

DISEÑO + OFICIOS

2016 - 2017



SABERHACER

Proyecto FIC-R 2015

Gobierno Regional Metropolitano de Santiago

nzalez Castro Pamela Jara Abdala Marisol Marilaf Peña Margarita Castillo
arrasco Cecilia Carmen Collifel Collilef María Inés Pérez Díaz Claudia Alvar
obando Alejandra Carrasco Ibañez Claudia Caiseo Gomez Roxana Flores Ar
raya Soledad Amnerys Peña Vidal Gabriela Paz Fuentes Moya Irma Navarr
ora Marta Alejandra Jara Poblete Jacqueline de las Rosas Guerrero Vargas E
del Pilar Bejar Fuentes Loreto Guerrero Garcia Alejandra Valenzuela Nuñez
arcamo Garrido Gloria Soto Vidal María Luciana Quiroga Luz Monica Varg
espinoza Myriam Eugenia Fuentes Sanchez Maria Angelica Sobarzo Silva Jo
vergara Fuentes Dafnia Iribarra Zuñiga Angela Torres Flores Jessica Caballe
quezada Giovanna Chávez Gómez María Eufemia González Soto Jacqueline d
carmen Torres Patricia Labraña Morales Delia Inostroza Muñoz Nelda Inost
muñoz Miriam Chavalos Reyes Marisol Hernández Gonzalez Noemi Ester Ve
madrid Patricia Cecilia Huenul Araneda Silvia Manosalva Arriagada Marisol
Alejandra Curihuinca Caniuñir Estefani Fuentes Hernandez Pilar Gladys Gimé
bravo Inés Ninfa Baeza Palacios Paula Natalia Cárdenas Zamora Ana María C
renas Angélica Margarita González Huacquimilla Brigida Andrade Torres Oli
antonieta Soto Salazar Claudia Araya Duarte Monica Ibarra Gonzalez Irene E
espinoza Morales Maura Figueroa Cayún Susana Andrea Burgos Mora Pame
ravena Castillo Gloria Gonzalez Castro Pamela Jara Abdala Marisol Marilaf
Peña Margarita Castillo Carrasco Cecilia Carmen Collifel Collilef María Inés P
Pérez Díaz Claudia Alvarez Obando Alejandra Carrasco Ibañez Claudia Caise
Gomez Roxana Flores Araya Soledad Amnerys Peña Vidal Gabriela Paz Fuen
Moya Irma Navarrete Mora Marta Alejandra Jara Poblete Jacqueline de las R
Guerrero Vargas Elena del Pilar Bejar Fuentes Loreto Guerrero Garcia Alejan
Valenzuela Nuñez Paola Carcamo Garrido Gloria Soto Vidal María Luciana Q
Quiroga Luz Monica Vargas Espinoza Myriam Eugenia Fuentes Sanchez Mar
Angelica Sobarzo Silva Johanna Vergara Fuentes Dafnia Iribarra Zuñiga Ar
Torres Flores Jessica Caballero Quezada Giovanna Chávez Gómez María Eufe
González Soto Jacqueline del Carmen Torres Patricia Labraña Morales Delia
Inostroza Muñoz Nelda Inostroza Muñoz Miriam Chavalos Reyes Marisol H
Hernández Gonzalez Noemi Ester Veas Madrid Patricia Cecilia Huenul Araneda
Manosalva Arriagada Marisol Alejandra Curihuinca Caniuñir Estefani Fuentes
Hernandez Pilar Gladys Giménez Bravo Inés Ninfa Baeza Palacios Paula Nata

DISEÑO + OFICIOS

2016 - 2017

Proyecto FIC-R 2015

Gobierno Regional Metropolitano de Santiago



SABERHACER
CONOCIMIENTO PRODUCTIVO LOCAL



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Contenidos

	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	05
	MODELO DE TRABAJO INICIAL	14
	Proyecto FIC-R "Diseño+Oficios"	14
	Sistema de actores involucrados	14
	Metodología de intervención propuesta	15
	Temporalidad del proyecto	16
	CAP. 1. DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO, USUARIOS Y CONTEXTO	21
	DIAGNÓSTICO DE LÍNEA BASE	23
	Determinación del ámbito de estudio	24
	Objetivos del estudio	24
	Metodología	25
	Contexto de la industria textil	27
	Análisis de datos	31
	Reflexiones finales en torno a la caracterización de las productoras textiles de Peñalolén	43
	Bibliografía	51
	ETNOGRAFÍA	53
	Etapas y fases del estudio	54
	Descripción de la metodología a de instrumentos	56
	Objetivos	57
	Descripción de marco conceptual	58
	Características del oficio textil en la comuna de Peñalolén	66
	Trayectorias del trabajo a domicilio en las Confeccionistas de Peñalolén	76
	Trayectorias Laborales de las Productoras Textiles de Peñalolén	81
	Resultados finales y conclusiones	101
	Bibliografía	104
	TENDENCIAS	107
	Casos de estudio	108
	Saturación de palabras	110
	Tendencias	111

RESUMEN INSIGHTS	132
Hallazgos: El productor textil de Peñalolén	134
Hallazgos: Evolución histórica del sector textil en Chile	136
Hallazgos: Situación actual, oportunidades de participación en el mercado y apertura de nuevos canales	138
Hallazgos: Tendencias y oportunidades de desarrollo textil en el ecosistema local	140
Hallazgos: Perfil de la productora textil	142
<hr/>	
CAP. 2_ EXPERIENCIA DE TRABAJO CON PRODUCTORAS TEXTILES DE LA COMUNA DE PEÑALOLÉN	147
FASE DE PERFECCIONAMIENTO EN OFICIOS Y DESARROLLO DE PRODUCTO	150
Proceso de trabajo	152
Resultados	158
FASE DE COMERCIALIZACIÓN Y NETWORKING	164
Proceso de trabajo	168
Resultados	172
FASE DE ASOCIATIVIDAD Y TRABAJO EN COMUNIDAD	176
Proceso de trabajo	178
Resultados	186
PERFILES DE USUARIO OBSERVADOS	194
OTROS RESULTADOS DEL PROGRAMA D+O 2016-2017	206
Creación de la Cooperativa de trabajo textil de Peñalolén	206
Implementación del Espacio D+O: Espacios colaborativos de aprendizaje y experimentación	208
Portafolio de productos open-source	210
<hr/>	
CAP. 3_ UN MODELO DE ACTIVACIÓN TERRITORIAL CON BASE EN LA MANUFACTURA Y LA INDUSTRIA CREATIVA	215
REFLEXIONES Y APRENDIZAJES A PARTIR DEL MODELO INICIAL APLICADO AL CASO PEÑALOLÉN	216
SISTEMA DE ACTORES PARA LA ACTIVACIÓN TERRITORIAL	219
Los actores del sistema	219
Modelo general de actores y sus relaciones	220
Tipologías según articulaciones y resultados	222
METODOLOGÍA	223
DESAFÍOS FUTUROS PARA EL MODELO	228
Niveles de aplicación del modelo	228
Casos potenciales de replicación	230
Hacia una manufactura avanzada e industria creativa diversificada	233

DISEÑO+OFICIOS



Durante los últimos años el Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R) del Gobierno Regional Metropolitano de Santiago ha experimentado un proceso de consolidación, manifestado en la ejecución de diversos proyectos que han permitido impulsar la innovación en PYMES a través del apoyo de la investigación aplicada que realizan las universidades y centros especializados. Ello ha implicado un gran avance sin duda, pero también nos obliga a emprender nuevos desafíos, para aumentar su eficiencia y tender a contribuir a los logros que permitan desarrollar una región más autónoma y resiliente.

El desarrollo de las PYMES constituye un gran reto. El mercado les exige un nivel de competitividad que en muchas ocasiones les resulta complejo abordar y que exige del Estado un fuerte apoyo en la generación de valor, para aumentar sus niveles de competitividad. Para ello resulta fundamental entender la innovación no solo desde el desarrollo de la tecnología y de la optimización de la gestión, sino también, desde la identidad social, donde cada persona constituye, si es correctamente guiada, un agente de cambio.

Es así que la iniciativa que presento; “DISEÑO + OFICIOS: Plataforma abierta, colaborativa y comunitaria para la innovación y el emprendimiento de Mipes manufactureras de la comuna de Peñalolén”, ejecutado por la Pontificia Universidad Católica de Chile y el proyecto SaberHacer, está dirigida a instaurar espacios y dinámicas de encuentro ciudadano, mediante el potenciamiento de pequeñas empresas manufactureras, dándoles valor agregado a través del diseño con identidad.

Esto en concordancia con la carta de navegación que estableció la Presidenta Bachelet para el desarrollo de PYMES en la “Agenda de Productividad Innovación y Crecimiento” del Ministerio de Economía, cuyo sustento es fomentar la diversificación productiva y el impulso a sectores con alto potencial de crecimiento, pero también con el cuarto Eje Estratégico de desarrollo en nuestra región que es ser “Una región innovadora y competitiva”, cuyo desafío fundamental es profundizar y diversificar el fomento productivo en la región, resguardando su identidad y relevando sus territorios.

Hoy se cierra un ciclo y culmina esta iniciativa, que constituye un gran aporte a sus beneficiados. Pero que es solo un grano de arena para el inmenso desafío, que este sector tiene, y que nosotros como Gobierno Regional, hemos asumido como tarea preponderante.

— Claudio Orrego

Intendente de la Región
Metropolitana de Santiago

Lo logrado en la Comuna de Peñalolén, es representativo y complementario al mismo tiempo a la visión de la disciplina que tiene la Escuela de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, pues se trata de un enfoque integrado e inclusivo que coloca a la persona en su centro, donde la creación de valor se obtiene elogiando la creatividad y la capacidad de emprendimiento que tienen los trabajadores en los oficios. Esto también significa diseño pensado en el usuario, pues acerca las cualidades del proceso de diseño actual a la tradición en un hacer, incorporando en dicho proceso nuevas posibilidades formales, materiales, constructivas y técnicas.

Esto también supone un impulso a las micro y pequeñas empresas, gracias a la incorporación de diseño en toda la experiencia; desde la observación y elección hasta el mismo hecho de venta que se tiene de un producto fabricado desde los talentos propios de las manualidades, pero por sobre todo ello, también significa dignificación y valorización de los procesos que cada emprendedor cautela como acervo y herencia de su maestría en las más variadas artes y oficios.

El Centro Yunus de la Municipalidad de Peñalolén, junto a diseñadores, un equipo dinámico muy efectivo y creativo potenciaron los productos, le entregaron nuevos fundamentos al quehacer creador, reinventaron el uso y los valores formales de los objetos. Desde un concepto más amplio, esto tuvo como consecuencia la protección de una tradición donde el diseño pudo aportar en la sistematización de procesos, incorporación de tecnologías y en la visión de proyecto.

Este aporte del Gobierno Regional Metropolitano a la innovación a través del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) ha logrado en esta comuna el establecimiento del diálogo franco, que siempre se espera cuando la academia, los actores públicos y las industrias; por muy pequeñas que sean, dialogan para transformar la realidad, enriqueciéndola para reconstruirla.

— Mario Ubilla

Decano

Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos
Pontificia Universidad Católica de Chile

El programa Diseño+Oficios enfrentó un desafío relevante dentro de nuestro territorio, en específico de aquellos oficios asociados al corte y confección. Este oficio, practicado principalmente por mujeres, requería de un acompañamiento más cercano y técnico mejorando la calidad del diseño, así como también experimentar con nuevas líneas de producción y comercialización.

Una de las características del oficio textil es que se trata de un trabajo por cuenta propia, desarrollado de manera independiente por las mujeres, lo que no permite que su negocio crezca en la producción, en el diseño y propuesta de valor. En este sentido, Diseño+Oficios aportó una solución innovadora de trabajar con productoras y relacionarlas entre sí, creando una red de personas que se complementan y colaboran para una producción local que las favorece –no sólo en lo productivo- sino que también a nivel personal y colectivo, con la conformación de una cooperativa de trabajo en nuestra comuna.

— **María Paz Ortega**

Gerente Desarrollo Económico
Centro de Empleo, Capacitación y
Emprendimiento YUNUS
Municipalidad de Peñalolén

7

Hace más de un año que ingresamos al SaberHacer y el proyecto Diseño+Oficios, donde crecimos como personas, artesanas, productoras y como colectividad.

En un comienzo, muchas de nosotras no teníamos demasiadas expectativas de lo que sería este curso, quizás algo similar a lo que habíamos obtenido en el pasado, donde aprenderíamos algo específico para mejorar nuestro oficio, sin embargo, la palabra diseño nos llamaba la atención.

Diseño+Oficios fue una experiencia que nos permitió conocer personas con quienes crear y trabajar cosas en conjunto, imaginar y proyectar un futuro en comunidad. La Cooperativa Textil de Peñalolén es parte de ese futuro, con el cual nos sentimos comprometidas no sólo como colectivo, sino que abriendo este conocimiento a otros productores/as que así lo requieran.

HACIA UN FUTURO LOCAL

Diseño+Oficios fue la posibilidad de llevar a cabo en su totalidad los planteamientos realizados por la iniciativa SaberHacer -proyecto originado en el contexto del Magíster en Diseño Avanzado UC- el año 2015, en la búsqueda de lograr encuentros entre el diseño y los oficios para un desarrollo de la manufactura local bajo lógicas abiertas, colaborativas y comunitarias. En este camino, logramos aprehender un territorio con características propias, de gente trabajadora, mujeres luchadoras y creadoras que asumen desafíos como el propuesto por esta iniciativa; mujeres que reconocen hoy una identidad, un lenguaje en común y una red de apoyo basada en sus propios conocimientos y capacidades para afrontar los nuevos desafíos de un mundo globalizado.

El mundo textil es un espacio técnico ancestral que acompaña nuestra historia y nuestro futuro. Su oficio, surge como oportunidad para el desarrollo de personas y familias en la gran mayoría de las comunas de nuestro país, así como también de profesionales que encuentran en este trabajo análogo una forma de resignificar su quehacer.

La publicación que tienen en sus manos es el esfuerzo de resumir 18 meses de trabajo, diseño, aprendizaje, colaboración, crecimiento y construcción de comunidad en la ardua tarea de aportar al desarrollo local de nuestra región. Esperamos que su lectura y uso pueda tener un efecto positivo en la forma cómo miramos a nuestros productores, técnicos y artesanos, para el desafío de construir un futuro local más sustentable.

9

— **Rodrigo Gajardo**

Jefe de Proyecto "Diseño+Oficios"
Fundador y director de SaberHacer

SaberHacer es una iniciativa que busca poner en valor los oficios, la manufactura y el diseño local, conectando a creativos, diseñadores o marcas locales de diseño con artesanos y productores, con el fin de facilitar cadenas de valor de manufactura a baja escala.

11

Su forma de trabajo se basa en instalarse en un territorio, identificar oficios, artesanos y pequeñas manufacturas invisibilizadas de la estrategia de desarrollo local actual, trabajar con este grupo, perfeccionándolo y vinculando con la industria creativa, construyendo cooperativas de manufactura con capital incrementado (social, cultural y económico).

WWW.SABERHACER.CL

Equipo de trabajo SaberHacer “Diseño+Oficios”

Katherine Mollenhauer

Diseñadora, Universidad Tecnológica Metropolitana.
Magister en Diseño Industrial
Universitat Jaume I de Castellón.
PhD en Diseño Estratégico e Innovación
Universitat de Barcelona
Directora de proyecto FIC-R “Diseño+Oficios”

Paz Tejerina

Diseñadora Industrial, Universidad de Chile
Coordinadora

Marcos Calderón

Diseñador industrial, Universidad Tecnológica Metropolitana
Tendencias y coordinación de talleres

Sofía Guridi

Diseñadora, Pontificia universidad Católica de Chile
Implementación Espacio D+O y experta en fabricación digital

Francisca Pérez

Antropóloga, Academia de Humanismo Cristiano
Doctor en Arquitectura y Estudios Urbanos

Betsy Solis

Secretaria

Camila Díaz

Diseñadora en Comunicación Visual, Universidad Tecnológica Metropolitana

Juan Pablo Schuster

Abogado. Universidad de los Andes
Mg en Asentamientos Humanos y Medio Ambiente, Pontificia Universidad Católica de Chile

Profesionales colaboradores

Elena Alfaro
Carolina Celis
Erik Ciravegna
Pablo Fuente
Tomás González
Jorge González

Elisa Halvorsen
Denisse Herrera
Soledad Hoces
Ignacio Lechuga
Renelda Lepe
Paz Manzo

Rodrigo Gajardo

Diseñador, Universidad Mayor
Mg. en Diseño Avanzado, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Jefe de proyecto FIC-R “Diseño+Oficios”

Tamara Vicencio

Antropóloga, Universidad Academia Humanismo Cristiano.
Mg. en Filosofía, Universidad Alberto Hurtado.
Investigadora y experta en técnicas sociales.

Verónica Blanco

Diseñadora, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Encargada de taller Espacio D+O

Felipe Schiaffino

Ingeniero comercial, Universidad Mayor
Experto en comercialización y networking

Javier Bustos

Sociólogo, Universidad Diego Portales
Investigador

Felipe Díaz

Arquitecto, Universidad Tecnológica Metropolitana
Mg. en Diseño Avanzado, Pontificia Universidad Católica de Chile
Coordinador

Valentina Soto

Diseñadora industrial, Universidad Tecnológica Metropolitana

Denisse Díaz

Diseñadora industrial, Universidad Tecnológica Metropolitana

José Miranda
Raúl Molina
Náyade Moraga
Carola Moya
Geraldine Moreno
Cathy Palacios

Juan David Restrepo
Camila Rios
Fabián Schiaffino
Nadia Villota
Paula Vidal



Modelo de trabajo inicial

Proyecto FIC-R “Diseño+Oficios”

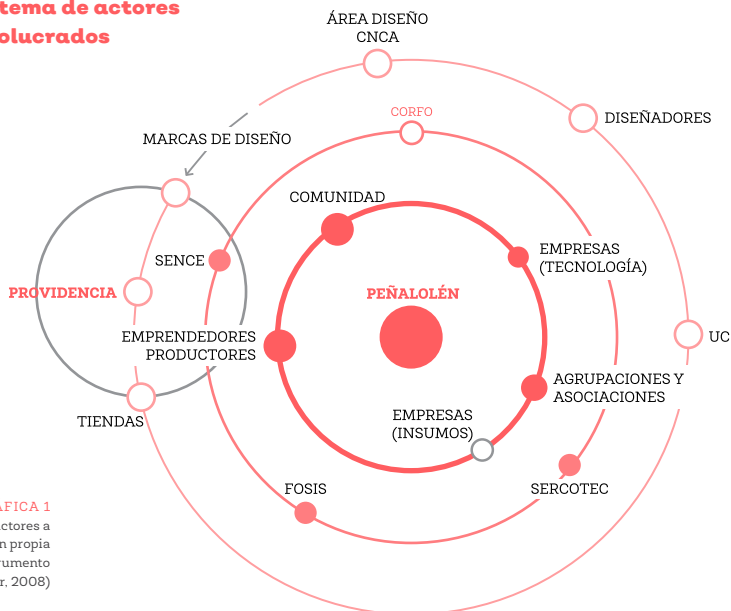
PLATAFORMA ABIERTA, COLABORATIVA Y COMUNITARIA PARA LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO DE MIPES MANUFACTURERAS DE LA COMUNA DE PEÑALOLÉN.

El proyecto que se presenta a continuación se inicia a partir de un trabajo exploratorio iniciado en agosto de 2014 por parte de SaberHacer, que observó las posibilidades de fomento de oficios y manufactura local en comunas de la ciudad de Santiago así como también las oportunidades potenciales de su conexión con creativos y la industria creativa. Las primeras experiencias de co-creación entre productores y diseñadores generadas durante el año 2015 tuvieron resultados enriquecedores para la proyección -a otra escala- de un posible sistema de emprendimiento e innovación y una futura comunidad de productores locales en espacios comunes de fabricación colaborativa (makerspaces de oficios).

El fin de este proyecto fue generar una nueva etapa de laboratorio de innovación y emprendimiento en la comuna de Peñalolén, impulsando una estrategia local de fomento del oficio textil como potencial núcleo productivo.

14

Sistema de actores involucrados



GRÁFICA 1

Sistema de actores a conectar (elaboración propia basada en instrumento de Mollenhauer, 2008)

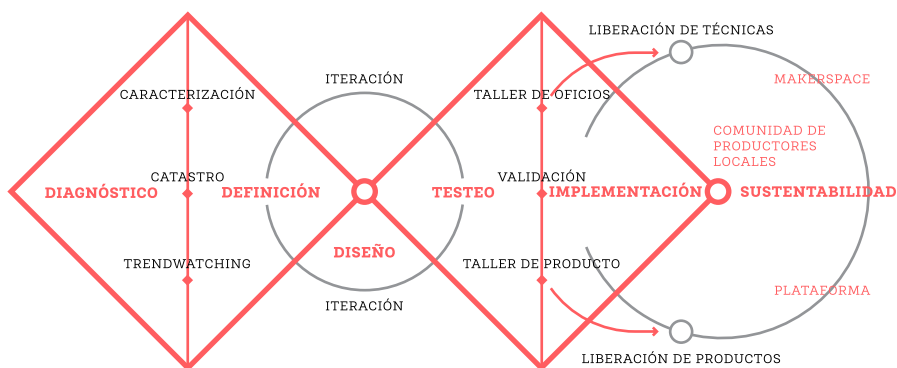
El sistema de actores propuesto se centró -en este caso- en el territorio de Peñalolén, su anillo más cercano son la comunidad, emprendedores, agrupaciones de productores y empresas de tecnología e insumos para la manufactura. Luego se encuentra un segundo anillo, compuesto por las principales instituciones públicas con las que el área de fomento productivo mantiene un trabajo permanente y que disponen de distintos instrumentos públicos de fomento que pueden ser articulados y reorientados según la estrategia a adoptar. Un tercer anillo, compuesto por otras organizaciones, como Área Diseño del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes como soporte productivo y cultural base para todo proyecto de diseño, la Municipalidad de Providencia y Universidad Católica, con las cuales Peñalolén aún no genera un trabajo asociativo profundo, pero que tienen redes importantes con actores de la industria creativa.

Metodología de intervención propuesta

GRÁFICA 2
Modelo instrumental
propuesto (Elaboración propia
basada en double diamond,
Design Council UK)

La metodología de trabajo del proyecto “Diseño+Oficios” se basó en un proceso investigativo, proyectivo e iterativo en búsqueda de generar procesos de diseño que dieran paso a la implementación y consolidación de una comunidad de productores locales en el territorio de Peñalolén.

15



En la primera etapa de Diagnóstico del territorio, se planteó un trabajo conjunto con la unidad de desarrollo económico local de la municipalidad y los participantes del proyecto para incorporar los intereses de todos los actores. Posteriormente se llevaría a cabo un catastro, caracterización del sector y detección de tendencias en el mercado textil que permitieran la definición posterior de temáticas, contenidos, relatores y acciones en las 3 tipologías de taller planteadas.

La segunda etapa es la Definición del sistema de emprendimiento e innovación según los acuerdos y datos recabados en la etapa de diagnóstico. Esta definición diseñará el marco técnico, tecnológico y comercial que tendrán los Talleres a testear para el trabajo colaborativo entre los distintos actores.

La tercera etapa es el Testeo y ejecución de las actividades de intervención planteadas para construir este sistema productivo local. El formato de intervención planteado con el grupo de productoras se basó en Talleres de 3 tipologías: Oficio, Producto y Networking. Estas tipologías de talleres se encargaría de desarrollar y perfeccionar aspectos técnicos, tecnológicos, diseño, desarrollo comunitario y comercialización.

La cuarta etapa es la Implementación del sistema, donde se llevarán a cabo las acciones necesarias para consolidar los grupos de trabajo y la comunidad de productores locales. Esta etapa será esencial para la cohesión de los participantes en cuanto ven que el sistema les otorga un valor, traducido en conocimiento, productos, redes y negocios. La etapa de implementación también incluye la habilitación de un espacio colaborativo de fabricación, registro y subida de productos comunitarios a la plataforma digital además del empaquetamiento y publicación de un modelo de trabajo local para ser replicado en otros contextos.

Temporalidad del proyecto



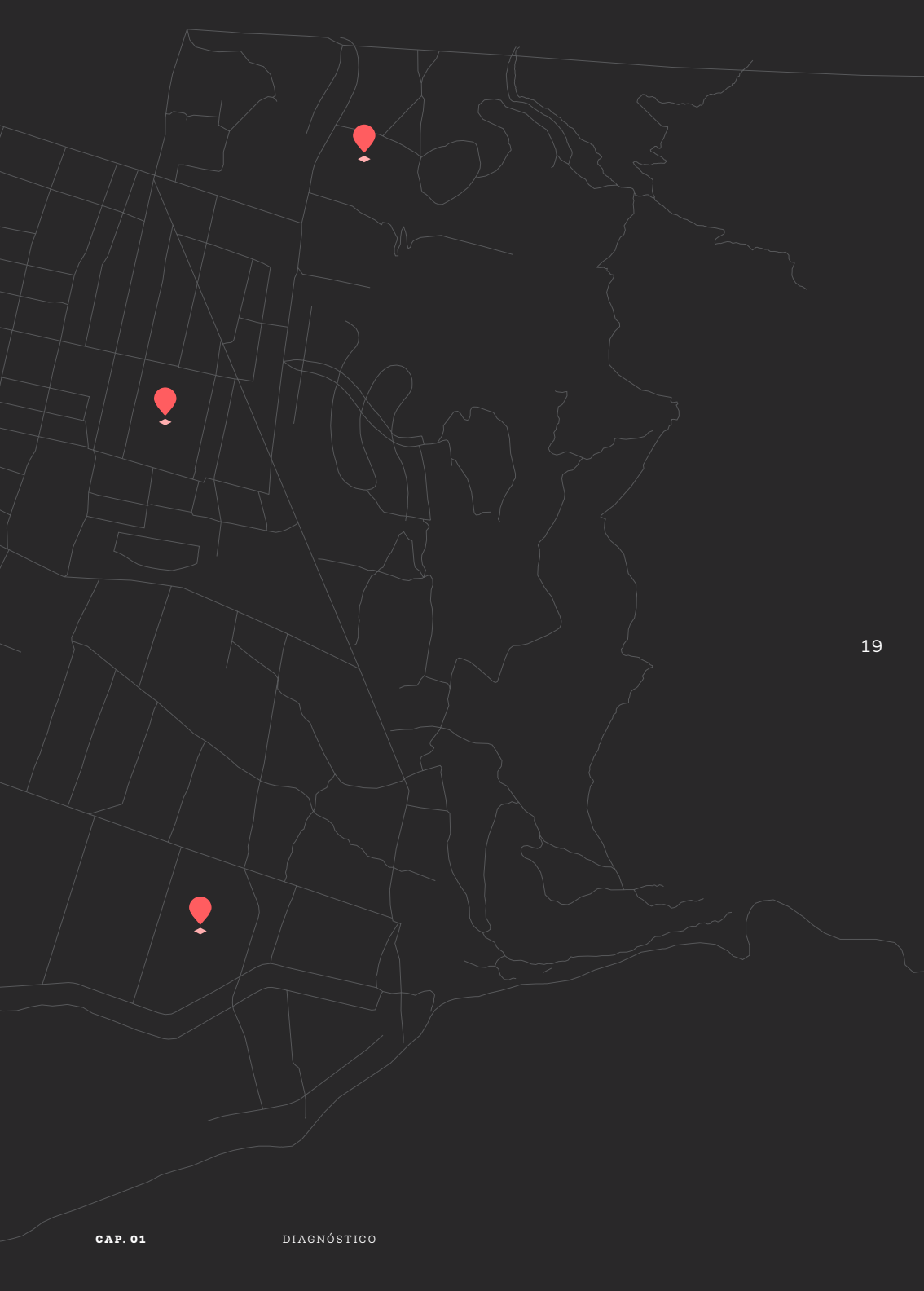


18



SABERHACER

DISEÑO+OFICIOS 2016-2017



Diagnós del terri usuarios y contex

20



SABERHACER

DISEÑO+OFICIOS 2016-2017

tico itorio, s cto

El proyecto **FIC-R “Diseño+Oficios”** de **SaberHacer** y la **Pontificia Universidad Católica de Chile**, es una línea de trabajo e intervención territorial en la comuna de Peñalolén, que tiene como objetivo poner en valor los oficios, el diseño y manufactura local como un foco de desarrollo territorial, transformando la manufactura en una industria creativa con fuerte énfasis en innovación, a través de la implementación de una plataforma abierta, colaborativa y comunitaria. Para el caso del proyecto desarrollado durante los años 2016 y 2017, se ha identificado el sector textil, los distintos productores y artesanos locales

como un nicho relevante de trabajo para el cumplimiento de dicho objetivo.

Con el fin de comprender el contexto local y global en el cual se sitúa el programa D+O, así como también entender en profundidad a los beneficiarios participantes, se proyectó la realización de una serie de estudios como fase de diagnóstico de este proyecto:

- 01.** Estudio de línea base y datos de la industria.
- 02.** Etnografía del productor textil de Peñalolén, oficio y territorio.
- 03.** Tendencias.



Diagnóstico de línea base

1.1

El diagnóstico de línea base realizado para "Diseño+Oficios", se sustenta en la falta de datos locales para sectores productivos tales como el de confección textil -probablemente debido a la falta de instituciones y asociaciones ad hoc que se hagan cargo de estos datos-, y más aún en territorios específicos. La información previamente relevada en la comuna de Peñalolén muestra que la capacidad productiva local -y específicamente la relacionada a oficios y manufactura- se encuentra dispersa y desarticulada en el territorio, dato que es coherente a la brecha estructural de la medida 2.2 y la medida 5.1 de la estrategia de innovación regional, que hace mención a la escasez de redes de colaboración entre empresas, escasa transversalidad y baja cultura de innovación.

Dado el contexto actual, donde la matriz productiva del país se ha centrado principalmente hacia una estrategia de desarrollo orientada a la producción y exportación de recursos naturales (Gobierno de Chile, 2014) y la sistemática reducción de la industria manufacturera del país a partir de las políticas definidas a finales de los años setenta, los emprendedores con un oficio vinculado a la manufactura (confeccionistas, tejedoras, talabarteros, zapateros, etc) participan del mercado en condiciones adversas, con pocos gremios o asociaciones en los que apoyarse, inexistentes estructuras educativas en lo que se refiere a educación técnica y oficios de su rubro, bajo acceso a mejor tecnología para el desarrollo de su quehacer, fuerte estacionalidad del trabajo y un individualismo crónico que no les permite generar nuevas redes entre productores y demandantes de producción.

Esto evidencia la necesidad de elaborar estudios que permitan comprender a grandes rasgos a un grupo productivo, con características particulares, en un estado previo a la intervención del proyecto y de esta manera permitir una evaluación del impacto del proyecto a mediano y largo plazo.

23

Determinación del ámbito de estudio

En este informe se determinan como ámbito de estudio aquellas personas residentes de la comuna de Peñalolén que tengan alguna relación directa con el área textil. La idea central es conocer y describir el desarrollo del oficio en la comuna. En este sentido, aquellos oficios relacionados con el ámbito textil como costureras, modistas, tejedoras, bordadoras, sastres u otros, son de vital importancia para el estudio en tanto mantienen vivo el oficio en la vida cotidiana.

Objetivos del estudio

OBJETIVO GENERAL

- + Analizar la situación inicial de posibles beneficiarios del proyecto Diseño + Oficios considerando como variables la caracterización sociodemográfica de los residentes ligados con el ámbito textil de la comuna de Peñalolén, la descripción del oficio textil, la caracterización del proceso productivo de los materiales y maquinarias y la venta de productos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- + Caracterizar socio-demográficamente el oficio textil de Peñalolén a partir de la identificación del lugar de residencia, nivel educacional, género y participación previa en talleres de aquellas personas ligadas al oficio en la comuna.
- + Describir el oficio textil en la comuna de Peñalolén a partir de la identificación de su relevancia para la economía familiar¹.
- + Identificar la maquinaria disponible, los materiales utilizados, el lugar de compra de materiales de las personas vinculadas con el ámbito textil de la comuna de Peñalolén.
- + Describir el proceso de venta de los productos de las personas ligadas al oficio textil en la comuna de Peñalolén.

1. Ver cuadro de indicadores en metodología

Metodología

¿QUÉ ES UNA LÍNEA BASE?

La línea base presenta información indispensable para el avance de una investigación e intervención, ya que posibilita la toma de decisiones. Este tipo de estudios implica un conjunto de indicadores, los cuales se clasifican entre estructurales y coyunturales y a la vez, estos son ordenados en función de su importancia: claves y secundarios. La información general se obtiene de los indicadores claves, mientras que los indicadores secundarios complementan de forma puntual la información general (Departamento Administrativo Nacional de estadística, 2004).

Un estudio de línea base se define según David Medianero Burgá (2011) como:

“El Estudio de Línea de Base es una investigación aplicada, realizada con la finalidad de describir la situación inicial de la población objetivo de un proyecto, así como del contexto pertinente, a los efectos de que esta información pueda compararse con mediciones posteriores y de esta manera evaluar objetivamente la magnitud de los cambios logrados en virtud de la implementación de un proyecto” (Medianero, 2011; Pág 61)

Por lo tanto, se realiza el estudio para dar cuenta del contexto en el cual se enmarca el proyecto, en este caso, los encuestados que viven y desarrollan un oficio textil en la comuna de Peñalolén, para de esta manera contar con datos que logren generar información que con el tiempo será contrastada en diversas hipótesis, y también para evaluar cambios que surgieron durante la aplicación del proyecto.

Para realizar un estudio de línea base se debe tener en cuenta tres grandes áreas o dimensiones que deben ser desarrolladas. Primero, la determinación del marco muestral; segundo, la construcción de variables e indicadores; y por último, la creación de una base de datos que proporcione un detallado análisis que dé cuenta sobre la situación inicial antes de implementar el proyecto.

SELECCIÓN DE VARIABLES E INDICADORES DEL ESTUDIO

Para construir la línea base del oficio textil de Peñalolén y dar cuenta con el objetivo general que ésta se propone, se seleccionaron las siguientes variables e indicadores:

VARIABLES E INDICADORES

Caracterización socio-demográfica	<ul style="list-style-type: none"> a) Sector de la comuna en el cual vive. b) Oficio que realiza en el área textil. c) Edad. d) Nivel educacional. e) Género. f) Participación en capacitaciones impartidas por la Municipalidad de Peñalolén.
Descripción del oficio	<ul style="list-style-type: none"> a) Ocupación principal. b) Sostenedor principal de su hogar. c) Asociatividad. d) Inicio de actividades en el SII. e) Años que se dedica al oficio. f) Trabajos que realiza.
Venta de productos	<ul style="list-style-type: none"> a) Cómo vende su producto. b) Clientes. c) Frecuencia de la venta. d) Lugares de venta del producto.

TABLA 1
Variables e indicadores de línea base

DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL

En el caso de la determinación del marco muestral, se realizó un consolidado de las bases de datos que fueron enviadas por diversos organismos, tales como la I. Municipalidad de Peñalolén, Fosis y Sercotec, los cuales proporcionaron datos específicos referentes al área textil y a los posibles encuestados que se dedican a este oficio en la comuna de Peñalolén. Esto arrojó los siguientes números para determinar el marco muestral:

Datos válidos:	600
Nivel de confianza:	94%
Margen de error:	6%
Muestra:	175

TABLA 2
Marco muestral de línea base

Con respecto a la muestra, ésta es de tipo probabilístico, ya que todos tienen la misma posibilidad de ser encuestados. Se realizó el procedimiento de muestreo aleatorio simple dentro de la base de datos, ya que de esta manera se asegura que la información proporcionada corresponde a cada uno de los habitantes de la comuna de Peñalolén.

REALIZACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO Y CONSTRUCCIÓN DE BASE DE DATOS

El trabajo en terreno se realizó entre los meses de Junio y Julio de 2016, en el cual se encuestó a un total de 175 personas que se dedicaban a este oficio en la comuna de Peñalolén. Realizada esta tarea, se procedió a crear la base de datos con la información proporcionada en la encuesta. Dentro de las dificultades encontradas en la ejecución del campo, está el hecho de que las bases de datos no estaban actualizadas, lo cual dificultó el trabajo de encuestar a personas que estuviesen dentro del objetivo propuesto por la línea base.

Con el fin de contextualizar los datos recabados por el estudio de línea base, se presentan a continuación datos referentes a exportaciones e importaciones de la industria textil en Chile, así como también el rol de ProChile en este tipo de industria.

Contexto de la industria textil

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES EN LA INDUSTRIA TEXTIL

27

En torno a este ítem, se puede apreciar que según la CIUU² en datos proporcionados por el Banco Central de Chile, la industria textil, prendas de vestir y cuero en el año 2015 representa un total de US\$561 millones, y en lo que corre del año 2016 suman US\$278. Mientras que para el tema de las importaciones, es decir, los bienes que se adquieren de otros países, se observa una diferencia bastante grande. Para el año 2015 se importaron US\$4.518 millones, y para el año 2016 se han importado US\$1.959 millones (Rubio Basarrate, 2013).

Las diferencias producidas actualmente en la balanza comercial del país, reflejan el desigual panorama que está atravesando Chile en materia de producción e importación de bienes relacionados al área textil. Se puede hablar de un "déficit comercial" de aproximadamente US\$3.957 millones para el año 2015. Esta situación se viene arrastrando desde hace varios años, en el periodo 2010 - 2012 también se ha producido un descenso en el nivel de exportaciones, tanto de textil hombre como de textil mujer (Rubio Basarrate, 2013).

2. La clasificación de la industria en general, incluyendo el ámbito textil, se puede realizar y categorizar a través de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Esta clasificación fue establecida por Naciones Unidas con el fin de poder contar con un sistema internacional que agrupe de manera sistemática las actividades industriales que se realizan dentro de un territorio determinado

Con respecto a las empresas que tienen participación en el mercado internacional, en el ámbito del textil hombre está Tom James que pertenece a Crossville, y Caffarena, agrupando un 38% del total de las exportaciones; los principales países de destino son Perú con un 26% y USA con un 24%.

En el tema de las importaciones para el sector de textil hombre, China es el principal proveedor obteniendo más del 40% del mercado, y su más cercano perseguidor es Perú con menos de un 1% entre los años 2010-2012 (Rubio Basarrete, 2013). A continuación se muestra un gráfico de las importaciones a nivel textil masculinas:

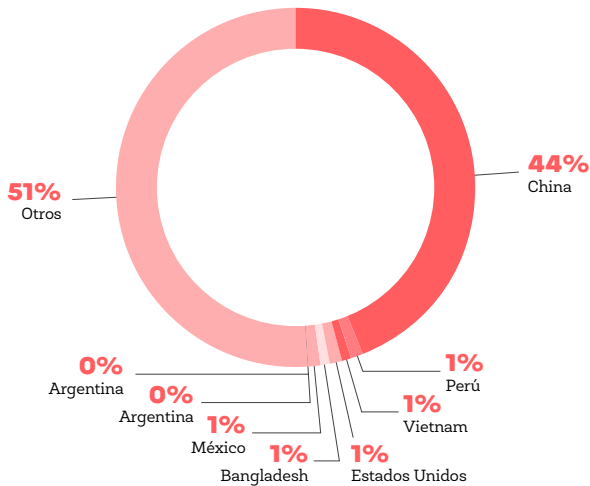


FIGURA 1
País de origen de las importaciones textil hombre en 2012. Extraído de "Estudio de mercado de la confección textil y calzado en Chile", p. 19, por Rubio Basarrete, E. 2013.

Las empresas que lideran el ranking de importaciones de textil hombre, son todas empresas relacionadas con el mundo del Retail. Entre Falabella, Cencosud, La Polar, y Ripley, obtienen casi un 60% del total de las importaciones que se realizaron el año 2012, y el total en dólares fue de 425.971.684 millones³.

En textil mujer la presencia de China en las importaciones es realmente significativa, ya que cuenta con un 85% en promedio entre los años 210-2012, y es seguido por India, Perú, EE.UU, y Argentina, todos con una participación en promedio del 1%.

3. ICEX: El mercado de la confección textil y calzado en Chile; pág.21

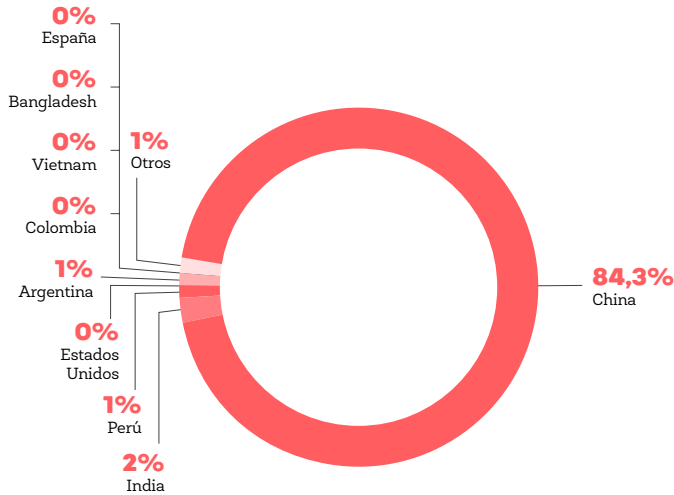


FIGURA 2
País de origen de las importaciones textil hombre en 2012. Extraído de "Estudio de mercado de la confección textil y calzado en Chile", p. 25, por Rubio Basarrete, E. 2013.

Al igual que en el caso de los hombres, en materia de importaciones, China se alza como el gran ganador en el sector de mujeres recabando un total de US\$1.184.198.945 millones. Las empresas que mayor participación tienen son las mismas que en los hombres, representadas por Falabella, Ripley, Paris, y La Polar.

29

Por lo tanto, se puede apreciar que en el tema de Exportaciones e Importaciones, China es nuestro principal proveedor de productos textiles tanto para hombre como mujeres, y que en el mercado Chileno son 4 grandes empresas las que coaptan esos bienes para su comercialización.

PROCHILE

Otro de los espacios que se dedican a poder comercializar y realizar alianzas para la venta de productos chilenos en el extranjero es ProChile, institución que nace al alero del ministerio de relaciones exteriores, la cual tiene entre sus objetivos poder dar promoción a los bienes y/o servicios que sean exportables, junto con difundir la inversión extranjera en el país y el fomento al turismo.

Lo importante de esta institución es que aporta los conocimientos y experiencias para que empresas que deseen exportar o tengan un potencial exportador; para lograr este objetivo se crean alianzas estratégicas entre el sector privado y las instituciones públicas de manera que se logren dar a conocer las marcas chilenas en el exterior.

Se cuenta con una red de 15 directores regionales, lo que busca asegurar que en todas las regiones del país se pueda acceder a la información necesaria para poder exportar, en donde se encuentran profesionales que dan orientación para empezar el proceso de exportación.

¿Por qué es importante ProChile en el ámbito textil? Esto lo explica Lilian Rodríguez, quien es la representante de la oficina comercial en Los Ángeles, USA: “Es la ciudad por excelencia de las artes visuales, donde conviven diseñadores, modelos, fotógrafos, estilistas y editores de las revistas más importantes de moda mundial” (ProChile, 2015)

Debido a esta mixtura de disciplinas, en donde se conjugan los diseñadores, la moda, y el estilo, se vuelve una ciudad interesante para poder exportar textiles chilenos de alta calidad y entrar en un mercado con altas exigencias, ya que la ciudad de Los Ángeles representa un 28% del mercado mundial de la industria de la moda, vende más de US\$225 mil millones, y un 40% de las ventas del retail son de textiles importados; lo que produce que sea un referente a la hora de mirar nuevas colecciones y dar pautas sobre cómo se comporta el mercado del textil a nivel internacional.

Otra de las oficinas comerciales de ProChile está en Ciudad de México, y es su representante Martha Márquez también nos da luces sobre industrias que están siendo fortalecidas y apoyadas para colocar sus productos y servicios en México, y una de ella es la industria de la Moda, la cual está íntimamente ligada a la industria textil; lo que posibilita en un futuro cercano realizar proyectos o iniciativas que tengan entre sus planes estratégicos el poder exportar a otros mercados y obtener una valoración internacional de sus productos.

Un tema recurrente es la industria de la moda, ya que desde ella se crean tendencias, se dictan patrones que luego se siguen a nivel mundial y nacional con respecto a la vestimenta. En Chile esta industria exportó más de US\$ 142 millones el año 2014, según datos entregados por el servicio nacional de aduanas, este dato representó un aumento de 8% con respecto al 2013, y los países en donde se exportó más fueron Perú, USA, China, Argentina, Italia, Reino Unido, México y Colombia.

Análisis de datos

En el apartado anterior se dio cuenta del contexto donde se inserta el oficio textil en Chile. Queda claro que los grandes números de la industria textil están asociados a importaciones y grandes cadenas de retail. Dado este escenario, resulta importante caracterizar aquel oficio que no sale en grandes cifras, pero tiene un impacto territorial importante. Por lo tanto, teniendo en cuenta los datos recabados por las encuestas realizadas en terreno en la comuna de Peñalolén, podemos destacar los siguientes puntos:

CARACTERIZACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA

En torno a la caracterización socio-demográfica, desde el punto de vista del indicador de género los encuestados en su mayoría son mujeres con un 94% de la muestra y los hombres representan el 6% restante.

