

Kulturaren Euskal Kontseilua - Consejo Vasco de Cultura
KULTURAREN EUSKAL PLANA - PLAN VASCO DE CULTURA
Ikerketak - Estudios

Estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco

Estudio realizado para el Consejo Vasco de la
Cultura por Ikertalde

Noviembre de 2005



Estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco

INFORME DE RESULTADOS



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA

Fikertalde

ÍNDICE	Pág.
0.- PRESENTACIÓN	7
PARTE I: ENCUADRE GENERAL DE LA ACTIVIDAD ARTESANA 9	
1.- EL SECTOR ARTESANO: ACOTACIONES Y CONTEXTUALIZACIÓN	10
1.1.- ENTRE LA INDUSTRIA Y EL ARTE: UN MEDIO DE VIDA	10
1.2.- UNA ACTIVIDAD DE AYER EN UNA NUEVA SOCIEDAD: CULTURA POPULAR	11
1.3.- TRANSVERSALIDAD SECTORIAL Y ANCLAJE AL TERRITORIO COMO SEÑA DE IDENTIDAD	13
2.- MARCO LEGAL DE LA ARTESANÍA	15
2.1.- PANORAMA REGULADOR ESTATAL	15
2.2.- LA REGULACIÓN EN LA CAPV: UN RETRATO HETEROGÉNEO	21
2.2.1.- Territorio Histórico de Araba	21
2.2.2.- Territorio Histórico de Bizkaia	24
2.2.3.- Territorio Histórico de Gipuzkoa	26
2.2.4.- Constatando la diversidad	28
PARTE II: EL PERFIL EMPRESARIAL DEL SECTOR 31	
3.- EL SECTOR EN CIFRAS: LAS EMPRESAS Y LOS EMPLEOS ARTESANOS	32
3.1.- EL TEJIDO EMPRESARIAL ARTESANO: PANORÁMICA GENERAL	34
3.2.- EL PERFIL DEL ARTESANO	40
3.3.- EL EMPLEO ASALARIADO ARTESANAL	44
3.4.- PRODUCTOS: DIVERSIDAD E INNOVACIÓN	47
3.5.- EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES	50
3.6.- COMERCIALIZACIÓN	55
3.7.- EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE GESTIÓN	62
3.8.- RECICLAJE PROFESIONAL: NECESIDADES DE FORMACIÓN	65
3.9.- INDICADORES DE FUTURO	67
3.10.- ASOCIACIONISMO	70

4. - RASGOS BÁSICOS DEL RETRATO COMPETITIVO	74
4.1.- EL CONDICIONANTE "EMOCIONAL"	74
4.2.- "ARTETIPOS": APROXIMACIÓN A UNA CLASIFICACIÓN EMPRESARIAL	76
4.3.- LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA ARTESANA	78
4.3.1.- Organización Interna	78
4.3.2.- Producto y Diseño	78
4.3.3.- Características de los Establecimientos	80
4.3.4.- La Comercialización	81
4.3.5.- La Competencia	83
4.3.6.- La Situación Económica	84

PARTE III: SÍNTESIS DIAGNÓSTICA Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN **86**

5.- DIAGNÓSTICO DAFO	87
6.- FACTORES DE ORIENTACIÓN PARA EL FUTURO	93
6.1.- EL CONTEXTO SOCIAL DE LA ARTESANÍA: ANTE UN NUEVO CAMPO DE JUEGO	93
6.2.- EL BINOMIO EMPRESA-MERCADO COMO EXIGENCIA	94
6.3.- ARTESANÍA Y TERRITORIO: UN MATRIMONIO A VALORIZAR	95
6.4.- OFERTA FORMATIVA Y EMPRESA ARTESANA: TENDIENDO PUENTES	96
7.- BASES PARA UN PLAN DE ACTUACIÓN	97
7.1.- HACIA UN FORO INTERINSTITUCIONAL DE LA ARTESANÍA	97
7.1.1.- Mesa de la Artesanía: Agenda de reflexión para el cambio	99
7.1.2.- Comité Dinamizador –Factoría del Proyectos	104

APENDICE:

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS PARA UNA OBSERVACIÓN PERMANENTE DEL SECTOR + CUESTIONARIO DE ACERCAMIENTO AL SECTOR UTILIZADO

ÍNDICE DE CUADROS
Pág.
PARTE I: ENCUADRE GENERAL DE LA ACTIVIDAD ARTESANA

Cuadro 1	
Aspectos Incluidos de Forma Expresa en las Definiciones de Actividad Artesana de las CCAA	18
Cuadro 2	
Tipos de Actividad Específicamente Consideradas como Actividad Artesana en la Reglamentación de las CCAA	18
Cuadro 3	
Tamaño de la Empresa Requerido para ser Reconocida como Empresa Artesana	19
Cuadro 4	
Otras Condiciones Requeridas para el Reconocimiento de la Actividad Artesana en la Reglamentación de las CCAA	19
Cuadro 5	
Normativa de las Comunidades Autónomas	20

PARTE II: EL PERFIL EMPRESARIAL DEL SECTOR

Cuadro 1	
Estructura de las Empresas y Empleos del Sector Artesanal por Tamaño y Actividad (c.a. y %v.)	35
Cuadro 2	
Estructura de las Empresas y Empleos del Sector Artesanal por Tamaño y Territorio (c.a. y %v.)	36
Cuadro 3	
Estructura de las Empresas del Sector Artesanal por Territorio Histórico (c.a.)	37
Cuadro 4	
Forma jurídica de las empresas artesanas según actividad (%v.)	38
Cuadro 5	
Forma jurídica de las empresas artesanas según Territorio (%v.)	39
Cuadro 6	
Características de los Titulares de las empresas artesanales según actividad.	42
Cuadro 7	
Características de los Titulares de las empresas artesanales según Territorio.	43

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

Cuadro 8	
Características del empleo asalariado según sector de actividad, tipo de jornada, relación laboral y sexo (c.a. y %v.) _____	45
Cuadro 9	
Características del empleo asalariado según Territorio, tipo de jornada, relación laboral y sexo (c.a. y %v.) _____	46
Cuadro 10	
Características de los objetos realizados según sector de actividad, nº de líneas de productos elaborados e innovaciones (%v.) _____	49
Cuadro 11	
Características de los objetos realizados según territorio, nº de líneas de productos elaborados e innovaciones (%v.) _____	49
Cuadro 12	
Establecimientos según Sector y disponibilidad de Taller y Sala de Ventas (%h) y dimensión media. __	51
Cuadro 13	
Establecimientos según Territorio y disponibilidad de Taller y Sala de Ventas (%h) y dimensión media.	51
Cuadro 14	
Características del equipamiento productivo necesidad de renovación, dimensión y estado de las instalaciones, nivel de satisfacción y planteamiento de traslado según sector de actividad (%v.) _____	53
Cuadro 15	
Características del equipamiento productivo necesidad de renovación, dimensión y estado de las instalaciones, nivel de satisfacción y planteamiento de traslado según territorio (%v.) _____	54
Cuadro 16	
Canales de comercialización utilizados y su importancia en las empresas artesanas en función del sector de actividad (%v.) _____	57
Cuadro 17	
Canales de comercialización utilizados y su importancia en las empresas artesanas en función del Territorio (%v.) _____	58
Cuadro 18	
Utilización de herramientas comerciales, actividades publicitarias según sector de actividad (%v.) ____	60
Cuadro 19	
Utilización de herramientas comerciales, actividades publicitarias según Territorio (%v.) _____	61

ÍNDICE DE CUADROS
Pág.

Cuadro 20	
Posesión y utilización del ordenador y usos que se da dentro de las empresas según sector de actividad (%v.) _____	63
Cuadro 21	
Posesión y utilización del ordenador y usos que se da dentro de las empresas según territorio (%v.) ____	64
Cuadro 22	
Porcentaje de empresas asistentes a cursos de reciclaje profesional y ámbitos en los cuales consideran tener necesidades de formación (%v.) _____	66
Cuadro 23	
Porcentaje de empresas asistentes a cursos de reciclaje profesional y ámbitos en los cuales consideran tener necesidades de formación (%v.) _____	66
Cuadro 24	
Previsión de continuidad, sucesión y abandono y, en el caso de no abandonar, perspectivas empresariales según actividad (%v.) _____	68
Cuadro 25	
Previsión de continuidad, sucesión y abandono y, en el caso de no abandonar, perspectivas empresariales según territorio (%v.) _____	69
Cuadro 26	
Pertenencia a Asociaciones profesionales, ámbito territorial de la asociación, importancia en participar en agrupaciones sectoriales y, para las que no pertenecen a ninguna asociación, motivo y si estarían interesado en recibir información para contactar con otros artesanos, según actividad (%v.) _____	72
Cuadro 27	
Pertenencia a Asociaciones profesionales, ámbito territorial de la asociación, importancia en participar en agrupaciones sectoriales y, para las que no pertenecen a ninguna asociación, motivo y si estarían interesado en recibir información para contactar con otros artesanos, según Territorio (%v.) _____	73

0.- PRESENTACIÓN

El Informe de Resultados del Estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco, proyecto promovido por el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco y desarrollado por IKERTALDE Grupo Consultor, se estructura en tres partes o bloques informativos diferenciados:

- El primero de ellos Encuadre General de la Actividad Artesana, profundiza inicialmente en el concepto de artesanía en tanto que sector de actividad económica a caballo entre la dimensión cultural y productiva; y elemento de arraigo al territorio. A partir de las acotaciones introducidas y el enfoque propuesto, desarrolla el panorama regulador del sector en el conjunto del estado; centrando la mirada en el caso del País Vasco.
- El segundo, -Perfil Empresarial del Sector- sitúa las grandes cifras del mismo y caracteriza, a través de diferentes indicadores, sus empresas y sus empleos. A partir del contexto sectorial así dibujado, profundiza en su retrato competitivo microempresarial pasando revista a diferentes aspectos de su cadena de valor –de la organización y la gestión a la instalaciones productivas pasando por el diseño y la comercialización.
- El tercer y último bloque queda dedicado a la presentación del diagnóstico de síntesis y el establecimiento de las bases –propuestas- para un plan de actuación a futuro.

Metodológicamente, el conjunto de consideraciones e informaciones que se exponen son fruto de tres líneas de trabajo complementarias:

- Las entrevistas con distintos interlocutores institucionales e informantes clave del sector:

- El desarrollo de una encuesta a 277 artesanos que ha recogido informaciones diversas sobre sus perfiles personales, profesionales y empresariales.. Esta línea de trabajo se ha plasmado, adicionalmente, en un Repertorio de Artesanos –Anexo 2- que incluye 277 fichas informativas; y una aplicación informática para su explotación y tratamiento -Anexo 3: Manual del usuario-.
- El desarrollo de entrevistas en profundidad –Análisis de Casos- a 21 artesanos considerados de especial interés atendiendo a distintos criterios de actividad, proyección, itinerario profesional etc. Las mismas han dado lugar a un volumen específico: Anexo 1: Análisis de Casos-

Cabe señalar por último que, a modo de síntesis de aspectos clave, se ha elaborado un Resumen Ejecutivo, que recoge en formato de presentación los rasgos más relevantes del presente informe.

PARTE I:
ENCUADRE GENERAL DE LA ACTIVIDAD ARTESANA

1.- EL SECTOR ARTESANO: ACOTACIONES Y CONTEXTUALIZACIÓN

Uno de los debates recurrentes que se manifiesta al abordar el estudio de la artesanía es el que tiene que ver con la definición y delimitación de lo que se considera actividad artesana; tanto en lo que se refiere a su naturaleza y características como a las diferencias que presenta con respecto a otras actividades económicas.

Al respecto, aunque sin ánimo de alimentar el citado debate ni pretender fijar posición al respecto, sí que parece oportuno dotarse de unas reflexiones previas que sitúen y justifiquen la orientación y enfoque adoptado al abordar el estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco.

1.1.- ENTRE LA INDUSTRIA Y EL ARTE: UN MEDIO DE VIDA

La actividad artesana aún características que la hacen fluctuar entre su condición de actividad económica productiva –industria artesana- y su aproximación al concepto de arte desde el punto de vista del resultado de la actividad artesana, teniendo en cuenta que los productos resultantes son de factura individualizada y de características totalmente distintas de la producción mecanizada o en serie.

Artesano es, en este sentido, aquel que mediante sus manos y el trabajo diario, permite transformar objetos sin utilidad significativa o materias informes en instrumentos útiles o funcionales, y/o en formas de contemplación hermosas o de carácter simbólico.

Se puede afirmar, por tanto, que la artesanía se encuentra a caballo entre la producción natural y la actividad industrial, marcando distancias respecto a otras actividades económicas debido a la intervención personalizada del artesano en la elaboración productiva. Dicha intervención directa, manual en muchas ocasiones y apoyada en máquinas o instrumentos en otras, es el elemento básico que confiere tanto a la actividad como al producto resultante el carácter de artesano.

Junto a este hecho básico, en el planteamiento descrito aparece un segundo elemento, de carácter complementario, que alude a la cotidianeidad de la actividad en sentido de oficio. Este segundo elemento es el que le otorga valor económico y le acerca a su catalogación como “sector de actividad económica”, en tanto que “medio de vida”. En efecto, la intervención directa del artesano, la que imprime ese carácter al producto y a la actividad desarrollada es igualmente propia a otras formas de creación o producción. Formas de creación motivadas exclusivamente por criterios de carácter etnológico, folklórico y/o popular o, sin más pretensiones, por el del “gusto por”, llámese hobby o afición.

Ambos elementos –intervención individualizada y sentido económico de oficio en tanto que medio de vida- marcan el enfoque y planteamiento desde el que se ha planteado y trabajado el estudio.

1.2.- UNA ACTIVIDAD DE AYER EN UNA NUEVA SOCIEDAD: CULTURA POPULAR

La artesanía, especialmente la denominada como “tradicional”, se identifica habitualmente como un componente esencial del patrimonio histórico y cultural de un país, en tanto que engarza directa e íntimamente con el concepto de cultura popular

Este hecho encuentra su justificación desde una doble perspectiva complementaria:

- Por un lado, desde su vinculación con los medios de vida tradicionales y propios del sector primario de la economía, tales como la agricultura, la ganadería y la pesca. En estas actividades, que durante siglos han constituido las formas esenciales del trabajo humano, ha sido básica la aportación del artesano. Y las propias expresiones de “pesca artesanal”, “explotación agraria artesanal” etc ilustran suficientemente este engarce.

- ▶ Por otro, y en sentido contrario, es en el marco del proceso de globalización económica y homogeneización cultural –civilización- que se va extendiendo en las diferentes sociedades donde la artesanía encuentra uno de sus puntos de referencia. Es como forma de respuesta a ese proceso homogeneizador, cómo se está produciendo un interés creciente por retomar la búsqueda de las raíces populares y comunitarias, y un auge de modelos culturales alternativos que reivindican su espacio diferenciado.

Desde esa perspectiva es la fuerte imbricación con las tradiciones populares – y desde ella la individualidad del producto o servicio artesanal y su diferenciación de las producciones en masa- la que dota a la actividad artesana de atractivo.

Esta “identificación” de cultura popular y artesanía se corresponde, sin embargo, con una visión estática. Si se pretende superar esta mirada, la cuestión no se plantearía tanto como que la artesanía “es” cultura popular sino que “hace” cultura popular.

En efecto, la actividad artesana no tiene por qué limitarse al ámbito de las actividades económicas tradicionales, en tanto que aplicación de los medios y métodos que se han venido utilizado durante siglos. Esta visión nostálgica no debe ocultar las nuevas concepciones de lo que es y constituye actividad artesana. El artesano no solamente construye y crea con sus manos o mediante utensilios y herramientas tradicionales, sino que –como ocurre en el resto de actividades económicas- se ha visto obligado a modificar sus pautas y modos de producción. Así, la artesanía también ha visto como se incorporaban diferentes tecnologías, como se transformaban instrumentos de trabajo, y como se innovaban los productos de acuerdo a los usos, los gustos y los valores simbólicos más actuales.

De esta forma, la artesanía es una actividad que contribuye a construir la cultura popular desde la sociedad actual. Una actividad que, desde su condición de actividad económica, conecta el pasado con el futuro, y requiere de su modernización y desarrollo, adaptando sus estructuras a la nueva realidad.

1.3.- TRANSVERSALIDAD SECTORIAL Y ANCLAJE AL TERRITORIO COMO SEÑA DE IDENTIDAD

De la forja a la madera, de la piedra a las fibras vegetales, del cuero a la cerámica, de la joyería al vidrio..., la artesanía encuentra en la diversidad la expresión de su riqueza.

Su importancia como actividad económica generadora de valor, rentas y empleo no se asocia a su existencia individual y separada de otras industrias; sino en colaboración y parentesco con ellas; bien de forma complementaria o paralela a su oferta desde su factor diferencial, bien aportándoles valor añadido en su cadena productiva.

Así, se debe entender la actividad artesana como una actividad horizontal, transversal a otras actividades industriales. Dicha vinculación está sujeta a condiciones determinadas ligadas a la dimensión de la unidad productiva artesana, al tipo de producción o servicio artesano –final o intermedio-, y en este último caso, a las propias características de la cadena productiva de la explotación industrial o de servicios a la que va destinado el producto artesano.

Esta transversalidad sectorial, no se limita, sin embargo, a una lectura industrial o de producto. Su horizontalidad se vincula a otro tipo de actividades. De entre ellas, y al margen de las conexiones ya apuntadas anteriormente con otras actividades económicas como la cultura y el arte, merecen ser destacados determinados aspectos relacionados con el sector primario y con el turismo.

Para las actividades primarias –agrícolas y ganaderas- la actividad artesana supone un complemento bien sea porque se realizan todavía de forma manual o porque colabora en la generación de rentas suplementarias a las producciones del sector.

En lo que hace turismo, este sector está incorporando progresivamente la artesanía como un atractivo añadido. Se genera así lo que en términos de mercadotecnia se denomina un “nicho” de mercado turístico para determinadas actividades artesanas; particularmente las asociadas al turismo cultural, rural o al etnológico.

Este último aspecto, supone además un elemento ilustrativo del especial engarce de la actividad artesana con el territorio. En efecto, los talleres artesanos identifican en muchos casos su actividad y producto –artesanía tradicional en particular- con la tradición local. En otros, las actividades artesanas son de carácter más genérico y carecen de una vinculación geográfica tan acusada, pero por sus características específicas conectan con la cadena productiva de otras empresas regionales. Finalmente aparecen los casos en los que las actividades artesanas simplemente representan un atractivo más para el visitante de la zona.

Por todo ello se hace necesario contemplar la artesanía desde una perspectiva horizontal y compleja, relacionada al mismo tiempo con sectores económicos tanto tradicionales como más actuales e innovadores; y vinculada al territorio y su atractivo; con el que establece sinergias y genera valor desde una perspectiva de desarrollo económico.

2.- MARCO LEGAL DE LA ARTESANÍA

2.1.- PANORAMA REGULADOR ESTATAL

La Artesanía queda jurídicamente categorizada en tanto que sector de actividad económica en la constitución de 1978, que en su artículo 130.1 señala: *“los poderes públicos atenderán a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular, de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía a fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles.”*¹

Posteriormente, el Real Decreto 1520/1982, de 18 de junio, definió la artesanía como *“la actividad de producción, transformación y reparación de bienes o prestación de servicios realizada mediante un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, obteniéndose un resultado final individualizado que no se acomoda a la producción industrial, totalmente mecanizada en grandes series”*².

Este Real Decreto clasificó las actividades susceptibles de consideración artesana en tres categorías:

- a) Artesanía artística
- b) Artesanía productora de bienes de consumo y complementaria de la industria y la agricultura
- c) Artesanía de servicios

Y caracterizó la actividad artesana sobre tres rasgos fundamentales, que se han mantenido básicamente más allá de los procesos de transferencias competenciales a las CCAA que se han producido. Los tres citados rasgos fueron los siguientes:

- Actividad económica de producción, transformación y reparación de bienes y prestación de servicios

¹ La interpretación de dicho artículo ha dado lugar a numerosas controversias y a encendidos debates sobre el espíritu y la eficacia jurídica del mismo, propiciando incluso la creación de una “Plataforma 130.1” Dicha plataforma reivindica la necesidad de dotar a la artesanía de un texto, con rango de Ley y de carácter general, de cara a la Ordenación, Regulación y Fomento de la Artesanía en el estado sobre la base del mencionado artículo constitucional, con el fin de desarrollar la actividad artesana como sector económico específico, sin perjuicio del desarrollo normativo que se lleve a cabo en las distintas Comunidades Autónomas en materia de las competencias transferidas a éstas.

² Real Decreto 1520/1982, de 18 de junio, (rectificado), sobre ordenación y regulación de la artesanía, Artículo primero.

- Proceso predominantemente manual y/o personal
- Resultado final individualizado, no susceptible de producirse industrialmente en serie

En efecto el desarrollo del artículo 148 de la Constitución española abre a las Comunidades Autónomas la asunción de competencias en agricultura y ganadería, en montes y aprovechamientos forestales, pesca y aguas interiores, marisqueo y acuicultura, así como en artesanía (art. 148.1.14). En esta misma línea, el Tribunal Constitucional adoptó un planteamiento expansivo a favor del nivel competencial autonómico en lo que se refiere a las materias indicadas.

De esta forma, y mediante las sucesivas Leyes de Ordenación, Protección y Promoción de la Artesanía que han ido promulgando las diferentes Comunidades Autónomas (Ver cuadro resumen de referencias normativas por CCAA), se ha configurado el marco regulador de este campo en el conjunto del estado, al tiempo que se seguían las recomendaciones dictadas por la Unión Europea en relación con la pequeña y mediana empresa. Recomendaciones dirigidas a mantener a la actividad artesana en el mercado mediante las ayudas apropiadas que permitan su adaptación a las nuevas exigencias productivas y concurrenciales.

En el caso de la CAPV las competencias están a su vez transferidas a las Diputaciones Forales de Araba, Gipuzkoa y Bizkaia, por lo que son dichas administraciones de los Territorios Históricos las que han regulado en relación con la artesanía.

Básicamente, el texto dispositivo de las Leyes dictadas por las diferentes Comunidades Autónomas se estructura de forma semejante en cuatro bloques o capítulos que tienen orientativamente los siguientes contenidos:

- Capítulo I
 - Objeto y ámbito de aplicación de la Ley
 - Definición del concepto de artesanía
 - Aprobación del Repertorio de Actividades y Oficios Artesanos
- Capítulo II (de ordenación del sector)
 - Regulación de la condición de artesano y de empresa artesana
 - Registro de Actividades Artesanas
 - Creación del Carnet de Artesano de la Comunidad y de la Carta de Empresa Artesana para la obtención del reconocimiento de dicha condición por la Comunidad y el acceso a los beneficios y ayudas estén reguladas y previstas
 - Regulación del Registro de Asociaciones Artesanas
- Capítulo III
 - Regulación del régimen de promoción del sector
 - Regulación del distintivo de carácter artesanal de la Comunidad
- Capítulo IV
 - Composición y funciones del Consejo para la Promoción de la Artesanía, como órgano de representación del sector y asesor de la Comunidad en esta materia

Con respecto a las principales diferencias entre las regulaciones de la actividad artesana llevadas a cabo en las distintas Comunidades Autónomas, éstas se refieren básicamente a la propia definición de la actividad; los tipos de actividad artesana considerados; y el tamaño de la empresa artesana.

