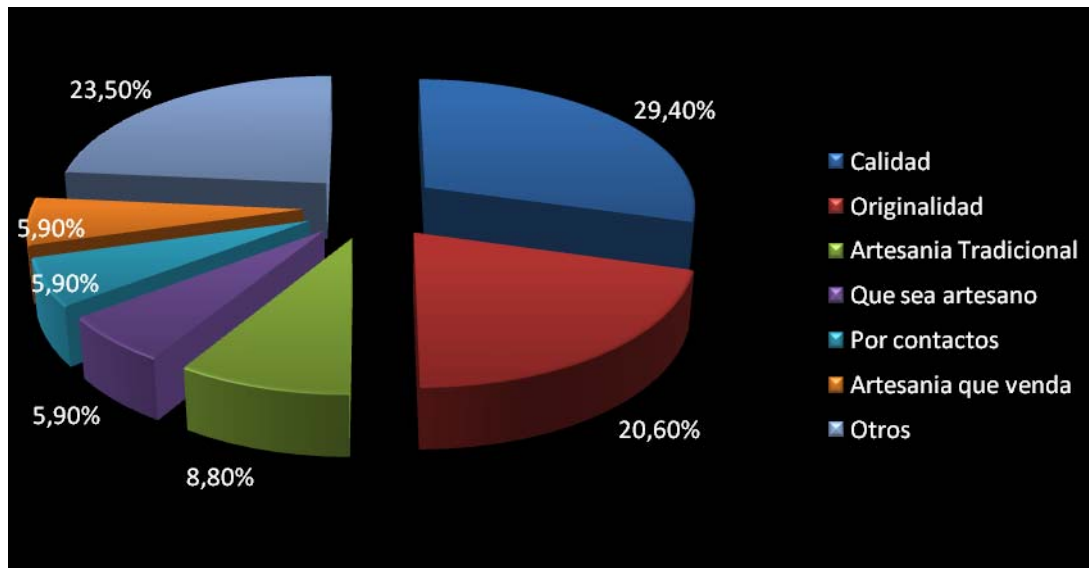
TIPOLOGIA DE ARTESANIA EN FERIAS



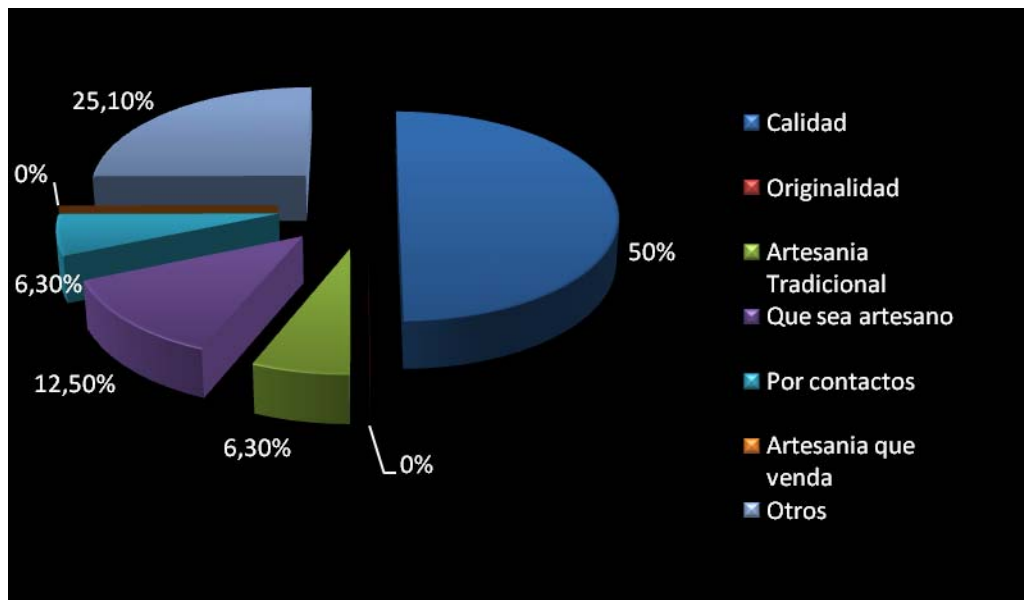
TIPOLOGIA DE ARTESANIA EN TIENDAS



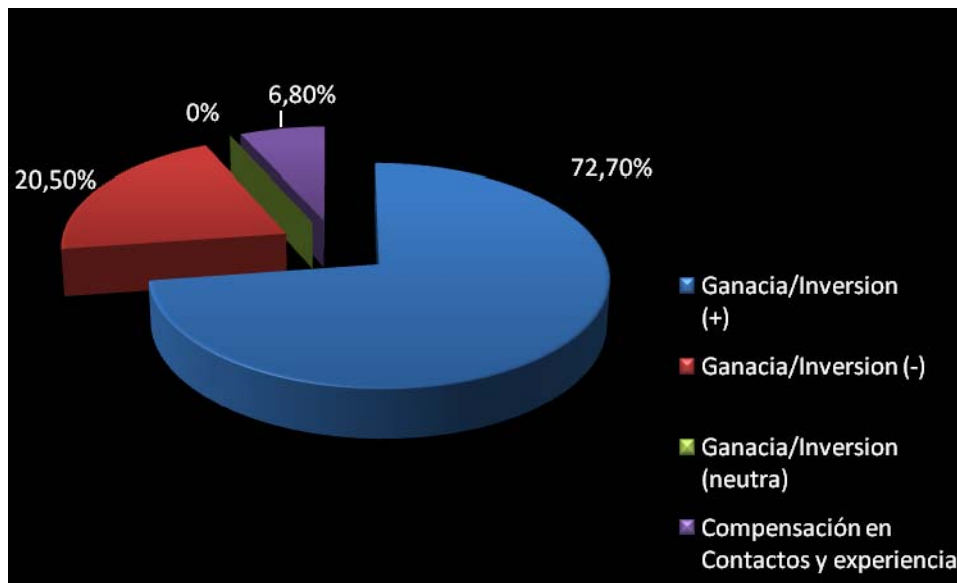