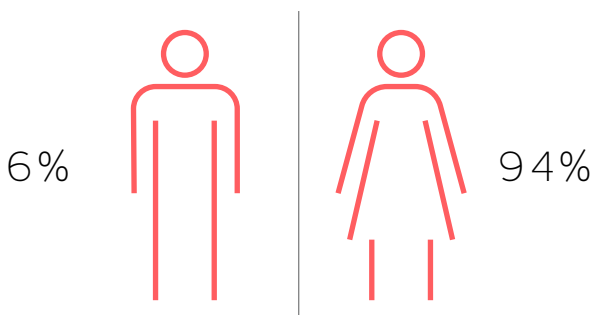
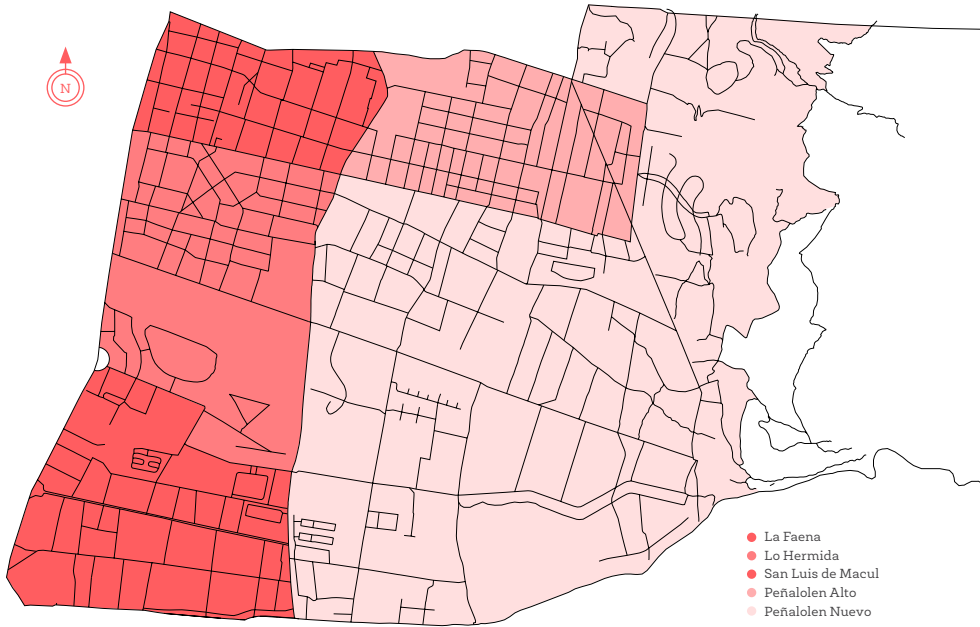


FIGURA 3
Caracterización demográfica.
Elaboración propia.

FIGURA 4
Mapa de la comuna de Peñalolén. Proportionado por la Ilustre Municipalidad de Peñalolén.

Desde el punto de vista del lugar de residencia un 41% de las personas encuestadas vive en la zona de Peñalolén Alto, un 20% en Lo Hermida, 19% en San Luis de Macul, un 15% en la Faena, 1% en Peñalolén nuevo y un 5% no sabe.



32

Respecto al trabajo que se realiza en el ámbito textil, un 60% corresponde a Costureras, un 33% se declara Tejedora, y un 13% como modista al igual que bordadora.

¿QUE OFICIO REALIZA DENTRO DE ESTE ÁMBITO?

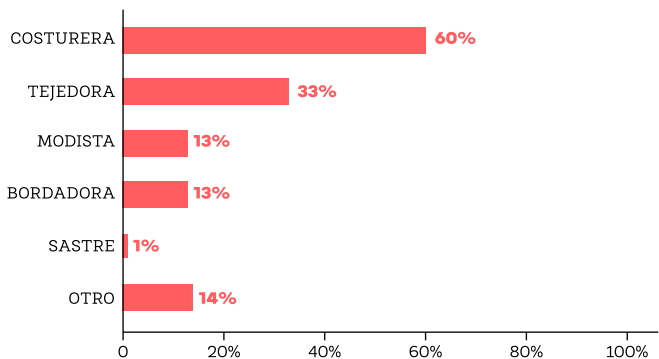


FIGURA 5
Oficios realizados dentro del ámbito textil. Elaboración propia.

Otro aspecto importante en la caracterización socio-demográfica es la participación previa en talleres de capacitación impartidos por la municipalidad, a lo que un 45% respondió haber participado en instancias de capacitación proporcionadas por dicha institución.

¿HA PARTICIPADO DE ALGÚN TALLER DE CAPACITACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD?

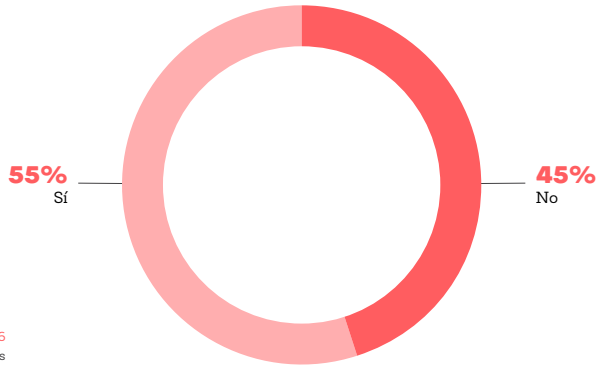


FIGURA 6
Participación en talleres de capacitación de la Municipalidad de Peñalolén.
Elaboración propia

En relación a los rangos etarios presentes en la muestra, destaca un 74% de los encuestados quienes tienen entre 41 y más de 60 años.

33

EDAD DE LOS ENCUESTADOS

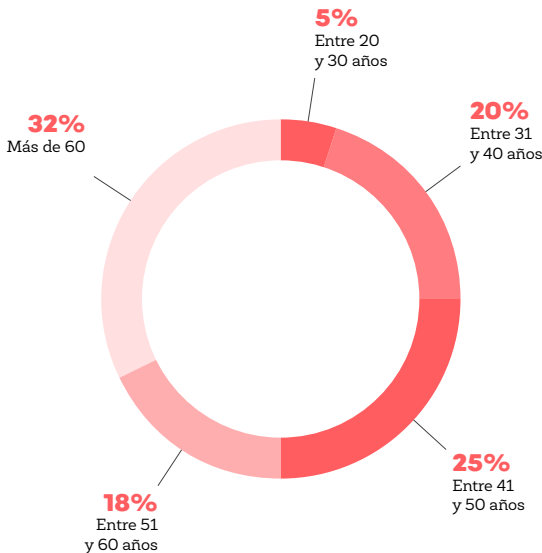


FIGURA 7
Edad de los encuestados.
Elaboración propia.

Por otra parte, un 37% tiene educación media completa, un 17% media incompleta, y universitaria incompleta o técnica completa con un 15%, tan solo un 5% tiene educación universitaria completa.

NIVEL EDUCACIONAL

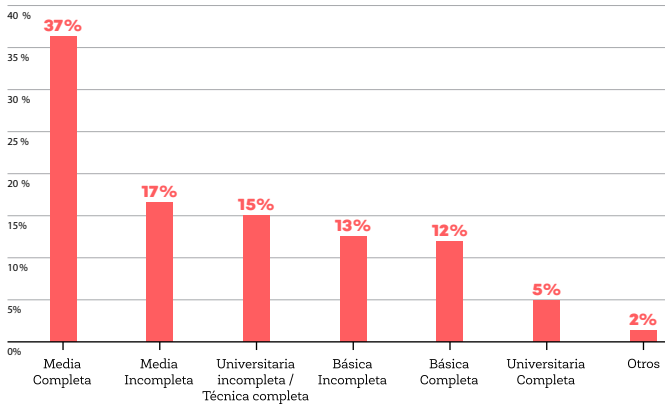


FIGURA 8
Nivel educacional de los encuestados. Elaboración propia.

Con respecto al oficio y el trabajo que se realiza, un 75% lo califica al trabajo textil como su ocupación principal; mientras que un 46% afirma que es el sostenedor principal de su hogar.

¿ES ESTA SU OCUPACIÓN PRINCIPAL?

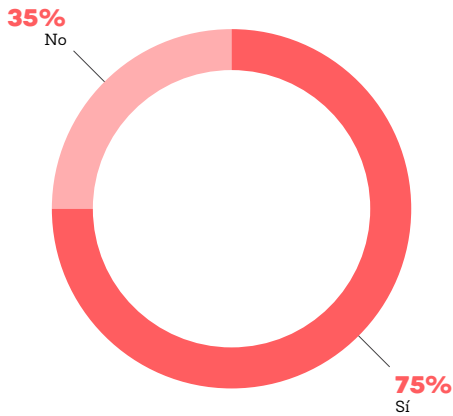


FIGURA 9
Porcentaje de ocupación principal. Elaboración propia.

¿ES USTED SOSTENDOR(A) PRINCIPAL DE SU HOGAR?

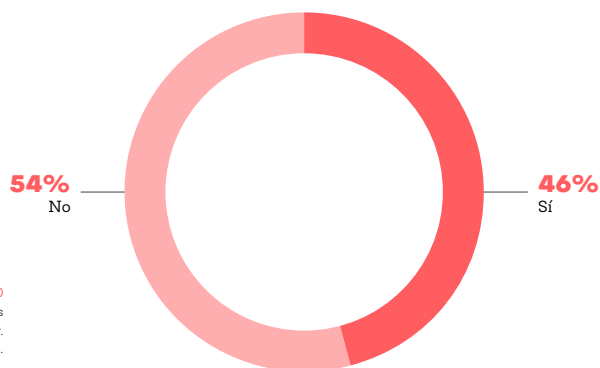


FIGURA 10
Porcentaje de encuestados
sostenedores de hogar.
Elaboración propia.

Según datos de la AIM⁴ (2012) sobre los grupos Socioeconómicos del año 2012, el 67% de los hombres son el sostenedor principal de su hogar, mientras que el 33% son mujeres; y según el CENSO y la Encuesta CASEN, se puede argumentar que existe una relación casi lineal entre disminución del estatus socioeconómico y proporción de hogares con una mujer sostenedora del hogar.

35

En base a la información presentada anteriormente, se puede levantar la siguiente hipótesis de trabajo, el público que se atenderá en este programa serán mujeres que presentan varios índices de vulnerabilidad asociados a las variables de nivel de educación, género, y ser la principal sostenedora del hogar. Esta temática está siendo investigada por ciertos organismos como la OIT (Organización Internacional del Trabajo), pero en Chile los estudios de este ámbito aún son escasos. Esta temática representa desafíos en varios niveles, desde políticas públicas, programas tanto a nivel internacional, como nacional, y también en áreas donde se aborda la discusión respecto del fomento de la capacidad productiva de las mujeres en el mercado laboral y sobre todo las que son jefas o sostenedoras principales de sus familias.

Respecto a estas problemáticas la ONU, en su objetivo número 8 para un desarrollo sostenible, establece: "Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos" (ONU, 2016), para lo cual se deben desarrollar determinados objetivos, dentro de los cuales se establece el apoyo directo a mujeres para que de esa manera se logren superar las brechas que existen en el ámbito laboral y económico

4. AIM (2012): Asociación de Investigadores de Mercado

con los hombres. A nivel nacional el SERNAM (Servicio Nacional de La Mujer) cuenta con un programa especial dedicado a mujeres trabajadoras y jefas de hogar, el cual define como objetivo principal:

“Contribuir a la inserción y permanencia en el mercado del trabajo remunerado, de las mujeres jefas de hogar, a través del desarrollo de capacidades, habilidades y competencias que mejoren sus condiciones de empleabilidad, junto a la promoción de procesos de intermediación laboral a nivel local, que sean pertinentes y participativos” (SERNAM, 2016)

A nivel nacional, el Ministerio del Trabajo y Previsión Social, cuenta con el “Programa de formación en oficios más capaz”, el cual busca dar facilidades para el acceso al mercado laboral a mujeres y jóvenes, asegurando su permanencia en este sector. Esto está en directa relación con la agenda de Género y Trabajo del Gobierno de Chile, y el programa de certificación de competencias laborales, desarrollado por dicho ministerio. Por lo tanto, se puede argumentar que en estos programas nacionales e internacionales, buscan crear redes de capacitación en diversas áreas, dentro de las cuales se encuentran los oficios productivos desarrollados por mujeres jefas de hogar.

Una variable que se debe analizar es la Asociatividad con la que se trabaja en este rubro en específico, ya que se puede apreciar que los encuestados trabajan en su mayoría solos con un 74%, un 15% trabaja con una persona más, 9% trabaja con entre 2 a 5 personas, y solo un 2% trabaja con más de 5 personas. Esto se relaciona con el carácter solitario del oficio textil a domicilio, que se realiza históricamente en la misma vivienda de la persona, la cual es acondicionada para que sirva como espacio de trabajo.

¿CON CUÁNTAS PERSONAS TRABAJA ACTUALMENTE EN CORTE Y CONFECCIÓN?

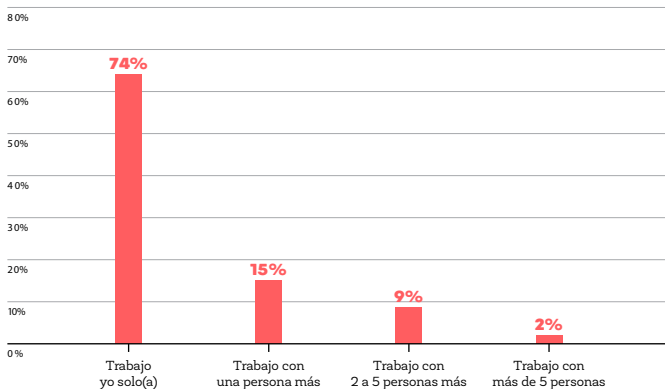


FIGURA 11
Personas con las que trabaja en corte y confección.
Elaboración propia.

También se consultó si cuentan con iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos, respecto a este ámbito podemos destacar que sólo un 24% tiene inicio de actividades.

¿TIENE INICIACIÓN DE ACTIVIDADES EN SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS?

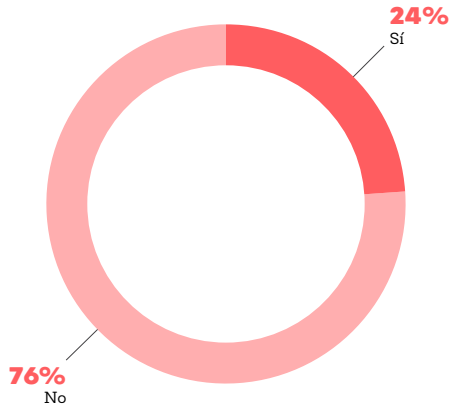


FIGURA 12
Porcentaje de personas con iniciación de actividades.
Elaboración propia.

En este punto, se puede proponer la siguiente hipótesis de trabajo relacionada con el sector informal de la economía⁵. Por un lado, se considera que existe una relación directa entre la informalidad y el hecho de no estar registrado o formalizado, como en este caso de los encuestados de Peñalolén que no cuentan con iniciación en el SII; el segundo criterio es, considerar al sector informal desde su particularidad en términos de funcionamiento y producción, o sea con sus propias lógicas y dinámicas. En este sentido, se debe avanzar hacia una nueva definición del sector informal que de cuenta de su propia realidad (OIT, 2013).

Otra arista que aporta a la discusión, según datos aportados por Perticara y Celhay (2010) obtenidos de la encuesta CASEN (Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional) de los años 1998, 2000, 2003, 2006, es que "Las mayores tasas de informalidad se registran entre las mujeres, individuos de bajo nivel educativo, jóvenes y mayores a 65 años." (Perticara y Celhay, 2010; Pág 8)

Por lo tanto, se debe colocar especial énfasis en esta línea de trabajo en el futuro, ya que los datos arrojados por la línea base es que los posibles beneficiarios son mujeres, que presentan un nivel educacional medio bajo y con una edad igual o mayor a 40 años.

5. Es la OIT (Organización Internacional del Trabajo) quien define las condiciones del sector informal.

CARACTERIZACIÓN DEL OFICIO

La práctica del oficio textil se caracteriza por ser un aprendizaje autónomo o de herencia familiar, es algo que se aprende con los años y que se mantiene en el tiempo. Es por ello que, la pregunta de hace cuántos años se dedica a este oficio cobra importancia, un 45% se dedica entre 11 y más de 40 años, mientras que un 55% lo hace menos de 10 años, lo que nos indica que hay gente que tiene una amplia trayectoria en este oficio en la comuna de Peñalolén.

¿HACE CUÁNTOS AÑOS QUE USTED SE DEDICA A ESTE OFICIO?

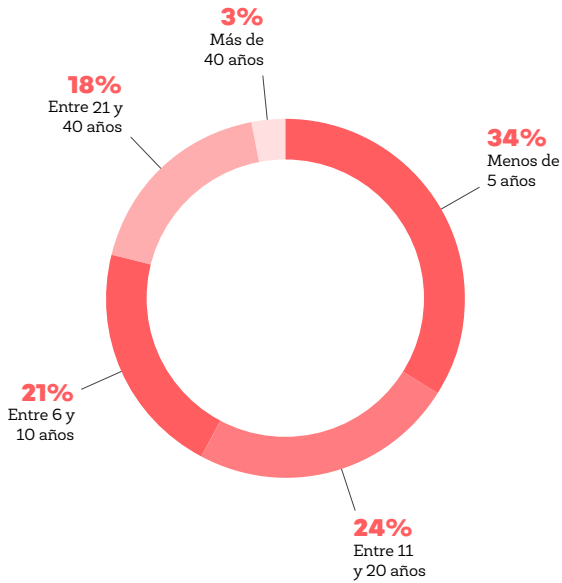


FIGURA 13
Años que ha dedicado al oficio. Elaboración propia.

Dentro de la diversidad que ofrece el área textil podemos encontrar en Peñalolén que, un 58% realiza actividades relacionadas con la ropa o moda vestuario directamente, un 38% arreglos de ropa, un 35% artículos para el hogar, un 23% Uniformes o delantales, y un 21% accesorios de moda.

¿QUÉ OFICIO REALIZA DENTRO DE ESTE ÁMBITO?

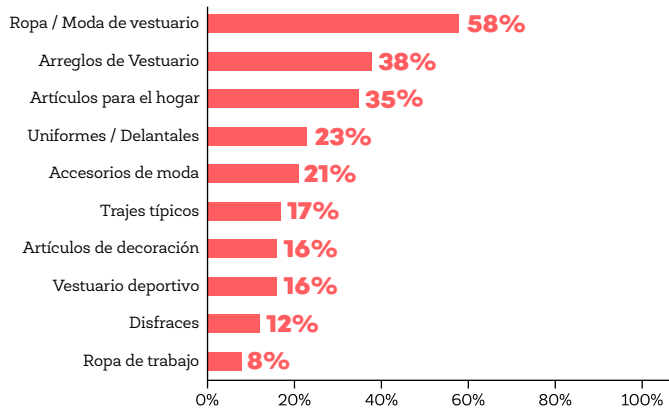


FIGURA 14
Oficio que realiza dentro del ámbito textil.
Elaboración propia.

MÁQUINAS Y MATERIALES

Para la realización de este oficio se requieren máquinas y materiales, los cuales facilitan los procesos creativos y de manufactura. Respecto a este punto, un 47% posee máquina de coser recta casera y un 29% recta industrial, mientras que un 28% tiene máquina de coser Overlock casera y un 22% Overlock industrial, muy pocos cuentan con una Colleterera industrial (5%) y tan solo un 2% tiene Colleterera casera.

39

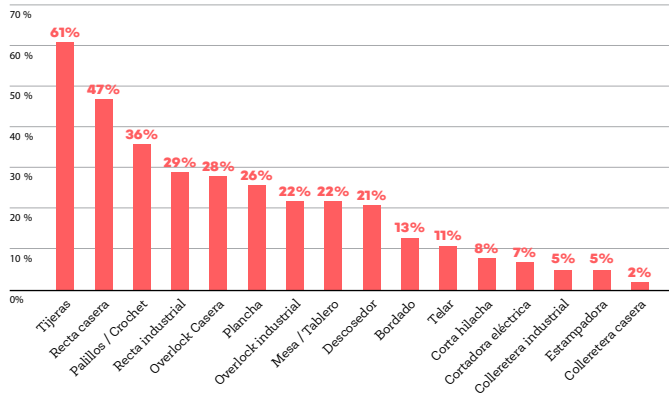
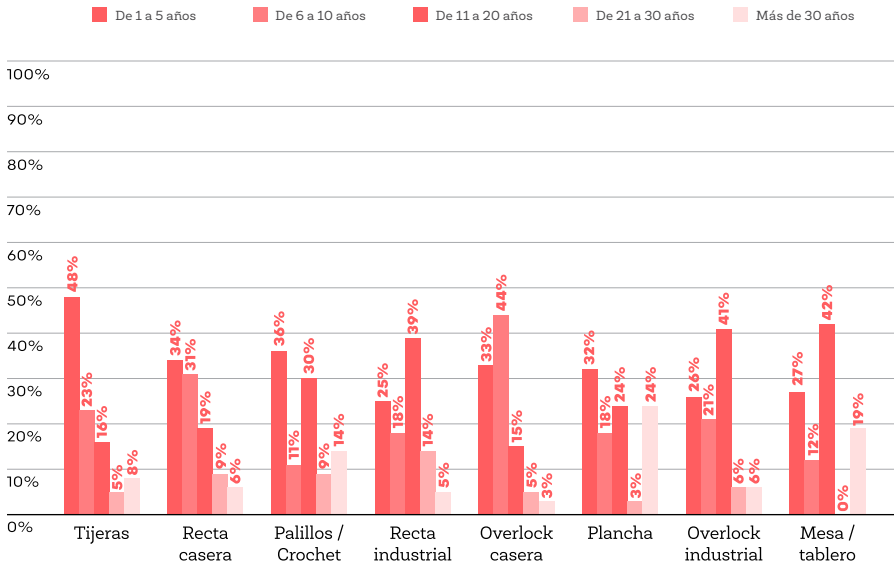


FIGURA 15
Máquinas, herramientas e insumos para el trabajo.
Elaboración propia.

Otro aspecto importante a conocer es, hace cuántos años tienen o poseen esas máquinas para realizar sus trabajos, un 34% tiene máquina recta casera entre 1 y 5 años, frente a los que tienen máquina recta industrial con un 39% que la tienen entre 11 y 20 años.

¿HACE CUÁNTOS AÑOS TIENE ESAS MÁQUINAS?



40

FIGURA 16
Años que posee sus máquinas.
Elaboración propia.

Los materiales usados para la realización del trabajo son en su mayoría adquiridos en Independencia, ya que es un sector que históricamente ha sido significativo para el rubro. En dicho lugar se encuentran casi todos los productos o materiales necesarios para realizar su trabajo y los cuales son comprados realizando un solo viaje a ese lugar. Un 47% compra la tela por metro en este lugar, al igual que el hilo con un 43%, y las agujas con un 32%. Otros lugares de compras de insumos son Rosas, en donde un 17% compra Agujas, y un 15% el Hilo. En la Feria un 13% compra Lana, y un 10% compra el hilo también. Otros lugares en donde se compran insumos, son fábricas especializadas en la venta de algún material y que la gente asiste directamente a ellas para realizar su compra.

VENTA DE PRODUCTO

Junto con lo anterior, el estudio de línea base también se propone caracterizar y analizar la venta del producto, es decir, a quién se vende, cómo se realiza la transacción económica, en qué lugar físico se distribuyen o comercializan los productos y cuál es la frecuencia temporal de venta.

En base a los dato recabados podemos establecer que, la venta se realiza a clientes individuales -personas naturales- en un 93%, los productos finales que se venden ya están completamente terminados (97%).

¿A QUIÉN LE VENDE SUS PRODUCTOS?

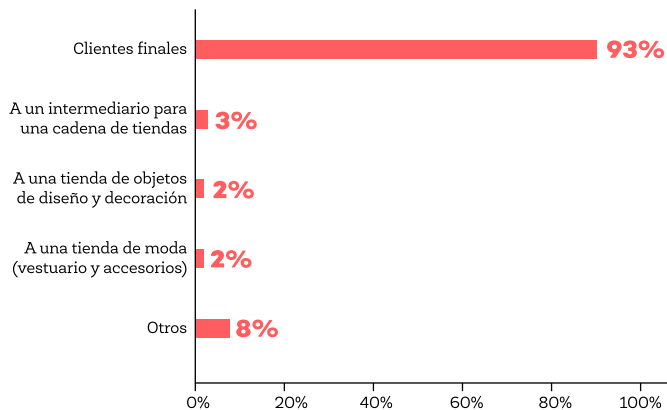


FIGURA 17
A quién le vende sus productos.
Elaboración propia.

¿CÓMO VENDE SUS PRODUCTOS?

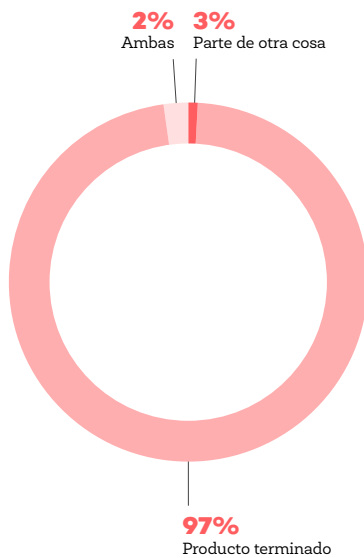


FIGURA 18
De qué forma vende sus productos.
Elaboración propia.

Con respecto al lugar físico de venta una gran mayoría lo hace en su propia casa (62%) y/o en la feria (50%).

¿DÓNDE VENDEN SUS PRODUCTOS?

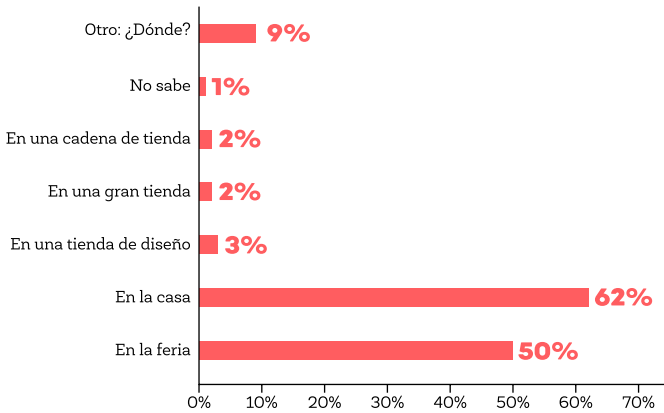


FIGURA 19
Lugar dónde vende sus productos.
Elaboración propia.

Respecto de la frecuencia de venta, los encuestados no poseen una frecuencia establecida (43%), y solo un 23% lo hace dos a tres veces a la semana. Esto se relaciona directamente con que la práctica del oficio que se realiza dentro del propio hogar, y por lo mismo la comercialización es dentro del ámbito familiar o local. La frecuencia de venta es variable, existen periodos de grandes demandas según dinámicas del mercado interno, tales como inicio de clases, fiestas patrias, entre otros. Esto se suma al debate sobre el sector informal el cual no cuenta con datos sobre sus ventas.

REFLEXIONES FINALES EN TORNO A LA CARACTERIZACIÓN DE LAS PRODUCTORAS DE PEÑALOLÉN

24% Inicio en el Sii

75% Ocupación principal

94% Mujeres

93% Cliente final

74% Trabaja sola

62% Vende en casa

97% Producto terminado

43% No tiene frecuencia

FIGURA 20
Síntesis de los
datos de línea base.
Elaboración propia.

43

Se puede apreciar que el oficio relacionado con el área textil de la comuna de Peñalolén está representado en su mayoría por mujeres, que tienen más de 40 años y realizan esta labor como su ocupación principal (75%). En su mayoría trabajan de manera independiente o solas, y no cuentan con iniciación de actividades en el SII, lo que se puede relacionar con una precariedad laboral.

Con respecto a la venta del producto, este se vende ya terminado, pero cuentan con una frecuencia establecida para poder venderlo. Los compradores principales son clientes individuales y se comercializan los productos desde el propio hogar del encuestado.

¿POR QUÉ REALIZAR UN ESTUDIO SOBRE EL OFICIO TEXTIL?

La medición del PIB, es una forma de observar la capacidad productiva y poder medir el crecimiento de un país. Esta estrategia ha sido utilizada comúnmente, tanto por economistas como por los propios organismos gubernamentales. Existen corrientes que han levantado nuevas alternativas con respecto a los alcances que tiene este tipo de medición.

Para graficar el punto anterior se coloca como ejemplo a Guinea Ecuatorial, país que entre 1995 y 2010 tuvo un aumento por año del PIB de 18,6%, el doble de lo que ha crecido China en las últimas dos décadas. ¿A qué se debe este fenómeno de crecimiento exponencial del país africano? La respuesta es clara, el descubrimiento de Petróleo en sus tierras, lo que hizo que su economía se disparará en pocos años; pero en este momento nos enfrentamos a una paradoja ¿Tiene Guinea Ecuatorial la maquinaria e industria para extraer el petróleo? La respuesta es No, nada en su economía nacional cambió sustancialmente, por lo que no cuentan con una industria local que logre extraer el petróleo, y son compañías extranjeras las que están a cargo de este rentable negocio; por lo que cuando se acabe el petróleo, Guinea volverá a ser como era antes.

44

Según el economista Ha-Joon Chang, el desarrollo económico de un país se debe medir cuando aumentan las habilidades productivas de los habitantes, lo cual produce que se organicen en emprendimientos innovadores. Éstos logran transformar el sistema productivo nacional y las industrias que conforman la totalidad de la economía del país.

En consecuencia, con el cambio del sistema productivo nacional, se debe tener en cuenta el tema de la educación, ya que según Chang es el conocimiento colectivo el que logra impulsar las transformaciones y no el conocimiento individual disperso. Uno de los ejemplos es U.S.A., ya que tiene compañías en donde las personas con doctorado o alguna educación universitaria específica, poseen un espacio donde desarrollarse y poder aplicar sus conocimientos; a su vez esas empresas están conectadas a medianos y pequeños productores, lo que completa una gran cadena productiva nacional. Por lo tanto:

“Esa compleja red de relaciones entre empresas, donde participa el Estado en diferentes proyectos, permite que el conocimiento productivo eche raíces en la sociedad... Los filipinos no organizaron su industria tecnológica, no internalizan la tecnología que producen y, en el momento en que esas empresas se vayan, los filipinos volverán a la agricultura” (CIPER, 2016)

Otro ejemplo de desarrollo económico es Corea del Sur, el cual al igual que Chile tuvo un periodo histórico de dictadura. En Chile con la influencia directa de la Escuela de Chicago, Pinochet entregó gran parte de las empresas a privados, algo muy distinto a lo que hizo el régimen de Park Chung-Hee, ya que no tuvo confianza en las empresas y las dinámicas de libre mercado. A diferencia del caso chileno, utilizó el aparato estatal con miras a crear industria en temas de química y electrónica, situación que en un comienzo resultaba impensada, ya que Corea del Sur no era un productor de esas materias y no tenía la experiencia para comenzar a realizar esas inversiones. La estrategia fue ofrecer directamente subsidios, construcción de la infraestructura necesaria para comenzar la industria, y rebajas arancelarias/tributarias. Todo esto no logró motivar a los inversionistas y fue en último término el Estado quien se hizo cargo de todos los costos asociados para de esta manera impulsar la industria nacional.

Para la economista Mariana Mazzucato, la tecnología que se ha ocupado en diversos inventos que se han masificado, como por ejemplo, los iPod, no es consecuencia de una investigación privada, sino más bien de las investigaciones realizadas por U.S.A en torno a su industria bélica y la exploración espacial. Luego con las intervenciones de otras compañías y la introducción del diseño, se transforma en un producto global (CIPER, 2016).

Para el economista Ricardo Hausmann, se invierte muy poco en investigación y desarrollo. Corea del Sur realiza una inversión de 3% del PGB, mientras que Chile solo un 0,4%. Esto se traduce en que Corea el gran gasto lo hacen las empresas, mientras que en Chile solo participan con un 30%, por lo que lograr un salto tecnológico avanzado y que llegue a todos los actores, se vuelve mucho más complejo en este tipo de escenario (Comisión Nacional de Productividad, 2016).

Por lo tanto, las críticas que se le realizan al crecimiento económico mirando solo la perspectiva del PIB, van apuntadas a poder generar una industria nacional capacitada que logre generar crecimiento económico transversal, en el cual estén presentes el Estado, la innovación tecnológica, los lineamientos estratégicos, la actuación de las empresas privadas en conjunto con medianas y pequeñas empresas. Al producir toda esta sinergia entre todos los actores de un país se puede establecer nuevas líneas productivas e incrementar el desarrollo económico de manera eficiente para un amplio sector de la sociedad.

INSTITUCIONES Y LINEAMIENTOS

En las iniciativas que toma el Estado para poder comprender este fenómeno, se encuentra la que realizó el Consejo Nacional de la Cultura (CNCA) con el Mapeo de Industrias Creativas. En este documento, se pone en valor las diversas expresiones que se agrupan bajo la definición de Industrias Creativas. Éstas son las siguientes:

01. Artesanía	07. Editorial
02. Artes Visuales	08. Música
03. Fotografía	09. Audiovisual
04. Teatro	10. Arquitectura
05. Danza	11. Diseño
06. Artes Circenses	12. Medios Informáticos

TABLA 3
Definición de
Industrias Creativas.
Elaboración propia.

El diagnóstico que realiza el CNCA es pertinente a la situación actual del país con respecto a estas nuevas industrias:

“Influenciado de manera importante por un contexto económico global que poco a poco ha identificado que la explotación del capital cultural, intelectual, creativo e innovador de los territorios se transforma en una estrategia de desarrollo eficiente, el escenario actual que enmarca y sostiene a la actividad creativa de Chile pasa por una etapa intermedia de estructuración en el camino necesario a seguir para su consolidación.” (CNCA, 2014; Pág 29)

En este diagnóstico se observan las diferentes clasificaciones de las industrias implicadas en este proceso, de ellas se tienen diversos grados de información o datos que demuestran su aporte tanto a la economía nacional, como el desarrollo de identidades locales, el apoyo a la innovación entre otros aspectos relevantes. Es por ello que resulta relevante la referencia al autor David Throsby, el cual crea un modelo concéntrico para distinguir las industrias según su capacidad económica y el valor simbólico que aportan también.

Junto con CNCA, son varios los esfuerzos a nivel internacional que buscan visibilizar el aporte que tienen las industrias creativas en el desarrollo económico de las naciones; lo cual va en conjunto con el paso de una economía basada solo en bienes, a una que también se concentra en la creación, difusión y exportación de una economía basada en servicios creativos. Y es en esta línea que los gobiernos deciden invertir recursos en innovación, tecnología, y proyectos que estén bajo la línea de las industrias, ya que consideran importante dar impulsos a este sector que trae beneficios directos e indirectos en varios aspectos del país.

Con respecto a los empleos que genera este sector, y tomando en cuenta los datos entregados por la encuesta CASEN, el sector creativo genera un total de 409.406 empleos, y una gran parte de ellos son en artesanos, joyeros, diseñadores y operadores de apoyo al diseño. Para completar esa caracterización, en el área de artesanía que está ligada con el ámbito textil, tan solo un 2% se declara como patrón o empleador, un 29% es empleado, y un 69% es trabajador por cuenta propia. Dentro de estos últimos trabajadores por cuenta propia, tan solo un 22% declara tener boleta de servicio, venta o factura. En relación al comercio exterior, se exportaron US\$38 millones en insumos para la creación de artesanías, y unos US\$29 millones en productos ya terminados; mientras que en temas de importación en artesanía, en insumos para la creación, asciende a US\$25 millones y US\$92 millones en productos ya terminados.

En tanto para el área de diseño se presentan datos históricos, los cuales tienen relación con las primeras escuelas de artes y oficios que, con el transcurrir del tiempo, se convirtieron en universidades. Esta evolución nos hace apreciar la relación directa que desde su inicio el diseño ha tenido con el tema de los oficios. Recién en la década de los sesenta se comienza con la creación formal de las escuelas de diseño, tanto por la Universidad Católica, como la Universidad de Chile.

En relación al empleo en el área del diseño, se caracteriza por ser un empleo de cuenta propia, mientras que los que tienen un empleo dependiente, están en condiciones parecidas que a las demás industrias creativas. En los últimos años se puede apreciar que han tenido un crecimiento tanto en empresas de diseño como en venta de artículos o servicios relacionados con la profesión. Y junto con este auge sostenido, otra cualidad que está en potencia y se destaca en el área del diseño es la gran capacidad de poder trabajar con otras profesiones, artes u oficios, ya que el diseño se observa como una disciplina transversal.

Teniendo en cuenta esta gran potencialidad y ventajas que tiene el diseño como disciplina, junto con observar los ejemplos internacionales en donde se ha logrado un desarrollo mayor en el área, que fue posible gracias a la colaboración entre actores públicos y privados del sector. Avances que se materializan en programas públicos, centros de formación continua, investigación en nuevas formas de solucionar problemas con el diseño y/o agregar el diseño a la cadena de valor de productos o pequeñas y medianas empresas, formando de esta manera redes de Asociatividad. Esto debería ser una hoja de ruta y la dirección que debe seguir Chile para seguir promoviendo instancias en donde se potencia la innovación, y ejecución de proyectos, con el diseño como área potenciadora y a la vez articuladora de valor respecto a la manufactura y oficios locales.

Si bien, la disciplina cuenta con varias características favorables en su quehacer, también hay dificultades que tiene que afrontar y se observan como desafíos para el presente y futuro cercano. Dentro de los desafíos está que, la mayor parte de las empresas de sector, tiene una baja profesionalización en torno a la gestión de un negocio o de dirigir su propio negocio:

“Los emprendimientos (diseño de autor) encuentran serios problemas para la comercialización de su producción, dada su falta de competencias específicas para ello, el desconocimiento y escasa experiencia. Otros problemas para su desarrollo se vinculan con una economía basada en el crédito, la economía de escala y la fuerte competencia que representa el retail.”
(Maapeo de Industrias Creativas CNCA, 2014; Pág 233)

A lo anterior, también se debe sumar el tema de la comercialización. Los productos se venden en tiendas propias, tiendas de boutique o especializadas en el rubro, colectivos, o vendiendo una producción específica a grandes tiendas. Este punto se debe seguir estudiando y abre posibles líneas de investigación para buscar nichos y nuevas formas de vender los productos que se fabrican.

Dentro de la misma línea, el Mapeo no logra dar respuesta de datos sobre el consumo final de objetos o productos de diseño, lo cual muestra una falencia desde el sector para poder medir de manera fidedigna las ventas de productos, o ferias en donde se comercializan estos mismos. El hecho de no tener datos presenta una gran oportunidad para poder levantar encuestas, líneas bases, o catastro, que logren dar una caracterización económica del área del diseño.

¿QUÉ PODEMOS REFLEXIONAR SOBRE LA PRÁCTICA DEL OFICIO TEXTIL EN PEÑALOLÉN?

Se puede apreciar que el oficio relacionado con el área textil de la comuna de Peñalolén, está representado en su mayoría por mujeres adultas, quienes tienen entre 41 y 60 años, realizando esta labor como su ocupación principal. Esto nos enfrenta a un tipo de beneficiarios que se caracteriza por una adultez avanzada, lo cual puede implicar problemas de desplazamiento, salud u otros. Esto cobra relevancia en la medida que, el trabajo que se realiza requiere posturas y actividades que pueden comprometer la salud articular o muscular de quienes practican el oficio, por malas posturas, uso de máquinas o utensilios. Por otra parte, al realizar talleres de perfeccionamiento a los beneficiarios, se debe tener en cuenta su nivel educacional, de tal forma que el lenguaje empleado en estos espacios sea el adecuado para un mejor entendimiento de la población beneficiaria.

Por otro lado, nos encontramos frente a posibles beneficiarios que disponen de tiempo limitado para realizar actividades extras a su labor productiva y familiar. Debemos recordar que un 54% de las personas que contestaron la encuesta corresponden a individuos que no son el principal sostenedor de su hogar. Algunos elementos que pudimos apreciar en el testeo de instrumentos de la investigación cualitativa del área de diagnóstico fue que, muchas de estas mujeres que participaron del mapeo colectivo y de las trayectorias del ciclo productivo, nos indicaron que deben dividir su tiempo entre la familia, labores del hogar y el oficio que desempeñan. Por lo tanto, la variable tiempo se vuelve relevante en la selección de beneficiarios del proyecto.

Con respecto a la venta del producto, según las personas encuestadas, éste se vende ya terminado, un 74% trabaja solo y no cuentan con una frecuencia establecida de venta. Los compradores principales son clientes individuales y comercializan los productos desde el propio hogar del encuestado. Y por último los insumos para el oficio son adquiridos fuera de la comuna de Peñalolén, en el sector de Independencia o Rosas.

Tomando en cuenta la información sobre la venta de productos y su lugar de comercialización, se puede inferir que estamos ante una población objetivo que tiene poco desplazamiento en el territorio relacionado a la práctica de su oficio, esto tendría ciertas repercusiones en las redes que estas personas conforman en el ámbito laboral, las cuales se caracterizarían por su precariedad. Una de las posibles acciones a considerar por parte del equipo Diseño+Oficios es, construir dinámicas o ciertos dispositivos que posibiliten ampliar las redes de las personas beneficiarias de este proyecto.

Las personas encuestadas, en su mayoría trabajan de manera independiente y no cuentan con iniciación de actividades en el SII. Esto nos habla de una población objetivo que se desempeña en el sector informal de la economía, tomando en cuenta lo planteado a nivel teórico en la investigación cualitativa del área de diagnóstico, Tokman (2001) advierte que es poco probable que este tipo de sector formalice su situación productiva, ya que opera a bajos niveles de producción. Por otra parte, el autor destaca que una opción estratégica es la posibilidad de formalización de aquellas unidades productivas que tengan un potencial de modernización. En este sentido, el equipo de Diseño+Oficios, deberá tomar en cuenta estas variables en la selección de las y los beneficiarios del proyecto para una mayor eficacia del mismo.

Existen aspectos externos al objetivo del proyecto que se deben tener en cuenta al trabajar con los beneficiarios seleccionados. Si observamos una de las hipótesis de trabajo propuesta en el presente informe de línea base, es relevante considerar que el grupo de posibles beneficiarios se caracteriza por ser una población vulnerable, es decir, es posible que presenten problemas de carácter familiar, salud física, psicológica propia o de algún cercano, que sea difícil de resolver y que impida o entorpezca su participación en el proyecto.

Junto con la descripción del contexto y de la población de la línea base, se dejan planteadas varias hipótesis de trabajo que el proyecto debe evaluar y analizar en el transcurso de su trabajo. Por otra parte, se abre la interrogante de cómo articular de forma eficaz el área del oficio con el área del diseño, como una manera de complementar la práctica y comercialización de dos conocimientos fundamentales para innovación local.

BIBLIOGRAFÍA

- AIM. (2012). Actualización de grupos socioeconómicos. Obtenido de <http://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2014/07/INFORME-SOCIOECONOMICO.pdf>
- BANCO CENTRAL. (2016). Indicadores de Comercio Exterior segundo trimestre. Santiago, Chile. Obtenido de <http://si3.bcentral.cl/ESTADISTICAS/Principal1/Informes/SE/COMEX/ice2016T3.pdf>
- CENTRO DE ESTUDIOS DE LA ECONOMÍA DIGITAL. (2009). La economía digital en Chile. Santiago: Cámara de Comercio de Santiago.
- CIPER CHILE. (2016). Si Chile quiere crecer tiene que superar las limitaciones del neoliberalismo. Obtenido de <http://ciperchile.cl/2016/05/30/si-chile-quiere-crecer-tiene-que-superar-las-limitaciones-del-neoliberalismo/>
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. (2014). Mapeo de Industrias Creativas en Chile. Caracterización y dimensionamiento. Santiago, Chile: Publicaciones Cultura.
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2004). Línea Base. aspectos metodológicos. Obtenido de http://www.metropol.gov.co/observatorio/Expedientes%20Municipales/Documentos%20tecnicos/Aspectos_Metodologicos_Indicadores_Linea_Base.pdf
- FUNDACIÓN SOL. (2008). Caracterización del sector retail: una mirada general.
- GOBIERNO DE CHILE. (2014). Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. Ministerio de Economía, Santiago, Chile.
- LOBOS, S. Y MUJICA, F. (2016). Programa Estratégico Nacional Economía Creativa. Obtenido de http://www.chiletransforma.cl/wp-content/uploads/2017/08/Presentacion_PENEconomiaCretiva.pdf
- MEDIANERO, D. (2011). Metodología de Estudios de Línea de Base. Pensamiento Crítico(15), 61-82.
- MELÉNDEZ CAMPILLAY, C., ROSS MOLINA, C. Y VERA VALDIVIA, C. (2011). Plan de negocios para traer Hennes & Mauritz como una franquicia a Chile. Obtenido de Disponible en: <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/108043>
- MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO. (2015). Cuarta encuesta nacional sobre gasto y personal I+D. Obtenido de <http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/encuestas-de-innovacion-e-id/encuesta-nacional-sobre-gasto-y-personal-en-investigacion-y-desarrollo/cuarta-encuesta-nacional-sobre-gasto-y-personal-en-investigacion-y-desarrollo-ano-de-referencia-2>
- MINISTERIO DEL TRABAJO. (2016). Programa de formación en oficios. Obtenido de <http://www.mintrab.gob.cl/agenda-laboral/programa-de-capacitacion/>
- NACIONES UNIDAS. (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). Informes estadísticos(4).
- NECULMÁN, G. (2010). Retail en Chile: Evolución, Crecimiento y Riesgos. Santiago, Chile: Humphreys.
- OIT. (2013). La Medición de la informalidad: manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal. Obtenido de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_222986.pdf
- ONU. (2016). Programa ONU para un desarrollo sustentable. Obtenido de Programa ONU para un desarrollo sustentable: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- PERTICARA, M. Y. (2010). Informalidad laboral y políticas públicas en Chile. Universidad Alberto Hurtado. Facultad de Economía y Negocios, Santiago, Chile. Obtenido de <http://fen.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2010/07/1-257Peticara-y-Celhay-informalidad.pdf>
- PROCHILE. (2015). ProChile entrega claves a diseñadores para explorar oportunidades en Italia, México y EE.UU. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <http://www.prochile.gob.cl/noticia/prochile-entrega-claves-a-disenadores-para-explorar-oportunidades-en-italia-mexico-y-ee-uu/>
- RUBIO, E. (2013). El mercado de la confección textil y el calzado en Chile. ICEX.
- SERNAM. (2016). Programa Mujeres Jefas de Hogar. Obtenido de Programa Mujeres Jefas de Hogar: <https://portal.sernam.cl/?m=programa&i=3>
- TOKMAN, V. (2001). De la informalidad a la modernidad. Boletín Cinterfor, 9-32.



