



ESTUDIO ARTESANÍA EN ARAGÓN

2016

**SERVICIO DE COMERCIO EXTERIOR,
FERIAS Y ARTESANIA**



Trabajo de campo realizado por las Secciones de
Comercio, Ferias y Artesanía de los Servicios
Provinciales del Departamento de Economía,
Industria y Empleo.

Servicio de Comercio Exterior, Ferias y Artesanía
Departamento de Economía, Industria y Empleo
Gobierno de Aragón
Diciembre 2016

Las imágenes que ilustran los diferentes capítulos
del estudio han sido cedidas por la Asociación
Profesional de Artesanos de Aragón.

Diseño y maquetación: Cadi



INDICE

Introducción.	5
1.- Objetivos y antecedentes	
2.- Metodología y definición del sector artesano	
Capítulo 1 Tendencias y cifras básicas del sector artesano	20
1.1.- Tendencias claves del sector	
1.2.- Cifras básicas del sector artesano en Aragón	
Capítulo 2 Descripción de la empresa artesana aragonesa	37
2.1.- Personalidad jurídica de las empresas artesanas	
2.2.- Antigüedad de las empresas artesanas	
2.3.- Tradición familiar	
2.4.- Tipo de producción artesana	
2.5.- Facturación en las empresas artesanas	
2.6.- Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés	
2.7.- Conclusiones	
Capítulo 3 El factor humano y los recursos de la empresa artesana aragonesa	45
3.1.- Empleo en las empresas artesanas	
3.2.- Formación en el sector artesano	
3.3.-Tecnologías de la información y la comunicación	
3.4.- Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés	
3.5.- Conclusiones	
Capítulo 4 Mercados e innovación de la empresa artesana aragonesa	51
4.1.- Canales de comercialización	
4.2.- Mercados de comercialización	
4.3.- Propensión a innovar	
4.4.- Dificultades para la innovación	
4.5.- Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés	
4.6.- Conclusiones	

INDICE

Capítulo 5 Oportunidades para la empresa artesana aragonesa	61
5.1.- Intervención de la Administración Autonómica	
5.2.- Vías de trabajo para el sector artesano	
5.3.- Posición del sector artesano ante la cooperación	
5.4.- Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés	
5.5.- Conclusiones	
Capítulo 6 Líneas estratégicas para la competitividad del sector.	69
Anexo I -- Listado de la CNAE-2009 seleccionada para el análisis de fuentes estadísticas y su relación establecida entre las actividades seleccionadas en la CNAE-2009 y los subsectores del repertorio de oficios artesanos definido en la Orden de 24 de enero de 2001, del Departamento de Industria, Comercio y Desarrollo, por la que se dispone la publicación del Acuerdo de 23 de enero de 2001, del Consejo de Artesanía de Aragón, y modifica la Orden de 28 de mayo de 1990 que establece el Censo de Oficios y Actividades Artesanas.	77
Anexo II -- Tablas con las distribuciones territoriales de las distintas fuentes de información sobre el sector artesano.	79
Anexo III -- Referencias bibliográficas	86



INTRODUCCIÓN

1. Objetivos y antecedentes

El sector artesano aragonés está conformado por un importante número de pequeñas y medianas empresas, en las que el factor humano es fundamental y en las que existen importantes lazos con los ámbitos culturales, artísticos o etnográficos que se encuentran y conviven con la incorporación de diseño moderno, tecnología y nuevos materiales que dan como resultado un sector dinámico y de gran interés.

La realidad del sector artesano aragonés supera el estereotipo de producto elaborado con técnicas antiguas y en ocasiones poco atractivo. La artesanía, además de tener sus raíces en el patrimonio cultural y etnográfico del territorio, ha evolucionado hacia productos que incorporan valores innovadores como producto natural, ecológico, hecho a mano, baja huella de carbono, sostenible, que son muy relevantes en el contexto de los consumidores del siglo XXI. Esta evolución integra y se fundamenta en los procesos tradicionales de producción, pero genera e incorpora toda una nueva gama de productos innovadores, con un diseño moderno y funcional que abre un gran abanico de posibilidades de crecimiento y evolución al sector.

Esta nueva realidad del sector artesano no le ha hecho perder una de sus características fundamentales que es la vinculación con el territorio en el que se desarrolla la actividad y su capacidad para generar empleo y emprendimiento vinculado al mismo. Los artesanos que fundamentan su proyecto empresarial en los valores de la tradición cultural poseen una mayor capacidad para abordar proyectos de más amplio espectro tanto en ámbitos culturales, etnográficos de tipo más clásico, como en evoluciones y reinterpretaciones actualizadas de los mismos hasta el cambio a nuevos productos.

Estas cualidades singulares han sido analizadas y descritas en diversos estudios realizados en años anteriores, entre los que se destacan los impulsados por la Fundación EOI a través de la Cátedra Fundesarte en el año 2015 y los realizados por la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa en los años 2009 y 2011. En estos estudios se ponen en relieve los factores de competi-

INTRODUCCIÓN

tividad del sector artesano, así como las herramientas para medir su impacto en la economía española.

Como sector económico que es, el sector artesano ha de realizar un continuo esfuerzo de análisis, mejora e incorporación de las herramientas y actividades que le permitan incrementar su competitividad y su impacto social, que se traducirá en la viabilidad y rentabilidad de las PYMES sectoriales.

La situación consolidada en la que se encuentran las líneas de trabajo que se impulsan desde el Departamento de Economía, Industria y Empleo con el sector artesano es un buen punto de partida para poder hacer este estudio sobre el sector artesano aragonés, ya que proporcionan una base sólida para la definición de las estrategias a largo plazo.

El objetivo que se plantea en este estudio es el análisis de la dimensión y situación del sector artesano aragonés, para identificar las necesidades y oportunidades existentes para las PYMES artesanas. De la misma manera, se podrán obtener conclusiones que mejoren y reorienten las actividades que se desarrollan e impulsan desde el Centro de Artesanía de Aragón y aquellas que se impulsarán directamente desde la Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía del Gobierno de Aragón.

La actividad artesana se subsume en el ámbito competencial del Departamento de Economía, Industria y Empleo, al que en virtud del Decreto de 5 de julio de 2015, de la Presidencia del Gobierno de Aragón, por el que se modifica la organización de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón y se asignan competencias a los Departamentos, el Decreto 108/2015, de 7 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, se le reconocen las funciones para la promoción y el fomento de la artesanía, encontrándose entre sus objetivos, la puesta en marcha de distintas iniciativas del sector artesano

INTRODUCCIÓN

dirigidas a la promoción de la artesanía en Aragón, promoviendo actuaciones para reforzar la competitividad de los talleres artesanos y para la adaptación a los cambios que se producen en el sector. La Dirección General de Industria, PYMES, Comercio y Artesanía es el órgano directivo responsable de la ejecución de estas competencias.

En la ejecución de estas competencias dos factores han sido de especial relevancia: la puesta en marcha del Centro de Artesanía de Aragón y la colaboración con la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón.

El Centro de Artesanía de Aragón, está ubicado en la rehabilitada nave central del antiguo matadero de Zaragoza, sito en la calle Miguel Servet, nº 57, y se proyectó para crear una infraestructura de servicios específicos, que permitiese al sector artesano adaptarse, con ánimo expansivo, a las circunstancias económicas que puedan afectar a su futuro. Con este fin el Gobierno de Aragón firmó un Convenio con el Ayuntamiento de Zaragoza (propietario del antiguo matadero municipal) por el que se cede a la Diputación General de Aragón durante 75 años, el uso de las naves central y auxiliar para la creación del citado Centro de Servicios Comunes de la Artesanía. La Diputación General de Aragón se hizo cargo de la restauración del edificio que fue cofinanciado con fondos FEDER de la Unión Europea.

El fundamento de esta concesión es dar cumplimiento a una función de servicio público, y a un fin de interés general puesto que se trata de desarrollar servicios destinados al desarrollo de las empresas artesanales y la promoción de sus productos y la creación de canales de comercialización, los cuales están dirigidos a la totalidad del sector artesano de la Comunidad Autónoma de Aragón.

En la andadura del Centro ha tenido y tiene un importante papel la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón como asociación más representativa del sector artesano en esta Comunidad Autónoma, integrada en CEPYME Aragón.

INTRODUCCIÓN

La Asociación está constituida por una amplia representación de prácticamente todos los oficios recogidos en el repertorio de oficios artesanos definido en la Ley 1/1989, de 24 de febrero, de Artesanía de Aragón y es la única entidad aragonesa con experiencia y capacidad para desarrollar actuaciones de promoción de la artesanía aragonesa, y de formación, asesoramiento e información a los profesionales.

La Asociación Profesional de Artesanos de Aragón presenta unas cualidades de representatividad y singularidad que han sido reconocidas en sucesivas ocasiones por el Gobierno de Aragón. En este sentido, la Orden de 19 de marzo de 2014, del Consejero de Industria e Innovación, por la que se otorga a la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón el aprovechamiento privativo de determinados espacios del Centro de Servicios Comunes para la Artesanía mediante concesión demanial, establece un marco preferente de colaboración entre el Gobierno de Aragón y la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón que reconoce la representatividad de todos los oficios artesanos y singularidad de la Asociación como única entidad del sector artesano que tiene capacidad para impulsar las actividades que den contenido al Centro de Artesanía de Aragón. Así mismo, anualmente el Departamento de Economía, Industria y Empleo ha otorgado ayudas a la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón para el desarrollo de las actividades de dinamización del Centro de Artesanía de Aragón.

La calidad e importancia del trabajo llevado a cabo por la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón se ha visto reconocida a través de la obtención, (en las ediciones de 2013 y 2015) del Premio Nacional de Artesanía, otorgado por el Ministerio de Industria, Turismo y Energía, en la modalidad que promociona a entidades privadas, siendo hasta el momento la única entidad con dos premios nacionales en las diez ediciones celebradas.

INTRODUCCIÓN

Las acciones desarrolladas durante los últimos años en este sector han sido las siguientes:

- A) Promoción, seguimiento y control del sector artesano aragonés.
- B) Actividades del Centro de Artesanía de Aragón.
- C) Ayudas a la modernización de talleres artesanos y apoyo a las actividades artesanas generadoras de empleo.
- D) Impulso a la comercialización de la artesanía aragonesa.
- E) Acciones de difusión de la actividad artesana aragonesa y del Centro de Artesanía de Aragón.
- F) Formación del sector artesano.
- G) Plan de Acción aplicación Diseño a la Artesanía

Una breve descripción de la aportación a los antecedentes de este estudio de cada una de las acciones realizadas es la siguiente:

A) Promoción, seguimiento y control del sector artesano aragonés.

A través del Consejo de Artesanía de Aragón, órgano consultivo creado en la Ley 1/1989, de 24 de febrero, de Artesanía de Aragón, se han promovido diversas acciones para el sector y se ha desarrollado la normativa necesaria para regular la expedición del Documento de Calificación Artesanal, como herramienta de reconocimiento del sector.

B) Actividades del Centro de Artesanía de Aragón.

Una de las actividades fundamentales del Centro de Artesanía de Aragón son las exposiciones. Permanentemente se cuenta con una muestra (obras premiadas y accésits) del Concurso de Artesanía de Aragón que convocará este año su XXIII edición.

Las exposiciones temporales constituyen un importante legado en cuanto a la variedad y calidad de las mismas. Desde el año 2001 con, una exposición de Escultura Gallega Contemporánea, se inicia esta trayectoria de muestras nacionales e internacionales que ha permitido presentar al sector artesano aragonés y al público en general un gran número de exposiciones.

INTRODUCCIÓN

Algunas de las exposiciones internacionales más destacadas han sido:

Pinturas Japonesas sobre Tela de Noriko Takasu,
"El Sol Emplumado" Arte Nativo Norteamericano,
El Attaoui Abdeslem. Marquetería de Marruecos,
17 Ceramistas Holandeses Contemporáneos,
"Non Asbe" "Cerámica y Textil de Perú,
"Sho: Caligrafía de Japón. El Mundo de Kagyu",
"El Dragón que sale de las Aguas", Cerámica Antigua China.
"Plateros del Desierto". La belleza de la joyería de los Navajo,
Zuni. Calígrafos tucos,
La Simbología en la Cerámica Rifeña,
"Maravillas de Isfahan". Artesanos Persas.

La programación de exposiciones de carácter nacional en estos años ha contado con el Premio anual de Cerámica Contemporánea (CERCO) y del Concurso de Artesanía de Aragón.

CERCO
cerámica contemporánea

Respecto a las exposiciones realizadas por artesanos aragoneses, se han realizado de múltiples sectores, como por ejemplo:

"La Cerámica que Dejamos". Alfarería Tradicional Aragonesa de Alejandro Guillén.
"Textos" de los talleres La forja La Una y Taller Textil de Triste.

INTRODUCCIÓN

“De Padres a Hijos”. Siete familias Alfareras en Aragón.

“El Telar de Tiro de Triste”. Textil *“Las Huellas de la Tradición”*. Seis Talleres de Cerámica Tradicional en Muel.

“La Magia del Vidrio” de Susana Martín.

“Alabastroarte”. Pieza Única en Alabastro.

“Alfar Mudéjar” de Fernando Malo.

“Joyas de cada Día”. Diversos joyeros.

“Hilvanando la Moda”. Diversos sastres.

“Miradas a través del Vidrio”. Diversos vidrieros.

“La forja en Aragón” Cuatro Artesanos Aragoneses.

“La luz que ilumina la oscuridad”. Vidrieras artesanas de la empresa Cristacolor.

“Indumentaria tradicional aragonesa”. Diversos textil.



INTRODUCCIÓN

Los tres últimos años se ha puesto en marcha un programa de difusión de actividades relacionadas con el sector artesano: Los Días Europeos de la Artesanía. Durante tres días demostraciones de distintos oficios, jornadas de puertas abiertas en Centros de Formación, actividades lúdicas para que los niños conozcan los materiales y técnicas .

También estos días suponen una oportunidad de visitar exposiciones de prestigio o asistir a conferencias y coloquios relacionados con el mundo artesanal.

C) Ayudas a la modernización de talleres artesanos y apoyo a las actividades artesanas generadoras de empleo.

Durante el periodo 2000-2015 han existido convocatorias de ayudas en la que se subvencionan distintos conceptos de gasto corriente e inversión. Las actuaciones subvencionables han sido:

- a) La instalación, reforma, ampliación o mejora de talleres artesanos.
- b) La incorporación del comercio electrónico al sector artesano.
- c) Participación como expositor en ferias comerciales celebradas durante los años 2014 y 2015 fuera de la Comunidad Autónoma de Aragón.
- d) La incorporación de nuevos profesionales a la actividad artesana

Los datos para la evaluación de las ayudas son los siguientes:

	Presupuesto	Nº total exptes	Importe total solicitado	Nº exptes favorables	Importe evaluado	Ayuda media	% ejecución	Valor mediana	Ayuda máxima	Ayuda mínima
2011	220.000,00	48	870.124,25	42	477.740,13	5.204,60	64%	3.900,95	13.800,00	245,44
2012	69.293,96	26	530.904,52	17	194.351,61	3.377,35	72%	3.394,34	7.236,45	1.198,24
2013	60.000,00	18	191.241,92	13	112.532,09	3.796,75	77%	3.150,00	7.600,00	693,82
2014	109.500,00	40	498.164,98	33	284.234,01	2.469,51	32%	2.247,00	7.530,25	376,00
2015	109.500,00	38	368.004,44	34	257.870,15	3.112,80	58%	1.827,36	15.112,76	281,82

INTRODUCCIÓN

D) Impulso a la comercialización de la artesanía aragonesa.

La ayuda a la participación en ferias nacionales e internacionales, siempre de carácter profesional ha permitido dar a conocer nuestras producciones y sobre todo establecer nuevos canales de comercialización.

La celebración anualmente de una Feria de Artesanía de Aragón, que cumplirá este año su XXXIII edición, también ha facilitado tanto el conocimiento de los talleres como el establecimiento de canales comerciales, así como la venta directa.

Así mismo las muestras que se organizan con motivo de las Fiestas del Pilar o Festividad de San Jorge contribuyen a este propósito.

Por otra parte, desde finales de abril de 2007 se cuenta en el Centro de Artesanía de Aragón con la tienda CADA. Se acuerda su creación por parte del Consejo Asesor para la Artesanía de Aragón, como medio de promoción, exposición permanente y comercialización del producto artesano de Aragón. Durante los primeros años de funcionamiento de la tienda, de 2007 a 2009 se realizaron campañas de publicidad con objeto de difundir la existencia de CADA. Esta tienda, gestionada por la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón, ha ido incrementando la presencia de talleres artesanos. En estos momentos presenta producciones de 60 talleres artesanos aragoneses.

También se ha impulsado la presencia en los mercados electrónicos de los productos artesanos aragoneses. La página web www.artesaniaparati.com es una manera de trasladar al mundo virtual la experiencia de la tienda CADA.

E) Acciones de difusión de la actividad artesana aragonesa y del Centro de Artesanía de Aragón.

Una de las actividades más relevantes en este sentido es la realización del programa Escolarte. Escolarte consiste en la realización de jornadas de iniciación dirigidas a escolares de todo Aragón. Se trata de una primera aproximación a diferentes oficios artesanos sus materiales y herramientas.

INTRODUCCIÓN

Impartidos por artesanos profesionales a grupos de 25 niños durante tres horas, constituye una gran experiencia para alumnos de 6 a 16 años que entran en contacto con la cerámica tradicional o creativa, el textil de bajo lizo, el cuero, tintes en soporte textil, madera, vidrio, joyería, instrumentos musicales, juegos de magia, o iniciación al grabado, incrementándose de año en año los centros participantes. Los niveles de participación anual en este programa alcanzan 84 colegios y más de 3.800 alumnos de toda la geografía aragonesa.

