

INTRODUCCIÓN

Con esta edición, dedicada a la artesanía, damos inicio al Boletín de Información Estadístico Cultural. La finalidad de esta publicación es socializar, describir y profundizar en la información que el Estado, y en particular el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, ha levantado y/o producido en distintos ámbitos de las culturas, las artes y el patrimonio.

Con objetivo de profundizar el uso de la información levantada a través de la Encuesta Nacional de Participación Cultural (ENPC) 2017, en este número nos hemos focalizado en el dominio de la Artesanía, no solo por, su preponderante rol en la construcción de identidades y desarrollos culturales diversos, su valoración y alcance territorial, sino porque además uno de los objetivos de incorporar esta pregunta en la encuesta fue para “ampliar y mejorar la comprensión del fenómeno de la participación cultural de diversos grupos de interés”

El reporte que a continuación se despliega, tiene una focalización específica en distintos atributos de la compra de artesanía en el país, en el entendido que dicha dimensión no agota las posibilidades totales del dominio ni del total de modalidades de expresión y desarrollo.

Consideraciones metodológicas referidas al documento fuente:

Las preguntas de la ENPC 2017 fueron diseñadas a partir de diversas instancias de diálogo, complementándolas con la revisión del último instrumento, aplicado el año 2012. Para esto se invitó a un número importante de agentes de cada área o dominio cultural, internos y externos a la institución.

Es importante señalar que, al momento de aplicación de la encuesta, no se entregó una definición del concepto de “artesanía”. El levantamiento se hizo permitiendo que cada encuestado respondiera según la comprensión personal del dominio en cuestión, la actividad, sus objetos y tipologías.

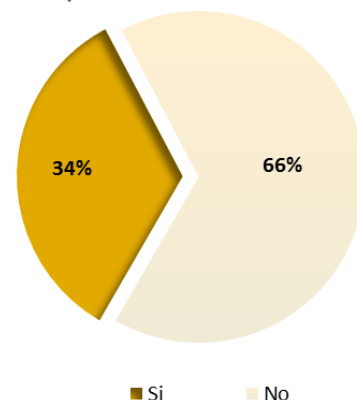
Para comprender los alcances espaciales y muestrales de esta encuesta, se sugiere consultar la Ficha Técnica al final de este boletín.

¹ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017*; pp. 97.

¿CUÁN FAMILIARIZADOS ESTAMOS CON LA COMPRA DE ARTESANÍA?

Observando los resultados de la Encuesta 2017, un tercio de la población del país mayor de 15 años indicó haber comprado algún objeto elaborado por un artesano durante los últimos 12 meses (Gráfico 1). De quienes declararon no haberlo hecho, más de la mitad declaró haberlo hecho alguna vez en su vida (Gráfico 2).

Gráfico 1: Adquisición en los últimos 12 meses



¿DÓNDE Y CUÁNDO?

En cuanto al lugar de compra del objeto elaborado por algún artesano², dos tercios de los encuestados (un 66,4% de las respuestas) adquirieron estas piezas en alguna feria artesanal, mientras que la compra directa al artesano llega apenas al 22,8%. Esto indica que la compra de objetos de artesanía se asocia preferentemente a lugares establecidos de carácter intermediario (Gráfico 3).

Gráfico 2: Adquisición en algún momento de su vida

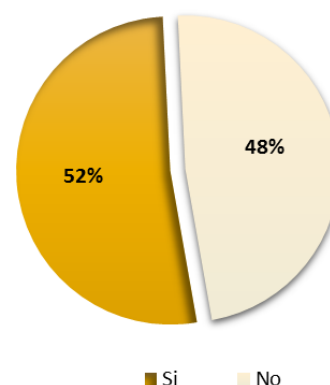
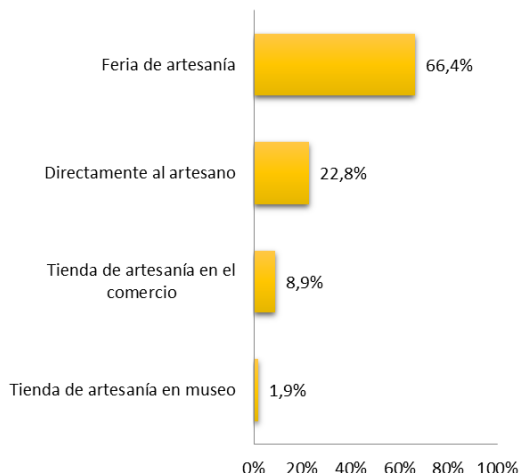