Etnografía

1.2

El presente estudio caracteriza de manera etnográfica el oficio textil en Peñalolén, para realizar esta investigación se aplicaron técnicas e instrumentos desde un enfoque cualitativo, de tal forma que nos permitiera conformar una visión profunda sobre las percepciones, prácticas y relatos asociados al trabajo textil de la comuna.

El texto está compuesto por siete secciones. La primera sección está dedicada a la propuesta metodológica en la que se definen y describen cada una de las fases ligadas a la investigación, así como la relación entre los objetivos, actividades y productos desarrollados para el estudio.

La segunda sección está dedicada a la configuración de una propuesta teórica que sustenta la investigación a partir de la discusión de conceptos centrales que permiten una comprensión del oficio textil en la comuna de Peñalolén. Se destaca especialmente conceptos tales como economía solidaria, trabajo a domicilio así como una discusión entorno al valor simbólico de los bienes de consumo.

La tercera sección corresponde a la sistematización y análisis de las entrevistas a actores clave ligados a la confección textil de la comuna. Una cuarta sección está dedicada a la descripción del comercio local emergente.

Las últimas dos secciones están enfocadas al análisis de las trayectorias laborales con especial énfasis en la historia de las productoras textiles de Peñalolén. Por último, se presentan reflexiones finales enfocadas a la caracterización cualitativa de la confección textil en la comuna de Peñalolén. Estas consideran las posibilidades del diseño local, así como sus alcances en relación con la generación de desarrollo y crecimiento, permitiendo el perfeccionamiento y vinculación en el contexto nacional.

53

Etapas y fases del estudio

La siguiente propuesta propone la elaboración de un marco metodológico en el contexto del proyecto FIC financiado por el Gobierno Metropolitano de la Región Metropolitana “*DISEÑO+OFICIOS: Plataforma abierta, colaborativa y comunitaria para la innovación y el emprendimiento de Mipes manufactureras de la comuna de Peñalolén*”.

En ese escenario, el proyecto contempla dentro de sus objetivos específicos la caracterización cualitativa y cuantitativa del sector de confección textil de la comuna de Peñalolén. Según los lineamientos generales del proyecto, el eje cualitativo de dicha caracterización corresponde a un levantamiento de carácter etnográfico conducente a recabar información que permita definir el sector de confección textil de Peñalolén con la finalidad de generar un diagnóstico que logre identificar perfiles de productoras, tipologías de talleres y brechas al interior de la comuna así como su capacidad productiva.

Considerando dichos lineamientos preliminares, se propone elaborar una caracterización enfocada en dar cuenta del conjunto de prácticas socioespaciales ligadas con el oficio de la confección textil de la comuna de Peñalolén. Para ello, se consideran aquellas prácticas ligadas directamente con la ejecución del oficio que permitan generar una caracterización de sus diferentes etapas y ciclos de producción; y por otra parte, aquellas prácticas ligadas con los desplazamientos y/o trayectos cotidianos relacionados con la confección textil en sus diversas etapas, considerando la adquisición de insumos y materias primas así como también las estrategias de distribución y venta de los productos dentro y fuera de la comuna.

En este escenario, la siguiente propuesta propone un conjunto de técnicas y herramientas etnográficas así como de instrumentos de sistematización y análisis que permitan procesar la información levantada para la elaboración del informe final. Se plantea dividir el estudio en cuatro fases:

Fase I: Elaboración de instrumentos y búsqueda de información secundaria orientada a la caracterización histórica de la industria textil en Chile, elaboración de propuesta teórica y metodológica.

Fase II: Caracterización del oficio de la confección textil al interior de la comuna de Peñalolén e identificar las principales tendencias ligadas con el diseño local emergente.

Fase III: Identificación y registro de las principales prácticas socioespaciales ligadas con el sector de confección textil de la comuna de Peñalolén, considerando los desplazamientos o trayectorias cotidianas asociadas a la práctica del oficio.

Fase IV: Describir y analizar comparativamente las trayectorias laborales de los sujetos relacionados con el sector de confección textil de la comuna de Peñalolén (aplicación trayectorias laborales) y registrar las principales actividades ligadas con el oficio de confección textil de la comuna de Peñalolén.

Fase V: Sistematización, análisis de la información y redacción del informe final.



Descripción de la metodología de instrumentos

La metodología e instrumentos utilizada en esta investigación, intenta aprehender tanto las relaciones estructurales que caracterizan la práctica del oficio textil, como también las percepciones, clasificaciones que las personas, en tanto agentes sociales, emprenden para la realización de estas actividades. En este sentido, se propuso la realización de trayectorias laborales de carácter individual; por otro lado, se aplicaron dos instrumentos que lograran recopilar las prácticas espacializadas del oficio y su estructura interna asociada a la percepción de los hitos más importantes del quehacer de las productoras textiles. Para obtener este conocimiento, se utilizó el instrumento de mapeo colectivo y de trayectoria del ciclo productivo relacionado al oficio textil.

Las trayectorias laborales han sido definidas de diferentes formas a través de la historia, desde el comienzo de su uso en la Escuela de Chicago hasta nuestros días. En términos simples, una trayectoria laboral da cuenta de secuencias de experiencias laborales, estas experiencias se pueden estructurar en dos dimensiones. Primero, en base a la historia biográfica del sujeto (ciclo de vida individual) y segundo, en relación al tiempo histórico que acompaña estas trayectorias. Además, estas trayectorias están relacionadas con las instituciones de tipo educativo, de empleo, pero también por factores como la edad, sexo o antecedentes laborales. Cada proyecto biográfico debe ser entendido como un proyecto a futuro, por lo tanto, es de suma importancia lo que el actor de esta trayectoria estime como deseable, alcanzable o realizable (Muñiz Terra, 2012).

Con el fin de integrar la dimensión espacial a las trayectorias laborales, se propone llevar cabo un mapeo colectivo donde sea posible espacializar aquellos hechos o elementos que puedan favorecer o entorpecer la práctica del oficio de la confección textil al interior de la comuna, así como identificar los principales hitos y recorridos asociados a la confección textil al interior de la comuna de Peñalolén. Se plantea que esto permitirá espacializar a nivel local aquellos circuitos vinculados con el desarrollo de la confección textil.

Las trayectorias de los ciclos productivos permiten dar cuenta mediante una línea de tiempo el ciclo productivo realizado desde el momento en que se confecciona el producto hasta que se vende considerando el proceso de distribución. Cada hito que se coloque en esta línea de tiempo, debe ser calificado como de agrado, neutral o desagrado y a la vez, explicar el porqué de esa calificación. Al finalizar esta actividad, los grupos deben presentar su trayectoria de ciclos productivos al conjunto de los asistentes y de esta manera generar un diálogo donde compartan sus experiencias. Este instrumento tiene la particularidad de proporcionar una estructura objetiva donde se desenvuelve el oficio textil, pero por otro lado proporciona datos sobre las percepciones de las personas (agentes sociales).



Objetivos

El objetivo general de esta investigación se enfocó en caracterizar y analizar etnográficamente el sector de confección textil de la comuna de Peñalolén, considerando su ubicación al interior del territorio, sus prácticas socioespaciales, así como los usos y significados otorgados con dicho oficio desde el reconocimiento de sus diferentes etapas y ciclos de producción como distribución.

Lo anterior implicó caracterizar las diferentes etapas históricas de la industria textil a nivel nacional, elaborar una propuesta teórica y metodológica enfocada a abordar las dinámicas socioculturales asociadas con la confección textil en Peñalolén, identificar las principales prácticas socioespaciales ligadas con el sector de confección textil de la comuna de Peñalolén, considerando los desplazamientos o trayectorias cotidianas ligadas con la realización del oficio. Por último, describir y analizar comparativamente las trayectorias laborales de los sujetos relacionados con el sector de confección textil de la comuna de Peñalolén.

Descripción de marco conceptual

A continuación se hará una breve descripción de los conceptos utilizados en esta investigación.

ESPACIO SOCIAL, HABITUS Y ESTILOS DE VIDA

El habitus resulta un concepto central, para entender la forma de operar de los agentes sociales, logra articular las estructuras de la subjetividad y las condiciones sociales estructurales que rodean a las personas. En este sentido, como plantean Trujillo y Álvarez (2011) el habitus corresponde a un sistema de disposiciones adquiridas de carácter permanente y transferible que posibilita la ejecución e incorporación de las prácticas y la percepción asociada a ellas. Los autores señalan que el habitus es incorporado a partir *“del trabajo pedagógico y educativo multiforme y prolongado (socialización, inculcación-apropiación)”* (Trujillo y Álvarez, 2011: 14)

En efecto, el *habitus* permite la orientación de los agentes sociales, sin necesidad de una reflexión previa. Se conforman mediante el aprendizaje social y las propias experiencias, de esta manera se configura como un sistema de esquemas adquiridos que, en su dimensión práctica, se traducen en las categorías de percepción y de apreciación/clasificación. Estas categorías organizan las acciones de los agentes, los cuales además cuentan con un saber simbólico que les permite actuar en el espacio donde se mueven (Trujillo y Álvarez, 2011).



El espacio social resulta siempre relevante cuando se quiere hacer una lectura de las prácticas o el quehacer de las personas (agentes sociales). Según Bourdieu (1997) en primer lugar, hay que tener en cuenta que en el espacio social se dan relaciones que van desde la proximidad, vecindad al alejamiento, por lo tanto estamos frente a relaciones de orden, esto quiere decir que, la posición de un agente puede definirse por encima o debajo de otros.

En el espacio social, tanto agentes como grupos se distribuyen según dos principios que actúan como elementos diferenciadores, el capital cultural y el capital económico. Mientras dos o más agentes tengan igualdad en estas dimensiones, más cercano estarán dentro del espacio social, por el contrario, cuanto más diferencia exista entre estas dimensiones, encontraremos una distancia mayor entre los agentes involucrados. Esto se traduce en que, la distancia espacial (con todos los elementos que Bourdieu integra) equivale a distancia social (Bourdieu, 1997).

El *habitus*, como ya se había descrito, conforma una unidad de estilo, esto implica que se unen prácticas y bienes relacionados a un agente en particular o un grupo de estos. Por lo tanto, se puede entender el *habitus* como un principio generador y unificador. Este principio genera prácticas distintas y distintivas, provee a los agentes sociales de esquemas clasificatorios, principio de clasificación, así como de principios de visión y división. En otras palabras, el *habitus* es un principio generador de estilos de vida asociado a prácticas particulares de un grupo determinado.

59

LA CENTRALIDAD DEL CONCEPTO DE CAPITAL SOCIAL EN LA COMPRESIÓN DEL OFICIO TEXTIL

El origen del concepto de capital social se puede rastrear hasta fines del siglo XIX, pero será a principios del siglo XX cuando este término se desarrolle como tal. Será en la década de los cincuenta cuando el concepto de capital social cobra nuevamente importancia, a través de los trabajos de tres sociólogos urbanos canadienses: John Seely, Alexander Sim y Elizabeth Loosely. En los años setenta este concepto cobrará mayor relevancia y proyección con el trabajo realizado por Bourdieu (Palma, 2008).

Durston, siguiendo a Bourdieu y Coleman, divide el capital social en cinco tipos: Individual, grupal, comunitario, puente y societal. Otra división de capital social que observa Palma (2008) corresponde a la realizada por el Banco Mundial y descrita por Woolcock, ésta consiste en: capital social de unión “bonding”, de puente “bridging” y de escalera “linking”. Ambas divisiones se complementa entre sí.

Los capitales sociales anteriormente descritos, pueden ser relacionados con los tipos de capitales propuestos por Woolcock. En el caso de Durston, éste pone énfasis en la complejidad de redes que entablan los individuos, mientras que Woolcock se enfoca



Capital social individual

Capital social grupal

Capital social comunitario
(Intervención de instituciones y normas sociales)

GRADO DE COMPLEJIDAD DE LA RED



TABLA 4
Proximidad de lazos sociales
Fuente: Palma, 2008.

en la proximidad de estos lazos. Teniendo en cuenta estas dos divisiones, Palma (2008) elabora la siguiente clasificación donde se pueden ver la relaciones entre cada uno de los capitales sociales:

GRADO DE PROXIMIDAD ENTRE LOS LAZOS SOCIAL



Capital social de unión o "bonding"	Capital social de puente o "bridging"	Capital social de escalera o "linking"
<p>Se desarrolla un tipo de capital social basado en relaciones diádicas y donde los lazos sociales son muy próximos. (Ej. Capital que circula en la relación entre dos familiares, dos vecinos, dos amigos etc).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social en donde la relación es diádica y la proximidad entre los individuos es menor, es una relación entre personas con características similares pero alejados geográficamente hablando. (Ej. Capital que circula entre dos personas del mismo nivel socioeconómico pero de lugares geográficos distintos).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social basado en una relación diádica donde la proximidad entre los individuos es extremadamente baja. Es una relación vertical, entre personas pertenecientes a categorías sociales disímiles. (Ej. Capital que circula entre dos personas de posiciones socioeconómicas distintas).</p>
<p>Se desarrolla un tipo de capital social dentro de un grupo cerrado con lazos sociales muy próximos entre sí. (Ej. El capital social que se desarrolla entre miembros de una empresa de tipo familiar).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social al interior de un grupo en donde los lazos sociales no tienen una gran proximidad, son grupos distantes geográficamente. (Ej. El capital social movilizado entre juntas de vecinos pertenecientes a distintas comunas).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social al interior de un grupo en donde los lazos sociales tienen muy poca proximidad, son lazos débiles y verticales (Ej. El capital social movilizado entre juntas de vecinos pertenecientes a estratos sociales distintos).</p>
<p>Se desarrolla un tipo de capital social en extremo complejo, en donde intervienen normas e instituciones sociales. Los lazos de la comunidad son fuertes y próximos (Ej. El capital social que se moviliza al interior de una comunidad vecina para alcanzar ciertos objetivos).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social que se moviliza en redes de gran complejidad basado en instituciones y normas sociales. Los lazos que se tienden pueden unir a comunidades de distintos lugares geográficos. (Ej. El capital que se moviliza entre comunidades distantes geográficamente, pero con características similares).</p>	<p>Se desarrolla un tipo de capital social que es movilizado en redes de gran complejidad, donde intervienen normas e instituciones sociales. Los lazos sociales que se desarrollan son débiles y verticales (Ej. El capital social que se moviliza entre comunidades de distintos estratos sociales y donde intermedia la municipalidad u otras instituciones de esa índole).</p>



Según lo indagado en la comuna de Peñalolén, podemos encontrar entre las confeccionistas los siguientes tipos de capital social:

A) CAPITAL SOCIAL INDIVIDUAL/TIPO UNIÓN O "BONDING"

Relaciones de tipo diádicas, donde los lazos sociales son próximos (Ej: relación entre familiares o entre dos vecinos). Este tipo de relación social se encuentra en un perfil de confeccionistas, quienes mantienen su negocio con las compras de sus vecinos, cooperación de alguna amistad o familiar que les ayuda a vender sus productos.

B) CAPITAL SOCIAL INDIVIDUAL/TIPO PUENTE O "BRIDGING"

Se da entre individuos con espacios geográficos diferentes. Este es el caso de confeccionistas que logran vender fuera de la comuna o comprar insumos fuera de la RM.

C) CAPITAL SOCIAL GRUPAL/TIPO PUENTE O "BRIDGING"

Característico de grupo de personas que se relacionan y pertenecen a espacios geográficos diferentes. Este tipo de capital social se observa en las confeccionistas que mantienen relaciones de cooperación con gente de otras regiones o países por medio de redes sociales.

Sector informal de la economía y trabajo a domicilio

Definir el sector informal no es fácil, a diferencia de lo que se pensaba con anterioridad, este sector de la economía se caracteriza por su heterogeneidad. Según lo planteado por Tokman (1986) el sector informal no tiene por objetivo maximizar la tasa de utilidad, sino maximizar el ingreso total. A lo anterior se agrega que, el tipo de organización en la producción es variable, existen unidades individuales de producción como otras que utilizan mano de obra, la cual puede o no ser pagada.

Una de las causas para que la economía informal crezca, es la contracción de la economía moderna. Así el sector informal se ve, por ejemplo, como una opción de sobrevivencia o de entrada de mayores ingresos a una unidad familiar. Además, las grandes empresas, al tener que enfrentar la apertura de económica, reducen los empleos para poder incrementar la productividad (Tokman, 2001). El sector informal de la economía tiene un capital variable, es por ello también que se explica que no sea un sector homogéneo. Tokman (1986) ejemplifica con el trabajo a domicilio y los vendedores callejeros, ambos necesitan muy poco capital en relación a otro tipo de actividades como pequeños talleres.

Una de las características del trabajo a domicilio es que, se concentra en las áreas urbanas y metropolitanas. Una excepción a lo anterior sería India, donde la mayoría de este tipo de trabajo se encuentra en áreas rurales. Por una parte, se sabe que gran parte de los casos del trabajo a domicilio se caracteriza por tener en su mayoría población femenina y de baja calificación laboral, perteneciendo a las capas sociales menos favorecidas. Esto no impide que encontremos dentro de esta categoría hombres o mujeres con una calificación y remuneración mayor (Montero, 2000).

Que este tipo de trabajo se dé mayormente en las mujeres, tiene relación con compatibilizar el trabajo doméstico con una actividad remunerada. En el caso de Chile, según una encuesta realizada el año 1996 por el Centro de Estudios de la Mujer, un 82,3% de los participantes de esta modalidad de empleo resultaba ser del género femenino. Por otra parte, se encontró que las actividades industriales que utilizan en mayor medida esta modalidad de empleo son, las actividades industriales de baja calificación relacionadas con lo textil, confección, cuero y calzado (Montero, 2000).

Tokman (2001) advierte que el sector informal de la economía se asocia comúnmente a la ilegalidad, pero lo cierto es que tanto el sector formal como informal establecen prácticas al margen de la legalidad, predomina lo que este autor denomina “áreas grises”. Lo que constituye una de las causas que imposibilitan el operar en completa legalidad del sector informal es, los grandes costos que significa mantener la producción de este sector con pagos de impuestos o regulación laboral.

Los aspectos sociales de los bienes y consumo

Siguiendo las reflexiones planteadas por García Canclini, el consumo sería el lugar donde existe una competencia por parte de los distintos grupos, por la apropiación de un producto social, es decir, actúa como un espacio de diferenciación social y distinción simbólica. El consumo sería visto no tan sólo como un acto de apropiación de un objeto, sino que también como un sistema de integración y de comunicación que se da dentro del proceso de objetivación de deseos. Las mercancías y su consumo son vistos, desde esta perspectiva, como una práctica cultural donde los objetos apropiados “sirve para pensar”, es decir, son entendidos como medios no verbales pertenecientes al aspecto creativo del ser humano. En este sentido, el consumo resulta un espacio relevante para el estudio de los comportamientos sociales (Sunkel, 2004).

Otro aspecto a considerar en la compleja práctica del consumo es, el componente social/cultural de los bienes. Siguiendo a Kopytoff (1991), las mercancías están marcadas culturalmente y sólo algunas se consideran como tal, a esto hay que agregar la variable temporal que influye en que un bien sea visto o no como mercancía. Por otra parte, el proceso de mercantilización se puede singularizar al extremo, haciendo que un objeto salga de la esfera mercantil usual; también es posible la singularización restringida, en este caso las mercancías circulan por una esfera estrecha de intercambio.

Por otra parte, es importante la propuesta teórica de Simmel en cuanto al valor. El autor propone una idea de valor que no está asociada al atributo de las cosas, es la trocabilidad la cual incorpora valor a los objetos, con trocabilidad Simmel se refiere a la capacidad de un objeto para ser intercambiado en el mundo social. A este proceso de intercambio se agrega el elemento del deseo, es el deseo el que agrega valor económico a las cosas aumentando la distancia entre el objeto y las personas, siendo el medio de pago la única forma de superar esta distancia establecida en el proceso de consumo. De esta manera, el intercambio es concebido como un proceso de deseo y disfrute del objeto, el cual lleva de forma solapada un sacrificio para la obtención de cierto producto (Figueroa, 2012).

Por otra parte, cuando Simmel analiza el consumo se refiere a un sujeto de consumo, que para el caso de este autor, no se refiere a un individuo en particular, sino a un entramado de relaciones tanto reales como simbólicas que el sujeto mantiene y que finalmente se puede entender como estilo de vida. Es por ello que, cuando Simmel se refiere al consumo de este sujeto, especifica que no está consumiendo un objeto como tal, sino que una red mayor de pautas culturales, signos y relatos en la cual los objetos en cuestión se presentan y adquieren sentido (De Simone, 2012).

Economía solidaria

La economía solidaria intenta ser una alternativa a la economía tradicional de corte individualista, donde prima la competencia. El principal objetivo de la economía solidaria es el desarrollo económico comunitario y la cohesión social. Se trata de un proyecto de ética de vida, donde prevalece el bien común. Esto no quiere decir que la economía solidaria esté aparte del resto del sistema económico, sino que funciona en diálogo con los distintos sectores económicos, siempre y cuando respete sus lógicas internas de trabajo (Da Ros, 2007).

Uno de los principales exponentes teóricos que ha desarrollado esta propuesta en América Latina es, el sociólogo chileno Luis Razeto. Este autor comprende la economía solidaria como un ente asociativo donde están involucrados grupos locales, los cuales establecen relaciones por familiaridad, amistad o vecindad. Estos grupos locales establecen lazos de ayuda mutua, en base a la cooperación y la solidaridad de sus integrantes, logrando satisfacer necesidades comunes (Da Ros, 2007).

Existen dos características fundamentales de la economía solidaria, la “hibridación” de los recursos y la “construcción conjunta de la oferta y demanda”. La “hibridación” de los recursos tiene que ver con una mezcla de recursos de diferente origen, pueden ser donaciones y/o voluntariado, financiamiento público, venta de bienes y servicios. La ventaja de esta diversidad de recursos reside en el vínculo de diferentes actores, los cuales entablan nuevas relaciones, por ejemplo, entre la sociedad civil y el Estado. Para determinar la oferta y la demanda, la economía solidaria como asociación, define democráticamente con la participación de todos sus miembros la orientación y control de la organización respecto a este punto, para ello se enfocan en las reales necesidades de los socios-usuarios (Da Ros, 2007).

“...la teoría económica de la solidaridad se basa en una nueva racionalidad económica y en una diferente manera de estructurar las relaciones productivas, pues se fundamenta en forma de propiedad comunitaria y en la cooperación y solidaridad recíproca. Esos conceptos ponen de manifiesto la necesidad de reformular el concepto de empresa y la importancia y valorización de los factores económicos. En las empresas solidarias prima el factor trabajo sobre el factor capital al ser una asociación de personas, y aparece la comunidad como un nuevo y fundamental elemento.” (Da Ros, 2007: 19-20)

La revalorización del trabajo consiste en dar espacio a la creatividad y valorar el trabajo en sí mismo, no tomarlo como una actividad fragmentada y rutinaria, característica de la economía capitalista. Por otra parte, aparece el Factor C, es decir, el componente comunitario como ente organizador. El Factor C incide en la cooperación del trabajo, lo cual hace a éste último más eficiente. Si además se suma el uso compartido de conocimiento e información (saber hacer, saber tecnológico), tendremos un proceso productivo con mayor creatividad. A lo anterior, se suma una mejor integración de todos los estamentos de la empresa (poder hacer), si la toma de decisiones se realiza colectivamente (De Ros, 2007).

Características oficio textil en la comuna de Peñalolén

Peñalolén fue creada en el año 1984 dividiendo su territorio en cinco sectores: La Faena, Lo Hermida, San Luis de Macul, Peñalolén Alto y Peñalolén Nuevo. Sin embargo, su historia tiene una larga data, debido a su eminente carácter rural hasta la década de los 40. Los caminos de tierra que dividían las parcelas, dieron paso a los principales ejes actuales de la comuna. Llegada la década de los 60, algunas de las parcelas fueron loteadas, dando paso a la construcción de viviendas, que se convertirían en las primeras tomas y poblaciones de la comuna.

“Especialmente los sectores de La Faena y parte de Lo Hermida fueron urbanizados con viviendas básicas de la Corporación de la Vivienda (CORVI). Consecuentemente, estos sectores se convirtieron en un área con más de 50.000 personas (durante la década del 70), quienes provenían de casi todas las regiones del país, asentándose en tomas de terreno y conformando así importantes sectores de campamentos, especialmente en el área de Lo Hermida.” (Krellenberg, Höfer y Welz, 2011: 113)

Según Krellenberg, Höfer y Welz (2011), desde 1952 Peñalolén presenta un incremento poblacional sostenido, destacando Peñalolén Alto y la Faena. Lo Hermida y San Luis de Macul tuvieron un crecimiento menos acelerado, pero aún así aumentaron el número de su población considerablemente. En los años 80 comienzan las primeras erradicaciones de la comuna de los llamados ocupantes ilegales proceso que se profundiza en el primer gobierno de la Concertación y que tuvo gran impacto en el aumento de la población de la comuna, la cual crece en un 31% entre 1982 y 1992, afectando principalmente los sectores de San Luis y Peñalolén Alto.

“Además, y a la luz de la historia de tomas y erradicaciones, la comuna se caracterizaba por su alta concentración de pobreza e indigencia que aún se intensificaba por un importante movimiento de allegados, que implicó que en 1992 Peñalolén fuera clasificada como una de las comunas más pobres de la Región Metropolitana según la Encuesta CASEN del Ministerio de Desarrollo y Planificación (MIDEPLAN)” (Krellenberg, Höfer y Welz, 2011: 113)

En la década de los noventas, el perfil de la comuna comienza a cambiar, producto de la construcción de viviendas para sectores medios, que ocuparon el suelo del sector agrario de la zona, principalmente viñas. Existen casos donde algunos pobladores fueron forzados a dejar sus casas y parcelas, mediante amenazas u otras tácticas. De esta manera, comienza la construcción de barrios cerrados, los llamados condominios que actualmente caracterizan la comuna y que generan grandes segregaciones dentro de la misma comuna la que se expresa espacial y morfológicamente a partir de su tejido urbano. La llegada de los condominios a la comuna se inserta en un proceso de gentrificación generalizada que afecta a la periferia de la ciudad de Santiago que se inicia en la década del 90'.

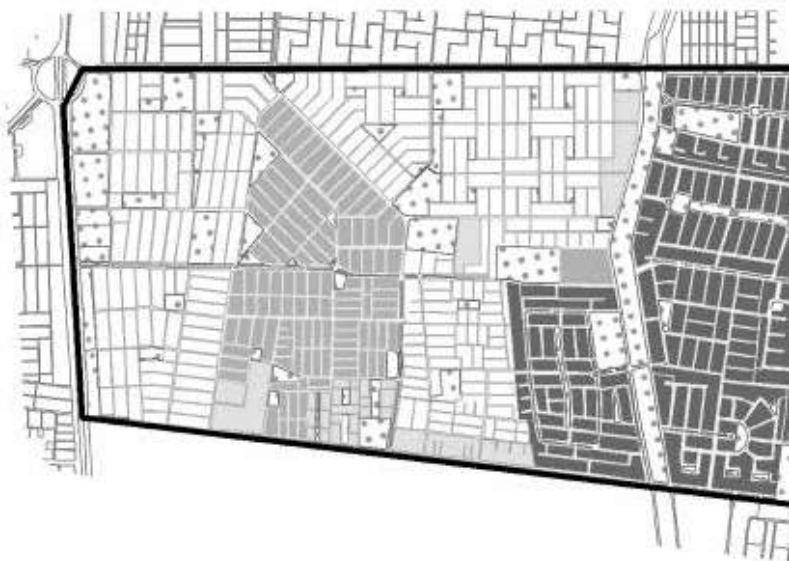
Actualmente el alza de la población de la comuna ya no está representada por el factor migratorio, sino por los nacimientos y muertes de la propia comuna, es decir, por un desarrollo demográfico interno. La comuna de Peñalolén ya no es un foco de migración atractivo para la población de la Región Metropolitana. Entre los años 1987 y 1992, las personas que migran a esta comuna tienen una escolaridad menor a 12 años, en cambio entre los años 1997 y 2002, poseen una escolaridad mayor a 13 años. A raíz de esto Krellenberg, Höfer y Welz, detectan una cantidad de población de baja escolaridad que emigra hacia otras comunas, es desplazada por el nuevo negocio de inmobiliarias que apuntan a familias de clase media, subiendo el valor del suelo. Este proceso aumenta entre los años 2002 y 2006 (Krellenberg, Höfer y Welz, 2011).



(A) TIPOS DE ESTRUCTURAS

TIPOS

- I1 Viviendas unifamiliares de tipo casona.
- I2 Casas unifamiliares con jardines.
- I3 Viviendas unifamiliares (altamente estandarizadas).
- I4 Viviendas social de tipo casas alineadas.
- II Edificios de vivienda social.
- III Edificación mixta.
- ▨ No datos.



(B) GRUPOS EDUCACIONALES

AÑOS DE ESCOLARIDAD

- ≥16
- 13 - 16
- 12
- 8 - 11
- <8
- ▨ No datos

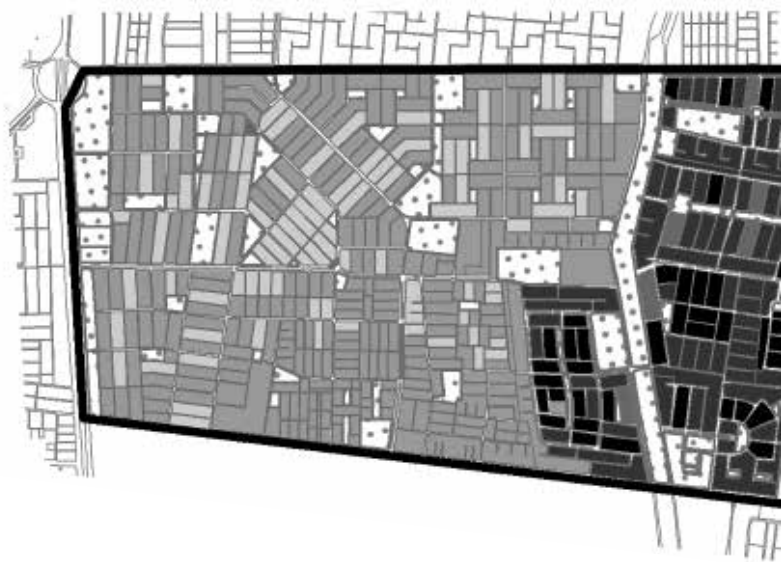
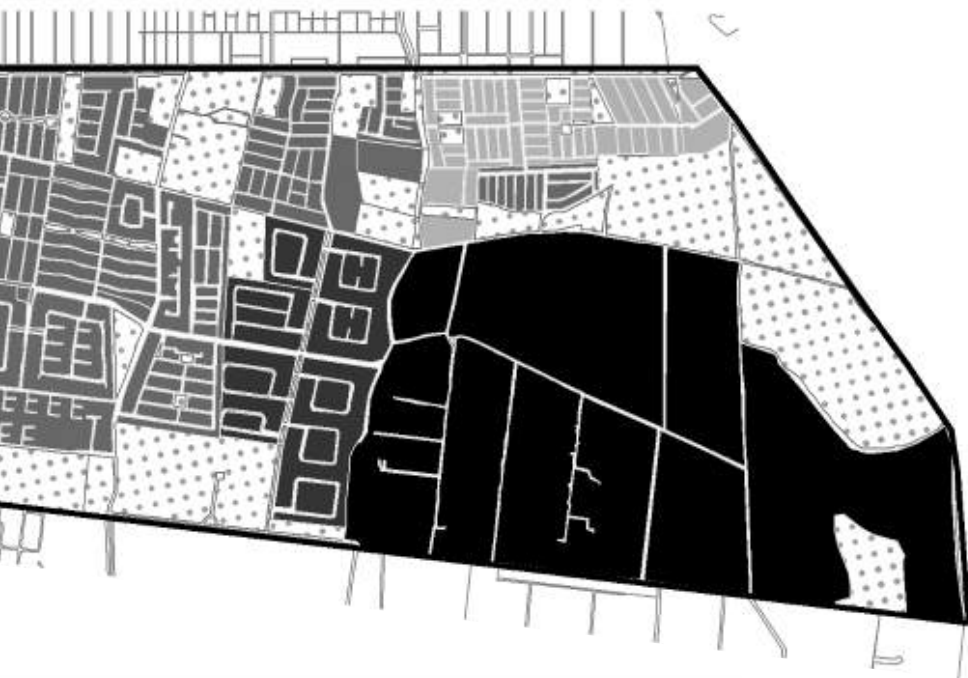


FIGURA 21

Extraído de Krellenberg, Hofer y Welz. (2011).





69



Se puede observar un cuadro construido por Krellenberg, Höfer y Welz (2011), donde se ven las diferencias educacionales y de tipo de viviendas en el caso de estudio que ellos seleccionaron, Lo Hermida y Peñalolén Nuevo. En el caso de la confección, la mayoría son mujeres que han terminado sus años de escolaridad y que tienen entre 40 y 60 años de edad. Funcionarios de la municipalidad nos indicaban lo siguiente:

“La mayoría busca, como trabajar desde la casa, eso está buscando, no tiene tiempo para realizar otro tipo de labor. La mayoría son todas dueñas de casa, en algunos casos también hacen otro tipo de negocio, como vender ropa en las ferias persa o por catálogo, pero aun así hacen este tipo de confecciones, o sea trabajan en corte y confección. Algunas dedicadas al arreglo de buzos, más que como productos propios, ahora algunas están empezando a desarrollar ese tema.”

— Raúl Henríquez Centro Yunus, Municipalidad de Peñalolén

Las personas que llegan a la Municipalidad de Peñalolén a pedir ayuda no son los casos extremos de vulnerabilidad social, sino personas que necesitan un ingreso extra en la familia porque el marido quedó cesante o porque surgió un problema de salud en uno de los integrantes de la familia, lo cual requiere que alguien esté en el hogar, pero que además genere dinero adicional.

“Yo creo que por el tema de que muchas son jefas de hogar y no pueden salir a trabajar porque tienen niños chicos. Entonces lo que mejor que pueden hacer es comenzar con su propio emprendimiento, algunas hacen chocolatería y aparte que la municipalidad da muchos talleres. En cuanto al emprendimiento, la Municipalidad de Peñalolén la lleva, porque cuando estuvo Orrego, Orrego fomentó mucho el tema del emprendimiento y ahí se formó la empresa textil, en ese tiempo.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación Confeccionistas de Peñalolén

Según Trinidad Winter, perteneciente al Centro Yunus de la Municipalidad de Peñalolén, este organismo lleva largo tiempo trabajando con el rubro de la confección. Uno de los casos paradigmáticos fue la asociación creada en San Luis, así como también el convenio con empresa Janome. Antes del trabajo realizado por Claudio Orrego destacan el trabajo por María Angélica Cristi, quien facilitó máquinas de coser para quienes requerían de este elemento para el oficio textil.

“Desde hace mucho tiempo se viene tocando el tema de corte y confección, porque muchas beneficiarias de máquinas de coser, o sea, mucha gente vulnerable pide máquinas de coser u hornos. La actividad económica de personas vulnerables es en torno a la confección y a la alimentación, es lo que más nos toca a nosotros cuando nos vienen a buscar financiamiento para algún programa del gobierno, FOSIS u otro, nos dice ‘queremos una máquina’. Entonces por lo mismo se gestó un convenio con Janome y que también hay hartos cursos de corte y confección, que se llenan, es algo que, si uno se mete en los barrios, se ven muchos talleres informales y gente que siempre llegan ‘¿usted hace algo?’ ‘Sí, yo tengo mi máquina, hago bastitas, hago calzas o los vendo en la feria’. Entonces es como uno de los grandes rubros que accede la gente más vulnerable.”

— Trinidad Winter, Municipalidad de Peñalolén

Muchas mujeres emprenden su trabajo de forma solitaria, otras deciden agruparse como el caso de Maritza Lobos y sus socias, quienes conformaron la Empresa Textil de San Luis de Peñalolén. Según la entrevista realizada a Maritza, esta empresa/agrupación estaba conformada por 6 integrantes, quienes realizaron un catastro del sector textil y detectaron que la mayoría de los talleres se concentraban en San Luis, los cuales correspondían a un número entre 80-100 talleres. Algo que destaca Maritza es que, si bien el número de talleres era elevado, no todos tenían el mismo nivel de oficio, la calidad de su trabajo difería bastante de taller en taller. La idea de la empresa era la siguiente:

71

“La idea era que nos mandaran a hacer a nosotras las bolsas ecológicas y no mandarlas a China y nos robaron -como se puede decir- la idea, porque igual las mandaron a hacer allá. Después con las 6 socias se hizo un trabajo grande que eran como 2.500 pecheras que eran para una institución grande.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación Confeccionistas de Peñalolén

El trabajo que pretendía realizar esta empresa de confeccionistas era importante, ya que implicaba conocer y aprender los tiempos tanto de trabajo como de paga de los talleres con los cuales se trabajaría. Esta asociación/empresa no tuvo una larga vida, poco a poco surgieron problemas entre las socias lo que llevó a esta agrupación a su fin. En las entrevistas con Eduardo Latuz y Ángela Petroscki, nos relataron las dificultades de conformar una organización con productores y comerciantes de Peñalolén, ellos ponían énfasis en el individualismo de la gente, la cual no destina tiempo para reuniones u otras actividades si no cuenta con un beneficio inmediato.

“Es una labor bastante compleja para nosotros realizar reuniones, porque los comerciantes pequeños no dejan sus establecimientos solos. Entonces prácticamente tenemos nosotros que acercarnos a ellos e ir solucionando los temas, las complejidades que se les presentan tanto en relación de patente, cambio de domicilio. Como te digo es súper complejo, nosotros podemos citar a asamblea, primer llamado, segundo llamado, tercer llamado y no llegan 10. Entonces es súper complejo en cuanto a la convocatoria, nosotros pensamos que nosotros teníamos un problema de convocatoria, pero de acuerdo al estudio que tenemos desarrollado con una empresa, Fundación Ciudad Emergente, detectamos que los comerciantes no están dispuestos a ir a un lugar determinado y dejar su negocio solo, estamos hablando de comercio detallista.”

— Eduardo Latuz, Cámara de Comercio de Peñalolén

Según Ángela Petroscki, el oficio textil a domicilio es un trabajo muy solo, lo desarrollan personas que no pueden salir de hogar, que deben cuidar familiares enfermos o que deben estar al cuidado de sus hijos. Por otra parte, en relación al trabajo y pago en el ámbito de la confección, según la experiencia de Maritza Lobos, se trabaja por entrega y pago semanal, ya que las personas que trabajan en esto son dueñas de casa quienes dependen bastante de los ingresos que obtienen de este tipo de confección.

En el caso de Maritza, su aprendizaje en el área de la confección surge por la necesidad de trabajar en el hogar, ya que su hija había nacido con una serie de problemas que no le permitían realizar algún tipo de trabajo fuera de su residencia. Así aprendió a tejer a máquina, oficio que no era de su agrado, por lo cual decidió cambiar de rubro:

“Después tuve un emprendimiento de chocolatería que vendía en los colegios, tampoco me gustó y después, cuando ya nació mi hija y tenía como dos añitos, yo quería trabajar, pero no podía salir a trabajar por el problema neurológico de ella. Entonces se me presentó la oportunidad de tomar un curso de confección, pero era de alta costura y lo hice por intermedio de CORDAM, en ese tiempo yo tenía 27 años. Entonces yo me fui a presentar y a preguntar si yo podía entrar a ese programa, porque era hasta 18 años y me dijeron que sí, que no había ningún problema y ese fue un curso intensivo de un año, pero te enseñan de todo, hasta modelaje saqué. Iba todos los días de lunes a viernes, el curso duraba un año y ahí aprendí alta costura.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación Confeccionistas de Peñalolén

Esta área de costura que aprendió Maritza no era de su agrado, por lo que emprendió el trabajo con uniformes, aprovechando que en el colegio de su hija necesitaban a alguien que los hiciera.

En la actualidad su trabajo funciona de la siguiente manera:

“En mi caso yo elijo colegio de no más de 250 alumnos, no me voy con colegios grandes, por qué, porque resulta que en los colegios grande hay como 6 proveedores y a las finales si te pones a dividir, es la misma cantidad que yo tomo de uno. Entonces lo que pasa es que yo ahí voy, pido la entrevista con la directora del colegio y me presento, llevo mis muestras y le doy mis valores. Ahora, el colegio por lo general se quiere desligar del tema del uniforme, porque igual es problema para ellos y tendría que pagarle a una persona que estuviera a cargo del uniforme del colegio. Entonces como yo lo hago es personalizado, solamente el colegio da la tarjeta mía y el apoderado me llama, yo trabajo en función de que yo se lo puedo ir a dejar al colegio, pero cuando el colegio es retirado -como uno que tengo yo- voy una vez a la semana, me hacen los pedidos y yo los llevo una vez a la semana. Así funciona yo, trabajo con colegios, como te digo, chicos y con discapacidad.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación
Confeccionistas de Peñalolén

Además, podemos agregar que el trabajo de Maritza no se realiza completamente en su hogar, sino que distribuye en diferentes talleres donde ella encarga trabajos particulares. Maritza describe su ciclo productivo de la siguiente manera:

“Yo tengo mi cortador, por ejemplo, tengo los contactos de los colegios, a mí me hacen los pedidos, yo organizo y administro. Entonces, tengo la lista de los pedidos, empiezo a anotar, mando donde el cortador, me corta y después llegó acá, hay que preparar material para los talleres y los mando, los distribuyo, pero si un taller me falla yo tengo que sacar la pega y aquí está mi taller en la casa, pero eso es lo que yo quiero dejar de hacer. Entonces la idea es delegar. Y si es algo apurado también lo tengo que hacer yo, porque a veces los talleres están ocupados. [Los talleres] Me quedan súper cerca, incluso acá hay un taller de bordado industrial, queda antes de llegar a Departamental. Lo único que me queda lejos es el cortador, aquí había un cortador, pero es demasiado grupiento (sic), entonces te atrasa. Si el corte no está hecho, ya te atrasa todo. Entonces el cortador lo tengo lejos.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación
Confeccionistas de Peñalolén

Si bien Maritza recurre a talleres externos para su producción, cuenta con sus propias máquinas en caso de que sea necesario apoyar la producción que realizan los talleres que trabajan para ella. Ha sido en el transcurso del tiempo que ha logrado delegar el trabajo. Para ella hay dos máquinas indispensables para este oficio, la máquina recta industrial y la overlock.

“La que no todos tenemos, pero habían talleres que si la tienen, es la collaretera, te hace las bastas, es más rápida y más derecho, es todo mejor. Una cortadora, en caso de que nos fallará el cortador, bueno la gran mayoría sabemos cortar, tenemos nuestra máquina chica y cortamos. ¿Qué más? tener los moldes, yo sacaba moldes, porque sé sacar moldes y los otros se compraban”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación
Confeccionistas de Peñalolén

El caso de Maritza parece ser la excepción, en general son las mismas confeccionistas quienes producen sus propios productos, sin delegar el trabajo a otros talleres. Según Trinidad Winter y Raúl Henríquez, existen pequeñas agrupaciones de vecinas que trabajan en conjunto, pero no al nivel que lo hacía la empresa/asociación donde participaba Maritza. Las redes de ayuda con las que cuentan las confeccionistas, es otro elemento relevante, por ejemplo, si una máquina falla, en algunos casos, son las vecinas quienes prestan ayuda facilitando su máquina de coser a quien la necesite.