Durante los meses de menor actividad escolar, se complementa esta actividad con la realización de cursos dirigidos a adultos con objeto de conseguir una dedicación profesional. Con esta opción, que comienza en 2005 se pretende la enseñanza de un oficio artesano para personas que tras haber realizado estudios o demostrado interés por alguna actividad artesana, no disponen de una formación especializada.

Los cursos son impartidos por artesanos profesionales de reconocido prestigio en cada una de las especialidades.

F) Formación del sector artesano.

El Plan de Formación para la Artesanía se desarrolla en el Centro de Artesanía de Aragón a través de cursos y talleres de formación especializada dirigido a profesionales. Desde el año 2002 se han venido realizando una serie de cursos dirigidos a todos los sectores y actividades artesanas como nuevas tecnologías de la información, photoshop, diseño gráfico, fotografía y fotografía aplicada a la artesanía y al producto final, packaging, artesanía + diseño, promoción de la empresa en redes sociales, pinterest.

También se han realizado otros específicos para cada sector o actividad demandados por los propios artesanos, como por ejemplo, curso de tintes sobre tela, diseño en cerámica y vidrio, cocción de atmósferas reductoras, vidrio para ceramistas, la cerámica en la arquitectura, procesos de construcción con porcelana, pátinas y acabados especiales sobre metales, resina de cristal aplicada al comercio: moldes y proyectos, modelado con ceras y diseño e impresión en 3D con software específico.

INTRODUCCIÓN

G) Plan de Acción aplicación Diseño a la Artesanía.

Una de las preocupaciones junto con la comercialización y la formación ha sido y sigue siendo la modernización de los talleres y de las producciones artesanas. La colaboración entre la Asociación de Diseñadores Industriales de Aragón y el sector artesano a través de su Asociación establece las formas de interacción entre Artesanía y Diseño que van a suponer un importante instrumento de adaptación del producto artesano a las necesidades del mercado actual, una contribución que representa ese elemento dinamizador de la actividad artesanal, que permita presentarla bajo un ángulo nuevo.

En el año 2008 se crea el proyecto ARDI (Artesanía + Diseño) con la colaboración de la Asociación de Diseñadores Industriales de Aragón, con el objetivo de impulsar nuevos proyectos y actividades se promueve la relación entre diferentes sectores.

Así se plantea Diseño a Bocados, en el que se trata de crear una tapa unida a un soporte artesanal que permita establecer una relación entre Restauradores y Artesanos, todo con el diseño de algún miembro de la citada Asociación. Esta propuesta viene realizándose anualmente con notable éxito.



También se lleva a talleres de colaboración entre diseñadores y otros oficios artesanos, llevando a cabo Diseño a puntadas, experiencia en la que se unían Sastres y Artesanos, Artesanía+Diseño en el hogar en el que se unieron empresas de Iluminación con talleres Artesanos. Los sectores del vidrio y cerámica han realizado otros talleres similares y también se han desarrollado talleres multisectoriales.

INTRODUCCIÓN

2. Definición del sector artesano y metodología

La ejecución de un estudio de estas características exige realizar previamente una definición del sector artesano, lo cual presenta dificultades por la singularidad del mismo. La Ley 1/1989, de 24 de febrero, de Artesanía de Aragón, define en su artículo segundo la actividad artesana como:

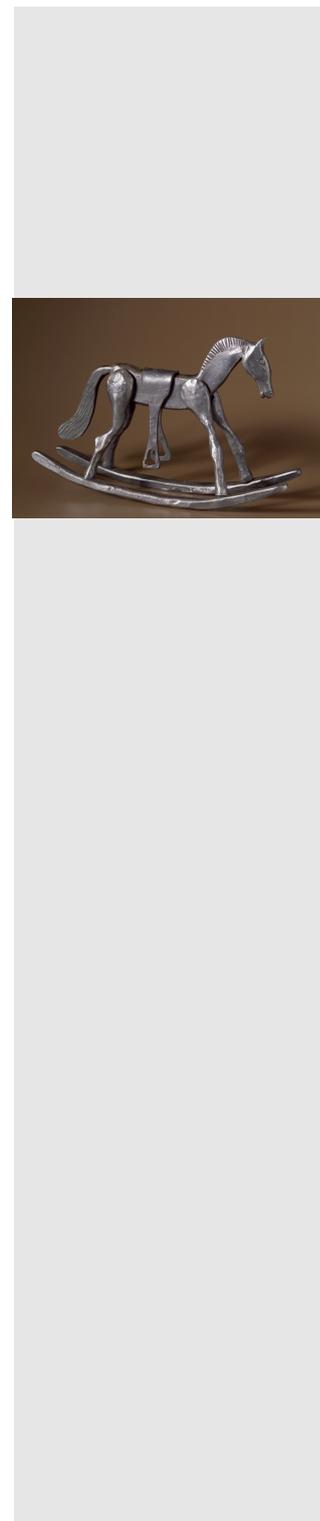
“La actividad de creación, producción, restauración o reparación de bienes de valor artístico o popular, así como la prestación de servicios y bienes siempre que se presten u obtengan mediante procesos en los que la actividad desarrollada sea predominantemente manual y que el producto final sea de factura individualizada y distinta de la propiamente industrial”

Las empresas artesanas tiene la siguiente definición en la citada Ley 1/1989:

“Tendrá la consideración de empresa artesana toda unidad económica que, realizando la actividad definida en el artículo segundo, se dedique con habitualidad a la producción o comercialización de artesanía y cumpla, además, los requisitos siguientes:

- a) Que la actividad desarrollada sea de carácter preferentemente manual o, al menos, individualizada, sin que este carácter se pierda al emplear maquinaria y utillaje cuyas funciones no sean superiores a las meramente auxiliares.*
- b) Que el número de trabajadores empleados por la empresa no exceda de diez. No se computarán a estos efectos los familiares del titular de línea directa, consanguínea, adoptiva o por afinidad, su cónyuge, ni aquellas personas por contrato laboral en prácticas, de formación o su equivalente. Gozarán igualmente de la consideración de empresas artesanas las asociaciones que se dediquen exclusivamente a la producción y comercialización de sus propios productos artesanos.*
- c) Que la persona responsable de la producción o actividad, dirigiéndola y participando en ella, tenga reconocida la condición de artesano por alguno de los medios previstos por esta Ley.”*

En esta definición de la actividad artesana existe un parámetro objetivo, fácilmente identificable en las fuentes estadísticas y documentales, que es que el número de trabajadores no exceda de diez.



INTRODUCCIÓN

La predominancia de la parte manual del proceso productivo y la diferenciación de la producción industrial, son factores que a priori resultan obvios e inherentes a la actividad, pero con mayor dificultad de parametrización en el análisis de las fuentes estadísticas.

Una primera aproximación en la delimitación de la actividad artesana se ha realizado a través de la selección de un conjunto de actividades de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) de las relacionadas en su versión del año 2009. El listado de CNAEs de la versión de 2009 que se han seleccionado para definir las actividades artesanas se encuentra en el anexo I. Este listado no ha incluido las actividades de diseño y servicios de diseño especializado que figuran en la CNAE 2009 con el código 74.10, ya que aunque el ámbito del diseño y la artesanía pueden tener un gran número de coincidencias y generación conjunta de actividad económica, la presencia de estos profesionales en Aragón ha sido más bien de apoyo técnico que de producción artesanal, aunque será necesario mantener la atención sobre la evolución en esta materia.

Por otra parte, la literatura existente en materia de artesanía, suele clasificar las actividades artesanas a través de la definición de determinados oficios; ceramista, forjador, etc. De hecho, el Registro General de Artesanía de Aragón clasifica las actividades artesanas de acuerdo con un repertorio definido en la Orden de 24 de enero de 2001, del Departamento de Industria, Comercio y Desarrollo, por la que se dispone la publicación del Acuerdo de 23 de enero de 2001, del Consejo de Artesanía de Aragón, y modifica la Orden de 28 de mayo de 1990 que establece el Censo de Oficios y Actividades Artesanas, publicada en el Boletín Oficial de Aragón de fecha 12 de febrero de 2001.

Para facilitar los análisis y la agrupación de actividades, se ha establecido una correlación entre los subsectores de la actividad artesana definidos en la Orden de 24 de enero de 2001 y el conjunto de actividades de la CNAE-2009 que se han determinado como actividades potencialmente artesanas. En el anexo I se especifica la correlación entre ambas cuestiones.



INTRODUCCIÓN

La definición de la actividad artesana ha sido analizada en múltiples estudios, siendo uno de los más recientes el realizado por la EOI a través de la Cátedra-Fundesarte en el año 2015. En este estudio se concluye como una característica general de todas las definiciones de la actividad artesana la necesidad de una intervención manual o personal, a través de la cual se obtiene un producto individualizado, no susceptible de producción industrial mecanizada o en grandes series.

La metodología planteada para este estudio se basa tanto en el análisis de fuentes documentales existentes, en la explotación de fuentes de datos estadísticas, en la realización de encuestas al conjunto de artesanos con Documento de Calificación Artesanal en vigor y en la realización de otras técnicas de obtención de información cualitativa, como grupos de trabajo y entrevistas personales.

Los datos principales de la metodología son los siguientes:

Se han analizado un total de 230 encuestas realizadas a artesanos durante los meses de abril, mayo y junio de 2016. La fuente de datos para estas encuestas ha sido el Registro General de Artesanía de Aragón. Con el número de encuestas obtenido se ha alcanzado el 88% de los artesanos activos del citado registro

A los artesanos con Documento de Calificación Artesanal en vigor, 247 en el momento de iniciar el proceso de encuesta, se les ha realizado una visita para entregar y explicar la encuesta. Por otra parte, a los 78 artesanos con Documento de Calificación Artesanal caducado, se les ha enviado una carta informándoles de este hecho, y adjunto el formulario de renovación y un ejemplar de la encuesta para que fuera remitido por correo postal o electrónico. Con este procedimiento se han obtenido 14 renovaciones. En consecuencia el reparto territorial y sectorial de las encuestas se corresponde con los datos del censo artesano que se analizan en el punto 2 del capítulo 1.

INTRODUCCIÓN

Se ha realizado una investigación y explotación de fuentes estadísticas por parte del equipo de estadísticas económicas del Instituto Aragonés de Estadística, cuyos resultados se detallan en el punto 2 del capítulo 1.

Los datos de ámbito nacional que se comparan con los resultados de las encuestas realizadas se han obtenido del informe de situación de la artesanía en España “Informe de competitividad y principales variables económicas” realizado por la Fundación EOI y publicado en 2015 y disponible en la página web de Fundesarte <http://www.fundesarte.org/publicaciones/>.

La comparación de todas estas fuentes de información tiene algunos inconvenientes por no ser totalmente homogéneas en el tiempo, y no debe considerarse como una referencia exacta a la hora de comparar los datos. Sin embargo, la ausencia de datos e informes en el sector, hace que sí que sea positivo tener ciertas referencias al respecto de la situación del sector analizada en otras ocasiones.

Para la interpretación de los datos cuantitativos obtenidos y la generación de la información para la definición de las estrategias de futuro del sector artesano se han realizado entrevistas en profundidad y además se han realizado 3 grupos de trabajo interdisciplinares y diversas entrevistas con expertos en distintas materias, como comercio electrónico, distribución comercial, asociacionismo empresarial, políticas públicas de promoción económica, educación y por supuesto, artesanos, teniendo especial contacto con el Director de Proyectos y con la Junta de la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón.





CAPÍTULO 1 TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

1.1. Tendencias claves del sector

Como se ha comentado en la introducción, el sector artesano tiene que ofrecer productos y servicios con destino a un mercado en el que se desarrollan diferentes tendencias que provienen tanto del cambio social, económico y tecnológico como del cambio en el perfil del consumidor y de los atributos que son reconocidos como artesano por los consumidores.

El punto de partida del sector artesano es que su producto es una opción de compra que suele estar vinculada a la búsqueda de un artesano para la solicitud de un encargo específico, buscando un producto muy personalizado. Este consumidor busca un objeto duradero, exclusivo y diferenciado.

El conocimiento y la reflexión sobre estas tendencias ayudarán a la definición de estrategias y a la realización de acciones que mejoren la comercialización de los productos artesanos.

En los estudios sobre el perfil de consumidor español se ha observado que el impacto ecológico y de sostenibilidad de los productos son valores que son considerados por un mayor porcentaje de personas, alcanzando el 29% el colectivo que utiliza frecuentemente estos criterios en la elección de compra. Estos estudios muestran un perfil de consumidor que incorpora las TIC con gran intensidad en la búsqueda de información sobre los productos que piensa adquirir y con cada vez mayor porcentaje, utiliza estas tecnologías durante el proceso de compra. Esta tendencia no se observa únicamente en el estrato más joven de los consumidores. Los estudios realizados sobre población senior (de más de 50 años) muestran que Internet es un medio de compra relevante en muchas categorías de productos en este estrato de población.

Otra tendencia de consumo al alza, y que tiene relación con la tendencia anterior, proviene de la economía colaborativa, mediante la cual, grupos de consumidores se unen para realizar el uso o la compra conjunta de un bien o servicio.

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

Otros de los cambios sociales y económicos más destacados son la aparición de nuevos nichos de consumidores que en función de su edad, situación familiar y renta disponible incorporan en sus decisiones de compra cuestiones como la sostenibilidad, proximidad, experiencia de compra o el conocimiento y relación con el producto o el productor que se permite a través de las redes sociales. Estos valores están promoviendo el crecimiento de un consumo más responsable que quiere volver a dar al acto de compra un valor real e importante por la adquisición de bienes duraderos y de calidad frente al consumo impulsivo, rápido y frecuente que existe en ciertas categorías de producto.

Por lo tanto, disponer de habilidades y capacidad para identificar los nichos adecuados para la comercialización de su producto, generará mayor rendimiento económico, no sólo por el incremento de la eficiencia en las acciones de comercialización, sino porque en general, el consumidor de nicho realiza un gasto medio superior al consumidor medio. A este respecto, también es necesario considerar que el comportamiento como consumidores de las personas ya no es único para todos los tipos de producto, servicio y experiencia. Una misma persona puede adoptar distintos perfiles de consumidor en función de las circunstancias de producto, servicio y experiencia que se presenten en cada momento.

El producto artesano no tiene que vivir siempre solo y aislado. Tiene y debe relacionarse con productos de diseño industrial y con la pieza única. En esta convivencia la existencia de producto artesano no se justifica en sí misma. Si no transmite y aporta otras cualidades, el que esté hecho a mano no asegura su viabilidad, ya que existen procesos tecnológicos y de comercialización que proporcionan productos adecuados de origen industrial.

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

En el aspecto económico, el emprendimiento y el autoempleo, modelo en el que se desarrolla gran parte de la actividad artesana en la actualidad, siguen siendo una prioridad en todas las programaciones de fomento económico. Este modelo favorece la incorporación de un gran nivel de flexibilidad en todas las fases de la cadena de valor de producto artesano, sobre todo en las iniciales de diseño y ejecución. La mayor dificultad se plantea en la gestión de las fases posteriores de la cadena de valor, la incorporación de atributos y la comercialización hasta el consumidor final. Por lo tanto, el sector artesano, como sector emprendedor y generador de autoempleo, podrá tener mayor oportunidad para conseguir apoyos desde diversos ámbitos del sector público.

Para la incorporación de atributos al producto artesano es importante plantear que la actividad artesana no puede limitarse a la producción. Además de incorporar un diseño moderno e innovador, es importante que el artesano gestione o participe en actividades de servicios relacionadas con la formación, el ocio y el entretenimiento, la cultura, la ecología, el turismo u otros que le aproxime de una manera directa al consumidor que valora estos atributos para convertirlo en su cliente. Es necesario trabajar la comunicación con el cliente de manera que el uso de un producto artesano reporte alegría y entretenimiento.

En la actualidad se plantea la existencia de una tendencia según la cual, los productos de gama media están en una zona de disminución constante de cuota de mercado. Estos productos son los que no resuelven una necesidad funcional al menor coste posible ni los que aportan gran calidad y experiencia de compra y uso superior a la necesidad funcional justificando un precio superior por esta calidad y experiencia. Por su naturaleza, el producto artesano debe estar en el segundo de los grupos, lo que refuerza la necesidad de promover los niveles de calidad de producto y de experiencias que justifiquen el coste del producto.

El consumidor de este tipo de productos es cada vez más exigente respecto a cómo gasta su dinero. Busca personalización, exige calidad, seguridad, valores y un conocimiento profundo de lo que adquiere. A cambio, está dispuesto a realizar un consumo con responsabilidad y ética. En este grupo de consumidores no



CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

sólo está el consumidor de lujo exclusivo, que es un mercado más reducido. También se encuentran los fenómenos Premium, de lujo accesible o las marcas aspiracionales que explotan estas cualidades sin elevar tanto el precio, siendo accesibles para los consumidores con poder adquisitivo medio/alto que gestionan contención de gasto en unos momentos y productos determinados frente al consumo a mayor precio de productos o servicios que les aporten experiencias o contengan atributos diferentes.

Esta circunstancia sitúa al diseño como origen adicional de la actividad artesana además del patrimonio cultural y etnográfico. También plantea la necesidad de realizar una comunicación específica de una nueva imagen del sector artesano más moderna, tanto a nivel sectorial, promoviendo el reconocimiento y la valoración general de la actividad artesana, como la comunicación que realiza cada una de las empresas artesanas en todas sus actividades: diseño, producto, presentación y embalaje, redes sociales, etc.

A estas tendencias se suma que estamos en una era con un cambio tecnológico permanente y rápido que afecta a todas las fases de la cadena de valor. Las posibilidades de las nuevas tecnologías son mucho más amplias que el comercio electrónico y comprenden desde herramientas de diseño, de fabricación de prototipos, de comunicación con los clientes, de análisis de tendencias, de gestión empresarial, permiten la incorporación de servicios a través del producto (Internet de las cosas) e introducirá nuevos materiales que permitirán la innovación del sector artesano.