Gráfico 3: Adquisición últimos 12 meses según tipo de lugar



Así también, la estacionalidad se expresa en torno al aumento en la compra principalmente en los meses de Febrero y Septiembre (Gráfico 4). Dicho de otro modo, vacaciones de verano y mes de la chilenidad.

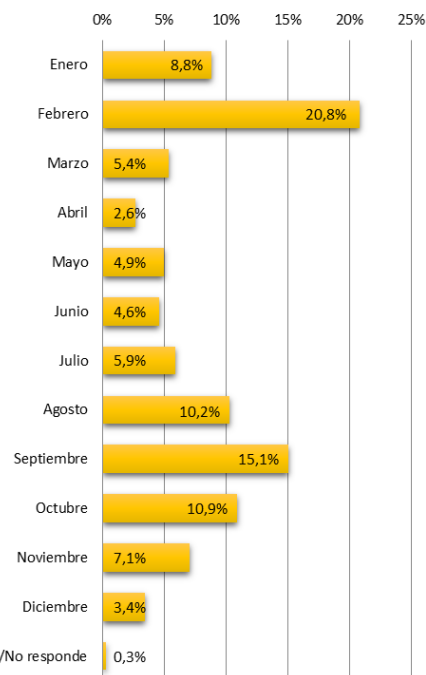
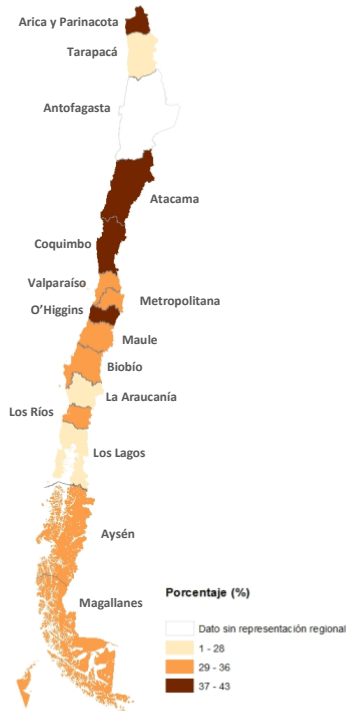


Gráfico 4: Adquisición últimos 12 meses según el mes de la adquisición

² La pregunta incluida en el cuestionario es: ¿Dónde compró ese objeto elaborado por un artesano?.

¿CÓMO SE EXPRESA REGIONALMENTE LA COMPRA DE ARTESANÍA?

Figura 1: Adquisición últimos 12 meses según región



Referido a aquel universo de encuestados (34% de la población), que señalaron haber comprado algún objeto elaborado por un artesano durante los últimos 12 meses, destacan las regiones de Arica y Parinacota, Atacama, Coquimbo y O'Higgins como aquellas cuya población ha comprado proporcionalmente más que lo que ocurre en el nivel nacional. En el otro extremo, las regiones que presentan porcentajes por debajo del 30% son las de Tarapacá, La Araucanía y Los Lagos (Figura 1).

¿DÓNDE MÁS?

En relación al lugar de compra del objeto, lo primero que resalta se refiere a los altos porcentajes de compra de artesanía dentro de la misma región de residencia del comprador. (Más del 60% de los encuestados que compraron en los últimos 12 meses, lo hicieron en su misma región). Destacan en esto, de sobremanera, las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Coquimbo y los Lagos (sobre el 82% de los compradores de artesanía lo hicieron en su misma región) (Figura 2).