“Hay algunos casos en que comparten maquinarias, cuando les falta una máquina se consiguen con una vecina, por ejemplo, una bordadora y con eso va trabajando en otras cosas, se intercambian. Hay mucho trabajo solidario en ese sentido aún, en términos de las confeccionistas, sobre todo porque son vecinas. Lo de Creciendo Juntas donde trabaja Johanna, es una organización informal ligada a la Iglesia Católica que se reúnen en ese espacio, hacen clases, aprenden, tienen dos máquinas industriales viejitas, creo y ahí también van trabajando, se conocen, comparten.”

— Trinidad Winter, Centro Yunus, Municipalidad de Peñalolén

Las ferias libres y las ferias para productores son otro de los lugares importantes en donde las confeccionistas pueden vender sus productos, armar redes y expandir sus ventas. Según las entrevistas realizadas a los funcionarios de la municipalidad, pertenecientes al Centro Yunus, las ferias persas resultan claves para quienes se quieren mantener en este oficio y obtener una venta constante de su trabajo.

La tesis para optar “Crecimiento comercial y calidad de vida de microempresarios de ferias libres de la comuna de Peñalolén”, realizada por Tamara Muñoz Barahona y Tamara Rojas Ramírez en el año 2010, caracteriza las ferias libres de la comuna, identificando la decisión de los habitantes de la comuna por trabajar en este espacio. Una de las características de los sujetos que emprende en estas ferias es lo heterogéneo que resulta su composición. Las autoras reconocen como una de las ventajas de este trabajo el hecho de que no están sujetos a contrato y por otro lado, los ingresos son mayores al sueldo mínimo. Esto hace que resulte un empleo atractivo para cierto sector de los habitantes de Peñalolén.

“Por ejemplo, tenemos el caso de algunas comerciantes como Celinda López, ella tiene patente feria persa, trabaja en la feria persa, vende ropa de lo que compra, pero también hace pantalones. El espacio de comercialización son esos, pero también muchos de esos espacio se dan en las ferias de productores, en estas ferias especiales (...)solamente como productores locales; pero yo también creo que hay otros espacios, en el persa, digo en términos formales, pagan los permisos, patente, porque también debe ser que en la cola debe existir mucha presencia, pero en el colero, te pones no más y si el vecino va, pasa y justo 'oh justo necesitaba esto' y le compra, a diferencia de la feria de productores que la gente va ahí para buscar algo novedoso, algo específico, en la feria persa van a buscar un candado y de repente se pillan con otra cosa.”

— Raúl Henríquez, Centro Yunus Municipalidad de Peñalolén

Según la caracterización realizada por Muñoz y Rojas (2010), la necesidad económica resulta una de las principales razones que impulsan a la gente a iniciarse en la venta en ferias libres, alcanzando un 36% de las personas entrevistadas en su estudio. Un 28% lo realiza por tradición familiar, 22% por razones de desempleo, 12% por la informalidad que implica este trabajo y un 2% por la imposibilidad de encontrar otro empleo.

Respecto al futuro del oficio, Trinidad Winter observa un gran interés de la gente por la posibilidad de salir de la informalidad y además, para obtener ingresos que les permita mejorar su calidad de vida. La visión que tiene Maritza Lobos es distinta, observa lo siguiente:

“Yo lo estoy viendo que cada vez hay menos personas que cosen bien, que sepan bien el rubro ¿sabes por qué? porque incluso las universidades, claro, si bien es cierto, hacen diseño y vestuario, pero no enseñan confección. Nos ha pasado, tengo una amiga que ella ha recibido niñas en práctica y ellas no saben coser, solamente te diseñan, pero no saben coser. ¿Qué va a pasar con esto? que la juventud... porque yo te estoy hablando que los talleres que hay, no son talleres de gente joven, son talleres con gente de arriba de cuarenta y algo, sesenta años, porque ya hay muchas oportunidades para estudiar también y saben que esta pega es bien sacrificada. Es muy estresante este trabajo, porque todo es para ayer.”

— Maritza Lobos, Miembro Directora Asociación Confeccionistas de Peñalolén

La observación realizada por Maritza tiene cierta relación con los datos recabados en la línea base de la fase de diagnóstico. En este estudio se detectó que un 75% de las personas encuestadas, que se dedican al oficio textil, corresponden a mujeres entre 41 y más de 60 años. Las personas que se encuentran en un rango etario entre 20 y 40 años, sólo corresponden a un 25%.

Trayectorias del trabajo a domicilio en las Confeccionistas de Peñalolén

CONTEXTO DEL TRABAJO INFORMAL FEMENINO EN CHILE

Antes de caracterizar de lleno el oficio textil en Peñalolén, es necesario tener en cuenta ciertos datos sobre el trabajo y emprendimiento en la mujer. Según el Boletín Comunidad Mujer del año 2013, “Mujer y Trabajo ¿Quiénes emprenden en Chile? ¿Por qué lo hacen y qué les impide crecer?”, muestra que las mujeres que mayormente emprenden fluctúan desde los 40 años hacia arriba. Éstas pertenecen a los tres primeros quintiles y cuentan con un nivel educacional limitado. Las razones por las que emprenden se relacionan con la necesidad de complementar el ingreso familiar, obtener mayor libertad y flexibilidad, además de construir alternativas por falta de oportunidades de trabajo asalariado o por despido.

Siguiendo los datos proporcionados por este boletín, se identifica que las mujeres pobres tienen menos posibilidad de encontrar un trabajo formal, por lo tanto buscan encontrar ingresos en emprendimientos. Además, estas mujeres ven la necesidad de buscar capacitaciones específicas y de calidad. Las microempendedoras (trabajadora por cuenta propia) alcanzan un 20%, adquiriendo mayor representación en el primer decil.

Tanto el nivel educacional de estas emprendedoras como su situación previsional, lleva a este boletín concluir que las microempresarías están bajo un marco de mayor vulnerabilidad respecto a sus derechos y situación social. En estos casos, el trabajo suele realizarse en la vivienda, domicilio del cliente o la vía pública.

En el siguiente cuadro se pueden apreciar los porcentajes según lugar de trabajo:

TABLA 5
Extraído de Boletín
Comunidad Mujer
N°20, año 2013.

	MICROEMPRENDEDORA	EMPRENDEDORA
Dentro de su vivienda	27,9	16,6
Taller o local anexo a vivienda	11,6	15,0
Establecimiento independiente a hogar	18,7	52,6
En predio agrícola o marítimo	5,1	5,4
A domicilio	14,5	3,6
En la vía pública, transporte	19,6	3,2
En faena, obras construcción, mineras o similares	0,3	0,8
En otro lugar	2,3	2,8

Nivel educacional predominante entre las microemprendedoras corresponde a educación básica y media, como se puede ver en el siguiente cuadro:

	MICROEMPRENDEDORA	EMPRENDEDORA
Hasta educación básica	31,9	13,1
Hasta educación media	48,0	38,8
Técnico nivel superior	7,4	10,3
Profesional y/o post-grado	12,7	37,7

TABLA 6

Extraído de Boletín Comunidad Mujer N°20, año 2013.

Lo descrito anteriormente caracteriza a la economía informal, a la que hemos aludido en el marco teórico utilizado para esta investigación. Si recordamos algunas de las características principales de esta economía, encontramos que se trata de actividades remuneradas que pretenden maximizar el ingreso total, tiene una organización de la producción variable, ya que puede incluir más de un trabajador en la labor que se desarrolla y éste puede ser pagado o no remunerado. La economía informal se practica por una situación de sobrevivencia, por lo tanto se emprende con un capital variable, de tal forma que no demande demasiados recursos a quienes trabajan en este ámbito.

El trabajo a domicilio es un ejemplo de esta economía informal, como bien se describía anteriormente, se trata de una categoría híbrida. Caracteriza a este tipo de trabajo una población femenina de baja capacitación laboral, perteneciente a las capas menos favorecidas del país. Esto último implica un nivel de remuneración menor. Que este tipo de trabajo se dé más en la población femenina, se relaciona con la necesidad de compatibilizar el rol desempeñado en el hogar con una actividad laboral remunerada.

El siguiente cuadro muestra la realidad de las trabajadoras por cuenta propia, las cuales en su mayoría no cuenta con cotizaciones:

	MICROEMPREENDEDORA	EMPREENDEDORA
Sí, AFP	32,0	61,6
Sí, otras	1,6	2,2
No está cotizado	66,1	35,3
No responde / No sabe	0,3	0,1

TABLA 7
Comunidad Mujer
N°20, año 2013.

Dentro de los factores que dificultan el emprendimiento de las mujeres en Chile, se puede destacar: problemas de acceso a créditos, tanto por la exigencia de garantía como por los altos intereses; también existen ciertas limitantes para manejar un capital financiero, redes de apoyo para comercializar y dificultad para cumplir con ciertos aspectos legales que demanda un emprendimiento formal (Boletín Comunidad Mujer, 2013).

Por el contrario, en los factores que motivan el emprendimiento de las mujeres en Chile destaca la realización personal, necesidad de encontrar una fórmula donde se logre compatibilizar trabajo remunerado con la familia, urgencia de generar o complementar el ingreso del núcleo familiar y por último, la falta de oportunidades en el mercado laboral.



A continuación se muestra una tabla donde se detalla el motivo por cual la mujer desea emprender, dependiendo si es o no jefa de hogar:

	TODAS	NO JEFA DE HOGAR	JEFA DE HOGAR
Tradición familiar / herencia	4,6	16,6	7,8
No logró encontrar trabajo asalariado	10,3	6,2	18,8
Fue despedido	2,5	2,3	4,0
Complementar el ingreso familiar	38,8	43,3	23,5
Encontró una oportunidad en el mercado	8,5	7,2	10,0
Deseaba organizar su propia empresa	12,2	12,7	12,5
Tener mayor flexibilidad	6,0	5,1	5,8
Tomar mis propias decisiones	8,6	11,5	6,3
Otro	8,6	7,7	11,3

79

TABLA 8
Extraído de Boletín
Comunidad Mujer
N°20, año 2013.

Además podemos apreciar en tramo de ventas según género, en el caso de las productoras textiles de Peñalolén, éstas se encontrarían en el primer tramo, el que incluye aquellas mujeres que tienen un nivel más avanzado en el oficio y las que se encuentran en una etapa inicial.

VENTAS	HOMBRES	MUJRES	TOTAL
\$0 - \$193.000	29,6%	56,7%	39,9%
\$193.000 - \$375.000	21,3%	15,3%	19,0%
\$375.000 - \$600.000	16,1%	10,3%	13,9%
\$600.001 - \$1.125.000	9,6%	6,3%	8,4%
\$1.125.001 - \$2.500.000	7,4%	5,3%	6,6%
más de \$2.500.000	15,9%	6,1%	12,2%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

80

TABLA 9
 Extraído de Boletín
 de Emprendimiento y
 Género, año 2013.

Lo anterior implica una diferencia muy grande en el ingreso dentro de un mismo tramo, quienes se encuentran en la etapa inicial pueden llegar a ganar 3 mil pesos por un arreglo, mientras que alguien en una etapa más consolidada puede llegar a recibir 25 mil pesos o más por prenda vendida.

Trayectorias laborales de las productoras textiles de Peñalolén

HISTORIA Y VÍNCULO CON EL OFICIO

Uno de los elementos centrales respecto de la caracterización las productoras textiles de de la comuna de Peñalolén se relaciona con el modo se aproximaron al oficio. En este sentido, es relevante destacar que si bien algunas de las entrevistadas reconocen haber adquirido el oficio por tradición familiar de su madre o abuela, la mayoría de las entrevistadas lo adquirió de manera tardía.

Es posible identificar como un hito relevante en su acercamiento al oficio la consolidación de la vida familiar, especialmente destaca la llegada de los hijos como un factor que impacta sobre el inicio en el oficio. Roxana Flores constituye uno de estos casos, profesora de Educación Física, luego de ejercer su profesión por largos años en distintas ciudades del país, llega al ámbito del oficio textil luego del nacimiento de sus hijos.

Otro de los mecanismos a partir de los cuales se accede al oficio -tal como mencionamos anteriormente- es por transmisión familiar. Tal es el caso de Vanesa Muñoz, quien destaca un vínculo desde la infancia con el oficio, heredado de su abuela materna, el que posteriormente concretará a partir de los estudios formales de diseño de vestuario.

Al terminar sus estudios Vanesa instala un taller de bordado, hasta que comienzan las importaciones de confecciones chinas, impactando sobre la industria nacional.



“Yo estudié diseño de vestuario, soy diseñadora de vestuario, la verdad es que yo terminé de estudiar el 94 y sola armé como un taller y empecé a hacer bordados y la verdad es que después comenzó a llegar la cosa china...me quedé pegada con los disfraces entonces me desconecté del mundo de la moda... tuve que ahora volver a reparar como se pone un cierre, un bolsillo...”

— Vanesa Muñoz, diseñadora de vestuario

El aprendizaje adquirido en el colegio también se reconoce como una aproximación preliminar al ámbito de la confección textil, especialmente para aquellas mujeres que estudiaron en establecimientos femeninos, en los cuales las artes manuales constituían un espacio en el que dictaban clases de tejido, bordado o costura. Esta tradición se vincula con el rol que históricamente desempeñó la escuela en la reproducción los roles de género, hasta la década del a partir de la rama de economía doméstica. En esta perspectiva, Sonia Montecino plantea que la educación instaurada desde el siglo XIX destaca precisamente por el rol que desempeñó en el currículo la economía doméstica entendida tanto como herramienta práctica -técnica en la formación femenina, así como elemento central en la perpetuación de la responsabilidad del hogar exclusivamente ligada a la mujer impactando en la configuración de un ética femenina que si bien se alimenta de estos saberes pragmático - útiles para el desarrollo de la mujer, la familia y la sociedad, descansa sobre una concepción moral donde existe per - se una naturaleza propiamente femenina (Montecino, 2013; 561).



Este punto es importante en el análisis en la medida que permite contextualizar la confección textil como un oficio ligado principalmente a la mujer y al ámbito doméstico. En esta línea dentro de las entrevistas destaca el relato elaborado por Jessica Caballero, mujer joven que relata haber adquirido conocimientos de tejido y bordado en su colegio en la ciudad de Talca.

Sin embargo, el conocimiento adquirido en esta primera instancia si bien da cuenta de un temprano acercamiento al oficio, no implicó la decisión de ejecutarlo de modo definitivo. Según nos cuenta Jessica esa elección respondió más bien al azar, que a una decisión planificada de manera racional.

Específicamente surgió en el contexto de un viaje a Temuco junto a su suegra en el cual deciden adquirir un telar. Lo interesante de este caso es que Jessica decide aprender de manera autodidacta a partir de tutoriales de YouTube, conocimientos que luego perfeccionará a través de cursos impartidos en la Municipalidad de Peñalolén.

“Fui una vez a Temuco y en Temuco, fui al lado del mercado, había una tienda donde vendían lanas y un telar artesanal que estaba hecho con clavos. Íbamos caminando con mi suegra y ella me dijo mira ese telar está bonito, empezamos a mirarlo y dijimos, pero no sabemos tejer, pero comprémoslo y veamos, si no creo que sea tan difícil ver por YouTube, de hecho hasta le preguntamos al vendedor y nos dijo cómo se podía hacer, pero en una clase de 5 minutitos no aprendes nada. Igual lo compré, me arriesgué y lo compré y me lo traje a Santiago, empecé a ver por YouTube y aprendí. Después me empezó a gustar y como justo hicieron ese curso en la Municipalidad y quedé y así empezó.”

— Jessica Caballero, Tejedora Peñalolén

Pese a lo circunstancial de la decisión gatillada por la compra de un telar, es relevante destacar que los cursos que ha impartido la Municipalidad de Peñalolén, constituyen -en este y otros casos- otro de los mecanismos a partir de los cuales se inicia una trayectoria en el mundo de la confección. En el caso de Soledad Quintana podemos evidenciar el impacto de los cursos del municipio. Soledad es una mujer que se desempeña originalmente como asesora del hogar al interior de la comuna y que recientemente se ha incorporado al oficio a partir de su participación en un curso de confección. Tal como lo relata se inscribió hace menos de un año en un curso de confección:

“Mire yo no llevo más de un año y me inscribí en la municipalidad, ahí hice un curso, hice ropa, que todavía me acuerdo y no me la creo, y lo que hago yo acá, que tengo cualquier pega ahí, es bastas que les hago a las vecinas, manteles que he hecho harto y delantales. Es que en realidad ropa, mire yo hice ropa, si no me equivoco yo aquí tengo una de las prendas que yo hice, que le digo ni yo me la creo.”

— Soledad Quintana, Confeccionista

A partir de este curso Soledad se ha dedicado al arreglo y confección de prendas de vestir, destaca además el hecho de que su marido le había regalado una máquina de coser hace 5 años atrás lo que le facilitó su incursión en el tema de la confección.

El caso de Marta Norambuena ejemplifica otro caso de acercamiento por tradición familiar. Pero a diferencia de los anteriores, dicha herencia no proviene exclusivamente de su madre, sino que además de su hermana, herencia que se complementa con sus estudios de Diseño y Confección en el colegio.

“Tenía como 12 o 13 años. (...) mi hermana trabajaba en su casa, ella hacía ropa para tiendas grandes... Un día me dijo ella que aprendiera a usar la máquina porque toda mi vida la he sabido usar porque mi mamá también tenía, así que con ella aprendí y en el colegio estudié diseño y confección... tres o cuatro meses hasta que me echaron del colegio.”

— Marta Norambuena, Confeccionista

Marta destaca además por tener una trayectoria laboral en el ámbito de la confección textil, a partir de su participación como en un taller dentro de la comuna. Luego de trabajar en el ámbito de las ventas, retoma el oficio de la confección a partir de un pedido de su hija. Como otros de los casos analizados si bien Marta posee un temprano vínculo con el oficio, este se reactiva desde su rol de madre, específicamente desde las necesidades específicas de los hijos.

En este sentido, la relación o activación inicial con el oficio responde principalmente a dos lógicas que dialogan entre sí de manera dialéctica. Por un lado, el vínculo se genera por el aprendizaje formal en el colegio o en cursos impartidos por la municipalidad o alguna organización vecinal y por otro a partir de la herencia de ese aprendizaje por tradición familiar, y este se activa en relación de las necesidades específicas que plantea la vida familiar, lo que lo inscribe en el ámbito de la reproducción de la vida social.

Como otras de las entrevistadas Pamela Aravena dejó su trabajo como secretaria para dedicarse a la confección. Nuevamente estamos frente a un acercamiento preliminar adquirido desde el aprendizaje por tradición familiar, heredado de la madre. La decisión por dejar su trabajo estuvo supeditada a la compra de maquinaria que le permitiera comenzar, por lo que antes de renunciar a su trabajo de secretaria, compra una máquina bordadora y una overlock, las que le permiten comenzar con sus primeros trabajos de confección.

“Era secretaria... Me decidí totalmente el 2011, me retiré de mi trabajo y dije chao se acabó la cuestión, pero antes de retirarme me voy a comprar una bordadora y una overlock y tenía una casera, ya con eso la hago...”

— Pamela Aravena, Confeccionista



La reactivación del oficio se relaciona nuevamente con la necesidad y el interés por confeccionar prendas para los hijos y artículos para el hogar. Estas primeras prendas destinadas para la propia familia, pueden ser consideradas como una etapa inicial de entrenamiento en el oficio que les permite experimentar y probar antes de ofrecer artículos a otros clientes.

85

“Empecé confeccionando ropa para mi hijo, disfraces que es lo que me pedía y algunas cosas de casa, juegos de baño, juegos de sábanas.”

— Pamela Arvena, Confeccionista

Claudia Caicedo representa un ejemplo notorio de elección del oficio por la necesidad de combinar las labores del hogar con una actividad remunerada. Si bien todas las entrevistadas destacan la ventaja de trabajar desde el hogar combinando este oficio con las actividades propias de la casa, tal como hemos destacado en otros casos, Claudia se ve en la obligación de dejar el trabajo fuera del hogar para dedicarse al cuidado de su hija.

“Hace como 4 años más o menos me dedico, hice un curso porque en realidad como tenía a mi hija chica no tenía quien me la cuida porque mi familia es del sur y yo soy sola acá...”

— Claudia Caicedo Confeccionista

Esta decisión implicó optar por tomar un curso de 6 meses pagado en un instituto particular. Si bien no adquirió muchos conocimientos, junto con la ayuda de una cuñada dedicada al oficio, con quien adquirió los primeros conocimientos que le permitieron iniciar su relación con la producción textil. Su especialidad es la confección de vestidos de huasa, disfraces y vestido de gala.

“Era patronaje, corte y confección, pero en realidad no aprendí mucho en el curso, después me costaba. Luego trabajé con mi cuñada porque mi cuñada también sabe coser y con ella aprendí más...Después de que hice el curso no sabía coser, entonces no seguí, después con mi cuñada empezamos a hacer baberos de esos cuadraditos.”

— Claudia Caicedo, Confeccionista

Marisol Marilaf llega al oficio luego de desempeñarse en varias actividades previamente, tras el nacimiento de su hijo se ve en la necesidad económica de trabajar y decide dedicarse a la confección textil.

“Tuve que dejarlo porque no vivía bien, entonces tuve que trabajar afuera, trabajaba de cajera en el supermercado, trabajé en el, de cajera en el supermercado y eso sustentó hasta que tuve a mi hija, estuve sola 10 años, conocí el papá de mi hijo y quedé embarazada, tuve a mi hijo y tuve que dejar el trabajo porque no tenía para comer y estaba muy enferma y no tenía licencia y me salí y ahí como que toqué fondo... En resumidas cuentas, nació mi hijo y con 7 días de vida yo empecé a vender mis cosas en la feria, las cosas de mi casa, lo poco y nada que tenía, mi ropa, para empezar a vender en la feria y ahí me encontré con una señora gracias a Dios, me pasó unas cosas para vender y fui surgiendo, surgiendo, otra señora me enseñó a hacer calzas, hacer blusas, entonces empecé a hacer calzas y blusas y empecé a venderlas... Hace 17 años y después vinieron los chinos y mataron el comercio de acá.”

— Marisol Marilaf, Confeccionista

El relato de Marisol da cuenta de una relación inicial con la confección desde una condición de vulnerabilidad y precariedad económica, contexto en el cual el oficio se transforma en una estrategia que permite mejorar sus condiciones económicas.

Joanna Vergara se enmarca dentro de aquellas confeccionistas que han llegado tardíamente al oficio y que lo toman como una forma de aumentar los recursos familiares desde un oficio que se puede llevar a cabo en el hogar. Su primer acercamiento con el mundo de la confección fue a partir de su participación en cursos de manualidades en La Capilla.

“Primero partí porque fui a un taller en la capilla, ¡ah! ¿Joanna quieres aprender manualidades? Y yo, ¡ya! Porque nunca ni he cosido en mi vida, nada relacionado con una máquina porque en mi familia tampoco nunca ha hecho eso. Entonces me invitaron a participar y todo y me gustó, me di cuenta que la manualidad era lo que más me gustaba. Eso fue yo creo ya hace unos 5 años. Fue como hace 6 años, pero estuve 2 años fuera del grupo por enfermedad.”

— Joanna Vergara, Confeccionista

Tal como se desprende de su relato Johanna no había tenido ningún tipo de acercamiento con la confección y es a partir de este primer taller que despierta su interés por el oficio, el cual desarrolla con mucho agrado y en el que se proyecta hacia el futuro. Junto con la anterior Joanna ve en el oficio una forma de poder elaborar artículos para su hogar- tal como hemos visto en otros casos- este parece ser un punto relevante al momento de decidir continuar con el ámbito de la confección como una actividad estable y sostenida en el tiempo.

A modo de síntesis, la historia de las entrevistadas en el oficio textil expresa diversas y múltiples aproximaciones al mundo de la confección. En muchos casos la tradición familiar constituye un elemento clave que se complementará con estudios formales de diseño de vestuario o confección. En otros casos, será la necesidad la que lleva a ver la confección textil como posible sustento económico, incluso como elemento de movilidad social. Otros casos expresan una llegada azarosa y fortuita a partir del contacto con una amiga. Sin duda el elemento clave que gatilla la llegada al oficio será el nacimiento de los hijos y la posibilidad de desarrollar una labor compatible con la crianza así como con las actividades de cuidado del hogar.

Cabe mencionar al respecto que las entrevistadas perciben el oficio como una actividad estrechamente ligada con el ámbito doméstico lo que lleva a plantear de alguna manera de qué modo se articula el oficio -en tanto trabajo remunerado- con la esfera privada del hogar- la que históricamente ha sido concebida desde el punto de vista económico como un ejercicio de reproducción y no de producción social.



CONSOLIDACIÓN DEL OFICIO TEXTIL

Una de los momentos centrales dentro de la trayectoria laboral de confeccionistas, bordadoras o costureras de Peñalolén está dado por lo que hemos denominado como proceso de consolidación del oficio. Dicha etapa puede estar dada por un aumento en las ganancias, un mejoramiento en la infraestructura o en la tecnología y en algunos casos deriva en la formalización del oficio.

Las mujeres dedicadas al oficio consideradas por este estudio expresan distintos grados o niveles de consolidación, así como diferentes percepciones en torno a ella. Con el fin de comprender con mejor claridad este proceso hemos dividido este apartado en dos secciones. La primera se dedica a analizar la adquisición de maquinarias, nuevas técnicas y formalización del oficio. La segunda aborda la evolución de los ingresos, productos, clientes y puntos de venta.

ADQUISICIÓN DE NUEVAS MAQUINARIAS, APRENDIZAJE DE TÉCNICAS DE PERFECCIONAMIENTO Y PROCESO APRENDIZAJE

La adquisición de nuevas maquinarias y materiales constituye una de los principales elementos que posibilitan el proceso de consolidación. Tal como revisamos en el apartado anterior - dedicado a la historia y vínculo con el oficio- la compra de implementación inicial constituye un factor clave en el proceso de consolidación, configurándose de algún modo en un hito fundacional de la trayectoria laboral. En esta línea, la compra de la primera máquina marca el primer paso en la relación con el oficio y la adquisición de nuevos implementos permite potenciarlo.

Sin embargo, cabe constatar que no podemos considerar la adquisición de tecnología como un hecho aislado, su análisis amerita ser complementado con el proceso de aprendizaje de técnicas que permiten la habilitación de las habilidades requeridas para el uso de nueva maquinaria y tecnología asociada a la ejecución del oficio. Tal como relata Roxana Flores el uso de maquinaria requiere de un conocimiento específico:

“Después me compré una bordadora, pero aprender a bordar es todo un cuento (..) alguien cree que es poner la tarjeta y chao, pero no, la máquina tiene un sistema, hay un programa que tú tienes que tenerlo y que además cuesta caro, más encima venía en inglés (..) Después estaba buscando una overlock, ya tenía la plata junta y salió un barata de 5 hilos (..) Ahora voy por la colletera, pero me da miedo comprarme una usada porque es mucho más cara.”

— Roxana Flores, Bordadora y confeccionista

Por otra parte, es necesario considerar que la compra de maquinaria responde a diferentes modalidades. En algunos casos- tal como hemos constatado- se adquiere a partir de ahorros de la propia confeccionista, expresando el interés y voluntad por emprender un camino en el oficio. En otros casos, se adquiere a través de Fosis o llega como obsequio, tal es el caso de Claudia Caicedo quien la obtiene como regalo de su madre y Soledad Quintana a quien su marido le regala su primera máquina. El relato de ambas expresa una tímida incursión en el oficio así como un primer acercamiento al ámbito de la confección.

“Me gustaba coser, tenía una máquina casera que me regaló mi mamá y me gustaba hacer cosas chicas.”

— Claudia Caicedo, Confeccionista

“Es que mi cuñada hace unos años atrás tenía una de estas (...) entonces mi marido me la regaló, pero ahí quedó porque me daba miedo, hacía lo más basiquito y cuando era mucho, la sacaba, cosía y la volvía a guardar. Con mi amiga del curso de mi hijo, que me metió más porque ella hace uniformes, y ella me decía ven a mirar y me ayudai (sic), y fui para allá y de ahí me saca lo del curso. Y ahí el hecho de que yo aprenda significa yo puedo. Y justo con eso de los cursos vino el curso de las telas, yo digo, si salgo era para mí, si no, no era para mí y salí. Pero de que me gusta si hacer cosas, como inventar, incluso el vestido de mi hija que lo mandé a hacer, pero con mi diseño, yo lo dibujé como lo quería y ahí me cobró más porque ella tiene sus propios moldes, trabajan solo con sus moldes, entonces me cobró un poco más porque tenía muchos cortes, muchos dibujos...”

— Soledad Quintana, Confeccionista

En otros casos incluso se puede dar inicio en el oficio utilizando la máquina de algún familiar como es el caso de Vanesa Muñoz que comienza su trayectoria en la confección con la máquina de su madre:

“...empecé con una máquina de coser de mi mamá, con esa empecé... telas planas, siempre buscando el color últimamente adquirí una bordadora...Tengo una recta industrial, es más resistente.”

— Vanesa Muñoz, Confeccionista

El caso de Soledad Quintana nos invita a pensar el proceso de consolidación del oficio como un fenómeno complejo que debe ser interpretado desde una perspectiva capaz de integrar los diferentes elementos puestos en juego. En este sentido, la adquisición de la primera máquina no asegura automáticamente el inicio en el oficio, la falta de conocimientos previos en torno a su uso limita las posibilidades de emprender exitosamente. Desde esta perspectiva, la implementación inicial destinada para el desarrollo del oficio puede constituir el primer intento por vincularse con la confección textil, al que se debe sumar - en aquellos casos que lo ameriten- un proceso de capacitación técnica.

En esta línea, si bien es posible identificar estrategias formales de perfeccionamiento (cursos, capacitaciones talleres), existen vías informales de aprendizaje basadas en las redes de familiares, de amigos o vecinos las que gatillan la activación del capital social contribuyendo al proceso de consolidación del oficio. Tal como señala Palma este corresponde al capital social individual/ tipo unión o “bonding” que descansa en relaciones diádicas basadas en lazos sociales próximos (Palma, 2008).

A partir de las trayectorias laborales de confeccionistas, bordadoras y costureras de Peñalolén es posible avanzar hacia la comprensión de un proceso de consolidación, vinculado con el fortalecimiento de este capital social individual, el que actúa como un activo relevante en este proceso.

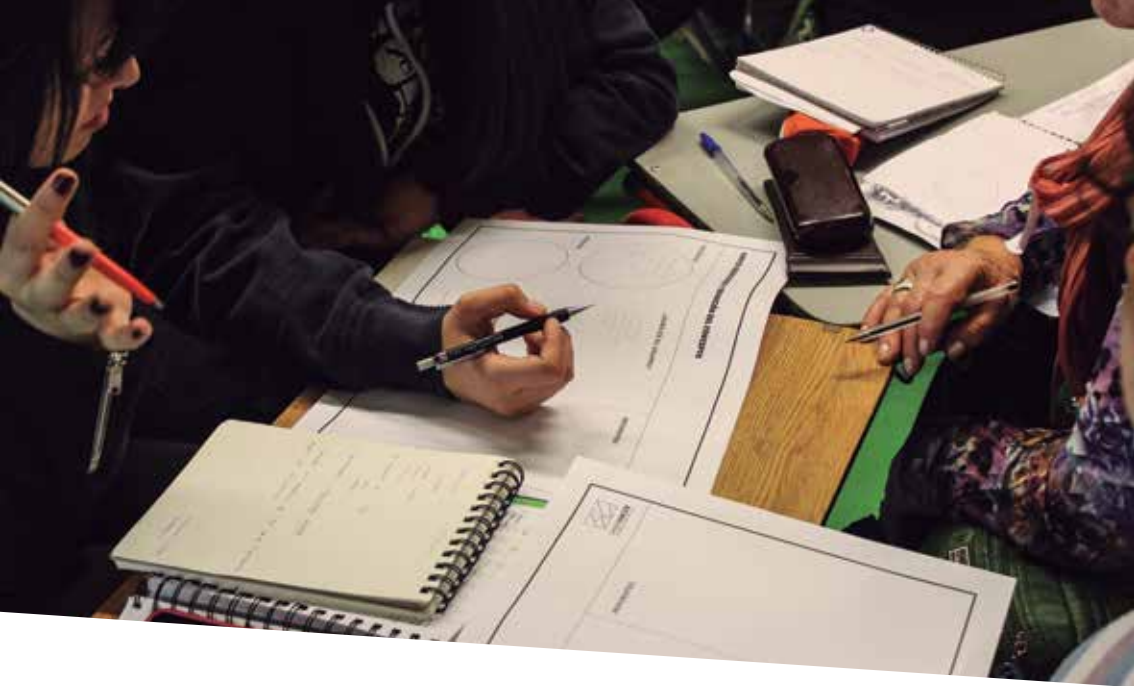
En este escenario, cabe destacar aquellas entrevistadas que comienzan una relación con el oficio sin tener una cualificación técnica previa, ni contar con otro tipo de estudios secundarios y/o universitarios. En esos casos, el capital social individual constituye una clave de lectura central en la comprensión del proceso de consolidación, destacando aquellas mujeres que se inician tardíamente y que cuentan con un conjunto de redes familiares, amistades o vecinos, que les permiten articular un sistema en torno al desarrollo del oficio. En ese marco, es relevante considerar el papel, que desempeña el capital social individual en la consolidación del oficio, ya sea como apoyo en la adquisición de maquinaria como en el proceso de aprendizaje. Este tipo de capital funciona a partir de relaciones sociales en las que prima la reciprocidad y la ayuda mutua, incluso en el proceso de venta. Si bien este último punto será abordado a en el siguiente apartado, Claudia Araya destaca la importancia de las amistades para el proceso de aprendizaje. pero también en la etapa de la venta, donde las redes de amigos devienen en potenciales clientes:

“Por salud y todo decidí que voy a estudiar, entonces dije yo, empecé a pedir ayuda acá en la Municipalidad que yo no quiero cosas, quiero estudios, quiero conocimiento y ahí me hicieron un curso básico de corte y confección, yo quiero producir mis propias cosas, entonces en resumidas cuentas, me metí en el área de bordado y es una pega esporádica, en cambio ahora me ofrecieron hacer uniforme para el colegio, entonces si te dan la oportunidad, yo trabajo con terceras personas entonces ya eso me tiene desesperada porque yo me esfuerzo llegó compro, corto, le hago el bordado y entregó a la confección, pero de ahí tengo que esperar que llegue la producción.”

— Marisol Marilaf, Confeccionista

“... entonces me he ido reinventando así y como con amistades no más aprendiendo y ofreciendo a gente conocida.”

— Claudia Araya, Confeccionista



En esta línea, y – en el marco de este estudio- la adquisición de nuevos conocimientos y técnicas puede ser entendida como un tipo específico de capital ligado al contexto sociocultural y económico en el que se desarrolla el oficio, constituyendo un elemento clave en el proceso de consolidación. Y que opera como una especie de capital técnico, entendido como el aumento del conjunto de saberes asociados con el oficio textil y que se adquiere a partir de la educación técnica formal o del aprendizaje informal en contextos familiares o cercanos.

Este tipo de el capital y su relación con el capital económico y social permiten identificar distintos habitus y estilos de vida entre las confeccionistas de Peñalolén los que se materializan en perfiles específicos reconocibles y diferenciables tanto por las propias entrevistadas, como por el despliegue de un conjunto de estrategias de distinción, característica propia de los mecanismos de diferenciación social inherentes a los estilo de vida (Bourdieu, 1999).

En este caso, existe un nexo que permite ligar ambas formas de capital, lo que puede proyectarse hacia un incremento del capital económico que se expresa tanto en la adquisición de nuevas técnicas, como en el aumento de las ganancias obtenidas a partir de la actividad textil. En otros términos, en posible plantear que el capital social individual potencia el capital técnico, el que a su vez puede devenir en un incremento del capital económico.

De esta forma, existe una estrecha relación entre estas tres formas de capital en el proceso de consolidación del oficio textil de la comuna de Peñalolén. Este tipo de análisis permite comprender la lógica del capital técnico a partir del modelo del capital cultural definido por Bourdieu, basado en los grados de instrucción escolar alcanzados (más el heredado). En esta línea el capital técnico se basaría en la adquisición de conocimientos relacionados con la ejecución de un oficio, los que son obtenidos- en el caso de las entrevistas de Peñalolén- a través de la red de relaciones ancladas en el territorio próximo o familiar -o como hemos planteado anteriormente -a partir de cursos o talleres impartidos de manera formal a nivel del municipio u organizaciones vecinales.

En este sentido, todas aquellas instancias de capacitación técnica ofrecidas al interior de la comuna de Peñalolén en conjunto con aquellos aprendizajes obtenidos a partir de la red de relaciones sociales del entorno próximo de las confeccionistas, costureras, bordadoras o tejedoras de la zona contribuyen en la proyección en el oficio. En algunos casos la primera experiencia en un curso formal marca el inicio de un camino en el mundo del oficio, en otros casos los cursos sirven para adquirir nuevas técnicas o conocimientos útiles para una etapa posterior de venta como es el caso de los cursos de administración.

“Por la municipalidad hice un taller de telar cuadrado, entonces ahí aprendí a hacer todos los puntos y a hacer chalecos... Yo sabía hacer el típico poncho cuadrado y listo. Ahí aprendí mucho, además ya me había arriesgado comprando esto y, pensando en hacer ponchos, pero se puede hacer de todo.”

— Jessica Caballero, Tejedora

“Hice un taller para aprender ropa de bebé y en eso me quise especializar y de ahí ha seguido aumentando con el tiempo (...) Haber hecho cursos y de alguna forma perfeccionarme en lo administrativo, en otra área más lo encuentro importante no solamente coser, creo que coser lo puede hacer cualquiera, pero los detalles, que vaya doblado de esta forma, uno lo va aprendiendo en la práctica no en un curso.”

— Pamela Aravena, Confeccionista

En esta misma línea, es importante destacar la relevancia que Pierre Bourdieu le otorga a las transformaciones de las diferentes formas del capital. Es posible pensar que en el ámbito del oficio de la confección en Peñalolén el capital social individual gatilla la producción o fortalecimiento del capital técnico necesario para el desarrollo perdurable del oficio en el tiempo.

Por otra parte, cabe destacar otras formas de capital social en las confeccionistas, costureras, bordadoras o tejedoras de Peñalolén. Como destaca Palma (2008) existe un segundo tipo de capital social que sería el capital social individual tipo puente o “bridging” que

se expresa en relaciones de reciprocidad en territorios alejados, es decir, a diferencia del capital social individual, este traspasa el ámbito del territorio propio. En el caso de Peñalolén este tipo de capital se activa principalmente a través del uso de las redes sociales, ya sea como parte del proceso de aprendizaje o como veremos luego como estrategia de difusión y venta de los productos.

En el caso de Peñalolén este tipo de capital se da en aquellas entrevistadas, que si bien no cuentan con una red de apoyo a nivel del entorno barrial cercano, establecen lazos a través de las redes sociales. Estas redes les permiten acceder a vínculos con confeccionistas de diferentes lugares dentro y fuera del país. Tal es el caso de Roxana Flores y Jessica Caballero quienes destacan la importancia del uso de las redes sociales en el proceso de aprendizaje reconociéndolas como un componente clave del proceso de consolidación del oficio.

“Tengo un grupo de Face de costura que me han enseñado mucho, como a hacer más fácil la costura porque yo tengo el aficionado, no tengo la técnica. (...)”

— Roxana Flores, Confeccionista y bordadora

“Yo tengo hasta una amiga en YouTube, una señora de Argentina que es seca, e incluso vi unos mitones y unos cuellos, entonces le empecé a preguntar, si me responde bien si no. Y la señora súper buena onda me empezó a responder a explicar e incluso con manzanas y peritas, y aprendí súper bien, me fue bien.”

— Jessica Caballero, Tejedora

93

Las relaciones que se configuran a partir del capital tipo puente, traspasan el ámbito del territorio próximo logrando articular redes con personas de otros lugares dentro y fuera del país con las que se intercambian conocimientos, técnicas y hasta datos para comprar materiales más baratos.

EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS, INGRESOS, CLIENTES Y PUNTOS DE VENTA

La consolidación del oficio desde pasa también por la evolución de los productos, los ingresos los clientes y los puntos de venta. En este contexto es fundamental considerar las estrategias desplegadas por confeccionistas, costureras, tejedoras o bordadoras de Peñalolén que permitan potenciar el oficio desde estos ámbitos. En este contexto, un factor a considerar tiene que ver con la presencia simultánea del capital social individual tipo bonding- asentado en las redes de cercanía y proximidad del entorno - con el capital social tipo bridging- que vincula personas de distintos territorios, es decir situaciones en las que se combina la red de relaciones de amigos, vecinos o familiares con el uso de las redes sociales, especialmente en relación con la difusión y venta de los productos.

Estos casos expresan todo el potencial de estas dos formas de capital y las posibilidades que ofrecen en la consolidación del oficio, ya sea tanto a través del incremento en el capital técnico, tal como hemos descrito anteriormente, como a partir de la ampliación de la red de relaciones. Estos casos destacan por relevar la importancia del boca a boca como un de las formas a través de las cuales se expresa el capital social individual, el que se inicia desde la red de confianza de las entrevistadas. Son amigos, familiares o clientes quienes recomiendan los productos a un posible comprador. Sin embargo, y tal como destaca Pamela Aravena el boca a boca se complementa con el uso de Facebook como mecanismo que permite acceder a clientes ubicados fuera de la comuna.

“En general yo vendo del boca a boca, el Face me ayuda mucho, y creo que ha sido generalmente, es que mis amigos me van recomendando y mis clientas me van recomendando y así, entonces no he necesitado salir... Tengo clientes de la comuna y de otras.”

— Pamela Aravena, Confeccionista

“Se las vendía a amistades, el boca a boca ayuda harto, pero eso es en lo micro ya como lo más grande se me dio el año pasado y este año la venta, pero fue también porque me dediqué 100% a lo que estoy haciendo”

— Loreto Guerrero, Tejedora

“Primero fue de boca en boca, después me dieron la posibilidad, yo fui haciendo lo que la gente no tenía hecho”

— Marisol Marilaf, Confeccionista

Por otro lado, es posible encontrar casos en los que los clientes han surgido exclusivamente a partir de las redes sociales, ejemplo de esto es el caso de Claudia Caicedo que inicia su proceso de venta a través de las redes - si bien ingresa al oficio a partir del vínculo con su cuñada -quien le enseña y con quien emprende el proceso de venta de sus productos- en la etapa de la venta recurre de forma exclusiva a las redes sociales obteniendo buenos resultados, a partir de la difusión de los productos en Facebook que logra atraer clientes, incluso estableciendo relaciones cercanas.

“Todo partió por el Facebook, casi todos mis clientes me los hice por Facebook y ya son como mis amigas mi clientas, vienen para acá... Partimos vendiendo baberos, que yo hice primero para mi hijo, de ahí lo subí a internet y me empezaron a hacer pedidos, ahí hablé con mi cuñada y empezamos a hacer (...) vendíamos por internet y cuando mejor nos fue vendimos 80.”

— Claudia Caicedo, Confeccionista

En relación con la evolución de los productos varios de los relatos de confeccionistas señalan que inicialmente comienzan con el arreglo de prendas y costuras menores como batas y pegado de cierres, trabajos simples que no requerían un manejo de técnicas especializadas.

“Cuando empecé con el oficio eran arreglos, pegaba cierres como yo creía, porque hasta el día de hoy no sé pegar un cierre, sino que trataba de hacer lo que más podía, lo que más hacía era hacer bastas, porque era cortar y orillar, eso es lo que hacía en ese tiempo.”

— Marisol Marilaf, Confeccionista

En este escenario cabe mencionar que a este tímido inicio en el oficio le sigue un paulatino proceso de perfeccionamiento a través de cursos y talleres en los que las entrevistadas dan cuenta de los avances y aprendizajes adquiridos los que permiten ir consolidando el ejercicio del oficio.

“Mi vecina de al frente, las chiquillos de folclore, sabe es que se me descosió el pantalón me lo arreglai (sic), y después con el curso fui agarrando más gente, el colegio, con mis compañeras que entró a trabajar estamos trabajando, la chica me llamó el otro día y me dijo que me fuera para allá para avanzar.”

— Soledad Quintana, Confeccionista

En otros casos, el inicio en el ámbito de la confección tiene que ver- como ya hemos revisado en las trayectorias laborales- con la elaboración de alguna prenda de vestuario para los hijos, específicamente con la confección del uniforme escolar. Cabe mencionar que este constituye uno de los principales rubros de las confeccionistas de la zona, destacando además como un nicho con mucho potencial dado la gran cantidad de establecimientos educacionales de la comuna. El caso de Roxana Flores da cuenta de este proceso, inicialmente parte con la confección polerones de polar del uniforme de sus hijos y posteriormente incorpora el del bordado de poleras y cuellos de polar con el nombre del colegio para el invierno. En este sentido la evolución del oficio va desde la al ámbito de la confección al bordado como oficios complementarios

“...a mis hijos les hice unos polar, porque el polar que vendían en el colegio no tenía gorro, entonces, y ahí yo conocí Nayar porque la directora es esposa de Pato Nayar, que es el sobrino del dueño de Nayar. Entonces ella me dijo anda a comprar las poleras allá y le bordas el nombre del colegio y empecé a vender... Y el polar que vendían venía sin gorro porque lo compraba en Nayar, entonces dije no hace mucho frío, los gorros, los cabros chicos los pierden, entonces me puse a vender el cuello con el nombre del colegio y adentro el nombre del niño y mi hijos iban con sus polerones de polar con el nombre grande... Yo quiero eso, yo quiero, yo quiero.”