La tecnología también trae importantes cambios en la forma de comercializar. La comercialización a través de Internet introduce posibilidades como la economía colaborativa, la exportación o el acceso a grandes sitios de venta que van más allá de la creación de la propia tienda virtual. También es interesante resaltar que el comercio electrónico no es exclusivo del producto dirigido al consumidor final, sino que tiene un importante potencial en las generación de contratos entre empresas.

CAPÍTULO 1

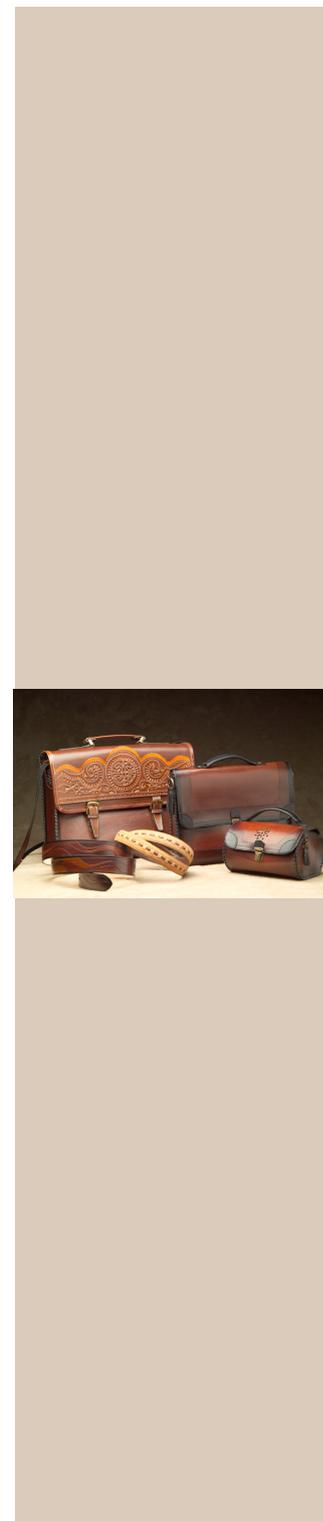
TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

Otra tendencia que presenta cambios respecto a la situación anterior son los procesos formativos. En la actualidad conviven sistemas de formación tradicionales, basados en la relación entre un maestro artesano y personas que reciben su formación a través de cursos, talleres y experiencia directa. También existe una oferta de formación reglada en distintas materias tanto a nivel de ciclos formativos de grado medio y superior, de certificados de profesionalidad, como a nivel universitario. Esta formación incorpora materias tanto de trabajo con materiales concretos como formación en diseño, arte, etc. En este contexto se está incrementando el porcentaje de personas autodidactas, ya que la barrera para el acceso a los conocimientos se ha eliminado prácticamente con la existencia de Internet. En estos momentos, la formación online a través de documentos, videos y todo tipo de materiales formativos ofrece una amplia posibilidad de aprendizaje que permite la experimentación y el aprendizaje con recursos propios.

Todo este cambio en las tendencias formativas también implica la necesidad de revisión del catálogo de oficios, del hecho de considerar al artesano como “especialista” en una única materia que costaba muchos años y esfuerzo aprender y dominar y poderse plantear una visión más amplia de artesano como una persona capaz de realizar productos con un predominio de intervención manual en una variedad de técnicas diferentes o mezcladas.

En este entorno la cooperación también es una tendencia y una necesidad para afrontar con éxito cualquier estrategia de promoción y crecimiento. Es necesario identificar y aprovechar las oportunidades de colaboración directa entre empresas artesanas así como entre el sector artesano y otros sectores tanto industriales como de servicios.

En Aragón se tiene una importante y larga trayectoria de colaboración sectorial y de asociacionismo en el sector a través de la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón, que supone una sólida base desde la que afrontar los retos de ampliación de las experiencias de colaboración.



CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

1.2. Cifras básicas del sector artesano en Aragón

El Registro General de Artesanía de Aragón es la primera fuente de información sobre el sector artesano. El principal inconveniente de esta fuente es que la inscripción en el registro es voluntaria y se obtiene en la práctica para el acceso a las ayudas y subvenciones o para poder optar a la participación en ciertas ferias y muestras de artesanía que se organizan en todo el territorio nacional. Sin embargo, asegura que los datos que se encuentran poseen el valor artístico y la predominancia de la manufactura manual, aunque por su carácter voluntario, no reunirá a todos los artesanos.

En el análisis de los datos provenientes del Registro General de Artesanía de Aragón no se pueden evaluar los que corresponden a empresas artesanas que realizan su actividad y no están inscritos en el mismo.

En el análisis de los datos de personas físicas con Documento de Calificación Artesanal en vigor provenientes del Registro General de Artesanía de Aragón se destacan los siguientes resultados:

SECTOR ARTESANO	NÚMERO DE ARTESANOS	% SOBRE EL TOTAL
Cerámica	52	19,9%
Instrumentos musicales	3	1,1%
Joyería	49	18,8%
Mármol y piedra	6	2,3%
Metal	10	3,8%
Muebles de madera	15	5,7%
Objetos diversos de madera	17	6,5%
Piel y cuero	16	6,1%
Textil	44	16,9%
Vidrio	8	3,1%
Servicios y bienes de consumo	2	0,8%
Varios	39	14,9%
Total	261	100%

CAPÍTULO 1 TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

Cerámica, Joyería y Textil son los sectores artesanos con mayor representación en el Registro de Artesanía de Aragón, sumando entre los tres el 55,6% de los artesanos registrados. El sector de varios también tiene una relevancia significativa y está compuesto por diversos oficios entre los que destacan las artes gráficas (8 artesanos) la encuadernación (6 artesanos), juguetería y muñequería (6 artesanos) o papel y cartón (5 artesanos). Con la siguiente distribución territorial:

PROVINCIA	ARTESANOS EN ALTA	% SOBRE TOTAL
Huesca	64	24,5%
Teruel	26	10,0%
Zaragoza	171	65,5%

En la distribución territorial de los datos del Registro General de Artesanía de Aragón destaca el número de registros en la D.C. de

Zaragoza, con 132 registros (el 50,6% del total), seguido por la Hoya de Huesca con 18 registros, Comunidad de Calatayud y Cinca Medio.

Respecto al análisis de la rotación de los datos del Registro General de Artesanía de Aragón, se aprecia que a lo largo de los últimos años, el número de altas tramitadas en el Documento de Calificación Artesanal se ha venido incrementando, lo que muestra un interés por la obtención del mismo, como se puede ver en la siguiente tabla.

SECTOR ARTESANO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Cerámica		4	2	1		3	3	5	2	5
Instrumentos musicales			1			2		1	2	
Joyería	4		4	1		6	7	6	3	6
Mármol y piedra							1			
Metal	2						1	2	1	1
Muebles de madera		1	3	1	1		3	1	3	
Objetos diversos de madera								1	3	3
Piel y cuero	1			1	1	2	1	2	2	2
Textil	2	1	2	11	4		3	2	4	13
Vidrio		3								1
Servicios y bienes de consumo								1		1
Varios		1	2	2	4	10	4	5	5	3
Total	9	10	14	17	10	23	23	26	25	35

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

Del análisis de estos datos, se observa que el mayor número de altas se han producido en los sectores de textil, joyería y cerámica.

La edad de nacimiento no es un dato que nos conste en el Registro, pero se constata la incorporación de jóvenes generaciones en talleres familiares con un notable incremento en cuanto a la formación y al desarrollo del producto. En el capítulo 2 se muestran los datos correspondientes a la edad de las personas encuestadas.

El cambio en el sistema de gestión informática del Documento de Calificación Artesanal no permite conocer datos de caducidades de los mismos con anterioridad al año 2014. En este año se produjeron 25 altas en el Documento de Calificación Artesanal, pero no se renovaron 31 documentos, por lo que el censo de artesanos con Documento de Calificación Artesanal activos disminuyó en 6. En el año 2015 el número de altas fue de 35 y las bajas fueron 28, por lo que el número de artesanos con Documentos de Calificación Artesanal activos incrementó en 7. En el periodo 2006-2016 se estima que no renovaron el Documento de Calificación Artesanal 158 personas, mientras que se emitieron 192 nuevos Documentos de Calificación Artesanal, por lo que se aprecia un incremento neto en las personas que se inscribieron en el Registro de Artesanos de Aragón.

Como segunda fuente de datos para analizar el sector, se realizó una petición al Instituto Aragonés de Estadística (IAEST), que ha realizado la explotación de las fuentes estadísticas disponibles, DIREA-2013 (Directorio de Empresas que operan en Aragón), cotizaciones de empresas a la Seguridad Social en el mes de diciembre de 2015 y afiliaciones en el régimen de autónomos a la Seguridad Social en diciembre de 2015. Para esta explotación se ha partido de la selección de actividades recogidas en la CNAE 2009 que se han considerado relacionadas con la actividad artesanal que se ha explicado en el punto anterior, de la que se destacan los siguientes resultados.

El análisis de los datos en el DIREA-2013 (Directorio de Empresas que operan en Aragón) se obtienen 1.296 NIF en alta a 31 de diciembre de 2013 y 1.382

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

NIF que han tenido alguna actividad en el año 2013 para los códigos CNAE definidos anteriormente. El análisis de las actividades en alta a 31 de diciembre de 2013 muestra el siguiente reparto:

SECTOR ARTESANO	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
Cerámica	45	3,5%
Instrumentos musicales	12	0,9%
Joyería	69	5,3%
Mármol y piedra	115	8,9%
Metal	160	12,3%
Muebles de madera	237	18,3%
Objetos diversos de madera	45	3,5%
Piel y cuero	152	11,7%
Textil	366	28,2%
Vidrio	2	0,2%
Servicios y bienes de consumo	2	0,2%
Varios	91	7,0%
Total	1.296	100%

Textil, piel y cuero, muebles de madera y metal presentan los mayores porcentajes de empresas en este análisis, alcanzando entre estos cuatro sectores un 70,5% del total de las actividades. En estos sectores existe un gran número de micro-pymes que realizan procesos industriales para otras empresas y el análisis de estos datos no permite conocer si, como establece la Ley de Artesanía de Aragón *“la actividad desarrollada sea predominantemente manual y que el producto final sea de factura individualizada y distinta de la propiamente industrial”*. Esta circunstancia se da igualmente en el resto de sectores, pero el análisis de otras fuentes de datos como las empresas de estos CNAEs que se obtiene en la explotación de datos del Registro Mercantil, no muestra que existen un gran número de empresas de producción no artesana en estos sectores.

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

El reparto territorial de las empresas que figuran en el DIREA-2013 con los CNAEs anteriormente comentados se muestra en la tabla siguiente:

PROVINCIA	NÚMERO DE EMPRESAS	% SOBRE EL TOTAL
Huesca	168	13,0%
Teruel	118	9,1%
Zaragoza	1.010	77,9%

De esta manera en la provincia de Zaragoza se ubican el 77,9% de las empresas (1.010 empresas), el 12,9% se ubican en Huesca (168 empresas) y el 9,1% se ubican en Teruel (118 empresas). La distribución territorial por provincias en el caso de estas empresas es muy similar a la distribución de población, con cierto incremento de la concentración en la provincia de Zaragoza que en el caso de la población (77,9% en el caso de las empresas frente al 72,5% de la población) y una menor representación en las provincias Teruel y especialmente de Huesca, donde se presenta un contraste entre el 16,9% de la población aragonesa y el 12,6% de las empresas.

La D.C. Zaragoza, con 746 empresas destaca notablemente sobre el resto de agrupaciones comarcales. La siguiente comarca por número de empresa es la del Aranda, con 92 empresas, donde existe un gran número de pequeños talleres y autónomos vinculados con el sector del calzado. Hoya de Huesca (41), Valdejalón (38) y Comunidad de Teruel (29) son las siguientes comarcas en importancia por número de empresas. Un análisis más detallado de la distribución comarcal de las empresas seleccionadas sigue mostrando con carácter general una concentración mayor en aquellas comarcas con mayor población. Los datos desglosados por comarca se pueden encontrar en el anexo II.

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

La comparación con los datos de ámbito nacional:

SECTOR ARTESANO	ARAGÓN DIREA	REGISTRO DE ARTESANÍA DE ARAGÓN	ESPAÑA
Cerámica	3,5%	19,9%	6,5%
Instrumentos musicales	0,9%	1,1%	0,7%
Joyería	5,3%	18,8%	11,4%
Mármol y piedra	8,9%	2,3%	1,6%
Metal	12,3%	3,8%	3,6%
Muebles de madera	18,3%	5,7%	41,0%
Objetos diversos de madera	3,5%	6,5%	1,2%
Piel y cuero	11,7%	6,1%	4,2%
Textil	28,2%	16,9%	15,1%
Vidrio	0,2%	3,1%	3,5%
Servicios y bienes de consumo	0,2%	0,8%	0%
Varios	7,0%	14,9%	11,2%
Total	100%	100%	100,00%

Se observa una mayor importancia del sector textil, piel y cuero, objetos diversos de madera, metal y mármol y piedra en Aragón, tanto en el ámbito del DIREA como en el Registro de Artesanos de Aragón. En el lado opuesto, el sector de muebles de madera y el vidrio tienen una menor representación autonómica. El sector de la cerámica tiene una relevancia porcentual muy elevada en el Registro de Artesanos de Aragón comparada con las otras dos fuentes de información, de la misma forma que sucede con la joyería.

En el análisis de los datos provenientes de las cotizaciones de empresas a la Seguridad Social en el mes de diciembre de 2015 se obtienen 497 NIFs de forma jurídica empresarial de los que dependen 1.556 afiliaciones sumando todos los posibles regímenes de afiliación. El análisis a la misma fecha de las afiliaciones en el régimen de autónomos se obtiene como dato 1.527 afiliaciones en el régimen de autónomos, por lo que el empleo por cuenta ajena que se genera en este

CAPÍTULO 1 TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

sector se reduce a 29 afiliaciones. De las 1.527 como autónomos, se pueden identificar 598 que tienen el campo relación con otras entidades código 99 (sin relación) es decir que es un código distinto al que corresponde a socios cooperativas, miembros órganos de administración, familiares de otros autónomos, etc.

Como conclusión del estudio de los datos de Seguridad Social, se puede establecer que en el sector artesano definido por el conjunto de CNAEs indicado anteriormente operan 497 empresas jurídicas en sus diferentes formatos y 598 personas físicas actuando como persona jurídica, es decir un total de 1.095 empresas.

El desglose de las 497 empresas jurídicas por sectores sería el siguiente:

SECTOR ARTESANO	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
Cerámica	13	2,6%
Instrumentos musicales	1	0,2%
Joyería	17	3,4%
Mármol y piedra	9	1,8%
Metal	100	20,1%
Muebles de madera	121	24,3%
Objetos diversos de madera	26	5,2%
Piel y cuero	48	9,7%
Textil	118	23,7%
Vidrio	2	0,4%
Servicios y bienes de consumo	30	6,0%
Varios	12	2,4%
Total	497	100%

Y su análisis de distribución territorial por provincias es el siguiente:

PROVINCIA	NÚMERO DE EMPRESAS	NÚMERO DE TRABAJADORES	% SOBRE LAS EMPRESAS	% SOBRE LOS TRABAJADORES
Huesca	71	185	14,3%	11,9%
Teruel	44	149	8,9%	9,6%
Zaragoza	382	1.222	76,9%	78,5%

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

El análisis comarcal de estos datos es similar al de DIREA, siendo la D.C. de Zaragoza la que concentra un mayor número de empresas (276), seguida del Aranda (32) y de la Hoya de Huesca (16). La diferencia más relevante con respecto a los datos del Registro de Artesanos se produce en la comarca del Aranda, en la que existen un gran número de empresas del sector de piel y calzado frente a una única inscripción en el caso del Registro de Artesanos. Esta diferencia puede estar relacionada con la actividad industrial en formato micropyme que se realiza en esa comarca y que no se ha vinculado con los productos artesanales. Los datos desglosados por comarca se pueden encontrar en el anexo II.

Y el desglose de los 598 autónomos sin relación con otra figura jurídica en el sector es el siguiente:

SECTOR ARTESANO	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
Cerámica	25	4,2%
Instrumentos musicales	8	1,3%
Joyería	37	6,2%
Mármol y piedra	31	5,2%
Metal	72	12,0%
Muebles de madera	128	21,4%
Objetos diversos de madera	21	3,5%
Piel y cuero	51	8,5%
Textil	186	31,1%
Vidrio	5	0,8%
Servicios y bienes de consumo	1	0,2%
Varios	33	5,5%
Total	598	100%

Con la siguiente distribución territorial:

PROVINCIA	AUTÓNOMOS EN ALTA	% SOBRE TOTAL
Huesca	132	22,1%
Teruel	67	11,2%
Zaragoza	399	66,7%

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

La distribución territorial de los autónomos no vinculados muestra las mismas concentraciones y un orden de prelación similar a los análisis anteriores. Los datos desglosados por comarca se pueden encontrar en el anexo II.

En el análisis de los datos provenientes del IAEST no se puede evaluar el grado de industrialización de los productos, por lo que es una fuente en la que estarán incluidos todas las empresas y personas que realizan una actividad artesana, puesto que proviene de fuentes de obligada inscripción, como la Seguridad Social, pero también incluirá a las micro empresas de sectores con la misma denominación de actividad principal pero que realizan producción industrial y no artesana.