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA EN FERIAS



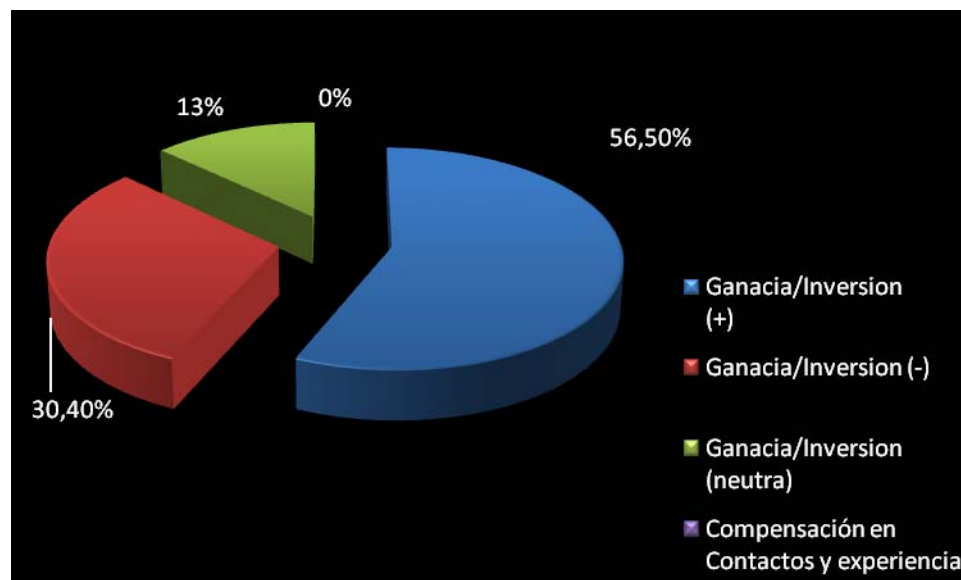
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA EN TIENDAS