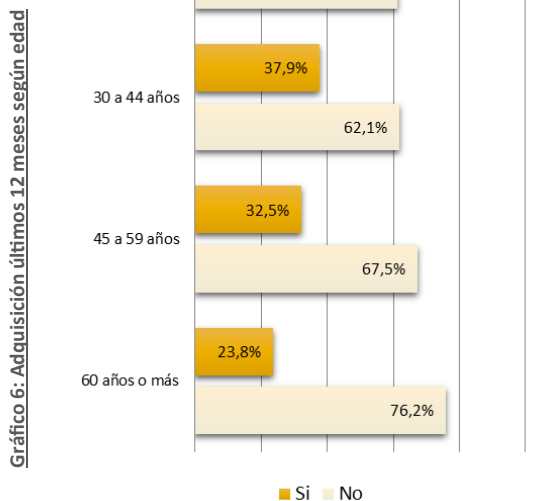
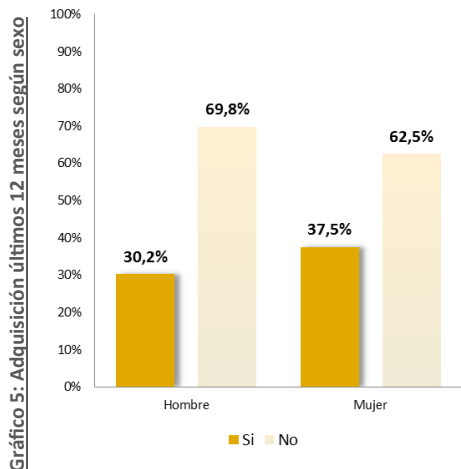
Figura 2: Compra de artesanía en su región de residencia

¿QUIÉNES Y DÓNDE?

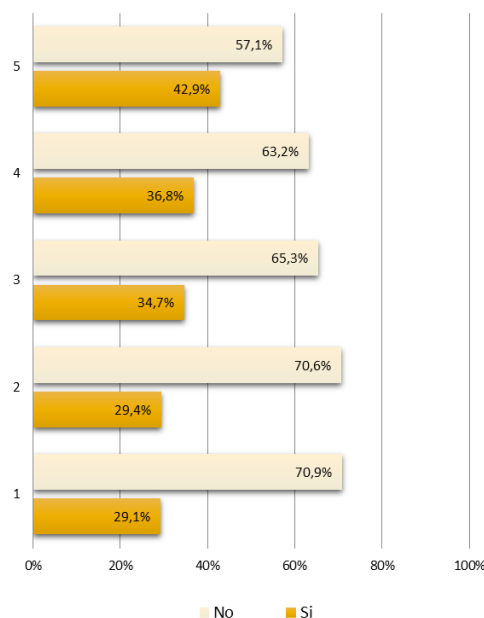
CONSTRUYENDO UN PERFIL DE LAS PERSONAS QUE COMPRAN OBJETOS

ELABORADOS POR ARTESANOS

Respecto de la compra de algún objeto de artesanía durante los últimos 12 meses, la encuesta arroja como resultado una mayor prevalencia de la práctica entre mujeres por sobre igual práctica entre hombres, con una diferencia de aproximadamente 7 puntos porcentuales (Gráfico 5).



Según tramos de edad, es significativa la similitud de respuesta afirmativa para la compra en los tres primeros tramos, estando entre el 30% y 40%. Para el tramo de población mayor a 60 años, la participación disminuye a cifras por bajo el 24%. Destaca en especial el tramo de 15 a 29 años, quienes alcanzan el 38,7% de adquisiciones (Gráfico 6).



Observando la adquisición de algún objeto comprado a algún artesano según quintil de ingresos, resulta evidente la relación que existe entre respuestas afirmativas y la posición que las personas encuestadas ocupan en esta clasificación por ingreso³. La diferencia en el porcentaje de compra de artesanía entre el primer y quinto quintil es de 14 puntos porcentuales (Gráfico 7).

¿Cuánto pagó por ese objeto esa vez?

En promedio se pagó \$11.835 por el último objeto de artesanía adquirido.

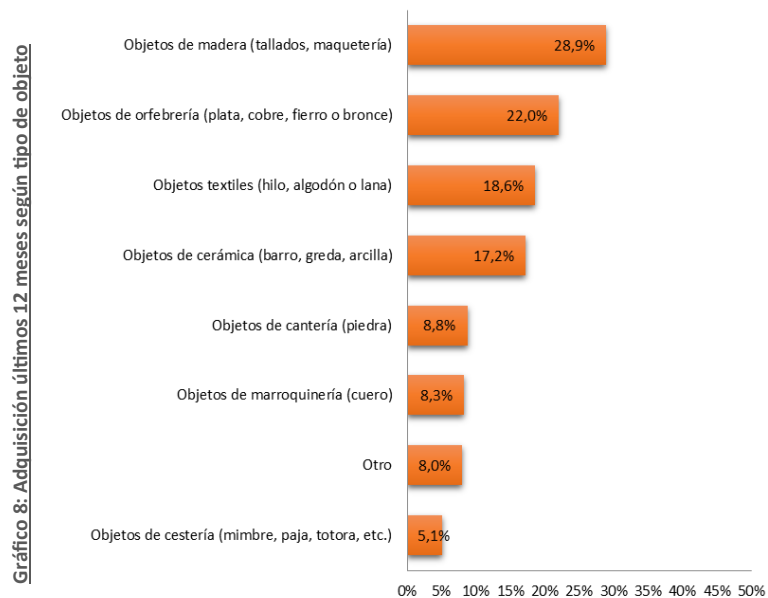
El punto medio de la distribución de precios (mediana) es \$5.000.

El pago más frecuente por un objeto de artesanía es \$2.000.

El 80% pagó \$15.000 o menos por un objeto de artesanía.

³ Primer quintil equivale al grupo socioeconómico por hogar más bajo, y el quinto quintil, al más alto.

¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE OBJETOS ARTESANALES QUE SUELEN COMPRARSE?



Atendiendo a las materialidades y producciones, las preferencias expresadas al momento de haber realizado una compra en los últimos 12 de meses, señalan (en orden de predominancia), las opciones por producciones en madera (28,9%), orfebrería (22,0%), textilera y cerámica (con 18,6% y 17,2% respectivamente). La cantería, marroquinería y cestería representan, para una lectura nacional -y no necesariamente local- valoraciones menores (Gráfico 8).

FICHA TÉCNICA ENCUESTA NACIONAL DE PARTICIPACIÓN CULTURAL 2017

| | |
|--|---|
| Organismo responsable | Consejo Nacional de la Cultura y las Artes |
| Organismos ejecutores | <ul style="list-style-type: none">- Instituto Nacional de Estadísticas, INE (diseño muestral, elaboración de factores de expansión y cálculo de variable de estratificación socioeconómica).- Centro UC de Encuestas y Estudios Longitudinales, Pontificia Universidad Católica de Chile (ajuste cuestionario, trabajo de campo y procesamiento de los datos). |
| Población objetivo | Población residente en Chile de 15 años y más. |
| Cobertura | La cobertura geográfica considera a toda la población que reside en localidades de centros urbanos de 10.000 habitantes o más dentro del país, excluyendo zonas rurales y de difícil acceso (definidas según censo 2002 más Chaitén). |
| Estratificación | Regional (15 estratos + Provincia de Ñuble). |
| Cuestionario | Estandarizado |
| Marco muestral | Marco muestral de manzanas 2015. Las unidades de primera etapa seleccionadas fueron sometidas a un proceso de empadronamiento de viviendas y actualización de cartografía. |
| Número de comunas incluidas en el marco muestral | 135 (cuya población urbana es igual o superior a 10.000 habitantes). |
| Diseño de la muestra | Probabilístico, estratificado trietápico, con igual probabilidad de selección de las unidades de primera etapa (manzanas) dentro de cada región y según grupo de tamaño y de las unidades de segunda etapa (viviendas) dentro de cada manzana seleccionada. Selección aleatoria de personas en las viviendas para la tercera etapa. |
| % Cobertura población objetivo | 89,7% |
| Error absoluto | <ul style="list-style-type: none">- RM: ±3,5%- Valparaíso-Biobío: ±4%- Otras regiones: ±5% |
| DEFF | <ul style="list-style-type: none">- ENUSC 2013- CASEN 2015- ECL 2014 |
| Número de viviendas objetivo | 13.140 |
| Número de viviendas logradas | 12.151 |