— Roxana Flores, confeccionista y bordadora

En la misma línea Pamela Aravena relata una experiencia similar, parte confeccionando ropa para sus hijos y disfraces, posteriormente se amplía hacia la elaboración de prendas para el hogar y ropa de bebé. En este caso, además la evolución del oficio culmina con su formalización.

“Empecé confeccionando ropa para mi hijo, disfraces que es lo que me pedía y algunas cosas de casa, juegos de baño, juegos de sábanas (..) De ahí fui ampliando porque en las cosas de bebé está el juego de sábanas chiquitito, entonces era lo mismo que hacer una grande. Si he formalizado, doy boleta y factura especialmente en los grandes volúmenes. Bueno los primero productos [se los vendí] a mis amigos, generalmente uno empieza con sus amistades. Tuve un puesto de feria un par de años, que no me gustó, porque sentí que mis productos no era para la feria, a pesar de que quise darle otro matiz a la feria y la misma gente se encarga de echarte, por así decirlo.”

— Pamela Aravena, confeccionista

“Como es primera vez que estoy así al 100%, es un poco difícil que te haga un catastro de cómo fue la historia porque no sé, estoy ahora en esto porque se me está dando la posibilidad de vender en la feria costumbrista”

— Loreto Guerrero, tejedora

Respecto del análisis del proceso de consolidación es necesario considerar los puntos de venta utilizados por las entrevistadas. En este sentido, el estudio permitió identificar lugares de venta que desempeñan un papel relevante al interior de la comuna, destacando especialmente las ferias libres como una de las instancias en donde las confeccionistas pueden vender sus productos. Por otra parte, aquellas confeccionistas que pertenecen a alguna organización formal o agrupación ligada con algún oficio señalan la importancia de las ferias de emprendedores organizadas dentro y fuera de la comuna lugares que permiten acceder a un público más amplio.



ORGANIZACIÓN DEL CICLO PRODUCTIVO TEXTIL

Para comprender la economía doméstica implicada en el oficio textil de Peñalolén y el rol desempeñado por la mujer, debemos abandonar las concepciones tradicionales respecto a este ámbito, las cuales separan tajantemente lo público de lo privado. Lo público y lo privado se entrelazan en las prácticas cotidianas desempeñadas por la mujer. El rol activo de la mujer en la economía se observa en diferentes esferas: en la economía de la producción y de la reproducción social. Esta distinción fue analizada durante los 70s por el feminismo de la época.

A modo de antecedente cabe destacar la larga data que ha tenido la discusión en torno a la relación entre mujer y vida doméstica en el mundo occidental. Durante el siglo XIX, el movimiento femenino alemán se ocupó de discutir el tema del trabajo doméstico, la maternidad así como los derechos y protección de las madres, en 1905 la Liga de Mujeres Progresistas abre el debate sobre el carácter productivo del trabajo doméstico, el que problematizará sobre la importancia de proteger la maternidad y el rol de la mujer en las labores de crianza (Stoehr 1991: 367).

En el mismo sentido en Francia estos debates estarán presentes fuertemente siendo encabezados especialmente por los movimientos feministas del siglo XIX. Si bien estos discursos apelan en términos generales a una relación igualitaria entre hombres y mujeres refuerzan al mismo tiempo la relación de lo femenino / privado versus lo masculino /público, esto se puede ver claramente a través de la reivindicación por parte del movimiento feminista del siglo XIX del derecho a la maternidad como elemento constitutivo e inherente del sexo femenino (Cova, 1991:216-217). El movimiento feminista inglés a partir del Partido Laborista articula un debate más profundo al respecto, sin desconocer totalmente la división sexual del trabajo y reivindicando el rol de la mujer como ama de casa y madre, al mismo tiempo valorarán su rol en el mundo del trabajo remunerado, si bien se consideraba que las madres eran las encargadas de los hijos al mismo tiempo se pensaba que no era una condición natural, que debía perpetuarse en el tiempo, defendiendo por ejemplo las guarderías tanto para las mujeres que trabajan fuera del hogar como para las dueñas de casa, con el fin de que pudiesen destinar tiempo libre para el desarrollo actividades ajenas con el mundo doméstico (Thane, 1991:176-177).

En el caso chileno estos debates no han estado ajenos y la disputa en torno a la naturalización del vínculo entre lo femenino con lo privado y lo masculino con lo público, ha sido un tema central en las transformaciones que ha experimentado la familia chilena a lo largo del siglo XX. Al respecto Ximena Valdés (2007) sostiene que los recientes procesos de modernización experimentados por la

sociedad chilena han llevado a una transformación de la familia más allá de sus dimensiones estructurales, biológicas o morfológicas y que apelan a la readecuación de la vida privada expresada en una mutación de las relaciones en su interior. Dichos cambios se expresan precisamente en una ambivalencia entre las orientaciones de carácter moderno por una parte minoritaria de la sociedad versus una fuerte raigambre conservadora, la familia sería considerada mayoritariamente como espacio de resguardo frente a las inminentes transformaciones sociales. En ese marco el rol tradicional de la mujer vinculada con el universo doméstico es altamente valorado por amplios sectores de la sociedad chilena (Valdés, 2007:11-13). Especialmente este sería el modelo al que aspiran los sectores populares, privilegiando la permanencia de la mujer en la casa como mecanismo que asegura el control moral de los hijos. En este sentido, la división del trabajo de corte conservador es un mecanismo que asegura la educación de los hijos potenciando la virtual movilidad e integración social que ésta permitiría (Valdés, 2007: 13).

En esta perspectiva, el trabajo reproductivo, asociado al área de lo doméstico, puede transformarse en trabajo productivo. De esta manera, la esfera doméstica se relaciona con el mercado, dando paso a actividades que tradicionalmente no son remuneradas a que ejerzan su rol en la reproducción social. Otro elemento a tener en cuenta es que, tanto lo reproductivo como lo productivo pueden tener lugar al mismo tiempo, un ámbito no excluye al otro. Así, no resulta sorprendente que nos topemos con casos donde el trabajo doméstico-familiar y el empleo remunerado estén interrelacionados tal como señala Hauser lo público y lo privado constituyen ámbitos intrínsecamente ligados:

“Sin embargo, el ámbito de lo público también se puede convertir en una zona privada. Estivil argumenta que en ocasiones el espacio doméstico se extiende a otros lugares que a primera vista no aparecen como espacios privados. como la calle, las plazas o los mercados locales. Este es el caso “cuando esta economía doméstica se nutre y se reproduce con las redes de vecindad, paisanaje, amistad y familias extensas” (Estivil 2009,105).

Según el autor, este tipo de economía solidaria se encuentra con frecuencia en América Latina que crea actividades económicas basadas en redes familiares y locales (Estivil 2009, 106).” (Hauser, 2016: 63)

Ahora bien, la incorporación de la mujer al mercado laboral remunerado, no resulta tan simple, sino que implica ciertas contradicciones. Por una parte, el ingreso al mercado laboral por parte de las mujeres tiene un sentido de “libertad” al asociarse con independencia económica y realización personal; pero por otro lado, la mujer adquiere una doble carga de trabajo, al no

poder despojarse o compartir equitativamente las tareas de la esfera doméstica. Este es el caso de las confeccionistas de Peñalolén, quienes deben dividir el tiempo que disponen entre actividades relativas a los quehaceres domésticos y a sus proyectos de confección, quedando éstos últimos subordinados al rol de madre y dueña de casa.

En el caso de Claudia Araya, quien trabaja creando hadas, muñecas de tela y tejidos a telar, destina el tiempo que le queda después de las tareas del hogar que tiene asignadas. Es por ello que le gustaría poder contar, al menos, con 6 horas de trabajo en su trabajo textil. En el caso de Jessica Caballero, ella destinaba 3 ó 4 horas para el trabajo con el telar, aprendiendo nuevas técnicas pudo disminuir el tiempo de trabajo. Todo depende de actividades extras a las que dedica el tiempo, como acompañar a su esposo (pastor cristiano) a las actividades que realizan por la iglesia. En caso de dedicarse tiempo completo al trabajo, entre 2 a 3 días puede terminar un producto, por ejemplo: un chaleco. Roxana Flores prefiere utilizar la noche para trabajar, destinando 2 horas en el día para el oficio. Soledad Quintana, quien se dedica a confeccionar delantales, manteles, utiliza el tiempo en que sus hijos no demandan atención, por ejemplo, cuando están en el colegio o cuando duermen. De esta manera, estableció un horario de 21 a 00:30 hrs. Y 9 a 13hrs. Vanesa Muñoz, diseñadora de vestuario, dedica 8 horas a su trabajo. Cabe destacar que ella tiene hijos mayores, que no dependen de ella. En general el tiempo destinado a esta tarea es variable, no tienen horarios estrictamente establecidos para el trabajo.

99

“Me organizo entonces mejor en las tardes, a veces me quedo en la noche tejiendo y suponte, yo no planifico y me quedo hasta las 3 de la mañana tejiendo y se me pasó la hora no más, después a las 7 de la mañana en pie no más. Pero si juntáramos hiciéramos un promedio yo diría, unas 4 o 6 horas que puedo trabajar en un día. Si yo no tuviera que salir, puedo hacer algo, mi otra hija la de 16 es la que me consume más tiempo, si yo tuviera un día, yo trabajaría como 6 horas, porque igual tengo que descansar, porque cansa la vista y las manos, el dedo acá, es la postura de la aguja, entonces ahí descanso y hago otra cosa”

— Claudia Araya, confeccionista

“ (...)Yo me hago horario, me levanto a las 8 de la mañana y a las 9 ya estoy tejiendo, alguna vez me he visto tejiendo hasta las 5 de la mañana y ni me doy cuenta... si comienzo a las 9 paro como a las 12, 12 y media para armar el almuerzo, almorzamos, lavo los platos y sigo toda la tarde, para de nuevo para que tomemos el té que es como a las 6 de la tarde y luego sigo, claro si no estoy haciendo nada, yo no tengo pareja ponte tú, tengo a mi hija mayor no más acá, la menor tiene su vida aparte, yo soy sola acá entonces, tejo de lunes a domingo todo el día.”

— Loreto Guerrero, tejedora

El núcleo familiar no sólo influye por el rol que juega la mujer en el hogar, sino también por tener que lidiar con enfermedades de familiares. En el caso de Claudia Araya, debe cuidar a su hermano enfermo, además de hacerse cargo de su hija de 6 años. El tiempo y horario que le dedica al trabajo textil, depende de estas situaciones en particular. El caso de Jessica Caballero, su familia vive de allegada en una casa donde cuidan la iglesia a la que pertenecen. En un principio, su marido no veía con buenos ojos el trabajo que realizaba Jessica, hasta que empezó a vender. Para ella es una forma de generar recursos sin salir de su hogar. Roxana Flores es apoyada por su familia, los hijos aprovechan el trabajo de su madre para crear y vender polorones a sus amigos. Soledad Quintana fue alentada por su marido, para que trabajara en el ámbito textil, sus hijos también lo ven como algo positivo al tener la oportunidad de que su madre les arregle la ropa. A diferencia de las experiencias anteriores, Vanesa Muñoz tuvo conflictos con hija al instalar el taller en su casa. Vanesa acostumbraba a manejar un taller fuera de su hogar, pero al bajar las ventas tuvo que terminar con esa forma de trabajo. Las consecuencias fueron que su hija tenía una mala percepción de esta forma de trabajo, ya que perderían privacidad en su vida cotidiana.

En relación con los lugares de compra destacan especialmente Independencia, Rosas así como las fábricas textiles que aún quedan en Macul.

“Voy a Independencia y me gusta una tela, y ¡ah! Voy a hacer cojines con esta y así. Esa es una blanda, es que un día fue a Nayar, yo voy mucho a Nayar porque es un depósito donde tu compras muy barato”

— Roxana Flores, confeccionista y bordadora

“Fui a Rosas y hay un caracol (para pegar los sesgos)... es que uno pasa no más ahora es fantástico, bien hechito (...) generalmente lo compro en Independencia, lo que es tela es Independencia y lo que es ponte tú accesorios para las máquinas me gusta ir a Rosas y otros tipos de materiales, broches y todo eso en Santa Rosa al llegar a avenida Matta”

— Vanesa Muñoz, confeccionista

Lo que la mayoría de las confeccionistas establecen en sus relatos, es la lejanía de los lugares de compra. Esto dificulta el trabajo de ellas, ya que deben ocupar mayor tiempo en la compra de materiales e insumos.

RESULTADOS FINALES Y CONCLUSIONES

A partir de los avances que tiene la investigación cualitativa del estudio, es posible elaborar algunas reflexiones finales. Desde el punto de vista de la caracterización del contexto histórico de la industria textil es posible sostener preliminarmente que el desarrollo y evolución de esta industria ha sido impactados por los diversos contextos sociales, políticos, económicos y culturales en los que se ha desarrollado. En este sentido, es relevante destacar ciertos hitos que nos permitan comprender el proceso.

En primer lugar, destaca la relevancia del trabajo textil realizado en el ámbito doméstico fenómeno que se remonta a la época precolombina donde la confección textil era realizada en el ámbito privado del hogar para responder a las necesidades familiares - tribales y que pese al proceso de modernización que paulatinamente experimenta el rubro durante la colonia y sobre todo luego de la independencia, continúa existiendo como una de sus principales características, incluso actualmente y luego del proceso de desindustrialización experimentado luego de la dictadura, el trabajo textil tiene un importante espacio dentro del hogar.

Lo interesante es que este fenómeno ha sido posible de rastrear tanto a nivel de las fuentes históricas revisadas en el marco de esta fase del estudio, como a partir de las entrevistas a actores clave ligados al desarrollo de la industria textil en Chile. Tal como lo destaca la dirigente sindical Patricia Coñomán, quien desde su relato da cuenta de dicho proceso. Por otra parte, es posible a través de la revisión de fuentes históricas vinculadas con la industria textil identificar períodos y ciclos de mayor o menor auge del rubro textil.

Destaca en este sentido la época colonial como un periodo en donde la perspectiva económica del periodo tendía a menospreciar las labores manuales y en donde la prioridad estaba puesta en la extracción de materias primas. Contrariamente el periodo de mayor auge está dado por el periodo de Sustitución de Importaciones, donde la lógica del Estado estaba en el desarrollo de la industria nacional, contexto en el que nace CORFO el año 1939 con una división destinada específicamente al fortalecimiento del sector vestuario y confección a nivel nacional, ciclo seguido por la dictadura militar

en la que nuevamente imperara una economía extractivista en al que se desmantela la industria nacional de manera radical.

Desde el punto de vista metodológico es relevante señalar que durante esta fase se avanzó en la elaboración de los instrumentos, pautas y matrices de vaciado de la información que han permitido generar una propuesta metodológica ajustada y pertinente con los objetivos del proyecto. Destaca especialmente el testeo con metodologías participativas como los mapeos colectivos que han permitido tener un acercamiento preliminar a la caracterización del oficio de la confección textil al interior de la comuna de Peñalolén desde una perspectiva territorial y espacial. Del mismo modo se testeó con las trayectorias del ciclo productivo, con el objetivo de evaluar la técnica y sus posibilidades en la caracterización de las diferentes etapas del ciclo productivo así como las percepciones de las personas ligadas al oficio al respecto.

Desde el punto de vista de los aportes en materia teórico a modo de reflexión final podemos destacar la importancia de enmarcar el estudio en un marco conceptual que permita comprender teóricamente el oficio textil desde un enfoque que ponga el acento en las implicancias de la economía solidaria entendida como un tipo de economía que articula de manera conjunta la oferta y la demanda y que apela a instalar lógicas basadas en la cooperación entre los actores involucrados. Por otra parte ha sido fundamental definir conceptualmente el trabajo a domicilio y su rol en el rubro de la confección así como el valor simbólico asociado a los bienes de consumo considerando la moda como la puesta en escena de un habitus y como una construcción sociocultural tal como lo destaca Bourdieu.

A partir de las entrevistas a actores claves de la comuna ha sido posible establecer algunos lineamientos respecto de los elementos específicos del oficio en Peñalolén identificando sus características centrales, la relación con la Municipalidad y las percepciones en torno con las posibilidades futuras de la confección textil al interior de la comuna. En relación con las entrevistas a diseñadores, por su parte ha sido posible sistematizar información sobre las diferentes estrategias utilizadas por el diseño emergente considerando los principales hitos que han marcado su desarrollo como marca, detectando las dificultades en tanto emprendedores así como las percepciones asociadas con el desarrollo local y las características específicas del trabajo con talleres o costureras. A modo síntesis sería relevante considerar los siguientes puntos:

1. Es importante considerar que mayoritariamente las confeccionistas de Peñalolén son personas con redes precarias de asociación y colaboración, tal como hemos señalado anteriormente, algunas de estas redes no trascienden el ámbito barrial. Sería óptimo que el proyecto Diseño + Oficios contemplara la posibilidad de potenciar la ampliación de dichas redes, ya sea a partir de la colaboración con otros espacios, desde del vínculo con diseñadores y/o fortaleciendo y capacitando el uso de redes sociales.

2. La confección textil es una labor que se desarrolla en el ámbito del hogar, lo que implica que la participación de las confeccionistas en proyectos colaborativos debe considerar este elemento e integrarlo de manera pertinente, en tanto característica constitutiva de dicha labor.

3. Existe un desconocimiento por parte de las confeccionistas en relación con el valor de lo que producen. Además, existen ciertas dificultades respecto de cómo poner el precio correcto a los artículos confeccionados y del valor de su trabajo. Como conclusión preliminar, se puede plantear que esto se debe a la dificultad para separar el oficio de la confección de las labores propias del hogar, por lo que no se percibe como un trabajo propiamente tal. El trabajo doméstico-familiar está interrelacionado con el empleo remunerado. El espacio privado/doméstico se extiende a mercados locales.

5. Si bien el oficio de confección textil es un trabajo individual y es posible identificar la creación de pequeñas redes de cooperación mutua. Se observa cierta apertura ante la posibilidad de ingresar a una red mayor de asociación.

6. A partir de la información levantada en torno a las necesidades de diseñadores y confeccionistas sería necesario articular mecanismos desde los cuales se pudiera generar un trabajo colaborativo entre ambos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALLÉL, M. (1937). Las Industrias de las colectividades de habla árabe en Chile. Obra auspiciada por la Asociación Comercial Sirio-Palestina. Soc. Imprenta y Litografía Universo. Santiago.
- BANCHERO, A. (2008). Acerca de los jóvenes y el consumo. En revista *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Año IX, Vol. 9. Febrero 2008. Buenos Aires, Argentina.
- BOURDIEU, P. (1997). Razones prácticas: sobre la teoría de la acción. Editorial Anagrama. Barcelona, España.
- DA ROS, G. (2007). Economía solidaria: aspectos teóricos y experiencias. En *unRcoop*. Vol. 5. N° 1. Disponible en: <http://base.socioeco.org/docs/economia-solidaria-aspectos-teoricos.pdf>
- DE SIMONE, L. (2012). La moda: hacia una comprensión de la sociedad de consumo en la ciudad moderna. En F. Márquez (Ed.), *Ciudades de Georg Simmel. Lecturas contemporáneas* (pp. 55 - 62). Editorial Universidad Alberto Hurtado. Santiago, Chile.
- FIGUEROA, E. (2012). La filosofía del dinero. En F. Márquez (Ed.), *Ciudades de Georg Simmel. Lecturas contemporáneas* (pp. 55 - 62). Editorial Universidad Alberto Hurtado. Santiago, Chile.
- KOPYTOFF, I. (1991). La biografía cultural de las cosas. En A. Appadurai (Ed.), *La vida social de las cosas* (pp. 89-122). Editorial Grijalbo. México D. F.
- MONTERO, C. (2000). La formación de capital humano en empleos atípicos: el caso del trabajo a domicilio. Santiago: CEPAL y GTZ.
- MUÑOZ TERRA, L. (2012). Carreras y trayectorias laborales: una revisión crítica de las principales aproximaciones teórico-metodológico para su abordaje. *Revista Latinoamericana de Metodología de Ciencias Sociales*. Vol. 2. N° 1. Pp. 36- 65. En *Memoria Académica*. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5218/pr.5218.pdf
- PALMA, C. (2008). Capital social, pobreza, trabajo y segregación residencial. Un acercamiento cualitativo al uso de distintos tipos de capital social en la superación de la pobreza en la comuna de Peñalolén. Tesis para optar al título de sociólogo. Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, Universidad de Chile.
- REINECKE, G. (1997). Flexibilidad, Innovaciones y Cadenas Productivas. La industria textil y del vestuario en Chile. Organización Internacional del Trabajo. Santiago.
- ROBERTI, E. (2012). El enfoque biográfico en el análisis social: claves para un estudio de los aspectos teóricos-metodológicos de las trayectorias laborales. *Revista colombiana de sociología*. Vol. 35. N° 1. Enero - junio, 2012. Bogotá, Colombia. Pp. 127 - 149.
- ROSSIGNOTTI, G. (2006). Género, Trabajo a Domicilio y Acción Sindical en América Latina. En Lais Abramo (ed.), *Trabajo Decente y Equidad de Género en América Latina* (Santiago: Oficina Internacional del Trabajo), 187-210.
- SAGREDO, R. (1995). Fuentes historiográficas de la manufactura e industria textil en Chile. *América Latina en la Historia Económica* Vol. 2 (2) Pp. 29-36.
- SALAZAR, G. (2009). *Mercaderes, Empresarios, Capitalistas* (Siglo XIX). Editorial Sudamericana. Santiago.
- SUNKEL, G. (2004). El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina. En: *Revista Contornos. Signo y Pensamiento*. Vol. 23 N° 45. Julio - diciembre 2004.
- TEYSSOT, G. (2005). "A topology of thresholds". *Home Cultures*. Vol.2. N° 1.
- (1988). "Lo social contra lo doméstico. La cultura de la casa en los últimos dos siglos. A&V Monografías de Arquitectura y Vivienda. "El Espacio Privado". N° 14.
- STOHER, I. (1996). Las tareas domésticas y la maternidad. Debates y política en el movimiento de mujeres de Alemania Imperial y la república de Weimar. En: *Maternidad y políticas de género*. Editado por Bock, Gisela y Thane Pat. Ediciones Cátedra Madrid.
- THANE, P. (1996). Las ideas de género en al construcción del Estado de bienestar británico. El caso de las mujeres del Partido Liberal británico y la política social, 1906-1945. En: *Maternidad y políticas de género*. Editado por Bock, Gisela y Thane Pat. Ediciones Cátedra Madrid.
- THORNTON, P. (1978) *Seventeenth- Century Interior Decoration in England, France and Holland*. Yale University. Yale.
- TOKMAN, V. (1986). El sector informal quince años después. Mimeografiado.
- TOKMAN, V. (1987). El sector informal hoy: el imperativo de actuar. Santiago de Chile. OIT/PREALC. Documentos de trabajo.
- TOKMAN, V. (2001). De la informalidad a la modernidad. OIT, Santiago de Chile, 2001.
- TOLEDO, P. (1948). Memoria de Prueba para optar al Título de Licenciado en la Facultad de Ciencias Jurídicas Y Sociales de la Universidad de Chile. Santiago.
- TRUJILLO, J. ÁLVAREZ, N. (2011). Intercambio y mercado en el pensamiento crítico de Pierre Bourdieu. *Apuntes del CENES*. Vol. 32 N° 52. Segundo semestre 2014.
- VALDÉS, T., WEINSTEIN, M., TOLEDO, M., LETELIER, L. (1989). Centros de Madres (1989 - 1973) ¿Solo disciplinamiento? Documento de trabajo programa FLACSO-Chile. Número 416, julio 1989. Disponible en: <http://flacsochile.org/biblioteca/pub/memoria/1989/000002.pdf>
- VALDÉS, X. (2007). La vida en común. Familia y vida privada en Chile y el medio rural en la segunda mitad del siglo XX. Lom. Santiago.
- VALDÉS, X., ET.AL. (2001). Género, familia y matrimonio: La visión de las visitadoras sociales católicas entre 1930-1950. *Revista de la Academia*. N° 6. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago.
- VALDÉS, X. Y VÁLDES, T. (2005). Familia y vida privada: Transformaciones, tensiones, resistencias y nuevos sentidos. Flacso Chile. Santiago.



Trayectoria del Ciclo Produ

CICLO PRODUCTIVO REAL

Me agrada bastante



Disfrutar al final

Me agrada un poco



Castro me ayuda a pensar el proceso de diseño



Confecciono el Producto



Termino el Producto



Responde a las preguntas que aparecen en el eje

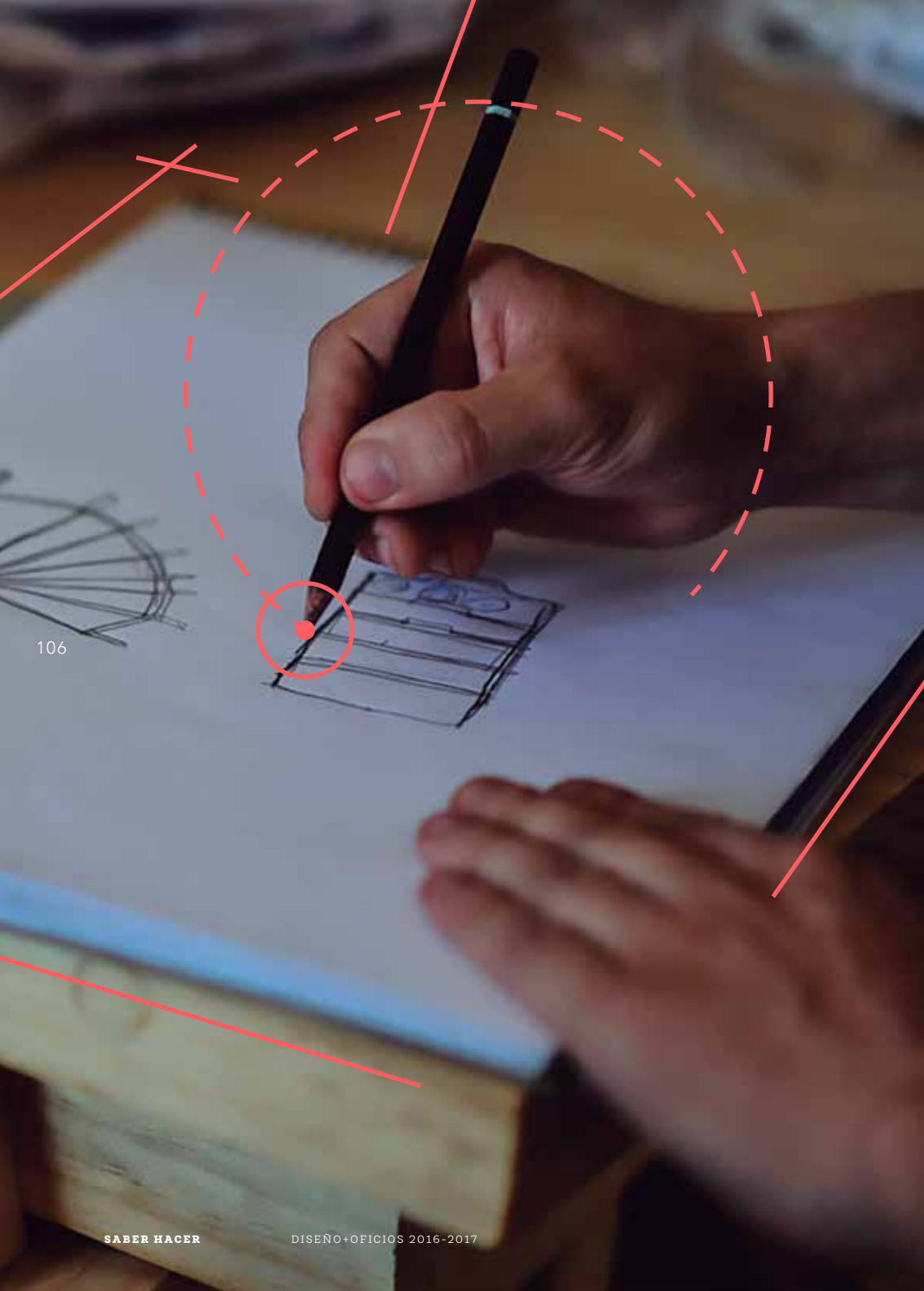
Hand-drawn grid lines on the left side of the page, intended for recording responses.

Preguntas que guían la actividad

(Duración de reflexión en el grupo: 25 min.)

En la línea del ciclo real:

Imaginemos, que nos han hecho un que...



Tendencias

1.3

La caracterización de las productoras locales textiles de la comunidad de Peñalolén, muestran las diversas áreas productivas en las cuales desarrollan sus productos y entre las que podemos destacar:

- + Desarrollo de Uniformes escolares y ropa corporativa.
- + Costuras y arreglos de ropa.
- + Disfraces y ropa festiva.
- + Ropa de mascota.
- + Desarrollo de productos con fieltro. Bordado, Tejido.

Dentro de los intereses de las productoras y las oportunidades observadas está el poder ser capaces de ofertar nuevos productos y/o mejorar elementos de sus productos actuales, debido a que sus puntos de ventas muestran una saturación de los mismos artículos, compitiendo entre ellas mismas con similares propuestas de valor.

En este contexto, es que un relevamiento y registro de tendencias brinda información sobre áreas y perspectivas de mercado ligadas al desarrollo de productos y servicios de una demanda temprana en el mercado y que constituye un referente sobre la inclinación que experimentan las personas, usuarios, consumidores y empresas hacia determinados focos de inspiración.

107

Casos de estudio

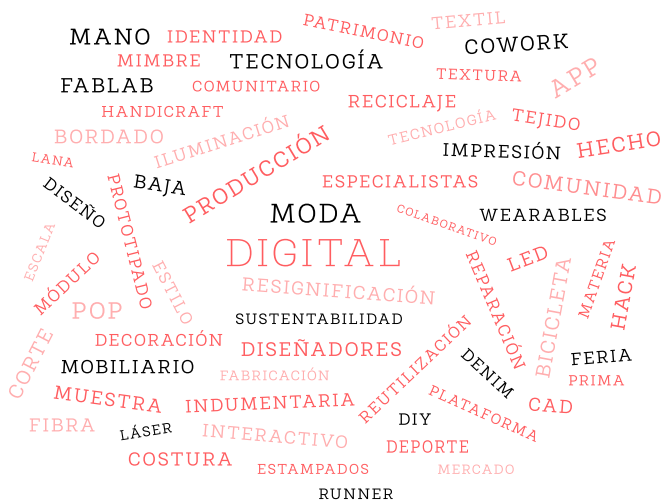
Los 80 casos referentes constituyen prácticas que son relevantes para el proyecto, los cuales están conectadas por ser de interés actual o futuro para el rubro textil, desde los ámbitos productivos, de servicio, material, técnica, estilo, innovación, empresas o personas referentes, iniciativas, entre otros. Cada caso fue fichado y dentro de los elementos descriptivos, las palabras claves de cada caso constituye el factor de comparación para ver hacia adonde apunta el mercado, en la fase posterior de saturación.

1. 3D Stretch Seam
2. Herschel Supply
3. Post Couture
4. Siba Sahabi
5. Vera Siefield
6. 3D Embroidery
7. Shabby Chic
8. Artesanías De Chile
9. Bazar Ed
10. Boho Chic
11. Bordadoras De Isla Negra
12. Café Costura
13. Circular Knittic
14. Electroloom
15. Etsy
16. Hipster
17. Jeremy Scott
18. Navy
19. Neopatchwork
20. Nido Textil
21. Origami En Telas
22. Squirrelz
23. Telas Ikea En Chile
24. Project Jacquard (Google Project)
25. Unseen: Textil Camaleonico
26. Anrealage: Prendas Activadas Por App
27. App De Soportes Para Costura Y Sastrería
28. Blusa térmica con paneles solares
29. Bordado Luneville
30. Café Repair
31. Hussein Chalayan (Vestuario Soluble)
32. Kniterate
33. Phototrope
34. Sublime by hand

35. Wovns
36. Adidas Futurecraft 3D
37. Drugstore
38. Barrio Italia
39. Barrio Independencia
40. Barrio Bandera
41. La Caserita
42. Casa Ideas
43. Personalización de
indumentaria médica
44. Textil e impresión 3D
45. Pop Art
46. Op Art
47. Influencia étnica
48. Arquitectura textil
49. Hombres tejedores
50. Ciclista urbano
51. Mia Cullin
52. Harajuku
53. Corte laser en
indumentaria
54. Infante 1415
55. Fab Lab Santiago
56. Ropa Outdoor
57. Estampado animal
58. Hip Hop
59. Juana Diaz
60. Jeans Aglomerado/
Bernardita Marambio
61. Hilado de botellas pet
62. Color Block
63. Doseñadas
64. Cuero De Salmon (N)
Paulina Robson
65. Bum Gourmet
66. Bolsos (Coyote, Cha Cha
Bags, Lemu Handmade)
67. Ropa deportiva fashion
68. Nanotecnología textil
69. La Caserita
70. Convenio tejedoras
y tienda paris
71. Reutilización de Pvc
72. Fibra óptica en textiles
73. Runner urbano
74. Barrio Victoria
75. Influencia infantil
mono animado
76. Claudio Mansilla
77. Pequeños Proveedores
Jumbo
78. Geometric Pattern
79. Lasso
80. Mochilas Kanken

Saturación de palabras

Los 80 casos investigados saturan en palabras y conceptos claves, cuyas repeticiones permiten la generación de Tendencias.



110

FIGURA 22
Imagen de saturación de Palabras Claves más repetidas en los casos de estudio. Elaboración propia.

Estas saturaciones permiten visualizar cuáles son los conceptos que se están proyectando en el mercado y constituyen el inicio de la tendencia: Temas que serán de interés para la empresa y el consumidor.

A partir de la metodología propuesta, las tendencias propuestas serán utilizadas en los desafíos de los talleres del programa Diseño+Oficios, las cuales serán agrupadas en dos áreas:

A) NO TECNOLÓGICAS:

Son aquellas que no necesitan mayor inversión de maquinarias, sino más bien desarrollar/ampliar/capacitar en una técnica específica, la cual aporta en su configuración al desarrollo de un nuevo producto. Esta Tendencia puede ser incorporada con una mayor facilidad por las productoras, debido a que la implementación no contempla mayores inversiones en recursos físicos, de conocimiento y monetarias.

B) TECNOLÓGICAS:

Son aquellas que requieren desde la inversión de una nueva tecnología, capacitación en alguna técnica específica y/o testeo en mercado, lo que posibilita la innovación en producto/servicio. Esta tendencia necesita mayores compromisos del proyecto, ya que requiere inversiones de recursos físicos, de conocimiento/capacitación y monetarias.

Tendencias

LISTADO DE TENDENCIAS

A continuación se presenta el listado de las 20 de las tendencias proyectadas, cuya propuesta nace de los casos referentes investigados anteriormente y su saturación de palabras claves.

1. Neopatchwork
2. Iconografía popular en productos textiles
3. Identidad precolombina en decoración contemporánea
4. Rescate de la flora y fauna en estampados
5. Soportes no indumentarios para tejidos en lana
6. Exploración en mezclas de materiales textiles
7. Búsqueda de nuevos hilados a partir de desechos
8. Indumentaria juvenil-infantil personalizada de nicho
9. Fashionismo sport
10. Bordado pixel
11. Bisutería y bordado con lentejuelas
12. Nuevos usos del fieltro para contenedores
13. Línea de productos en fieltro para el hogar
14. Objetos textiles sin costuras a través del corte láser
15. Superficies textiles en impresión 3d
16. Accesorios inteligentes para deportes urbanos
17. Exploración en textiles lumínicos
18. Desarrollo de textiles con propiedades térmicas
19. Nuevas propiedades en textiles a través de nanotecnología
20. Plataformas digitales de personalización de indumentaria



Simétrico

Asimétrico

Texturas



112

01 Neopatchwork

El patchwork tradicional utiliza trozos de telas recicladas, unidas para la configuración de superficies mayores en tamaño. Los colores no soy elemento primordial. Actualmente, esta técnica se utiliza con telas nuevas y las propuestas consideran colores y texturas como primordiales. El concepto de Neopatchwork es una resignificación del patchwork tradicional pero con combinaciones geométricas vinculadas a colores específicos de un paleta que evoca colores vintage, cuyo resultado es moderno, contemporáneo y sencillo.

Existen actualmente soportes digitales que permiten configurar los patrones e ir probando distintas opciones de colores previo a la producción. Estos patrones pueden tener una configuración simétrica o asimétrica.





Gráfica

Contexto de uso y
tipologías de productos

Paleta de colores sugerida

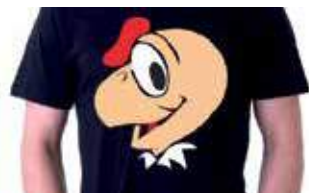


02 Iconografía popular en productos textiles

Esta tendencia tiene que ver con el rescate de la identidad chilena popular, el imaginario colectivo y el patrimonio contemporáneo, dándole valor a marcas nacionales emblemáticas, lugares y construcciones icónicas de la ciudad, productos vintage, cultura gráfica local, etc. Esta tendencia se traduce en productos textiles principalmente a través del estampado en telas en contextos como indumentaria y decoración juvenil.

Deriva de la corriente del neo-pop internacional, que desarrolla objetos con figuras icónicas como Bob Esponja y la marca Mcdonald's. Las figuras no se abstraen usándose de manera literal y reconocible. La paleta de colores también se usa de manera textual para apoyar la idea del reconocimiento inmediato del objeto a iconizar. En el contexto nacional se han observado casos que corresponden a conceptos de marca icónicos nacionales como Fruna, Soprole, Maní tostado, La Lechera, utilizados en marcas como La Caserita.

113





- Patrones de tejidos

- Patrones corporales e indumentaria

- Iconografía

- Aplicaciones y tipologías de productos



03 Identidad precolombina en decoración contemporánea

La identidad precolombina es una tendencia actual fomentada por el auge del turismo internacional en nuestro país. El rescate de la estética de los pueblos precolombinos se puede traducir en diferentes tipologías de productos para el hogar a través de estampados y del rescate de técnicas, iconografía y paleta de colores de estas culturas. El listado de culturas precolombinas da una gran variedad de opciones que van desde el colorido saturado de las culturas del norte, al blanco, negro y rojo, más neutro, de las culturas del extremo sur del país. Esta variedad nos permite llegar a un mercado amplio de gustos.

Las culturas a lo largo de Chile, de norte a sur, son: Aymara, Changos, Atacameño, Mapuche, Chonos, Tehuelches, Kawasshkar, Yámana y Selk'nam. A estas se agrega la cultura Rapa Nui.

114





Ilustración / Fauna

Patrones / Flora

Negro sobre fondo

Colores sobre fondo



04 **Rescate de la flora y fauna en estampados**

El patrimonio natural de Chile expresado en la Flora y Fauna, constituye una fuente de información visual rica en colores, formas, texturas y propuestas, que son representadas con las técnicas en boga de nuestros días. El estampado y serigrafía es una técnica que ha cobrado valor estos últimos años en productos textiles y que tiene una alta demanda. También es una técnica recurrente entre los creativos locales, por lo cual es importante desarrollar imágenes y productos con códigos propios.

Dentro de las líneas temáticas podemos encontrar desde nichos específicos tales como:

- + Cactus y suculentas
- + Aves del norte, centro y sur
- + Insectos
- + Tipos de hojas de especies endémicas
- + Flora Nativa

115





Luminaria

Soportes



05 Soportes no indumentarios para tejidos en lana

La trama y urdimbre constituyen la base de los tejidos. Actualmente se observa una valorización de estas técnicas que toman valor en superficies de mayores volúmenes. Si bien el tejido como técnica constituye superficies que tradicionalmente se han utilizado para indumentaria y accesorios, principalmente a las fibras e hilos que se entraman, esta Tendencia busca generar una línea de decoración, promoviendo usos no convencionales en entramado y formatos atípicos del tejido, en nuevas propuestas de productos.

Dentro de las categorías que se observan podemos encontrar sillones y equipamientos, cojines grandes, carpas y cubiertas, casas de animales, entre otros.

116





06 Exploración en mezclas de materiales textiles

Esta tendencia busca enriquecer las técnicas clásicas adicionando materialidades en un solo producto. Se pueden mezclar, por ejemplo, cuero con diferentes técnicas de tejido y bordado. En esta mezcla se puede incluir la tecnología del corte láser que permite hacer rápidamente el patrón de orificios para el bordado o la unión con los diferentes tipos de tejidos: telar, crochet y palillo.

Las mezclas de materiales además de enriquecer y dar valor a un producto, aprovecha las características funcionales y propiedades físicas de los materiales para dar firmeza o estructura en lugares específicos de los productos textiles, más flexibles y maleables. Las aplicaciones en productos van desde distintas tipologías de bolsos y carteras, hasta productos no funcionales como decoración y distintos tipos de bisutería.

117





07 Búsqueda de nuevos hilados a partir de desechos

Tendencia de exploración de técnicas textiles tradicionales en materiales nuevos, ya sean reciclados o de desecho como materiales para otros usos. Entre estas nuevas materialidades tenemos, por ejemplo, el trapillo que es un hilado sacado de prendas de jersey de algodón que nos permite ser tejido con las mismas técnicas de tejido clásico: palillo, crochet y telar. También tenemos el hilado de botellas PET, que en sus características podría homologarse al ratán o al mimbre, pero translucido.

Estas distintas materialidades, al desarrollarse como una especie de hilo nos permiten además mezclarlos con los materiales tradicionales potenciando las características de cada uno de estos. Dadas las diferencias de rigidez, grosor, colorido, etc, los productos posibles van desde contenedores y objetos para el hogar (funcionales y decorativos) a bisutería y accesorios.

118





Vestuario

Accesorios



08 **Indumentaria juvenil-infantil personalizada de nicho**

Tendencia que desarrolla vestuario femenino preferentemente, asociado a gustos de la cultura oriental popular, utilizando conceptos de nicho de origen oriental tales como kawaii, harajuku, lolita, otaku, ganguro, los cuales se destacan por utilizar paletas de colores definidas donde prima el color rosado, negro, mezclando lo soft y hard no perdiendo la esencia infantil.

Dentro de la indumentaria y accesorios que podemos encontrar vestidos, faldas, zapatos, correas, mochilas, pelerones, entre otros, en donde claramente se ven reflejados los elementos caricaturescos y coloridos animados de la cultura japonesa.

119





09 Fashionismo sport

Tendencia de nicho que busca satisfacer las necesidades de los deportistas esporádicos que no quieren invertir en prendas técnicas que solo sirvan para uso en contexto deportivo, sino también para el día a día. Nace de las distintas asociaciones entre diseñadores de moda con marcas deportivas, que generan prendas con características y funcionalidad deportiva, sin dejar de lado las tendencias en moda. La gran mayoría de las marcas deportivas más populares, como Nike y Adidas, entre otras, se dieron cuenta este fenómeno agregando a la funcionalidad detalles como estampados, cortes distintos y paletas de colores basadas en pasarelas de ropa no deportiva. Este fenómeno se apoya también en la fama que han adquirido distintos deportistas olímpicos, siendo muchas veces rostros de las campañas, y así también la popularidad de disciplinas como el yoga y el tenis. En general, la tendencia es hacia la vida sana incluyendo el deporte como algo indispensable para una buena calidad de vida.

120





10 Bordado pixel

El bordado punto cruz clásico inspira nuevas tendencias, las cuales se expresan en íconos populares y en elementos visuales de moda, la cultura “gamer” y los mensajes modernos, dando una mirada moderna a este oficio.

La utilización de personajes de series y comics, tales como La liga de la justicia, Big Bang Theory, Pokémon, Star Wars, obligan a estar pendiente siempre de la cultura televisiva para identificar a los personajes y códigos visuales a bordar.

121





11 Bisutería y bordado con lentejuelas

El bordado de Alta Costura es un nicho poco explotado en nuestro país, debido a su alto costo y lenta producción. La utilización de mostacillas, pedrería, lentejuelas exige un trabajo lento, experto y minucioso, lo cual se traduce en largas horas de trabajos en vestidos, por ejemplo.

Existe hoy en día una tendencia de indumentaria de utilizar pequeñas zonas o parches con elementos bordados, constituyendo un nicho visible de utilizar la técnica en zonas más reducidas. Los motivos son desde elementos florales hasta geométricos.





12 Nuevos usos del fieltro para contenedores

El fieltro en indumentaria se utiliza preferentemente en accesorios y joyería. El uso de fieltro para desarrollar superficies contenedoras amplía el uso tradicional de este material y permite el desarrollo de elementos que complementan la decoración brindando un nuevo lenguaje. Puede ser utilizado como soporte ya sea con el fieltro húmedo modelado o con el fieltro laminar.