- **Aspectos que se incluyen en la definición de actividad artesana:** algunas CC.AA. incluyen explícitamente la creación de bienes en la propia definición de artesanía, otras puntualizan que la reparación será considerada como actividad artística solamente cuando se refiera a los bienes artísticos, mientras que en algunos casos se excluye expresamente de la definición a los productos alimentarios. En el caso concreto de Araba definición de artesanía es la única que excluye la artesanía de bienes de consumo y complementaria de la industria y la agricultura, así como la artesanía de servicios, si bien sobre el particular de la regulación en la CAPV se aborda de forma específica en el apartado siguiente.

Cuadro 1
Aspectos Incluidos de Forma Expresa en las Definiciones de Actividad Artesana de las CCAA

	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LAMANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	C. DE MADRID	MURCIA	NAVARRA	LA RIOJA	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
Creación de Bienes		X		X		X				X	X	X	X	X		X		X	
Bienes Artísticos		X			X	X			X			X	X			X			X
No alimentarios			X		X				X				X						X

- **Tipos de actividad específicamente consideradas como artesana:** en la mayoría de Comunidades Autónomas se añade el término artesanía de “creación” a la artesanía artística, mientras que en algunas de ellas se incorpora otro apartado con la artesanía de carácter “tradicional” o popular. Además, en tres CC.AA. se hace hincapié en que la artesanía productora de bienes de consumo no puede incluir los bienes “alimentarios”.

Cuadro 2
Tipos de Actividad Específicamente Consideradas como Actividad Artesana en la Reglamentación de las CCAA

	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LAMANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	C. DE MADRID	MURCIA	NAVARRA	LA RIOJA	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
Artes. de Creación		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X				X	X	X	
Artesanía Popular		X	X	X		X						X				X	X	X	
No alimentarios			X		X				X										

- **Tamaño de la empresa artesana:** en cuanto a la definición de empresa, industria o taller artesanos, se considera unidad artesana a toda unidad económica –incluido el artesanado individual- que, realizando una actividad que figure en el Repertorio de Oficios Artesanos, desarrolle una actividad de carácter preferentemente “manual” o cuando menos individualizada, sin que pierda tal carácter por el empleo de utillaje y maquinaria auxiliar.

En algunos casos dicha consideración se aplica solamente en aquellas unidades productivas en las que el número de trabajadores “no familiares” empleados con carácter “permanente” no exceda de 10, excepción hecha de los aprendices alumnos, mientras que en otras no se plantea un número límite de trabajadores.; si bien se establecen fórmulas para superarlos, siempre y cuando se cumplan el resto de condiciones y se cuente con el visto bueno de la Comisión de Artesanía correspondiente. Únicamente en dos casos (Aragón y Cantabria) no se puede ampliar el número de 10 empleados en ninguna circunstancia.

Cuadro 3
Tamaño de la Empresa Requerido para ser Reconocida como Empresa Artesana

	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LAMANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	C. DE NADRUJ	MURCIA	NAVARRA	LA RIOJA	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
Menos de 10 empleados	X	X	X		X	X		X	X			X			X	X		X	X
Sin ampliación posible		X				X													

- **Otras condiciones relativas a la actividad desarrollada:** a las condiciones anteriormente descritas hay que añadir otros requisitos establecidos en determinadas CC.AA., como son el que la actividad realizada debe estar recogida en el Repertorio de Oficios Artesanos, que la actividad desarrollada no lo puede ser de forma ocasional ni complementaria, o que se exija la condición de maestro artesano del titular o responsable del taller. En este último caso, dicha condición de maestro artesano se reconoce a través de la Comisión de Artesanía y se acredita mediante una carta o carnet de maestro artesano.

Cuadro 4
Otras Condiciones Requeridas para el Reconocimiento de la Actividad Artesana en la Reglamentación de las CCAA

	ANDALUCÍA	ARAGÓN	ASTURIAS	BALEARES	CANARIAS	CANTABRIA	CASTILLA LAMANCHA	CASTILLA Y LEÓN	CATALUÑA	COMUNIDAD VALENCIANA	EXTREMADURA	GALICIA	C. DE NADRUJ	MURCIA	NAVARRA	LA RIOJA	Araba	Gipuzkoa	Bizkaia
Repertorio Oficios			X		X	X	X		X	X		X	X		X			X	
No ocasional/compl.			X				X	X	X	X	X		X	X		X			X
Maestro artesano		X		X	X	X	X		X	X		X	X			X			X

Cuadro 5
Normativa de las Comunidades Autónomas

Comunidades Autónomas	LEY	DECRETO	Calificación artesanal	Comisión de Artesanía	Carta de Maestro Artesano	Registro de Actividades Artesanas	Repertorio de Actividades Artesanas
Andalucía		1520/82, de 18/06		D 175/89, de 18/7			O 22/07/68
Aragón	1/89, de 24/02		O 06/07/90	D 169/97, de 7/10		O 09/07/90	O 21/04/99
Asturias		88/94, de 05/12					
Balears	4/85, de 03/05		O 13/03/86	D 68/85, de 01/08	O 12/12/85 O 22/01/88	O 13/03/86	O 09/12/85
Canarias		599/85, de 20/12 150/94, de 21/07 ³			O 21/05/99		O 04/10/99
Cantabria	7/98, de 05/96						
Castilla-La Mancha		82/86, de 29/07	O 28/05/87	O 11/09/86	O 22/03/87 O 14/04/97		O 14/04/97 O 23/05/00
Castilla y León		42/89, de 30/03		O 10/09/90			O 24/11/89
Cataluña		D 252/00, de 24/07			O 25/07/00		
C. Valenciana	1/84, de 18/03			D 83/84, de 30/07			O 04/06/85
Extremadura	3/94, de 26/05		O 18/12/94	O 05/02/93	D 149/94 de 27/12		O 04/02/93
Galicia	1/92, de 11/03			D 94/92, de 11/04		O 09/07/93 D 145/93, de 24/06	O 12/07/93 O 05/05/97
Madrid	21/98, de 30/11					O 427/96 de 08/97	Anexo a la ley
Murcia	11/88, de 30/11	D 20/98, 23/04 ⁴			O 14/01/99	O 01/02/99	O 15/12/98
Navarra		188/88, de 17/06					Anexo al decreto
País Vasco							
Araba			OF 445/99 02/08	DF 65/200		OF 95/2002	OF 95/2002
Guipúzcoa		75/96, de 10/11			D 80/97 de 25/11	D 79/97 de 25/11	OF 213/97
Vizcaya						D 37/88 de 30/03 O 894/90 de 04/05	Anexo al D 37/88
Rioja (La)	2/94, de 24/05			D 52/98, de 28/08			

³ Traspaso a Cabildos

⁴ Ampliación de la ley

2.2.- LA REGULACIÓN EN LA CAPV: UN RETRATO HETEROGÉNEO

La Ley nº 27/83, de noviembre, de Relaciones entre las Instituciones Comunes de la Comunidad Autónoma y los Órganos Forales de sus Territorios Históricos, confiere en su artículo 7, apartado 12, a los Territorios Históricos la competencia exclusiva en materia de artesanía.

En ese contexto las Diputaciones de los tres Territorios Históricos elaboraron y promulgaron distintas normativas con el fin de establecer el marco regulador necesario para la ordenación y desarrollo de las empresas artesanas, y con ello procurar unas mejores condiciones de rentabilidad, gestión y productividad.

En la práctica, los itinerarios seguidos y la situación positiva alcanzada en los tres territorios es diversa; y la heterogeneidad de situaciones descrita en el epígrafe previo en el panorama estatal se reproduce e incluso recrudece en el caso de la CAPV

2.2.1.- Territorio Histórico de Araba

La Administración Foral elaboró la Orden Foral 445/99, de 12 de julio, con el fin de regular la artesanía en su vertiente cultural. En ella definió los conceptos de artesanía, sus tipos, artesano y empresa artesana etc.. A través del Decreto Foral 65/2000 creó posteriormente el Consejo de Artesanía; promulgándose finalmente la Orden Foral 95/2002 de regulación de Artesano/a, la empresa artesana, el Registro General de Artesanía y el Repertorio de Artesanía de Araba.

Además la Diputación Foral de Araba establece todos los años las convocatorias de los Planes de Ayuda en el sector artesano de cada año. Las mismas se plantean bajo la fórmula de ayuda general y similar a todos los artesanos inscritos en el Registro, que la soliciten.

Concepto de Artesanía:

Define la artesanía, en su vertiente cultural, como la actividad dirigida a la obtención de un bien o producto, individualizado y no seriado, en cuyo proceso de elaboración la aportación manual prevalezca sobre la aplicación de maquinaria, pudiendo ser utilizada ésta en las fases preparatorias o secundarias, siempre que no incida de forma preeminente en el resultado final. Excluye de forma expresa la artesanía de bienes de consumo y complementaria de la industria y la agricultura, y la artesanía de servicios.

Tipos de Artesanía:

Distingue dos tipos de artesanía:

- *Artesanía tradicional:* aquella cuya peculiaridad estriba en la reproducción de las formas clásicas conocidas, con la utilización y aplicación a tal fin de idénticos materiales y la adopción de las técnicas y procedimientos históricamente empleados.
- *Artesanía artística o creativa:* aquella que respetando los procedimientos o procesos de producción empleados en la artesanía tradicional, es susceptible de obtener a partir de la utilización de nuevos, similares o iguales materiales, resultados estéticamente distintos a los tradicionales.

Condiciones para el reconocimiento de artesano/a o empresa artesana:

Será reconocida como empresa artesana, toda unidad económica, domiciliada en el Territorio Histórico de Araba, productora de bienes o productos artesanos que reúnan los requisitos de cualesquiera de las dos clases de artesanía que distingue la Orden Foral, y cuya elaboración se ajuste al concepto de artesanía anteriormente citado. Por otro lado, tendrán consideración de *artesano/a*, aquella persona física, empadronada en el Territorio Histórico de Araba, que ejerza una actividad productiva cuyo resultado sea la obtención de un producto artesano y le sea reconocida esta condición mediante resolución administrativa. A la hora de hacer la solicitud para la consideración de artesano/a o empresa artesana, dicha solicitud debe ser dirigida al Departamento de Cultura y se requiere de documentación que acredite el conocimiento de la actividad, en los casos de que no esté reconocida dicha actividad por el sector. Además se requiere que los miembros incluidos en el proceso productivo de la empresa artesana tengan reconocida su condición de artesanos/as. Por otro lado, y una vez inscritos, el Diputado Foral de Cultura concede a los artesanos/as y empresas artesanas un título acreditativo de su condición de tales.

Consejo de artesanía:

- El Consejo de la Artesanía se constituye como el órgano consultivo y asesor del que se dota la Diputación Foral de Araba para el desarrollo y fomento de la artesanía en su vertiente cultural y se adscribe al ámbito de actuación del Departamento competente en materia de Cultura. Por otro lado. La composición de dicho consejo integra representantes de la Dirección de Cultura, de la Dirección de Hacienda, de la Dirección de Economía de la Cámara de Comercio e Industria de Araba, de la Escuela de Artes y Oficios, de la Escuela de Artes Aplicadas designado por la citada Escuela, un representante de cada una de las Asociaciones de artesanos, un miembro de reputado prestigio en el campo de la etnografía, un miembro de acreditado conocimiento de la actividad artesana en general.

- Dicho Consejo tendrá diferentes funciones como antes se ha citado y se añadirán a aquellas desarrolladas en el Artículo 6 de la Orden Foral 445/99 de 12 de julio, las siguientes:
- Fijar los criterios para la regulación del Registro de Artesanos de Araba.
- Proponer iniciativas para el fomento y promoción de la actividad artesana.
- Asesorar al Departamento de Cultura en cualesquier cuestión que afecte al sector artesano y sea solicitado por éste.
- Confeccionar los criterios de adquisición de la condición de artesano así como de la denegación del mismo.
- Establecer el repertorio de actividades y oficios que puedan asumir la condición de artesanos.

Registro General de Artesanía:

Adscrito al Departamento de Cultura, pueden inscribirse todas aquellas personas físicas o empresas que alcancen la consideración de artesano y soliciten la inscripción en el mismo. También podrán formar parte de este registro las Asociaciones y Federaciones de Artesanía formalmente constituidas e inscritas en los correspondientes registros

Las ayudas del Departamento de Cultura para el sector están condicionadas a la inscripción en el mismo.

Repertorio de Actividades Artesanas:

Sobre una clasificación base se señala que, periódicamente, el Departamento de Cultura adecuará la clasificación establecida a la realidad social de cada momento, así se podrán añadir otras actividades a las ya expuestas en dicho Capítulo.

2.2.2.- Territorio Histórico de Bizkaia

La Comisión Mixta de Transferencias Gobierno Vasco-Diputación de Bizkaia, mediante Acuerdo de 27 de febrero de 1985, procedió a determinar los servicios, personal, bienes, derechos y obligaciones adscritos a dicha competencia, habiéndose efectuado el correspondiente traspaso de los mismos a la Diputación Foral de Bizkaia, mediante Decreto del Gobierno Vasco nº 93/85, de 5 de marzo, y Decreto Foral nº 42/85, de 18 de abril.

La Diputación Foral desarrolló el Decreto Foral Nº 37/ 88, de 30 de marzo, por el que se regula la inscripción en el registro de artesanos. A diferencia del proceso seguido en Araba Diputación de Bizkaia consideró aconsejable la confección del registro de artesanos de Bizkaia como premisa para el conocimiento de la situación y necesidades del sector y posterior enfoque de las actuaciones y medidas que para el apoyo del sector dictase la propia Diputación, en el ejercicio de sus competencias. Posteriormente completó la reglamentación del sector de la artesanía con la Orden Foral Nº 894/90, de 4 de mayo, y en particular el requisito de presentación de la licencia fiscal para la inscripción en el registro.

Periódicamente la Diputación instrumenta los Planes de Ayuda al Sector que, en contraposición al planteamiento genérico alavés, se caracterizan por un diseño que busca y promueve el desarrollo y afianzamiento competitivo de las empresas del sector, en línea con los planteamientos de ayudas al uso en otros sectores económicos.

Concepto de Artesanía:

Definido en el artículo 2, considera actividad artesana toda actividad de producción, transformación y reparación de bienes artísticos y de consumo no alimentario o prestación de servicios realizados mediante un procedimiento en el cual la intervención personal constituya un factor predominante, y cuyo resultado es la obtención de un producto individualizado que no es susceptible de una producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series.

Condiciones para el reconocimiento de empresa artesana:

- Toda unidad económica cualquiera que sea su configuración jurídica que esté domiciliada en Bizkaia, si se trata de una entidad con personalidad jurídica, o que esté empadronada como residente en algún municipio de Bizkaia, si se trata de una persona individual.

- Realizar una actividad artesanal, entendiéndose por tal todas aquellas actividades que se adecuen al concepto de actividad artesanal anteriormente citado.
- El número de trabajadores no familiares empleados con carácter permanente no puede exceder de 10, excepción hecha de los aprendices alumnos.
- También gozan de esta consideración las empresas que superando dicho número de trabajadores, cumplan los demás requisitos, previa solicitud al Departamento de Promoción y Desarrollo Económico, quien resolverá en cada caso, atendiendo fundamentalmente al carácter artesanal de las actividades desarrolladas por la empresa.
- No realizar la actividad artesanal de una forma ocasional o accesoria.
- Estar dada de alta en Licencia Fiscal (Orden Foral Nº 894/ 90, de 4 de mayo, que desarrolla el Decreto Foral Nº 37/ 88, de 30 de marzo.)

Registro de artesanos:

Adscrito al Departamento de Promoción y Desarrollo Económico de la Diputación Foral de Bizkaia , pueden registrarse en él todas las empresas que reúnen los requisitos para ser consideradas empresas artesanas y estén radicadas en Bizkaia. Dicho registro es de carácter público y la inscripción en él es voluntaria. La tramitación y resolución de las solicitudes de inscripción en el registro corresponden al Departamento de Promoción y Desarrollo Económico. La inscripción en el registro de artesanos se cancela por las siguientes causas:

- Por renuncia o fallecimiento del empresario individual.
- Por incumplimiento de los requisitos establecidos en el Decreto Foral Nº 37/88, de 30 de marzo.
- Por extinción de la personalidad jurídica de la empresa.

2.2.3.- Territorio Histórico de Gipuzkoa

La regulación el caso gipuzkoano se sustenta en el Decreto Foral 103/1995 de 3 de Octubre por el que se establece la estructura orgánica y distribución de competencias del Departamento de Economía y Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa, previendo como una de sus funciones la realización de actuaciones de mejora de la competitividad del tejido de las micro-empresas y actividades económicas de carácter artesanal.

La legislación desarrollada en relación con la actividad artesana se centra fundamentalmente en el Decreto Foral 75/ 1996, de 10 de setiembre, que aborda la definición de artesanía, sus tipos, el concepto de empresa, de maestro artesano y la creación del Consejo Gipuzkoano de la Artesanía. La Orden Foral 213/97, desarrolló el Repertorio de Actividades Artesanas y el Decreto Foral 79/97 de 25 de noviembre crea el Registro General de la Artesanía Tradicional y Popular, que desde estas calificaciones –tradicional y popular- viene a matizar, en la práctica, la definición o concepto de artesanía instituido por el decreto foral 75/96.

Como en el caso de las Diputaciones de Araba y Bizkaia, la Diputación Gipuzkoana establece anualmente los Planes de Ayuda a las empresas del sector. Estas ayudas se plantean con criterios formales más próximos a los descritos para Bizkaia; si bien su espíritu y planteamiento práctico viene marcada por la voluntad de apoyo general al sector.

Concepto de Artesanía:

Se considera artesanía toda actividad de creación, producción, transformación, reparación y restauración de bienes o prestación de servicios realizada mediante un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, supervisando y controlando la totalidad del proceso de producción, del que se obtiene un resultado final de factura individualizada y distinta de la propiamente industrial. El empleo de utillaje y maquinaria auxiliar es compatible con el concepto de artesanía.

Clasificación de las Actividades Artesanas:

Se distinguen cuatro grupos diferentes de artesanía si bien no se definen cada uno de ellos

- Artesanía artística o de creación.
- Artesanía productora de bienes de consumo.
- Artesanía de servicios.
- Artesanía tradicional y popular Guipuzcoana.

Condiciones para el reconocimiento de empresa artesana:

Talleres, empresas y unidades económicas, incluido el artesano individual, que realicen una actividad artesanal (de la manera definida anteriormente), y que cumplan los siguientes requisitos:

- La actividad debe ser desarrollada habitualmente.
- El número de trabajadores empleados con carácter permanente, no debe exceder de diez, excepción hecha de los aprendices –alumnos, cónyuge y familiares en línea directa, consanguínea, adoptiva o por afinidad.
- La actividad debe figurar en el Repertorio de Actividades Artesanas del Territorio Histórico de Guipuzkoa.
- Estar dado de alta en el Impuesto de Actividades Económicas en su actividad correspondiente.

También podrán gozar de la consideración de Empresa Artesana aquellas que, superando los 10 trabajadores, cumplan con los demás requisitos previstos en el mismo. En estos casos el Diputado Foral de Economía y Turismo, oído el Consejo Guipuzcoano de Artesanía, resolverá sobre el carácter artesano o no de estas Empresas.

Consejo Guipuzcoano de Artesanía:

Su misión es establecer un adecuado cauce de comunicación entre el sector artesanal guipuzcoano y la Diputación. Tiene la consideración de órgano de consulta no vinculante que informa y asesora a la Diputación Foral de Guipuzkoa en materia de Artesanía, y en particular sobre:

- Proyectos de disposiciones generales en materia de Artesanía.
- Repertorio de Actividades Artesanas.
- Actuaciones a desarrollar en el sector artesano.
- Otorgamiento de distintivos y certificaciones de identificación artesanal.
- Está integrado por el Diputado Foral del Departamento de Economía y Turismo, o persona en quien delegue, el Director General del Departamento de Economía y Turismo, el Jefe del Servicio de Promoción y Desarrollo Económico y Turístico, dos representantes de la Asociación de Municipios Vascos, EUDEL, un representante de la Cámara de Comercio, un representante de las Asociaciones y Agrupaciones Profesionales de Artesanos por cada uno de los grupos de clasificación artesanal establecidos anteriormente, dos representantes de las asociaciones promotoras de manifestaciones feriales artesanales, dos personas de reconocido prestigio y un asesor, designados por el Diputado Foral del Departamento de Economía y Turismo de la Diputación Foral de Guipuzkoa.
- Un asesor designado por el Diputado Foral de Economía y Turismo.

Registro General de la Artesanía Tradicional y Popular de Guipuzkoa:

Su finalidad es el reconocimiento oficial por parte de la Diputación Foral de Gipuzkoa de la condición de profesional de la Artesanía Tradicional y/o Popular de las personas, talleres y empresas inscritas en el mismo.

La inscripción en el Registro tiene carácter voluntario y pueden solicitar su inscripción en el Registro aquellas personas, talleres y empresas que ejerzan una actividad comprendida dentro del Repertorio de Actividades Artesanas del Territorio Histórico de Gipuzkoa. La inscripción en el Registro General de la Artesanía Tradicional y Popular de Gipuzkoa resulta requisito imprescindible para obtener los beneficios que la Diputación Foral de Gipuzkoa establezca en relación a la protección y fomento de la Artesanía tradicional y popular.

Repertorio de Actividades Artesanas de Gipuzkoa:

Dicho repertorio figura en el anexo 1 de la Orden Foral, y en ella se incluyen diversas actividades, entre las cuales se incluyen las actividades relacionadas con la industria de productos Alimenticios y Bebidas.

2.2.4.- Constatando la diversidad

Tal y como se avanzaba anteriormente, el retrato presentado viene a constatar una situación de significativa diversidad reguladora en términos de enfoque y situación alcanzada. Se observará que la regulación del sector recae en el caso Alavés en el ámbito o departamento de cultura; en tanto que en Bizkaia y Guipúzcoa la competencia es gestionada desde las áreas vinculadas a la promoción económica. Este rasgo diferencial, que a la postre pauta los enfoques y planteamientos generales, se ve concretado además en distintos aspectos diferenciadores.

En lo que hace a los primeros –enfoques generales- se constata que el itinerario pionero recorrido por la Diputación de Bizkaia (1988), se direccionó desde un inicio poniendo especial énfasis en la dimensión económica del sector artesano; y haciendo de la idea del registro elemento central de trabajo. En el caso Alavés los planteamientos se asentaron en su dimensión cultural (1999); y el registro de artesanos se ha introducido en una fase posterior de la línea de trabajo. Finalmente en Guipúzcoa (1996), aunque desde una perspectiva más económica, se ha recorrido un camino intermedio entre ambas realidades.

En lo que hace a los segundos –situaciones concretas alcanzadas- las diferencias son múltiples y significativas.

- **Definición de Actividad Artesana:** las definiciones de artesanía en los tres Territorios Históricos coinciden en apuntar que la actividad artesanal tiene como resultado un producto individualizado, excluyendo la producción industrial y/o incidiendo en que la aportación manual prevalezca sobre la aplicación de maquinaria. A partir de este elemento en común, la diversidad y matices de las definiciones hace de la actividad artesana una actividad heterogénea en los tres territorios.