La comparación entre los porcentajes de cada sector artesano en función de la fuente de los datos es la siguiente:

SECTOR ARTESANO	DIREA 2013	REGISTRO ARTESANÍA DE ARAGÓN	AUTÓNOMOS SEG SOCIAL	EMPRESAS SEG SOCIAL
Cerámica	3,5%	19,9%	4,2%	3,0%
Instrumentos musicales	0,9%	1,1%	1,3%	3,4%
Joyería	5,3%	18,8%	6,2%	9,5%
Mármol y piedra	8,9%	2,3%	5,2%	18,1%
Metal	12,3%	3,8%	12,0%	24,3%
Muebles de madera	18,3%	5,7%	21,4%	5,2%
Objetos diversos de madera	3,5%	6,5%	3,5%	9,5%
Piel y cuero	11,7%	6,1%	8,5%	23,9%
Textil	28,2%	16,9%	31,1%	0,4%
Vidrio	0,2%	3,1%	0,8%	0,0%
Servicios y bienes de consumo	0,2%	0,8%	0,2%	2,4%
Varios	7,0%	14,9%	5,5%	3,0%
Total	100%	100%	100%	100%

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

Expresado de manera numérica el análisis de comparación entre fuentes es:

SECTOR ARTESANO	DIREA 2013 (DIC 2013)	REGISTRO ARTESANÍA DE ARAGÓN (ABRIL 2016)	AUTÓNOMOS SEG SOCIAL (DIC 2015)	EMPRESAS SEG SOCIAL (DIC 2015)
Cerámica	45	52	25	13
Instrumentos musicales	12	3	8	1
Joyería	69	49	37	17
Mármol y piedra	115	6	31	9
Metal	160	10	72	100
Muebles de madera	237	15	128	121
130 Objetos diversos de madera	45	17	21	26
Piel y cuero	152	16	51	48
Textil	366	44	186	118
Vidrio	2	8	5	2
Servicios y bienes de consumo	2	2	1	30
Varios	91	39	33	12
Total	1.296	261	598	497

Aunque la comparación no es sólida ni completa por tratarse de datos dispares y de fechas muy diferentes, y además es necesario realizar alguna consideración que se desarrollará más adelante sobre la permanencia en la actividad de los artesanos con DCA activos, sí que se pueden sacar algunas conclusiones. Se aprecia que en el sectores de cerámica, joyería, vidrio y varios los datos de los artesanos inscritos en el Registro General de Artesanía son representativos sobre el conjunto de empresas y autónomos que realizan la actividad. En el extremo contrario, metal, muebles de madera y servicios y bienes de consumo son sectores artesanos con una menor representación de las personas inscritas en el Registro General de Artesanía sobre las que realizan la actividad. En el sector de textil y piel y cuero se ha analizado ya la existencia de microempresas de estas actividades que realizan producción industrial, en algunos casos con cierta concentra-

CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

ción territorial, como el calzado de la comarca del Aranda, lo que lleva a que en estos sectores la proporción de coincidencias es baja.

El IAEST también realizó el cruce de información entre las fuentes estadísticas y los datos del Registro General de Artesanía. El resultado de este cruce de información nos indica además que:

El cruce de NIFs de los ficheros procedentes del Registro General de Artesanos de Aragón con los ficheros del IAEST encuentra un 49% de coincidencias en los datos correspondientes a las cotizaciones de empresas y las afiliaciones en régimen de autónomos a la Seguridad Social en el mes de diciembre de 2015. Cuando los datos del Registro General de Artesanos de Aragón se cruzan con los del DIREA 2013, el porcentaje de coincidencias es del 59%. Estos porcentajes de coincidencia se obtienen sobre los datos completos de Seguridad Social y DIREA, sin incluir en estos ficheros el filtro de que sean un NIF vinculado a una de las actividades artesanas definidas con el listado de la CNAE que se ha comentado anteriormente.

Cuando se incluye en el cruce de datos este filtro de actividad por CNAE y la condición de que el número de trabajadores sea menor que 10, es decir la definición de empresa artesana que se realiza en la Ley 1/1989, los porcentajes de coincidencia bajan al 17% para los datos de Seguridad Social y al 9,9% para los datos de DIREA.

Por tanto se puede concluir que las Empresas de los ficheros procedentes del Registro General de Artesanos de Aragón no se encuentran clasificadas en los ficheros del IAEST con los códigos CNAEs- Artesanía definidos en el Anexo I. Bien es cierto que la mayoría de los NIF del registro presentes en los datos de Seguridad Social y de DIREA y que no constan con los códigos de CNAE definidos como artesanía aparecen en la CNAE 47 (Comercio al por menor) y 903 (Creación artística y literaria), que son dos actividades con cierta conexión con la actividad artesana y que podría considerarse que son la actividad principal de la empresa mientras que la actividad artesana sería secundaria.



CAPÍTULO 1

TENDENCIAS Y CIFRAS BÁSICAS DEL SECTOR ARTESANO

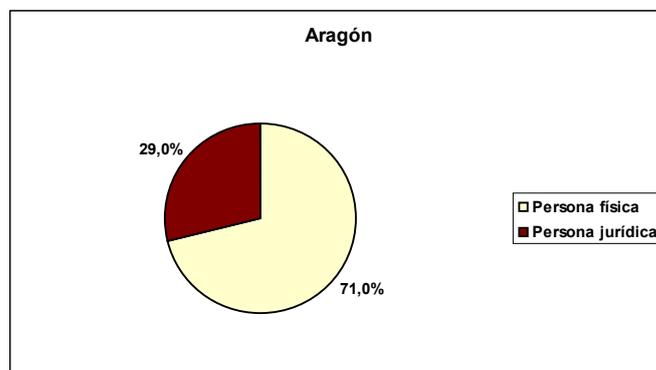
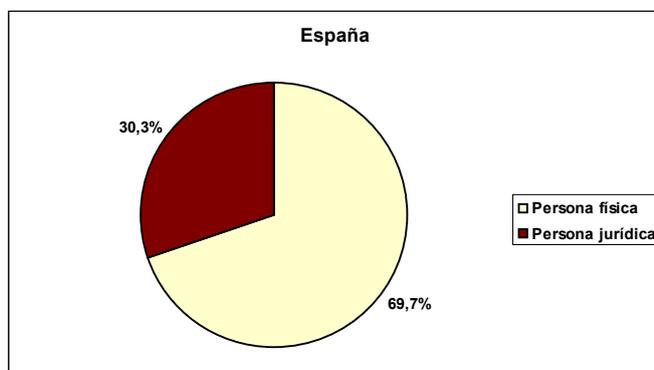
Otra conclusión del cruce de datos es que la actividad empresarial artesana presenta un grado de estacionalidad elevado. Una de las conclusiones cualitativas que se ha obtenido durante el proceso de realización de las encuestas es que un número importante de artesanos realizan su actividad en periodos determinados de tiempo vinculados a la realización de ferias, pedidos elevados, etc. La actividad artesana no es en algunos casos una actividad a tiempo completo ni una actividad principal, por lo que se producen altas y bajas en la Seguridad Social de un mismo artesano en función del desarrollo o no de actividad económica.

También hay que considerar la alta rotación de la mitad del censo de los artesanos que se analizará en detalle en el punto 2 del capítulo 2. En ella se ha observado que la mitad de los nuevos artesanos que se inscriben en el Registro General de Artesanos de Aragón tiene una supervivencia inferior a los 5 años.

CAPÍTULO 2 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

2.1. Personalidad jurídica de las empresas artesanas

El 71,0% de las encuestas afirma que ejerce su actividad mediante la figura de empresario individual, siendo el 22,1% los que ejercen la actividad profesional mediante otras formas jurídicas, como la sociedad limitada, la cooperativa, etc.

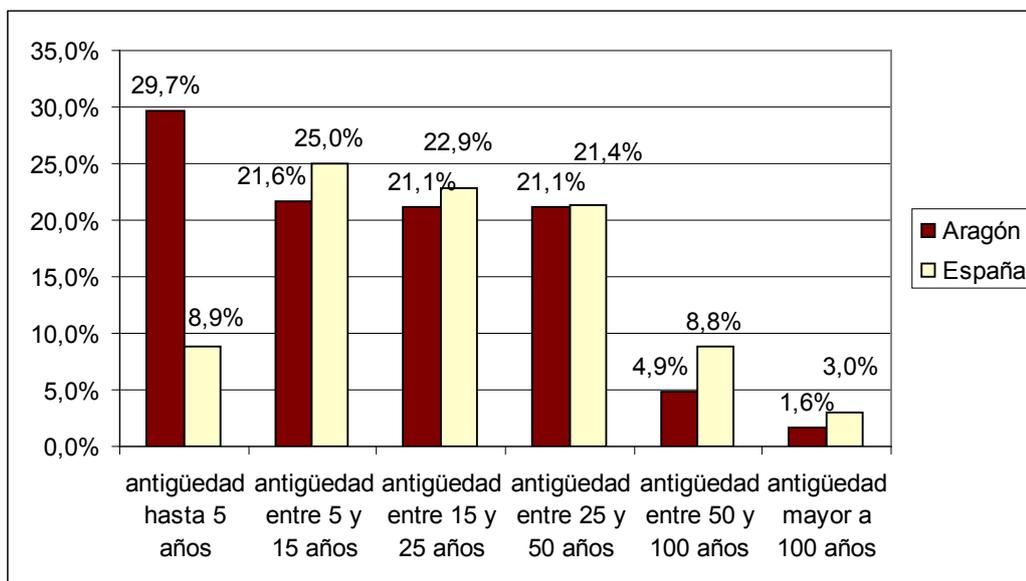


A nivel estatal, en el año 2014 el porcentaje de empresarios individuales era de un 69,7% y el de otras formas jurídicas el 30,3%, lo que en principio muestra un sector artesano de menor dimensión empresarial en Aragón que la media española.

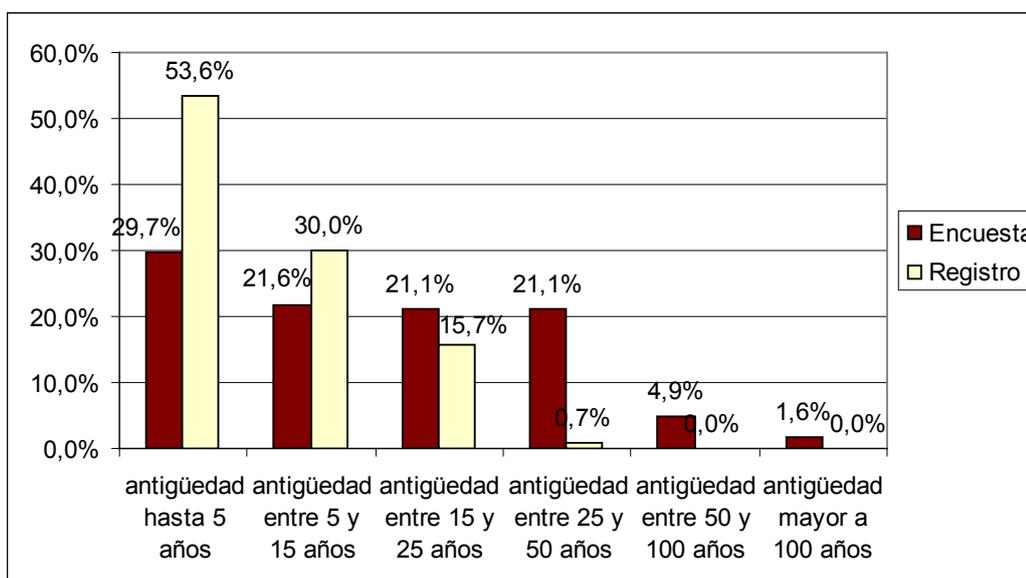
2.2. Antigüedad de las empresas artesanas

Respecto a la antigüedad media de la empresa, ésta se sitúa en los 20,6 años. Esta cifra es algo inferior a la media española, que se situó en el 2014 en 27,5 años, siendo muy relevante la diferencia que existe entre los datos a nivel estatal y los resultados de la encuesta en los rangos de menor antigüedad, sobre todo en el caso de los artesanos que iniciaron su actividad hace menos de cinco años, que suponen un 29,7% en el caso de Aragón frente a un 8,9% de media en España.

CAPÍTULO 2 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS



Ante esta diferencia, sobre todo en los estratos de menor antigüedad, se analizó también la antigüedad de los datos del Registro de General de Artesanía. Como se ve en la gráfica siguiente, esta tendencia se intensifica en el estudio de la antigüedad de los Documentos de Calificación Artesanal emitidos, ya que el 53,6% lo han sido en un periodo inferior a los 5 años.

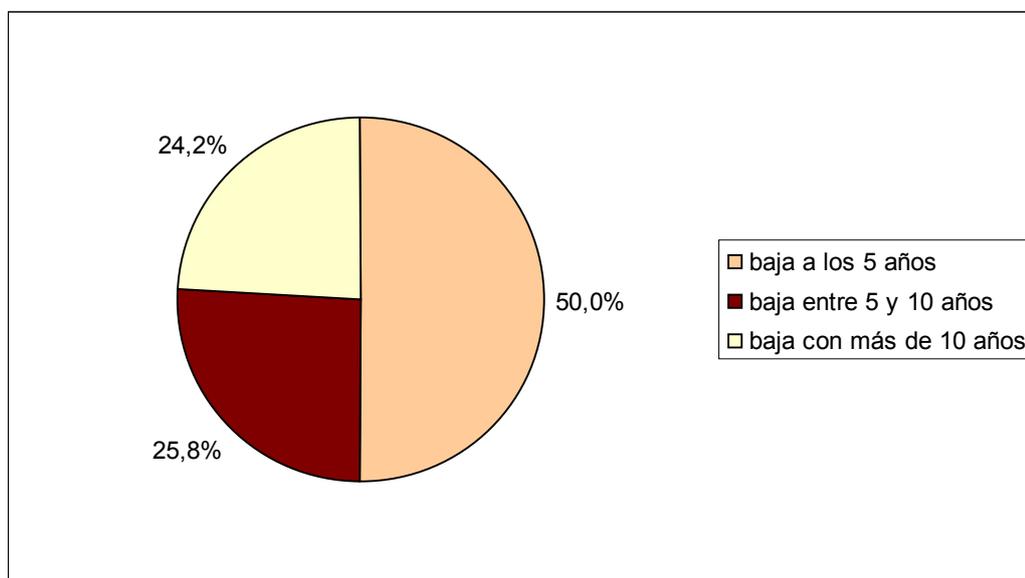


CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

El dato correspondiente a los Documentos de Calificación Artesanal emitidos en el periodo entre 5 y 15 años también es superior al de la encuesta, ya que el 30,0% de los documentos están en este rango de antigüedad frente al 16,1% de las actividades declaradas.

Este dato muestra una importante incorporación de nuevas personas al registro que ven en la actividad artesana una posibilidad de autoempleo. También se corresponde con la incorporación de familiares a la actividad empresarial, pero en menor medida. No obstante esta fuerte incorporación de personas como empresarios artesanos tiene un elevado grado de rotación y de falta de continuidad, común en todas las actividades empresariales. Se observa que el análisis de las bajas en el Registro General de Artesanía, el 50% se producen en el periodo de 5 años, es decir, son proyectos de artesanos que no logran superar el periodo inicial de consolidación de la actividad.



La otra mitad de los proyectos de empresas artesanas se reparte casi a partes iguales entre las bajas con una vida artesanal entre 5 y 10 años y las bajas tras vida artesanal superior a 10 años.

CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

2.3. Tradición familiar

Respecto a la pregunta sobre cuántas generaciones familiares han venido desarrollando la actividad artesana llama la atención que el 12,9% de las empresas tienen una tradición familiar, habiéndose desarrollado la actividad artesana al menos por dos generaciones de la misma familia, lo cual es un dato muy inferior a la media española, en la que el 45,9% de las empresas tiene tradición familiar.

Este fenómeno se puede explicar parcialmente por la pérdida casi total de los oficios artesanales más tradicionales. En Aragón, con la excepción de la cerámica, no ha conservado prácticamente ninguna referencia territorial sobre la producción artesana ni se han mantenido productos con técnicas de fabricación tradicionales. Pero incluso en el sector de la cerámica, se ha generado un importante movimiento y tendencia de renovación del producto.

2.4. Tipo de producción artesanal

Analizado el porcentaje de artesanos que declaran realizar de manera exclusiva producto artesanal, su resultado es el 69,6%, que es una cifra algo inferior al 77,2% que se obtuvo en el estudio de ámbito nacional de la EOI.

2.5. Facturación en las empresas artesanas

Se ha preguntado en la encuesta sobre el importe anual de facturación de la actividad artesana, siendo en el 96,1% inferior a los 100.000 euros anuales, por lo que no se puede establecer ninguna comparación con las cifras existentes en el ámbito nacional.

En la tabla siguiente se muestra el porcentaje de empresas para cada rango de facturación y el número medio de trabajadores de las empresas de cada rango.



CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

RANGO DE FACTURACIÓN	PORCENTAJE DE EMPRESAS	NÚMERO MEDIO DE TRABAJADORES
Facturación inferior a 9.000 euros	42,4 %	1,0
Facturación entre 9.001 y 15.000 euros	18,9 %	1,1
Facturación entre 15.001 y 30.000 euros	11,1 %	1,2
Facturación entre 30.001 y 50.000 euros	8,8 %	2,0
Facturación entre 50.001 y 100.000 euros	7,8 %	2,0
Facturación superior a 100.000 euros	6,9 %	4,5

Del análisis de estos datos se concluye que la actividad artesana de un porcentaje muy mayoritario de los encuestados no podrá tener una generación de ingresos suficiente que permita la inversión en nuevos proyectos.

Una referencia sobre el umbral mínimo de facturación se establece en la “Guía de actividad empresarial para la artesanía no alimentaria” que ha sido realizada recientemente en la Comarca del Bajo Cinca. En esta guía y sobre la base de la estimación de las inversiones mínimas para el desarrollo de la actividad artesana y de las necesidades económico financieras más comunes, se considera a modo de referencia la necesidad de disponer de 35.000 euros para el inicio de la actividad artesana. Estas estimaciones de capital inicial, analizadas sus amortizaciones y gastos más comunes, sitúa el umbral de rentabilidad en una facturación de 54.000 euros al año para un coste de personal unitario de 18.780 euros al año.