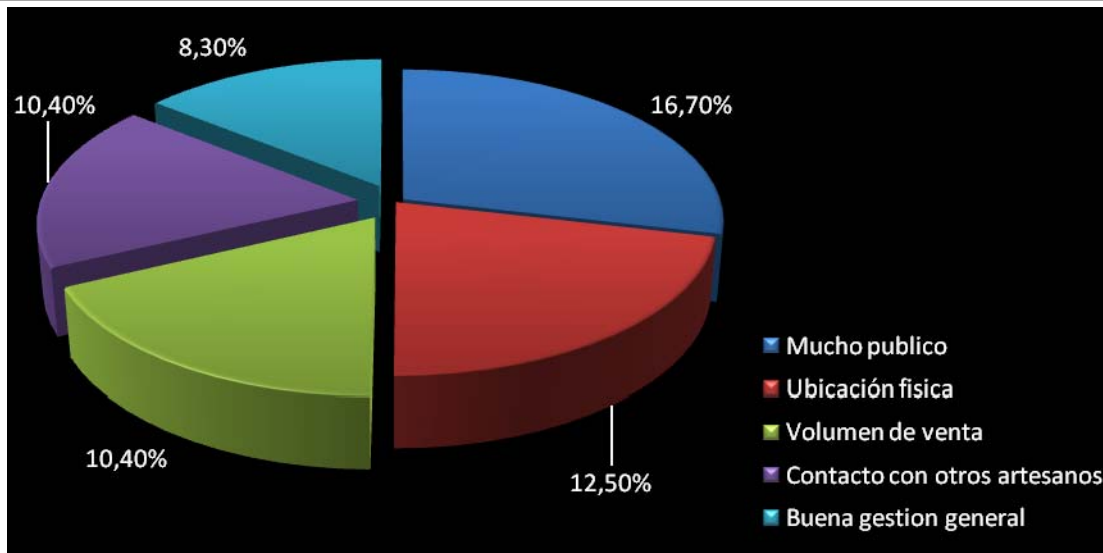
RELACION COMPENSACION/ INVERSION EN FERIAS



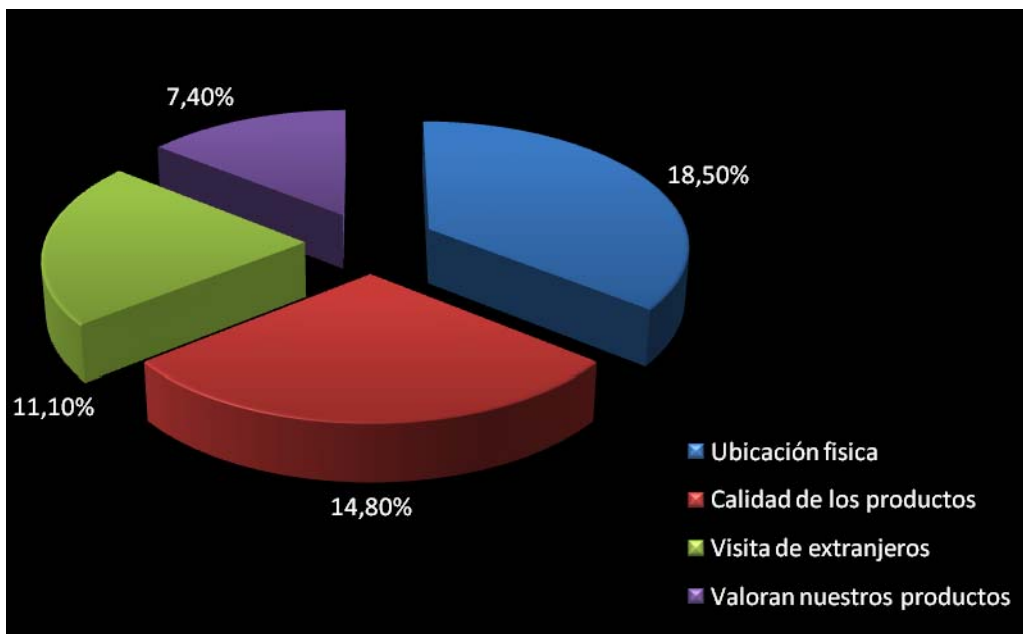
RELACION COMPENSACION/ INVERSION EN TIENDAS



FORTALEZAS QUE DESTACAN LOS ARTESANOS DE LAS FERIAS



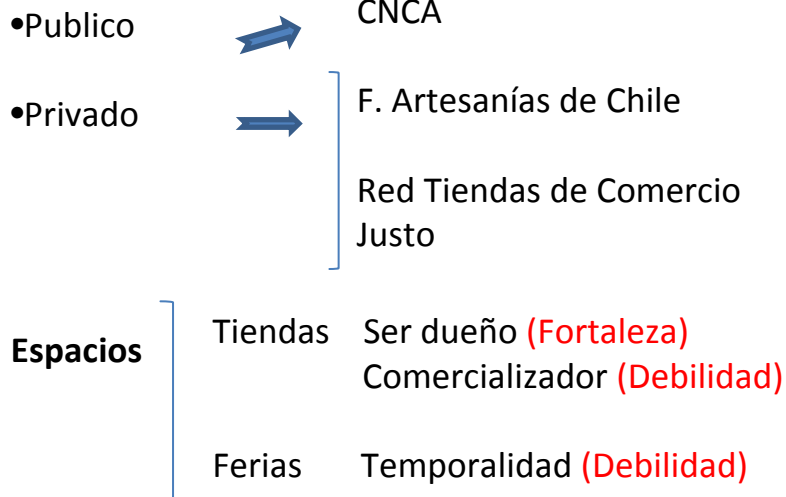
FORTALEZAS QUE DESTACAN LOS ARTESANOS DE LAS TIENDAS



CANALES DE COMERCIALIZACION

PERCEPCION GESTORES

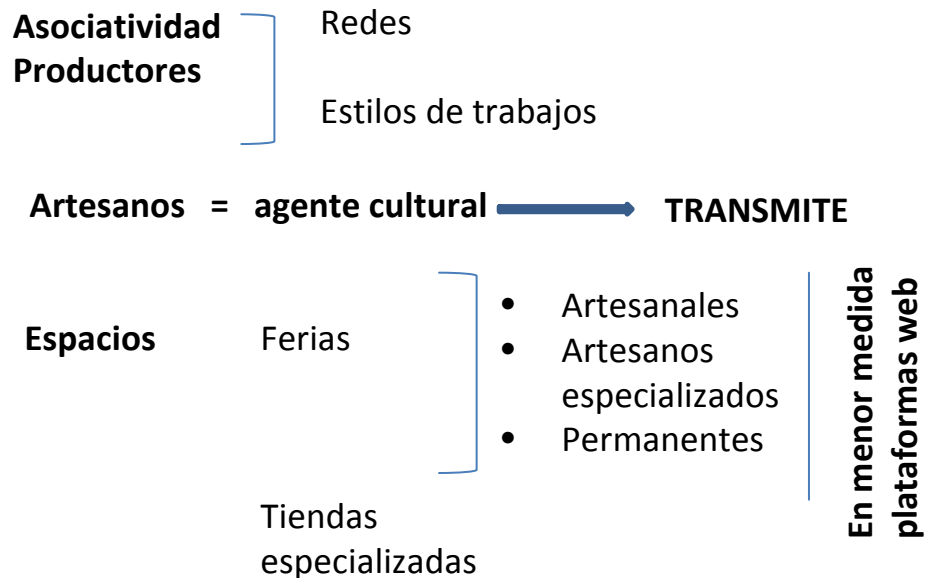
Rol Instituciones



Buenas Practicas

- Visibilidad del productor, biografía del artesano
- Cumplimiento fechas de pago
- Cuidado de las piezas de artesanía
- Buena gestión de los espacios (ferias/tiendas)

PERCEPCION ARTESANOS



Problemas

- Falta de ferias dedicadas
- Falta de selección
- Alto precio arriendos
- Competencia "desleal" con comerciantes que importan productos

DESAFIOS

1. Los canales de comercialización de artesanía deben ser capaces de otorgar valor a las piezas artesanales asegurando su venta a un precio adecuado, tanto para su productor, como para los distintos agentes que inciden en el proceso. Factores constitutivos de buenas prácticas en términos de gestión e implementación de canales de comercialización de artesanía. Estos factores son:
 - a.- La visibilización del productor de una pieza y de su biografía resulta crucial en tanto otorga valor agregado a la pieza artesanal explicitando su huella cultural (etiqueta- empaque)
 - b.- El aporte que un canal de comercialización puede realizar al desarrollo del campo de la artesanía en general, es más allá del mero aspecto comercial. Potenciar mediante la comercialización el fortalecimiento del campo de la artesanía desde la perspectiva de la sustentabilidad de este tipo de producción, mostrando un nivel de compromiso con el resguardo del oficio de la artesanía y/o con sus cultores.
 - c.- El encuadre y cumplimiento de acuerdos en la relación productor/comercializador, en el sentido de realizar al inicio de la relación un ajuste de expectativas e incorporar elementos formales a la interacción.
 - d.- Propiciando el funcionamiento de los espacios como plataforma para generar redes entre los propios artesanos(as) contribuyendo al intercambio de conocimientos, a un mayor volumen de producción, a la estandarización de precios, y la negociación de condiciones para la venta o consignación de piezas, entre otras acciones
2. La transparencia y la retroalimentación de parte de los comercializadores hacia los productores respecto del comportamiento de sus productos en el mercado constituye un factor clave de buenas prácticas, en tanto permite al artesano(a) implementar mejoras para ajustar su potencial producción a las posibilidades reales de comercialización de las piezas.