Como matices más significativos cabe señalar que en el Territorio Histórico de Araba en el que se define la artesanía como manifestación cultural, está expresamente excluida la artesanía de bienes de consumo y complementaria de la industria y la agricultura, y la artesanía de servicios .

En Guipúzcoa y en Bizkaia, esos casos excluidos en Araba son considerados Artesanía; con la excepción, en Bizkaia, de los bienes de consumo alimentario que son excluidos. Igualmente sólo en este Territorio se hace mención expresa a la producción de bienes artísticos.

- **Tipos de actividad específicamente consideradas como artesanas:** la Diputación de Bizkaia es la única de entre las tres diputaciones que no tiene ningún tipo de clasificación de las actividades artesanas. La Diputación de Araba distingue entre la artesanía tradicional y la artesanía artística o creativa y la Diputación de Gipuzkoa recoge en su Decreto cuatro grupos diferentes, añadiendo la artesanía productora de bienes de consumo y la artesanía de servicios a las anteriormente citadas artesanías de creación y tradicional.
- **Tamaño de la empresa artesana:** en cuanto a la definición de empresa, industria o taller artesanos, se considera unidad artesana a toda unidad económica-incluido el artesano individual- que, realizando una actividad de carácter preferentemente “manual” o cuando menos individualizada, sin que pierda tal carácter por el empleo de utillaje y maquinaria auxiliar. En Bizkaia y Gipuzkoa, dicha consideración es únicamente válida para aquellas en las que el número de trabajadores “no familiares” empleados con carácter “permanente” no exceda de 10, excepción hecha de los aprendices alumnos, mientras que en Araba no se plantea un número límite de trabajadores. De todas formas, en Bizkaia y Gipuzkoa existen fórmulas para superar este límite, siempre y cuando se cumplan el resto de condiciones y se cuente con el visto bueno de la institución reguladora.
- **Condiciones relativas a la actividad desarrollada:** a las condiciones anteriormente descritas hay que añadir otros requisitos establecidos en los tres Territorios Históricos de forma igualmente heterogénea. Así en Bizkaia y Guipúzcoa es condición indispensable que la empresa esté dada de alta en Licencia Fiscal, así como que la actividad no sea ocasional o complementaria. En el caso de Gipuzkoa a estas dos condiciones se une el hecho de que la actividad que realice la empresa esté catalogada en el Repertorio de Actividades Artesanas.

La Diputación de Araba por su parte, considera condición indispensable que la actividad esté catalogada en el Repertorio de Actividades Artesanas, pero no en que la empresa esté dada de alta fiscalmente.

- **Elementos institucionales introducidos:** Finalmente cabe señalar que, en tanto que en Araba como en Gipuzkoa, se han creado Consejos de La Artesanía, en Bizakaia no se ha desarrollado hasta la fecha esa figura institucional.
- **Fomento de la actividad:** Cabe señalar por último que ese cuadro de heterogeneidad institucional reguladora se extiende a las políticas de fomento sectorial, tanto en términos de planteamientos u orientaciones -antes citados-, como en términos de dimensión económica de ese apoyo.

En este sentido utilizando como ratio teórico orientador el cociente entre las dotaciones económicas globales de las ayudas y los artesanos inscritos en los respectivos registros, se abriría una abanico que en 2004 iría desde los 910 euros/artesano en el caso Alavés, a los 2.300 euros/artesano bizkaínos (ampliables en un 20%), pasando por los aproximadamente 1.828 euros/artesano en Gipuzkoa.

PARTE II:
EI PERFIL EMPRESARIAL DEL SECTOR

3.- EL SECTOR EN CIFRAS: LAS EMPRESAS Y LOS EMPLEOS ARTESANOS

En lo que se refiere a las grandes cifras de la artesanía en la CAPV cabe señalar que, en términos oficiales, es decir, empresas inscritas en los registros de artesanos de las tres diputaciones forales el colectivo asciende a 268 artesanos: 33 en Araba, 120 en Bizkaia y 115 en Gipuzkoa.

Junto a este colectivo oficial, existe igualmente un grupo de artesanos que, no estando inscrito en registros administrativos, desarrolla su actividad empresarial con habitualidad, y/o participa en dinámicas asociativas artesanas, ferias u otros eventos comerciales. En este sentido, existen otras fuentes diversas asociativas, editoriales e incluso administrativas⁵ que elevarían esta cifra significativamente aunque introduciendo criterios de mucha mayor laxitud⁶ e información de calidades muy diversas – duplicaciones, fallecimientos, ilocalizables, traslados fuera de la CAPV, artesanos que han abandonado la actividad, etc.-. En este sentido y a partir de la configuración de un Directorio de partida de 562 potenciales artesanos **se ha conseguido entrevistar efectivamente a 277 empresas (33 en Araba, 101 en Bizkaia y 143 en Gipuzkoa)** que constituyen la muestra de análisis que hemos dado en denominar a efectos del proyecto Repertorio de Empresas Artesanas. En el camino ha quedado la constatación de una casuística muy diversa y la constatación que alguna de las fuentes utilizadas ajenas a los registros presentaban un alto grado de obsolescencia y baja calidad⁷.

Desde la perspectiva descrita resulta difícil dimensionar el sector artesano en tanto sector económico más allá de la oficialidad de los registros. En cualquier caso, atendiendo al nivel de respuesta obtenido en relación a los propios registros oficiales disponibles y al hecho de que de las 277 empresas entrevistadas sólo la mitad estaban inscritas en los registros administrativos; cabe aventurar que el dimensionamiento orientativo de sector puede situarse en el entorno de los 500 artesanos, si bien esta cifra resulta arbitraria en la medida que la propia definición artesano al margen de la “oficial” es susceptible de interpretaciones varias.

⁵ Sección segunda del registro Gipuzkoano

⁶ Conforme la idea empresarial y habitualidad del oficio en tanto que medio de vida se diluye, el colectivo se ve ampliado por un numerosas personas que desarrollan actividades con un componente artesano de forma esporádica, o con carácter etnográfico, folklórico, cultural, afición o hobby. Respecto a este colectivo, aunque sin cuestionar el carácter artesanal de esa actividad, cabe señalar que en su gran mayoría difícilmente pueden ser catalogadas como elementos del “sector económico” de la artesanía

⁷ 21 duplicados; 2 fallecidos; 8 jubilados; 6 negativas; 7 traslados fuera de la CAPV; 18 abandonos de actividad; 223 ilocalizables

Síntesis de ficha técnica de trabajo de campo

Empresas encuestadas	277
Araba	33
Bizkaia	101
Gipuzkoa	143
Análisis de casos realizados	23

El conjunto de informaciones que se presentan a continuación, en este capítulo resultan de la explotación estadística de la muestra de 277 empresas artesanas citadas. Como se ha anticipado en la introducción, se ha generado un Repertorio de Empresas Artesanas –antes citado- en el que se incluyen:

- En formato papel, 277 fichas con las informaciones más relevantes de las empresas entrevistadas.
- En formato electrónico, una aplicación informática que posibilita la explotación autónoma de los resultados.

Completando el análisis de corte cuantitativo desarrollado a través del proceso de encuestación se han realizado 23 análisis de casos de Buenas Prácticas. Los artesanos seleccionados a partir de la opinión de testigos privilegiados del sector como representantes de interés y alta profesionalidad, han sido entrevistados en profundidad y se ha formalizado un estudio o ficha de caso específico para cada uno de ellos.

3.1.- EL TEJIDO EMPRESARIAL ARTESANO: PANORÁMICA GENERAL

En una primera visión panorámica de las empresas artesanas vascas se pasa revista a su dimensión – alto nivel de atomización o microempresas-, sus rasgos jurídico-empresariales – bajo nivel societario frente al predominio del trabajo autónomo- y su distribución sectorial y territorial; poniéndose de manifiesto ya en este primer epígrafe una situación diferencial de Bizkaia que apunta hacia niveles competitivos comparativamente algo más elevados.

Empresas y empleos artesanos

- El número total de empresas artesanas encuestadas asciende a 277, con un total de 521 empleos; es decir, 1,9 empleos por empresa.
- El 84,4% de los establecimientos artesanos se corresponden a centros de trabajo de 1 o 2 empleados (234 establecimientos) que agrupan el 58,5% del empleo total generado por el conjunto del sector.
- Un total de 359 trabajadores provienen de establecimientos de 3 o menos empleados, es decir un 68,9% sobre el total de empleos.
- Los establecimientos de más de 5 empleos ascienden a 12.
- En cuanto a los datos de los tres Territorios Históricos cabe destacar que Bizkaia es la provincia con una dimensión mayor con 2,2 empleos de tamaño medio; en tanto que Gipuzkoa y Araba cuentan con una dimensión media de 1,7 y 1,6 empleados respectivamente.
- El territorio de Araba no cuenta con establecimientos de más de 4 empleados, exceptuando una de las 2 empresas de más de 10 empleados de la Comunidad Autónoma. Guipuzkoa no cuenta, exceptuando la otra empresa artesana de más de 10 empleados, con empresas artesanas de más de 7 empleados. Y finalmente, en Bizkaia se ubican 6 de los 11 establecimientos de más de 5 empleos antes citados.

Cuadro 1
Estructura de las Empresas y Empleos del Sector Artesanal por Tamaño y Actividad
(c.a. y %v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
Nº empresas	37	36	26	35	3	17	18	13	22	19	3	34	277
Estratos de empleo (incluyendo al titular) (c.a.)													
1 empleo	21	29	14	19	1	8	8	9	9	12	1	20	163
2 empleos	8	5	9	13	1	2	6	3	6	4	1	11	71
3 empleos	4	1	1	1	0	5	0	0	1	2	1	2	18
4 empleos	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	5
5 empleos	0	0	1	0	0	0	1	0	6	0	0	0	8
6 empleos	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	3
7 empleos	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
8 empleos	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
9 empleos	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
10 empleos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Más de 10 empleos	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Media	2,2	1,3	1,9	1,9	3	2,8	2,3	1,5	2,5	1,6	2	1,6	1,9
Estratos de empleo (incluyendo al titular) (%v.)													
1 empleo	56,80	80,50	54,00	54,20	33,30	47,00	44,40	69,20	40,90	63,10	33,30	58,80	58,80
2 empleos	21,60	13,90	34,60	37,10	33,30	11,80	33,30	23,10	27,30	21,10	33,30	32,40	25,60
3 empleos	10,80	2,80	3,80	2,90	0,00	29,40	0,00	0,00	4,50	10,50	33,30	5,90	6,50
4 empleos	0,00	2,80	0,00	2,90	0,00	0,00	5,60	7,70	0,00	5,30	0,00	0,00	1,80
5 empleos	0,00	0,00	3,80	0,00	0,00	0,00	5,60	0,00	27,30	0,00	0,00	0,00	2,90
6 empleos	0,00	0,00	0,00	0,00	33,30	0,00	11,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,10
7 empleos	5,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,90	1,10
8 empleos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,40
9 empleos	2,70	0,00	3,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,70
10 empleos	2,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,40
Más de 10 empleos	0,00	0,00	0,00	2,90	0,00	5,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,70
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 2
Estructura de las Empresas y Empleos del Sector Artesanal por Tamaño y Territorio
(c.a. y %v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Nº empresas	34	100	143	277
Estratos de empleo (incluyendo al titular) (c.a.)				
1 empleo	26	47	90	163
2 empleos	5	29	37	71
3 empleos	1	13	4	18
4 empleos	1	2	2	5
5 empleos	0	3	5	8
6 empleos	0	0	3	3
7 empleos	0	2	1	3
8 empleos	0	1	0	1
9 empleos	0	2	0	2
10 empleos	0	1	0	1
Más de 10 empleos	1	0	1	2
Media	1,6	2,2	1,7	1,9
Estratos de empleo (incluyendo al titular) (%v.)				
1 empleo	76,6	47	62,9	58,8
2 empleos	14,7	29	25,9	25,6
3 empleos	2,9	13	2,8	6,5
4 empleos	2,9	2	1,4	1,8
5 empleos	0	3	3,5	2,9
6 empleos	0	0	2,1	1,1
7 empleos	0	2	0,7	1,1
8 empleos	0	1	0	0,4
9 empleos	0	2	0	0,7
10 empleos	0	1	0	0,4
Más de 10 empleos	2,9	0	0,7	0,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Distribución sectorial

- El 26,3 % de las empresas artesanas de Euskadi se dedican a la elaboración de Muebles de Madera (37 establecimientos) y/o Objetos de Madera (36 establecimientos). Este sector es el más común dentro de la industria artesana, seguido de la cerámica con el 12,6% de las empresas.
- Por otro lado, las actividades con menor número de establecimientos son el Mármol, Piedra y Escayola y los relacionados con la elaboración de Instrumentos Musicales; estos representan el 1,1% del total de los establecimientos.
- El Mármol, Piedra y Escayola y el Vidrio son las actividades que cuentan con mayor dimensión empresarial (3 y 2,8 empleos de tamaño medio respectivamente). En el caso del sector vidriero este hecho se asocia en particular a la existencia de una de las empresas de más de 10 trabajadores existentes, que actúa en este sector.

- Por otro lado la elaboración de Objetos de Madera y la Piel y el Cuero son las actividades con una menor dimensión que oscila entre 1,3 y 1,5 empleados por establecimiento.

Cuadro 3
Estructura de las Empresas del Sector Artesanal por Territorio Histórico (c.a.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
Nº DE EMPRESAS													
ARABA	3	4	3	10	0	2	0	4	2	2	1	3	34
BIZKAIA	18	8	13	16	0	5	5	6	5	12	1	11	100
GIPUZKOA	16	24	10	9	3	10	13	3	15	5	1	20	143
TOTAL	37	36	26	35	3	17	18	13	22	19	3	34	277
Nº DE EMPLEOS													
ARABA	3	5	3	17	0	13	0	6	2	2	1	3	55
BIZKAIA	53	11	31	25	0	17	13	6	12	22	3	24	217
GIPUZKOA	26	30	15	25	9	17	28	7	40	6	2	28	249
TOTAL	82	46	49	67	9	47	41	19	54	30	6	55	521

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Distribución territorial

- Territorialmente el 51,6% de las empresas de la industria artesana se ubican en Gipuzkoa (143). Las ubicadas en Bizkaia, (100) suponen el 36,1% del sector y las 34 alavesas el 12,27%.
- En cuanto a la densidad que representan esas cifras de los centros de trabajo artesanos en cada Territorio cabe señalar que Gipuzkoa, con 0,21 establecimientos por cada 1000 habitantes es el territorio donde la actividad representa una mayor incidencia relativa de la actividad; seguido de Araba, con 0,12 establecimientos. En Bizkaia la densidad de los centros de trabajos artesanos es menor, con 0,09 establecimientos por cada 1000 habitantes.

Informaciones Jurídico –Empresariales

- La principal forma jurídica que adoptan los talleres que ejercen la actividad artesanal es la de autónomo (66,1%); que junto con la fórmula colectiva de Comunidad de Bienes (6,1%) representa prácticamente tres cuartas partes del colectivo de empresas.
- Las Sociedades Mercantiles apenas alcanzan el 7% del conjunto de empresas existentes y la mayor parte de las mismas corresponde a la figura de Sociedad Limitada.
- Destacan, por su ausencia prácticamente total las formas jurídicas vinculadas a la economía social (S.A.L., S.L.L. y Sociedad Cooperativas).
- Y a ese retrato básico habría que añadir el hecho de que 38 empresas (13,7%) se presentan bajo fórmulas de marginalidad tales como afición o hobby (13 casos); jubilados que mantienen cierta actividad (11 casos); casos de actividad esporádica y de carácter secundario (10 empresas), etc.

Cuadro 4

Forma jurídica de las empresas artesanas según actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL,PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VIARIOS	TOTAL
Bajo qué forma jurídica desarrolla la actividad:													
Autónomo	64,9	77,8	69,4	79,9	66,7	64,6	61,1	38,4	59,2	73,7	66,7	58,9	66,1
Comunidad de Bienes	8,1	0,0	3,8	2,9	0,0	0,0	11,1	7,7	13,6	10,5	0,0	11,8	6,1
Sociedad Mercantil	2,7	0,0	0,0	2,9	0,0	11,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	1,8
Sociedad Anónima	5,4	2,8	3,8	2,9	0,0	5,9	11,1	7,7	0,0	15,8	33,3	2,9	5,1
Sociedad Limitada	0,0	0,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Economía Social	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	11,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4
Sociedad Laboral (S.A.L.)	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Sociedad Laboral (S.L.L.)	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9
Sociedad Cooperativa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9
Otros	19,4	20,6	20,0	12,2	33,3	0,0	20,0	38,5	0,0	0,0	0,0	25,9	16,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 5
Forma jurídica de las empresas artesanas según Territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	EAE
Bajo qué forma jurídica desarrolla la actividad:				
Autónomo	76,5	66,0	63,7	66,1
Comunidad de Bienes	2,9	9,0	6,4	6,1
Sociedad Mercantil				
Sociedad Anónima	5,9	3,0	0,0	1,8
Sociedad Limitada	2,9	10,0	1,1	5,1
Economía Social				
Sociedad Laboral (S.A.L.)	0,0	1,0	0,0	0,9
Sociedad Laboral (S.L.L.)	0,0	1,0	1,1	0,9
Sociedad Cooperativa	0,0	1,0	1,1	0,9
Otros	11,8	9,0	26,6	16,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.2.- EL PERFIL DEL ARTESANO

Los titulares o artesanos al frente de las 277 empresas artesanas entrevistadas representan el 53,1% del empleo total generado por el sector. Su perfil viene a poner de manifiesto el sesgo masculino de la actividad –a excepción de algunos sectores concretos–; su carácter maduro; un elevado nivel formativo; un significativo componente de tradición familiar y el hecho de que para un cierto número de artesanos esta actividad es complementaria a otras en términos de ingresos económicos.

Edad

- La mayoría de artesanos (59,2%) están en una edad comprendida entre los 35 y 50 años. Los que se sitúan por encima de los 50 años supone el 26,7% y los de menos de 35 representan el 14,1%.
- Su edad media es de 45,9 años. Los artesanos relacionados con la producción de Joyería (41), Muebles de Madera (41,9), Vidrio (42,6%) y Otros Objetos artesanales (44,2) son los más jóvenes del sector; aunque en ningún caso bajan de los 40 años de media.
- Por el contrario, las actividades relacionadas con la fabricación de Instrumentos Musicales (54), Objetos de Madera (53,2) y la Piedra y el Mármol (52) son las que aglutinan a un mayor número de artesanos con edades por encima de la media citada.

Sexo

- El 63,9% de los artesanos son hombres, aunque existe heterogeneidad en la participación femenina en función de la actividad desarrollada.
- Así, la presencia de la mujer es mayoritaria en el sector Textil, con el 81,8% y en el de la Cerámica con el 60% sobre el total. Por el contrario su presencia es muy baja en el ámbito de los objetos de Madera (8,3%), y los muebles de Madera (16,2%) el Metal (16,7%), la Joyería (21,1%); y nula en el caso del Mármol, Piedra y Escayola e Instrumentos Musicales.

Nivel de Estudios

- El 24,2% de los artesanos vascos cuentan con Estudios Primarios, el 30,0% cuenta con Estudios Secundarios, el 23,5% ha realizado Estudios Profesionales y un 20,6% tiene titulación universitaria.
- Las Fibras Vegetales, el Vidrio y la Cerámica constituyen los ámbitos dónde los Estudios Universitarios alcanzan niveles más elevados (entre el 28 y 38%) en tanto que el Cuero, Joyería, Instrumentos Musicales, Mármol, Piedra y Escayola representan los ámbitos en los que no hay representación de ningún artesanos con este tipo de estudios.
- Es de destacar en cualquier caso que el porcentaje de artesanos que ha superado los estudios Primarios representa cerca de las tres cuartas partes del colectivo.

Experiencia en el sector y tradición familiar

- Aproximadamente la mitad de los artesanos (47,3%) lleva más de 15 años ejerciendo su actividad; un 32% la desarrolla desde 1990; y el 17,7% restante empezó a ejercer su actividad a partir del año 2000.
- Por lo que respecta a la tradición familiar de la actividad, afecta a alrededor del 20% del colectivo: 12,3% en segunda generación y 8,3% en tercera generación. Territorialmente es Gipuzkoa el que presenta una mayor transmisión generacional de la actividad (23,8% de los artesanos) y Araba el que menos (11,8%).

Cuadro 6
Características de los Titulares de las empresas artesanales según actividad.

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
Edad del titular													
Menos de 35 años	27,0	8,3	0,0	11,4	0,0	29,4	16,7	0,0	9,1	10,5	0,0	17,6	14,1
De 35 a 50 años	54,1	41,7	73,1	57,1	66,7	52,9	55,6	69,2	63,6	84,2	66,7	58,8	59,2
De 51 a 65 años	16,2	27,8	23,1	31,4	0,0	17,6	16,7	15,4	18,2	5,3	0,0	17,6	19,5
Más de 65 años	2,7	22,2	3,8	0,0	33,3	0,0	11,1	15,4	9,1	0,0	33,3	5,9	7,2
Edad Media	41,9	53,2	46,4	45,5	52	42,6	48	49,1	47,4	41	54	44,2	45,9
Sexo del titular													
Varón	83,8	91,7	53,8	40,0	100,0	52,9	83,3	61,5	18,2	78,9	100,0	55,9	63,9
Mujer	16,2	8,3	46,2	60,0	0,0	47,1	16,7	38,5	81,8	21,1	0,0	44,1	36,1
Nivel de estudios													
Sin estudios	2,7	5,6	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	1,8
Estudios Primarios	18,9	30,6	34,6	14,3	100,0	5,9	22,2	46,2	22,7	26,3	33,3	17,6	24,2
Estudios Secundarios	35,1	13,9	11,5	31,4	0,0	23,5	38,9	38,5	50,0	47,4	66,7	29,4	30,0
Estudios Profesionales	24,3	33,3	15,4	25,7	0,0	29,4	27,8	15,4	13,6	21,1	0,0	26,5	23,5
Universitarios Medios	10,8	5,6	3,8	11,4	0,0	11,8	0,0	0,0	4,5	0,0	0,0	5,9	5,8
Universitarios Superiores	8,1	11,1	34,6	17,1	0,0	23,5	11,1	0,0	9,1	5,3	0,0	17,6	14,8
La actividad artesanal es													
Actividad principal	73,0	50,0	69,2	65,7	66,7	88,2	66,7	46,2	77,3	84,2	66,7	70,6	68,6
Es complementaria a otras	27,0	50,0	30,8	34,3	33,3	11,8	33,3	53,8	22,7	15,8	33,3	29,4	31,4
Tradición familiar													
-1ª generación	67,6	69,5	73,1	97,1	33,3	94,1	61,1	76,9	77,3	89,4	100,0	88,3	79,4
-2ª generación	18,9	22,2	11,5	2,9	0,0	0,0	22,2	15,4	18,2	5,3	0,0	8,8	12,3
-3ª generación (o más)	13,5	8,3	15,4	0,0	66,7	5,9	16,7	7,7	4,5	5,3	0,0	2,9	8,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 7

Características de los Titulares de las empresas artesanales según Territorio.