Ejemplo de esto sucede con la aparición de usuarios que valoran a mascotas exóticas y no exóticas dentro del hogar, donde los materiales que resguardan el calor cobran importancia para proteger a los animales.

123

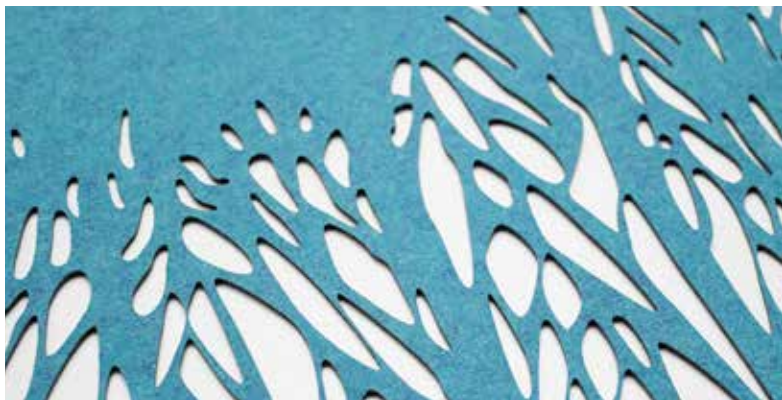


Texturas

Corte

Módulos

Ensamblajes



13 Línea de productos en fieltro para el hogar

El corte láser permite generar módulos y partes con exactitud milimétrica, lo que amplía el desarrollo de productos con fieltro en formatos laminar y esculpido, logrando piezas con un atractivo visual geométrico y moderno. El fieltro tradicional en accesorios, posee un acabado más indefinido y vinculados a tendencias artesanales-handmade, lo que se distancia al utilizar maquinaria de corte preciso, que amplía el horizonte de objetos a desarrollar utilizando, por ejemplo, motivos geométricos, imposibles de lograr de manera manual con una mayor producción en volumen de elementos.

124





14 **Objetos textiles sin costuras a través del corte láser**

El corte láser es una tecnología de prototipado digital actualmente muy en boga debido principalmente a la precisión en el corte y la previsualización en el computador del modelo a cortar. Además nos permite hacer modificaciones rápidamente en las líneas de corte y los materiales a cortar son variados. Entre lo más popular tenemos varias figuras de maderas delgadas, cartones y acrílicos para distintos fines. Sumado a estos, materiales textiles como cueros, fieltros y telas también han tenido cabida en esta nueva tecnología, imprimiendo en ellos texturas nuevas a través de cortes y grabados. Así también, gracias a la precisión del corte, el láser en materiales textiles nos permite generar ensambles que hacen prescindir de costuras en el armado de un producto o prenda. Hay hasta el momento experiencias de diseñadores principalmente en indumentaria quedando mucho por explorar en la generación de objetos. Materiales posibles para estos ensambles pueden ser cuero, PVC, y distintos tipos de fieltros, que en su espesor nos permiten crear ensambles más firmes, no siendo excluyente a telas más delgadas que aún deben ser estudiadas. Las tipologías de productos, como se mencionó, van desde la indumentaria a distintos objetos, accesorios y decoración aún por explorar.

125



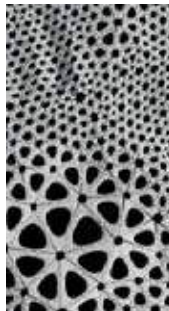


15 Superficies textiles en impresión 3d

La impresión 3D es una de las nuevas tecnologías de prototipado digital. Se trata de un inyector que agrega polímero en ejes X, Y y Z pudiendo hacer volúmenes prediseñados en programas de modelamiento 3D. Esta nueva tecnología ha intentado homologar materiales textiles con resultados que asemejan varias de las características del textil. El objetivo es aprovechar las ventajas del diseño vectorial, como son su exactitud y facilidad para ser corregido o modificado. Pero aun así, las materialidades textiles resultantes dependen del módulo que genere la superficie y del tipo de polímero que se use. Hasta el momento, mientras más grande es el módulo, más flexible es la superficie. Por ende la mayoría de estas superficies son abiertas y muestran lo que contienen, limitando su uso en indumentaria, más que nada a prendas experimentales.

Esta nueva materialidad textil tiene principalmente aplicaciones en indumentaria, quedando aún exploración en objetos.

126



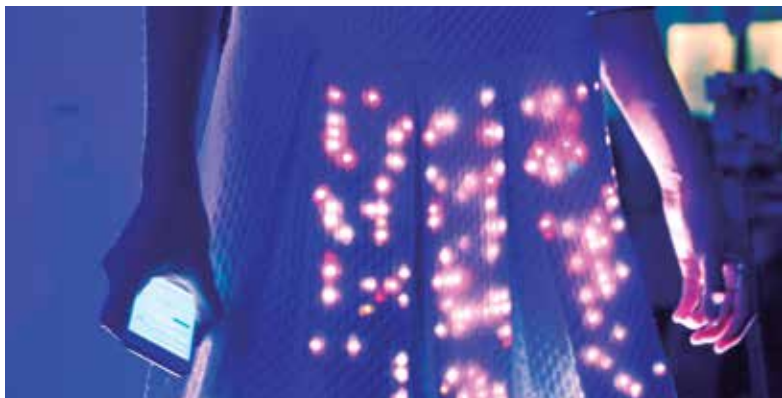


16 Accesorios inteligentes para deportes urbanos

Wearables son prendas o accesorios con dispositivos aplicados que permiten distintas interacciones con el medio o recibir información del cuerpo en cierto contexto o actividad. La tendencia aplica este concepto de wearable a deportes urbanos como ciclismo o running generando prendas y/o accesorios que dan información del estado del cuerpo o con señalizadores incluidos, por dar un par de ejemplos. Existen varias maneras de dar “inteligencia” a los materiales textiles. Tenemos, aplicación de leds y fibra óptica para generar luz, aplicación de sensores de movimiento o térmicos, e incluso aplicaciones de dispositivos sonoros ya sea para reproducir o captar sonidos. La gran variedad de dispositivos aplicables a materiales textiles nos dan amplias alternativas de usos que cumplan los requerimientos de distintos deportes practicados en la ciudad.

127



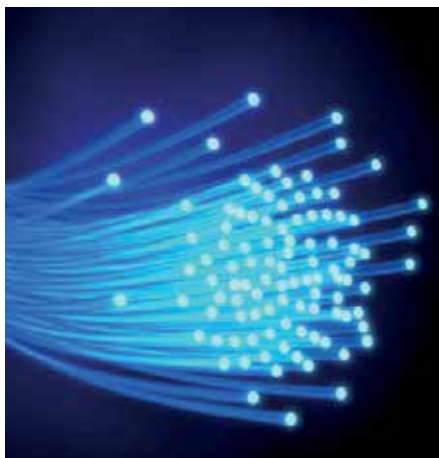


17 Exploración en textiles lumínicos

Las aplicaciones de electrónica en materiales textiles son una tendencia mundial en distintas aplicaciones. Una de las aplicaciones más usadas es la integración de luz a los textiles, ya sea a través de led o a través de hilos de fibra óptica dentro de la trama del tejido. Mientras los leds, al ser pequeñas ampollitas, se aplican principalmente como una luz en un lugar puntual, la fibra óptica, que se reparte uniformemente en la tela, ilumina toda la superficie de ésta.

Estos textiles pueden tener funciones de seguridad como estéticas, abriendo nichos aún en exploración, en nichos tales como de seguridad, visibilidad y marcas de moda.

128





18 Desarrollo de textiles con propiedades térmicas

El uso de tecnologías sustentables automatizadas con circuitos integrados en prendas de vestuario, se visualiza como una nueva área tecnológica, ampliando en nuevas perspectivas para usuarios de nichos específicos, quienes en sus actividades necesitan de prendas que brinden calor y tengan salidas a otros sistemas, por ejemplo, cargar un teléfono, o de conectividad durante un camping o actividades en el exterior deportivas.

Desde celdas fotovoltaicas a pequeños circuitos de recepción de energía, son los que se integran a la indumentaria y aumentan las posibilidades para el usuario.

129



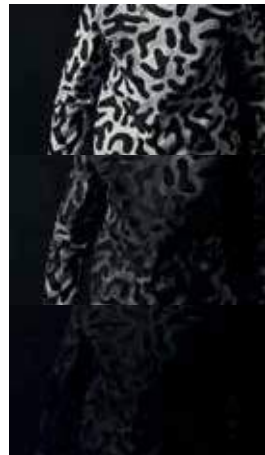


19 Nuevas propiedades en textiles a través de nanotecnología

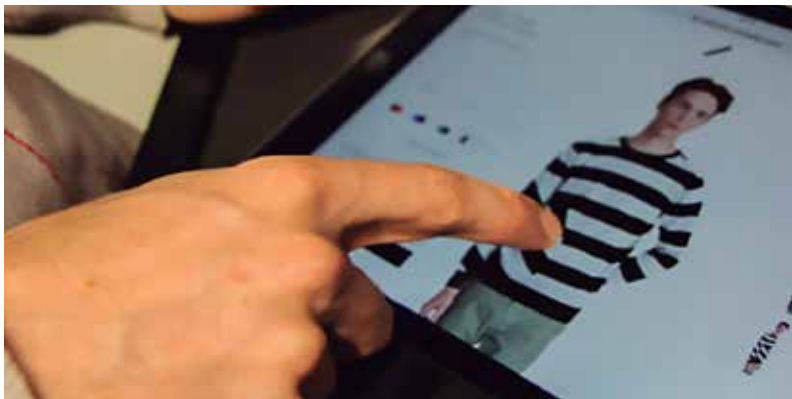
La nanotecnología es la aplicación de átomos, que pueden ser de distintos orígenes, para dar propiedades particulares a distintos materiales. Los materiales textiles no están fuera de esta tendencia, siendo ya populares los textiles que repelen la humedad y así repeler manchas de todos tipo, reflectancia, desprendimiento controlado de aromas o perfumes, cambios de colores por temperatura u otros factores, entre otros.

Esta tendencia está en pleno desarrollo pero para su investigación se requieren profesionales especializados en esta área e infraestructura apropiada o laboratorio.

130



- Digital
- Análogo
- Registro de insumos
- APP reconocimiento de prendas
- Bocetaje

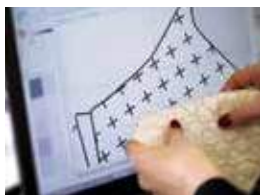


20 Plataformas digitales de personalización de indumentaria

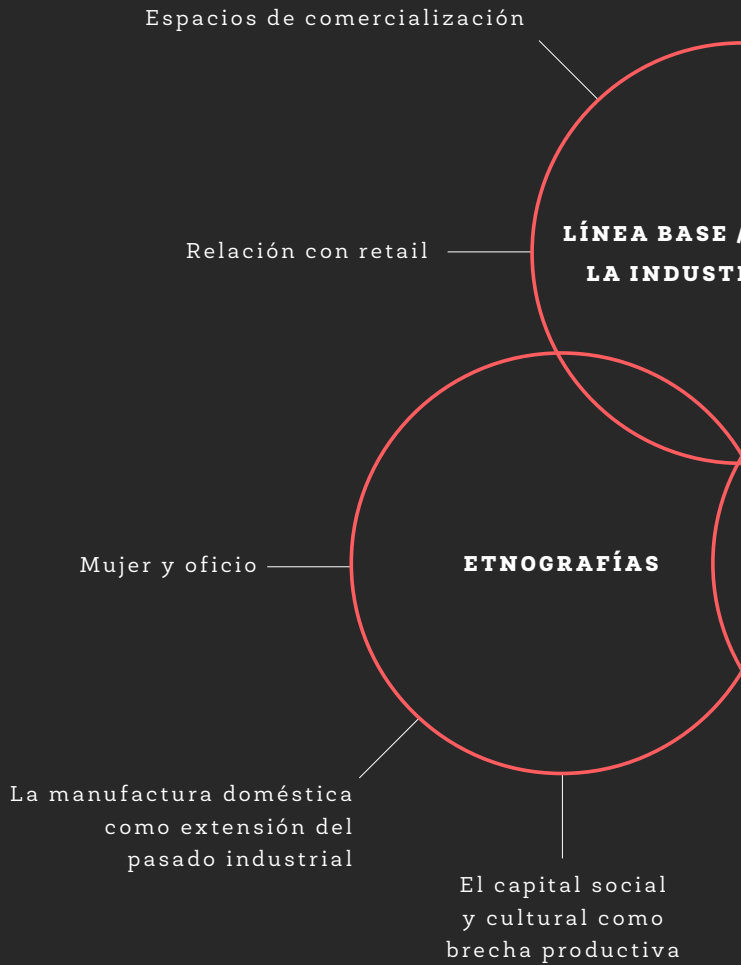
La utilización de técnicas/tecnologías de apoyo en la etapa creativa del desarrollo de Indumentaria, permite generar procesos de automatización clave para el diseño de prendas de nicho, ingresando variables claves en el proceso de Diseño. Puede ser Tecnológico (con apps o softwares de apoyo) o Análogo (elementos que permiten la configuración y composición de resultados indumentarios).

Esto ayuda a estandarizar líneas de productos y utilizar concepto de customización con el cliente, para un producto único.

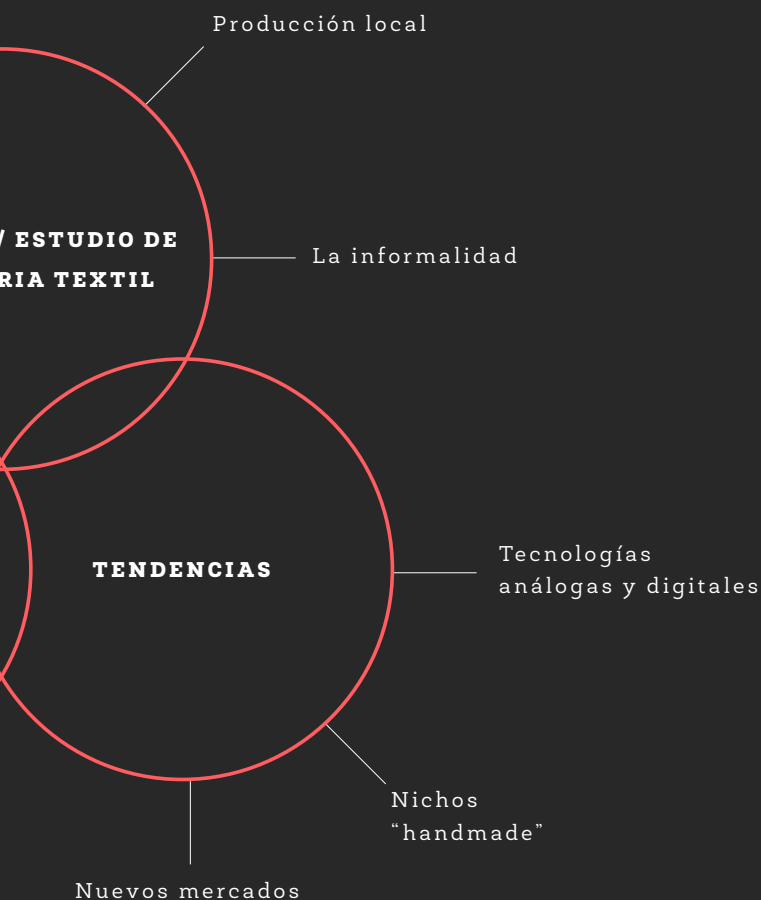
131



Insights



A continuación se presentan las principales conclusiones e insights relevados a partir del diagnóstico realizado en el territorio de Peñalolén y el sector textil de confección. Los datos e información generada permitirá configurar los contenidos de la siguiente etapa del proyecto, donde los participantes pasarán por un proceso de perfeccionamiento y vinculación.



Productor textil de Peñalolén

De los 175 casos analizados en línea base, podemos dar cuenta de los siguientes hallazgos: Un 24% de las personas encuestadas tiene iniciaciones de actividades en el Servicio de Impuestos Internos. Por otro lado, observamos que un 75% de la muestra tiene como su ocupación principal el oficio textil. Un aspecto relevante de la muestra es que, un 93% de los casos realiza ventas a clientes finales, es decir, sus productos no transitan por intermediarios. Al igual que ciertos estudios, como el de Comunidad Mujer (2013), aparece este tipo de oficio como una práctica solitaria y ligado al género femenino. Respecto a lo anterior, un 74% de las personas encuestadas declaró trabajar sola. Por otra parte, un 62% de la muestra asevera que las ventas las realiza en su casa. Esto último, nos hace inferir sobre la precariedad de las redes con las cuentan estas productoras para comercializar sus productos. Por lo que se puede observar en el estudio, un 97% de las producciones realizadas se comercializa como un producto terminado. Finalmente, un 43% de las personas declara que no posee una frecuencia de venta de sus productos.



MUESTRA

175 casos, seleccionados de manera probabilística, todos con igual posibilidad de ser encuestados, a partir de la base de datos consolidada.



DESCRIPCIÓN

Estudio cuantitativo con encuestas presencial. La Encuesta consta de 23 preguntas.



FECHA DE MEDICIÓN

Entre los meses de Junio y Julio.

24%

Inicio en el SII

75%

Ocupación principal

94%

Mujeres

93%

Cliente final

74%

Trabaja sola

62%

Vende en casa

97%

Producto terminado

43%

No tiene frecuencia

Evolución histórica del sector textil en Chile

A partir de las entrevistas a actores claves de la comuna ha sido posible establecer algunos lineamientos respecto de los elementos específicos del oficio en Peñalolén identificando sus características centrales, la relación con la Municipalidad y las percepciones en torno con las posibilidades futuras de la confección textil al interior de la comuna. Es importante considerar que mayoritariamente las confeccionistas de Peñalolén son personas con redes precarias de asociación y colaboración, tal como hemos señalado anteriormente, algunas de estas redes no trascienden el ámbito barrial. La confección textil es una labor que se desarrolla en el ámbito del hogar, lo que implica que la participación de las confeccionistas en proyectos colaborativos debe considerar este elemento e integrarlo de manera pertinente, en tanto característica constitutiva de esta labor en el presente.



TEXTIL PRECOLOMBINO

Desarrollo del hilado y tejido artesanal llevado a cabo por las pueblos precolombinos previo a la llegada del mundo occidental.



INDUSTRIA TEXTIL POSTCOLONIAL

Bajo el gobierno de José J. Prieto en 1834 se promulgó la primera Ley de Importación dando paso al resurgimiento a la industria nacional.



MODERNIZACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL

La industria textil se caracterizaba por los siguientes elementos: Producción diversificada / Tecnología heterogénea / Integración vertical.



ESTATIZACIÓN Y DEBACLE DE LA INDUSTRIA

Bajo las políticas liberales impuestas por la Dictadura Militar se termina con el proceso de expropiación impulsado por Allende.



ROL DE CENTROS DE MADRES

Será CEMA, organismo que articulará a los Centros de Madres del país, quien tendrá por objetivo capacitar de forma técnica y organizacional a las mujeres del país.

Situación actual y oportunidades de participación en el mercado y apertura de nuevos canales.

¿Cómo la producción textil local puede insertarse en un mercado dominado por las importaciones y el retail?

Más allá de mirar este desafío como un escenario de antagonistas -tal como se ha presentado en general desde el sector de moda de autor o producto autoral- las oportunidades de participación y apertura de nuevos canales para el productor local se configuran desde la revisión de las opciones comerciales en mercados locales tales como ferias de productores, espacios establecidos de comercio para microempresas (ej: estaciones del metro) y otros canales de los cuales puede disponer hoy un artesano o pequeño fabricante. En este sentido el principal desafío se sitúa en la generación de nuevas y mejores propuestas de valor hacia un usuario o consumidor con nuevas necesidades y requerimientos en soluciones textiles.

Por otro lado, el acercamiento hacia la industria creativa y su vinculación o inserción en cualquiera de sus formas (como proveedor de servicios o fabricante de productos) se visibiliza como una estrategia central para la apertura de nuevos espacios comerciales para un productor local, en la medida de que su quehacer, bienes, servicios y actividades se configuren en contenidos culturales, artísticos y eventualmente patrimoniales, con una identidad y relato local atractivo para consumidores (locales y globales) en búsqueda de estas propuestas.

Finalmente y vinculado al anterior punto, una eventual relación del productor local con el retail podría ser desarrollada en función de explotar este discurso de producto local, basado en la calidad de sus materiales, la ejecución de una técnica y la promoción de un producto que dialogue con tendencias contemporáneas o atemporales según la estrategia a aplicar. Evidentemente la principal brecha a sortear en este contexto comercial está relacionada a conseguir un producto de calidad a un precio justo y sin embargo, competitivo.

PARTICIPACIÓN DEL RETAIL EN EL MERCADO TEXTIL.



R I P L E Y

falabella

laPolar 

60% Importaciones que se realizan en el área textil.

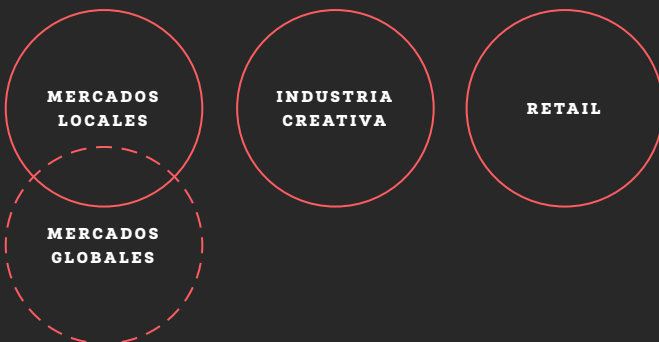
PRODUCTOR TEXTIL

Canales actuales:



139

Nuevos canales observados



Oportunidades de desarrollo textil en el ecosistema local

Los 80 casos investigados saturan en palabras y conceptos claves, cuyas repeticiones permiten la generación de Tendencias. Estas saturaciones permiten visualizar cuales son los conceptos que se están proyectando en el mercado y constituyen el inicio de la tendencia: Temas que serán de interés para la empresa y el consumidor. A partir de la metodología expuesta, las tendencias propuestas serán utilizadas en los desafíos de los talleres del programa Diseño+Oficios, las cuales serán agrupadas en dos áreas:

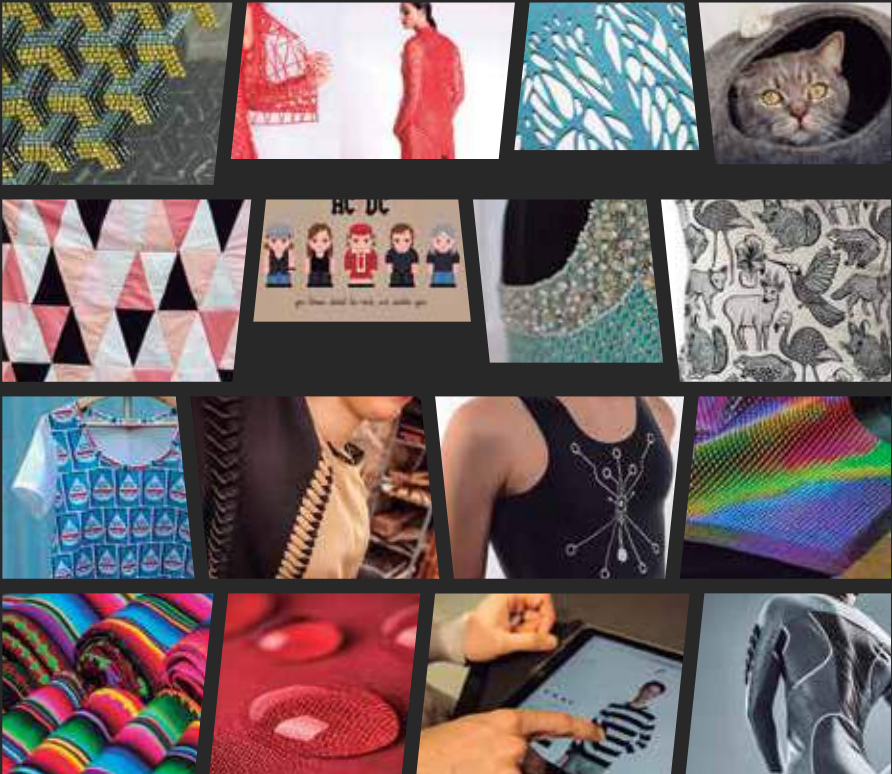
A) NO TECNOLÓGICAS:

Son aquellas que no necesitan mayor inversión de maquinarias, sino más bien desarrollar/ampliar/capacitar en una técnica específica, la cual aporta en su configuración al desarrollo de un nuevo producto.

B) TECNOLÓGICAS:

Son aquellas que requieren desde la inversión de una nueva tecnología, capacitación en alguna técnica específica y/o testeo en mercado, lo que posibilita la innovación en producto/servicio.

MANO IDENTIDAD PATRIMONIO TEXTIL
 MIMBRE TECNOLOGÍA COWORK
 FABLAB COMUNITARIO TEXTURA APP
 HANDICRAFT RECICLAJE
 BORDADO ILUMINACIÓN TECNOLOGÍA TEJIDO
 LANA BAJA PRODUCCIÓN IMPRESIÓN HECHO
 DISEÑO PROTOTIPO ESPECIALISTAS COMUNIDAD
 ESCALA MÓDULO ESTILO MODA WEARABLES
 CORTE MÓDULO ESTILO DIGITAL COLABORATIVO
 POP RESIGNIFICACIÓN LED
 DECORACIÓN SUSTENTABILIDAD REPARACIÓN BICICLETA MATERIA HACK
 MOBILIARIO DISEÑADORES FABRICACIÓN REUTILIZACIÓN DENIM CAD FERIA PRIMA
 MUESTRA INDUMENTARIA PLATAFORMA CAD
 FIBRA LÁSER INTERACTIVO DIY DEPORTE
 COSTURA ESTAMPADOS MERCADO
 RUNNER



Perfil de la productora textil

Es posible vincular perfiles de confeccionistas de la comuna de Peñalolén con el capital social encontrado tal como se detalla a continuación. En relación al primer perfil, podemos establecer que el tipo de capital social con el que cuenta corresponde a **“Capital social grupal/tipo puente o bridging”**. Este tipo de capital social es característico de grupo de personas que se relacionan y pertenecen a espacios geográficos diferentes. Es posible observar estas características en las confeccionistas que mantienen relaciones de cooperación con gente de otras regiones o países por medio de redes sociales. Por otra parte, el tipo de capital social correspondiente al segundo perfil se identifica como **“Capital social individual/tipo puente o bridging”**. Éste se caracteriza por establecerse entre individuos con espacios geográficos diferentes. Es el caso de confeccionistas que logran vender fuera de la comuna o comprar insumos fuera de la RM. El tercer perfil, está asociado como **“Capital social individual/tipo unión o bonding”**, se caracteriza por relaciones diádicas, donde los lazos sociales son próximos (Ej: relación entre familiares o entre dos vecinos). Este tipo de relación social se encuentra en un perfil de confeccionistas, quienes mantienen su negocio con las compras de sus vecinos, cooperación de alguna amistad o familiar que les ayuda a vender sus productos.

142

PERFIL I



PERFIL II



PERFIL III



CARACTERÍSTICAS

TIPO DE CAPITAL SOCIAL

- + Conocimiento universitario.
- + Sin red de apoyo.
- + Redes de venta ampliadas.
- + Redes sociales página web para ventas.
- + Uso de volantes y redes de vecindad.
- + Mayor disponibilidad de tiempo.
- + Formalización del trabajo.

**CAPITAL SOCIAL
GRUPAL/TIPO
PUENTE O
BRIDGING**

Característico de grupo de personas que se relacionan y pertenecen a espacios geográficos diferentes. Este tipo de capital social se observa en las confeccionistas que mantienen relaciones de cooperación con gente de otras regiones o países por medio de redes sociales.

- + Conocimiento autodidacta + taller.
- + Red de apoyo.
- + Red de venta medianamente ampliada.
- + No usa redes sociales.
- + Disponibilidad de tiempo limitada.
- + Trabajo informal.

**CAPITAL SOCIAL
INDIVIDUAL/
TIPO PUENTE
O "BRIDGING"**

Se da entre individuos con espacios geográficos diferentes. Este es el caso de confeccionistas que lograr vender fuera de la comuna o comprar insumos fuera de la RM.

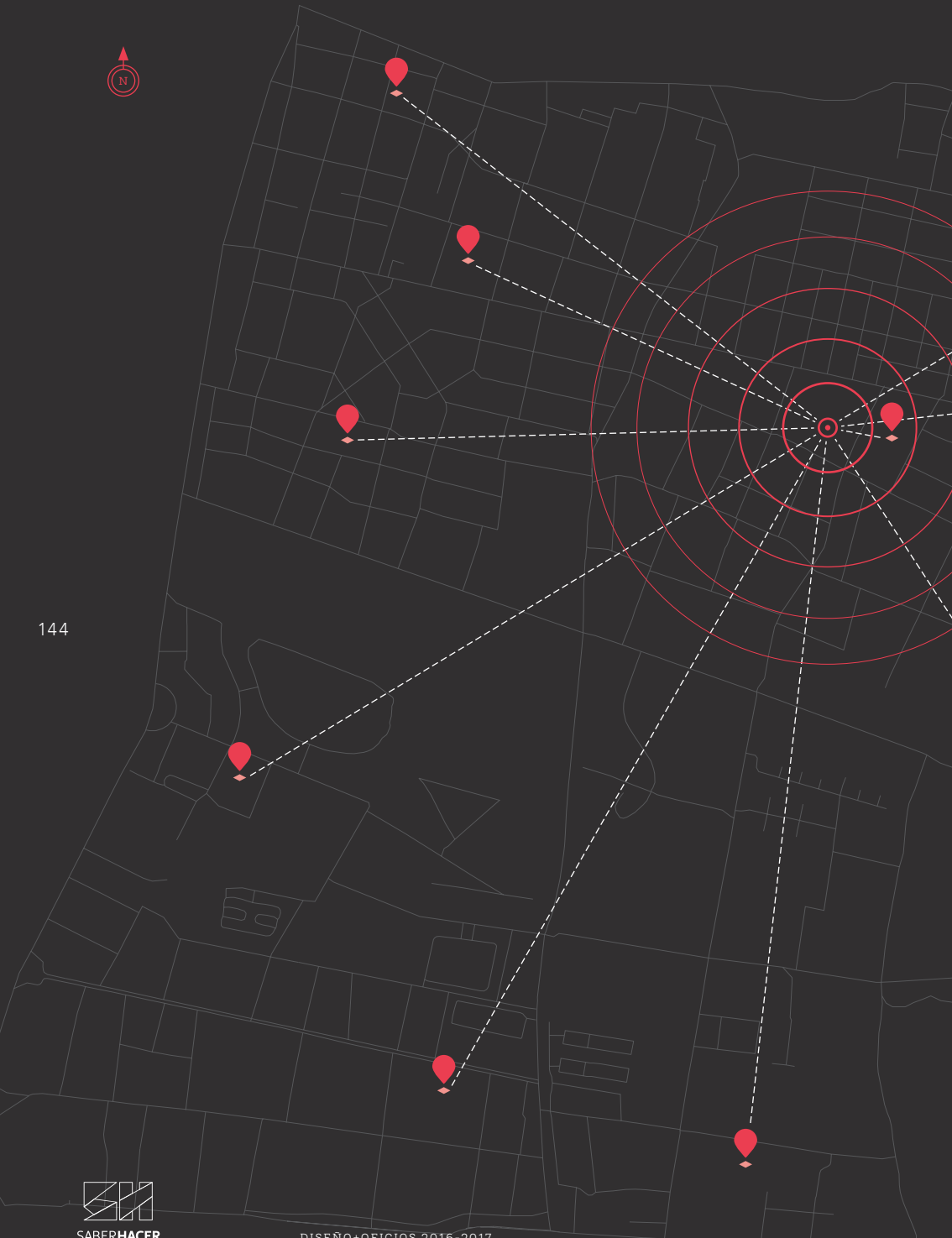
- + Conocimiento autodidacta, red de apoyo mínimo.
- + Redes de venta reducidas.
- + No usa redes sociales.
- + Disponibilidad de tiempo limitada.
- + Trabajo informal.

**CAPITAL SOCIAL
INDIVIDUAL/
TIPO UNIÓN
O "BONDING"**

Relaciones diádicas, donde los lazos sociales son próximos (Ej: relación entre familiares o entre dos vecinos). Este tipo de relación social se encuentra en un perfil de confeccionistas, quienes mantienen su negocio con las compras de sus vecinos, cooperación de alguna amistad o familiar que les ayuda a vender sus productos.



144



SABERHACER
CONOCIMIENTO PRODUCTIVO LOCAL

DISEÑO+OFICIOS 2016-2017

Experiencia de trabajo productivo textiles de comuna de Peñalolén

El planteamiento metodológico desarrollado por SaberHacer para la ejecución de este proyecto incluían fases de trabajo y perfeccionamiento junto a las productoras textiles que fueron seleccionadas posteriormente. Estas fases estuvieron compuestas originalmente por:

- + **Taller de oficio.** Enfocado al mejoramiento técnico y tecnológico.
- + **Taller de producto.** Enfocado al desarrollo de habilidades en procesos creativos y diseño.
- + **Taller de networking.** Enfocado en la construcción de comunidad, redes y comercialización.

Estas tres tipologías de taller se aplicaron en tres ciclos de trabajo, cada uno de una duración aproximada de 3 meses. Con el objeto de describir de mejor manera el proceso, se explicará mediante la descripción de 3 fases: Perfeccionamiento en oficios y desarrollo de producto, Comercialización y networking y Asociatividad y trabajo en comunidad.

El perfil de la productora textil a quien busca impactar el programa D+O.

La productora textil que atiende este proyecto tiene las máquinas esenciales para su producción, sin embargo, no tienen acceso a nuevas tecnologías u otras tradicionales más avanzadas. En su mayoría tiene taller propio, donde lleva a cabo su labor y ha participado en capacitaciones anteriormente, lo cual les provee de un cierto bagaje en el ámbito textil. Un 86% dice tener un emprendimiento en el área textil, en varios casos apoyado por fondos, microcréditos o capitales semilla, antecedentes que nos permiten observar una oportunidad a trabajar en el futuro, junto con avanzar en temas de formalización del emprendimiento tanto en el SII, como entre ellas mismas o poder formar una cooperativa de trabajo. En términos de ingresos un 84% gana menos de \$200.000, situación que se debe analizar con más variables, para posteriormente dar un plan para mejorar este ítem.

En resumen, el perfil de beneficiario de este proyecto es una persona con una capacidad productiva (dispone de tecnología y herramientas) y desarrollo del oficio textil en distintos niveles (básico, intermedio, avanzado). Ha recibido apoyo de distintos programas públicos (Municipales, Fosis, Sercotec, Sence, entre otros) para el aprendizaje de su oficio o la adquisición de tecnologías básicas y ha logrado emprender en un nivel local. Sin embargo, este perfil se encuentra actualmente en una deriva laboral, con pocas posibilidades de crecer, debido principalmente a su falta de redes (capital social), falta de conocimientos avanzados en ámbitos técnicos, de diseño y comerciales (capital cultural) además de estructuras organizacionales y productivas (capital económico) que permitan el desarrollo de su oficio, en conjunto con otros actores locales a modo de clúster, en el territorio de Peñalolén.

Durante los meses de Junio y Julio de 2016 se ejecutó la actividad de lanzamiento del proyecto en conjunto con una convocatoria y postulación a los vecinos de la comuna de Peñalolén, para participar en el programa Diseño+Oficios. Los resultados de esta convocatoria fueron 138 postulaciones, sobre la cual se aplicó una selección según un análisis de perfil productivo que consideraba 4 grandes categorías, contenidas en el formulario de preguntas de la postulación:

- + **Saber:** Aspectos relativos al manejo de tecnología, técnicas y procesos productivos.
- + **Tener:** Aspectos relacionados a la capacidad productiva (tecnologías y herramientas con la que cuentan) en talleres propios.
- + **Aprender:** Aspectos relacionados a su historial y disposición a aprender y educarse a través de

cursos de capacitación u otros medios.

+ **Emprender:** Aspectos relativos a su historial y disposición a desarrollar proyectos propios y comerciales además de su formalización en SII.

Los resultados de este proceso arrojaron 81 seleccionadas que cumplían con un estándar en estas 4 categorías.

INCORPORACIÓN DE UNA SEGUNDA GENERACIÓN.

Con el objetivo de llevar a cabo una iteración del modelo metodológico anteriormente mencionado, se llevó a cabo en junio 2017 una segunda convocatoria y selección de productoras textiles. De esta forma 24 nuevas participantes se incorporaron a un nuevo ciclo de trabajo.

Esta iteración del proceso, permitió aplicar un rediseño a la metodología de trabajo, reduciendo el proceso total de 9 meses hasta uno de 3 meses y medio, con resultados concretos de incremento de estándares técnicos, desarrollo de producto, trabajo en comunidades y habilidades comerciales.



Fase de perfeccionamiento en oficios y desarrollo de producto

2.1



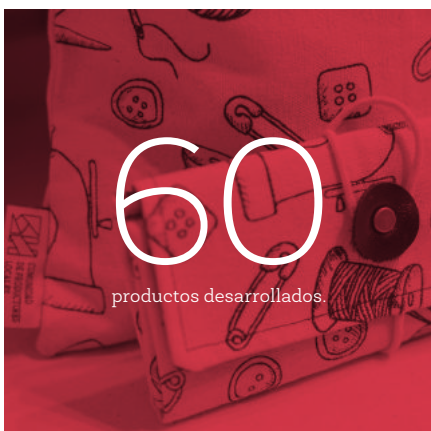
150

2 programas D+O aplicados.

10 talleres temáticos por programa.



58 productoras textiles con el programa completado.



60 productos desarrollados.

4 programas de co-creación aplicados.



151

4 marcas participantes

12 relatores



+30 Participantes del mundo de la industria creativa.

OFICIO**Ciclo base**

Incorporación y desarrollo de criterios básicos de composición en diseño para el trabajo textil, mediante el desarrollo de un producto simple (individuales y cojines). Esto incluye:

- + Color.
- + Forma.
- + Textura.

PRODUCTO**Packaging**

Incorporación del concepto de packaging como medio de comunicación de valor para el producto. Esto incluye:

- + Identidad.
- + Benchmark.
- + Consumidor objetivo.

152

**Criterio productivo básico**

Producción de serie corta de 4 unidades de productos que deben cumplir con estándares tales como:

- + Dimensiones.
- + Terminaciones.
- + Cumplimiento según fechas.

**Co-creación**

Sesión de co-creación por grupo de productoras (4) junto a diseñador invitado, con el objetivo de diseñar colaborativamente un packaging para los productos desarrollados, incorporando los conceptos aprendidos y decisiones de diseño.

En una segunda etapa el diseñador vuelve con un prototipo del packaging resuelto.



OFICIO



Construcción de bolsos

Desarrollo de capacidades de interpretar moldajes de bolsos y aplicación a desarrollo de producto. Esto incluye:
Tipologías de bolsos / Moldaje / Materialidades / Terminaciones.



Criterio productivo intermedio

Producción de serie corta productos que deben cumplir estándares tales como:

Aplicación de técnicas en distintos formatos de productos / Línea serializada de producción / Terminaciones.

153



Moldaje indumentaria

Aprendizaje teórico y práctico de moldaje de indumentaria. Aplicación de contenidos al desarrollo de una chaqueta base masculina.



PRODUCTO



Desarrollo de producto con nuevas tecnologías

Carteras multitécnicas y corte láser

Diseño de línea de carteras, mezclando técnicas mixtas y producción en corte láser.



Diseño y producción de colección cojines City Folk.

Diseño de línea de productos para el hogar, basado en cojines que comparten una misma tendencia (City-folk).

154



Desarrollo de producto con criterio de colección retail.

Accesorios textiles mix navy.

Diseño de línea de productos y accesorios (tote-bag, cosmetiquero, monedero) a modo de colección, con un mismo lenguaje y criterios productivos en serie.



Co-creación

Sesión de co-creación con grupo de 10 productoras junto a diseñadores y estudiantes de diseño de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica. El objetivo fue un trabajo centrado en la mejora y rediseño de los productos de cada artesano/productor, esto a partir de procesos de investigación de usuario, referentes, estudio de técnicas y tecnologías disponibles y el desarrollo de un sistema producto para cada tipología.

Los resultados del programa de co-creación fueron transferidos a cada productor para su posterior aplicación comercial.



JULIO 2017 - AGOSTO 2017

**OFICIO****Criterio productivo avanzado**

Producción de serie corta productos que deben cumplir estándares tales como:

- + Aplicación de técnicas en distintos formatos de productos.
- + Terminaciones.

PRODUCTO**Taller de proyecto 1****Rediseño producto comercial.**

Rediseño de productos según núcleos de trabajo organizados y feedback obtenido por marcas comerciales. Esto incluyó:

- + Tendencia.
- + Redefinición de materiales.
- + Estandarización de producto.
- + Ficha de producto.

155

**Técnicas de estampado**

Manejo de técnicas de estampado textil análogo para la incorporación al desarrollo de productos:

- + Serigrafía.
- + Xilografía.

**Taller de proyecto 2****Producción producto comercial**

Organización y puesta en marcha de producción según núcleos de trabajo. Esto incluyó:

- + Ajustes prototipos.
- + Ficha de producto.
- + Costeo producción.



OFICIO



Ciclo base

Incorporación y desarrollo de criterios básicos de composición en diseño para el trabajo textil, mediante el desarrollo de un producto simple (individuales y cojines). Esto incluye:

Color / Forma / Textura.



Diseño y producción de colección cojines City Folk

Manejo de técnicas de estampado textil análogo para la incorporación al desarrollo de productos: Serigrafía / Xilografía.

156



Criterio productivo básico

Producción de serie corta de 4 unidades de productos que deben cumplir con estándares tales como:

- + Dimensiones.
- + Terminaciones.
- + Cumplimiento según fechas.



Reconocimiento de fibras

Incorporación de criterios para la identificación de fibras textiles según su composición y origen.



Corte láser para la producción textil

Introducción a la tecnología de fabricación digital del corte láser para su uso en aplicaciones textiles.



PRODUCTO



Diseño y construcción de bolsos

Desarrollo de capacidades de interpretar tipologías y moldajes de bolsos. Esto incluye:

- + Tipologías de bolsos.
- + Moldaje.
- + Materialidades.
- + Terminaciones.

Diseño de dos tipologías de bolsos, según criterios de diseño, materialidades seleccionadas y perfil de consumidor.



Packaging

Incorporación del concepto de packaging como medio de comunicación de valor para el producto. Esto incluye:

- + Identidad.
- + Benchmark.
- + Consumidor objetivo.

157

RESULTADOS

Incorporación de criterios base para el diseño y confección textil de productos. (manejo formal y producción serie corta)

La fabricación de series de productos es una brecha aún existente en este sector productivo. Dada las características particulares de formas de aprendizaje y trabajo que tienen las productoras textiles de este territorio, en general no existe una estandarización de producto y proceso productivo en serie, por lo cual la instalación de criterios de prototipado que incorporen la producción de una cantidad limitada de series de productos con el mismo estándar técnico fue un tema instalar en este grupo de trabajo.

Comunicar valor a través del packaging

158

La incorporación del packaging como componente de desarrollo de producto permitió introducir un estándar para la construcción de una identidad y comunicación del producto elaborado por las productoras textiles. Los resultados de este proceso incluyeron:

- + La construcción de una identidad como grupo de productoras.
- + Desarrollo de soluciones de packaging con criterios de autoproducción (contenedores textiles, timbres, etiquetas base, etc).
- + Elaboración de relatos con una identidad local, poniendo en valor el proceso y procedencia de la manufactura detrás del producto.

Manejo de tipologías de productos y prototipado según estándares

Estudiar, reconocer y fabricar una categoría de productos (ej: bolsos) a partir de una base teórica-práctica permite a un productor local el diferenciarse de otros actores que ejercen un oficio similar. Los resultados de este trabajo se centran principalmente en el desarrollo de nuevas habilidades y lenguaje técnico apropiado para un proceso de diseño y producción colaborativa.

Desarrollo teórico y práctico en el patronaje de indumentaria

Uno de los grupos de productoras trabajó en el aprendizaje teórico y práctico del patronaje de indumentario. A partir de la generación de un proyecto con una marca de diseño, en el cual la marca ponía sobre la mesa un desafío de desarrollo de producto a partir de una tendencia y consumidor establecido.

El taller en cuestión permitió generar un grupo de trabajo formado técnicamente en un tema complejo del ámbito textil y moda.

159

Incorporación de tecnologías de fabricación digital a la producción textil

Uno de los planteamientos tecnológicos base del programa Diseño+Oficios ha sido la unión entre técnica y oficios tradicionales con tecnologías de fabricación digital. Este punto de vista busca mirar los oficios desde una perspectiva de futuro, situando el conocimiento productivo local, los oficios, el diseño y la manufactura local como un sector económico relevante y con tendencia hacia la industria creativa.