Las FERIAS como modelo de gestión a nivel internacional



1. Las Ferias internacionales, como instrumento de promoción de exportaciones para el sector de artesanía, ha implicado:

- a.- posicionamiento de la oferta de Chile
- b.- capacitación en el mercado
- c.- conocer la oferta de los competidores
- d.- hacer contactos y redes
- e.- conocer las tendencias
- f.- conocer los reales nichos para la oferta chilena

Presentación Feria NYGIF - 2011



Presentación Feria Ambiente - 2011



Lineamientos para el Sector

Sector	Objetivo	Estrategia	Segmentación
Artesanía	<p>Aumentar las exportaciones del sector artesanal (artesanía tradicional y contemporánea) integrando diseño, gestión y mercadeo, a través de identificar nichos de mercado apropiados, según precios</p>	<ul style="list-style-type: none">-Programa de Mejoramiento de Capacidades, en proveedores y comercializadoras (talleres y traídas de expertos)-Alianza de Artesanía con Imagen País y Turismo (trabajo interinstitucional)- Visita y misiones , en nichos de mercados con potencial (tiendas de museos-galerías de artes-tiendas especializadas- otras)- Traída de compradores (canal tradicional y Comercio Justo)	<ul style="list-style-type: none">-Artesanos(as), agrupados por localidad y / o materialidad-Empresas comercializadoras (Fundaciones y / o Comerciales), en función del canal de comercialización (nichos de mercado) y tipo de artesanía (exclusiva y/o masiva)

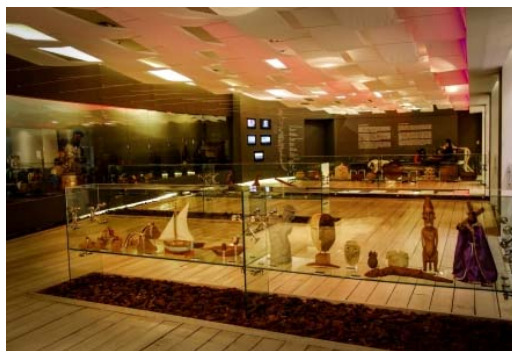
NUESTRA PROPUESTA DE PROMOCION INTERNACIONAL PARA LA ARTESANIA :

- Tiendas de Museo
- Tiendas Especializadas
- Galerías de Arte
- Alianzas con otros sectores, como el vino y minería
- Agendas de negocios con este tipo de compradores
- Traída de compradores
- Espacios de Comercio Justo



TIENDAS DE MUSEO

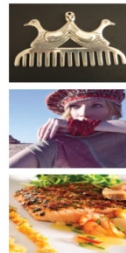
TIENDAS ESPECIALIZADAS



GALERIAS DE ARTE



INVITATION



Celebrating
Chilean Rakizuum

Kevin Gover, Director of the National Museum of the American Indian, and Arturo Fermandois, Ambassador of Chile, have the pleasure to invite you to the inaugural reception of the Chilean Rakizuum Celebration.

The **Rakizuum** is the Mapuche knowledge of being, whether it pertains to the environment or an understanding of life that has been passed from generation to generation. This festival, which is also called Rakizuum, seeks to demonstrate how ancient crafts and teachings can provide a cultural view and understanding which is reflected in the art.

Come discover Chilean culture through its artisanal craft exhibition, flavors and wine tasting.

November 16, 2011 / 6:30 pm
at the National Museum of the American Indian
4th Street & Independence Avenue, SW
Washington, DC 20560

RSVP / Ms. Scarlett Ramirez
sramirez@embassyofchile.org
202.530.4121



TRADE COMMISSION OF CHILE IN WASHINGTON PRO|CHILE

MUESTRA DE
ARTESANIA EN
TIENDA DE MUSEO

CHILEAN RAKIZUAM

CHILE / DIVERSITY

Chile is located on the southwestern tip of South America, wedged between the Andes mountain chain and the Pacific Ocean. Chile's daunting length and extensive geographic diversity provides for a variety of landscapes and climates, ranging from the Atacama Desert in the extreme north, to Patagonia's millennia-old glaciers in the South. Indigenous cultures vary throughout Chile, just like its geography. Every region is comprised of different cultures like the Mapuche, Yaganes, and others. Each culture has diverse customs, styles, and belief systems, which are reflected in their crafts.