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Edad del titular				
Menos de 35 años	8,8	11,0	17,5	14,1
De 35 a 50 años	64,7	65,0	53,8	59,2
De 51 a 65 años	23,5	17,0	20,3	19,5
Más de 65 años	2,9	7,0	8,4	7,2
Edad Media	44,7	44,8	47,0	45,9
Sexo del titular				
Varón	52,9	61,0	68,5	63,9
Mujer	47,1	39,0	31,5	36,1
Nivel de estudios				
Sin estudios	0,0	1,0	2,8	1,8
Estudios Primarios	29,4	23,0	23,8	24,2
Estudios Secundarios	20,6	29,0	32,9	30,0
Estudios Profesionales	32,4	18,0	25,2	23,5
Universitarios Medios	5,9	7,0	4,9	5,8
Universitarios Superiores	11,8	22,0	10,5	14,8
La actividad artesanal es				
Actividad principal	67,6	79,0	61,5	68,6
Es complementaria a otras	32,4	21,0	38,5	31,4
Tradición familiar				
-1ª generación	88,3	81,0	76,2	79,4
-2ª generación	8,8	8,0	16,1	12,3
-3ª generación (o más)	2,9	11,0	7,7	8,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Otras características de los Titulares

- Para el 31,4% de los titulares, la actividad artesanal que realizan no es la principal, sino una complementaria a otras. Este considerable porcentaje se asocia en buena medida al hecho, ya comentado anteriormente, de la existencia de un 13,7% de casos de artesanos que desarrollan su actividad como afición, actividad esporádica o continuidad de la actividad tras la jubilación.

3.3.- EL EMPLEO ASALARIADO ARTESANAL

A pesar del carácter microempresarial de la actividad artesana, ésta genera un número de empleos asalariados de orden de magnitud similar a la de los propios artesanos o titulares. Empleo asalariado que por otra parte se revela mayoritariamente a tiempo completo y de carácter formal.

Empleo generado y características de la Relación Laboral

- El número total de empleos generados por el sector, ajenos a los titulares o artesanos, asciende a 244; que representa un 46,8% del total del empleo del sector.
- Del total de empleos dependientes citados (244), cerca del 80% trabaja a tiempo completo.
- 69,3% desarrollan su actividad asalariada en términos ordinarios. Un 17,2% trabajan bajo la figura de Ayuda Familiar. Y los que desarrollarían su actividad “informalmente” representarían entorno al 13,5%. Este último colectivo se concentra especialmente entre los que desarrollan su actividad a tiempo parcial.
- Territorialmente las diferencias que pueden apuntarse se vinculan. En primer lugar al mayor peso relativo del empleo a tiempo parcial generado en Araba (38,1% del empleo frente al 17,9% y 24,5% de Bizkaia y Gipuzkoa); y ligado a este hecho al mayor protagonismo que adquiere el empleo informal en el territorio Alavés (28,6%) frente a 0,9% y 14,2% en Bizkaia y Gipuzkoa respectivamente.

Distribución por sexo

- La presencia de mujeres asalariadas (empleo dependiente en general) es del 46,3% superando la presencia que adquiere entre el colectivo de artesanos o titulares.

- Territorialmente se observan grandes diferencias. Araba es la provincia en la que las mujeres asalariadas adquieren mayor relevancia relativa con un 71,4% del empleo dependiente de ese territorio. En Bizkaia y Guipuzkoa la proporción es bastante menor al del territorio alavés, con el 45,3% y el 42,5% respectivamente.

Cuadro 8
Características del empleo asalariado según sector de actividad, tipo de jornada, relación laboral y sexo (c.a. y %v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
Empleo Asalariado (c.a.)													
Asalariados													
1. Tiempo Completo	43	4	13	17	2	22	23	6	28	8	3	19	189
Formal	38	3	10	7	1	22	20	5	26	6	1	13	153
Informal	2	0	0	5	0	0	1	0	0	1	1	1	11
Ayuda Familiar	3	1	3	5	1	0	2	1	2	1	1	5	25
2. Tiempo Parcial	2	6	10	15	4	8	0	0	4	3	0	2	55
Formal	1	0	6	1	4	1	0	0	0	3	0	0	16
Informal	0	3	0	11	0	7	0	0	0	0	0	1	22
Ayuda Familiar	1	3	4	3	0	0	0	0	4	0	0	1	17
Sexo													
Hombres	30	4	10	18	5	19	20	3	5	5	1	10	131
Mujeres	15	6	13	14	1	11	3	3	27	6	2	11	113
TOTAL	45	10	23	32	6	30	23	6	32	11	3	21	244
Empleo Asalariado (%v.)													
Asalariados													
1. Tiempo Completo	95,6	40,0	56,5	53,1	33,3	73,3	100,0	100,0	87,5	72,7	100,0	90,5	77,5
Formal	84,4	30,0	43,5	21,9	16,7	73,3	87,0	83,3	81,3	54,5	33,3	61,9	62,7
Informal	4,4	0,0	0,0	15,6	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	9,1	33,3	4,8	4,5
Ayuda Familiar	6,7	10,0	13,0	15,6	16,7	0,0	8,7	16,7	6,3	9,1	33,3	23,8	10,2
2. Tiempo Parcial	4,4	60,0	43,5	46,9	66,7	26,7	0,0	0,0	12,5	27,3	0,0	9,5	22,5
Formal	2,2	0,0	26,1	3,1	66,7	3,3	0,0	0,0	0,0	27,3	0,0	0,0	6,6
Informal	0,0	30,0	0,0	34,4	0,0	23,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	9,0
Ayuda Familiar	2,2	30,0	17,4	9,4	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	4,8	7,0
Sexo													
Hombres	66,7	40,0	43,5	56,3	83,3	63,3	87,0	50,0	15,6	45,5	33,3	47,6	53,7
Mujeres	33,3	60,0	56,5	43,8	16,7	36,7	13,0	50,0	84,4	54,5	66,7	52,4	46,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 9
Características del empleo asalariado según Territorio, tipo de jornada, relación laboral y sexo (c.a. y %v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Empleo Asalariado (c.a.)				
Asalariados				
1. Tiempo Completo	13	96	80	189
Formal	12	82	59	153
Informal	0	4	7	11
Ayuda Familiar	1	10	14	25
2. Tiempo Parcial	8	21	26	55
Formal	0	10	6	16
Informal	6	1	15	22
Ayuda Familiar	2	10	5	17
Sexo				
Hombres	6	64	61	131
Mujeres	15	53	45	113
TOTAL	21	117	106	244
Empleo Asalariado (v.)				
Asalariados				
1. Tiempo Completo	61,9	82,1	75,5	77,5
Formal	57,1	70,1	55,7	62,7
Informal	0,0	3,4	6,6	4,5
Ayuda Familiar	4,8	8,5	13,2	10,2
2. Tiempo Parcial	38,1	17,9	24,5	22,5
Formal	0,0	8,5	5,7	6,6
Informal	28,6	0,9	14,2	9,0
Ayuda Familiar	9,5	8,5	4,7	7,0
Sexo				
Hombres	28,6	54,7	57,5	53,7
Mujeres	71,4	45,3	42,5	46,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.4.- PRODUCTOS: DIVERSIDAD E INNOVACIÓN

Frente a la diversidad de productos artesanos, la actividad de las unidades empresariales aparece bastante concentrada entorno a una o dos líneas básicas de producción estabilizada; a la que se introducen innovaciones asociadas al diseño y/o apariencia externa.

Productos elaborados por las empresas

- A pesar de que el mapa de productos elaborados es muy amplio⁸. Como media, el número de líneas de producto diferentes que elaboran las empresas artesanas de Euskadi es de 1,8.
- El 72,6% de las empresas artesanas elaboran entre 1 y 2 líneas de producto diferentes; el 28,4% restante desarrolla 3 (13,7%) o más líneas de productos.
- Territorialmente no se observan diferencias significativas que rompan con claridad las tendencias descritas.

8

Muebles de Madera:
Restauración y reparación de muebles, armarios, librerías, alacenas, bancos, lacado de muebles y demás mobiliario de madera.
Objetos de Madera
Talla de diversos objetos como medidores, relojes, argizaiolas, percheros.
Fibras Vegetales
Encuadernación, empaquetados, cajas, sillones de junco, cestería, álbumes de fotos.
Cerámica
Colgadores, tiradores, trofeos, esculturas, murales, piezas de decoración y cerámica tradicional vasca.
Piedra, Mármol y Escayola
Restauración edificios antiguos, miniaturas en piedra, chimeneas y trabajos funerarios.
Vidrio
Puertas, espejos, vidrieras, talla de cristal, ceniceros, centros de mesa, lámparas, tallado de copas.
Metal
Escultura, repujados, forja artística, herrería, verjas, balcones, barandillas, armas.
Piel y Cuero
Bolsos, calzado, abarkas, marroquinería, artículos de escritorio, cuadros.
Textil
Calcetines, toquillas, jerseys, chalecos, guantes, patucos, medias.
Joyería
Reparaciones, anillos, colgantes, pendientes, gemelos, pulseras, sortijas, diseños en plata, engastado.
Instrumentos Musicales
Albotas, panderos, tanbolines, txirulas, dulzainas.
Varios
Talla de cuernos (asta), flores naturales, flores prensadas, postales, separadores, pintura en tela y seda, cerrajería, agendas, etc...

Innovaciones introducidas en la elaboración de productos

- Alrededor de 6 de cada 10 talleres artesanos han introducido alguna innovación en los últimos tres años.
- El grueso de las innovaciones (48,7%) afectan al Diseño de los productos; en tanto que los materiales (26,7%) y las técnicas de fabricación (24,5%) marcan niveles de novedad notoriamente inferiores.
- Las actividades con menor grado de innovación son las referentes a la Piel y el Cuero, los Objetos de Madera y las Fibras Vegetales.
- Bizkaia es el territorio en el que más innovaciones se han introducido en los últimos 3 años con un 66,6% de talleres que señalan haber planteado algún tipo de innovación. Gipuzkoa y Araba, por su parte, presentan un nivel semejante con proporciones de talleres que han planteado modificaciones y cambios del 60,8% y 58,8% respectivamente.

Cuadro 10
Características de los objetos realizados según sector de actividad, nº de líneas de productos elaborados e innovaciones (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
--	-------------------	-------------------	------------------	----------	---------------------------	--------	-------	--------------	--------	---------	------------------------	--------	-------

Nº de Líneas de Productos elaborados

Un Producto	29,8	47,1	46,2	40,0	33,3	11,7	33,3	38,4	27,4	42,1	33,3	55,9	38,7
2 Productos	43,2	30,6	34,6	37,1	0,0	47,1	22,2	30,8	54,5	10,5	0,0	26,5	33,9
3 productos	21,6	8,3	15,4	14,3	33,3	23,5	16,7	7,7	0,0	26,3	0,0	8,8	13,7
4 Productos	0,0	5,6	3,8	0,0	0,0	11,8	5,6	0,0	13,6	15,8	33,3	2,9	5,4
5 o más Productos	2,7	2,8	0,0	2,9	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	5,3	0,0	5,9	2,9
Sin información	2,7	5,6	0,0	5,7	33,3	5,9	11,1	23,1	4,5	0,0	33,3	0,0	5,4
Nº Medio de Productos	1,9	1,7	1,8	1,7	1,3	2,2	2,1	1,2	1,9	2,3	1,7	1,8	1,8

TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Ha introducido durante los últimos 3 años innovaciones en...

Diseño	37,8	38,9	42,3	60,0	33,3	52,9	44,4	23,1	59,1	78,9	33,3	55,9	48,7
Materiales	27,0	19,4	30,8	37,1	0,0	29,4	22,2	15,4	22,7	31,6	33,3	32,4	26,7
Técnicas de fabricación	24,3	16,7	15,4	34,3	33,3	29,4	38,9	0,0	18,2	31,6	66,7	35,3	24,5
Otros	0,0	2,8	0,0	5,7	0,0	11,8	0,0	0,0	22,7	0,0	0,0	0,0	3,6
No ha introducido novedades	48,6	50,0	50,0	25,7	33,3	17,6	44,4	69,2	18,2	15,8	33,3	32,4	37,2

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 11
Características de los objetos realizados según territorio, nº de líneas de productos elaborados e innovaciones (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Nº de Líneas de Productos elaborados				
Un Producto	41,2	34	41,2	38,7
2 Productos	35,3	37	31,5	33,9
3 productos	8,8	15	14	13,7
4 Productos	5,9	7	4,2	5,4
5 o más Productos	2,9	1	4,2	2,9
Sin información	5,9	6	4,9	5,4
Nº Medio de Productos	1,8	1,9	1,8	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Ha introducido durante los últimos 3 años innovaciones en...				
Diseño	47,1	55	44,8	48,7
Materiales	26,5	35	21	26,7
Técnicas de fabricación	20,6	30	21,7	24,5
Otros	5,9	1	4,9	3,6
No ha introducido novedades	41,2	33	39,2	37,2

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.5.- EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES

El retrato obtenido en este capítulo ofrece como elemento deficitario más significativo el escaso número de empresas que poseen sala de ventas. Y además de poner de manifiesto numerosas situaciones que asocian actividad y desarrollo vital del artesano (talleres y viviendas anexas) viene a identificar dentro de unos niveles de satisfacción razonables, un significativo porcentaje de artesanos que señala necesidades diversas de inversión.

Composición de las instalaciones

- El 86,6% de las empresas del sector cuentan con Taller para el desarrollo de su actividad. La dimensión media del taller es de 89m². Las empresas pertenecientes a los sectores de Joyería e Instrumentos Musicales son las que cuentan con talleres de una menor dimensión (menos de 40m²).
- Sólo el 28,2% de las empresas cuenta con sala de ventas y el tamaño medio de éstas es de 41,1m². Araba es el territorio en el que más proliferan, con un 38,2% de artesanos que cuentan con ellas. En Bizkaia el 30% de los talleres artesanos contaría con sala de venta y en Gipuzkoa este porcentaje sería del 24,5%.
- La dimensión media de estas salas en Araba, Bizkaia y Gipuzkoa es de 34 m², 52m² y 35m² respectivamente.
- La totalidad de los talleres artesanos pertenecientes a los sectores del Vidrio, Joyería e Instrumentos Musicales cuentan con salas de venta.
- El porcentaje de empresas que cuentan con una vivienda anexa al Taller es de un 11,6% y no hay grandes diferencias entre los territorios, aunque entre las actividades, cabe destacar que es en los talleres dedicados a la elaboración de Instrumentos Musicales y en los vinculados a la actividad Textil, donde esta situación es más frecuente.

Cuadro 12
Establecimientos según Sector y disponibilidad de Taller y Sala de Ventas (%h) y
dimensión media.

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
% dispone de Taller	94,6	80,6	92,3	82,9	66,7	100,0	88,9	61,5	86,4	100,0	100,0	82,4	86,6
Dimensión del Taller (m2)	150,2	60,6	89,4	87	200	100,2	131,7	43,5	76,7	33,5	34	74,6	88,9
% dispone de Sala de Ventas	24,3	5,6	19,2	28,6	0,0	76,5	33,3	23,1	54,5	47,4	66,7	11,8	28,2
Dimensión de la Sala de Ventas (m2)	64,5	57,5	75	28,5	0	40,4	48,7	43,3	31,8	28,7	35	41,8	41,1

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 13
Establecimientos según Territorio y disponibilidad de Taller y Sala de Ventas (%h) y
dimensión media.

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Dispone de Taller	88,2	91	83,2	86,6
Dimensión del Taller (m2)	78,6	103	80,7	88,9
Dispone de Sala de Ventas	38,2	30	24,5	28,2
Dimensión de la Sala de Ventas (m2)	33,6	51,7	35,1	41,1

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Valoración del equipamiento y de las instalaciones

- Uno de cada cuatro artesanos considera que dispone de un equipamiento productivo anticuado, el 15,9% lo considera moderno y el 58,1% lo califica de normal. A pesar de todo, la mitad de los artesanos (50,2%) entiende que sería necesario invertir en la mejora de su equipamiento productivo.

- Las empresas de los sectores relacionados con la Piel y el Cuero, las Fibras Vegetales y los Objetos de Madera son las que valoran su equipamiento como más antiguo. Por el contrario, los sectores del Vidrio, Textil y los Muebles de Madera son los que consideran sus equipamientos como más actuales. No se observa una clara correlación entre la percepción del equipamiento como antiguo y la propensión a la renovación del mismo; antes bien, los sectores antes citados como los de equipamiento más antiguo presentan todos ellos niveles o perspectivas de renovación de equipos por debajo de la media.
- Bizkaia aparece como el territorio con un nivel de equipamiento más moderno (solamente el 19% de los talleres califican su equipamiento productivo de antiguo frente al 32,4 y 29,4% resultante en Araba y Gipuzkoa) presentando además la mayor propensión a su actualización (61%). En Gipuzkoa por el contrario los artesanos que se muestran proclives a la renovación del equipo no alcanzan el 42%.
- La mayor parte del colectivo estudiado indica que la dimensión de las instalaciones de las que disponen estas empresas es la adecuada. Los que las califican de insuficientes son el 32,1% proporción similar a la que señala que se ha planteado el traslado a otra ubicación (32,9%). En cuanto al estado de las instalaciones el 57,8% lo califica de aceptable y el 32,1% de bueno; sólo un 10,1% lo califica de deficiente.
- En general, el nivel de satisfacción con el equipamiento productivo y las instalaciones es medio-alto (63,5% y 26,8% respectivamente).
- Territorialmente, aunque las valoraciones de la dimensión y estado de las instalaciones son similares, en las tres provincias, y los niveles de satisfacción generales son igualmente comparables, es de destacar el hecho de que son los talleres bizkainos los que presentan una mayor inquietud en términos de planteamiento de traslado. Esta circunstancia unida a su mayor propensión a la renovación de los equipos los perfila como los más dinámicos en este apartado.

Cuadro 14
Características del equipamiento productivo necesidad de renovación, dimensión y estado de las instalaciones, nivel de satisfacción y planteamiento de traslado según sector de actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL,PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VIARIOS	TOTAL
Equipamiento Productivo													
Antiguo	13,5	38,9	38,5	17,1	0,0	23,5	33,3	61,5	13,6	5,3	0,0	29,4	26,0
Normal	59,5	55,6	50,0	65,7	100,0	47,1	50,0	38,5	54,5	84,2	100,0	52,9	58,1
Moderno	27,0	5,6	11,5	17,1	0,0	29,4	16,7	0,0	31,8	10,5	0,0	17,6	15,9
% Estab. Renovarán equipos	51,4	41,7	42,3	60,0	33,3	58,8	61,1	46,2	27,3	68,4	66,7	52,9	50,2
Dimensión de las instalaciones													
Insuficientes	27,0	27,8	34,6	37,1	0,0	29,4	22,2	23,1	27,3	42,1	33,3	50,0	32,1
Adecuadas	64,9	63,9	65,4	54,3	66,7	64,7	77,8	76,9	72,7	52,6	66,7	50,0	63,5
Amplias	8,1	8,3	0,0	8,6	33,3	5,9	0,0	0,0	0,0	5,3	0,0	0,0	4,3
Estado de sus instalaciones													
Deficiente	0,0	16,7	3,8	20,0	0,0	17,6	5,6	23,1	0,0	10,5	0,0	11,8	10,1
Aceptable	54,1	61,1	57,7	54,3	100,0	35,3	66,7	46,2	59,1	63,2	100,0	58,8	57,8
Bueno	45,9	22,2	38,5	25,7	0,0	47,1	27,8	30,8	40,9	26,3	0,0	29,4	32,1
Nivel de satisfacción													
Alto	29,7	22,2	30,8	22,9	0,0	47,0	16,7	15,4	40,9	31,5	33,3	23,5	26,8
Medio	70,3	66,7	57,7	60,0	100,0	41,2	72,2	76,9	59,1	63,2	66,7	55,9	63,5
Bajo	0,0	11,1	11,5	17,1	0,0	11,8	11,1	7,7	0,0	5,3	0,0	20,6	9,7
Satisfacción Media⁹	1,7	1,9	1,8	1,9	2	1,6	1,9	1,9	1,6	1,7	1,7	2	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Establecimientos que plantean posible traslado	24,3	25,0	34,6	42,9	0,0	41,2	33,3	7,7	31,8	57,9	33,3	41,2	32,9

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi
⁹ La valoración va de 1 a 3 donde 1 es una valoración Baja, 2 Media y 3 Alta

Cuadro 15
Características del equipamiento productivo necesidad de renovación, dimensión y estado de las instalaciones, nivel de satisfacción y planteamiento de traslado según territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Equipamiento Productivo				
Antiguo	32,4	19	29,4	26
Normal	55,9	66	53,1	58,1
Moderno	11,8	15	17,5	15,9
Estab. Renovarán equipos	55,9	61	41,3	50,2
Dimensión de las instalaciones				
Insuficientes	35,3	37	28	32,1
Adecuadas	58,8	58	68,5	63,5
Amplias	5,9	5	3,5	4,3
Estado de sus instalaciones				
Deficiente	11,8	14	7	10,1
Aceptable	61,8	47	64,3	57,8
Bueno	26,5	39	28,7	32,1
Nivel de satisfacción				
Alto	23,5	26	28	26,8
Medio	64,7	66	61,5	63,5
Bajo	11,8	8	10,5	9,7
Satisfacción Media¹⁰	1,9	1,8	1,8	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Establecimientos que plantean posible traslado	23,5	42	28,7	32,9

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

¹⁰ La valoración va de 1 a 3 donde 1 es una valoración Baja, 2 Media y 3 Alta

3.6.- COMERCIALIZACIÓN

Los resultados obtenidos dibujan una situación comercialmente pobre. Casi exclusivamente apoyada en procesos de venta directa y con un dinamismo y proyección hacia el cliente muy bajo (nivel de utilización de herramientas comerciales y actividades publicitarias muy reducido); que coincide con un progresivo decaimiento de las ferias como vehículo tradicional comercializador.

Venta directa de productos artesanos

- El 90,4% de las ventas artesanas se materializa a través de canales de venta directa artesano-cliente.
- El “encargo” es la fórmula que canaliza cerca de la mitad de las ventas (47,7%) seguida de las ferias con el 22,8%; fórmulas que explican cerca de tres cuartas partes de las ventas. El Taller (10,1%) y la propia tienda o sala de ventas (7,1%) completan el panorama base de la comercialización.
- Territorialmente, no hay grandes diferencias entre las tres provincias; sino matizaciones a la tendencia anteriormente descrita. Así, los artesanos alaveses realizan algo más de ventas a través de ferias y tienda propia en detrimento de la fórmula del encargo.

Canales indirectos de comercialización

- Las ventas “indirectas” a través de canales de comercialización “largos” (mayoristas, minoristas, comisionistas, talleres o empresas con las que colabora...) a penas representan el 8,6% de la cifra de ventas del sector. Y dentro de esta fórmula de comercialización tan sólo la distribución a través de minoristas (4,7%) supera las cifras marginales.