Los resultados obtenidos en experiencias tales como “Carteras multitécnicas y corte láser”, “Taller de experimentación láser” y otros, permitieron identificar materiales, procesos y soluciones en convergencia con antiguas y nuevas tecnologías (tendencia low-high tech) y en consecuencia posibilidades productivas y comerciales para la generación de nuevas propuestas de valor.

También se llevaron a cabo instancias de aprendizaje con impresión 3D y textiles, con el objetivo de reconocer la tecnología y posibilidades actuales de aplicación, entendiendo la fase experimental de uso de estas tecnologías en el contexto textil.

DESARROLLO DE PRODUCTOS A PARTIR DE LA FUSIÓN ENTRE TÉCNICAS MANUALES Y LA FABRICACIÓN DIGITAL.

En el caso de la experiencia de “Carteras multitécnicas y corte láser” se pudieron obtener 5 productos con un potencial comercial, con feedback técnico/comercial y testeados comercialmente en escenarios reales de venta.

Uso de fichas de productos como herramienta de estandarización de producto

El diagnóstico realizado al grupo de productoras textiles participantes de este programa dio cuenta de la falta de evidencias tangibles y/o herramientas de estandarización de los productos desarrollados por las productoras. En la industria, las fichas de productos son un estándar básico de trabajo para la evaluación, producción y supervisión de un producto a ser fabricado, por lo cual, el programa buscó introducir el uso y elaboración de esta herramienta como práctica cotidiana.

Incorporación de criterios de desarrollo de colecciones en función de una tendencia

La producción local en el contexto trabajado ocurre muchas veces de manera intuitiva, con decisiones de diseño basadas en gustos personales, la copia de productos sin iteración y con procesos productivos pocas veces estandarizados. Los resultados obtenidos en experiencias de cursos tales como “Desarrollo de producto con criterio de colección retail” y otros basados en desarrollo de producto, fueron relevantes para entender la creación de una idea en base a una tendencia, la cual responde a criterios de un consumidor y mercado específicos que se tangibilizan en decisiones de diseño aplicado al producto (color, forma, texturas, etc). Por otro lado, la producción de series cortas de este producto, de manera individual y colectiva permitió subir estándares de producción y organización de la manufactura.

Desarrollo de dinámicas de manufactura distribuida con productores que comparten un mismo territorio

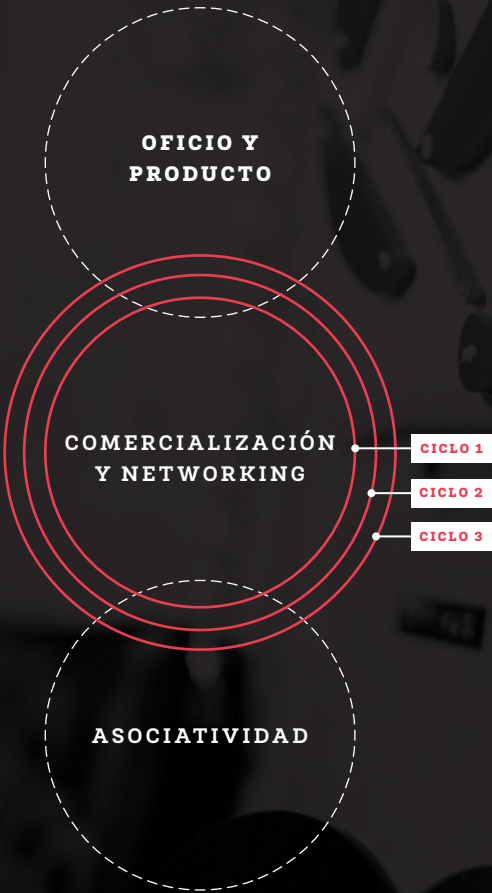
Dada las condiciones actuales y prácticas socio-productivas del productor textil de Peñalolén, el espacio de fabricación se ha ubicado en el hogar de las productoras. Más que corregir esta situación, el proyecto D+O ha buscado formas de desarrollar lógicas productivas en base a las prácticas de estos usuarios, instalando espacios comunes de aprendizaje y experimentación (Espacio D+O) y coordinando las capacidades y roles de cada actor en contextos de proyectos de manufactura en distintas escalas.

Casos como la obra colectiva Violeta100, desarrollo de productos según núcleos de trabajo (3° ciclo primera generación) y los distintos proyectos de producción ejecutados con la cooperativa en el contexto de las experiencias comerciales realizadas a partir de septiembre 2017 en adelante (Feria Paseo Quilin, Expo Materia Prima, Bazar ED, Producto Barrio San Diego, entre otros) ayudaron a diseñar, testear y perfeccionar un sistema de producción coordinado con productores y talleres distribuidos en el territorio.





Fase de comercialización y networking





58
productoras textiles con el
programa completado.

2 programas D+O
aplicados.

6 sesiones
de feedback comercial.



4 sesiones de encuentros
comerciales con marcas.



3
marcas participantes.

165



6
productos comerciales.

9 experiencias de comercialización
en ferias y retail.

7 talleres de
comercialización.



Para continuar, es necesario aclarar conceptos involucrados en estas actividades. Qué entendemos por:

FERIAS COMERCIALES:

Instalación delimitada por un espacio físico, donde se exhiben y comercializan cada cierto tiempo productos de un determinado ramo industrial o comercial para su venta o futura producción.

FEEDBACK:

Instancia que busca entregar retroalimentación a creadores/productores sobre productos/prototipos desarrollados. La finalidad de esta actividad es validar productos comercialmente y lograr un estándar de una industria o mercado específico aplicado a estos productos.

ENCUENTRO COMERCIAL:

Actividad en qué empresas tienen la oportunidad de ampliar su red de proveedores a través de pymes. Esta instancia se enfoca en reunir oferta y demanda potencial, reconocer estándares generales y definir formas de posible trabajo conjunto.



PRÁCTICAS COMERCIALES



Ferias comerciales

En el segundo ciclo de trabajo con las productoras se iniciaron las primeras prácticas comerciales basadas en Ferias. Las primeras se enfocaron en descontextualizar los espacios de comercialización, llevando a productores a otras comunas y nichos de comercialización, con segmentos de clientes distintos. En otro caso se buscó potenciar un espacio local de venta (retail) que no había sido explotado por productores.

Las experiencias llevadas a cabo durante este periodo fueron:

- + Feria productores. Plaza de bolsillo Santo Domingo. Santiago Centro.
- + 5° Encuentro local. Diseño chileno.
- + Feria de productores. Boulevard Financiero Mall Paseo Quilín.



Proyectos con marcas

Durante este ciclo se generaron dos proyectos colaborativos con marcas de diseño en torno a temáticas distintas. La primera fue indumentaria masculina y la segunda el desarrollo de una colección cápsula de accesorios textiles en torno a la temática de los 100 años de Violeta Parra.

Estas experiencias permitieron generar protocolos y prácticas de vinculación con actores de la industria creativa en distintos niveles de colaboración, así como también, reconocer incentivos y perfiles de marcas con las cuales trabajar de manera efectiva.



Sesiones de feedback de expertos

Tomando como punto de partida una selección de los casi 40 productos desarrollados hasta el segundo ciclo de intervención, se generaron sesiones de análisis y validación comercial de productos con profesionales experto en las áreas de desarrollo de productos textiles, moda y retail. Estas fueron las primeras sesiones de feedback de las experiencias comerciales, que permitieron generar un primer portafolio de prototipos de productos con validación y feedback para su mejora técnica y de diseño.



Herramientas de comercialización

En este ciclo se diseñaron, enseñaron y aplicaron herramientas básicas de comercialización para su uso en las actividades comerciales planificadas.



REDES Y PRODUCTO COMERCIAL



Ferias comerciales

Las siguientes instancias de experiencias comerciales basadas en Ferias se enfocaron por un lado en potenciar y redefinir espacios locales de exposición y las siguientes tuvieron como objetivo la salida hacia otros espacios territoriales de exposición. La lista de experiencias llevadas a cabo fueron las siguientes:

- + Feria de productores de Peñalolén (Municipalidad de Peñalolén).
- + Locales comerciales Metro Quilín.
- + Expo hecho a mano. Patio Central Mall Paseo Quilín.
- + Expo Materia Prima. Casa Piedra, Vitacura.
- + 6° Encuentro local. Diseño chileno.
- + Bazar ED.



Sesiones de feedback de marcas comerciales

La instancia previa al testeo comercial de productos fueron las dinámicas de feedback con potenciales contrapartes comerciales. Estas dinámicas se basan en la presentación de una selección de prototipos desarrollados durante las fases de perfeccionamiento en oficio y producto, generando evaluaciones y observaciones respecto de cuales productos pueden tener una salida comercial y de qué manera debían mejorar.



Encuentros comerciales

Otro formato de experiencia comercial desarrollado durante el programa fue el llamado Encuentros comerciales, donde un potencial contraparte comercial (dueño de tienda, tienda online, marca de diseño u otro perfil) realiza una visita al Espacio D+O y frente a las productoras expone acerca de su marca/proyecto/tienda, describe su público objetivo, los productos que venden, cuáles son los productos más vendidos, entre otros tópicos. El objetivo de esta instancia está enfocado en reconocer los estándares de la industria y el comercio local de productos textiles además de generar networking con estos potenciales compradores o distribuidores. Los encuentros comerciales fueron:

- + Encuentro comercial con empresa Bgift "Regalos corporativos con sentido".
- + Encuentro comercial con tienda online Mercado Birus.
- + Encuentro comercial con tienda online Creado en Chile.



Proyectos con marcas

Las instancias de co-creación y proyectos colaborativos han sido una instancia de encuentro y trabajo colectivo entre las productoras textiles y diseñadores, creativos e industria creativa local. El objetivo de estas instancias -relacionado a esta fase de trabajo- fue la generación de redes y aprendizaje de dinámicas de trabajo para desarrollo conjunto de proyectos de diseño y manufactura local.

Durante el programa Diseño+Oficios se realizaron las siguientes experiencias de colaboración:

- + Co-creación packaging con diseñador según grupos de trabajo del primer ciclo.
- + Colaboración con marca de diseño Intrépido. Proyecto indumentaria masculina.
- + Co-creación con marca de diseño La Caserita. Proyecto Violeta100.
- + Taller de co-creación Escuela de Diseño UC. Diseño estratégico para productores locales.
- + Co-creación con marca de diseño Bicla. Proyecto mochila ciclista.
- + Colaboración con marca de diseño Chilota. Aplicación de procesos de terminación de productos para objetos de carácter artesanal.

RESULTADOS

La feria como cambio de contexto comercial

Si bien, los espacios de comercialización del tipo ferias se ha masificado e instalado en buena parte de las comunas y territorios, generar cambios de contexto, utilizando estos formatos permitió entrenar a una productora local en el desarrollo y coordinación de producción y venta de productos para un usuario y contexto distinto del que está acostumbrado. De esta forma, aspectos tales como, necesidades, hábitos, costumbres, preferencias y gustos de diferentes perfiles de usuarios, se transforman en el tema central a la hora de configurar una oferta de productos.

CASO EXPO MATERIA PRIMA:

El caso de la experiencia comercial en la Expo Materia Prima fue uno de los cambios más radicales del programa, donde las productoras textiles organizadas en la figura de pre-cooperativa tuvieron la posibilidad de participar de un evento masivo, en un contexto territorial y segmentos de clientes distinto. El paso de participar en instancias comerciales, tales como ferias de productores de Peñalolén -con 100 o 200 asistentes e ingresos totales por aproximadamente \$50.000 por experiencia- hacia espacios como el anteriormente señalado -con 20.000 asistentes e ingresos por \$650.000 en una primera instancia- generan resultados y aprendizajes radicales en torno a las posibilidades de un productor local para encontrar nuevos nichos de mercados así como también de los requerimientos en torno a estándares técnicos, propuesta de producto e identidad a ofrecer en estos nuevos contextos comerciales.

Reconocimiento de estándares de canales de comercialización con foco en el producto local

El ejercicio de networking con actores y canales de comercialización que buscan un producto con relato local (Creado en Chile, Mercado Birus, Bgift, entre otros) permitió al proyecto, productoras textiles y posteriormente a la cooperativa, incorporar los requerimientos y estándares de estos actores. En este sentido se logró observar categorías de productos textiles con mejor salida, -según perfiles de consumidores- así como también reconocer estándares técnicos (ej: materialidades, terminaciones) y estándares comerciales (información de producto, stock inicial, reposición de stock, comisiones, despacho, etc).

Co-creación y colaboración con diseñadores, creativos e industria creativa local.

Desde el punto de vista comercial, las experiencias de co-creación y colaboración con diseñadores e industria creativa fueron gatillantes para la puesta a prueba del grupo de productoras textiles frente a actores de este ecosistema que operan bajo otros estándares y requerimientos. El conocimiento de nuevas tendencias, formas de trabajo, coordinaciones productivas y las posibilidades de colaboración para el desarrollo y comercialización de productos son un resultado esencial de este programa de perfeccionamiento y vinculación, donde el encuentro de la manufactura y la industria creativa se establece como una propuesta de valor central para el desarrollo y evolución de este sector.

Herramientas para la gestión comercial en ferias

Las experiencias comerciales fueron instancias para trabajar e incorporar en la práctica común de las productoras textiles, el uso de herramientas básicas para la gestión comercial en ferias y otras instancias de comercialización. Para ello se diseñó y educó en el uso de las siguientes herramientas:

- + Ficha de costos.
- + Ficha de inventario de productos.
- + Ficha de ventas.

173

Dinámicas de feedback previo para el acercamiento a nuevos canales de comercialización marcas para la mejora de estándares de productos

Desde el punto de vista económico y productivo, las instancias de feedback generan filtros de mercado a un costo menor que producir y no vender -dándose cuenta de que el producto aún requiere ajustes o rediseños. Al mismo tiempo, las sesiones de feedback abren posibilidades de asociación comercial con dichas contrapartes.

Habilitación de portafolio de productos validados comercialmente

El resultante del trabajo realizado en las fases de perfeccionamiento en oficio, producto y comercialización permitieron el desarrollo de prototipos y productos que, una vez registrados y fichados mediante fotografías, descripciones y moldajes, forman parte del portafolio comunitario de productos, al cual todas las productoras textiles pueden tener acceso mediante una sección especial del sitio web. De esta forma el portafolio de productos comienza a ser parte del capital económico de la comunidad, del cual pueden servirse para descargar, mejorar y manufacturar cualquiera de estos productos y comercializarlos.





Fase de asociatividad y trabajo en comunidad

176



2 programas D+O aplicados.



58
productoras textiles con el programa completado.



2 grupos

de productores vinculados y con identidad propia.



177

1 obra colectiva.



1
cooperativa
constituida



CONFORMACIÓN DE VÍNCULOS EN EL GRUPO



Identidad

178

Historia común

Las actividades enfocadas a este objetivos fueron dos: Entrevista entre productoras y árbol de la historia en común. Las participantes se dividieron en parejas, entrevistándose mutuamente para conocer sus historias de vida. En una ronda de presentación, cada una dio a conocer al grupo lo que encontró en la entrevista que le realizó a su compañera. El árbol de la historia en común, estaba enfocado a conocer la historia de cada una de las productoras en relación a su llegada y trabajo en el oficio, además de proyectos a futuro.

Perceptímetro

El instrumento aplicado del Perceptímetro, nos permitió evaluar los talleres que se estaban realizando en el programa, la aplicación del contenido aprendido por parte de las beneficiarias y también, el compromiso con Diseño+Oficios por parte de las productoras.

Identidad territorial

Un aspecto importante a trabajar fue la identidad territorial, para esto se expuso como ejemplo el caso del telar mapuche con su relevancia simbólica y arraigo territorial. Desde este ejemplo, se trabajó con identificar los elementos identitarios que caracterizan a Peñalolén, según la percepción de las productoras textiles beneficiarias del programa. Esto permitió un cruce de elementos significativos que vinculaban sus historias de vida con el territorio de la comuna, como por ejemplo, mitos asociados a la comuna, aspectos de la naturaleza, historias barriales y sus propios valores como característica de la gente de la comuna.



REDES Y PRODUCTO COMERCIAL



Colaboración

Enredómetro de saberes

Esta actividad pertenece al manual de TejeRedes "Trabajo en red y sistemas de articulación colaborativos" (2016). La aplicación de este instrumento tuvo como objetivo lograr establecer lazos concretos de colaboración entre productoras, incrementando las redes al interior del grupo.

Decálogo de la comunidad

La idea de crear un decálogo con el grupo de productoras, se determinó en función de crear una colectividad que se piense en un Nosotras, a no ser solo individualidades que busca un cierto tipo de perfeccionamiento, sino que estas individualidades forman parte de un colectivo que trabaja de cierta manera y que sus prácticas -tanto de trabajo como de la vida cotidiana- se orientan hacia una dirección determinada, la cual puede variar, pero serán sus integrantes en tanto colectividad quienes decidan aquello.



Reciprocidad

Intercambio secreto

Esta actividad fue planteada como una práctica de reciprocidad entre las productoras beneficiarias del programa. Es una variación de lo que comúnmente se conoce como Amigo secreto, es decir, cada persona escribe en un papel su nombre y luego hay un sorteo de éstos dentro del grupo. En esta variación, además del nombre, debían colocar un deseo. La persona al sacar un papel obtenía el nombre de la persona y además su deseo, el cual debía interpretar transformándolo en un obsequio. El regalo entregado debía estar confeccionado por la propia productora. Esto permitió iniciar un circuito de intercambio y reciprocidad dentro del colectivo.



CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDAD



Proyecto colectivo

Obra textil comunitaria

Uno de los objetivos de la actividad planteada fue, por una parte, fortalecer la identidad de grupo. Por otro lado, nos interesaba poner en práctica los elementos colectivos y colaborativos que habían surgido en el grupo de productoras textiles que permaneció en el programa; pero también era importante introducir el modelo cooperativo como

una opción de funcionamiento y organización del grupo. Para llevar a cabo esta tarea, se les propuso a las productoras generar un textil comunitario. El contexto de este textil sería el centenario de Violeta Parra. En esta obra asumieron roles de trabajo asignados por ellas en reuniones de coordinación y se hicieron responsables de la compra de materiales e insumos.



Introducción al cooperativismo

Sesiones de introducción al cooperativismo

Se invitó a un abogado de la Universidad Católica, Juan Pablo Schuster, para que pudiese introducir al grupo de productoras en el trabajo con una lógica cooperativista. Estas sesiones ayudaron a decidir el tipo de orgánica que el colectivo percibía como mejor opción para su trabajo a futuro. Por otra parte, se invitó

a integrantes de AMEGA Coop, una cooperativa textil de Recoleta, a contar su testimonio sobre la forma de trabajo y funcionamiento de la cooperativa que integran. En esta reunión las productoras tuvieron la oportunidad de resolver dudas prácticas sobre esta forma de trabajo y conocer de primer fuente la experiencia de dirigir una cooperativa asociada a su oficio.

181



CONSTITUCIÓN DE UNA ORGÁNICA ASOCIATIVA



Núcleos de trabajo

El segundo semestre del año 2017 se trabajó en concretar y conformar una orgánica cooperativista. Para este fin, se organizó al grupo beneficiario en núcleos de trabajo, los cuales debían ser capaces de asumir la responsabilidad de generar una producción determinada, ésta debía ser apta para la venta en los distintos espacios de comercialización al cual tuvo acceso el colectivo de productoras.



Producción colectiva

Una vez establecido el tipo de organización que tendría cada uno de los núcleos, se realizó un encargo de productos. De una serie de productos definidos por el equipo de SaberHacer, cada uno de los grupos de trabajo seleccionó uno de éstos para su producción y posterior comercialización.



Educación asociativa

Se reforzó el conocimiento respecto al trabajo cooperativo con la asistencia del Ministerio de Economía, quienes realizaron cuatro sesiones donde profundizaron en las temáticas centrales para la conformación legal de una cooperativa. Temas legales, organizativos, contables y economía social, fueron los ejes centrales de estas sesiones. De esta manera, las personas interesadas en formar parte de la cooperativa podían resolver sus dudas con gente especializada en el tema.



Constitución de cooperativa

En el proceso final de estas sesiones de aprendizaje sobre cooperativas, se realizó una asamblea con el grupo de personas interesadas en conformar este tipo de orgánica. Durante la asamblea se resolvieron dudas y temores que las productoras tenían respecto al funcionamiento y roles de cada una de ellas en la cooperativa. Al finalizar la asamblea, se eligió a una directiva temporal con la cual fuese posible coordinar futuras actividades. Finalmente, se generó el estatuto de la cooperativa y la firma legal para su conformación formal.



CONFORMACIÓN DE VÍNCULOS EN EL GRUPO



Identidad

Historia común

Ver en las actividades descritas para G1 respecto a la entrevista entre pares.

Identidad territorial

Ver en las actividades descritas para G1.

Identidad de grupo

En el caso de la segunda generación de Diseño+Oficios, se profundizó en la identidad de grupo, para esto se trabajó en la historia sobre el origen del grupo, la trayectoria que han tenido, las características del grupo y la utopía (proyección a futuro). Abordando estos puntos y después de una reflexión colectiva, lograron crear un nombre para el grupo de beneficiarias.



Colaboración

Mapeo colectivo

Este instrumento se planteó como una forma de conocer las trayectorias y prácticas del oficio asociadas al territorio de Peñalolén. Por grupos cada una de las participantes debían señalar en mapa sus trayectos de compra de materiales, ventas de productos, etc. Finalmente, esto se compartía al conjunto de participantes de la actividad.

Trayectorias de proceso productivo

Este instrumento se aplicó a las beneficiarias para conocer el proceso de su quehacer productivo. De esta manera, fue posible conocer cada instancia que participa de la producción de un producto. Este conocimiento se compartió con el colectivo.

Intercambio secreto

Ver en las actividades descritas para G1.



Reciprocidad

Intercambio secreto

Ver en las actividades descritas para G1.

Mapeo de reciprocidad de la comunidad

Esta actividad fue pensada como una manera de detectar necesidades futuras, que puedan ser resuelta por el equipo de SaberHacer; pero también un elemento importante en esta actividad fue la reciprocidad que se podía establecer entre las propias beneficiarias y los compromisos que podían adquirir entre ellas.

RESULTADOS

Conformación de vínculos en un grupo

Uno de los objetivos del programa Diseño+Oficios fue generar vínculos permanentes entre las productoras textiles de Peñalolén, vínculos que les permitiera construir relaciones de intercambio de conocimiento y además, generar lógicas de trabajo colaborativo, que en un futuro, se plasmarán en la conformación legal de una cooperativa. Dentro de los resultados esperados en este ámbito, destacamos los siguientes: Construcción de identidad de grupo y construcción de propuestas de valor bajo intercambios comunitarios e intangibles.

CASO GENERACIÓN 1: La experiencia de la primera generación estuvo centrada en la conformación de vínculos interpersonales. Las actividades realizadas en esta fase permitieron que las productoras pudieran conocer y reconocerse en las historias de sus compañeras. Por otra parte, las productoras expresaron su compromiso con la comunidad de Diseño+Oficios. Por último, se establecieron aquellos elementos identitarios que, según la experiencia de vida de las productoras, caracterizan al territorio de Peñalolén.

CASO GENERACIÓN 2: La experiencia de la segunda generación fue intensiva, para esto se seleccionaron los instrumentos que fuesen de mayor pertinencia en función del objetivo propuesto. A lo realizado con la primera generación en este ámbito, se agregó la aplicación de un mapeo colectivo y de trayectorias del ciclo productivo. Por otra parte, una de las diferencias con la primera generación a nivel identitario, consistió en construir elementos identitarios que las caracterizaba como grupo. Al término de este trabajo, el grupo de productoras fue capaz de crear un nombre para el colectivo y de esta manera, poder utilizarlo en la construcción de un packaging propio.

CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE GRUPO

El elemento territorial asociado a la identidad fue uno de los fuertes trabajados en esta instancia. En este sentido, tanto en la primera como en la segunda generación, se reconocieron:

- + Elementos de la historia personal de cada una asociada a la identidad de la comuna de Peñalolén.
- + Reflexión en torno a un nombre que las identifique.
- + Utilización de un nombre en común, para packaging de productos.

CONSTRUCCIÓN DE PROPUESTAS DE VALOR BAJO INTERCAMBIOS COMUNITARIOS E INTANGIBLES

Uno de los aspectos importantes a impulsar en este programa, fue establecer un circuito de intercambio y reciprocidad entre las productoras. Para alcanzar este objetivo, detectaron:

- + Necesidades asociadas al oficio de las productoras.
- + Respuesta a estas necesidades por parte de las compañeras.
- + Establecimiento de códigos de convivencia para el colectivo de productoras.

187

Construcción de comunidad

La construcción de comunidad fue un paso mayor en la integración de las productoras de Peñalolén. Este trabajo implicaba trabajar en un proyecto en común y adquirir la responsabilidad tanto de la compra como del manejo de materiales. Para esto se realizaron dos actividades concretas:

PROYECTOS COLECTIVOS COMO MEDIO DE GENERACIÓN DE CAPACIDAD DE GESTIÓN COMUNITARIA. EL PROYECTO OBRA COLECTIVA "VIOLETA100"

La obra para "Violeta100" implicó el trabajo colectivo y adquisición de responsabilidad de la obra en su conjunto. Los resultados de esta actividad tuvo como resultado:

- + Diseño colaborativo, detectando los elementos característicos de Violeta Parra como de Peñalolén.
- + Organización de colectiva en relación a roles, compra de materiales, organización del material y preparación de la arpillera.
- + Toma de decisiones colectiva en la intervención de la arpillera.

EVALUACIÓN INTERNA DE POTENCIALIDADES DE ASOCIATIVIDAD

En paralelo a la obra de "Violeta 100", se realizó una introducción al trabajo asociativo, específicamente el cooperativista. En este tipo de actividades se alcanzaron los siguientes resultados:

- + Identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas asociadas al trabajo colectivo conformado por una orgánica cooperativista.
- + Adquisición de conocimiento introductorio sobre trabajo asociativo y cooperativista.
- + Proyección de una futura asociación que tenga como resultado la conformación de una cooperativa de trabajo.

Construcción de organización asociativa

La primera instancia de organización en vías de una orgánica de carácter formal, fue esta etapa de la experiencia comunitaria. Para este trabajo se conformaron núcleos de trabajo, donde las productoras decidieron el la tipología de producto que realizarían, además de los roles que ejercería cada una de ellas.

GENERACIÓN DE NÚCLEOS DE TRABAJO

La conformación de núcleos implicó un trabajo con mayor organización y autonomía de las productoras.

DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS EN EQUIPO

La responsabilidad de cada producción dependía en gran medida del grupo de trabajo y de su interacción con el tutor correspondiente. Los resultados de este trabajo son los siguientes:

- + Autonomía grupal e individual asociado a la producción
- + Mayor responsabilidad en la compra y manejo de los materiales e insumos
- + Aprehensión de dinámicas de trabajo colectivo, colaborativo en el ejercicio de su oficio.
- + Diálogo y toma de decisiones en grupo

EDUCACIÓN ASOCIATIVA EN TORNO AL SISTEMA DE TRABAJO COOPERATIVISTA

Estas sesiones estuvieron enfocadas en instruir a las productoras en un modelo de trabajo cooperativista, aprendiendo sobre sus aspectos legales, contables y organizativos. Los resultados de estas actividades son los siguientes:

- + Identificación de los elementos que constituyen parte importante de la economía social.
- + Identificación de los elementos contables que operan en una cooperativa de trabajo
- + Identificación de los elementos legales implicados en un modelo cooperativo de trabajo
- + Identificación de la estructura organizativa interna de una cooperativa de trabajo

CONFIGURACIÓN Y FORMALIZACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE TRABAJO

Este trabajo consistió en la consolidación de las etapas anteriormente mencionadas. Las actividades consistieron en sesiones de trabajo destinadas al estudio y construcción de los estatutos de la futura cooperativa.

- + Conocimiento de las dinámicas internas de la cooperativa
- + Planificación de los códigos y normas internas de la cooperativa
- + Se establecieron las cuotas de participación de cada integrante de la cooperativa
- + Construcción de los estatutos de la cooperativa
- + Constitución legal de la cooperativa

Procesos de transición y cierre colectivos

Los procesos de cierre de ciclos fueron de importancia en el proceso llevado a cabo por el programa Diseño+Oficios. Es sabido que el ser humano necesita establecer etapas de inicio y cierre de ciertos procesos, el caso más conocido son los rituales de paso. En este tipo de rituales los agentes sociales pasan por etapas de separación, liminal y gregación. El proceso del ritual de paso, se puede observar incluso en experiencias cotidianas como la obtención de un grado académico, para cerrar al proceso el estudiante pasa por una ceremonia donde se validan sus esfuerzos realizados por años. Esa ceremonia permite cerrar un ciclo y deja al sujeto apto para la vida académica y laboral. De la misma forma, el cierre de ciclo permite afianzar los lazos de compañerismo creados en el proceso, pero también cerrar procesos y reflexionar sobre éstos, para poder comenzar nuevos desafíos de toda índole.

Los procesos de transición y cierres colectivos fueron experiencias diseñadas en un contexto distinto del proceso de aprendizaje y talleres (Espacio D+O), para este fin se generó una alianza con el Templo Baha'i, que permitió la realización de estas actividades en un espacio de significación espiritual. Respecto de este tipo de actividad, podemos destacar los siguientes resultados:

191

- + Reflexión sobre las relaciones entabladas entre las mismas productoras, su relación en tanto colectividad
- + Reflexión de los procesos asociados a la práctica del oficio textil.
- + Evaluaciones generales y particulares del programa.
- + Definición de compromisos de trabajo en comunidad.
- + Proyección dentro de la comunidad de SaberHacer.



192





PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:

01. CONSTRUCTORAS DE COMUNIDAD

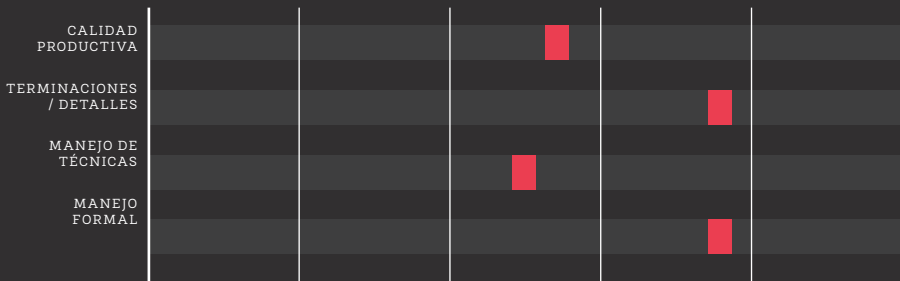


CARACTERÍSTICAS:

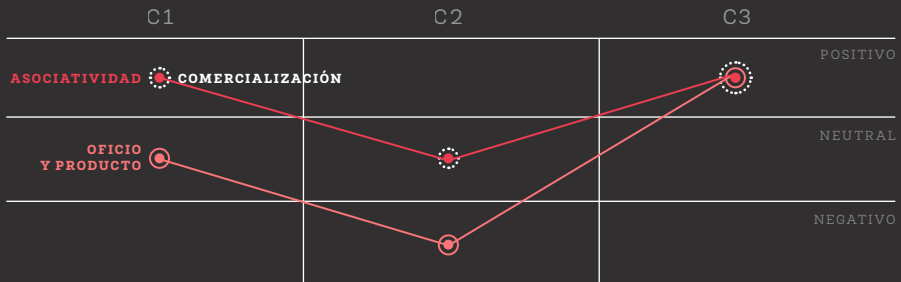
Personas capaces de conducir un grupo/ colectivo de compañeras con un propósito en común, independiente de los obstáculos.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

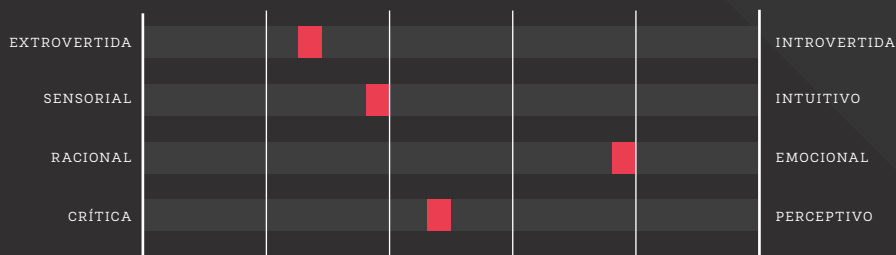
194



VIAJE DEL USUARIO



PERSONALIDAD



HABILIDADES Y RENDIMIENTO EN CADA FASE



195

PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil debe encauzar de buena manera su liderazgo, de otra forma pueden desequilibrar fácilmente al grupo que pertenecen. Suelen tener una buena conducción grupal, las personas logran legitimar el conocimiento y la conducción que estos líderes desean entregar al grupo. La dificultad aparece cuando, por ejemplo, su salud psicoafectiva se ve afectada. En este contexto, los líderes dominantes comienzan a ejercer un rol negativo frente a sus compañeras, pudiendo desequilibrar al grupo en su totalidad. Poseen redes de comercialización mucho más extendidas que el resto, son capaces de abrir nuevos negocios, articular nuevos espacios de comercialización, pero necesitan ampliar estos contactos para mejorar sus ventas y la confección de sus productos (calidad). Esto quiere decir que, si bien, tienen una red extendida de contactos en relación a sus compañeras, aún no alcanza un nivel tal que les permita aumentar su producción considerablemente.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

Son personas que se motivan con el trabajo en grupo, se preocupan por tener metas en común con el grupo que lideran. Las satisfacciones están relacionadas con lograr las metas pactadas colectivamente, ver crecer al grupo con el cual se vinculan.

PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:
02. LAS DISIDENTES

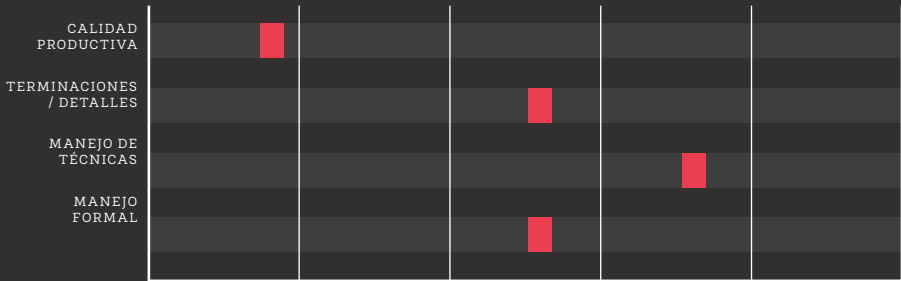


CARACTERÍSTICAS:

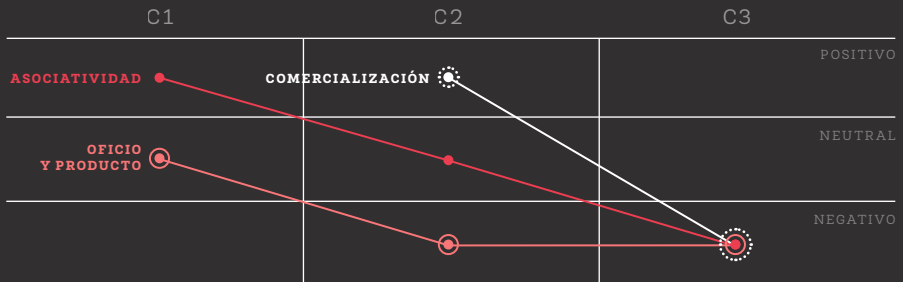
Personas que se fijan en los obstáculos que posee el camino a recorrer con el grupo, intensificando las diferencias al interior de un colectivo en común, independiente de los obstáculos.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

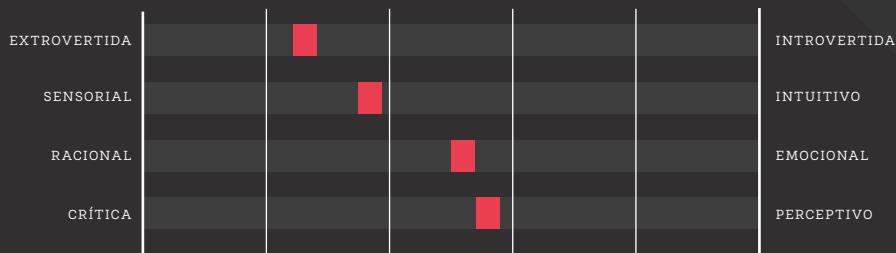
196



RECORRIDO DEL PERFIL POR LO CICLOS DE D+O



PERSONALIDAD



HABILIDADES Y RENDIMIENTO EN CADA FASE



PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil es poco propositivo a nivel colectivo y entra en conflicto con los líderes positivos. Pueden llegar a transformarse en líderes negativos, al momento que intentan desafiar la legitimidad del liderazgo de quienes han sido aceptados como las personas apropiadas para la conducción del grupo en cuestión. Si bien poseen conocimiento acabado de su oficio, aún necesitan de alguna entidad que las conduzca en la manera de ampliar sus redes comerciales.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

Les motiva las situaciones o elementos con los cuales puedan satisfacer a la brevedad alguna necesidad individual o colectiva. En general, manejan mejor su trabajo en solitario que en grupo. Por lo tanto, las metas propuestas son más individuales que colectivas.

PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:
03. ARTICULADORAS

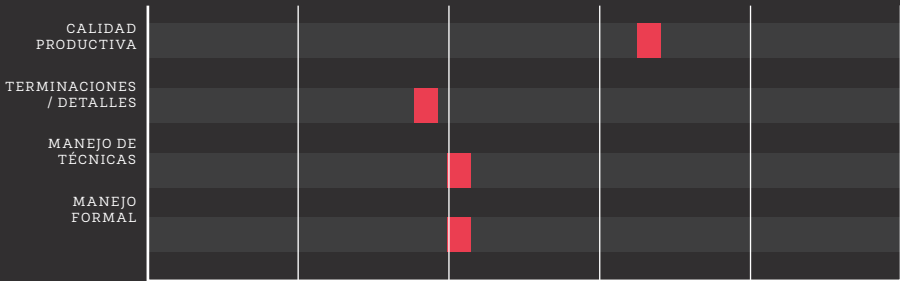


CARACTERÍSTICAS:

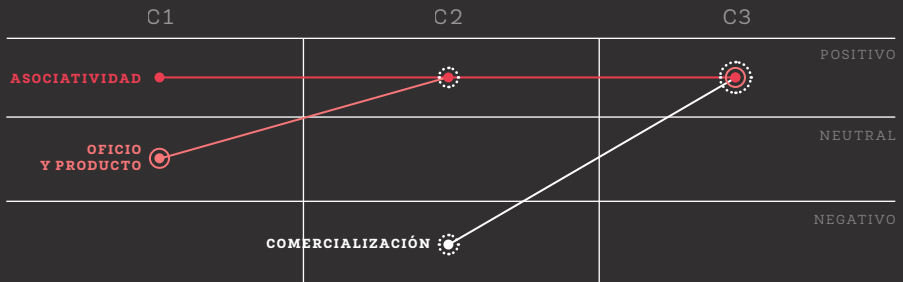
Personas que tienen la capacidad de coordinar las actividades propuestas por el líder positivo. Representan el motor del grupo para realizar una actividad determinada.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

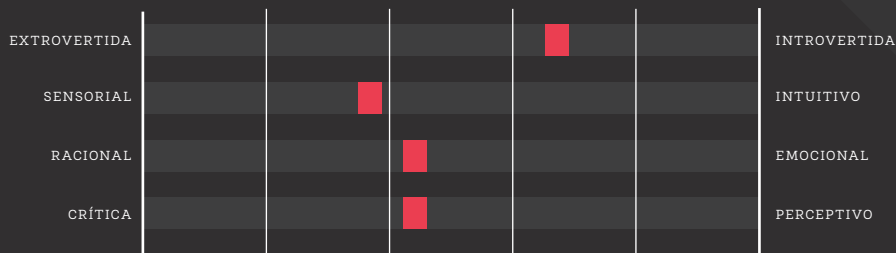
198



RECORRIDO DEL PERFIL POR LO CICLOS DE D+O



PERSONALIDAD



HABILIDADES EN LOS SIGUIENTES ÁMBITOS



PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil necesita de un líder que sea capaz de proponer metas o actividades para realizar en conjunto. Sus redes son más reducidas que las que posee el líder, por lo tanto depende de éste para generar lazos más amplios de comercialización.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

El perfil articulador no tiene la capacidad de convocar a sus compañeras, pero si puede organizar -por ejemplo- una cadena productiva. En este sentido, una de sus motivaciones es trabajar en grupo y tener logros tanto colectivos como individuales.

PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:
04. SEGUIDORES

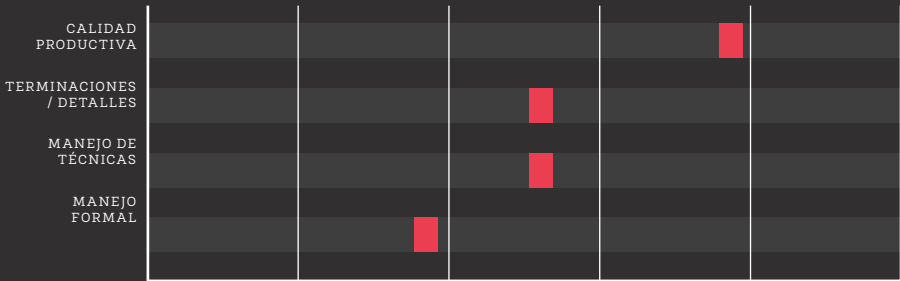


CARACTERÍSTICAS:

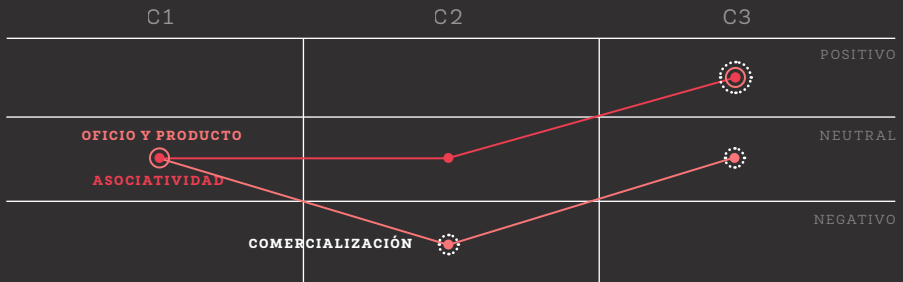
Personas que legitiman las decisiones del líder positivo, pero no son capaces de articular actividades. Aceptan las directrices que las personas articuladoras establecen.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

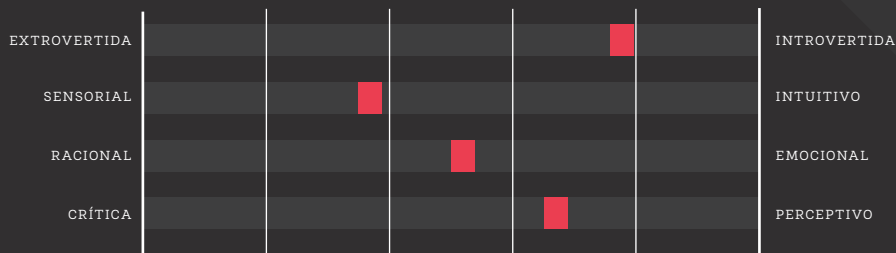
200



RECORRIDO DEL PERFIL POR LO CICLOS DE D+O



PERSONALIDAD



HABILIDADES EN LOS SIGUIENTES ÁMBITOS



PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil queda sujeto a los cambios que planteen los líderes, sin embargo son quienes mantienen la unión en el grupo y bajan los niveles de tensión en el colectivo. Son personas indispensables en toda agrupación, ya que logran dar solución a las problemáticas que aquejan a su comunidad. Al igual que los articuladores, no poseen una red ampliada para comercializar sus productos, necesitan ampliar sus redes comerciales, ya que éstas son reducidas.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

Les motiva trabajar en grupo, resolver problemáticas de manera colectiva. El perfil seguidor necesita tanto del líder como del articulador para completar sus metas y satisfacer sus necesidades productivas.

PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:

05. EXPLORADORAS

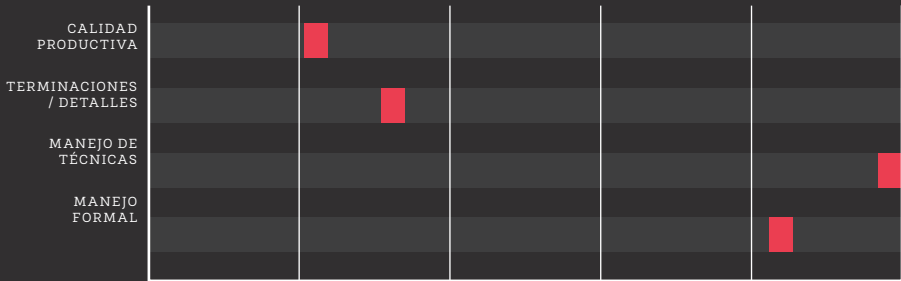


CARACTERÍSTICAS:

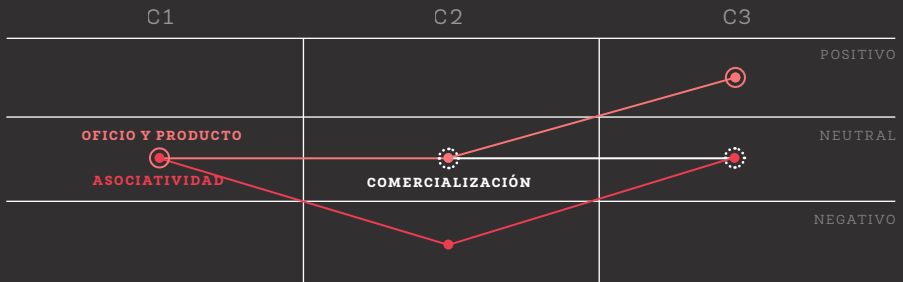
Personas que están en la búsqueda creativa de nuevos diseños o formas de confeccionar algo. Les interesa emprender un recorrido por lo desconocido para adquirir nuevos elementos que enriquezcan su manera de confeccionar productos.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

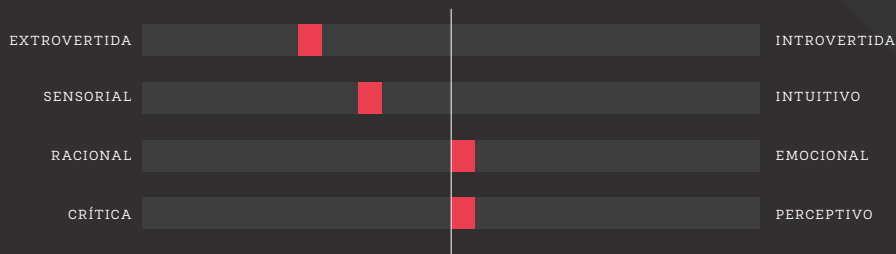
202



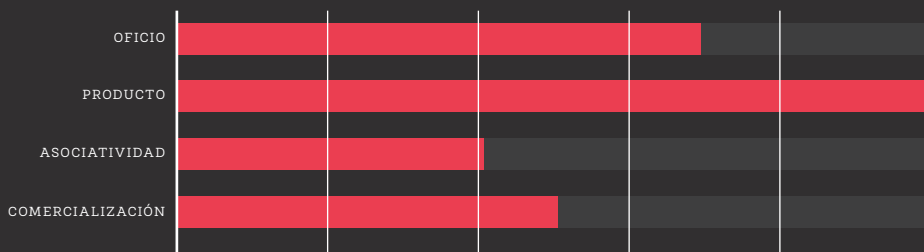
RECORRIDO DEL PERFIL POR LO CICLOS DE D+O



PERSONALIDAD



HABILIDADES EN LOS SIGUIENTES ÁMBITOS



203

PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil presenta dificultades al momento de interactuar en espacios de aprendizaje donde el énfasis está puesto en la técnica del oficio textil, llegando a desertar de las actividades propuestas si fuese necesario. Sus necesidades se enfocan en explorar, abrir un abanico de posibilidades en cuanto al diseño de un objeto o prenda determinada.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

Las motivaciones de este perfil se enfocan en el aprendizajes de nuevas formas de diseño creativo, innovador para sus productos. A diferencia del perfil técnico, su satisfacción no se centra únicamente en adquirir nuevas técnicas para la producción de un objeto determinado.

PERFIL DE USUARIO OBSERVADO:

06. LAS TÉCNICAS

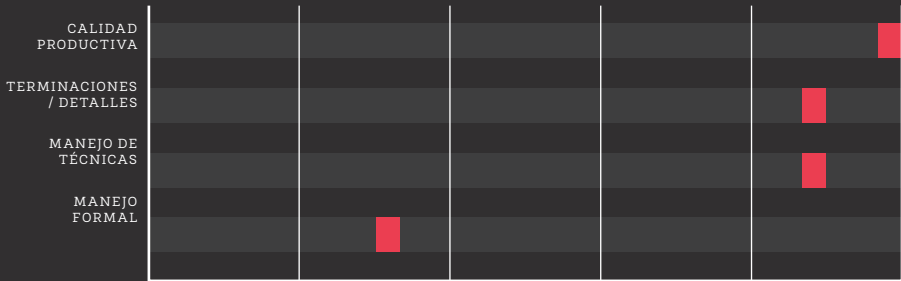


CARACTERÍSTICAS:

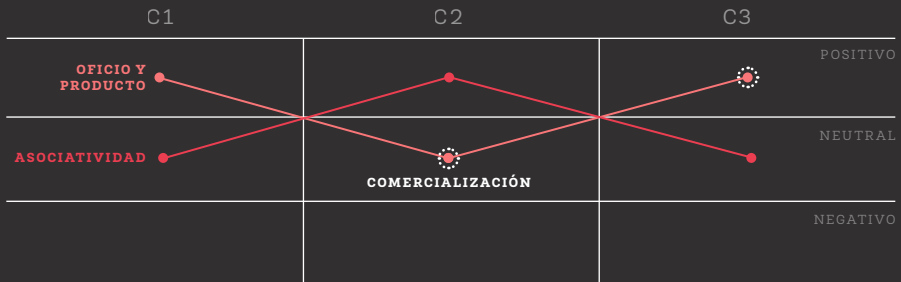
Personas que tienen un interés en adquirir técnicas de trabajo para la confección de sus productos. No tienen problemas con trabajar en productos seriadados. El valor de la técnica está por sobre el diseño.

CONOCIMIENTO DEL OFICIO

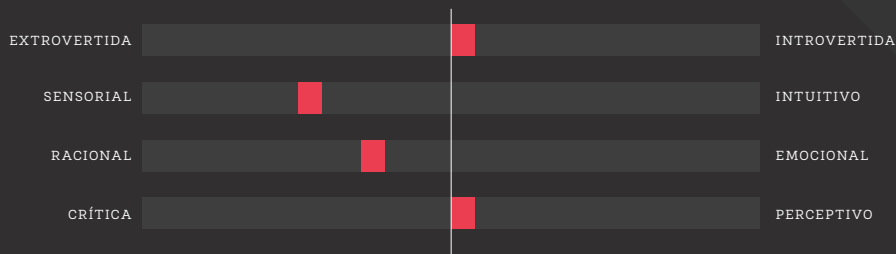
204



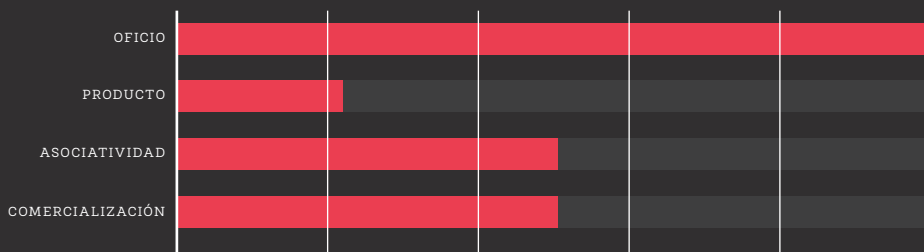
RECORRIDO DEL PERFIL POR LO CICLOS DE D+O



PERSONALIDAD



HABILIDADES EN LOS SIGUIENTES ÁMBITOS



205

PROBLEMAS/NECESIDADES

Este perfil presenta dificultades al momento de enfrentar un espacio que está enfocado en el diseño creativo de un nuevo producto, llegando a desertar de las actividades propuestas si fuese necesario. Sus necesidades se enfocan en adquirir nuevas técnicas que posibiliten la confección adecuada de un objeto o prenda determinada.

MOTIVACIONES/SATISFACCIONES

Este perfil enfoca sus motivaciones en el aprendizaje de nuevas técnicas para mejorar su proceso productivo. A diferencia del perfil de exploradoras, la satisfacción no se enfoca preferentemente en el diseño creativo de un producto determinado.

OTROS RESULTADOS DEL PROYECTO D+O 2016-2017

Creación de la Cooperativa de trabajo textil de Peñalolén

Como resultado de las fases de asociatividad y trabajo en comunidad, en septiembre 2017 se llevó a cabo el primer registro de socios para constituir la Cooperativa textil, quienes pasaron por un proceso de capacitación, gestión y formalización legal de esta organización. Finalmente la cooperativa ingresó al registro del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile el 31 de octubre de 2017.

Durante el proceso de formalización y posterior a este se llevaron a cabo una serie de iniciativas comerciales, productivas y de networking para potenciar esta nueva organización. Entre estas iniciativas se encuentran la producción estandarizada de productos comunitarios validados comercialmente, la participación en ferias y exposiciones masivas, el desarrollo de encargos para demandantes de producción y co-creaciones con marcas de diseño.

Integrantes de la Cooperativa de trabajo textil de Peñalolén (Lacoop):

- + María Eufemia González.
- + Gabriela Fuentes.
- + Luciana Quiroga.
- + Angelica Sobarzo.
- + Gloria Soto.
- + Alejandra Jara
- + Alejandra Valenzuela.



Implementación del Espacio D+O: Espacios colaborativos de aprendizaje y experimentación.

El sistema de producción local desarrollado pone de manifiesto la importancia de instalar infraestructura de uso común para la comunidad de productores locales y otros participantes futuros que pasen por experiencias D+O.

Desde la propuesta inicial de implementar un “makerspace textil” hasta la instalación final del “Espacio D+O”, se planteó finalmente la habilitación de espacios donde las nuevas tecnologías de fabricación digital y técnicas y tecnologías tradicionales vinculadas al oficio textil convergen en un mismo lugar, con el objetivo de disponer in-situ de una diversidad de herramientas para el aprendizaje, la experimentación y trabajo colaborativo del oficio, el diseño y manufactura local.

ÁREAS ESPACIO



**01. EXPOSICIÓN
CLASES**



**02. MATERIALES,
HERRAMIENTAS
Y ÚTILES**



03. ZONA TRABAJO
+ Trabajo Limpio
+ Trabajo Sucio



04. MÁQUINAS
+ Máquinas caseras
+ Máquinas Industriales
+ Máquinas Fabricación Digital



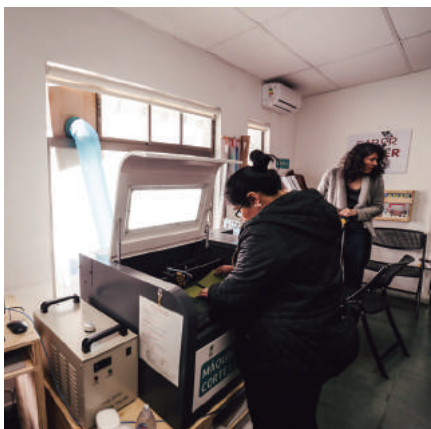
05. BIBLIOTECA



06. DESCANSO



209



Portafolio de productos open-source

Las fases de perfeccionamiento en diseño y desarrollo de productos tuvieron como resultante la generación de 60 productos en diversas categorías tales como:

- + Accesorios.
- + Indumentaria.
- + Decoración hogar.
- + Cocina.

Con el fin de proveer de recursos a la comunidad de productores y cooperativa generada, se llevó cabo un registro e implementación de un portafolio de productos en un ambiente web preparado para tales efectos, al cual pueden acceder los miembros de la comunidad con los datos entregados incluidos en su credencial. El detalle de cada producto incluye una descripción, fotografías, instrucciones de armado y descarga de sus planos constructivos (moldes).



211





212



SABERHACER

DISEÑO+OFICIOS 2016-2017

Un modelo de activación tecnológica con base en la manufactura industria creativa

214



SABERHACER

DISEÑO+OFICIOS 2016-2017

e

territorial

a

a y la

activativa

Diseño+Oficios es un proyecto con un compromiso de desarrollo de investigación y generación de conocimiento. Por ello, el último capítulo de esta publicación está dedicado al trabajo de análisis y sistematización de la experiencia -como estudio de caso único- con la finalidad de revisar el modelo original propuesto y establecer un rediseño al modelo metodológico, orientado a la replicación de los resultados de esta experiencia en otros contextos territoriales y sectoriales.

Para la descripción de este modelo nos basaremos en la explicación de los siguientes tópicos:

- + Reflexiones y aprendizajes a partir de la experiencia.
- + Sistema de actores.
- + Metodología.
- + Desafíos futuros.

Reflexiones y aprendizajes a partir del modelo inicial aplicado al caso Peñalolén

El perfil de productor local impactado

Transitar hacia una evolución de los oficios, la técnica y la manufactura local para el siglo XXI.

Unos de los planteamientos base de la iniciativa SaberHacer, que ejecuta el proyecto Diseño+Oficios, ha sido el desarrollo, perfeccionamiento y vinculación de productores locales con sectores relacionados a la industria creativa. Para ello, un programa D+O se enfoca en el trabajo con un grupo acotado de productores, quienes transitan por diversas actividades de intervención que van desde el ámbito técnico, tecnológico, diseño, producto, comercialización, networking y asociatividad, entendiendo que la forma de trabajo con estos sectores requiere de enfoques holísticos que atiendan de manera conjunta e integrada sus problemáticas, necesidades y oportunidades de desarrollo.

Los aprendizajes obtenidos durante esta experiencia nos permiten establecer estrategias claras para formular un nuevo perfil del productor local, el cual debe debería considerar aspectos tales como:

- + La capacidad de trabajo colaborativo entre pares y otros actores relacionados en el proceso de creación, desarrollo y producción de un producto local.
- + Habilidades para la identificación de tendencias y referentes -locales y globales- como insumo base de trabajo.
- + La incorporación de nuevas tecnologías de fabricación digital, en cuanto esta se configure como un soporte que no afecta el relato e identidad local o inclusive permite una resignificación de lo que entendemos como “hecho a mano”.

La temporalidad requerida para desarrollar un perfeccionamiento y vinculación para productores locales

La primera generación transitó por las distintas fases de perfeccionamiento y vinculación (oficio, producto, comercialización y asociatividad) durante un periodo de 9 meses, culminando con la conformación de una comunidad de productores locales y un grupo de esta comunidad que conforma la Cooperativa textil de Peñalolén.

Una segunda generación se incorporó al programa, realizando un ciclo intensivo de 3 meses y medio, el cual permitió rediseñar e iterar en el modelo de trabajo para lograr resultados en un menor tiempo.

Luego de este primer proceso de aplicación del modelo de trabajo, es posible concluir que un programa Diseño+Oficios puede ser ejecutado en un tiempo menor (3 a 4 meses) obteniendo resultados relevantes en tópicos tales como:

- + Mejoramiento del estándar técnico de desarrollo de productos textiles en una categoría determinada (ej: accesorios).
- + Desarrollo de capacidades de trabajo productivo de manera colectiva.
- + Desarrollo de productos en nuevas temáticas y/o tendencias.
- + Incorporación de habilidades de trabajo en formatos de co-creación con industria creativa.
- + Portafolio de productos comunitario, validados comercialmente.
- + Construcción de una comunidad con identidad y potencial de transformación en organización asociativa (ej: cooperativa).

217

Construcción de comunidad y generación de redes de conocimiento como práctica central para el desarrollo de sectores manufactureros de baja escala

Existen una infinidad de proyectos que han intentado enfocarse en intervenciones asociadas a la problemática presente en el quehacer del productor local o artesano, tanto desde la vereda del diseño -imagen corporativa, packaging, diseño de producto, entre otros- como desde la vereda de la comercialización -costeo de productos, redes sociales, etc- con resultados variados, pero un mismo factor en común: el desarrollo de la competitividad a partir de los esfuerzos individuales de cada productor.

Diseño+Oficios planteó la construcción de un sistema de innovación y emprendimiento basado en la manufactura, el diseño y la industria creativa, formulando que los problemas de un productor textil no son sólo comerciales, sino que también relacionados a

temas productivos, capacidades creativas y productivas además de la generación de redes y propuestas de valor para nuevos consumidores globales. Y es en estos últimos puntos, donde se encuentra el principal componente diferenciador de este modelo.

Uno de los aprendizajes obtenidos, luego de este proceso de trabajo, ha sido el entendimiento y reforzamiento del concepto de comunidad como el pilar central en el desarrollo de este sistema, el cual permite sustentar otros componentes tales como la capacitación, la implementación de espacios colaborativos de fabricación, desarrollo de productos comerciales y la habilitación de espacios y redes de comercialización. En esencia cualquiera de estos componentes aplicados de manera aislada, tendrán resultados de bajo impacto, al no estar articulados entre ellos, ni tampoco soportados en una estructura de colaboración y trabajo en comunidad.

Desde la vinculación con diseñadores y marcas de diseño hacia el encuentro con la industria creativa

Un planteamiento inicial del proyecto Diseño+Oficios fue reunir a diseñadores o marcas de diseño con productores locales, a partir de la problemática observada respecto de la dificultad de encontrar y trabajar con productores locales para los diversos emprendimientos que se pueden encontrar en este sector de la industria creativa.

Los aprendizajes obtenidos en este ámbito permitieron aprender a trabajar con este rubro así como también abrir el espectro de posibilidades desde el sector diseño hacia la industria creativa.

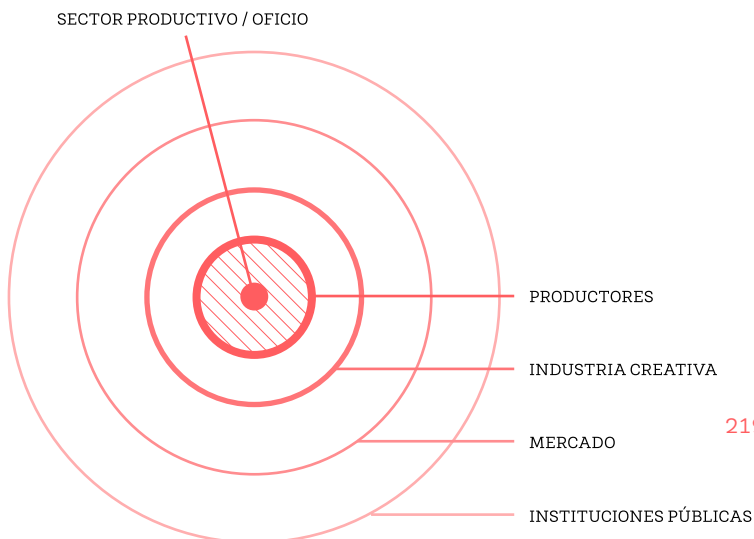
Algunas de las conclusiones en torno a este tema fueron:

- + Segmentar los perfiles de marcas de diseño con las cuales efectivamente generar vínculos de trabajo colaborativo en 3 categorías: co-producción, colaboración y co-creación.
- + Reconocer acuerdos y protocolos de trabajo, desde los roles, responsabilidades, distribución de ingresos, estándares de producción, entre otros.
- + Identificar otros actores del mercado creativo, quienes su propuesta de valor se basa en la venta de productos de diseño y/o manufactura local. En esta categoría nos encontramos con tiendas físicas y online, intermediarios de productos para empresas (ej: regalos corporativos), entre otros.

Sistema de actores para la activación territorial

3.1

Los actores del sistema



219

+ Productores locales

pequeñas manufacturas, productores, artesanos.

+ Industria creativa

diseñadores, creativos, emprendedores.

+ Mercado

tiendas, canales de difusión, exposiciones, ferias.

+ Instituciones públicas

municipios, servicios públicos, gobiernos regionales, corporaciones públicas.

Modelo general de actores y sus relaciones



220

- + PRODUCTORES LOCALES
- + INDUSTRIA CREATIVA
- + MERCADO
- + INSTITUCIONES PÚBLICAS

En el modelo de activación territorial basado en la manufactura, los oficios y el diseño participan 4 categorías de actores que se interactúan en diferentes niveles y roles.

PRODUCTORES LOCALES:

Agentes productivos con distintos niveles de aplicación de un oficio, capacidades productivas y capital tecnológico. En general este perfil de productores trabaja de manera aislada en el territorio, su red de apoyo es acotada y su capital social le permite comercializar en su espacio barrial.

En esta categoría nos encontramos con: Pequeñas manufacturas, productores con un oficio de manufactura, artesanos, entre otros.

INDUSTRIA CREATIVA:

Diversos agentes creativos y productivos que generan una propuesta de valor con contenido cultural, patrimonial y artístico. El perfil de emprendedores y empresas con las cuales el modelo puede conectar están basados en desarrolladores de productos y servicios con una identidad y relato local así como también un componente importante de impacto social. Las necesidades asociadas a este perfil es la dificultad de conseguir manufactura local de alto estándar y sistemas productivos basados en economías de baja escala.

En esta categoría nos encontramos con: Diseñadores, creativos, emprendedores y marcas de diseño.

221

MERCADO:

Los agentes comerciales relacionados que establecen su identidad a partir de conceptos tales como: producto local, hecho a mano, calidad, tenencia, entre otros. Por esta razón su propuesta de valor y relación con sus clientes se construye a partir de un relato que es coherente a los conceptos anteriormente señalados y es su principal desafío lograr articular proveedores, clientes y aliados que les permite conseguir esta coherencia.

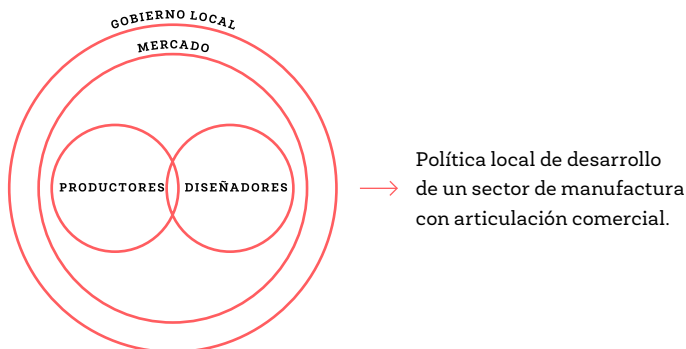
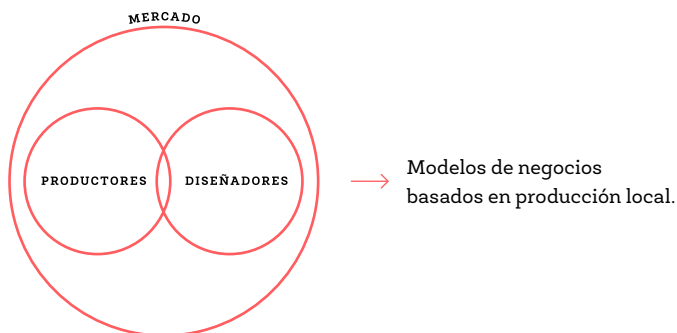
En esta categoría nos encontramos con: Tiendas, canales de difusión, exposiciones, ferias.

INSTITUCIONES PÚBLICAS:

Los distintos agentes públicos de fomento y apoyo en temáticas relacionadas al desarrollo local, el emprendimiento, la capacitación de productores y artesanos, la asociatividad y el desarrollo comunitario, son actores que desarrollan, soportan, colaboran y financian iniciativas que generan activaciones en sectores relacionados a las temáticas anteriormente expuestas.

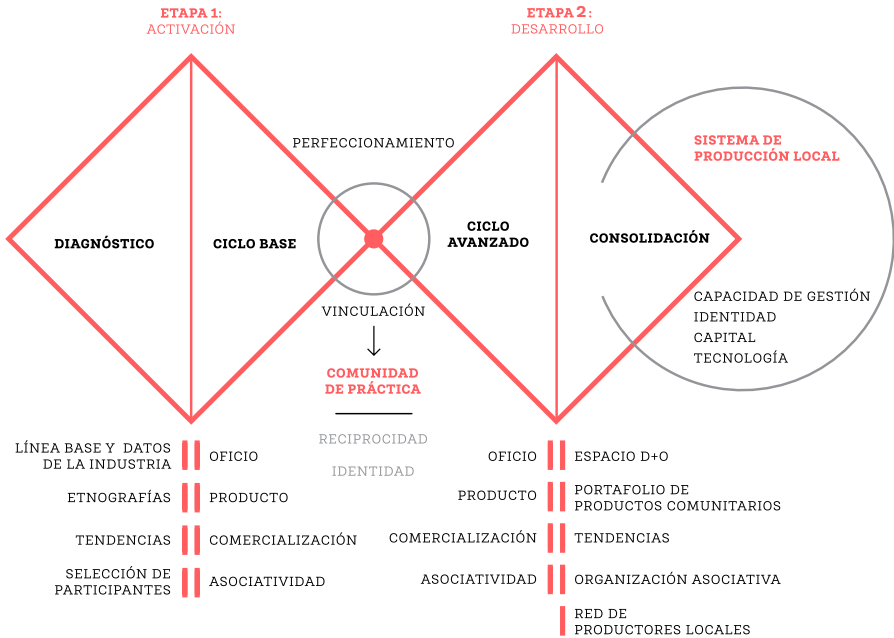
En esta categoría nos encontramos con: Municipios, servicios públicos, gobiernos regionales, corporaciones públicas.

Tipologías según articulaciones y resultados



222

Existen distintas tipologías de articulación entre estos actores, cada una de ellas generando resultados de distintas escalas y enfoques. Dependiendo de los resultados que se quieren obtener -además de los recursos e infraestructura disponible- el uso de estas tipologías pueden ser planteadas a modo de estrategias de activación de sectores de manufactura que buscan o pueden orientarse hacia una industria creativa.



El modelo de activación territorial planteado propone un proceso de 2 etapas que va desde el diagnóstico territorial hasta la consolidación de un sistema de producción local. Según el nivel de desarrollo que tiene un territorio en relación a sus sectores de manufactura así como también de la disponibilidad de recursos para aplicar un programa completo, se proponen 4 procesos de trabajo contenidos en estas 2 etapas.

Etapa 1: Activación



224

DIAGNÓSTICO:

El proceso de diagnóstico del territorio, oficio y usuarios es esencial para reconocer el espacio social, económico y cultural en el que se trabajará. Para ello es necesario llevar a cabo investigaciones de corte cualitativo y cuantitativo, generando estudios en los siguientes tópicos:

+ **Línea base y datos de la industria.**

+ **Etnografías.**

+ **Tendencias.**

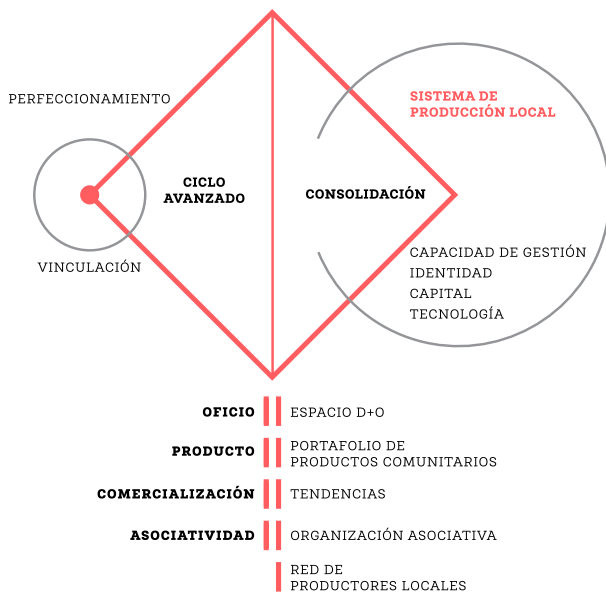
Es en este proceso donde ocurre la etapa de selección de los productores participantes de este programa. Los criterios de selección variarán en función del diagnóstico de línea base realizado en el oficio y territorio, pero estos deberán considerar a lo menos aspectos tales como: Conocimiento y manejo del oficio (saber), conocimiento, uso y disponibilidad de tecnología para el oficio (tener), historial y disposición a la educación continua (aprender), historial y disposición a desarrollar proyectos propios y comerciales (emprender) y la capacidad de trabajar de manera colectiva con otros (colaborar)

CICLO BASE DE PERFECCIONAMIENTO Y VINCULACIÓN:

El primer proceso de perfeccionamiento y vinculación para productores locales se orienta hacia el desarrollo en 4 fases: Oficio, Producto, Comercialización y Asociatividad.

- + **Oficio:** Nivelación y desarrollo de un estándar de manejo del oficio, técnicas y tecnologías.
- + **Producto:** Incorporación de criterios básicos de diseño, en torno al manejo formal (forma, color, textura), tendencias, identidad y comunicación de producto.
- + **Comercialización:** Manejo de herramientas básicas de comercialización (costeo, ventas, inventario), conexión con el mercado e industria creativa mediante sesiones de feedback y co-creación.
- + **Asociatividad:** Conformación de vínculos en el grupo orientado hacia la conformación de una comunidad de práctica. Esta fase revela aspectos de la historia común de los participantes, sus trayectorias laborales, identidad asociada al territorio y capital colectivo asociado a su conocimiento productivo. De esta forma, se logra un grupo cohesionado con un incremento de su capital social, que logra generar interacciones de colaboración social y económica, con un potencial de conformación como organización asociativa.

Etapa 2: Desarrollo



226

CICLO AVANZADO DE PERFECCIONAMIENTO Y VINCULACIÓN:

El segundo proceso de perfeccionamiento y vinculación para productores locales se orienta hacia el desarrollo avanzado en las 4 fases anteriormente señaladas. Los criterios de profundización en cada fase buscan avanzar hacia estándares altos de trabajo en el oficio desarrollado, configuración de colecciones de productos y una lógica productiva eficiente en torno a metas comerciales y comunitarias.

- + **Oficio:** Especialización técnica en ámbitos más complejos del oficio además de la incorporación de tecnología de fabricación digital como soporte para nuevos resultados.
- + **Producto:** Desarrollo de criterios de configuración de productos en base a tendencias y una lógica de colección. Por otro lado, se busca generar un criterio de producción colectiva, fomentando la especialización además de instalar herramientas de estandarización tales como ficha de producto.
- + **Comercialización:** Desarrollo avanzado de vínculos con canales de comercialización y demandantes de producción local. Experiencias en nuevos espacios comerciales y públicos objetivo. Uso y trabajo con fichas de costeo y producto.

- + **Asociatividad:** Generación de capacidad de trabajo colectivo. En esta fase avanzada de trabajo asociativo, la comunidad de productores desarrolla un proyecto colectivo como medio para generar capacidades de gestión en lógicas de colaboración. Los aspectos a desarrollar van desde el liderazgo, la coordinación de tareas, definición de roles, seguimiento y control del proyecto, cierre del proyecto.

Hacia el final de la fase avanzada de asociatividad se lleva a cabo el proceso de definición del tipo de organización asociativa que quieren ser, llevando a cabo un primer registro de socios y capacitación especializada en la conformación de una cooperativa u otra figura asociativa.

CONSOLIDACIÓN DE UN SISTEMA DE PRODUCCIÓN LOCAL:

En el último proceso de la etapa de desarrollo surge la consolidación de este sistema de producción local, a partir de la instalación de comunidades de productores locales con capital incrementado (social, cultural y económico). Los componentes del sistema son:

- + Comunidad de productores locales.
- + Portafolio de productos comunitarios y open-source.
- + Tendencias.
- + Espacios colaborativos de aprendizaje y experimentación (Espacio D+O)
- + Redes de comercialización con la industria creativa.

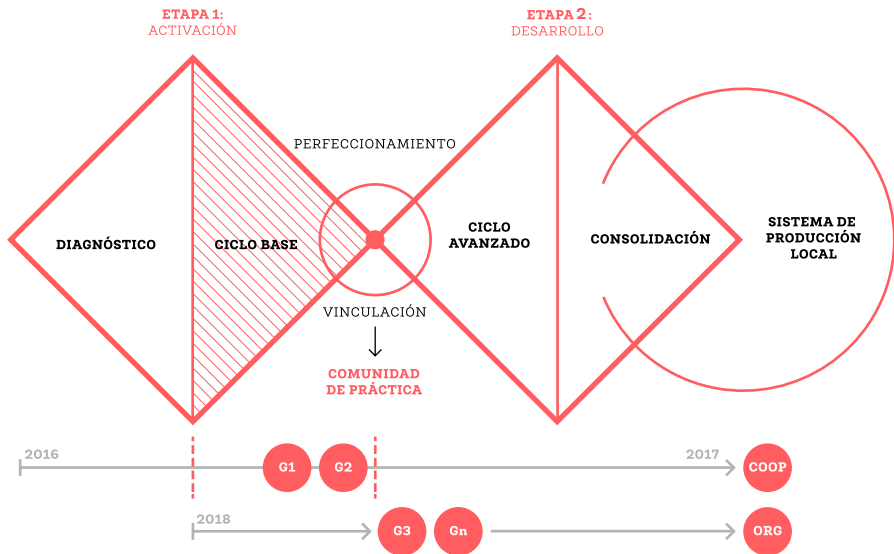
Desafíos futuros para el modelo

3.3

Niveles de aplicación del modelo

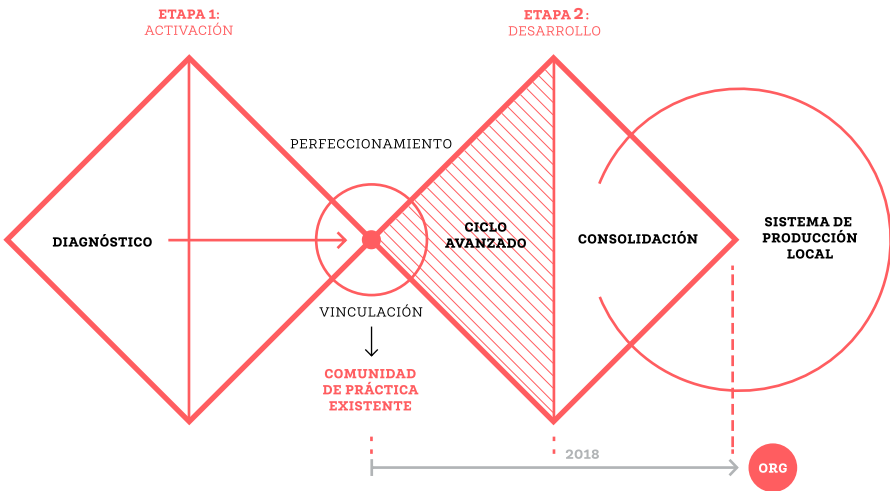
El modelo de activación territorial anteriormente presentado ha sido definido a partir de etapas y procesos que pueden ser aplicados de manera conjunta o separada, según el nivel de desarrollo y madurez del sistema de producción a trabajar. Es así que el caso de Peñalolén -iniciado el año 2016- incorpora todas las etapas y procesos planteados, desde un diagnóstico integral hacia el desarrollo de un sistema de producción local en el oficio textil, con una comunidad y cooperativa instalada en el territorio.

228



Replicación del modelo en un territorio y sector productivo ya intervenido.

Por tanto, el primer nivel de replicación del modelo está dado en el mismo territorio donde se ha intervenido, generando nuevos programas D+O para otros productores de un mismo sector -en este caso el textil- desde un nivel básico, generando nuevos grupos y comunidades de práctica con potencial de asociatividad, hasta un nivel avanzado desarrollando nuevas organizaciones asociativas con capital incrementado.



Replicación del modelo en un territorio y sector productivo distinto pero con niveles de avance mayor en torno a comunidades o barrios productivos establecidos.

En otros casos, donde ya existen comunidades o barrios productivos establecidos con algún nivel de interacción y trabajo conjunto, el modelo puede ser aplicado a partir de ciclos avanzados de perfeccionamiento y vinculación, en búsqueda de generar especialización, capacidad de gestión asociativa y acciones en las 4 fases (oficio, producto, comercialización y asociatividad) para establecer un sistema de producción local coordinado.

Casos potenciales de replicación

Casos metropolitanos donde potencialmente se puede aplicar el modelo se pueden dividir de la siguiente forma:

CASO 1: MANUFACTURA INVISIBLE.

Territorios donde no existe una especialización productiva declarada y sin embargo es posible identificar actores que de manera individual ejercen un oficio y desarrollan manufactura, con bajas o nulas redes de colaboración.

En esta categoría encontramos sectores de la Región Metropolitana (RM) que tradicionalmente han sido declarados como “comunas dormitorio” o de “servicios”, donde la lógica de la población está dada por el traslado hacia la ciudad/ centro para trabajar o efectuar labores productivas.

Estos casos suelen caracterizarse por contar con una alta población dedicada a la autoproducción y producción a baja escala en el ámbito textil, alimentación, estética, entre otros. En su mayoría son emprendimientos informales y llevados a cabo por mujeres.

CASO 2: MANUFACTURA ACTIVA.

Territorios donde existe de manera explícita y/o histórica una especialización productiva orientada a la manufactura.

En esta categoría podemos identificar sectores de la RM con una historia de manufactura que ha sobrevivido a los procesos de desindustrialización y quiebra de las otrora grandes industrias en los años ochentas y noventas del siglo xx. Los sectores productivos más representativos que podemos encontrar en la región están relacionados al ámbito textil, cuero y calzado, madera, imprentas, metalmecánicas, entre otros.

Los principales desafíos de estos sectores están vinculados a la incorporación de nuevas tecnologías, innovación, asociatividad, tendencias, entre otros.

En esta categoría es posible de incorporar la tipología artesanal, en cuanto esta genera un actividad relevante e identidad para su territorio.

CASO 3: MANUFACTURA "PERDIDA".

Territorios que históricamente tuvieron una especialización productiva de manufactura y que ya no cuentan con las industrias que impulsaban esta especialización.

En esta categoría se observan sectores de la RM en los cuales su historia de desarrollo estuvo íntimamente vinculada a la manufactura pero que, luego de los procesos de desindustrialización y quiebra de industrias, su perfil económico local cambió drásticamente, con consecuencias relevantes a nivel económico, social y cultural en el territorio y su población.

Vinculado a este proceso, existe un efecto de distribución de tecnologías asociadas a la antigua industria -en buena parte de los casos, asociado a una "compensación" hacia los trabajadores por la pérdida de la fuente de trabajo y la ausencia de finiquitos monetarios- que trasladado al día de hoy han generado pequeños talleres que aún mantienen una tradición de oficio y capacidad productiva.

Huelga decir, que las 3 categorías de casos expuestas anteriormente, son escenarios que podemos observar en otras regiones de Chile y el continente, con algunas variantes contextuales.

231



Hacia una manufactura avanzada e industria creativa diversificada

La visión de una manufactura para el siglo XXI debe incluir expresiones, acciones y emprendimientos que ponen en valor prácticas basadas en técnicas y tecnologías tradicionales, así como también aquellas que permiten una convergencia entre estas y las nuevas tecnologías, como un nuevo escenario productivo relevante en el ecosistema local. Por ello, la aplicación de este modelo y programas Diseño+Oficios para la preparación y conversión futura de sectores manufactureros –tradicionales o emergentes– en industrias creativas con productos y servicios con identidad local, se torna estratégico para un desarrollo sustentable de nuestra región.

Diseñar y aplicar modelos de activación territorial, que reformulen sistemas productivos –y su articulación con los distintos actores involucrados en estos nuevos escenarios locales– incluye repensar modelos de negocios, estrategias de capacitación y generación de capital productivo en economías colaborativas. Por ello, el uso de estrategias de diseño participativo para la implementación de soluciones compartidas entre diseñadores, creativos, productores y artesanos, puede ser un motor clave en el efectivo desarrollo de nuevos sistemas de producción, que atiendan a nuevos mercados sustentables.

El proyecto y modelo presentado en esta publicación es un breve aporte en el mar de oportunidades que vivimos hoy para el emprendimiento local en un mundo globalizado. Su interpretación y aplicación queda a disposición de todos quienes buscan una reivindicación de los saberes locales, más aún, aquellos que son esenciales para la construcción de nuestra cultura material e inmaterial.

Sea desde la vereda pública, privada, comunitaria y activista, estamos convencidos de que se puede generar un cambio en el desarrollo de nuestras regiones y ciudades en pos de un futuro local.

Agradecimientos

El equipo de SaberHacer quiere agradecer a todas las personas que han apoyado y creído en este proyecto a 3 años de haber iniciado su trabajo local.

Especialmente queremos agradecer a Paula Martínez -Directora de la Dirección de Servicios Externos-, a José Allard -Director de la Escuela de Diseño- así como también a todos los funcionarios y profesionales de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos que han aportado al desarrollo de este proyecto al interior de la Universidad.

Agradecemos a la Ilustre Municipalidad de Peñalolén, por apoyar y permitirnos desarrollar en conjunto este proyecto junto a su comunidad, en especial a la Alcaldesa Carolina Leitao, María Paz Ortega y a los profesionales del Centro Yunus que nos acompañaron y apoyaron en todo momento.

235

También agradecemos a todos los profesionales, profesores y relatores que nos colaboraron en el proceso de trabajo con el grupo de productoras. Sin su conocimiento, ganas, ideas y retroalimentación este proyecto no habría tenido los mismos resultados y proyecciones.

Agradecemos también al Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, Intendente, CORES, ejecutivos y analistas, por haber creído en la relevancia de este proyecto y el constante apoyo que tuvimos durante todo el proceso de ejecución de este.

Finalmente queremos agradecer a todas las productoras textiles que postularon y participaron del proyecto Diseño+Oficios, por su coraje, perseverancia y talento.

COLOFÓN

Portada impresa en papel craft 275 grs.

El texto de las páginas interiores fue compuesto con las fuentes Priva One, Newslab y Nutmeg.

Las páginas interiores fueron impresas en papel Bond de 90 grs. y se utilizó una encuadernación Costura Hilo + Hotmelt.

Diseño y diagramación por Jorge Navajas (jorgenavajas.com).

Se terminó de imprimir la cantidad de 1000 ejemplares, en Enero 2018.

Impreso en Ograma.

María Inés Pérez Díaz
Claudia Alvarez Obando
Alejandra Carrasco Ibañez
Claudia Caiseo Gomez
Roxana Flores Araya
Soledad Amnerys Peña Vidal
Gabriela Paz Fuentes Moya
Irma Navarrete Mora
Marta Alejandra Jara Poblete
Jacqueline de las Rosas Guerrero Vargas
Elena del Pilar Bejar Fuentes
Loreto Guerrero Garcia
Alejandra Valenzuela Nuñez
Paola Carcamo Garrido
Gloria Soto Vidal
María Luciana Quiroga
Luz Monica Vargas Espinoza
Myriam Eugenia Fuentes Sanchez
Maria Angelica Sobarzo Silva
Johanna Vergara Fuentes
Dafnia Iribarra Zuñiga
Angela Torres Flores
Jessica Caballero Quezada
Giovanna Chávez Gómez
María Eufemia González Soto
Jacqueline del Carmen Torres
Patricia Labraña Morales
Delia Inostroza Muñoz
Nelda Inostroza Muñoz
Miriam Chavalos Reyes
Marisol Hernández Gonzalez
Noemi Ester Veas Madrid
Patricia Cecilia Huenul Araneda
Silvia Manosalva Arriagada
Marisol Alejandra Caniuñir
Estefani Fuentes Hernandez
Pilar Gladys Giménez Bravo
Inés Ninfa Baeza Palacios
Paula Natalia Cárdenas Zamora
Ana María Gutierrez Arenas
Angélica Margarita Gonzalez Huerta
Brigida Andrade Torres
Olivia Antonieta Soto Salazar
Claudia Araya Duarte
María Inés Ibarra Gonzalez
Irene Bernarda Espinoza Morales
Maura Figueroa Cayún
Andrea Burgos Mora
Pamela Aravena Castillo
Gloria Gonzalez Castro
Pamela Abdala
Marisol Marilaf Peña
Margarita Castillo Carrasco
Cecilia Carmen Collifel Collilef
María Inés Pérez Díaz
Claudia Alvarez Obando
Alejandra Carrasco Ibañez
Claudia Caiseo Gomez
Roxana Flores Araya
Soledad Amnerys Peña Vidal
Gabriela Paz Fuentes Moya
Irma Navarrete Mora
Marta Alejandra Jara Poblete
Jacqueline de las Rosas Guerrero Vargas
Elena del Pilar Bejar Fuentes
Loreto Guerrero Garcia
Alejandra Valenzuela Nuñez
Paola Carcamo Garrido
Gloria Soto Vidal
María Luciana Quiroga
Luz Monica Vargas Espinoza
Myriam Eugenia Fuentes Sanchez
Maria Angelica Sobarzo Silva
Johanna Vergara Fuentes
Dafnia Iribarra Zuñiga
Angela Torres Flores
Jessica Caballero Quezada
Giovanna Chávez Gómez
María Eufemia González Soto
Jacqueline del Carmen Torres
Patricia Labraña Morales
Delia Inostroza Muñoz
Nelda Inostroza Muñoz
Miriam Chavalos Reyes
Marisol Hernández Gonzalez
Noemi Ester Veas Madrid
Patricia Cecilia Huenul Araneda
Silvia Manosalva Arriagada
Marisol Alejandra Caniuñir
Estefani Fuentes Hernandez
Pilar Gladys Giménez Bravo
Inés Ninfa Baeza Palacios
Paula Natalia Cárdenas Zamora
Ana María Gutierrez Arenas



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



Magíster
en Diseño
Avanzado
UC

Financia

Colabora



stg 
GOBIERNO REGIONAL
METROPOLITANO DE
SANTIAGO

 core
CONSEJO REGIONAL
METROPOLITANO
DE SANTIAGO


MUNICIPALIDAD
PEÑALOLÉN
CRECE PARA TODOS