Chile and the National Museum of the American Indian, invite you to experience crafts of our indigenous origins, including jewelry, weaving, clothing, and decorative pieces.

RAKIZUAM

The Rakizuum is the Mapuche knowledge of being, ranging from environmental to life understanding, that has been transmitted from generation to generation. This cultural exhibition, which we will also call Rakizuum, seeks to demonstrate how ancient crafts can provide a sociocultural window and understanding reflected in the art.



ONA
Andean products and customs preservation group
www.onachile.com



CHOL CHOL
Represents over 200 Mapuche artisans from a Southern region of Chile. It promotes indigenous self-sufficiency and economic advancement.
www.cholchol.org



JORGE CABALLERO
Yagan craft and cultural preservation group of the people who lived in the Chilean Patagonia.
www.jorgecaballero.it

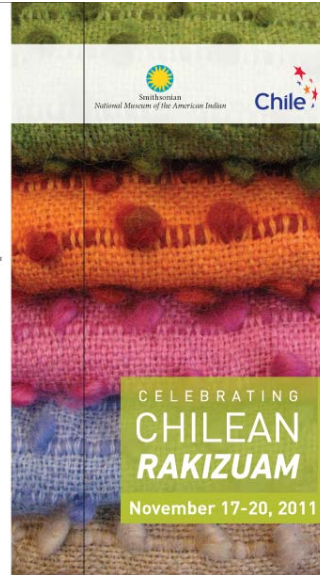


ARTESANIAS DE CHILE
Brings together craftsmen and varying manufacturing techniques from across Chile, promoting sociocultural and economic development within the region.
www.artesaniasdchile.it



National Museum of the American Indian
10:00am - 5:00pm
Fourth St. & Independence Ave., SW
Washington, DC 20560

For more information:
www.americanindian.si.edu



DAILY ACTIVITIES NOV 17th - 20th

Chilean Artisans and Craft Exhibition in the Potomac Atrium & Chilean Menu available in the Mitsitam Native Foods Cafe

THURSDAY 17

12:30pm - 1:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
3:30pm - 4:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
4:00pm - 5:00pm Chilean Wine Tasting / Next to Potomac Atrium

FRIDAY 18

12:30pm - 1:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
3:30pm - 4:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
4:00pm - 5:00pm Chilean Wine Tasting / Next to Potomac Atrium

SATURDAY 19

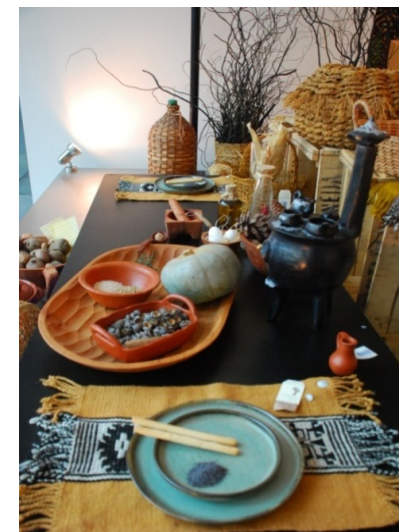
11:30am - 12:00pm Mapuche Round Table / 4th Floor
12:00pm - 12:30pm Folklore Dancing Demonstration / Potomac Atrium
12:30pm - 1:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
3:00pm - 3:30pm Folklore Dancing Demonstration / Potomac Atrium
3:30pm - 4:00pm Round Table about Yaganes Crafts / 4th level
4:00pm - 4:30pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
4:00pm - 5:00pm Chilean Wine Tasting / Next to Potomac Atrium

SUNDAY 20

11:30am - 12:00pm Mapuche Round Table / 4th Floor
12:00pm - 12:30pm Folklore Dancing Demonstration / Potomac Atrium
12:30pm - 1:00pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
3:00pm - 3:30pm Folklore Dancing Demonstration / Potomac Atrium
3:30pm - 4:00pm Round Table about Yaganes Crafts / 4th level
4:00pm - 4:30pm Mapuche Weaving Demonstration / Potomac Atrium
4:00pm - 5:00pm Chilean Wine Tasting / Next to Potomac Atrium













MUCHAS GRACIAS