Exportación

- En cuanto a la exportación de productos, esta, ocupa un papel, lógicamente marginal en términos de cifras de ventas (1% de las ventas del sector). No obstante en términos de número de empresas que venden en el exterior las cifras son cuando menos significativas: 19 son las empresas que “exportan” de forma directa (sea por encargo, presencia en ferias u otras fórmulas) y 2 las que lo hacen de forma indirecta.
- En términos territoriales el carácter fronterizo de Gipuzkoa se deja notar en este capítulo puesto que las empresas que realizan este tipo de venta al exterior son mayoritariamente gipuzkoanas; alcanzando esta vía de comercialización en este territorio el 1,5% de las ventas frente al 0,5% que supone en Bizkaia y Araba.

Cuadro 16
Canales de comercialización utilizados y su importancia en las empresas artesanas
en función del sector de actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VIARIOS	TOTAL
% Realiza venta directa mediante...													
Taller	16,2	19,4	26,9	20,0	33,3	17,6	44,4	7,7	4,5	26,3	66,7	14,7	19,9
Tienda Propia	8,1	2,8	11,5	14,3	0,0	41,2	11,1	23,1	40,9	36,8	0,0	5,9	15,9
Encargo	91,9	66,7	69,2	77,1	100,0	76,5	61,1	61,5	77,3	73,7	33,3	76,5	74,7
Mercado	2,7	11,1	7,7	11,4	0,0	5,9	0,0	15,4	4,5	10,5	0,0	5,9	7,2
Ferias	27,0	55,6	50,0	60,0	33,3	52,9	44,4	53,8	45,5	68,4	0,0	47,1	48,0
Otros	0,0	5,6	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	1,8
% Realiza venta indirecta mediante...													
Mayoristas	2,7	0,0	7,7	11,4	0,0	5,9	5,6	0,0	4,5	5,3	0,0	5,9	4,7
Minoristas	10,8	16,7	3,8	20,0	33,3	35,3	11,1	23,1	4,5	31,6	33,3	20,6	16,6
Comisionistas	2,7	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Talleres/empresas con las que colabora	2,7	2,8	3,8	8,6	0,0	11,8	11,1	0,0	4,5	5,3	0,0	8,8	5,4
% Realiza Exportación Directa	8,1	2,8	3,8	2,9	0,0	23,5	22,2	7,7	0,0	5,3	33,3	5,9	6,9
% Realiza Exportación Indirecta	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3	0,0	0,0	0,7
% ventas, sobre total, mediante venta directa en	92,7	92,6	92,9	86,0	93,3	88,9	85,3	88,0	94,3	88,7	68,3	90,5	90,4
Taller	6,1	11,1	21,7	9,0	3,3	3,4	21,9	1,0	4,8	8,7	65,0	6,0	10,1
Tienda Propia	2,9	0,9	7,5	4,7	0,0	16,3	4,4	10,5	19,8	18,9	0,0	3,2	7,1
Encargo	78,2	45,5	47,5	39,3	70,0	52,1	33,1	39,0	44,8	20,0	3,3	48,2	47,7
Mercado	0,1	3,2	0,8	3,2	0,0	0,9	0,0	10,0	4,3	6,6	0,0	2,0	2,5
Ferias	5,3	30,4	15,4	29,8	20,0	15,0	25,8	27,5	20,7	34,5	0,0	30,2	22,8
Otros	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,4
% ventas, sobre total, mediante venta indirecta en	6,3	6,8	6,9	13,6	6,7	10,0	9,9	11,0	5,7	10,8	30,0	7,9	8,6
Mayoristas	1,1	0,0	2,3	6,8	0,0	1,3	5,0	0,0	0,5	0,3	0,0	2,8	2,1
Minoristas	3,7	4,7	1,9	5,6	6,7	5,9	3,6	11,0	4,7	5,3	30,0	2,9	4,7
Comisionistas	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Talleres/empresas con las que colabora	0,9	2,1	2,7	1,1	0,0	2,8	1,3	0,0	0,5	5,3	0,0	2,2	1,7
% ventas, sobre total, mediante Exportación Directa	1,1	0,6	0,2	0,3	0,0	1,1	4,8	1,0	0,0	0,3	1,7	1,6	1,0
% ventas, sobre total, mediante Exportación Indirecta	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 17
Canales de comercialización utilizados y su importancia en las empresas artesanas en función del Territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Realiza venta directa mediante...				
Taller	20,6	20	19,6	19,9
Tienda Propia	17,6	14	16,8	15,9
Encargo	67,6	77	74,8	74,7
Mercado	8,8	8	6,3	7,2
Ferias	55,9	48	46,2	48
Otros	0	0	3,5	1,8
Realiza venta indirecta mediante...				
Mayoristas	5,9	5	4,2	4,7
Minoristas	14,7	22	13,3	16,6
Comisionistas	2,9	1	0	0,7
Talleres/empresas con las que colabora	2,9	9	3,5	5,4
Realiza Exportación Directa	5,9	4	9,1	6,9
Realiza Exportación Indirecta	2,9	1	0	0,7
Ventas, sobre total, mediante venta directa en				
Taller	90,5	89,2	91,3	90,4
Tienda Propia	9,7	11,1	9,5	10,1
Encargo	7,6	5,9	7,8	7,1
Mercado	41,6	48,0	48,9	47,7
Ferias	5,0	3,3	1,3	2,5
Otros	26,7	21,0	23,1	22,8
Ventas, sobre total, mediante venta indirecta en				
Mayoristas	9,0	10,3	7,3	8,6
Minoristas	3,2	1,3	2,4	2,1
Comisionistas	4,8	5,9	3,8	4,7
Talleres/empresas con las que colabora	0,2	0,2	0,0	0,1
Ventas, sobre total, mediante Exportación Directa	0,8	3,0	1,1	1,7
Ventas, sobre total, mediante Exportación Indirecta	0,4	0,4	1,5	1,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Utilización de herramientas comerciales

- El 21,7% de las empresas artesanales no utiliza ningún tipo de herramienta comercial.
- Las herramientas utilizadas, en términos de ranking sitúan a la tarjeta de empresa como la fórmula más extendida (40,1%). Tras ella, un 27,8% tiene algún tipo de catálogo. Un 24,2% posee página Web, si bien hay que matizar que la mayor parte de los casos se tratan de referencias en Webs colectivas/asociativas. Un 11,6% presenta lista de precios. Un 10,1% ha generado una marca o denominación comercial. Y los que presentan algún tipo de folleto informativo o publicitario específico representan un 9,4%.
- Por territorios cabe destacar que las empresas de Gipuzkoa, son las que menos herramientas comerciales utilizan. Un 25,9% no utilizaría ninguna de las citadas. En Araba y Bizkaia este porcentaje se situaría en el 14,7% y 18% respectivamente.

Realización de actividades publicitarias

- Por lo que se refiere a la realización de algún tipo de actividad promocional o publicitaria, cabe señalar que las empresas artesanas canalizan en la mayor parte de los casos sus esfuerzos en este capítulo a través de la participación en Ferias o Eventos Profesionales (44%); y en la presencia en Guías o Catálogos sectoriales diversos (26,7%). Junto a estos dos grandes focos o actividades aparecen las exposiciones y los concursos y premios (10,5%).
- La proporción de empresas que no realiza ninguna actividad publicitaria o promocional es del 25,6%.
- En términos territoriales de nuevo es Gipuzkoa el ámbito en el que se registran menos esfuerzos en este campo.

- En cuanto a las posibles diferencias entre los diferentes sectores cabe decir que las empresas dedicadas al Metal, la Madera y la Piedra así como la Piel y el Cuero son las que menos actividades publicitarias utilizan. Por el contrario, las empresas de Cerámica, Vidrio y Textiles son las que más uso hacen de estas actividades.

Cuadro 18
Utilización de herramientas comerciales, actividades publicitarias según sector de actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL,PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
Herramientas comerciales disponibles													
Marca o Denominación Comercial	8,1	2,8	3,8	8,6	0,0	23,5	11,1	7,7	9,1	26,3	33,3	11,8	10,1
Tarjeta de empresa	43,2	30,6	53,8	40,0	0,0	41,2	33,3	23,1	54,5	47,4	33,3	32,4	40,1
Catálogo de productos	43,2	19,4	34,6	37,1	33,3	29,4	22,2	30,8	27,3	15,8	33,3	17,6	27,8
Folleto/s publicitario/s	13,5	5,6	11,5	5,7	0,0	11,8	22,2	7,7	13,6	0,0	33,3	8,8	9,4
Lista de precios	8,1	8,3	23,1	17,1	0,0	5,9	11,1	15,4	9,1	21,1	0,0	8,8	11,6
Página Web	18,9	13,9	26,9	22,9	0,0	52,9	27,8	7,7	22,7	31,6	33,3	32,4	24,2
Otros	2,7	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	0,0	15,4	0,0	10,5	0,0	5,9	2,9
No dispone de ninguna	10,8	44,4	23,1	14,3	66,7	0,0	33,3	15,4	22,7	10,5	33,3	29,4	21,7
¿Realiza algún tipo de actividad publicitaria o promocional?													
Carteles informativos de su ubicación	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	5,6	0,0	0,0	5,3	0,0	2,9	2,2
Exposiciones	2,7	19,4	7,7	22,9	0,0	5,9	16,7	0,0	13,6	15,8	0,0	2,9	10,5
Presencia en Guías, Catálogos sectoriales,...	35,1	16,7	30,8	20,0	33,3	35,3	33,3	7,7	36,4	15,8	0,0	35,3	26,7
Participación en concursos, premios,...	2,7	5,6	7,7	17,1	0,0	0,0	11,1	23,1	9,1	10,5	33,3	23,5	10,5
Participación en Ferias o Eventos Profesionales de proyección en el sector	24,3	38,9	57,7	62,9	33,3	52,9	22,2	38,5	59,1	47,4	33,3	47,1	44,0
Otros	8,1	8,3	11,5	2,9	0,0	11,8	11,1	15,4	9,1	15,8	33,3	2,9	8,7
No realiza ningún tipo de actividad publicitaria	35,1	30,6	23,1	17,1	33,3	11,8	44,4	30,8	9,1	21,1	33,3	23,5	25,6

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 19
Utilización de herramientas comerciales, actividades publicitarias según Territorio
(%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Herramientas comerciales disponibles				
Marca o Denominación Comercial	11,8	15	6,3	10,1
Tarjeta de empresa	38,2	48	35	40,1
Catálogo de productos	38,2	33	21,7	27,8
Folleto/s publicitario/s	5,9	14	7	9,4
Lista de precios	11,8	14	9,8	11,6
Página Web	14,7	34	19,6	24,2
Otros	2,9	3	2,8	2,9
No dispone de ninguna	14,7	18	25,9	21,7
¿Realiza algún tipo de actividad publicitaria o promocional?				
Carteles informativos de su ubicación	0	4	1,4	2,2
Exposiciones	8,8	14	8,4	10,5
Presencia en Guías, Catálogos sectoriales,...	26,5	32	23,1	26,7
Participación en concursos, premios,...	17,6	14	6,3	10,5
Participación en Ferias o Eventos Profesionales de proyección en el sector	55,9	48	38,5	44
Otros	5,9	8	9,8	8,7
No realiza ningún tipo de actividad publicitaria	20,6	22	29,4	25,6

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.7.- EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE GESTIÓN

En contradicción con otros rasgos empresariales hasta ahora abordados, el nivel de penetración de las tecnologías de la información y comunicación en el sector es elevado. Apoyado probablemente en el considerable perfil formativo que presenta el colectivo artesano, el ordenador y sus usos asociados a la información y comunicación, se presenta como una herramienta consolidada; aunque en los ámbitos más empresariales de la gestión y/o el diseño ésta penetración aparece como más reducida. Este comportamiento es liderado territorialmente por Bizkaia confirmando los apuntes antes realizados al respecto.

Equipamiento informático en las empresas

- El 69,3% de las empresas del sector cuenta con ordenador¹¹. Y aproximadamente el 53,1% de este colectivo declara utilizarlo en el ámbito de su actividad profesional. Los talleres vinculados a la elaboración de Instrumentos Musicales, Fibras Vegetales, Joyería, Vidrio, Muebles de Madera y Otras actividades artesanas son los que presentan mayores niveles de informatización. Por el contrario, las empresas dedicadas a la fabricación de Objetos de Madera, la Piedra y la Piel y el Cuero son los que presentan una incorporación más baja de estos equipamientos.
- Territorialmente, las diferencias son notables. Gipuzkoa aparece también en este capítulo como el territorio menos dinámico con sólo un 63,6% de talleres que poseen ordenador frente al 73,5% de Araba y el 76% de Bizkaia. Bizkaia, por su parte confirma su dinamismo y presenta, además, la tasa de utilización más elevada (60,5% del que lo disponen).

¹¹ Cifra superior a la que registra el tejido empresarial general de la CAPV en 2004: 59,9% (fuente EUSTAT Encuesta de la Sociedad de la Información)

Usos del equipamiento informático

- El equipamiento informático se utiliza principalmente para la gestión y la comercialización de la actividad (75%), para la comunicación (e-mail) (46,2%) y para la búsqueda de información en Internet (41,8%). Su utilización en las tareas de diseño de los productos afecta al 32,1% de las empresas.
- Territorialmente se confirma también desde los usos o aplicaciones dadas al ordenador que Bizkaia lidera este apartado. Así el 90,7% de las empresas bizkainas utilizan el ordenador para la gestión y comercialización de la actividad mientras que este porcentaje en Gipuzkoa es del 65,1% y del 60,9% en Araba. El 57,3% de las empresas bizkainas los utilizan para la obtención de información (internet) frente al 28% y 43,5% de las empresas gipuzkoanas y alavesas. También en el ámbito de las comunicaciones (e-mail) las empresas bizkainas presentan la proporción de uso más elevado.

Cuadro 20

Posesión y utilización del ordenador y usos que se da dentro de las empresas según sector de actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL,PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
% posee ordenador	73,0	44,4	84,6	68,6	33,3	76,5	66,7	46,2	63,6	78,9	100,0	82,4	69,3
Utiliza el ordenador													
Sí, mucho	44,4	37,5	45,5	45,8	0,0	69,2	41,7	33,3	64,3	66,7	66,7	67,9	53,1
Sí, aunque escasamente	55,6	50,0	45,5	45,8	0,0	30,8	58,3	50,0	35,7	33,3	33,3	32,1	42,7
No	0,0	12,5	9,0	8,4	100,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización del ordenador													
Para la gestión de la empresa y comercialización de la actividad	88,9	71,4	85,0	81,8	0,0	76,9	83,3	60,0	64,3	73,3	100,0	60,7	75,0
Para el diseño de los productos	18,5	14,3	35,0	59,1	0,0	46,2	33,3	20,0	14,3	40,0	0,0	39,3	32,1
Para la comunicación (e-mail)	33,3	28,6	50,0	50,0	0,0	61,5	50,0	80,0	71,4	46,7	66,7	50,0	46,2
Para la obtención de información (Internet)	44,4	57,1	40,0	36,4	0,0	46,2	33,3	40,0	21,4	60,0	33,3	50,0	41,8
Otros	0,0	7,1	10,0	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 21
Posesión y utilización del ordenador y usos que se da dentro de las empresas según territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Posee Ordenador	73,5	76	63,6	69,3
Utiliza el ordenador				
Sí, mucho	32,0	60,5	52,7	53,1
Sí, aunque escasamente	60,0	38,2	41,8	42,7
No	8,0	1,3	5,5	4,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización del ordenador				
Para la gestión de la empresa y comercialización de la actividad	60,9	90,7	65,1	75,0
Para el diseño de los productos	39,1	33,3	29,1	32,1
Para la comunicación (e-mail)	43,5	56,0	38,4	46,2
Para la obtención de información (Internet)	43,5	57,3	27,9	41,8
Otros	13,0	1,3	2,3	3,3

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.8.- RECICLAJE PROFESIONAL: NECESIDADES DE FORMACIÓN

Las prácticas formativas, aunque todavía minoritarias parecen ir introduciéndose como un elemento más en el proceso de mejora competitiva de las empresas artesanas. Con todo es todavía muy significativo el colectivo que no siente ninguna necesidad al respecto.

Participación en acciones formativas

- El 37,2% de las empresas del sector artesanal ha acudido alguna vez a la realización de alguna actividad formativa, siendo los sectores de la Cerámica, el Vidrio, el sector Textil y Otras actividades los que cuentan con una participación más alta. Por el contrario, las actividades relacionadas con el Mármol, Piedra y Escayola, el Metal, la Piel y el Cuero y los objetos de Madera son las que cuentan con una menor presencia.
- Gipuzkoa, con un 30,1% es el territorio donde se ha participado menos en actividades formativas. En cambio, Araba y Bizkaia cuentan con un porcentaje algo más alto que la media en este aspecto (47,1% y 44% respectivamente).

Necesidades de formación

- El 32,1% de las empresas no consideran tener ninguna carencia o necesidad de formación. Las principales necesidades se distribuyen de manera relativamente equilibrada en los tres grandes ámbitos: formación en técnicas de gestión (35,7%); formación comercial (30%) y formación técnica sobre el oficio (28,9%).
- Territorialmente, es Gipuzkoa con un 37,8% el territorio donde más empresas consideran que no tienen ninguna necesidad de formación, mientras que en Araba y Bizkaia esta proporción es considerablemente menor. (26,5% y 26% respectivamente).

- Las empresas bizkainas son las que presentan más interés en el ámbito de la formación sobre aspectos técnicos del oficio así como en el del aspectos comerciales con un 37% y 38% respectivamente. En el ámbito de la gestión son las empresas alavesas las que plantean mayor interés en términos de necesidades de formación (50%), seguido de las bizkainas con un 41%. En general son las gipuzkoanas las menos inquietas en todos los ámbitos.

Cuadro 22
Porcentaje de empresas asistentes a cursos de reciclaje profesional y ámbitos en los cuales consideran tener necesidades de formación (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
% Estab. Que han asistido a cursos	37,8	13,9	30,8	57,1	0,0	52,9	22,2	23,1	50,0	42,1	33,3	52,9	37,2
% Necesidades de formación en:													
Formación Técnica sobre el oficio	35,1	16,7	23,1	40,0	33,3	29,4	22,2	15,4	31,8	26,3	33,3	47,1	28,9
Formación comercial	21,6	19,4	30,8	48,6	0,0	23,5	38,9	23,1	22,7	47,4	0,0	29,4	30,0
Formación en Técnicas de Gestión	43,2	25,0	23,1	42,9	0,0	29,4	44,4	15,4	40,9	68,4	0,0	29,4	35,7
Otras	5,4	8,3	7,7	2,9	0,0	5,9	11,1	15,4	0,0	10,5	0,0	20,6	7,9
Considera no tener carencias	32,4	55,6	46,2	11,4	66,7	35,3	22,2	38,5	45,5	15,8	66,7	20,6	32,1

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 23
Porcentaje de empresas asistentes a cursos de reciclaje profesional y ámbitos en los cuales consideran tener necesidades de formación (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Estab. Que han asistido a cursos	47,1	44,0	30,1	37,2
Necesidades de formación en:				
Formación Técnica sobre el oficio	29,4	37,0	23,1	28,9
Formación comercial	26,5	38,0	25,2	30,0
Formación en Técnicas de Gestión	50,0	41,0	28,7	35,7
Otras	2,9	11,0	7,0	7,9
Considera no tener carencias	26,5	26,0	37,8	32,1

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.9.- INDICADORES DE FUTURO

Pese a que el sector se caracteriza por una significativa madurez que conlleva un nivel de abandono natural de la actividad significativo, las expectativas empresariales son razonablemente positivas, en particular en Bizkaia donde más del 35% de las empresas prevén crecer en los próximos años frente al reducido 6% que anticipa una reducción de la actividad.

Previsiones de continuidad en la actividad empresarial

- El 8,3% de las empresas artesanas prevén el abandono de la actividad en los próximos 5 años. Este ratio se hace particularmente acusado en las actividades Textiles (27,3%), de Muebles de Madera (8,1%), Piel y Cuero (15,4%) y Actividades varias (14,7%).
- Las que contemplan la “sucesión” en la actividad en ese mismo periodo de tiempo suponen el 6,9%.
- La continuidad de la actividad se prevé en el 90,3% de los casos.
- En términos territoriales Gipuzkoa tiene un comportamiento matizadamente diferente a Araba y Bizkaia. Presenta el nivel de previsión de abandono de la actividad más elevado (10,5% frente al 5,9% y 6% de Araba y Bizkaia respectivamente) y ostenta igualmente el nivel de de previsión de sucesión en la actividad más alto (9,1% frente al 5,9% y 4% de Araba y Bizkaia respectivamente).

Expectativas empresariales

- Por lo que se refiere a las expectativas empresariales futuras, un 58,3% manifiesta que las mismas serán de mantenimiento, siendo de crecimiento para el 31,9% de las empresas. El restante 9,8% consideran que las mismas serán de reducción.

- Territorialmente existen diferencias considerables. En Bizkaia las previsiones son las más optimistas con un 37,2% de las empresas que prevén crecer (frente al 25,0% de Araba y el 29,7% de Gipuzkoa). Gipuzkoa con un 13,3% de las empresas artesanas que piensan que sus resultados se verán reducidos presenta el perfil más negativo. Y Araba ocupa el espacio más estabilizado ya que el 68,7% prevé un mantenimiento del nivel de actividad.
- En cuanto a las actividades se refiere cabe destacar que el sector joyero tiene un porcentaje más alto de previsiones de crecimiento que el resto (42,1%). Las actividades en torno a los Instrumentos Musicales, la Cerámica, el Metal, la Piel y el Cuero son los que más apuestan por el mantenimiento de la situación; mientras que los artesanos de Objetos de Madera, del Vidrio y de la actividad Textil son los que peores previsiones efectúan, anticipando un mayor nivel de reducción de actividad..

Cuadro 24

Previsión de continuidad, sucesión y abandono y, en el caso de no abandonar, perspectivas empresariales según actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
De cara al futura (próximos años)													
% Previsión de continuidad	91,9	94,4	96,2	97,1	100,0	94,1	94,4	84,6	68,2	100,0	66,7	82,4	90,3
% Previsión de sucesión	0,0	2,8	11,5	8,6	0,0	5,9	16,7	0,0	9,1	5,3	66,7	5,9	6,9
% Previsión de abandono	8,1	5,6	3,8	2,9	0,0	5,9	5,6	15,4	27,3	0,0	0,0	14,7	8,3
Expectativas empresariales													
Crecimiento	38,3	29,4	28,0	29,5	33,3	37,5	23,5	18,2	31,2	42,1	0,0	38,0	31,9
Mantenimiento	58,8	47,1	64,0	67,6	66,7	50,0	70,6	72,7	50,0	52,6	100,0	44,8	58,3
Reducción	2,9	23,5	8,0	2,9	0,0	12,5	5,9	9,1	18,8	5,3	0,0	17,2	9,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 25

Previsión de continuidad, sucesión y abandono y, en el caso de no abandonar, perspectivas empresariales según territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
De cara al futuro (próximos 5 años)				
Previsión de continuidad	94,1	92	88,1	90,3
Previsión de sucesión	5,9	4	9,1	6,9
Previsión de abandono	5,9	6	10,5	8,3
Expectativas empresariales				
Crecimiento	25,0	37,2	29,7	31,9
Mantenimiento	68,7	56,4	57,0	58,3
Reducción	6,3	6,4	13,3	9,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

3.10.- ASOCIACIONISMO

Sin entrar en valoración cualitativas del activismo asociativo existente, el nivel del mismo en términos cuantitativo no puede calificarse como bajo; si bien está altamente condicionado por el carácter reducido del colectivo artesano en si y su segmentación territorial que viene a acentuar este problema.