Considerando que por la experiencia de los autores de esta guía, esta estimación es válida, sólo una pequeña parte de los artesanos generaría ingresos suficientes para mantener la viabilidad de una empresa artesana. Destaca el que el mayor porcentaje se obtenga en los rangos inferiores, lo que se puede considerar de

CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

varias maneras posibles. Por una parte se ha constatado que hay un número relevante de artesanos para los que esta actividad es una fuente de ingresos complementaria a otras actividades profesionales que se realizan, como formación, actividades por cuenta ajena, etc. También se ha evidenciado en el punto 2 del capítulo 1 la estacionalidad de la actividad artesana en un número importante de casos, lo que también influye en la baja capacidad económica. Finalmente, hay que considerar la dificultad de obtener vía encuesta datos fiables sobre los aspectos financieros de las empresas.

2.6. Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés

En lo referente al tipo de empresa, el ejercicio de la actividad artesana a través de otras formas societarias es más elevado en los sectores de objetos diversos de madera, textil y cerámica.

La antigüedad media más baja se da en los sectores de textil, con 10,6 años y de joyería, con 14 años. En el lado contrario el metal, con 35 años y los muebles de madera con 43 años, presentan antigüedades medias de las empresas superiores. En el sector de la madera también se encuentra un mayor número medio de generaciones que han participado en la empresa.

Las empresas de otros productos de la madera son más jóvenes, con un 50% que tienen menos de 5 años. En el sector de la cerámica y el del vidrio más del 50% tienen entre 15 y 50 años de antigüedad empresarial. En el sector de piel y cuero el 40% de la empresas tiene entre 25 y 50 años y es uno de los más elevados.

En lo relativo a la facturación, en joyería se declara que el 44% factura menos de 9.000 euros al año y el 12% más de 100.000 euros al año. En este sector se ha agrupado tanto bisutería como joyería siendo dos tipos de producto con posicionamientos generalmente muy diferentes.

En el sector de piel y cuero hay un 11,8%, porcentaje más elevado que la media, de empresas que se sitúan en el rango superior de facturación, de más de



CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

100.000 euros al año y sólo 25% con menos de 9.000 euros al año. En el sector de objetos diversos de madera se han posicionado un 23% en la franja de más de 100.000 euros al año y un 30% menos de 9.000.

El sector del metal no tiene mucho porcentaje en los rangos más bajos de facturación y se concentra más en los rangos medios entre 30.000 y 50.000 euros al año de facturación. En esta línea, el sector de muebles de madera también tiene poco porcentaje en rangos bajos y el 50% de las empresas declara facturar por encima de 50.000 euros al año.

En los sectores de vidrio y cerámica llama la atención el bajísimo porcentaje de empresas que declaran facturar por encima de 50.000 euros al año.

2.7 Conclusiones

El sector artesano aragonés es un sector de empresa y trabajo familiar, pero con un pequeño porcentaje de empresas en las que el relevo se haya efectuado con éxito. Eso puede ser debido a que es un sector de empresas muy jóvenes y a la pérdida de los oficios artesanos tradicionales de Aragón.

La supervivencia en el sector artesano es difícil y complicada como en muchos otros sectores. El 50% de las altas en la actividad artesana no superan los cinco años de antigüedad, pero existe una gran rotación de iniciativas que se ponen en marcha dentro del sector.

Por otra parte, esta juventud y la ausencia de anclas tradicionales configuran un sector artesano con una mayor base en el diseño original y la actualización de las técnicas de producción.

CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANAS

Los niveles de facturación son muy bajos, motivados porque un número importante de artesanos realizan su actividad de manera complementaria a otras, o realizan su actividad únicamente de manera puntual. Aún en los niveles de facturación superiores, la media por trabajador no es elevada, lo que nos presenta un sector que tiene grandes dificultades financieras para impulsar nuevos proyectos.

Ante esta circunstancia la cooperación entre empresas será fundamental para poder asumir nuevos proyectos de inversión.

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

3.1. Empleo en las empresas artesanas

Como se ha visto en el capítulo anterior, la actividad artesana en Aragón genera únicamente autoempleo de tipo familiar, no siendo relevante la generación de empleo por cuenta ajena en el sector. La existencia de estos vínculos familiares hace que prácticamente todo el empleo que se genera se declara como empleo fijo, el 97,0% y únicamente se declara la existencia de un 3,0% de empleo eventual.

Respecto a la distribución por género y edad de los trabajadores artesanos y su comparación con los datos de ámbito nacional se puede analizar a través de la siguiente tabla.

	ARAGÓN	ESPAÑA
% de hombres	40,9%	62,9 %
% de mujeres	59,1%	37,1 %
Trabajadores menores de 25 años	4,3%	3,7 %
Trabajadores entre 25 y 45 años	40,1%	42,1 %
Trabajadores entre 46 y 55 años	34,1%	36,0 %
Trabajadores de más de 55 años	21,5%	18,2 %
Total	100,00%	100,00%

La conclusión es que el reparto de género está más equilibrado en el caso de Aragón, destacando la predominancia de mujeres frente a hombres, situación inversa a la media española. La distribución por rangos de edad es muy similar entre ambas fuentes de datos. Esta distribución concentra el mayor porcentaje de trabajadores en rangos de edad jóvenes, por lo que la continuidad en el ejercicio de la actividad parece no tener problemas de relevo generacional.

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

3.2 Formación en el sector artesano

El 32,3% de los artesanos encuestados han realizado algún tipo de formación durante el último año, un número importante que contrasta con la referencia del 12,6% a nivel nacional.

La visita a ferias así como a otros talleres artesanos son las actividades formativas más realizadas, ya que más de la mitad de los artesanos declaran su realización. La realización de actividades con artesanos excelentemente cualificados y la formación a través de cursos y seminarios ocupa un segundo lugar, en torno a un tercio de los artesanos. En último lugar la asistencia a conferencias sobre el sector ha sido realizada por un 13,1% de las empresas que han realizado formación.

ACTIVIDAD	% DE EMPRESAS QUE LA REALIZA	Nº MEDIO DE PERSONAS QUE LA REALIZA
Visita a ferias y exposiciones	89,4%	9,0
Visita a otros talleres o centros de artesanía	52,5%	5,6
Actividades con artesanos excelentemente cualificados	31,3%	3,0
Cursos y seminarios	34,4%	1,6
Conferencias sobre el sector	13,1%	0,6

3.3 Tecnologías de la información y la comunicación

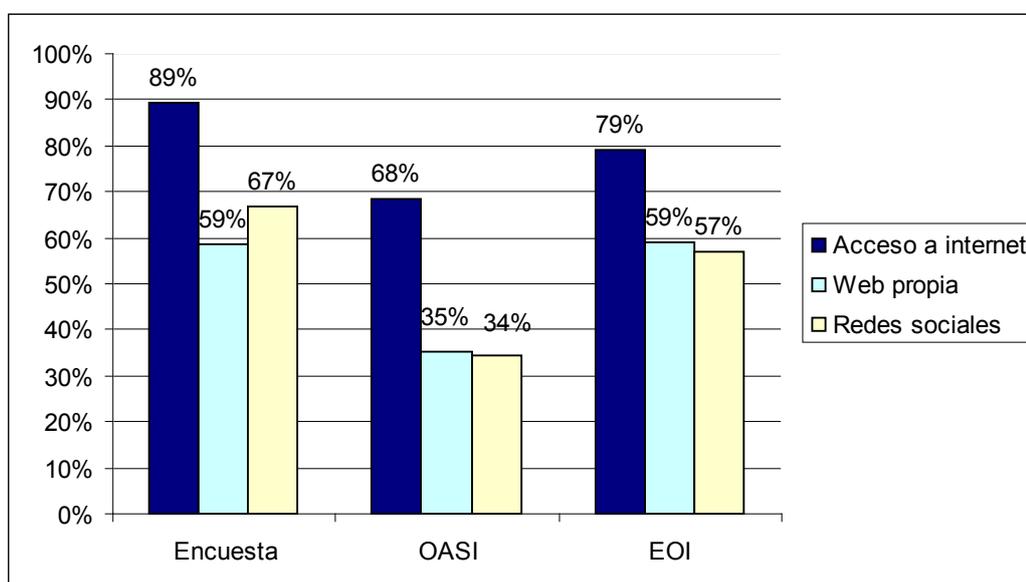
Respecto al uso de herramientas informáticas los resultados de la encuesta se han comparado tanto con el estudio realizado por la EOI para el sector artesano como con los datos del Observatorio Aragonés para la Sociedad de la Información – OASI. Los últimos datos disponibles de los estudios realizados por el

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

OASI corresponden a los resultados de la Encuesta sobre el uso de Internet en Aragón: hogares y personas, 2014.

La comparación de los datos se observa en la siguiente gráfica.



De acuerdo con estos datos, el porcentaje de artesanos que cuentan con acceso a Internet es muy elevado, con el 89,4% y situado muy por encima de los datos para las empresas con menos de diez trabajadores, en las que el porcentaje de empresas con acceso a Internet es del 68%. Los datos de empresas artesanas con web propia y con perfil en redes sociales también son muy superiores a los datos del OASI. La comparación con los datos del estudio estatal también muestra una mayor penetración de las infraestructuras TIC en el caso de los artesanos aragoneses.

Sin embargo estos porcentajes tan elevados no se reflejan en usos generalizados de herramientas informáticas para la gestión, ya que de los artesanos encuestados entorno al 30% manifiesta disponer de programas de gestión de bases de datos de clientes o de programas de gestión de compras y ventas.

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

Otros usos que se realizan de las TIC son:



Es llamativo que en todos los otros usos de las TIC el porcentaje de artesanos que se declara como activo es menor para todos los casos, a pesar de una mayor tasa de adopción de infraestructura.

La búsqueda de información es la acción más realizada, junto con las gestiones bancarias, el comercio electrónico y la presencia en redes sociales. La contratación de personal apenas es utilizada, ya que como se ha visto anteriormente, el sector es básicamente una actividad de autoempleo familiar. La formación a través de Internet alcanza el 31,8%, siendo una de las actividades con mayor potencial de recorrido al alza.

3.4 Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés

En el análisis de género, el sector textil es el más feminizado con un 87% mujeres. El sector de piel y cuero está equilibrado, mientras que el sector del metal

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

tiene un mayor porcentaje de género masculino, con un 82%. Los sectores de madera y objetos diversos de madera también están masculinizados, frente a una mayoría de género femenino en el resto.

El sector de joyería es el que presenta un colectivo de artesanos más joven, ya que el 61% tiene menos de 45 años. También en el sector textil el 52% tiene menos de 45 años y se destaca por la juventud. En el sector de piel y cuero el 50% de las personas tiene entre 46 y 55 años y sólo el 14% tiene menos de 25 años.

En el sector del metal también hay mayores porcentajes de personas en la franja de más de 55 años, y en la de entre 46 y 55 años, con un 35% en ambos casos, lo que da un 70% por encima de los 46 años. Una situación similar o un poco más acentuada se da en el sector de la cerámica.

Los sectores de piel y cuero y de muebles de madera son los que menos declaran haber realizado formación, siendo en torno al 12% los porcentajes en ambos casos. En el extremo contrario, el 40% de las empresas del sector del metal declaran haber realizado formación.

Respecto a la existencia de infraestructura TIC, en el sector del metal se presenta el porcentaje mayor de activación de un perfil en redes sociales, con el 37%. Los sectores de vidrio y de objetos diversos de madera son más activos en comercio electrónico, seguidos por la joyería. Los sectores de metal y cerámica son los menos activos en comercio electrónico.

3.5 Conclusiones

Los artesanos aragoneses son un colectivo joven y equilibrado en género lo que indica la viabilidad de plantear proyectos a largo plazo para el sector, así como la ausencia de un problema inmediato de relevo generacional.

CAPÍTULO 3

EL FACTOR HUMANO Y LOS RECURSOS DE LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

Esta juventud se traduce en un interés por la formación, si bien las actividades que realizan en este aspecto están dirigidas sobre todo a las visitas a ferias y talleres de artesanía y en menor medida a cursos. Internet es usado como herramienta de formación pero de una manera minoritaria, ya que sólo el 29% ha usado este medio de formación.

También se aprecia una tendencia muy generalizada en la implantación de recursos TIC, muy por encima de las medias españolas y de las empresas de menos de 10 trabajadores.

Sin embargo, el uso de los recursos TIC es menos intensivo en lo empresarial que la media. Un menor uso en contratación de personal es lógico, por la estructura familiar del trabajo de la empresa artesana aragonesa. El uso en cuanto a realización de acciones de marketing y redes sociales es inferior, pero está más equilibrado. La mayor diferencia se observa en cuanto a la utilización del comercio electrónico, utilizado por el 59% de los aragoneses frente a la media del 91% en España, y la búsqueda de oportunidades de negocio, utilizado por el 38% de los aragoneses frente al 63% de media en España.

Estos datos muestran oportunidades para intensificar y optimizar la utilización de la infraestructura TIC disponible. Tal vez estas oportunidades se están aprovechando, ya que como se verá en el punto 1 del capítulo 4, la encuesta está detectando una mayor utilización de los canales de comercio electrónico que la media española.





CAPÍTULO 4 MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

4.1 Canales de comercialización

En este apartado se recogen y analizan las cuestiones relativas a la forma de comercializar el producto artesano que se utiliza en la actualidad. Vistos los resultados cabe la duda sobre la existencia de un sesgo en la respuesta proveniente de la muestra tomada, que son los artesanos con Documento de Calificación Artesanal en vigor. Este reconocimiento es voluntario, como ya se ha comentado en el capítulo 1, y su utilidad más generalizada es el cumplimiento de uno de los criterios de selección para la participación en ferias más comunes, que es el estar en posesión de este reconocimiento. Por este motivo se puede justificar la gran diferencia en la utilización del canal de comercialización venta directa en ferias de artesanía respecto a la media española.

El porcentaje de utilización de los distintos canales de comercialización es el siguiente:

ACCIÓN INNOVADORA	ARAGÓN	ESPAÑA
Venta directa a clientes concretos (encargos)	88,5%	94,4%
Venta directa en el taller o en la empresa	67,7%	64,7%
Venta a minoristas (tiendas) especializadas	41,5%	51,7%
Venta en una tienda propia	38,2%	31,4%
Venta a través de página <u>web</u> propia	34,1%	29,3%
Venta a mayoristas especializados	10,1%	22,4%
Venta directa en ferias de artesanía	54,4%	21,2%
Venta en portales de Internet especializados	19,8%	12,1%
Venta en galerías y/o coleccionistas	15,7%	10,3%
Otros	8,3%	5,3%

Destaca como mayor canal de comercialización la venta directa a clientes concretos a través de encargos, utilizada por un 88,5% de los artesanos. El encargo tiene mucho que ver con la personalización, permite un contacto muy directo y estrecho con el cliente y por lo tanto el establecimiento de comunicación

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

bidireccional sobre valores, expectativas y cualidades del producto. Este canal requiere la existencia de un número elevado de compradores directos y el mantenimiento constante de una labor de relaciones públicas directas con los clientes. El segundo canal de comercialización es el de la venta directa en el taller o la empresa, con un 67,7%. La venta en el taller de producción es desde donde mejor se puede trasladar la forma de fabricación del producto y convertir al acto de compra en una experiencia diferente. Este tipo de comercialización es mucho más factible en el caso de las microempresas. La mayor utilización de estos dos canales, tanto a nivel español como aragonés, se puede entender bajo el principio de que son canales con una característica reactiva, es decir, que es el cliente el que acude al artesano para demandar sus productos. Esto es así porque la pregunta realizada hace referencia al número de canales utilizados y no al porcentaje de venta realizado a través de cada uno de ellos.

En lo referente a la comercialización a través de tienda minorista, se invierte los resultados, siendo más elevado el porcentaje de artesanos con tienda minorista propia en Aragón que en España (38,2% en Aragón vs 31,4% en España) y al revés en el caso de la comercialización a través de la venta a tiendas minoristas especializadas (41,5% en Aragón vs 51,7% en España). La comercialización a través de tiendas permite presentar una propuesta de producto más completa y trabajada, trasladando de manera homogénea los valores y atributos del mismo.

La mayor adopción de los canales de comercialización electrónicos en Aragón, 34,1% con web propia y 19,8% en portales de Internet especializados, puede verse influido también por la diferencia temporal entre los dos estudios, ya que la tasa de adopción de estos canales está en un rápido crecimiento en todos los sectores, debido a la disminución de las barreras de entrada tecnológicas.

Por último, la venta en galerías o a coleccionistas es algo mayor en Aragón, 15,7%, frente a España, 10,3%, pero en ambos casos en un canal de comercialización minoritario en el sector.

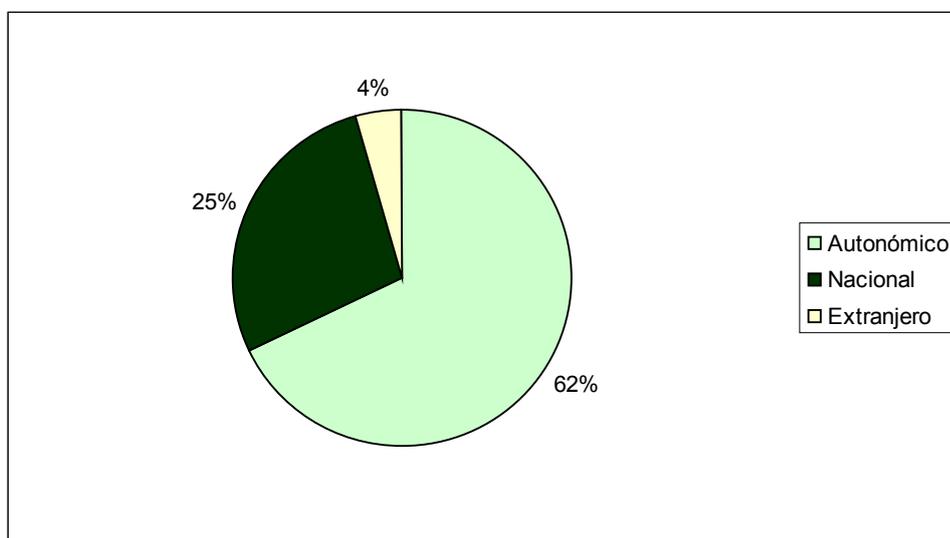


CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

4.2 Mercados de comercialización

En cuanto al destino de los productos, mayoritariamente el producto artesano está dirigido a un mercado autonómico y local, con cierta apertura significativa a otros destinos nacionales y una participación simbólica de los mercados extranjeros.



Respecto a los mercados extranjeros, la mayor parte de los casos se trata de la participación en ferias especializadas en artesanía en Francia o Italia. En el caso del mercado nacional, la utilización de los distintos medios de comercialización está más equilibrada.

4.3 Propensión a innovar

La innovación se contempla como la incorporación de cambios, grandes o pequeños, que se realizan en todos los aspectos de la cadena de valor, desde el diseño hasta la comercialización, pasando por la fabricación y la gestión. En este apartado se ha querido evaluar el nivel de cambio que el sector artesano está realizando en sus diferentes facetas de trabajo.

En este sentido, se aprecia que los artesanos aragoneses han incorporado de manera mayoritaria el concepto de innovación en el producto, tanto desde el

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

punto de vista de su concepción, como fabricación y presentación. También se tiene un grado elevado de vinculación del producto con valores de sostenibilidad como producto natural, ecológico, hecho a mano, de baja huella de carbono, etc.

El resumen de la ejecución de acciones innovadoras en los dos últimos años dentro del sector artesano aragonés se resume en la siguiente tabla.

Acción innovadora	Aragón	España
¿Ha incorporado productos nuevos o mejorados, alguno de manera significativa?	70,5%	39,1%
¿Ha introducido nuevos materiales en sus productos?	59,0%	36,9%
¿Ha utilizado nuevas herramientas de mantenimiento o nuevas aplicaciones informáticas para compras, contabilidad, diseño, etc.	34,6%	13,3%
¿Ha incorporando nuevos sistemas de producción o ha mejorado de los existentes?	47,0%	22,6%
¿Ha realizado alguna modificación significativa del diseño del producto o del envasado y presentación del mismo?	55,8%	42,8%
¿Ha utilizado nuevos canales de promoción del producto?	49,8%	27,5%
¿Ha comercializado a través de nuevos canales de venta?	35,9%	25,9%
¿Ha definido nuevos métodos para establecer el precio del producto?	28,1%	22,4%
¿Ha utilizado valores para comercializar su producto, como por ejemplo: natural, ecológico, hecho a mano, baja huella de carbono, sostenible, etc.	59,9%	--

De los datos de esta tabla se desprende una mayor propensión innovadora en el sector artesano aragonés, aunque se constata que en los aspectos más relacionados con la gestión, como el establecimiento del precio o los canales de comercialización, el nivel de innovación es menor.

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

4.4 Dificultades para la innovación

En el análisis para conocer las dificultades que se encuentra el sector artesano para poner en marcha las innovaciones estudiadas en el punto anterior, se destaca como mayor dificultad la falta de financiación. Esta dificultad coincide como primera y destacada tanto en el ámbito aragonés como en el estatal.

La falta de predisposición de los clientes también es una dificultad reconocida, si bien está a un nivel inferior y la experiencia de alto porcentaje de artesano que incorpora cambio de producto expresada en el apartado anterior, parece llevar a la conclusión de que con un adecuado conocimiento del cliente y del mercado, la posible no aceptación del cliente de un nuevo producto no es un riesgo elevado.

Acción innovadora	Aragón	España
La falta de financiación para el desarrollo de la novedad	65,4%	56,0%
La poca predisposición de los clientes a comprar nuevos productos	35,5%	40,8%
A largo plazo, no se incrementarán las ventas	30,9%	34,7%
El temor al fracaso	19,4%	27,4%
La falta de información sobre las tecnologías que necesitaría para el desarrollo de la novedad	31,3%	26,6%
La falta de personal cualificado para el desarrollar la novedad	27,6%	24,8%
Otras	17,5%	11,6%

Se detecta una mayor necesidad de información sobre las tecnologías que se necesitan para desarrollar novedades, posiblemente ligado al menor nivel de incorporación de innovaciones de gestión y comercialización que se ha detectado en el punto anterior. En esta misma línea se puede analizar la falta de personal cualificado para el desarrollo de la novedad. En estas dos cuestiones, la dificultad percibida es mayor en el caso de Aragón que para el conjunto de España.

También existe una cierta percepción de que a largo plazo las ventas no se incrementarán, si bien y dado el elevado nivel de adopción de cambios que se produ-

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

ce, existe una conciencia de que la innovación y la mejora continua es una necesidad para la supervivencia, más allá de que pueda o no incrementar el nivel de ventas a largo plazo.

4.5 Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés

Todos los sectores utilizan mayoritariamente encargo y taller. Los sectores que más tienda propia o ajena tienen son: joyería, piel y cuero y muebles de madera. En el sector de cerámica destaca la utilización del comercio especializado, pero no se destaca en la comercialización a través de un establecimiento propio.

Los sectores que más declaran utilizar el comercio electrónico son: objetos diversos de madera, y en lo relativo a la utilización de portales especializados el sector del vidrio. En el sector de piel y cuero se declara un mayor uso del canal de comercialización de página web propia.

Respecto a la penetración del canal mayorista, este canal es más relevante en los sectores de piel y cuero, vidrio, cerámica y sobre todo muebles de madera.

En el análisis de la propensión a innovar, son los sectores de joyería, piel y cuero y muebles de madera los más innovadores en producto. Sin embargo en lo referente a los procesos de fabricación y gestión, el sector de muebles de madera es el que se presenta como más innovador y en menor medida el sector del textil.

En lo relativo al canal y modo de comercialización la innovación más frecuente es la relativa a diseño de producto y envasado, siendo el sector de piel y cuero el más activo en este aspecto, con un 75% de empresas que han innovado en este campo frente al sector de otros productos de madera, que es el menos innovador en esta materia, ya que únicamente el 30% declaran haber realizado cambios.

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

El sector del vidrio destaca en la utilización de nuevos canales de venta, ya que un 74% de sus empresas han innovado en este campo, seguido por el sector del metal, con un 53% y el sector de piel y cuero, con un 50%.

Respecto a las dificultades para la innovación son muy homogéneos excepto metal, donde únicamente el 40% nombra la financiación y el 53% nombra la poca disposición de los clientes a comprar nuevos productos. El sector del vidrio señala con un 43% la falta de personal cualificado como la segunda mayor dificultad para la innovación.

4.6 Conclusiones

De manera similar al sector artesano español, los artesanos aragoneses están utilizando de manera mayoritaria canales de comercialización clásicos, llamando la atención el gran peso del canal de comercialización de venta directa en ferias en el conjunto.

Existe una contradicción entre la mayor declaración de utilización de los canales vinculados al comercio electrónico respecto a la media española con la declaración de menor porcentaje de utilización de comercio electrónico que se realizó en el punto 3 del capítulo 3. La participación en la tienda virtual de la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón www.artesaniaparati.com podría estar introduciendo un sesgo en este sentido, puesto que es un canal de venta electrónico pero no está gestionado directamente por los artesanos individuales.

Las reflexiones respecto a los canales de comercialización indican que no lo son mejores ni peores “per se”, sino que lo importante es que la elección responda al análisis de un mercado y la elección del mejor medio para acceder hacia él. Esta faceta no ha sido incluida en este estudio y se considera muy relevante para poder tomar decisiones sobre la orientación hacia un tipo u otro de canal de comercialización.

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

También se observa, puede que como consecuencia de la preponderancia del canal de comercialización feria con venta directa y venta en taller y por encargo, que el mercado destino de los productos artesanos aragoneses es prácticamente un mercado autonómico, con algo de extensión al mercado nacional.

A través de entrevistas se ha confirmado que la parte de comercio internacional corresponde fundamentalmente a la presencia en ferias especializadas en artesanía con venta directa en el sur de Francia o en Italia, sin que responda a un proceso de selección de mercados diferente al que se realiza para la asistencia a una feria en territorio nacional.

En cualquier caso, se tiene que considerar que la competitividad en estos momentos es global y aunque la venta se realice en territorio nacional, el producto y la decisión de compra se realiza en un entorno en el que también pueden estar presentes opciones de compra de productos artesanos extranjeros. Por lo tanto, si el producto artesano aragonés es competitivo en el mercado local, puede serlo en el internacional, con la prudencia que la reducida dimensión empresarial del sector tiene que introducir en la toma de decisiones sobre aperturas a nuevos mercados.

Por otra parte, el sector artesano aragonés se presenta como un sector muy innovador, coherente con su juventud y la ausencia de anclas en tradiciones inamovibles.

El producto artesano aragonés tiene su base en un diseño moderno y se observa que el producto es frecuentemente renovado tanto en los aspectos de materiales como de diseño.

CAPÍTULO 4

MERCADOS E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

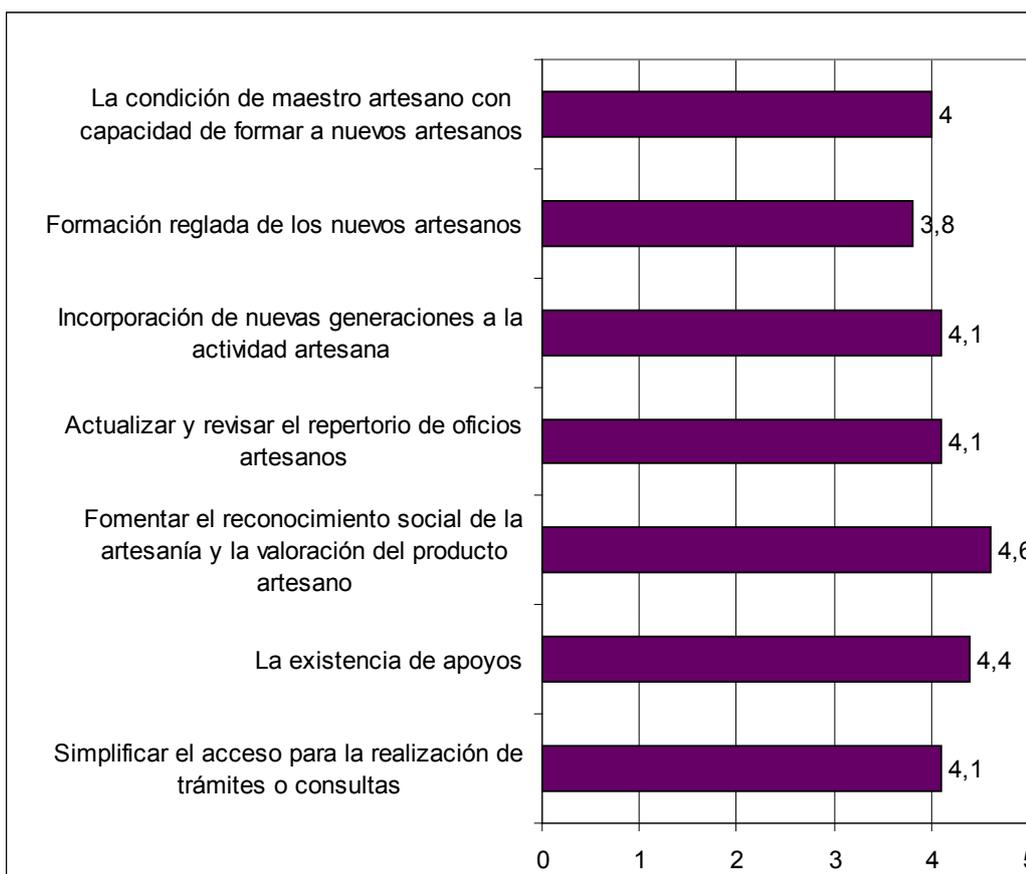
El embalaje y la presentación se renueva con menos frecuencia. Sin embargo en los aspectos relacionados con la gestión empresarial el nivel de innovación es mucho menor. Esto muestra la oportunidad de generar cambios en la cadena de valor del producto artesano más allá de la fase de diseño y fabricación que pueden incrementar la rentabilidad de las empresas.

Coherentemente con la reducida dimensión y los niveles de facturación analizados en el punto 5 del capítulo 2, la financiación es la mayor dificultad para la introducción de innovaciones.

CAPÍTULO 5 OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

5.1 El papel del sector público

Las distintas administraciones públicas pueden jugar un papel en el impulso de la competitividad del sector artesano, en función de las competencias que tienen asignadas y de las necesidades del sector. En este apartado se ha querido centrar el trabajo en las opciones que se pueden abordar desde la Comunidad Autónoma, quien ostenta la competencia directa sobre el sector artesano, preguntando sobre la necesidad de intervención desde la misma en distintos aspectos.



Se observa que se considera necesaria la intervención desde la Administración Autonómica en todos los aspectos, siendo el más solicitado el fomento del reconocimiento social de la artesanía y la valoración del producto artesano.

CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

5.2 Vías de trabajo para el sector artesano

Se ha planteado en la encuesta la valoración de la importancia de distintos aspectos para el sector artesano. La orientación de esta pregunta se realiza hacia las necesidades globales del sector más que hacia las particulares de cada artesanos, pretendiendo identificar ámbitos estratégicos de trabajo para el futuro.

Como primera conclusión se ha obtenido la importancia de potenciar la faceta artística del artesano con una importancia de 4,3 sobre 5. Es una cuestión que refleja la enorme creatividad de las personas artesanas, que es la base de la diferenciación de los productos artesanos. El sector artesano expresa que sin creatividad y autenticidad se perdería la esencia del producto, que se ha definido anteriormente como “Manufacturas del alma”. La faceta artística del artesano se considera más relevante y estratégica que la faceta empresarial, valorada con 4,0 puntos sobre 5.

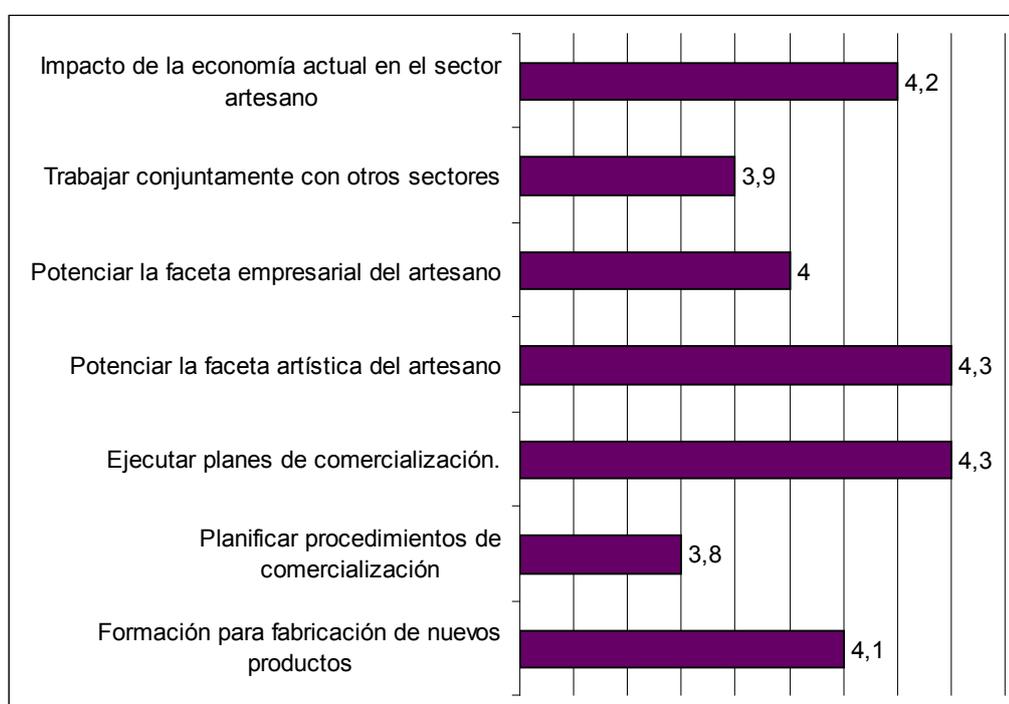
Con igual puntuación que la faceta artística, 4,3 puntos sobre 5, se ha expresado la importancia de ejecutar planes de comercialización. En este concepto se han englobado un gran número de acciones diferentes, pero que son la que han de impulsar la rentabilidad económica de la actividad artesana. Mejoras en el local comercial, participar en ferias profesionales, muestras, utilizar el comercio electrónico, implantación en las redes sociales, transmitir los valores del producto artesano, son alguna de las cuestiones que se han señalado como relevantes para el sector.

La situación económica general y la competencia con el sector artesano de los productos industriales, importaciones, etc, se percibe como una amenaza importante para el sector artesano y se ha valorado con 4,2 puntos sobre 5.

CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

Con menor valoración se perciben las oportunidades que vienen desde otros sectores y tipos de producción. Así se valora con un 3,9 la importancia de promover la cooperación y el trabajo conjunto con otros sectores empresariales no artesanos: turismo, sector del lujo, sector industrial, etc.



Los menores, aunque valorados como de importancia media – alta, aspectos estratégicos para el sector artesano se trata de la formación relacionada con el diseño, materiales, procesos... de la actividad artesana para el desarrollo y fabricación de nuevos productos, con una valoración de 4,0 sobre 5, la necesidad de planificar procedimientos que optimicen la comercialización: utilizar bases de datos de clientes, identificar o fidelizar clientes, formación en marketing o gestión empresarial, utilizar marcas individuales o colectivas para el producto, con una valoración de 3,8 sobre 5.

CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

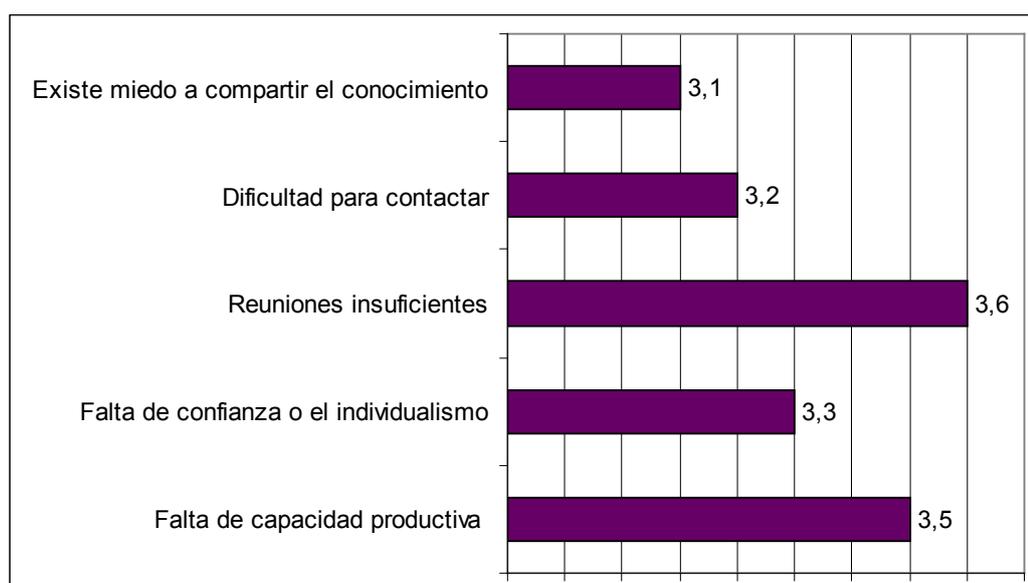
5.3 Posibilidades de cooperación

La aproximación al análisis de la cooperación en el sector artesanal de Aragón se ha orientado hacia las oportunidades, amenazas y dificultades que existen en la realización de proyectos comunes entre sectores productivos.

Para ello se solicitó que se expresara su grado de acuerdo o desacuerdo respecto a algunas afirmaciones. El resultado está posicionado en un grado de acuerdo moderado, menor de 4 sobre 5 en todos los casos.

Que no existen o son insuficientes las reuniones con otros sectores que permitan la generación de proyectos de cooperación es la afirmación que mayor grado de acuerdo ha generado, con 3,6 sobre 5. Esta afirmación muestra una tendencia favorable a la necesidad de promover y de proyectos de cooperación.

No obstante, en sentido contrario, la segunda afirmación más valorada, con 3,5 puntos sobre 5 es que se aprecia falta de capacidad productiva del sector artesano para desarrollar proyectos de cooperación de gran envergadura.



CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

Que la falta de confianza o el individualismo para impulsar proyectos de cooperación es un freno genera un grado de acuerdo de 3,3 sobre 5, lo que sitúa a esta afirmación como un riesgo para la colaboración, pero no alcanza un nivel de impedimento grave.

También se presenta como oportunidad de mejora la posibilidad de facilitar los contactos con empresas que no pertenezcan a mi sector para plantearles proyectos de colaboración, con un grado de acuerdo de 3,2 sobre 5.

La existencia de miedo a compartir el conocimiento recibe el grado de acuerdo menor de todos con una valoración de 3,1 sobre 5.

5.4 Diferencias por subsectores artesanos a nivel aragonés

En el sector de piel y cuero y en el sector del vidrio son más importantes la existencia de apoyos que el prestigiar el sector. En el sector del metal la prelación de factores es similar, pero todas son puntuaciones más bajas.

Respecto a las vías de trabajo, en el sector de joyería se mantienen prelación con puntuaciones más bajas, en el textil vidrio se destaca más la necesidad de fomentar la faceta empresarial y en el sector de piel y cuero la competencia de otro tipo de productos no artesanos. El sector del metal destaca la posibilidad de ejecutar planes de comercialización. El sector de cerámica está centrado en producto, ya que potenciar faceta artística y mejorar la formación con diseño, materiales, etc, son las vías de trabajo más destacadas por el mismo.

La falta de información para establecer contactos se destaca más en el sector textil, en el sector de metal y en el de piel y cuero la falta de capacidad productiva. En sector de metal se otorga una puntuación baja a la afirmación de que falta conocimiento de cómo contactar con empresas que no sean de su propio sector y en lo referente a la existencia de miedo a compartir el conocimiento. En el sector del vidrio se otorga una puntuación más baja que la media a la afirmación de que faltan reuniones con otros sectores que posibiliten la generación de proyectos de colaboración, igual que el sector de objetos diversos de madera. En



CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

el sector de muebles de madera se da puntuación de desacuerdo a la afirmación de que existe miedo a compartir conocimiento.

5.5 Conclusiones

El reconocimiento social, como ayuda para trasladar a los consumidores los valores diferenciales del producto artesano, es la acción más demandada por parte del sector aragonés a la Administración Autonómica. También se considera importante la existencia de ayudas y apoyos. Dado el carácter de micro empresa del sector artesano, este sector es susceptible de optar por las líneas de apoyo genéricas que en temas de financiación, competitividad, etc. se impulsan desde diversas unidades de la Administración Autonómica. Se detecta la necesidad de un mayor nivel de información y conocimiento de las mismas.

El sector artesano aragonés es muy consciente de cuál es su fortaleza principal y expresa como prioridad número uno cuidarla. De esta manera potenciar la faceta artística del artesano es la respuesta más valorada sobre las distintas cuestiones que se plantean al artesano en el estudio.

La mejora de la comercialización también es valorada como muy importante, si bien se considera más relevante la ejecución de la actividad comercial a la planificación. No ha sido parte de este estudio investigar el conocimiento de los mercados en los que venden los productos los artesanos aragoneses, pero la base del éxito de las acciones de comercialización está en una adecuada selección e investigación de los mercados.

Estas estrategias de investigación de mercados y la mejora de la faceta empresarial del artesano, que es otra cuestión que se ha valorado en un segundo nivel de importancia se ha de presentar como algo accesible y ejecutable por los propios artesanos, quienes deberán recibir más formación sobre habilidades y conocimientos específicos de gestión de micro empresas.

CAPÍTULO 5

OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA ARTESANA ARAGONESA

La situación actual de la economía y la competencia también importan al sector de manera relevante, ante lo cual es importante dotar al producto artesano de los atributos que le distingan y permitan ser elegidos en lugar de otras opciones de gasto de las familias. Como se ha indicado en el primer párrafo, el sector es consciente de que no tendrá supervivencia realizando productos sin personalidad.

La ausencia de reuniones y la falta de capacidad productiva para llevar a cabo los resultados de éstas son los principales obstáculos que se han señalado para la cooperación. No obstante alguno de los programas que se llevan a cabo en el Centro de Artesanía, inciden en la colaboración entre sectores, con lo que se puede considerar que hay una base de experiencias de éxito en este aspecto.



CAPÍTULO 6 LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Tras la descripción del sector artesano aragonés realizada en los capítulos anteriores, es necesario aprovechar esta información como punto de partida de una serie de líneas de trabajo que atiendan a las características, necesidades, oportunidades y contexto del sector artesano aragonés. De una manera más general, en este capítulo se plantea una reflexión sobre cómo se percibe el entorno en el que ha de trabajar el sector artesano, hacia dónde podría ir, qué acciones hay que llevar a cabo para apoyar este camino y cuáles son los riesgos y las oportunidades que pueden encontrarse durante este camino.

El sector artesano se ha de plantear el futuro en un entorno que es volátil, complicado, incoherente e incierto, en el que los cambios se producen con gran rapidez. Este entorno sigue marcado por un contexto económico en el que, según algunos estudios, la predisposición a la compra del consumidor español sigue siendo negativa y las expectativas de precios siguen a la baja. En general, los artesanos perciben que no se valora la especialización del producto artesano ya que la sociedad valora por encima de esta cualidad el aspecto funcional de los productos, aunque hay nichos en los que sí se encuentra este reconocimiento.

Pero por otra parte, el sector artesano se encuentra en un entorno en el que existen múltiples asociaciones y entidades que le pueden dar un buen servicio, ya que desde la administración se promueve el emprendimiento y el apoyo a la pyme, si bien en la mayoría de los casos el apoyo consiste en asesoramiento y formación y no en ayudas a fondo perdido.

La adaptación del artesano a este contexto está en ocasiones dificultada por el individualismo del sector y por estar aislado de otros sectores, aunque se dan pasos en la línea de aunar esfuerzos con otros sectores para ir de la mano consiguiendo darle un mayor valor al sector y la clave del artesano que ha mantenido su actividad a lo largo del tiempo es que ha realizado en cada momento un producto y actividad diferente en función de la viabilidad práctica del momento.

La primera conclusión que se ha obtenido es la necesidad de conocer cuanto más mejor al cliente. Este estudio se ha centrado en el análisis del productor artesano y hay unanimidad en que cualquier línea de trabajo que se plantee ha de

CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

responder a lo que tenga viabilidad comercial. No obstante, se ha identificado que en el mercado local, destino mayoritario de la actual producción artesana aragonesa, existen distintos perfiles de compradores, entre los que se destaca el comprador de regalo, más numeroso pero con una compra media más económica, compradores que aprecian los productos artesanos, menos numerosos y con una compra media algo superior y finalmente los compradores de productos exclusivos, aún menos numeroso pero con la compra media más elevada. Los compradores de regalo son compradores estacionales y tienen a su vez dos perfiles, el regalo personal o el regalo de empresa. El comprador de producto artesano intermedio busca objetos de decoración, aunque cada vez se piden objetos con mayor funcionalidad y los atributos del objeto flexibilizan el rango de precio.

Como primeras acciones en este sentido se plantea la modificación de las bases de datos de clientes que posee la Asociación Profesional de Artesanos de Aragón y la realización de encuestas a consumidores para conocer sus hábitos de consumo y qué cualidades valoran del producto artesano.

En la búsqueda del incremento de valor del sector artesano, la colaboración con sectores como el sector del diseño y la incorporación de las nuevas tecnologías, la profesionalización en la utilización del comercio electrónico y de cualquier otro canal que aumente la capacidad de comercialización de los productos artesanos, marcan los grandes ejes de futuro.

Será necesario cuidar la imagen del sector consiguiendo hacer marca, fomentar la cultura empresarial del sector. También se reitera en los grupos de trabajo que en ocasiones el artesano no posee habilidades de gestión empresarial. Sin embargo, identificar los talentos que hay dentro del sector es clave, tutelar y apoyar la faceta de gestión empresarial de la empresa artesana para permitirle fomentar su faceta

CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

creativa, potenciará una de sus grandes fortalezas y puede ser un error pretender convertir a la persona creativa en un gestor o a un gestor en una persona creativa.

No obstante, todos los perfiles han de ser conscientes que la viabilidad económica, y por lo tanto la supervivencia empresarial, pasa por tener un mayor conocimiento del usuario al que va destinado el sector y no tanto el aspecto artístico. Conseguir diferenciar tanto los diferentes tipos de productos como de clientes a los que puede ir dirigido el sector, comunicar no sólo el producto sino la historia que rodea el producto artesano y potenciar la funcionalidad de los productos para el usuario pueden ser aspectos claves para impulsar el sector.

La presentación del producto, la comunicación que se hace del mismo y los procedimientos se han de ejecutar con la misma dedicación y calidad en el mercado autonómico que si se estuviera en los mercados internacionales líderes.

Estas cuestiones resultan especialmente necesarias en los primeros años de actividad de los artesanos. Por lo tanto, el asesoramiento en los primeros años de puesta en marcha de una empresa artesana y las acciones de tutorización de empresas del sector expertas y con alto recorrido y experiencia a jóvenes artesanos que empiezan, pueden ser dos líneas de trabajo que generen a medio y largo plazo un incremento de las empresas artesanas en la Comunidad Autónoma.

La creación de un grupo de expertos que ayuden al artesano en las diferentes facetas y habilidades identificadas para la sostenibilidad de la empresa, la colaboración con las unidades de apoyo a emprendedores y de apoyo a la competitividad que ya existen y la difusión de buenas prácticas, estudios y cuanta información esté disponible, podrían ser las acciones adecuadas para concretar el apoyo a los nuevos artesanos.

CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Los programas de formación basados en la realización de actividades estructuradas con expertos de diferentes áreas también es una actividad formativa que se está realizando con éxito en otros sectores, por lo que también es una opción de mejora de la competitividad válida para las empresas artesanas consolidadas.

Los riesgos a superar para evitar el fracaso provienen en muchas ocasiones de la reducida dimensión de las empresas y del sector artesano. Se observa que se inician muchas actividades comercializadoras de producto artesano que no tienen ningún análisis de viabilidad ni de calidad de producto, lo que conduce a una elevada mortandad. La incorporación de nuevas personas al sector tiene una dificultad añadida por la necesidad de la alta cualificación imprescindible para la ejecución del producto artesano.

También en lo relativo a las personas, la confusión entre los perfiles de artista, artesano y gestor puede generar dificultades en la definición y planificación del proyecto de empresa artesana. Existe una gran dificultad en encontrar el equilibrio entre realizar únicamente una fase de la cadena de valor, la fabricación y querer realizar y ejecutar toda la cadena de valor. Si sólo se fabrica, se pierde la conexión con el mercado y además gran parte del valor del producto quedará en otras manos. Si se pretende controlar y ejecutar por parte del artesano todas las fases desde el diseño a la comercialización, puede encontrarse superado por la cantidad y complejidad del trabajo a realizar.

Por otra parte, a pesar de ser un sector pequeño, es un sector muy diverso y con productos que tienen diferentes cualidades y características, lo que dificulta la colaboración para la definición de estrategias de comercialización conjuntas y esto redundará en una muy baja influencia en la cadena de comercialización.

Respecto a las distintas partes interesadas que deberán ser consideradas por el sector artesano para el desarrollo de sus estrategias, es evidente que la primera en la lista han de ser los clientes. No obstante, la colaboración con otras empresas artesanas y de otros sectores y la comparación con otras empresas artesanas también serán otras partes de mucho interés. Diversificar al máximo el perfil de



CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

compradores y los canales de comercialización es una acción que apoyará la viabilidad a largo plazo de los proyectos empresariales.

Los artesanos han de mantener contacto y conocer la evolución y oportunidades de los distintos canales de comercialización, de los organizadores de ferias, y de otros sectores relacionados con el sector, tales como, decoradores, etc.

A este respecto, se resalta las oportunidades del sector turístico, que en la actualidad demanda la oferta de experiencias que sean vividas por los visitantes de una determinada zona. El sector artesano tiene una gran capacidad para construir experiencias que aúnen cultura, historia, producto y territorio a través de la figura del artesano. La demanda de calidad en la experiencia es elevada, pero existe la capacidad en el sector para alcanzarla. Otro sector destacado con el que se deberá intensificar la colaboración es el del diseño, ya que integra muchas de las necesidades de orientación al cliente que se han mencionado.

La administración autonómica también es una parte interesada en el sector. El Centro de Artesanía de Aragón tiene un papel decisivo en las acciones de difusión y puesta en valor del sector artesano y debe reforzar su papel de referencia en los ámbitos formativos del sector, así como su función de promotor de la utilización por el sector de todos los canales de comercialización y de promoción económica del sector. Las acciones de otras administraciones en relación con la artesanía también han de ser consideradas por el sector, aprovechando todas las herramientas y oportunidades a su alcance. Los centros formativos también son una referencia, sobre todo como cantera de futuros artesanos.

CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

En resumen, la complejidad de traducir todas estas líneas de trabajo en un programa homogéneo para todo el sector conducen a la conclusión de que es más viable promover la existencia de “servicios artesanos para la artesanía” que puedan aplicarse, desarrollarse y detallarse en función de las características concretas de la empresa artesana. Las líneas de trabajo generales en las que agrupar estos “servicios artesanos para la artesanía” son:



Conocer más al cliente. Toda la información que se pueda generar, compartir y estructurar al respecto es la base sobre la que construir el resto de las acciones.

Identificación y generación de grupos de expertos que apoyen a las empresas artesanas en los siguientes aspectos:

- Comercio electrónico
- Diseño de producto
- Gestión empresarial
- Comunicación y márketing

Apoyo específico a los nuevos artesanos

A estas líneas de trabajo que están dirigidas al sector se ha de sumar otra línea de trabajo que parte del sector en su conjunto y de la Administración y que se dirige a la sociedad, con el fin de promover en ésta la sensibilidad, reconocimiento y conexión con los valores del producto artesano.



CAPÍTULO 6

LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Para finalizar, el sector artesano es una realidad con enormes fortalezas y oportunidades. La capacidad de innovación, las experiencias de colaboración existentes, el factor humano, con su fortaleza y cariño por el trabajo realizado, son bases sólidas desde las que el sector artesano continúa realizando su actividad. Las cualidades y características del producto artesano le otorgan una gran capacidad para transmitir unos valores que forman una parte fundamental de las relaciones personales y sociales, por lo que se puede concluir que la artesanía comenzó con las primeras civilizaciones humanas y estamos seguros que continuará estando presente cualquiera que sea la evolución de nuestra sociedad.



ANEXOS

Anexo I

Listado de la CNAE-2009 seleccionado para el análisis de fuentes estadísticas y su relación establecida entre las actividades seleccionadas en la CNAE-2009 y los subsectores del repertorio de oficios artesanos definido en la Orden de 24 de enero de 2001, del Departamento de Industria, Comercio y Desarrollo, por la que se dispone la publicación del Acuerdo de 23 de enero de 2001, del Consejo de Artesanía de Aragón, y modifica la Orden de 28 de mayo de 1990 que establece el Censo de Oficios y Actividades Artesanas.

CÓDIGO CNAE 2009	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD EN LA CNAE 2009	SUBSECTOR
1392	Fabricación de artículos confeccionados con textiles, excepto prendas de vestir	Textil
1393	Fabricación de alfombras y moquetas	Textil
1411	Confección de prendas de vestir de cuero	Piel y cuero
1412	Confección de ropa de trabajo	Textil
1413	Confección de otras prendas de vestir exteriores	Textil
1414	Confección de ropa interior	Textil
1419	Confección de otras prendas de vestir y accesorios	Textil
1420	Fabricación de artículos de peletería	Piel y cuero
1431	Confección de calcetería	Textil
1439	Confección de otras prendas de vestir de punto	Textil
1511	Preparación, curtido y acabado del cuero; preparación y teñido de pieles	Piel y cuero
1512	Fabricación de artículos de marroquinería, viaje y de guarnicionería y talabartería	Piel y cuero
1520	Fabricación de calzado	Piel y cuero
1629	Fabricación de otros productos de madera; artículos de corcho, cestería y espartería	Objetos diversos de madera
1723	Fabricación de artículos de papelería	Varios
1724	Fabricación de papeles pintados	Varios
1729	Fabricación de otros artículos de papel y cartón	Varios
2313	Fabricación de vidrio hueco	Vidrio
2319	Fabricación y manipulado de otro vidrio, incluido el vidrio técnico	Vidrio

ANEXOS

2331	Fabricación de azulejos y baldosas de cerámica	Cerámica
2332	Fabricación de ladrillos, tejas y productos de tierras cocidas para la construcción	Cerámica
2341	Fabricación de artículos cerámicos de uso doméstico y ornamental	Cerámica
2349	Fabricación de otros productos cerámicos	Cerámica
2369	Fabricación de otros productos de homigón, yeso y cemento	Mármol piedra y escayola
2370	Corte, tallado y acabado de la piedra	Mármol piedra y escayola
2451	Fundición de hierro	Metal
2452	Fundición de acero	Metal
2453	Fundición de metales ligeros	Metal
2454	Fundición de otros metales no féreos	Metal
2550	Forja, estampación y embutición de metales; metalurgia de polvos	Metal
2571	Fabricación de artículos de cuchillería y cubertería	Metal
2599	Fabricación de otros productos metálicos n.c.o.p.	Metal
2652	Fabricación de relojes	Servicios y bienes de consumo
3101	Fabricación de muebles de oficina y de establecimientos comerciales	Metal
3109	Fabricación de otros muebles	Muebles de madera
3211	Fabricación de monedas	Joyería
3212	Fabricación de artículos de joyería y artículos similares	Joyería
90 3213	Fabricación de artículos de bisutería y artículos similares	Joyería
3220	Fabricación de instrumentos musicales	Instrumentos musicales
3240	Fabricación de juegos y juguetes	Varios
3299	Otras industrias manufactureras n.c.o.p.	Varios

ANEXOS

Anexo II

Tablas con las distribuciones territoriales de las distintas fuentes de información sobre el sector artesano.

ANEXOS

	Cerámica	Instrumentos musicales	Joyería	Mármol, piedra y escayola	Metal	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Piel y cuero	Textil	Vidrio	Fibras Vegetales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL
Número de artesanos	52	3	49	6	10	15	17	16	44	8	6	2	39	267
% sobre el total	19,5%	1,1%	18,4%	2,2%	3,7%	5,6%	6,4%	6,0%	16,5%	3,0%	2,2%	0,7%	14,8%	100%
Huesca	8	1	9	1	3	4	4	6	9	1	4	2	18	68
Teruel	6	1	3	1	2	1	2	1	4	1	0	0	5	26
Zaragoza	38	2	37	5	5	10	11	9	31	7	2	0	16	173
Alto Gállego	1							1					1	3
Aranda								1					0	1
Bajo Aragón			1						3				1	5
Bajo Aragón - Caspe / Bajo Aragón -					1			1					0	2
Bajo Cinca/Baix Cinca			1					1					0	2
Bajo Martín													1	1
Campo de Borja			2			1			1				0	4
Campo de Cariñena	6												0	6
Cinca Medio	2		2	1	2	2	1		2	1			1	10
Cinco Villas	1		2	1	1				1				0	6
Comunidad de Catalunya	5		1				2		1				1	10
Comunidad de Teruel	2	1			1				1				0	5
Cuencas Mineras			1										0	1
D.C. Zaragoza	24	2	28	4	3	8	8	6	27	7	2		15	134
Gúdar-Javalambre	2		1	1			2	1					1	8
Hoya de Huesca/Plana de Uesca	1					1	3	1	4			1	7	18
La Jacetania	1		1		1	1		1	1				0	6
La Litera/La Litera			2										0	2
La Ribagorza	1		1				1	1	2	4	3		4	13
Los Monegros			1										0	1
Maestrazgo	2												1	3
Matarraf/Matarraña	0					1							1	2
Ribera Alta del Ebro	1		1			1	1						0	4
Ribera Baja del Ebro			1		1								0	1
Sierra de Albarraçin													1	1
Sorbarbe	1		1										1	3
Somontano de Barbastro	1							1				1	4	10
Tarazona y el Moncayo	1												0	1
Valdejalón			2					1	1				0	4

ANEXOS

Número de artesanos % sobre el total	Cerámica	Instrumentos musicales	Joyería	Mármol, piedra y escaiola	Metal	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Piel y cuero	Textil	Vidrio	Fibras Vegetales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL
Huesca	11,8%	0,0%	13,2%	0,0%	4,4%	5,9%	5,9%	8,8%	13,2%	1,5%	5,9%	2,9%	26,5%	100,0%
Teruel	23,1%	3,8%	11,5%	3,8%	7,7%	3,8%	7,7%	3,8%	16,4%	0,0%	0,0%	0,0%	19,2%	100,0%
Zaragoza	22,0%	1,2%	21,4%	2,9%	2,9%	5,8%	6,4%	5,2%	17,9%	4,0%	1,2%	0,0%	9,2%	100,0%
Alto Gállego	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Aranda	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo Aragón	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Bajo Aragón - Caspe / Baiç Aragón -	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo Cinca/Baix Cinca	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo Martín	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Campo de Borja	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Campo de Cariñena	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Cinca Medio	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Cinco Villas	16,7%	0,0%	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Comunidad de Calatayud	50,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Comunidad de Teruel	40,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Cuencas Mineras	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
D.C. Zaragoza	17,9%	1,5%	20,9%	3,0%	2,2%	6,0%	6,0%	4,5%	20,1%	5,2%	1,5%	0,0%	11,2%	100,0%
Gúdar-Javalambre	25,0%	0,0%	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	100,0%
Hoja de Huesca/Plana de Uesca	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	16,7%	5,6%	22,2%	0,0%	0,0%	5,6%	38,9%	100,0%
La Jacetania	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
La Litera/La Litera	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
La Fibagorza	7,7%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	7,7%	15,4%	0,0%	23,1%	0,0%	30,8%	100,0%
Los Monegros	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Maestrazgo	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Matarrán/Matarranya	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Fibera Alta del Ebro	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Fibera Baja del Ebro	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sierra de Albarracín	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sobrarbe	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Somontano de Barbastro	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	40,0%	100,0%
Tarazona y el Moncayo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Valdejalón	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

ANEXOS

	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Fibras Vegetales	Cerámica	Mármol, piedra y escayola	Vidrio	Metal	Piel y cuero	Textil	Joyería	Instrumentos musicales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL	
Huesca	4	4	4	10		1	4	8	11	10	1	2	15	74	22,2%
Teruel	2	2	1	7	3			4	1	5	3	2	6	36	10,8%
Zaragoza	14	13	2	44	5	9	9	11	47	46	4	1	18	223	67,0%
Alto Gállego				1				1	1				1	4	1,2%
Aranda								1						1	0,3%
Bajo Aragón				1	1		2		3	1			1	9	2,7%
Bajo Aragón - Caspe / Baix Aragó - Casp							1	1						2	0,6%
Bajo Cinca/Baix Cinca								1		1				2	0,6%
Bajo Martín													1	1	0,3%
Campo de Borja	1			1					1	2				5	1,5%
Campo de Carifena				6		1								7	2,1%
Cinco Medio				2		1	2		2	2			1	10	3,0%
Cinco Villas	2			1	1		1		1	2			1	9	2,7%
Comunidad de Calatayud		2		5					1	1			1	10	3,0%
Comunidad de Teruel	1		1	2			1		1		1		1	8	2,4%
Cuencas Mineras										1				1	0,3%
D.C. Zaragoza	10	10	2	29	4	8	7	8	40	37	4	1	16	176	52,9%
Gúdar-Javalambre		2		2	1			1		1			1	8	2,4%
Hoya de Huesca/Plana de Uesca	1	3		1				2	5	1	1	1	7	22	6,6%
La Jacetania	1			1			2	1	1	1				7	2,1%
La Litera/La Litera				1						2				3	0,9%
La		1	3	1				1	2	1			2	11	3,3%
Los Monegros								1		1				2	0,6%
Maestrazgo				2										2	0,6%
Matarraña/Matarranya	1	1		1					2	1				6	1,8%
Ribera Alta del Ebro										1				1	0,3%
Ribera Baja del Ebro							1				1			2	0,6%
Sierra de Albarracín							1				1			2	0,6%
Sobrarbe				1						1			1	3	0,9%
Somontano de	2		1	2				1				1	3	10	3,0%
Tarazona y el Moncayo				1										1	0,3%
Valdejalón								1	1	2				4	1,2%

ANEXOS

	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Fibras Vegetales	Cerámica	Mármol, piedra y escayola	Vidrio	Metal	Piel y cuero	Textil	Joyería	Instrumentos musicales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL
Huesca	5,4%	5,4%	5,4%	13,5%	0,0%	1,4%	5,4%	10,8%	14,9%	13,5%	1,4%	2,7%	20,3%	100,0%
Teruel	5,6%	5,6%	2,8%	19,4%	8,3%	0,0%	0,0%	11,1%	2,8%	13,9%	8,3%	5,6%	16,7%	100,0%
Zaragoza	6,3%	5,8%	0,9%	19,7%	2,2%	4,0%	4,0%	4,9%	21,1%	20,6%	1,8%	0,4%	8,1%	100,0%
Alto	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Aranda	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	11,1%	0,0%	22,2%	0,0%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%	11,1%	100,0%
Aragón - Caspe / Baix Aragón - Caspe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo Cinca/Baix Cinca	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Bajo Martín	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Campo de Borja	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Campo de Cariñena	0,0%	0,0%	0,0%	85,7%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Cinca	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Cinco Villas	22,2%	0,0%	0,0%	11,1%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	11,1%	22,2%	0,0%	0,0%	11,1%	100,0%
Comunidad de	0,0%	20,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100,0%
Comunidad de Teruel	12,5%	0,0%	12,5%	25,0%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	100,0%
Cuencas Mineras	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
D.C. Zaragoza	5,7%	5,7%	1,1%	16,5%	2,3%	4,5%	4,0%	4,5%	22,7%	21,0%	2,3%	0,6%	9,1%	100,0%
Gúdar-Javalambre	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	100,0%
Hoya de Huesca/Plana de Uesca	4,5%	13,6%	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	22,7%	4,5%	4,5%	4,5%	31,8%	100,0%
La	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
La Litera/La Litera	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
La	0,0%	9,1%	27,3%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	18,2%	9,1%	0,0%	0,0%	18,2%	100,0%
Los Monegros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Maestrazgo	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Matarranya/Matarranja	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ribera Alta del Ebro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ribera Baja del Ebro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sierra de Albarracín	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Sobrarbe	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Somontano de	20,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	30,0%	100,0%
Tarazona y el Moncayo	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Valdejalón	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

ANEXOS

	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Fibras Vegetales	Cerámica	Mármol, piedra y escayola	Vidrio	Metal	Piel y cuero	Textil	Joyería	Instrumentos musicales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL
Número de artesanos	15	17	6	52	6	8	10	16	44	49	3	2	33	
% sobre el total	5,7%	6,5%	2,3%	19,9%	2,3%	3,1%	3,8%	6,1%	16,9%	18,8%	1,1%	0,8%	12,6%	24,5%
Huesca	4	4	4	8	1	1	3	6	9	9	1	2	14	64
Teruel	1	2		6	1		2	1	4	3	1		5	26
Zaragoza	10	11	2	38	5	7	5	9	31	37	2		14	171
Alto Gállego				1				1					1	3
Aranda								1						1
Bajo Aragón									3	1			1	5
Bajo Aragón - Caspe / Bajo Aragón - Casp							1	1						2
Bajo Cinca / Bajo Cinca								1		1				2
Bajo Martín													1	1
Campo de Borja	1								1	2				4
Campo de Carriñena				6										6
Cinca Medio				2		1	2		2	2			1	10
Cinco Villas				1	1		1		1	2				6
Comunidad de Calatayud		2		5					1	1				10
Comunidad de Teruel				2			1		1		1			5
Cuencas Mineras														1
D.C. Zaragoza	8	8	2	24	4	7	3	6	27	28	2		13	132
Gúdar-Javalambre		2		2	1			1	1	1			1	8
Hoya de Huesca / Plana de Huesca	1	3		1					4				7	18
La Jacetania	1			1			1	1	1	1			1	6
La Litera / La Litera										2				2
La Ribagorza		1	3	1				1	2	1			1	10
Los Monegros										1				1
Maestrato				2									1	3
Marrañá / Marrañya	1												1	2
Fibera Alta del Ebro	1	1		1						1			1	2
Fibera Baja del Ebro														4
Sierra de Albaracín							1			1				1
Sobrarbe				1						1			1	3
Somontano de Barbastro	2		1	1				1				1	3	9
Tarazona y el Moncayo				1									1	1
Valdejalón								1	1	2				4

ANEXOS

	Muebles de madera	Objetos diversos de madera	Fibras Vegetales	Cerámica	Mármol, piedra y escaiola	Vidrio	Metal	Piel y cuero	Textil	Joyería	Instrumentos musicales	Servicios y bienes de consumo	Varios	TOTAL
Huesca	6,3%	6,3%	6,3%	12,5%	0,0%	1,6%	4,7%	9,4%	14,1%	14,1%	0,0%	3,1%	21,9%	100%
Teruel	3,8%	7,7%	0,0%	23,1%	3,8%	0,0%	7,7%	3,8%	15,4%	11,5%	3,8%	0,0%	19,2%	100%
Zaragoza	5,8%	6,4%	1,2%	22,2%	2,9%	4,1%	2,9%	5,3%	18,1%	21,6%	1,2%	0,0%	8,2%	100%
Alto Gállego	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100%
Aranda	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Bajo Aragón	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100%
Bajo Aragón - Caspe / Bait Aragón - Casp	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Bajo Cinca/Bait Cinca	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Bajo Martín	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100%
Campo de Borja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Campo de Carriñena	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Cinco Villas	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100%
Comunidad de Calatayud	0,0%	20,0%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	10,0%	100%
Comunidad de Teruel	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100%
Cuencas Mineras	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	100%
D.C. Zaragoza	6,1%	6,1%	1,5%	18,2%	3,0%	5,3%	2,3%	4,5%	20,5%	21,2%	1,5%	0,0%	9,8%	100%
Gúdar-Javalambre	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	100%
Hoya de Huesca/Plana de Uesca	5,6%	16,7%	0,0%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	22,2%	0,0%	0,0%	5,6%	38,9%	100%
La Jacetania	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
La Litera/La Litera	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
La Ribagorza	0,0%	10,0%	30,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	20,0%	10,0%	0,0%	0,0%	10,0%	100%
Los Mongelos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Maestrazgo	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100%
Matarañ/Mataraña	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100%
Ribera Alta del Ebro	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Ribera Baja del Ebro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Sierra de Albaracín	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	100%
Sobrarbe	0,0%	0,0%	11,1%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	33,3%	100%
Somontano de Barbastro	22,2%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Tarazona y el Moncayo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Valdejalón	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%

ANEXOS

Anexo III: Referencias bibliográficas

1. El observatorio Cetelem de consumo en Europa. 2016. Mayores de 50. Claves de un perfil de consumidor en evolución.
2. El observatorio Cetelem de consumo en España. 2015. El regreso del consumo a España.
3. Creación y gestión de marcas Gastronómicas. Productos Gourmet, Premium y de lujo. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente. Abril de 2013
4. Firmas de lujo. Gloria Bonet Batalla. Un posicionamiento para la artesanía española contemporánea. Beca Investiga de Fundesarte. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Diciembre de 2011.
5. Claves Estratégicas para la Promoción de la PYME Artesana. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Febrero 2006.
6. El comportamiento del consumidor hacia la artesanía de objeto en Cataluña. Resumen de resultados. ANSOAP. Generalitat de Catalunya.
7. La innovación en la cerámica artesanal. José María Mella. Beca Investiga de Fundesarte. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. 2011.
8. Escenarios futuros para el sector de la artesanía. Investigador principal. Dr. Manuel Martínez Torán, UPV 2012, Beca Investiga de Fundesarte.
9. Guía de actividad empresarial Artesanía (no alimentaria). Comarca del Bajo Cinca/Baix Cinca.

ANEXOS

10. GfK Clima de Consumo.1er Trimestre 2016

11. El sector artesano en fuentes estadísticas y documentales. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Octubre 2009.

12. La competitividad del sector artesano en España. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Julio 2011.

13. Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas. Fundación EOI. 2015.



ESTUDIO ARTESANÍA EN ARAGÓN

2016

**SERVICIO DE COMERCIO EXTERIOR,
FERIAS Y ARTESANIA**