Pertenencia a una Asociación Profesional

- Un total de 135 empresas, el 48,7% de las empresas artesanales afirman pertenecer a alguna asociación profesional; nivel comparativamente más elevado que el que se da en otros sectores de carácter empresarialmente fragmentado o minifundista como el comercio minorista.
- El mayor nivel de asociacionismo se da en las empresas de Otras actividades (70,6%), la Joyería (68,4%) y la Cerámica (51,4%). Y por territorios el mayor nivel de integración colectiva se da en Bizkaia (57%), seguido de Araba (50%) y Gipuzkoa (42,7%).
- Básicamente, el ámbito de influencia de la asociación es local o de territorio histórico (64,4%), seguida de ámbito Comunidad Autónoma (28,9%). La pertenencia a asociaciones de ámbito estatal (4,4%) es muy reducida; y a las de carácter internacional puramente simbólico (2,2%).
- Especialmente el perfil asociativo de Gipuzkoa es el que más se vincula a las asociaciones de nivel o rango de Territorio Histórico (77%) con un nivel de asociacionismo CAPV notoriamente más reducido (19,7%). Bizkaia presenta un perfil similar pero más matizado (59,3% TH, 33,3% CAPV). Y Araba invierte el citado perfil con mayor preponderancia del Asociacionismo de nivel CAPV (47,1%) frente al que adquiere el Local o de Territorio Histórico (35,3%).

- De las 142 empresas artesanas que manifiestan no pertenecer a ninguna asociación profesional, el principal motivo que aluden éstas es la falta de interés de los titulares o el hecho “de que no se lo hayan planteado” (52,8%). El siguiente motivo, aunque alejado del primero, es la idea existente en que este tipo de asociaciones no ofrecen servicios o compensaciones de interés (21,8%). Otro motivo comentado por el 17,6% de las empresas es que no conocen ni tienen contacto con ninguna asociación de artesanos.
- Cabe destacar que aún siendo la falta de interés el primer motivo para no pertenecer a alguna asociación, el 59,9% de los artesanos se muestra dispuesto a recibir información acerca de las asociaciones o contactar con otros artesanos.

En este sentido los artesanos guipuzcoanos son los más reacios a recibir esta información (54,9%) mientras que los alaveses son los que más dispuestos estarían a recibirla (82,4%).

Cuadro 26

Pertenencia a Asociaciones profesionales, ámbito territorial de la asociación, importancia en participar en agrupaciones sectoriales y, para las que no pertenecen a ninguna asociación, motivo y si estarían interesado en recibir información para contactar con otros artesanos, según actividad (%v.)

	MUEBLES DE MADERA	OBJETOS DE MADERA	FIBRAS VEGETALES	CERAMICA	MARMOL, PIEDRA Y ESCAYOLA	VIDRIO	METAL	PIEL Y CUERO	TEXTIL	JOYERIA	INSTRUMENTOS MUSICALES	VARIOS	TOTAL
% Estab. que pertenecen a una Asociación Profesional	40,5	38,9	46,2	51,4	33,3	35,3	33,3	46,2	50,0	68,4	0,0	70,6	48,7
% titulares que participan en la gestión o dirección en asociaciones													
Sí	13,3	14,3	8,3	22,2	0,0	33,3	16,7	33,3	9,1	15,4	0,0	16,7	16,3
No	86,7	85,7	91,7	77,8	100,0	66,7	83,3	66,7	90,9	84,6	0,0	83,3	83,7
Ámbito de la asociación													
Local/TH	73,3	64,3	33,3	61,1	0,0	50,0	83,3	66,7	54,5	69,2	0,0	75,0	64,4
CAPV	26,7	35,7	50,0	38,9	100,0	16,7	16,7	33,3	27,3	23,1	0,0	16,7	28,9
Estatad	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	18,2	7,7	0,0	4,2	4,4
Internacional	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2	2,2
Importancia de participar en agrupaciones sectoriales													
Mucho	53,3	42,9	16,7	66,7	100,0	66,7	33,3	66,7	36,4	46,2	0,0	54,2	50,4
Bastante	40,0	50,0	75,0	27,8	0,0	16,7	50,0	33,3	54,5	38,5	0,0	33,3	40,0
Poco	6,7	7,1	8,3	5,6	0,0	16,7	16,7	0,0	9,1	15,4	0,0	12,5	9,6
Motivos por los que no pertenece a una asociación													
No me lo he planteado/ no me interesa	59,2	54,5	50,0	47,1	100,0	54,5	50,0	85,7	36,4	33,3	66,7	40,0	52,9
No ofrecen servicios o compensaciones de interés	13,6	18,2	28,6	47,1	0,0	9,1	25,0	14,3	0,0	50,0	33,3	30,0	21,8
Resultan caras	4,5	0,0	7,1	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	45,5	0,0	0,0	10,0	7,7
No conozco ni tengo contacto con ninguna	22,7	27,3	14,3	5,8	0,0	36,4	8,3	0,0	18,2	16,7	0,0	20,0	17,6
% de Estab. interesados en contactar con artesanos	72,7	50,0	57,1	58,8	100,0	72,7	66,7	57,1	27,3	83,3	66,7	60,0	59,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

Cuadro 27

Pertenencia a Asociaciones profesionales, ámbito territorial de la asociación, importancia en participar en agrupaciones sectoriales y, para las que no pertenecen a ninguna asociación, motivo y si estarían interesado en recibir información para contactar con otros artesanos, según Territorio (%v.)

	ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	CAPV
Estab. que pertenecen a una Asociación Profesional	50,0	57,0	42,7	48,7
Titulares que participan en la gestión o dirección en asociaciones				
Sí	11,8	21,1	13,1	16,3
No	88,2	78,9	86,9	83,7
Ámbito de la asociación				
Local/TH	35,3	59,6	77,0	64,4
CAPV	47,1	33,3	19,7	28,9
Estatad	11,8	7,0	0,0	4,4
Internacional	5,9	0,0	3,3	2,2
Importancia de participar en agrupaciones sectoriales				
Mucho	41,2	43,9	59,0	50,4
Bastante	41,2	47,4	32,8	40,0
Poco	17,6	8,8	8,2	9,6
Motivos por los que no pertenece a una asociación				
No me lo he planteado/ no me interesa	64,7	41,9	56,1	52,8
No ofrecen servicios o compensaciones de interés	23,5	34,9	14,6	21,8
Resultan caras	0,0	4,7	11,0	7,7
No conozco ni tengo contacto con ninguna	11,8	18,6	18,3	17,6
Estab. interesados en contactar con artesanos	82,4	60,5	54,9	59,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta del Sector de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Euskadi

4.- RASGOS BÁSICOS DEL RETRATO COMPETITIVO

El acercamiento al perfil competitivo de los talleres artesanos de la CAPV se ha canalizado a través de 23 análisis de casos seleccionados atendiendo a su particular interés –casos de buenas prácticas-. Desarrollados mediante visita directa y entrevista con el artesano, se han planteado a modo de audit. Competitivo situando el origen y evolución histórica del taller, su organización interna, las características del establecimiento y su equipamiento productivo, el producto elaborado y sus características, la calidad, la marca, el precio, las fórmulas de comercialización y la competencia existente, etc.

Las informaciones así recabadas se han estructurado en un documento específico de Análisis de Casos (ver Anexo I) que, bajo la forma de ficha monográfica, ilustra de manera pormenorizada la visión de cada taller.

Desde ese “observatorio” y el marco general de análisis descrito en anteriores documentos, se presentan a continuación los rasgos básicos del perfil competitivo resultante y la cadena de valor de la actividad artesana.

4.1.- EL CONDICIONANTE “EMOCIONAL”

A caballo entre la actividad económica y el mundo artístico y cultural, entre al ayer y el hoy, entre la organización productiva y el esfuerzo individual, **las especiales características de los oficios artesanos, hacen que el colectivo analizado aplique en el desarrollo de su actividad, criterios que no siempre siguen las pautas habituales en el mundo de la empresa; y que, en la práctica, se sitúe en términos en empresariales** en un estadio precompetitivo en buena parte de los casos.

La cultura del trabajo en “soledad” y el “individualismo” que conlleva es en general fuente de una concepción de la actividad “cerrada”, con sobrevaloración de “lo propio” y, en consecuencia, desconfianza y escepticismo en las ventajas de la colaboración con “el otro”; en particular en las generaciones más veteranas.

Un discurso, en ocasiones autocomplaciente, de la “diferencia” de la actividad, provoca que el colectivo artesano y sus alternativas de futuro acaben siendo rehenes de su “particular” talante, la especificidad asociada al espíritu de artista...; provocando que su “activo emocional” acabe convirtiéndose en un lastre empresarial.

Parece claro, en consecuencia, que el artesano desarrolla su actividad desde una escala de valores en la que priman los aspectos vinculados a la satisfacción personal y su independencia y autonomía en el trabajo, sobre otros de carácter más mercantilista. Todo ello, aderezado frecuentemente con una concepción de la actividad como itinerario vital y no itinerario profesional acaba concretándose en unidades productivas de reducido tamaño si no unipersonales, un espíritu muy individualista y un rechazo muy amplio al hecho de considerarse empresarios, asimilando su trabajo al de trabajadores independientes.

El componente emocional se convierte, en este sentido, en un condicionante esencial para entender el sector artesano como colectivo peculiar, con especificidades que dificultan su análisis desde las claves competitivas del resto del tejido productivo tanto en términos...

- **Organizativo-empresariales:** Como consecuencia de los citados condicionantes emocionales y como pauta general a la que escapan solamente aquellos artesanos de perfil más empresarial y competitivo, no se establecen objetivos ni se adoptan técnicas que permitan un mejor conocimiento de los resultados de la actividad, composición de los costes, evolución de los mercados o técnicas de comercialización, conformándose el artesano con obtener el rendimiento económico suficiente para vivir.
- **De mercado:** El talante individualista materializado en la actividad independiente y/o en solitario del artesano genera un cierto enclaustramiento. No sigue el pulso de la actividad empresarial más allá de las paredes de su taller, vive de espaldas al mercado, no planteándose acciones tendentes al crecimiento y desarrollo de su actividad.

- **De relaciones interempresariales:** con escasa proclividad a asociarse, a pesar de que, al tratarse de un sector con tamaños de empresa muy reducidos, esta vía resultaría imprescindible para obtener sinergias beneficiosas, tanto en el campo de las técnicas artesanales como en el de divulgación y comercialización de su obra.

4.2.- “ARTETIPOS”: APROXIMACIÓN A UNA CLASIFICACIÓN EMPRESARIAL

Los artesanos visitados se pueden clasificar en varios tipos, según el oficio que desarrollan y el planteamiento empresarial de su taller.

Por el oficio y el producto que desarrollan pueden clasificarse en tres tipos:

- **Artesanos TRADICIONALES.** Elaboran productos muy tradicionales, dirigidos a un mercado muy restringido en cuanto a su extensión geográfica. La contrapartida es que son muy conocidos por su demanda potencial. Son los que fabrican instrumentos musicales y makilas.
- **Artesanos ARTÍSTICOS.** Elaboran productos artísticos de primer nivel y aunque su mercado es muy especializado, su buen nivel de calidad los hace reconocidos internacionalmente. Fundamentalmente desarrollan su actividad en metal (bronce), vidrio, papel y cerámica, siendo sus clientes principales artistas o instituciones.
- **Artesanos ESTANDAR o MIXTOS.** Su producción aún caracteriza características artísticas con la funcionalidad de los productos que elaboran, siendo ésta fundamental. Se da esencialmente entre ceramistas y artesanos de la forja, el cuero, el textil y el papel.

Por el planteamiento empresarial, sin embargo se podría hacer dos grandes grupos:

- **Artesano PROFESIONAL.** Colectivo de profesionales que ha alcanzado con su oficio un nivel de vida que considera adecuado y que mantiene una postura de conservación de la actividad, sin querer plantearse nuevos proyectos de expansión.

No se plantea la sucesión y el taller se cerrará cuando se jubile, siendo el trabajo de investigación y mejora de su técnica el motor de su actividad.

- **Artesano EMPRESARIO.** Se trata de aquél que, además de conocer y ejercer su oficio, aplica a su actividad unos criterios empresariales. Se caracterizan por:
 - Alta valoración del diseño como elemento diferenciador de los productos artesanales.
 - Aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a la comercialización de sus productos, al conocimiento de su sector y de la competencia.
 - Gestión de la actividad con parámetros empresariales.
 - Introducción de nuevos equipamientos como ayuda a una elaboración más racional de sus productos.
 - Convencimiento pleno de sus posibilidades en el mercado, basadas en un producto diferenciado y de calidad.

Constituye el perfil más escaso o de vanguardia del sector. Se corresponde a artesanos cuyas edades están comprendidas entre 35 y 50 años, fundamentalmente varones y con estudios profesionales o universitarios; sus expectativas son de desarrollo.

4.3.- LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA ARTESANA

Profundizando en los rasgos competitivos de la empresa artesana, a continuación se pasa revista a los distintos eslabones de su cadena de valor –del producto y su diseño a la comercialización pasando por las características de sus establecimientos, su organización y situación económica-; así como su entorno de referencia en términos de competencia.

4.3.1.- Organización Interna

La mayor parte del colectivo analizado tiene estructurada la actividad como trabajador autónomo o sociedad irregular, siendo unos pocos los que se han constituido como sociedad mercantil. Hay que hacer notar que una parte importante de estas últimas corresponden a sociedades unipersonales o con dos o tres socios, que coinciden con los artesanos que ejercen la actividad. Prácticamente la totalidad de los entrevistados están dados de alta en el I.A.E. y cumplen con sus obligaciones fiscales, cotizando a la Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

Hay que reseñar la existencia en el sector de la figura de la “ayuda familiar”. Esta figura comporta una ayuda familiar, generalmente por parte del cónyuge, que colabora en las tareas de administración y gestión, e incluso, a veces, en labores complementarias a la producción. Se da en todas las ramas de artesanía y genera una economía sumergida de difícil valoración. Por otra parte este tipo de organización es, en muchos casos, vital para la subsistencia de la actividad, aunque resulte engañosa a la hora de aplicar criterios de viabilidad a la misma.

4.3.2.- Producto y Diseño

Las líneas y gamas de producto están bastante estandarizadas dentro de cada sector, salvo en los casos de producción artística por encargo (cuero, vidrio, bronce, papel, forja, cerámica tradicional vasca), donde cada pieza es única.

En general el nivel de los productos elaborados por los artesanos visitados es alto, destacando el binomio funcionalidad ornamentación, especialmente en cuero, papel, cerámica y forja.

En cuanto al diseño de la obra artesanal, puede ser de tres tipos:

- a) Diseño propio. Cuando el artesano, basándose en sus ideas, documentación especializada y las tendencias del mercado, diseña enteramente las piezas que posteriormente elabora. Se da en todos los sectores analizados cuando se trata de piezas para catálogo y venta directa.
- b) Diseño compartido. Para el diseño del producto a elaborar, en este caso por encargo, el cliente aporta la idea base. Puede ocurrir que el cliente haga un encargo concreto, aportando el modelo, o que simplemente indique las especificaciones del producto que desea, elaborando el diseño final conjuntamente con el artesano. Este método es propio de los fabricantes de instrumentos musicales, madera, papel, forja y vidrio.
- c) Diseño Impuesto. Se da en los trabajos de restauración y copia de elementos antiguos. El artesano tiene que elaborar su producto partiendo del modelo que aporta el cliente, ciñéndose a las especificaciones del mismo y utilizando como soporte de su trabajo documentación escrita y gráfica. Este método de trabajo se aplica fundamentalmente entre los restauradores y en los sectores de piedra y metal.

En general los productos de la artesanía vasca tienen un alto nivel de diseño, siendo la funcionalidad una característica importante del mismo.

En cuanto a las técnicas utilizadas en el diseño de los distintos productos, prima el método tradicional, en el que el artesano vuelca sobre papel su idea y la va puliendo hasta dar con el diseño final, que es el que posteriormente se traslada a los moldes o plantillas que utilice para la preparación de la materia prima.

Salvo en algún caso puntual, no se utilizan nuevas tecnologías aplicadas al diseño. Tampoco es costumbre del sector la utilización de nuevas tecnologías para acceder a información sobre productos ya existentes en el mercado.

En cuanto a la evolución del diseño se ha detectado un gran interés de estar al día, bien mediante revistas sectoriales, bien visitas a exposiciones y ferias de primer nivel. Los diseños evolucionan constantemente y algunos de forja, textil, vidrio y cerámica alcanzan un altísimo nivel.

4.3.3.- Características de los Establecimientos

Las **instalaciones**, en general, son adecuadas para el ejercicio de la actividad, aunque hay claras diferencias entre los distintos sectores analizados.

Los sectores de **papel, cuero, joyería, textil, y cerámica** son los que tienen unas instalaciones más modernas, disponiendo en la mayoría de los casos de un espacio para la exposición y venta de sus productos, anexo al taller.

Los artesanos de **forja y bronce** tienen los talleres ubicados en espacios amplios, aunque antiguos. Sus instalaciones tienen una antigüedad superior a los 20 años, aunque están en buen estado de conservación y les resultan útiles para el desarrollo de la actividad.

Hay que tener también en cuenta que hay varios artesanos de más de 55 años cuya intención es cerrar el taller cuando se jubilen, por lo que no tienen intención de acometer ninguna nueva inversión.

Respecto a los equipamientos, en general son los propios de cada actividad. Una mirada por sectores nos indica que:

Los **joyeros** usan poca maquinaria (minitaladros, pulidoras, laminadoras, soldadura de llama fina y, en algunos casos, microfusión), aunque moderna, siendo el herramental la base de su oficio.

En el caso de los artesanos del **metal**, el equipamiento de sus talleres es antiguo, aunque al tratarse de máquina herramienta mecánica (tornos, sierras, taladros verticales, curvadoras, fragua, martillo pilón y grupo de soldadura), la antigüedad no es óbice para la utilidad. En cualquier caso todos mantienen la maquinaria en perfecto estado de conservación.

Los talleres de **cerámica** visitados son los que tienen un equipamiento más moderno, posiblemente debido a que son los de creación más reciente. Todos ellos cuentan con hornos nuevos o seminuevos. El resto de la maquinaria que utilizan (pulidoras, batidoras, prensas y bombas de vacío), a pesar de ser antigua, cumple perfectamente con su función.

Es de destacar que en este sector la mayoría de los moldes que se utilizan para la configuración de las piezas son fabricados a medida por el propio artesano.

El resto de los sectores analizados, **instrumentos musicales, madera, textil, papel y fibras vegetales, vidrio y piel y cuero**, prácticamente no utilizan maquinaria, siendo la herramienta de mano el instrumento básico de trabajo.

Como resumen podemos decir que, en general, tanto las instalaciones en las que desarrollan su actividad los artesanos vascos como su equipamiento, son antiguos, pero sirven perfectamente para el uso al que se destinan y están en perfecto estado conservación y mantenimiento.

4.3.4.- La Comercialización

Este es el caballo de batalla del sector que, en general, reconoce su déficit en este campo y estaría dispuesto a hacer lo necesario para una solución al que, para todos los entrevistados, es el mayor problema estructural de la Artesanía Vasca.

Hasta hace unos pocos años, una parte muy importante de los productos artesanales se comercializaban a través de las Ferias de Artesanía. El que no se mejoren las condiciones e instalaciones físicas en las que se desarrollan las ferias; el incremento de falsos artesanos que se limitan a vender productos importados de países de bajos costes de producción; y la disminución del presupuesto de gasto por parte de los visitantes son, en opinión de buena parte de los entrevistados, generadores de la paradoja de que cuantas más ferias de artesanía hay, menos productos de verdadera artesanía se venden en ellas.

En general, y analizándolo con criterios empresariales de hoy, en el sector de la artesanía no existe una política comercial predefinida. La mayoría de los artesanos carecen de catálogo, no hacen publicidad dirigida a la clientela potencial, no tienen representantes, no utilizan suficientemente las nuevas tecnologías para la difusión de sus productos, y las acciones comerciales se limitan a la presencia en Ferias de alcance regional/local. Todo ello es consecuencia de que, dado el pequeño tamaño de las explotaciones, utilizan básicamente el “boca a boca” como instrumento de captación de clientes.

Los principales canales utilizados para la venta por estos artesanos son los asociados a la venta directa:

- venta directa a clientes particulares, bien en el mismo taller, la tienda anexa o ferias de artesanía.
- venta directa a clientes particulares, por encargo.
- venta directa a clientes empresa o clientes institucionales, siempre por encargo.

Sólo complementariamente aparecen los siguientes canales de venta indirecta:

- venta indirecta a través del comercio.
- venta indirecta mediante distribuidores o representantes.

En cuanto a la tipología de los clientes, muy condicionada por el propio producto o actividad se pueden clasificar en:

- particulares con poder adquisitivo y gusto por las materias nobles y el trabajo artesanal.
- instituciones públicas e iglesia católica como demandantes de trabajos de restauración y copia.
- empresas, en el caso de pequeñas series y regalos de empresa.
- comercio de artículos de decoración y regalo.
- sector de la construcción y profesionales del mismo, en el caso concreto de los sectores de piedra, vidrio y metal.
- escultores, grabadores y otros artistas que utilizan productos de nuestra artesanía como soporte para su obra.

4.3.5.- La Competencia

No existe una competencia interna en el sector. Los artesanos, se trate del oficio del que se trate, tienen un estilo diferenciado, no interfiriendo unos en el de otros. Además más de la mitad de la producción del sector tiene su origen en encargos, bien de particulares bien de instituciones, existiendo un alto grado de fidelidad por parte de los clientes.

En el caso de los sectores de **papel, bronce y vidrio** no existe competencia, siendo la demanda mayor que la oferta, hasta el punto de generarse listas de espera en algún caso.

La principal competencia de la artesanía vasca viene de:

- colectivos que han realizado algún curso de manualidades y que, trabajando materiales de menor nivel y en economía sumergida, ofertan al mercado productos que, aún siendo de menor calidad, tienen un precio muy inferior.
- la reconversión de algunos talleres, especialmente metálicos, que, ante una caída de sus ventas en los mercados habituales, han adaptado sus procesos para la elaboración de productos que compiten directamente con los de **forja**.
- la importación de productos de países con costes de producción más bajos que, aunque no sean de artesanía, tienen un buen acabado y unos precios con los que no se puede competir. Esta competencia afecta directamente a los artesanos de **piel y cuero y textil**, e indirectamente a todos puesto que, con sus precios, atraen una parte del gasto que se realiza en la feria o mercado de que se trate.

Un aspecto que preocupa a los artesanos es la posibilidad de que la Administración Pública introduzca requerimiento de titulaciones oficiales para poder acudir a concursos por ella convocados. Este condicionante dejaría a muchos artesanos, que han aprendido el oficio con un maestro artesano, sin posibilidad de concurrir, limitando sus posibilidades de desarrollo profesional.

4.3.6.- La Situación Económica

No se puede elaborar un estudio de los niveles de facturación por tipos de artesanía y tamaños de empresas, puesto que la mayoría de los entrevistados no han facilitado datos de ventas.

A lo largo de las visitas realizadas, se ha observado que tanto los talleres, como los vehículos de que disponen y las viviendas anexas que se han visitado, corresponden a personas de clase media o media baja, lo que confirma lo por ellos manifestado.

Situación Económico-Financiera

Desde el punto de vista financiero, los clasificados como Artesanos-Profesionales que llevan más de veinte años en el oficio tienen los locales, maquinaria e instalaciones completamente amortizados, y no está en su ánimo embarcarse en ningún proyecto de expansión de la actividad, por lo que no demandan recursos financieros. También existen otros que, bien por llevar poco tiempo en la actividad, bien por ser su rama de artesanía de baja demanda, tienen problemas de tipo financiero.

En cuanto a los clasificados como artesanos-empresarios, se dan varios tipos de situación económico-financiera según que:

- hayan hecho recientemente una inversión para mantenimiento o mejora del equipamiento e instalaciones, utilizando para ello financiación bancaria. En este momento se encuentran con fuertes cargas financieras y de amortización de los préstamos, lo que supone una rémora para nuevos proyectos.
- aquellos que para financiar su renovación y desarrollo han contado con fondos propios procedentes del ejercicio de su actividad.

En general esta parte del colectivo entrevistado es poco partidario de iniciar procesos de desarrollo para los que necesiten financiación ajena que conlleve compromisos de pago a largo plazo.

Control Económico-Financiero

En cuanto a la utilización de técnicas económico-financieras en el análisis de su actividad, prácticamente no se da.

Tan sólo dos de los entrevistados tienen implementado un sistema de cálculo y análisis de costes a través de un programa informático.

El resto, para determinar el precio de venta de su obra o el presupuesto de un encargo, se basan en el coste de la materia prima y materiales a utilizar, y en el número de horas empleadas o previstas. Sobre el precio así calculado cargan una cantidad estimada en concepto de gastos generales y determinan un precio. En la casi totalidad de los casos, el precio resultante se compara con los del mercado para productos similares, produciéndose un ajuste, generalmente a la baja. El precio después de este ajuste es el Precio de Venta al Público con el que se marca el producto. Metodología que, en términos coloquiales, suele denominarse como G.G.B. (Gutxi Gora Behera).

Ayudas y Subvenciones

La gran mayoría de los artesanos encuestados conoce la existencia de ayudas y subvenciones por parte de las instituciones locales, regionales y estatales. Este conocimiento les viene dado por la información que les proporcionan los gestores y asesores que les resuelven los temas fiscales y mercantiles, así como por la labor de difusión que realizan las Diputaciones.

En el caso de aquellos que están en proceso de renovación de las instalaciones o que las han realizado hace poco, sí han tramitado las ayudas a la inversión en activos nuevos que les pudieran corresponder, manifestando todos ellos su satisfacción, tanto por el trato recibido de la Administración, como por la agilidad del trámite.

PARTE III:
SÍNTESIS DIAGNÓSTICA Y PROPUESTAS DE
ACTUACIÓN

5.- DIAGNÓSTICO DAFO

Recogiendo las consideraciones hasta ahora presentadas, y a partir de las diferentes informaciones acumuladas de los Análisis de Casos y Repertorio de Empresas Artesanas que lo acompañan, se han identificado los rasgos que ilustran de forma sintética las características clave del sector.

Los mismos se han articulado bajo el esquema DAFO en torno a cuatro categorías (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) que van a facilitar la visualización de posibles:

- Estrategias defensivas: que intenten anular las amenazas que se ciernen sobre el sector y mitigar sus puntos débiles
- Estrategias ofensivas: que optimicen las oportunidades que brindan al sector el actual contexto, apoyándose en sus fortalezas o factores de éxito

DEBILIDADES

- Colectivo cuantitativamente reducido: insuficiente masa crítica para planteamientos y fórmulas de trabajo al uso en otros sectores.
- Gran heterogeneidad de actividades/productos y situaciones profesionales, que dificulta diagnósticos y planteamientos de trabajo compartidos.
- Minifundismo regulador que viene a acentuar los rasgos previamente citados: Regulación administrativa...
 - **Múltiple:** Araba: marco regulador para 33 empresas; Guipúzcoa: marco regulador para 115 empresas; Bizkaia: marco regulador para 113 empresas
 - **Conceptualmente diversa y de enfoque heterogéneo:** En Araba es competencia de Cultura; en tanto que en Bizkaia y en Guipúzcoa se regula desde el área económica. En todas ellas sobre la base de definiciones y criterios no semejantes.
 - **De planteamientos efectivos muy diferenciados:** En tanto que Bizkaia¹² recibe un tratamiento de estímulo a la competitividad empresarial en línea con los de otros sectores económicos, pero sensible a su particularidad e idiosincrasia; en Araba¹³ se gestiona desde un enfoque de apoyo asistencial –subvención generalizada a fondo perdido-; y en Guipúzcoa¹⁴ desde un enfoque más cercano al vizcaíno aunque con matices que lo sitúan a caballo entre ambas realidades.
- Situación/diagnóstica del sector territorialmente desequilibrada: con una posición relativa favorable de Bizkaia que, de algún modo viene a validar el enfoque de la línea de trabajo seguida en este territorio histórico.

¹² Dotación presupuestaria de 260.000 € para un colectivo de 113 Artesanos: aproximadamente 2.300 €/Artesano. Ampliable en un 20%

¹³ Dotación presupuestaria de 30.050 € para un colectivo de 33 Artesanos: aproximadamente 910 €/Artesano.

¹⁴ Dotación presupuestaria de 210.250 € para un colectivo de 115 Artesanos: aproximadamente 1.828 €/Artesano.

- Fragmentación asociativa que viene a incidir más aún en la ausencia de masa crítica del colectivo y el minifundismo regulador; y no favorece un clima integrador y de refuerzo sectorial.
- Sector maduro: un tercio del sector tiene más de 50 años.
- Talante marcadamente individualista, visión muy centrada sobre sí mismos, su experiencia y sus problemáticas; que condiciona su sensibilidad hacia el mercado y condiciona empresarialmente su actividad.
- Limitaciones propias de la microempresa: Unidades productivas muy reducidas, con insuficiente formalización empresarial organizativo-productiva.
- Comercialización muy básica que hace socialmente “invisible” el producto artesano.
- Niveles de calidad muy diversos bajo un mismo paraguas o término general de artesano.
- Insuficiente adaptación de la oferta educativa a sus necesidades; y escaso te contacto entre ambas realidades.

AMENAZAS

- Competencia de productos industriales e importaciones de países emergentes o en vías de desarrollo con acabados “razonables” y de muy bajo costo.
- Reconversión de Industria tradicional en “talleres artesanos” e intrusismo profesional de actividades de “manualidades” y/o escasa calidad que contaminan la imagen del producto artesano.
- Sobrevaloración de los valores “específicos” de la actividad artesana, hasta el punto de que ese “activo” acabe por convertirse en un lastre para la evolución y dinamización del sector en términos empresariales.
- Deterioro progresivo de las Ferias como canal de comercialización
- Pérdida acelerada de patrimonio etnográfico vinculado al mundo artesano.
- Insuficiente relevo generacional que sitúe el sector en una vía de marginalización progresiva y “languidecimiento” definitivo.
- Insuficiente respuesta competitiva en términos de adaptación al mercado, sus gustos y sus exigencias competitivas, que acabe situándolo como un sector “en vías de extinción”.

FORTALEZAS

- Colectivo con talante “resistente”, habituado a vivir en condiciones sociolaborales y de mercado desfavorables, desde el amor al oficio y la convicción de factor diferencial como activo.
- Importante colectivo de empresas artesanas “excelentes” que, desde distintas actividades y estilos, representan una experiencia transferible al resto del sector: los “cum laude”¹⁵ de la artesanía y su potencial efecto demostración.
- Valores de flexibilidad y capacidad de adaptación propios de las pequeñas organizaciones que viven con pasión su actividad.
- Significativo capital etnográfico con potencial de optimización económica.
- Notoriedad de lo “vasco” como label diferenciador con valor comercial.
- Itinerario de desarrollo sectorial/institucional del sector que desde una perspectiva temporalmente ya considerable, propicia una reflexión crítica de aprendizajes desde los aciertos y los errores cometidos.

¹⁵ Expresión de Blanka Gómez de Segura para ilustrar el efecto demostración al que se alude.

OPORTUNIDADES

- Escenario social (y de mercado) progresivamente sensible hacia los valores que representa el producto artesano.
- Sinergias con las actividades de la cultura y el turismo; sectores de creciente valor económico.
- Colaboración con el mundo del diseño y el arte en una concepción más actual de la artesanía.
- Amplio margen de mejora asociada a la profesionalización de la gestión empresarial.
- Amplio margen de mejora asociado a la optimización de las vías de comercialización tanto directas, como indirectas –estas últimas prácticamente marginales- .
- Aprovechamiento de las alternativas que ofrecen las nuevas tecnologías de información y comunicación tanto individualmente –empresa- como colectivo –sector-

6.- FACTORES DE ORIENTACIÓN PARA EL FUTURO

Presentado el diagnóstico del sector y con carácter previo al desarrollo de propuestas de actuación se quieren situar algunos elementos clave para orientar el futuro del sector.

6.1.- EL CONTEXTO SOCIAL DE LA ARTESANIA: ANTE UN NUEVO CAMPO DE JUEGO

Las transformaciones que viene experimentando la sociedad en términos de valores y gustos de mercado; de formas de producción social y organización socioeconómica dibujan un nuevo campo de juego que abre horizontes y perspectivas para la actividad artesana:

- En la actual sociedad postindustrial, en la que la producción de objetos ha cedido el corazón del sistema a la prestación de servicios; a la información y el conocimiento; el producto ya no es sólo un bien material, incorpora de manera cada vez más explícita los valores intangibles que le son propios. Y en este sentido el producto artesano es un producto seductor que incorpora simbólicamente el valor ético que le otorga la intervención directa del artesano – sus manos- frente al producto industrial y despersonalizado. Y ante una parte de la sociedad que apuesta por el desarrollo sostenible, el comercio justo, o la responsabilidad social de la empresa..., los valores que incorpora el producto artesano son valores de futuro.
- Por otro lado, frente a la gran la centralización productiva y la búsqueda de economías de escala a través de la dimensión que caracterizó la época industrial, la terciarización de la actividad económica actual y con ella el desarrollo de esta nueva sociedad de la información y el conocimiento han traído la valorización de las pequeñas unidades productivas, la idea de empresa en red, de organización inteligente que aprende de su experiencia, tan cercana al mundo del pequeño taller.

- Finalmente y en términos intelectuales ya no hay verdades absolutas. En la sociedad postmoderna el mundo se entiende en clave de gestión de contrarios: pluralismo, convivencia simultánea de realidades diversas -lo viejo y lo nuevo, lo popular y lo elitista, lo tecnológico y lo tradicional, ...-. Realidades contradictorias que caben y se enriquecen entre sí configurando una nueva realidad compleja. En esa nueva sociedad el producto artesano a caballo entre todos esos mundos - lo viejo y lo nuevo, lo popular y lo elitista, lo tecnológico y lo tradicional, ...- adquiere de nuevo centralidad.

La oportunidad y el reto que se plantea es, por tanto, “desaprender” la rutina del oficio para poner en valor la experiencia y el saber acumulado respondiendo a las nuevas necesidades, ofreciendo nuevas cosas o haciéndolo y presentándolo de diferente manera, crear combinaciones, crear ventajas..., es decir **evolucionar y adaptarse, entendiendo que el artesano no puede ser refractario a la innovación.**

6.2.- EL BINOMIO EMPRESA-MERCADO COMO EXIGENCIA

La actividad artesana, condicionada por los rasgos emocionales que la caracterizan, se ha alejado tradicionalmente de la lógica empresarial, entendiéndose más como un qué hacer vital que como una actividad generadora de valor económico. Centrado tradicionalmente en el dominio de la técnica y el oficio -en lo que hace- el artesano ha situado en un segundo plano de preocupaciones saber si lo que hace realmente se demanda; no se ha cuestionado como valorizar y presentar atractivamente lo que hace; o como hacerlo llegar a potenciales clientes más allá de sus canales tradicionales de venta (pedido, ferias, venta directa en taller).

Esta forma de entender la actividad es, sin embargo, difícilmente compatible con las actuales exigencias del mercado; y no parece exagerado plantear que en el futuro, el artesano es empresa o no será.

El mercado requiere producir para satisfacer las necesidades efectivas de los consumidores –sean funcionales o simbólicas-, concentrarse sobre segmentos de clientela específicos, proyectar sobre los mismos una imagen y calidad coherente, y adecuar los canales de comercialización a través de los que se accede a ellos. Requiere producir desde la gestión eficiente de los procesos productivos, desde el conocimiento y análisis de los costes y los precios; y el control administrativo eficaz de la actividad; generando excedentes que garanticen su sostenibilidad. Requiere en otras palabras comportamientos empresariales, con los matices y rasgo de las microempresas en la mayor parte de los casos pero, en última instancia, empresas.

La transición de uno a otro estadio no es tarea sencilla ni inmediata. Las barreras técnicas y de gestión no son las más complejas, sino las psicológicas. Asumir que la concepción empresarial de la actividad artesana no significa su perversión, ni está enfrentada con su dimensión artística sino que constituye el camino de supervivencia y sostenibilidad. Un camino, el de la profesionalización empresarial y el marketing, ya recorrido en parte y a distintos niveles por otros sectores de producción artística (pintura, escultura, audiovisual, literatura...)

6.3.- ARTESANIA Y TERRITORIO: UN MATRIMONIO A VALORIZAR

Las actividades turísticas, lúdicas y culturales han ido adquiriendo progresiva importancia en nuestras formas de vida, hasta constituirse en activos elementos generadores de valor económico. En este sentido el matrimonio territorio-artesanía contribuye a valorizar al atractivo del primero –territorio- en términos de producto turístico y genera oportunidad comercial para el segundo –artesanía-.

La optimización de este “maridaje” no es sin embargo sencilla. La mejora del atractivo del territorio como bien de consumo conlleva riesgos de banalización. En efecto, el atractivo debe entenderse en buena medida asociado a la capacidad de transmisión del valor identitario que incorpora, evitando su deterioro. Ha de plantearse en consecuencia de forma cuidadosa, desde la calidad como exigencia, escapando de soluciones generalizadas, apostando por dimensionamientos prudentes, por desarrollos exigentes que tengan presente el rigor en todos sus planteamientos...evitando caer en actitudes y prácticas incoherentes con la propia naturaleza del atractivo artesano, y su carácter diferencial; y que a la postre puedan acabar generando efectos secundarios no deseados.

6.4.- OFERTA FORMATIVA y EMPRESA ARTESANA: TENDIENDO PUENTES

Situada entre la educación técnica y el arte, la artesanía no ha encontrado históricamente un fácil acomodo. La ausencia de planteamientos permeables y pluridisciplinarios, ha generado espacios estancos que no han favorecido la convivencia de arte, artesanía y diseño; circunstancia que, a la postre, ha desembocado en una oferta formativa artesana desajustada amén de escasa.

Por su parte, los talleres artesanos tradicionales, asentados –teóricamente- en la cultura del “aprendizaje”, se han mostrado en buena medida refractarios a los procesos formativos, acabando de dibujarse el cuadro de relativo desajuste antes mencionado.

Invertir esta situación, tender puentes, y favorecer la adaptación entre el sector artesano y el ámbito educativo-formativo aparece en este sentido como una clara necesidad de futuro. Necesidad no sólo asociada a la cualificación del sector en sí, sino lo que es más importante a su renovación generacional, su rejuvenecimiento y la introducción de nuevos impulsos, planteamientos y talentos acordes con las exigencias competitivas existentes.

7.- BASES PARA UN PLAN DE ACTUACIÓN

Recogiendo las consideraciones hasta ahora expuestas, y atendiendo en particular a la convergencia sobre el sector de múltiples actores institucionales y sectoriales; así como a la transversalidad del propio sector en relación a otros ámbitos con los que interactúa, el establecimiento de las bases de un Plan de Actuación transformador pasa por concitar la colaboración interinstitucional generando un foro específico para el desarrollo de las iniciativas transformadoras.

7.1.- HACIA UN FORO INTERINSTITUCIONAL DE LA ARTESANIA

Se concibe como **un punto de encuentro público-privado** que...:

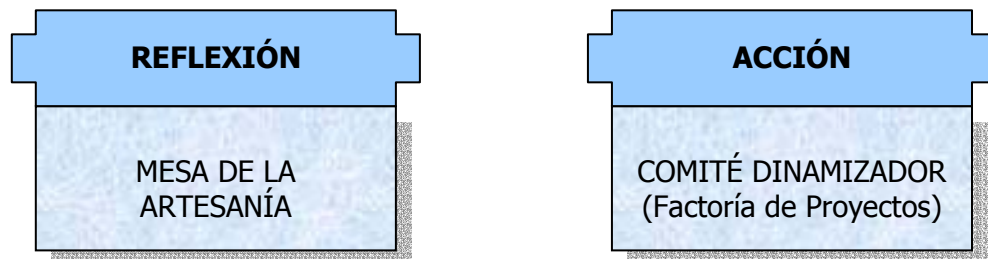
- En términos de Ordenación institucional del sector, integre de forma coherente los esfuerzos de las tres Diputaciones y el Gobierno Vasco, favoreciendo la coordinación de planteamientos en los tres territorios; y procurando un marco de regulación y promoción, atractivo y estimulante.
- Acerque y haga participe de ese proceso a las diferentes ámbitos sectoriales que se vinculan al sector (Comercio, Turismo, Cultura, Educación...) con animo de que incorporen esta sensibilidad y orientaciones a sus políticas reguladoras y de promoción en una dinámica coherente y sinérgica.
- Implice al sector en un proceso de transformación empresarial compartido (asociaciones profesionales y/o artesanos de prestigio y liderazgo reconocido)
- Integre sensibilidades, experiencias y visiones sobre el mundo artesano en un proceso rico y plural de búsqueda de las mejores alternativas de futuro (colectivos profesionales del diseño, el arte, la cultura, el turismo y otras disciplinas vinculadas con el mundo artesano)

Y que actúe como **un foro de reflexión-acción** que incorpore en consecuencia instrumentos en las dos vertientes ...

- Desde la Reflexión...: Una **Mesa de la Artesanía** como espacio estable de encuentro, reflexión, y debate de los actores institucionales y sectoriales anteriormente citados. Espacio que actuará, en consecuencia, como marco consultivo de orientación y animación de las transformaciones institucionales y sectoriales a abordar

Desde la acción...: Un **Comité Dinamizador** o **Factoría de Proyectos** del sector que desde un enfoque de “empresa-red”, actúe como agente transformador a través de la ejecución de los proyectos concretos y/o la dinamización de los programas. Proyectos que vayan materializando de forma real y visible las iniciativas de cambio, modernización, innovación, y en general adaptación del sector a las exigencias competitivas de los actuales mercados

FORO INTERINSTITUCIONAL DE LA ARTESANÍA VASCA



7.1.1.- Mesa de la Artesanía: Agenda de reflexión para el cambio

Integrada por representantes de los agentes institucionales y sectoriales representativos del sector; y con una composición abierta a los espacios frontera – educación, turismo...- la Mesa de Artesanía actuaría, a través de sesiones plenarias y/o jornadas técnicas específicas, como foro de reflexión y debate que inspirara de forma coherente y coordinada las intervenciones de los citados agentes dentro de sus respectivos campos de actuación.

A modo de avance, los posibles contenidos clave de la “agenda de reflexión” de la Mesa de Artesanía se han estructurado en torno a 4 Ejes básicos sobre los que se identifican ámbitos de debate asociados a los retos y necesidades del sector. Se define así un cierto Mapa de Ideas Clave que delimita el marco de trabajo.

Sobre el citado Mapa de Ideas Clave, la Mesa de la Artesanía estructurará la agenda de trabajo, asignará prioridades y definirá la fórmula y temporalización del abordaje de los mismos.

Mapa de Ideas Clave: Agenda de reflexión para el cambio

EJE 1 Ordenación del Sector: perfeccionamiento del marco regulador.	Ámbito 1.1.-	Diversidad territorial versus Armonización del marco regulador
	Ámbito 1.2.-	Mejora de la eficacia del marco regulador: hacer empresa como objetivo
	Ámbito 1.3.-	La necesidad de transversalidad con otros sectores
Eje 2: Competitividad empresarial y mercados	Ámbito 2.1.-	Mejora de los procesos de Comercialización y Marketing Colectivo
	Ámbito 2.2.-	Profesionalización de la gestión
	Ámbito 2.3.-	Incorporación de Nuevas Tecnologías
	Ámbito 2.4.-	Formación Continua del colectivo Artesano
	Ámbito 2.5.-	Recambio generacional
Eje 3: Colaboración con otros sectores y ámbitos profesionales	Ámbito 3.1.-	Cultura y turismo: la Artesanía como activo del territorio
	Ámbito 3.2.-	Educación: tendiendo puentes entre el oficio, el diseño y el arte
	Ámbito 3.3.-	El diseño como herramienta de innovación y calidad
Eje 4 Cohesión y toma de conciencia como colectivo	Ámbito 4.1.-	Propiciar fórmulas de colaboración
	Ámbito 4.2.-	Información, divulgación y sensibilización del colectivo

Eje 1: Ordenación del sector: perfeccionamiento del marco regulador

El actual marco competencial sobre el sector dibuja un escenario de regulación minifundista y heterogéneo; y que no optimiza la dimensión fronteriza del sector con otros ámbitos sectoriales (turismo, comercio, cultura, educación..)

➤ **Ámbito 1.1.- Diversidad territorial versus Armonización del marco regulador: Alternativas de perfeccionamiento**

La necesidad de reflexión sobre la coordinación y consenso de políticas institucionales sobre el sector, trasciende el debate competencial “Diputaciones versus Gobierno Vasco” en sí mismo, para centrarse en el desarrollo un marco regulador armonizado para el conjunto de los artesanos vascos y razonable desde el punto de vista cuantitativo del colectivo regulado.

➤ **Ámbito 1.2.- Mejora de la Eficacia del marco regulador: hacer empresa como objetivo.**

La convivencia de distintos enfoques en el estímulo y apoyo competitivo al sector, permite extraer aprendizajes que apuntan a la necesidad de situar los tratamientos “empresariales” como una condición de éxito. El caso Bizkaino como referencia.

➤ **Ámbito 1.3.- La necesidad de transversalidad con otros sectores**

Las necesidades y las oportunidades del sector apuntan al tratamiento abierto y transversal con distintos ámbitos –economía, turismo, comercio, cultura, educación...- que será necesario posibilitar y favorecer desde el marco legal de ordenación y apoyo al sector.

Eje 2: Competitividad empresarial y mercados

➤ **Ámbito 2.1.- Mejora de los procesos de Comercialización y Marketing colectivo**

Identificación de posibilidades de trabajo en una triple dirección:

- Mejora de la comercialización individual de los talleres artesanos en sus procesos de venta.
- Promoción de experiencias que incorporen planteamientos colectivos de comercialización.
- Estimulo de la notoriedad social del sector –hacerlo visible- a partir de la transmisión de una “imagen” asentada a en los valores identitarios que le son propios: calidad, cercanía, autenticidad...

➤ **Ámbito 2.2.- Profesionalización de la gestión**

Introducción de planteamientos progresivamente más empresariales, que desde la sensibilidad por su especificidad y desde las limitaciones asociadas al tamaño - microempresas -, aceleren la búsqueda realista de un modelo competitivo viable para el sector.

➤ **Ámbito 2.3.- Incorporación de Nuevas Tecnologías**

Apuesta por la introducción generalizada de las Nuevas Tecnologías tanto en la dimensión de diseño-productiva; como en la dimensión empresarial gestora; y de información, conexión y comunicación. Este último aspecto presenta una gran potencialidad en el proceso de superación del tradicional aislamiento e individualismo artesano y su integración en una dinámica de trabajo y conexión en red como colectivo.

➤ **Ámbito 2.4.- Formación Continua del colectivo Artesano**

Apuesta por la Formación Continua como medida de acompañamiento central en el proceso de dinamización de las distintas iniciativas para la competitividad del sector.

➤ **Ámbito 2.5.- Recambio generacional**

El recambio generacional constituye una necesidad para la supervivencia del sector, no sólo para poner fin a la evidente desaparición progresiva de talleres, sino en términos de cambio cualitativo; de impulso que posibilite romper con determinadas inercias y hábitos desfavorables, y caminar por la senda de la modernización competitiva y la innovación.

Eje 3: Colaboración con otros sectores y ámbitos profesionales

➤ **Ámbito 3.1.- Cultura y Turismo: la artesanía como activo del territorio**

Incorporación activa de la artesanía a la configuración de las ofertas turísticas territoriales. Exploración de diferentes vías para su puesta en valor:

- optimización de los espacios y atractivos turísticos singulares como vías de comercialización de productos artesanos.
- preservación de los aspectos etnográficos de las actividad artesanal y explotación de su atractivo como recurso turístico.

➤ **Ámbito 3.2.- Educación: tendiendo puentes entre el Oficio, el Diseño y el Arte**

Planteamiento integrador de la artesanía en tanto que oficio –formación técnica profesional- con las formaciones vinculadas al diseño y al arte; tendiendo puentes entre ambos mundos y superando los planteamiento estancos tradicionales.

➤ **Ámbito 3.3.- El Diseño como herramienta de innovación y calidad**

Generación de espacios y proyectos de colaboración entre artesanos y diseñadores, que alimenten dinámicas de innovación y calidad apoyadas en el diseño.

Eje 4: Cohesión y toma de conciencia como colectivo

La heterogeneidad y dimensiones del sector insistentemente señaladas, hacen de lo planteamientos colectivos una necesidad más viva y perentoria aún que en otros ámbitos.

➤ **Ámbito 4.1.- Propiciar formulas de colaboración**

Apoyarse en las necesidades comunes y la búsqueda de alternativas como fórmula para estimular el acercamiento y la relación entre los artesanos.

➤ **Ámbito 4.2.- Información, Divulgación y Sensibilización del colectivo**

El desarrollo de actividades diversas informativas, divulgativas y de sensibilización general debe constituir una importante herramienta de acompañamiento de otras iniciativas de cohesión y compactación del sector: de las publicaciones y la documentación; al estímulo de viajes y/o visitas profesionales conjuntas; pasando por la presentación y conocimiento de otras experiencias, la celebración de eventos sectoriales corporativos etc.

7.1.2.- Comité Dinamizador/Factoría de Proyectos

En el marco del proceso de trabajo de reflexión-acción, las características del sector, sus urgencias y necesidades, aconsejan poner el énfasis en la actuación, de forma directa e inmediata. En este sentido, sin minimizar el proceso de reflexión y debate permanente de la Mesa de Artesanía, parece oportuno avanzar en el marco transformador. En este sentido parece necesario reflexionar sobre...

El concepto de Artesanía Vasca como “Empresa Colectiva”:

El reducido colectivo artesano, y la pequeña dimensión de sus empresas, **-pocos y pequeños-** constituyen sin duda dos rasgos limitantes claros para el sector.

Superarlos significa **“trabajar juntos para ser grandes”**; tejer redes colaborativamente; entender la Artesanía Vasca como una “empresa colectiva” que crece horizontalmente para “hacer juntos lo que no podemos hacer por separado”.

Entendida la Artesanía Vasca como proyecto de empresa conjunta, en red, -y no como asociación de empresas artesanas-, el proyecto deviene en una “paraguas empresarial” activo para dinamizar y llevar acabo proyectos y servicios propios que den satisfacción a sus necesidades; y para optimizar la interlocución y apoyo de la administración. Una suerte de federación de artesanos que, desde su actividad individual, participa en una dimensión empresarial colectiva.

De las citadas consideraciones se desprende que la dinámica colectiva planteada en tanto que proyecto supone...:

- **Querer participar: Un proyecto de adhesión voluntaria.** Es decir, requiere de la voluntad individual de integración por parte del artesano y la aceptación de las reglas del juego que se establezcan entre los miembros.

- **Poder participar: Un proyecto de cultura de mínimos.** La iniciativa se plantea para “ayudar a quien se ayuda” y esto de algún modo refleja que para participar en el proyecto hay que acreditar una práctica empresarial con unos niveles de profesionalidad y calidad suficientes; aspecto que remite a dos aspectos o trabajos clave a desarrollar como condiciones previas. Ambos condicionantes encuentran su expresión operativa en ...

➤ **Proyecto base.- Label de Artesanía Vasca (Artesano Vasco) + Programa de Certificación (Mejora Competitiva).**

El Label o Marca Genérica de Artesanía Vasca resulta un paso imprescindible para el desarrollo del planteamiento descrito, tanto conceptualmente, como operativamente –ya que su adquisición se plantearía como condición de participación-; además de una demanda sentida y manifestada por un amplio número de artesanos.

Su desarrollo hará aflorar además la necesidad de arbitrar mecanismos de “certificación” de empresas artesanas (Artesanos) que quedan habilitadas para su uso. El proceso de certificador, superando las fórmulas administrativas de los actuales registros, y desde la filosofía de “tercera parte”, introduciría fórmulas de audit competitivo para los talleres. Circunstancia que, de hecho, representaría la instrumentación de un **Programa de Mejora de Competitiva** del sector para la consecución del label.

Una suerte de proyecto de excelencia empresarial Artesano (certificado de Artesano del País Vasco) que habilita a la participación en proyectos conjuntos y la utilización de la marca genérica Artesanía Vasca previa homologación y, en su caso, transformación y modernización de la unidad productiva para su obtención (Programa de auditoria competitiva y asistencia técnica para la obtención del certificado, o lo que es lo mismo, renovación y modernización competitiva).

Sobre la base de la implantación del Proyecto de Label o Marca genérica de la Artesanía Vasca, el Comité Dinamizador llevaría a cabo distintas iniciativas tendentes a resolver sus problemas y necesidades del sector; o dar salida a iniciativas para la optimización de oportunidades....

“Hacia dentro” de las unidades productivas (necesidades y proyectos internos): en términos de profesionalización de la gestión, modernización de instalaciones y equipamientos, innovación, diseño, rejuvenecimiento y formación de los Recursos Humanos...

“Hacia Fuera”: En términos de comercialización, proyección externa, y marketing colectivo

➤ **Proyecto 1: Catálogo de Productos de Comercialización Indirecta**

Colecciones de Artesanía Vasca. Concebido como un posible punto de encuentro entre artesanos y diseñadores, se crearían colecciones de diferentes productos asociados a distintas actividades o sectores artesanos con motivos comunes o compartidos (series).

Dichas series de productos –genéricos y/o específicas- podrían ser comercializadas en los distintos puntos de calientes de atracción turística, creando el primer nivel de red de comercialización en colaboración con el sector turístico-cultural (Proyecto 2).

➤ **Proyecto 2: Red Territorial de Puntos de Comercialización indirecta asociados a “puntos calientes” turístico-culturales**

- Museos y Espacios locales de corte etnográfico
- Establecimientos de Agroturismo + Hoteles con encanto
- Otros...

Diseño de espacios específicos para su implementación en los distintos puntos calientes a modo de “Txokos de la Artesanía (Hand Craft Corners)”

Compatibilización de la venta directa con la venta por catálogo y/o soporte Web, para aligerar la necesidad de acumular stocks significativos (Proyecto 3)

➤ **Proyecto 3: Formas de Comercialización sin establecimiento**

Sobre la base de la oferta Catalogada, podrían plantearse...:

- Venta por Catálogo de distribución selectiva: Apoyado en los catálogos distribuidos en la red territorial de puntos de venta; los compradores efectivos podrían pasar a formar parte de una base de clientes “amigos de la artesanía” que recibirían catálogos anuales (campañas de navidad por ejemplo)
- Venta por Catálogo sobre soporte Web: fórmula que agilizaría y abarataría el planteamiento antes descrito
- Formas de venta directa vía web, ajenas a la producción catalogada, por parte de cada artesano (ver Proyecto 5).

➤ **Proyecto 4.- Red de Ferias/Mercados:**

Dignificación y homogeneización de las ferias y eventos de comercialización artesana no sedentaria y/o al aire libre.

- Programa de remodelación y modernización de mercados municipales no sedentarios al aire libre en colaboración con el Dpto. de Comercio + Movilización de recursos comunes artesanos para unificar imagen, equipamientos de apoyo y planteamientos informativos y operativos de las Ferias y Mercados de artesanía.
- Proyección externa de la Artesanía Vasca en eventos estatales y/o de otros países a través de fórmulas de presencia conjunta de la Artesanía Vasca.

➤ **Proyecto 5: - Programas de Asistencia Técnica y Tutorización del cambio en la empresa artesana**

A desarrollar en el marco de la canalización de Ayudas institucionales

- Programa de Diseño, Calidad e Innovación: Asistencia técnica a los Talleres Artesanos para estimular la actualización del diseño de sus productos, sus embalajes, y presentación comercial. El programa podría adoptar una fórmula sectorializada con Diseñador/es que trabajasen sectores específicos –metal, madera...- configurándose unidades sectoriales diferenciadas; intercambios de experiencias entre ellas etc.
- Programa de Asistencia Técnica a la Comercialización: Creación de un línea de asistencia técnica a la empresa artesana para el diagnóstico, y tutorización de procesos de renovación y mejora de los canales y medios de apoyo a la comercialización que utiliza para su venta al público y a colectivos profesionales

- Programa de Asistencia Técnica a la Gestión Empresarial: Línea de asistencia técnica similar asociada a los procesos de gestión financiera contable, renovación de equipamientos e instalaciones etc.
- Programa de Asistencia Técnica a la Introducción de las TICs: Línea de asistencia técnica similar asociada a los procesos de incorporación de las herramientas informáticas y las nuevas tecnologías a la actividad artesana.
- **Proyecto 6: Plan Anual de Reciclaje Profesional (HOBETUZ).** Diseño y dinamización de un Plan Anual de oferta formativa específica para artesanos canalizable a través del dispositivo vasco de apoyo a la formación continua
- **Proyecto 7: Sucesión Tutorizada**

Dinamización de procesos de “sucesión tutorizada” de la actividad artesana a trabajadores asalariados de los talleres artesanos (o en su caso estudiantes egresados de las escuelas de bellas artes, estudios de formación profesional etc.) Actuación inspirada en las experiencias francesas animadas por la Cámara Nacional de Artes y Oficios –CNAM¹⁶-
- **Proyecto 8: “De La Escuela de Artes al Taller de Artesanía”:** convenio de colaboración entre las escuelas de artes (en su caso centros de FP, Bellas Artes...) y los talleres artesanos para acercar ambos mundos y potenciar la actividad artesana como una salida profesional atractiva y viable que contribuye a la renovación generacional y cultural del colectivo.

¹⁶ Experiencia asociada a la modelización, asistencia técnica y acompañamiento a los procesos de acercamiento entre el artesano saliente y el sucesor; el sucesor y el proyecto de empresa; el sucesor y la clientela; la valoración de los fondos de comercio del artesano.

➤ **Proyecto 9: Premio Anual de la Artesanía Vasca:**

Reconocimiento anual a la trayectoria profesional de un artesano. Evento que anualmente aglutinaría al colectivo (acompañado en su caso de comida o ceremonia lúdica) y otorgaría reconocimiento a la labor profesional y trayectoria artesana del premiado, contribuyendo a la notoriedad o visibilidad de la artesanía ante el mercado y las sociedad en su conjunto

➤ **Proyecto 10: Repertorio de actividades artesanas**

Inventario y/o sistematización de los inventarios existentes sobre las actividades artesanas tradicionales que perviven; posibilitando posteriormente una lectura del mismo en términos de oportunidades y posibilidades de valorización económico-cultural de los mismos.

➤ **Proyecto 11: Becas y ayudas para la formación artesana en el extranjero**

Dada la reducida dimensión del colectivo el impacto relativo de este tipo de inversiones puede resultar elevado.

APENDICE

**CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS PARA UNA OBSERVACIÓN
PERMANENTE DEL SECTOR**

CUESTIONARIO DE ACERCAMIENTO AL SECTOR UTILIZADO

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS PARA UNA OBSERVACIÓN PERMANENTE DEL SECTOR

El presente estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco, desde su carácter relativamente pionero en el sector, sitúa las grandes cifras del mismo; dimensiona y caracteriza sus empresas y sus empleos; y ofrece un cierto retrato competitivo que posibilita diferentes reflexiones y propuestas de actuación futura.

Constituye en este sentido una foto o retrato del punto de partida del sector que posibilita su seguimiento futuro. En esta perspectiva, a continuación se presentan algunas consideraciones para abordar de manera sistemática el seguimiento del sector desde la puesta en valor de esta primera información de partida. Se sugieren en este sentido dos líneas de trabajo complementarias:

1. Dinámica de seguimiento de los registros artesanos de las tres Diputaciones Forales
2. Encuesta Panel de seguimiento del sector

1.- Dinámica de seguimiento de los registros artesanos de las tres Diputaciones Forales

Habida cuenta de la complejidad del sector en términos de identificación del colectivo artesano, los registros de las Diputaciones, -con las limitaciones que introducen- constituyen una fuente estable, oficial y sistemática para el seguimiento del número de empresas artesanas; y valorar la creación y desaparición de las mismas (altas y bajas).

2.- Encuesta Panel de seguimiento del sector

Complementariamente el seguimiento de las características y rasgos empresariales –su perfil competitivo-, requiere de un acercamiento específico a las empresas vía encuesta/entrevista de forma similar a la realizada en esta operación. Al respecto se plantean a continuación algunas orientaciones en términos operativos y de contenidos.

2.1.- Carácter de “panel” periódico con renovación

Habitualmente, los procesos de seguimiento –observación permanente- de estas características intentan conciliar la estabilidad de la observación con la adaptabilidad al entorno vía entrada de nuevas empresas. Para ello se trabaja normalmente a través de un “panel” o muestra estable de empresas (las mismas) que son objeto de encuestación periódica –por ejemplo anual- a las que se introduce un criterio de renovación o de sustitución parcial igualmente periódico –por ejemplo el 20% anual-. De este modo sobre una hipótesis de trabajo anual, en un “panel” de 100 empresas con un 20% de renovación anual, una empresa permanecerá cinco años como unidad de observación.

Partiendo de una metodología de trabajo de estas características se sugiere que la operación de seguimiento se diseñe con criterios de:

- Periodicidad bianual
- Muestra orientativa de 150 empresas

2.2.- Contenidos clave de seguimiento

Utilizando como referencia de trabajo el cuestionario de acercamiento al sector aplicado en este estudio, se plantean los siguientes contenidos o variables de interés para el seguimiento:

- **Apartado 1: Datos Identificativos del Taller + Apartado 12: Forma Jurídica bajo la que se desarrolla la actividad.** Particularmente centrado en la evolución que experimenta las formas societarias.
- **Apartado 2: Características del Establecimiento.** Epígrafe 2.3. que identifica la existencia o no de taller, sala de ventas y vivienda anexa.
- **Apartado 3: Titular de la Actividad.** Vinculado a la identificación de que la actividad constituya actividad principal o complementaria a otras. Y en el caso de los nuevos artesanos, edad, formación y sexo.
- **Apartado 4: Empleo.** En su integridad

- **Apartado 7: Características de la Comercialización.** En su integridad
- **Apartado 8: Equipamiento Tecnológico de Gestión.** Epígrafe 8.1. relativo al ordenador
- **Apartado 10: Indicadores de futuro.** Epígrafe 10.2. Expectativas empresariales
- **Apartado 11: Asociacionismo.** Epígrafe 11.1. Referido exclusivamente a la pertenencia o no a colectivos asociativos

Lógicamente dichas variables constituyen una referencia orientativa que debe ser ajustada desde una dinámica de mayor detalle para la implementación concreta del seguimiento.

CUESTIONARIO DE ACERCAMIENTO AL SECTOR UTILIZADO

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DEL TALLER	
Propietario/a o Denominación social:	
Nombre Comercial o Rótulo:	
Sector:	
Actividad:	
	C.N.A.E.: _ _ _ _ _ _ _
Fecha de alta:	
Dirección :	
	Código Postal: _ _ _ _ _
Municipio:	
	Territorio Histórico..... _ _ _ _
Teléfono:	
	Fax: _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ E-mail:

2.- CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO	
2.1.- Número de establecimientos (marcar opción):	
- Único:	<input type="checkbox"/>
- Multilocalizado:	<input type="checkbox"/> → 2.2. ¿Cuántos? _ _ _ (Especifique direcciones de los establecimientos además del principal)
2.3.- ¿Dispone de...	
- Taller?:	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> → ¿De qué dimensión? m ² _ _ _ _ _
- Sala de ventas?:	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> → ¿De qué dimensión? m ² _ _ _ _ _
- Vivienda anexa?:	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>

3.- TITULAR DE LA ACTIVIDAD	
Nombre y apellidos: Edad: _ _ _ Formación: Cod. Titulación: _ _ _ _ _ Oficio: C.N.O.: _ _ _ _ _ 	Profesionalmente, la actividad artesana constituye su: <ul style="list-style-type: none"> - Actividad principal: <input type="checkbox"/> - Es Complementaria a otras: <input type="checkbox"/> Antigüedad en la profesión. Año: _ _ _ _ _ Tradición Familiar: <ul style="list-style-type: none"> - 1ª generación: <input type="checkbox"/> - 2ª generación: <input type="checkbox"/> - 3ª generación (o más): <input type="checkbox"/>

4.- EMPLEO

4.1.- Especifique a continuación el número de personas que trabajan con Vd. y distribúyalos/as de acuerdo a su dedicación (Tiempo completo/parcial) y las categorías de relación laboral/ayuda familiar que se le propone a continuación:

	TIEMPO COMPLETO			TIEMPO PARCIAL				
	Total Tiempo Completo	Relación Laboral		Ayuda Familiar	Total Tiempo Parcial	Relación Laboral		Ayuda Familiar
		Formal	Informal			Formal	Informal	
Varones								
Mujeres								
TOTAL								

4.2.- Total empleos resultantes (incluido el Titular de la Actividad): |_|_|

4.3.- Vd. como titular de la actividad, cotiza a la Seguridad Social en calidad de ...
 Autónomo/a permanente o de forma continuada, durante todo el año
 Autónomo/a estacional o de forma discontinua, durante algunos meses al año
 Asalariado/a
 No Cotiza

5.- PRODUCTOS

5.1.- Estructure su producción en líneas de productos diferentes (5 máximo) y valore la importancia (%) que tiene cada una de ellas sobre su cifra de ventas anuales:

	LÍNEA DE PRODUCTO	% VENTAS / AÑO:
1	%
2	%
3	%
4	%
5	%
TOTAL		100%

5.2.- Ha introducido durante los últimos 3 años modificaciones o innovaciones significativas en sus productos en términos de:
 Diseño
 Materiales
 Técnicas de fabricación
 Otros (Especificar)

6.- EQUIPAMIENTO/INSTALACIONES

6.1.- ¿Cómo calificaría su equipamiento productivo (maquinaria y herramientas)?
 Antiguo Normal Moderno

6.2.- ¿Considera que le será necesario realizar inversiones para la renovación o mejora de su equipamiento productivo a corto plazo?
 Si No Ns/Nc

6.3.- ¿Cómo calificaría la dimensión de sus actuales instalaciones?. ¿Y su estado?
 Insuficientes Deficiente
 Adecuadas Aceptable
 Amplias Bueno

6.4.- En general, el nivel de satisfacción con su equipamiento e instalaciones es:
 Alto Medio Bajo

6.5.- ¿Se ha planteado alguna vez el traslado a otra ubicación?
 Si No Ns/Nc

9.- NECESIDADES DE FORMACIÓN

- 9.1.- ¿Ha asistido alguna vez a algún curso formativo de reciclaje profesional?
 Si
 No
- 9.2.- ¿En cuál de los siguientes ámbitos considera que puede tener carencias o necesidades de formación?
 Formación Técnica sobre el Oficio:
 Formación Comercial:
 Formación en Técnicas de Gestión:
 Otras (especificar):

10.- INDICADORES DE FUTURO

- 10.1.- De cara al futuro (próximos 5 años), ¿qué perspectivas o previsiones tiene en relación con su actividad artesana?
- | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|--|
| - Previsión de continuidad: | NO <input type="checkbox"/> | SI <input type="checkbox"/> → Pasar a 10.2. |
| - Previsión de sucesión: | NO <input type="checkbox"/> | SI <input type="checkbox"/> → Pasar a 10.2. |
| - Previsión de abandono de actividad: | NO <input type="checkbox"/> | SI <input type="checkbox"/> |
- 10.2. ¿Y qué expectativas empresariales?
 Crecimiento Mantenimiento Reducción

11.- ASOCIACIONISMO/RELACIONES INTEREMPRESARIALES

- 11.1- ¿Pertenece a alguna asociación profesional?
SI 11.1.1.- ¿Cómo se denomina? _____
11.1.2.- ¿Participa en su dirección o gestión a través de algún cargo en la misma?
 No Si (Especificar actividades) _____
11.1.3.- ¿Cuál es su ámbito territorial?
 Local Comunitaria Estatal Internacional
11.1.4.- ¿Considera importante participar en agrupaciones gremiales o sectoriales?
 Mucho Bastante Poco
- No 11.1.5.- ¿Por qué?
 No me lo he planteado/no me interesa
 No ofrecen servicios o compensaciones de interés
 Resultan caras
 No conozco ni tengo contacto con ninguna
- 11.1.6.- ¿Estaría interesado/a en recibir información al respecto/contactar con otros artesanos?
 Si No

12.- OTRAS INFORMACIONES JURÍDICO-EMPRESARIALES

- Bajo qué forma Jurídica desarrolla la actividad:
- | | |
|-------------------------------|---|
| - ¿Como Autónomo/a? | <input type="checkbox"/> |
| - ¿Como Comunidad de Bienes? | <input type="checkbox"/> |
| - ¿Como Sociedad Mercantil? | <input type="checkbox"/> S.A. <input type="checkbox"/> S.L. |
| - ¿Como Sociedad Laboral? | <input type="checkbox"/> S.A.L. <input type="checkbox"/> S.L.L. |
| - ¿Como Sociedad Cooperativa? | <input type="checkbox"/> |

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN