

## Sector artesanal

44

## Índice:

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1. Objetivos del estudio</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2. Metodología</b> .....	<b>5</b>
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO</b> .....	<b>6</b>
<b>3. PRINCIPALES CONCLUSIONES</b> .....	<b>11</b>
<b>4. EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ESPAÑA</b> .....	<b>13</b>
<b>5. EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA</b> .....	<b>18</b>
<b>5.1. Análisis de la oferta</b> .....	<b>18</b>
5.1.1. Estructura de las actividades y su distribución territorial.....	19
5.1.2. Caracterización de las empresas.....	27
5.1.3. Empleo.....	28
5.1.4. Análisis de los proveedores.....	29
5.1.5. Productos sustitutivos .....	29
<b>5.2. Análisis de la demanda</b> .....	<b>31</b>
5.2.1. Tamaño de mercado .....	32
5.2.2. Análisis de clientes .....	34
<b>5.3. Previsiones para el futuro</b> .....	<b>38</b>
<b>5.4. Marketing</b> .....	<b>42</b>
5.4.1. Producto.....	43
5.4.2. Precio .....	45
5.4.3. Distribución .....	46
5.4.4. Promoción .....	49
<b>5.5. Recursos humanos</b> .....	<b>51</b>
5.5.1. Perfil profesional.....	51
5.5.2. Estructura organizativa .....	52

5.5.3. Servicios exteriores .....	53
5.5.4. Convenios colectivos aplicables .....	53
<b>6. VARIOS.....</b>	<b>55</b>
<b>6.1. Normas sectoriales de aplicación .....</b>	<b>55</b>
<b>6.2. Organismos .....</b>	<b>58</b>
6.2.1. Organismos oficiales .....	58
6.2.2. Asociaciones profesionales.....	58
6.2.3. Centro de estudios.....	60
<b>6.3. Páginas útiles en Internet .....</b>	<b>63</b>
<b>6.4. Bibliografía.....</b>	<b>64</b>
<b>6.5. Glosario .....</b>	<b>65</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>67</b>
<b>7.1. Anexo de información estadística de interés .....</b>	<b>67</b>
<b>7.2. Anexo de proveedores.....</b>	<b>68</b>
<b>7.3. Anexo de ferias .....</b>	<b>70</b>
<b>7.4. Anexo de formación.....</b>	<b>72</b>
<b>7.5. Anexo de páginas web de interés .....</b>	<b>75</b>
<b>7.6. Reflexiones para hacer el estudio de mercado .....</b>	<b>76</b>
<b>8. NOTA DE LOS AUTORES .....</b>	<b>78</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

## Cómo utilizar esta Guía

El siguiente esquema muestra el recorrido que seguirás a lo largo de la lectura de esta Guía y tiene por finalidad facilitarte la comprensión de la misma. La información se agrupa en siete bloques en el siguiente orden:

### 1. Introducción

*Cuáles son los objetivos de esta Guía, el método que hemos seguido para su elaboración y el enfoque que se ha elegido a la hora de realizarla.*

### 2. Descripción de la actividad y perfil de la empresa-tipo

*En qué consiste la actividad y cuáles son las características de la empresa-tipo elegida para el análisis.*

### 3. Principales conclusiones

*Resumen de la Guía con las principales conclusiones que arroja la lectura de la misma.*

### 4. Análisis del contexto sectorial

*Análisis del sector macro en el que se desarrolla la actividad.*

### 5. Análisis del mercado. Análisis de las áreas de la empresa

*Análisis del mercado y análisis de las tres áreas fundamentales de la empresa: marketing, económico-financiera y recursos humanos.*

### 6. Varios

*Información sobre distintos aspectos de la actividad: directorio de organismos, páginas web, bibliografía, glosario, etc.*

### 7. Anexos

*Incluye información estadística de interés, referencias para la búsqueda de proveedores, ferias, cursos, etc.*

## 1.1. Objetivos del estudio

Hasta ahora, y en la mayor parte de los casos, los datos que el emprendedor necesita para hacer un primer análisis de viabilidad de su proyecto empresarial, o bien son estimados de forma intuitiva o bien tienen naturaleza sectorial o macroeconómica. Resulta evidente que, en uno y otro caso, la información de que dispone el emprendedor es de poca ayuda para la elaboración del Plan de Empresa, al no estar adaptada a la realidad del entorno en que se va a desarrollar la actividad.

Por consiguiente, el objetivo de la presente Guía es proporcionar información relevante para facilitar al emprendedor el análisis sobre la viabilidad de su idea y la propia elaboración del Plan de Empresa.

## 1.2. Metodología

Durante el proceso de elaboración de esta Guía se han utilizado dos tipos de fuentes de información. Por un lado se ha realizado un estudio de gabinete basado en fuentes de información secundarias (estadísticas, informes publicados, etc.), mediante el que pretendemos definir las condiciones objetivas en las que se encuentra este sector en la Comunidad Valenciana.

Por otro lado, se ha desarrollado un trabajo de campo consistente en la realización de una serie de entrevistas a artesanos individuales y talleres, con el fin de profundizar en el conocimiento de la actividad y en las características específicas de las empresas que en ella operan.

## 2. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO

Siguiendo la definición establecida por la Ley de la Generalitat Valenciana 1/84 de 18 de abril de Ordenación de la Artesanía, se considera artesanía "la actividad de creación, producción, transformación o reparación de bienes y la prestación de servicios realizada mediante un proceso en el cual la intervención personal constituye un factor predominante y que da como resultado la obtención de un producto final individualizado, que no es susceptible de una producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series".

La formación en artesanía se desarrolla en la Comunidad Valenciana por profesionales que han aprendido su oficio por tradición familiar o bajo la dirección de algún maestro artesano, en cursos de iniciativa pública (Escuelas Taller y Casas de Oficio, Escuelas de Artes y Oficios, Ciclos Formativos, Plan Nacional de Formación e Inserción Laboral-Plan FIP, etc.) o en cursos de formación de entidades privadas (asociaciones, fundaciones, Programa FORCEM de Formación Continua, etc.).

Tras atravesar un periodo de grave crisis en los años sesenta y setenta como consecuencia de la nueva realidad social y económica de España, el sector artesanal se ha visto revalorizado en las últimas décadas. A lo largo de estos años, se produjo la desaparición de un gran número de talleres de artesanos e incluso de oficios, motivado por el éxodo rural que se vivía en esos momentos.

Es a partir de finales de los años ochenta y principios de los noventa, cuando tuvo lugar un intenso proceso de recuperación y transformación en el sector. Las razones que han provocado este cambio de tendencia hay que buscarlas entre otros, en factores tales como la revalorización de la cultura popular, que es entendida como una parte importante de la esencia cultural de un pueblo, la presencia de artesanos innovadores de procedencia urbana, o en el incremento de la demanda de alimentos y productos realizados de manera artesanal. Así mismo, es de destacar el apoyo que ha recibido la artesanía por parte de las Administraciones Públicas, además de la labor iniciada desde 1985 por las Comunidades Autónomas, al ser entendida como una alternativa viable de desarrollo local en el entorno rural frente a otras actividades tradicionales en retroceso.

El sector artesanal en la Comunidad Valenciana presenta gran importancia, puesto que múltiples de los procesos industriales que se desarrollan tiene su origen en la artesanía. A pesar de su relevancia a nivel cultural, la competencia llevada a cabo por actividades industriales vía precios ha afectado a su desarrollo económico y social. El total en la Comunidad Valenciana existen 9.459 empresas artesanas (15,3% del total) que emplean a 29.985 personas (14,9% del total), de acuerdo con los datos ofrecidos en el estudio "El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales" elaborados por la Dirección general de política de la PYME del ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La mayoría de las actividades artesanales se caracterizan por el reducido tamaño de las unidades de producción que trabajan en régimen de autoempleo. Es decir, estamos hablando de una actividad en la que predominan artesanos individuales que, sólo de forma esporádica, cuentan con la ayuda de otra persona, generalmente un familiar. Podríamos dividir los productos artesanales en dos: los

que son comestibles y los que no. En los dos casos predomina una producción creativa, donde el artesano se ocupa de la práctica totalidad de las fases del proceso de producción.

Frente a este tipo de operador, existe una minoría de artesanos que han optado por un enfoque más empresarial. En esta segunda categoría se encuentran normalmente talleres que cuentan con una pequeña estructura formada por tres personas por término medio (el emprendedor y dos empleados). Este concepto de negocio les permite, normalmente, obtener mayores rentabilidades.

En la mencionada Ley 1/84 sobre Ordenación de la Artesanía, se establece, así mismo, una agrupación de las actividades artesanales en tres sectores:

- Artesanía de producción de bienes de consumo.
- Artesanía de servicios.
- Artesanía artística o de creación.

Esta ley determina el marco normativo por el que ha de regirse el sector, atendiendo a las especificidades que presenta el mismo para el ámbito de la Comunidad Valenciana.

Así mismo, cabe señalar que esta legislación define una serie de términos a considerar en el ámbito artesanal, a saber:

- Industria artesana: se trata de toda aquella unidad económica que realiza una actividad de carácter preferentemente artesanal y al frente de la cual figura un artesano o maestro artesano. El reconocimiento de industria artesana se certifica a través de la posesión del Documento de Calificación Artesana (DCA) expedido por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación. Este documento es indispensable para poder hacer uso de los distintivos que acrediten la calidad artesanal y su identidad de procedencia geográfica.
- Maestro artesano o artesano: esta condición la ostentan aquellas personas que acrediten la posesión del correspondiente documento acreditativo expedido por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.
- Zonas de Interés Artesanal: bajo esta denominación se incluyen aquellas comarcas o zonas que se diferencien por tener un artesanado activo y homogéneo, o bien que cuenten con una reconocida tradición y dinamismo en el terreno artesanal. En fecha de elaboración de la presente guía, la Comisión de Artesanía, dependiente de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación organismo encargado de la regulación y declaración de estas zonas, no había otorgado ninguna calificación a este respecto.

Conviene señalar que al frente de cualquier taller artesanal debe figurar un artesano o maestro artesano previamente inscrito.

No obstante, la clasificación que contiene el Repertorio de Oficios Artesanos de nuestra comunidad, tal y como muestra el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana en su web, cuenta en la actualidad con un total de 99 oficios. A continuación, te mostramos la definición que ofrece este organismo para aquellos oficios que presentan un mayor peso en el tejido productivo valenciano:

- Ceramista: "se refiere al arte de trabajar el barro, conjugando a la vez elementos de arquitectura, escultura y pintura, para la producción de platos, vajillas, cuadros, azulejos, y un largo etcétera. Precisamente este último aspecto, la decoración pintada, es el gran atractivo que presenta la cerámica".
- Joyero: "es el artesano que confecciona, mediante la manipulación de metales nobles y piedras preciosas, joyas y aderezos para adorno personal".
- Carpintero: "bajo este término se designan aquellos oficios que trabajan la madera, y que podrían ser agrupados en tres apartados: los que fabrican útiles no artísticos para la agricultura, pesca, navegación, transporte y almacenamiento de productos; los encargados de realizar todo tipo de muebles y objetos de uso doméstico y cotidiano; y lo que sobresalen por el componente artístico de su trabajo".

El objetivo principal de esta Guía es definir las características generales de las actividades artesanales que conforman este sector. En ningún momento pretende ser un estudio sectorial en profundidad de todos los subsectores artesanales valencianos puesto que no sería de utilidad en una Guía de este tipo.

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas del año 2009 (CNAE-2009), este sector se identifica bajo multitud de epígrafes dependiendo de la actividad en la que quieras desarrollar tu trabajo. A continuación mostraremos el CNAE de las actividades más representativas en nuestra comunidad:

- 1320: *Fabricación de tejidos textiles.*
- 1391: *Fabricación de tejidos de punto.*
- 1511-1512: *Preparación curtido y acabado del cuero; fabricación de artículos de marroquinería y viaje; artículos de guarnicionaría, talabartería y zapatería.*
- 2341: *Fabricación de artículos cerámicos de uso doméstico y ornamental.*
- 2331: *Fabricación de azulejos y baldosas de cerámica.*
- 3299: *Fabricación de otros productos de madera.*
- 3101-3102-3103-3109: *Fabricación de muebles.*
- 3212: *Fabricación de artículos de joyería.*

Además existe otro sistema de clasificación de las actividades empresariales menos utilizado, llamado SIC (Standard Industrial Classification) en el que también hay varios epígrafes según la actividad artesanal que se elija.



En este cuadro se representan las características básicas de un artesano-tipo:

<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS ARTESANO-TIPO</b>	
<b>CNAE-2009</b>	Depende de la actividad
<b>IAE</b>	861
<b>Condición jurídica</b>	Autónomo
<b>Facturación</b>	Cerámica: 25.562 euros/año Carpintero: 39.234 euros/año Joyería-orfebrería: 53.822 euros/año
<b>Localización</b>	Medio rural / pequeñas poblaciones urbanas
<b>Personal y estructura organizativa</b>	El emprendedor-artesano
<b>Instalaciones</b>	En la propia vivienda del emprendedor en un local de aproximadamente unos 40 m <sup>2</sup>
<b>Clientes</b>	Depende de la actividad
<b>Cartera de productos</b>	Varía en función de la actividad
<b>Herramientas promocionales</b>	Relaciones personales, ferias artesanales-mercados y tarjetas, <i>boca-oído</i>
<b>Valor del inmovilizado/inversión</b>	Varía en función de la actividad
<b>Importe gastos</b>	Depende de la actividad
<b>Resultado bruto</b>	Varía en función de la actividad
<b>Beneficio bruto (%)</b>	Entre un 30 y un 40%

A continuación, en este cuadro se representan las características básicas del taller de artesanía tipo:

<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS TALLER-TIPO</b>	
<b>CNAE-2009</b>	Depende de la actividad
<b>IAE</b>	861 (Profesional) / 442, 465.1, 468.1, etc. (Sociedad)
<b>Condición jurídica</b>	Autónomo o Sociedad Limitada
<b>Facturación</b>	Artista fallero: 271.928 euros/año Cerámica: 97.600 euros/año Alfarería: 39.282 euros/año Marroquinería: 70.620 euros/año
<b>Localización</b>	Depende de la actividad
<b>Personal y estructura organizativa</b>	3 personas: el emprendedor (artesano/gerente) y dos empleados
<b>Instalaciones</b>	Local de unos 200 m <sup>2</sup>
<b>Clientes</b>	Depende de la actividad
<b>Cartera de productos</b>	Varía en función de la actividad
<b>Herramientas promocionales</b>	Tarjetas, ferias artesanales, relaciones personales, descuentos y <i>boca-oído</i>
<b>Valor del inmovilizado/inversión</b>	Depende de la actividad
<b>Importe gastos</b>	Varía en función de la actividad
<b>Resultado bruto</b>	Varía en función de la actividad
<b>Beneficio bruto (%)</b>	Entre un 30 y un 40%

### 3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- En el año 2008 se contabilizaron en España un total de 61.657 empresas artesanas y 194.029 empleos en actividades artesanales.
- Las Comunidades Autónomas españolas con mayor relevancia en artesanía son Andalucía, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana concentran más del 64% de total de empresas artesanas. En cuanto a ésta última, ocupa unos lugares destacados con respecto al conjunto nacional. Así, en relación con el número de empresas artesanas, nuestra comunidad se posiciona en el tercer lugar, mientras que en términos de número de empleos se sitúa en segunda posición.
- Las actividades artesanales principales en España son, por orden de importancia, las siguientes: muebles de madera (40,4%), varios (12,7%), joyería y bisutería (12,1%) y textil (10,6%). Estos subsectores son los que generan unos mayores volúmenes de facturación, de trabajadores, además de presentar un número elevado de talleres.
- Durante el periodo 1999 a 2003, el número de talleres artesanales ha experimentado un incremento del 12,09%, siendo el año 2000 cuando se registró el mayor desarrollo (un 3,07% aproximadamente).
- En la actualidad, este sector agrupa a más de 120 oficios, y está inmiscuido en un proceso de transformación importante. Algunas de las actuaciones que se están llevando a cabo se encuentran relacionadas con la renovación de la oferta de productos o la implantación de acciones de comercialización.
- En el 2008 en la Comunidad Valenciana, se contabilizaron un total de 9.459 empresas artesanas y 29.985 personas dedicadas a la actividad artesana.
- El volumen de producción artesanal en la Comunidad Valenciana asciende a un total de 1.903.712.220 euros en el 2006. Por mesas sectoriales la madera y heladeros, turroneiros, horchateros son las que presentan valores más elevados en términos de facturación, seguidas de carniceros, charcuteros y panaderos, confiteros, pasteleros.
- La evolución en el número de talleres artesanales en la comunidad está siguiendo, a partir del año 2000, una tendencia creciente aunque limitada. El crecimiento medio interanual entre los años 2000-2003 se sitúa en tan sólo un 1,10%.
- Se estima que el Valor Añadido Bruto (VAB) del sector artesanal en el año 2008 se situó en 4.000 millones de euros, lo que representa en torno al 2,6% el PIB industrial y el 0,4% del PIB nacional. No obstante, debes considerar que existe un porcentaje de mercado no controlado que realizan

los artesanos que desarrollan su actividad en condiciones irregulares, por lo que esta cifra podría no constituir un reflejo de la realidad.

- Aproximadamente, el 80% de la clientela de artesanía está formada por particulares, correspondiendo el 20% restante a colectivos (instituciones y empresas). El perfil del cliente del producto artesano se corresponde con una persona de un nivel cultural y socioeconómico medio-alto, con una edad comprendida entre los 25 y 55 años y de sexo femenino. Además, esta figura actúa como prescriptora de los productos.
- Se observa un paulatino descenso e incluso extinción de los artesanos dedicados a determinadas ramas de producción. Así mismo, existe una dependencia y adecuación hacia la demanda.
- El margen comercial presenta, en términos generales, una tendencia a la estabilización, situándose por término medio entre un 30% y un 40%.
- La inexistencia de mayoristas conlleva a que la mayor parte de los artesanos venda sus productos en el mismo taller y en mercados de la zona. Dado este predominio de la venta directa, debes tener en cuenta que en la relación comercial entran en juego aspectos propios de la venta personal.
- Las principales herramientas de promoción en este sector se basan en el uso de tarjetas, catálogos, muestras gratuitas de productos, ferias artesanales, descuentos y relaciones personales. No obstante, y en función de la actividad, se utiliza con mayor intensidad una u otra.
- El origen de formación del artesano es diverso. Las nuevas generaciones provienen normalmente de escuelas de artes y oficios o de centros de formación del sector. La tradición familiar es cada vez menos frecuente.
- La estructura organizativa en los talleres se limita a una división de las tareas muy simple.

## 4. EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ESPAÑA

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

> LA DISTRIBUCIÓN DE TALLERES, EMPLEO Y VOLUMEN DE PRODUCCIÓN EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS.

> LAS ACTIVIDADES MÁS IMPORTANTES QUE ENGLOBAN EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ESPAÑA.

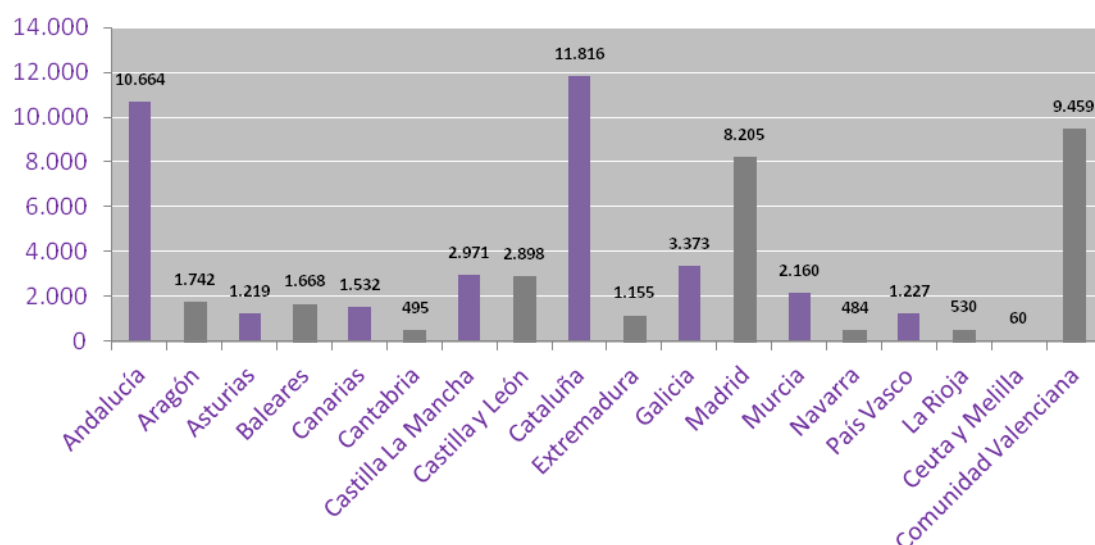
> EL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE LA ARTESANÍA EN ESPAÑA.

Las conclusiones básicas relativas a este apartado podemos resumirlas de la siguiente forma:

- **En el año 2008 se contabilizaron en España un total de 61.657 empresas artesanas y 194.029 empleos en actividades artesanales.**
- **Las Comunidades Autónomas españolas con mayor relevancia en artesanía son Andalucía, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana concentran más del 64% de total de empresas artesanas. En cuanto a ésta última, ocupa unos lugares destacados con respecto al conjunto nacional. Así, en relación con el número de empresas artesanas, nuestra comunidad se posiciona en el tercer lugar, mientras que en términos de número de empleos se sitúa en segunda posición.**
- **Las actividades artesanales principales en España son, por orden de importancia, las siguientes: muebles de madera (40,4%), varios (12,7%), joyería y bisutería (12,1%) y textil (10,6%). Estos subsectores son los que generan unos mayores volúmenes de facturación, de trabajadores, además de presentar un número elevado de talleres.**
- **En la actualidad, este sector agrupa a más de 120 oficios, y está inmiscuido en un proceso de transformación importante. Algunas de las actuaciones que se están llevando a cabo se encuentran relacionadas con la renovación de la oferta de productos o la implantación de acciones de comercialización.**

Según los datos facilitados por la Dirección General de Política de la PYME en el estudio "El sector artesano español en fuentes estadísticas y documentales", en el año 2008 había en España un total de 61.657 empresas artesanas y 194.029 empleos en actividades artesanales. Si analizamos los datos más pormenorizadamente y por Comunidades Autónomas, podemos observar que la Comunidad Valenciana ocupa unos lugares destacados con respecto al conjunto nacional. Así, en relación con el número de empresas artesanas, nuestra comunidad se posiciona en el tercer lugar, mientras que en términos de número de empleos se sitúa en segunda posición. Éstos y otros resultados son examinados en los cuadros siguientes.

**Cuadro 1: Gráfica de la distribución de las empresas artesanas por Comunidades Autónomas, España, 2008 (unidades)**

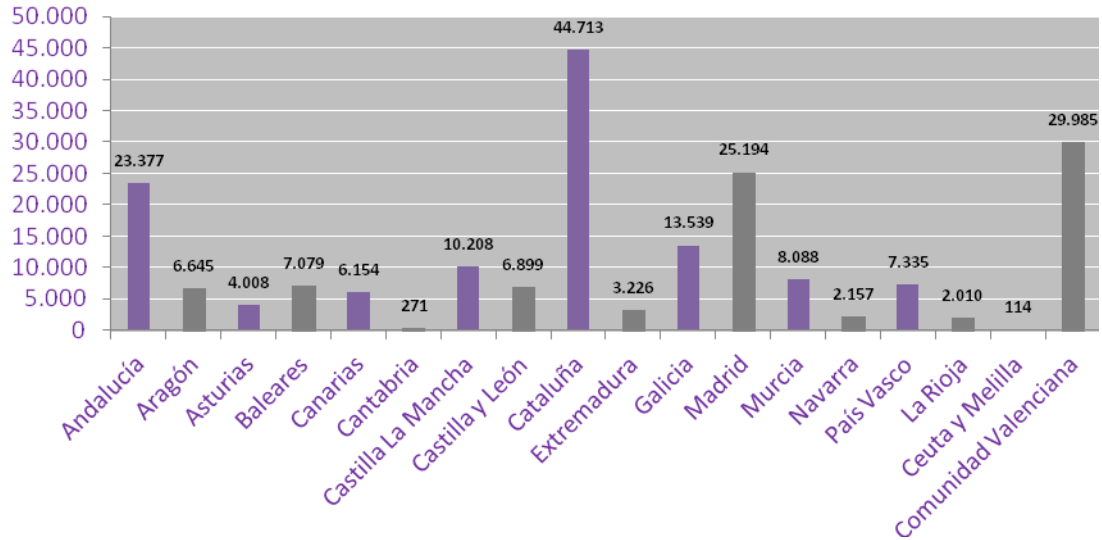


Fuente: "El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales" 2009

Las cuatro Comunidades Autónomas con un mayor número de empresas artesanas aglutinan más del 65,1% del total registrado a nivel nacional. Más concretamente, la distribución se presenta del siguiente modo: Cataluña se establece en primer lugar, con un 19,2% del total, le sigue Andalucía (17,3%), Comunidad Valenciana (15,3%) y Madrid (13,3%).

Por su parte, la Comunidad Valenciana, con 9.459 empresas artesanas (los cuales representan el 15,3% del total español), se ubica por encima de la media nacional, que se establece en 3.425 empresas artesanas.

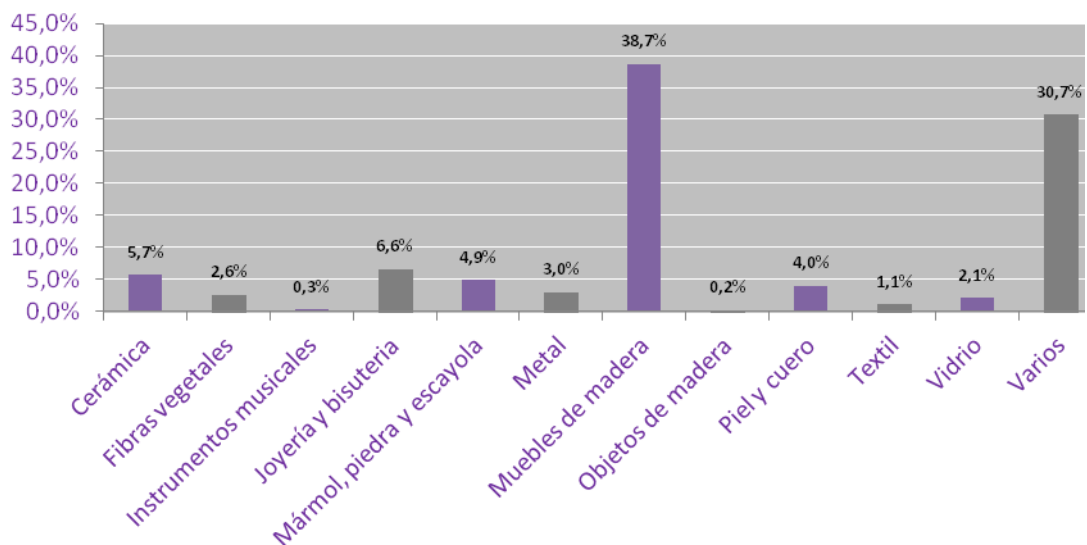
**Cuadro 2: Gráfica de la distribución del empleo artesanal por Comunidades Autónomas, España, 2007 (unidades)**



Fuente: "El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales" 2009

En España, en el sector de la artesanía se encuentran ocupados un total de 201.002 trabajadores. Realizando un examen más exhaustivo, se advierte que las cuatro primeras Comunidades Autónomas españolas que generan un mayor número de empleos suponen el 63,6% del conjunto nacional. Cataluña, con un 22,2% se erige como la primera comunidad generadora de empleo, seguida de Comunidad Valenciana y Madrid ambas con un 14,9% y Andalucía con un 11,6% del total de empleados en artesanía. La Comunidad Valenciana, con 29.985 empleos y representando el 14,9% del total del sector, se sitúa muy por encima del valor medio registrado a nivel nacional (11.167).

**Cuadro 3: Gráfica de la distribución del VAB (Valor Añadido Bruto) por sectores de actividad, España, 2008**



Fuente: "El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales" 2009

El sector de la artesanía generó en España, durante el año 2008, un Valor Añadido Bruto (VAB) de 4.000 millones de euros, lo que representa en torno al 2,6% el PIB industrial y el 0,4% del PIB nacional

Si realizamos un análisis para los distintos subsectores en los que se encuentra estructurado el sector artesanal español, se pueden advertir los siguientes resultados:

- En términos de empresas artesanas, las actividades más importantes son: muebles de madera (con 24.879 empresas), varios (7.815), joyería y bisutería (7.446) y textil (6.537).
- Con respecto al número de empleos generados, cabe destacar las actividades de muebles de madera (que acoge un total de 8.579 puestos de trabajo), cerámica (7.385), piel y cuero (4.492), joyería (3.584) y metal (3.471).
- En cuanto al Valor Añadido Bruto generado (VAB), las actividades artesanales que producen unas cifras superiores son muebles de madera (1.548.094.972 euros), varios (1.231.246.994 euros), joyería y bisutería (263.910.366 euros) y cerámica (229.661.491 euros). Estos cuatro subsectores suponen, en su conjunto, más del 80% del total generado para el ámbito nacional.
- Así pues, se puede concluir que muebles de madera, varios y joyería son, por este orden, los subsectores artesanales más importantes en nuestro país, puesto que originan una mayor facturación, en ellos se encuentran empleados un mayor número de trabajadores y poseen un mayor número de empresas dedicadas a estas actividades.

Puedes consultar esta información en el cuadro 0400.1 del apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés.

En la actualidad, este sector agrupa a más de 120 oficios, y está inmiscuido en un proceso de transformación importante. En este sentido, e intentando superar su visión y su configuración como un sector débil (pese a su gran potencialidad), se están desarrollando, principalmente, dos actuaciones encaminadas a mejorar esta situación:

1. Una oferta renovada de productos, haciendo énfasis en las características diferenciales de los productos artesanales (personalización, individualización, rasgos distintivos y singulares, respetuosos con el medio ambiente, etc.) frente a los producidos en serie.
2. Acciones de comercialización: dirigirse hacia nuevos compradores y nuevos mercados.

En cuanto al carácter rural de las actividades artesanas, cabe señalar que una tendencia que se viene constatando en los últimos años es la cada vez mayor presencia de artesanos rurales con procedencia urbana. Estos artesanos no suelen



tener antecedentes familiares que se hayan dedicado a estos menesteres, ni tampoco suele existir un vínculo con las poblaciones seleccionadas para emplazarse. Se trata de nuevos artistas que encuentran en el medio rural el lugar idóneo para desempeñar su labor artística, al estar más próximo a un entorno natural.

# 5. EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

## 5.1. Análisis de la oferta

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > EL NÚMERO DE ARTESANOS Y TALLERES Y SU DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL.
- > LAS ACTIVIDADES QUE ENGLOBA EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.
- > EL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.
- > LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.
- > LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN ARTESANALES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.

Las conclusiones básicas relativas a este apartado podemos resumirlas de la siguiente forma:

- **En el 2008 y para el conjunto de la Comunidad Valenciana, se contabilizaron un total de 9.459 empresas artesanas y 61.657 personas dedicadas a la actividad artesana.**
- **Las mesas artesanales que cuentan con un mayor número de empleos son madera y afines; panaderos, confiteros y pasteleros; carniceros y charcuteros, cerámica y vidrio, seguido de cerca por el grupo de heladeros, turroneiros y horchateros. Estas cuatro engloban, aproximadamente, el 78% del total registrado para la comunidad.**
- **En cuanto al número de talleres, destacan con un mayor número de operadores; el sector de carniceros, charcuteros; panaderos, confiteros, pasteleros; fiestas tradicionales, madera y afines y moda, las cuales acaparan más del 88% del total de los talleres valencianos.**
- **Por provincias, la de Valencia acapara, con gran diferencia, la mayoría de empleos y de talleres artesanales, seguida de Alicante y**

por último, Castellón. Además, se ha constatado la existencia de una cierta especialización en las actividades artesanales entre las tres provincias de la comunidad.

- En términos de artesanos, Valencia es la provincia que posee un mayor número de éstos (el 74,24% de toda la comunidad), mientras que en Alicante y Castellón se concentran el resto con unos porcentajes próximos entre sí (14,6% y 11,16% respectivamente).
- Los oficios que registran un mayor número de artesanos son ceramista, joyero, artista fallero, carpintero y relojero, percibiéndose también una cierta diferenciación por provincias.
- El volumen de producción artesanal en la Comunidad Valenciana asciende a un total de 1.903.712.220 euros en el 2006. Por mesas sectoriales la madera y heladeros, turroneiros y horchateros son las que presentan valores más elevados en términos de facturación, seguidas de carniceros, charcuteros y panaderos, confiteros, pasteleros.
- La evolución en el número de talleres artesanales en la comunidad está siguiendo, a partir del año 2000, una tendencia creciente aunque limitada.

### 5.1.1. Estructura de las actividades y su distribución territorial

*¿Cuántas empresas hay en la Comunidad Valenciana y cómo se distribuyen?*

*¿Cuáles son las principales actividades de la artesanía en la Comunidad Valenciana?*

*¿Cómo se distribuyen las actividades artesanales en la Comunidad Valenciana?*

*¿Cuál es el volumen de producción de la artesanía valenciana?*

Según el Plan de competitividad de los Sectores Artesanos, en el 2006 en la Comunidad Valenciana se contabilizaron un total de 2.672 talleres y 23.138 puestos de trabajo en el sector artesanal. Con el fin de profundizar en la estructura del sector en nuestra comunidad, a continuación te mostramos estas cifras desagregadas en función de la mesa sectorial específica.

**Cuadro 4: Distribución de talleres y empleos en el sector artesanal por actividad, Comunidad Valenciana, 2006 (unidades)**

	<b>EMPLEOS</b>	<b>TALLERES</b>
Agroalimentaria I (Heladeros, Turroneiros, Horchateros)	2.229	95
Agroalimentaria II (Queseros, Apicultores)	215	18
Agroalimentaria III (Panaderos, Confiteros, Pasteleros)	2.890	530
Agroalimentaria IV (Carniceros, Charcuteros)	1.970	840
Cerámica y Vidrio	2.290	91
Instrumentos Musicales	695	17
Fiestas Tradicionales	1.050	345
Entidades Asociativas Genéricas	34	17
Oficios Varios	300	87
Madera y Afines	10.686	330
Moda y Complementos	779	302
<b>TOTAL</b>	<b>23.138</b>	<b>2.672</b>

*Fuente: Plan de competitividad de los Sectores Artesanos de la Comunidad Valenciana 2007-2009*

Las actividades artesanales que cuentan con un mayor número de empleos en la Comunidad Valenciana son, por orden de importancia: madera y afines; panaderos, confiteros y pasteleros; carniceros y charcuteros, cerámica y vidrio, seguido de cerca por el grupo de heladeros, turroneiros y horchateros. Estas cuatro mesas sectoriales engloban, aproximadamente, el 78% del total registrado para la comunidad.

En cuanto al número de talleres, destacan con un mayor número de operadores el sector de carniceros, charcuteros; panaderos, confiteros, pasteleros; fiestas tradicionales, madera y afines y moda, las cuales acaparan más del 88% del total de los talleres valencianos.

La provincia de Valencia acapara, con gran diferencia, la mayoría de los empleos artesanales, con un total de 3.601 trabajadores. A ésta le sigue Alicante con 444 empleos y por último Castellón con 329. Por lo que respecta a los talleres, se mantiene la distribución provincial establecida anteriormente para el caso de los empleos. Valencia, con 971 talleres es la provincia en la que existe una mayor presencia de establecimientos productores, seguida de las provincias de Alicante con 219 y Castellón con 125 talleres respectivamente.

Comparando las distintas actividades artesanales en base a las tres provincias de la Comunidad Valenciana, se percibe la existencia de una cierta especialización:

- Provincia de Castellón: son predominantes las unidades productivas dedicadas a la cerámica, con un total de 47 talleres (lo que supone el 37,60% del total de la provincia) y 172 empleos generados (52,28% de los trabajadores dedicados al sector artesanal).

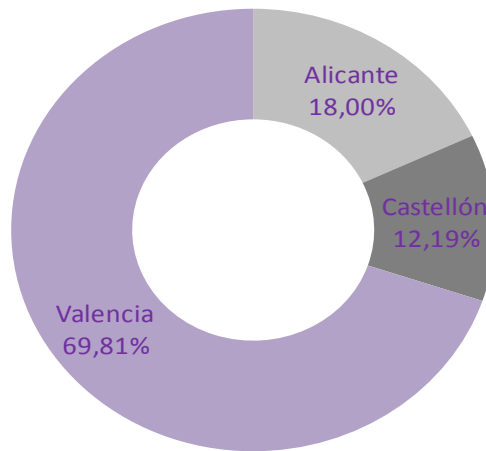
- Provincia de Alicante: en general, no prevalecen profusamente unas actividades sobre otras, a excepción del caso de la cerámica y la piel y el cuero, las cuales presentan un mayor número, tanto en términos de talleres (41,26%) como de empleos (38,29%).
- Provincia de Valencia: sucede lo mismo que en el caso de Castellón pero con las actividades relacionadas con la madera, esto es, con los muebles de madera y los objetos de madera. Estos subsectores suponen, con 319 talleres y 1.119 empleos, el 32,85% y el 31,07% del total del sector artesanal en esta provincia, respectivamente.

Esta concentración territorial de determinadas actividades puede obedecer a factores diversos. No obstante, podemos citar como los más habituales la disponibilidad de materia prima, el peso de la tradición o las sinergias que produce la agrupación de empresas dedicadas a una misma actividad.

Puedes contrastar estas conclusiones sobre talleres y empleos según actividad y su distribución provincial en el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés (Cuadros 0511.1 y 0511.2).

En el caso de **los artesanos**, y en base a la información contenida en el Directorio de Artesanos de la Comunidad Valenciana, que ofrece el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana en su web, podemos establecer la siguiente distribución provincial, así como la clasificación del número de artesanos en función de las actividades a las que se dediquen. En relación a este último dato, cabe señalar que tan sólo se han considerado aquellas actividades que presentan una cifra de artesanos igual o superior a siete, dado que actualmente el repertorio de oficios artesanos de la Comunidad Valenciana cuenta con 96 oficios registrados. Así mismo señalar que, dado que no existe una obligatoriedad por parte de los artesanos de inscribirse en el mencionado directorio, los valores que se presentan a continuación deben ser considerados como una muestra del contexto artesanal valenciano.

**Cuadro 5: Gráfica de la distribución provincial de los artesanos, Comunidad Valenciana, 2011\* (%)**



*\*Datos hasta octubre de 2011*

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana*

Valencia es la provincia en la que podemos encontrar un mayor número de artesanos, con casi el 70% del total existente en la comunidad (más concretamente, 1.550 artesanos). Por detrás de ella se sitúan Alicante (con 279 artesanos) y Castellón (189).

**Cuadro 6: Distribución de los artesanos por provincias y actividad, Comunidad Valenciana, 2011\* (unidades)**

	ALICANTE	CASTELLÓN	VALENCIA	C. VALENCIANA
Abaniquero	2	1	27	30
Alfarero	6	1	3	10
Apicultor artesano	-	4	11	15
Artista fallero	5	6	38	49
<b>Barnizador</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
Bastonero	-	5	4	9
<b>Bordador</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Carnicero</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>28</b>	<b>47</b>
Carpintero	24	19	111	154
Ceramista	11	24	72	107
Cerero	5	-	8	13
<b>Cincelador</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Confitero artesano</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>13</b>
Constructor de instrumentos musicales	4	-	26	30
<b>Decorador de telas</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
Ebanista	26	4	118	148
Elaborador de figuras y objetos de escayola y materias sintéticas	3	1	7	11
Encuadernador	3	2	21	26
Enmarcador	4	-	5	9
Fabricante de muebles y otros	2	-	28	30
<b>Florista artesano</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>18</b>
Forjador	4	4	36	44
Fundidor artístico	2	-	11	13
Heladero artesano	8	1	10	19
Joyero	25	9	75	109
Marroquiner	14	1	22	37
Modista a medida	4	-	25	29
Muñequero	7	-	2	9
<b>Orfebre</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>16</b>
Panadero artesano	22	35	99	156

Pastelero artesano	10	9	32	51
<b>Perfumista</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Pirotécnico</b>	-	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>Quesero artesano</b>	-	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>14</b>
Relojero	-	2	31	33
Restaurador	3	2	9	14
Sastre a medida	7	-	8	15
<b>Tallista de madera</b>	-	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
Tallista de piedra y mármol	4	6	14	24
Tapicero de muebles	4	3	25	32
Taraceador	-	-	7	7
Tejedor	1	6	8	15
<b>Tornero</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
Turronero artesano	11	3	7	21
Vidriero	7	4	24	35
Zapatero a medida	3	1	9	13
Otros				
<b>Total</b>	<b>279</b>	<b>189</b>	<b>1.082</b>	<b>1.550</b>

*\*Datos hasta octubre de 2011*

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana*

Aquellos oficios que registran un mayor número de artesanos en la Comunidad Valenciana son panadero artesano (156), carpintero (154), ebanista (148), joyero (109) y ceramista (107). Estos resultados corroboran la información que se ha venido manejando hasta el momento, esto es, que los subsectores del mueble y cerámico, también en el caso de los artesanos, son los que mueven gran parte del sector artesanal de la comunidad.

Así mismo, se percibe una cierta diferenciación por provincias. De este modo, en la provincia de Alicante, el mayor número de artesanos se localiza en los oficios de ebanista, joyero, carpintero y panadero artesano, si bien hay que señalar que su número es reducido. Por su parte, en la provincia de Castellón los artesanos se concentran en la actividad de panadero artesano, ceramista (que cuenta con una extensa tradición cerámica en esta región) y carpintero. Por último, y en la provincia de Valencia, los artesanos se encuentran orientados hacia los mismos oficios que los especificados para el caso de la Comunidad Valenciana, todas ellas profesiones de gran tradición, además de características de nuestra comunidad.

En la Comunidad Valenciana es posible identificar una serie de oficios que presentan gran vinculación con sus festividades, como son los de artista fallero, pirotécnico y sastre. El artista fallero puede ser calificado como uno de los oficios artesanales más arraigados en territorio valenciano. El carácter festivo que acompaña a esta actividad se ha visto ampliado a la elaboración de decorados, contando para ello con herramientas manuales de escasa complejidad técnica. Otra figura característica que acompaña a la anterior es la de pirotécnico. El empleo de la pólvora se halla extendido a todo tipo de celebraciones, llegando a tener un



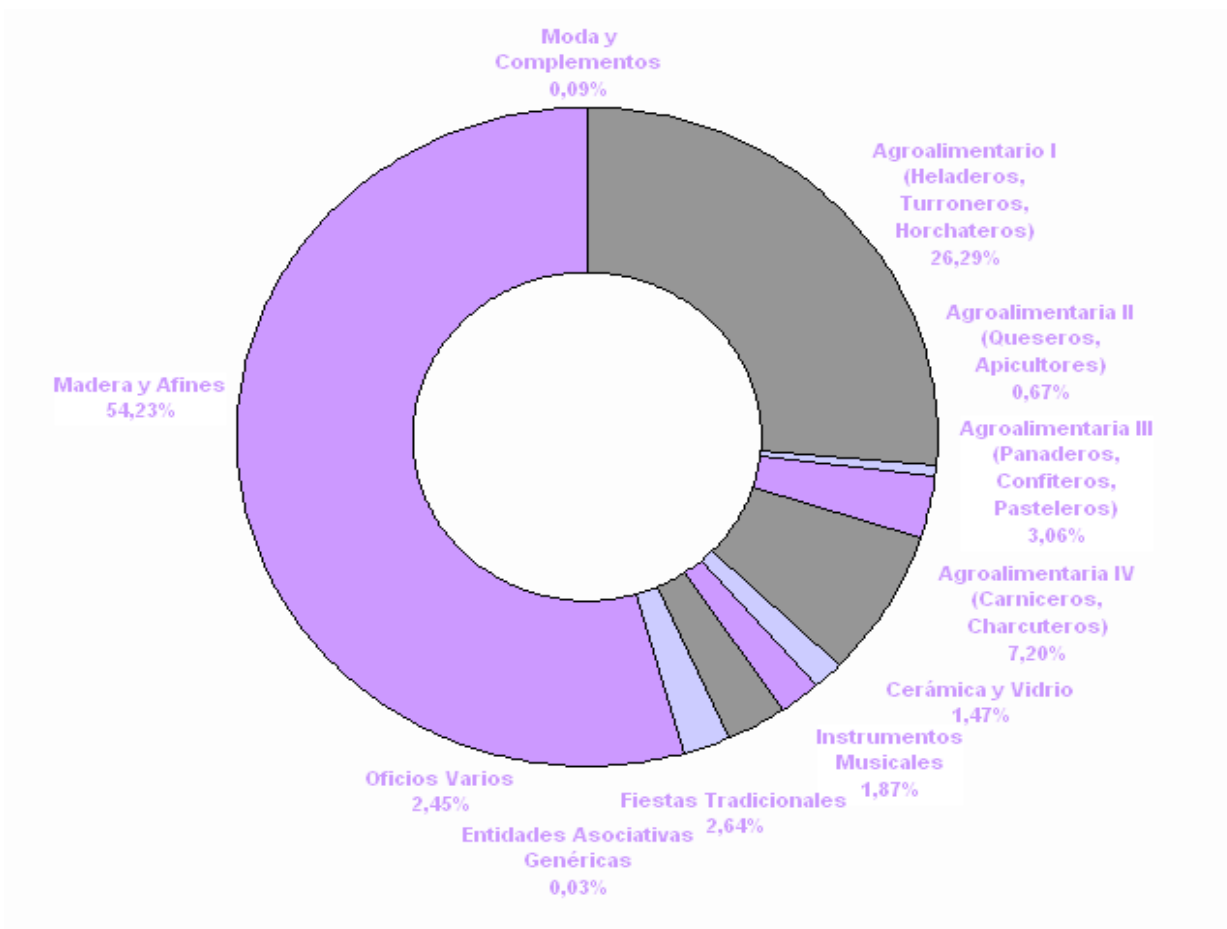
reconocimiento y un ámbito de actuación internacional. Junto a éstos, los sastres son los encargados de elaborar la indumentaria que acompaña todo tipo de festejos populares locales. Además de éstos, podemos encontrar como oficios representativos los siguientes:

- Ebanistas: Se encuentran dedicados en la actualidad a la realización de muebles y objetos de madera fundamentalmente.
- Relojeros: Se hallan orientados a la reparación y adaptación de relojes a elementos mobiliarios o decorativos de piezas de la vivienda, trabajos en madera o metal.
- Marroquineros: Las actuales demandas del consumidor han hecho que junto con las tradicionales materias primas (pieles de vaca, oveja, cabra, cuero, etc.) se hayan incorporado nuevos materiales tales como plásticos sintéticos, lona, cartón, etc.
- Alfareros: Su trabajo se centra en la elaboración de piezas decorativas y de uso doméstico tales como cántaros, macetas, botijos, entre otros. Su presencia es destacable en determinadas poblaciones como Agost (Alicante).

Pasando ya a analizar el **volumen de producción** originado en el sector artesanal para la Comunidad Valenciana, éste ascendió a un total de 1.903.712,22 euros en el año 2006. En el manejo de esta cifra hay que tener en consideración que existe un porcentaje del mercado que no se encuentra controlado por los valores estadísticos de organismos oficiales, que es aquel que realizan los artesanos que desarrollan su actividad en condiciones irregulares. Por lo tanto, este nivel de producción puede no constituir un reflejo fiel y fidedigno de la realidad del sector artesanal.

En el siguiente cuadro representamos cómo se encuentra distribuida esta cantidad entre los distintos subsectores artesanales que se han venido manejando en la presente guía de actividad empresarial.

**Cuadro 7: Gráfica de la facturación de los talleres artesanales según actividad, Comunidad Valenciana, 2006 (%)**



Fuente: Plan de competitividad de los Sectores Artesanos de la Comunidad Valenciana 2007-2009

Las actividades que registran los valores más elevados en términos de producción se corresponden con la madera (con más de 1.032 millones de euros), los heladeros, turroneiros y horchateros (con más de 500 millones de euros). Por detrás de éstos, se sitúan los carniceros y charcuteros (con más de 137 millones de euros), los panaderos, confiteros y pasteleros (con más de 58 millones de euros), muy cerca de estos, con algo más de 50 millones, se sitúa el sector de fiestas tradicionales. El resto de sectores presenta unas cifras de volumen de producción que se mueven entre 47 millones y 650 mil euros.

Tal y como puedes observar, estos resultados coinciden con los obtenidos en el caso del número de talleres y de empleos generados, esto es, el sector de la madera es el que mueve un mayor volumen de negocio (tanto en términos de empleo como de facturación) en el ámbito territorial valenciano.

Así mismo, las actividades que registran los valores más elevados en términos de facturación media por taller artesanal para el total de la Comunidad Valenciana, se corresponden con el sector agroalimentario I (Heladeros, turroneiros y horchateros).

Según la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía, si diferenciamos por provincias, se observa que en el 2003, en la provincia de Alicante, las fibras

vegetales son las que generan un mayor volumen de producción por término medio, seguido de los muebles de madera y el mármol, piedra y escayola (puesto que operan en este oficio un número reducido de talleres). En la provincia de Castellón, la piel y el cuero (son pocos los talleres dedicados a esta actividad), y la cerámica (que mueve una elevada cifra de facturación) son los subsectores que ocupan las primeras posiciones en esta partida. Por su parte, y en la provincia de Valencia, se cumple la distribución que se alcanza para el total de la Comunidad Valenciana.

Puedes contrastar estos datos en el cuadro 0511.3 del apartado 7.1 Anexo de información estadística de interés.

### **5.1.2. Caracterización de las empresas**

#### *¿Cuáles son las características de las unidades de producción artesanales?*

El sector está compuesto en su mayor parte por pequeñas unidades de producción, formadas, generalmente, por artesanos individuales lo que trae como consecuencia la existencia de una oferta atomizada y dispersa en el territorio. Además, las empresas del sector de la artesanía presentan ciertas características comunes:

- Inadecuada dimensión de los talleres en cuanto a medios técnicos y de personal.
- Forma jurídica, de Autónomo entre los artesanos y Sociedad Limitada entre los talleres.
- Edad- media avanzada de los artesanos productores y falta de recambio generacional.
- Ausencia de profesionalización en algunos casos.
- Deficiencias en las redes de comercialización.

Las instalaciones de los artesanos valencianos suelen estar en consonancia con el número de trabajadores de la unidad productiva. Así, los artesanos tienen locales de menor superficie que los talleres. A raíz de las entrevistas realizadas se ha podido constatar que la superficie media de los establecimientos en los que trabajan los artesanos se sitúa entorno a los 40 m<sup>2</sup>, mientras que en el caso de los talleres, éstos suelen contar con una media de 200 m<sup>2</sup>. No obstante, ten en cuenta que éstos son valores aproximativos, y que dependiendo de la actividad, se necesitará una superficie de local determinada, ya que el tamaño de la maquinaria requerida y la necesidad de almacenamiento de material son dos condicionantes que han de ser considerados.

La condición jurídica adoptada por las empresas de artesanía está directamente relacionada con el número de personas que componen la empresa. Los artesanos individuales suelen adoptar la figura legal de Autónomo y los talleres suelen constituirse como Sociedad Limitada, como es habitual en las empresas pequeñas.

Un tercer factor que también debemos considerar se refiere a la elevada edad de los artesanos. Así, se estima que la edad media de este colectivo en el ámbito valenciano se sitúa entre los 50 y los 55 años, lo que deja entrever un problema importante de recambio generacional y con él la pérdida de ciertos oficios.

En lo que respecta a la formación, como podrás comprobar en el apartado 5.5.1 Perfil profesional, en la actualidad, aproximadamente tan sólo el 25% de los artesanos ha aprendido el oficio por tradición familiar. Ello es debido a que en los últimos años se está produciendo la aparición de un número cada vez más nutrido de profesionales formados en casas de artes y oficios, Bellas Artes o cursos de formación ocupacional.

### **5.1.3. Empleo**

*¿Cuántas personas se dedican a la artesanía?  
¿Cómo se encuentran dispuestas por actividades?  
¿Cómo se distribuye el empleo entre las provincias de la  
Comunidad Valenciana?*

Según los datos proporcionados en el estudio "El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales", se calcula que en el 2008 estaban empleadas en el sector artesanal valenciano unas 61.657 personas.

Según la información obtenida de las entrevistas, cerca del 70% de la población ocupada en el sector artesanal se encuentra en unidades de producción de 1 a 2 trabajadores, distribuidos entre artesanos y pequeños talleres; un 25% se correspondería con talleres medianos (de 2 a 5 trabajadores), mientras que el 5% restante lo haría con talleres de gran tamaño (más de 5 trabajadores).

Dentro de esta actividad pueden ser diferenciados dos grandes grupos de artesanos: aquellos que se dedican a su oficio a tiempo completo, puesto que constituye su actividad principal, y aquellos que ejercen la artesanía como una actividad de carácter complementario. El primer grupo suele estar constituido por trabajadores autónomos que cuentan con los medios de producción adecuados para desempeñar su labor (constituyen el 70%, en opinión de los entrevistados). Mientras que la segunda categoría la conformarían, o bien aquellas personas que vinculan los trabajos artesanales con otras fuentes de ingresos, normalmente, con actividades primarias (agricultura, ganadería o pesca) y que por lo general, se suelen dedicar a pequeños oficios tales como la cestería o la alfarería. O bien aprendices o familiares contratados, en muchos casos, en épocas de crecimiento de la demanda. En sentido amplio, este grupo lo conformarían el 30% restante de la población dedicada a labores artesanales.

#### 5.1.4. Análisis de los proveedores

*¿Cuáles son las características principales de los proveedores?  
¿Qué aspectos debes valorar para elegir uno u otro proveedor?  
¿Cuáles son los plazos de pago a proveedores en el mercado?*

Dependiendo de la actividad artesanal a la que te dediques tendrás distintos proveedores pero lo normal es que tengas:

- Proveedores de aprovisionamientos.
- Proveedores de herramientas y maquinaria.

Según las entrevistas realizadas, la elección de los proveedores de aprovisionamientos se realiza en función, sobre todo, de la calidad de la materia prima. Por detrás de este factor se situarían variables tales como el abastecimiento continuo de las materias primas o la proximidad geográfica ya que, por el elevado coste de transporte, este factor adquiere una importancia fundamental. Asimismo, en la selección de tus proveedores de herramientas y maquinaria valorarás factores como la capacidad de respuesta, el precio, etc., entre otros.

El poder de negociación de los proveedores varía en función de la actividad. Así, en algunos casos, no cabe hablar prácticamente de proveedores, puesto que es el propio artesano el proveedor de las materias primas que emplea para la elaboración de su producto. Tal es el caso, por ejemplo, de los alfareros, que pueden recoger ellos mismos el barro, o de los artesanos que trabajan con la flor prensada. Por el contrario, en otras actividades los proveedores tienen un alto poder de negociación, ya sea por la escasez de productos, por su tamaño empresarial, por el coste de la materia prima, etc.

#### **5.1.5. Productos sustitutivos**

*¿Qué productos se pueden considerar sustitutivos a los generados por el sector de la artesanía?*

Los productos industriales de apariencia artesanal son los productos sustitutivos más frecuentes. Esta situación es consecuencia de la falta de conocimientos técnicos del cliente para diferenciar el producto artesanal del industrial. Una parte del mercado está interesado en la recuperación de productos tradicionales, pero no está dispuesto a pagar el valor artesanal del producto.

La intensidad de la competencia de los productos industriales depende del subsector analizado. Así, mientras en actividades como la cerámica, la alfarería, la carpintería o los juguetes, los productos industriales suponen una competencia fuerte, en otras como la orfebrería o la encuadernación no tienen tanta importancia.

En cualquier caso, según la información recogida de las entrevistas, los productos industriales ejercen cada vez menor competencia ante los productos artesanales de mayor calidad, debido sobre todo a la mayor concienciación del público en general

del valor de los productos artesanales frente a los industriales. En este sentido, y más específicamente, cabe señalar que se ha producido un incremento del número de consumidores urbanos que demandan productos artesanales. Se muestran atraídos por unas piezas que representan en sí mismas las costumbres y hábitos del medio rural, a la vez que utilizan materias primas propias de la región y materiales ecológicos, reciclados, etc. Debemos tener en cuenta que, en general, la sociedad está cada vez más preocupada y concienciada por el cuidado medio ambiental. De hecho, y para la Comunidad Valenciana, en el año 2001 este tipo de consumidor sensibilizado hacia el medioambiente representaba el 18% de la población. Así y todo, los artesanos entrevistados afirman que los productos artesanales se encuentran afectados por la competencia que ejercen los de carácter industrial.

Así y todo, nos podemos encontrar con oficios en los que la actividad industrial no ha entrado todavía a competir en los mismos. Se trata de subsectores que no resultan atractivos porque, o bien se encuentran en situación de extinción (tal es el caso, por ejemplo, del esparto), o bien conforman un nicho de mercado de tamaño pequeño.

Es necesario, por tanto, potenciar la relación calidad/precio, desmitificar la imagen de un precio excesivo del producto artesanal, reforzar sus características diferenciales y sus valores agregados, así como enfatizar en la destreza y la maestría del artesano a la hora de fabricar el producto.

## 5.2. Análisis de la demanda

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

> EL TAMAÑO DE MERCADO DE LA ARTESANÍA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.

> LA TIPOLOGÍA DE CLIENTES DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES.

Las conclusiones básicas relativas a este apartado podemos resumirlas de la siguiente forma:

- **Se estima que el Valor Añadido Bruto (VAB) del sector artesanal en el año 2008 se situó en 4 mil millones de euros. No obstante, debes considerar que existe un porcentaje de mercado no controlado que realizan los artesanos que desarrollan su actividad en condiciones irregulares, por lo que esta cifra podría no constituir un reflejo de la realidad.**
- **Aproximadamente, el 80% de la clientela de artesanía está formada por particulares, correspondiendo el 20% restante a colectivos (instituciones y empresas).**
- **El perfil del cliente del producto artesano se corresponde con una persona de un nivel cultural y socioeconómico medio-alto, con una edad comprendida entre los 25 y 55 años y de sexo femenino. Además, esta figura actúa como prescriptora de los productos.**
- **A la hora de considerar las motivaciones de compra, se hace necesario diferenciarlas en función de tres subsectores: productos alimenticios (calidad del producto y seguridad alimentaria), de decoración (necesidad de recordar la zona) y bienes de uso funcional (por costumbre y por calidad).**
- **En el caso de los particulares, los artesanos cobran al contado, mientras que en la venta a empresas e instituciones, los plazos de cobro se sitúan entre los 60 y los 90 días, aunque puede variar según el oficio.**

### **5.2.1. Tamaño de mercado**

*¿Cuál es el tamaño de mercado de la artesanía en la Comunidad Valenciana?*

*¿Cómo puedo determinar el tamaño de mi mercado?*

La determinación del tamaño del mercado artesanal en general, y en la Comunidad Valenciana en particular, plantea ciertas dificultades puesto que, como ya sido comentado con anterioridad, parte del mercado se realiza en condiciones irregulares. No obstante, la Fundación Española para la Artesanía ha cifrado en más de 4 mil millones de euros el valor Añadido Bruto (VAB) de este sector en el año 2008.

En cuanto al volumen de facturación que generan los propios artesanos, indicar que no ha sido posible obtener información al respecto, entre otros motivos, porque no se encuentra elaborada. Por otra parte, y para que puedas estimar el tamaño de mercado de la actividad que elijas, deberás realizar una prospección comercial mediante encuestas personales o telefónicas.

Para ello, te recomendamos lo siguiente:

1. Visitar posibles distribuidores y agentes relacionados con tu actividad para conocer aproximadamente el número/importe de las operaciones que intermedian, comisiones, condiciones de entrega de la mercancía, zona geográfica cubierta, etc.
2. Identificar establecimientos que comercializan el tipo de producto artesanal que tú fabricas (tiendas de artesanía, tiendas especializadas, tiendas de regalo, etc.). Estas visitas te permitirán comprobar in situ las características del surtido de productos que se comercializan, el proceso de venta que realiza el comerciante, precios de venta, etc. Asimismo, de las entrevistas podrás conocer con qué artesanos trabajan, qué criterios siguen para la selección de un proveedor, usos comerciales, motivos de insatisfacción con sus actuales proveedores, perfil del cliente, etc.
3. Identificar organizaciones compradoras de artesanía (empresas, instituciones, etc.) con el fin de conocer el procedimiento de selección de los artesanos, motivaciones de compra, etc.
4. Identificar otros artesanos que puedan ser tu competencia y visitarlos. Puedes hacerte pasar por un posible cliente para conocer la cartera de productos, precios de venta, formas de presentación de los mismos, servicios adicionales, etc. Tratándose de artesanos, que no son competencia directa, es probable que acepten entrevistarse contigo.
5. Entrevistarse con otras personas relacionadas con la actividad como Agentes de Desarrollo Local (ADL) de tu ayuntamiento, de la fundación para el desarrollo de tu comarca, asociaciones de artesanos, etc., que podrán



proporcionarte información útil sobre diferentes aspectos relacionados con el negocio (ayudas, dificultades de arranque, iniciativas, etc.).

Como resultado de las visitas obtendrás un tamaño aproximado del mercado en tu zona, qué tipo de productos se están demandando, dónde se está concentrando esta demanda y qué talleres son tus competidores. Al contrastar dicha información con el número de productos que necesitas vender para cubrir gastos (punto muerto), podrás evaluar con una mayor confianza la probabilidad de realizar estas ventas.

## 5.2.2. Análisis de clientes

*¿Cuál es la tipología del consumidor de los productos que se integran en este sector?*

*¿Cuáles son los plazos de cobro a los clientes en el mercado?*

Según las entrevistas realizadas, el 80% de la clientela de artesanía está formada por particulares, correspondiendo el 20% restante a colectivos (instituciones y empresas).

En cuanto a los medios empleados para la venta de los productos, los entrevistados afirman que la mayoría de los productores venden de forma directa a particulares, bien sea en el taller o en la tienda anexa a éste. Por detrás de éste se situarían las ventas realizadas en las tiendas, seguidas de las empresas y las instituciones.

Así mismo, y en cuanto al perfil del cliente/comprador del producto artesano, se observa que éste es, en líneas generales, común a todas las actividades. Así, se corresponde con una persona de un nivel cultural medio-alto, con una edad entre 25 y 55 años y de sexo femenino. Además, este perfil se corresponde con la figura que actúa como prescriptora de los productos artesanales, esto es, con aquellos que recomiendan la compra del producto a otros potenciales clientes.

El nivel socioeconómico del cliente de artesanía es más difícil de estandarizar así que vamos a establecer una clasificación por actividades:

- En la artesanía de textil y fibras vegetales, encuadernación, cantería y joyería-orfebrería: predomina el cliente de un nivel socioeconómico alto.
- En las actividades artesanales de carpintería, alfarería, platería, instrumentos y cestería: el cliente-tipo es de un nivel medio.
- Predomina un cliente con un nivel socioeconómico bajo en productos como la marroquinería o la bisutería.

Mención especial merece el cartón piedra, el cual no presentaría, en principio, diferencias en función del nivel socioeconómico de sus clientes. Así, nos podemos encontrar tanto con clientes con un nivel económico bajo (asociaciones culturales falleras que cuentan con un presupuesto más modesto) como aquellos que cuentan con un poder adquisitivo mucho mayor.

En lo que respecta a la procedencia geográfica del consumidor final, en opinión de los artesanos, se puede establecer la siguiente distribución: un 35% de los clientes proceden de la misma localidad, un 10% vive en la comarca, un 30% procede del resto de la Comunidad Valenciana, un 20% del resto de España y el 5% restante proviene de algún país extranjero.

Si analizamos esto por actividades, los productos más adquiridos por los clientes locales suelen ser los relacionados con la cestería, la carpintería o la relojería. Por su parte, los clientes de la comarca compran más cerámica y alfarería, mientras que los consumidores que proceden del resto de la Comunidad Valenciana se inclinan más por los artículos de pirotecnia, cartón piedra (relacionado con los monumentos falleros) y orfebrería-joyería. A su vez, la clientela española se

decanta por productos artesanales de cantería y marroquinería; en cambio los extranjeros compran más la cerámica.

Como se puede ver en el apartado 5.4.3 Distribución, los artesanos realizan la mayoría de sus ventas a través de un circuito corto de comercialización puesto que, la venta se produce de forma directa y en un ámbito local. El artesano debe considerar la producción y comercialización hacia el cliente particular, conociendo la motivación de compra, con el objetivo de controlar la situación del mercado reduciendo la posible competencia del producto industrial.

Una de las características del artesanado valenciano se relaciona con el mantenimiento de sus estructuras tradicionalistas a lo largo del tiempo, es decir, no tratan de adaptar el producto a las necesidades y gustos del cliente, sino que conservan su saber hacer y optan por el empleo de otras variables para aproximarse al cliente, como es la distribución. Todo ello obliga a una mayor definición del tipo de cliente por parte del artesano en función del canal de comercialización a utilizar. Así, los clientes potenciales de los canales cortos pueden ser definidos de la siguiente forma:

- Las poblaciones locales, próximas cultural y geográficamente, tienen la costumbre de consumir el producto.
- Los emigrantes originarios del territorio se encuentran alejados geográficamente, pero son culturalmente próximos a la región. Compran cuando vuelven de vacaciones, aprecian el producto y están habituados a sus características.
- Los consumidores urbanos y los turistas que están alejados tanto geográfica como culturalmente, y generalmente desconocen el producto.

Los comportamientos y prácticas de compra son específicos de cada una de las tipologías por lo que los artesanos deberán ajustarse a ellas. De esta forma, el artesano debería adaptar la venta a la tipología de clientela destinataria, tal como te mostramos a continuación:

CLIENTES POTENCIALES	FORMAS DE VENTA	TIPOS DE PRODUCTOS
<b>Cliente de poblaciones locales rurales</b>	Venta directa Venta en tienda anexa Venta en mercados locales Venta en fiestas tradicionales Venta en tiendas locales	Bienes de consumo Productos con un mayor uso funcional
<b>Cliente de poblaciones urbanas</b>	Venta directa Venta en tienda anexa Venta en ferias alternativas o artesanales Venta en fiestas tradicionales Venta en tiendas urbanas	Productos decorativos Regalos
<b>Turistas</b>	Venta directa Venta en tienda anexa Venta en mercados locales Venta en fiestas tradicionales Venta en tiendas locales	Productos decorativos Regalos Souvenir Bienes de consumo

*Fuente: Elaboración Propia*

Con relación a las razones de compra de los clientes de artesanía y según los propios artesanos, éstas deben ser diferenciadas en función de los tres grandes subsectores que conforman el sector artesanal:

1. Productos alimentarios: las motivaciones de compra se mueven entorno a la mayor calidad de las materias primas utilizadas en el producto artesanal, su sabor diferencial con respecto al mismo producto pero de carácter industrial, además de por argumentos de seguridad alimenticia (el consumidor desconfía del bien industrial al ser percibido como un producto con un valor y una calidad inferior al homólogo artesanal).
2. Productos de decoración: los motivos se encuentran relacionados con la necesidad de recordar la estancia en la localidad o zona donde se adquiere el producto.
3. Bienes utilitarios o de uso funcional: en este caso, los consumidores locales los adquieren porque existe costumbre en la zona en cuestión (tal es el caso, por ejemplo, de los productos de alfarería, de carpintería, etc.). Por

su parte, el cliente turista lo compran por la calidad del producto en sí (de la materia prima empleada, del proceso productivo, etc.).

Por ser la mayoría de la clientela de productos artesanales particulares y como la venta se produce en el taller o en la tienda anexa al taller, el artesano cobra al contado con la generalización del descuento. En el caso de venta a empresas e instituciones, los plazos de cobro son bastante amplios, de 60 a 90 días, aunque hay que tener en cuenta que estos intervalos pueden variar dependiendo del oficio al que nos refiramos. En función de lo expuesto anteriormente es conveniente estar atento a la evolución del mercado y especializar tu producción hacia particulares, instituciones y empresas teniendo en cuenta las motivaciones reales de compra de cada segmento.

## 5.3. Previsiones para el futuro

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS ASPECTOS QUE DEBES CONSIDERAR COMO PUNTOS FUERTES EN LA ACTIVIDAD.**
- > **LOS PUNTOS DÉBILES QUE TIENES QUE TENER EN CUENTA.**
- > **LAS PRINCIPALES AMENAZAS DEL SECTOR.**
- > **LAS OPORTUNIDADES QUE SE PUEDEN PRESENTAR PARA POTENCIAR TU MERCADO.**

Las conclusiones básicas relativas a este apartado podemos resumirlas de la siguiente forma:

- **La competencia de los productos industriales existentes en el mercado constituyen la principal amenaza a la que ha de enfrentarse el sector artesanal. La economía sumergida, así como el desconocimiento por parte del cliente de las características diferenciadoras del producto artesanal suponen otras variables a considerar.**
- **La revalorización de los productos artesanales, el apoyo institucional, así como la incorporación de nuevas aplicaciones a la cartera de productos, conforman las oportunidades más destacables del sector.**
- **En cuanto a los puntos fuertes, éstos pasan por el conocimiento de las técnicas y diseños tradicionales, junto con la cada vez mayor presencia de artesanos innovadores de procedencia urbana.**
- **Las carencias formativas, la falta de un canal de distribución adecuado y la limitada capacidad productiva de las actividades artesanales constituyen los puntos débiles más importantes.**

El **Análisis DAFO** es una herramienta analítica que te permite conocer el entorno del mercado actual y previsiones futuras de la evolución de un negocio. A través del DAFO obtenemos una visión interna y externa de nuestra actividad respecto al mercado en el que vamos a operar. Además facilita la toma de decisiones futuras de carácter estratégico.

Se basa en cuatro puntos fundamentales: en el **nivel externo** a la empresa, es decir, el entorno socioeconómico en el que opera, se analizan las posibilidades futuras de la empresa (Oportunidades) y hándicap actuales y futuros (Amenazas).

Por otro lado, en el **nivel interno** de la empresa existen ventajas competitivas (Fortalezas) y carencias esenciales (Debilidades).

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Competencia industrial generalizada en todas las actividades artesanales.</li> <li>&gt; Confusión en la consideración de lo que es o no artesanal.</li> <li>&gt; Presencia de economía sumergida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Revalorización de los productos artesanales.</li> <li>&gt; Programas de apoyo a la artesanía por parte de la Generalitat Valenciana.</li> <li>&gt; Desarrollo de determinadas modalidades turísticas.</li> <li>&gt; Internet como nuevo canal de promoción y venta</li> </ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Gran conocimiento de las técnicas y diseños tradicionales.</li> <li>&gt; Gran diversidad de productos, adecuados a distintos usos.</li> <li>&gt; Presencia de nuevos artesanos de procedencia urbana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Baja capacidad de producción.</li> <li>&gt; Bajo nivel de asociacionismo.</li> <li>&gt; Canal de distribución poco desarrollado.</li> <li>&gt; Avanzada edad de los productores.</li> <li>&gt; Carencias en la cualificación y formación de los artesanos.</li> <li>&gt; Deficiencias en la gestión del negocio.</li> <li>&gt; Uso de herramientas promocionales básicas.</li> </ul>

La **amenaza** principal de la artesanía reside en la competencia de los productos industriales existentes en el mercado, que por sus características estéticas, funcionales y de calidad/precio limitan la demanda potencial del producto artesano.

El desconocimiento por parte de los consumidores del proceso de elaboración, así como las características de calidad y producción de piezas únicas que definen el producto artesano favorecen el consumo del producto industrial de apariencia artesanal. Entre los artesanos entrevistados está generalizada la idea de que es necesaria, desde la Administración, una labor de educación al cliente con el fin de desmitificar la imagen de producto caro que tiene el producto artesanal. En este sentido, las labores de comunicación deberían resaltar los valores diferenciados y singulares de las piezas artesanales, el grado de personalización que ofrecen frente a los producidos en serie y con características universales y repetitivas.

Junto a la producción industrial, otra amenaza a considerar procede de la elevada economía sumergida que se encuentra presente en este sector, la cual genera productos que carecen de las peculiaridades y de la calidad que se alcanza y que caracteriza a los maestros artesanos, afectando no sólo a la rentabilidad económica del sector, sino también a su imagen.

Entre las **oportunidades** destaca, en primer lugar, la recuperación del valor de lo artesanal, como un elemento del patrimonio cultural. Este mayor conocimiento y valoración de los productos artesanales provoca una tendencia al alza en la demanda.

Otra oportunidad es el apoyo institucional que está recibiendo el sector de la artesanía, tanto a nivel nacional como autonómico, porque en este sector se entiende como una alternativa de desarrollo del mundo rural y un posible yacimiento de empleo a medio plazo. En este sentido, en la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación, a través del Servicio de ordenación industrial y artesana, existe un interés hacia el sector de la artesanía y ello se traduce en ayudas de carácter diverso. En concreto, estas ayudas están dirigidas hacia el fomento de la agrupación de los artesanos (ya sea para la realización de eventos, para la creación de asociaciones, etc.), así como a la promoción de la inversión de los talleres y artesanos en equipamiento.

El desarrollo de determinadas modalidades de la oferta turística, tales como el turismo cultural o el turismo rural, constituyen una buena oportunidad para la producción artesana. La potenciación de este tipo de turismo favorece su popularización, a la vez que permite una mayor afluencia de clientes potenciales para los productos de la artesanía. Así pues, viene a constituir un complemento junto con la gastronomía, los recursos naturales, etc. No obstante, hay que tener en cuenta que el aspecto turístico de la artesanía tan sólo representa alrededor de un 15% del mercado total español.

Por último señalaremos como una nueva oportunidad el hecho de que el Consell haya puesto en marcha el Plan de Competitividad de la Artesanía en la Comunidad Valenciana, que contempla 27 actuaciones para el periodo 2007-2009 y que incluye el desarrollo de 3 proyectos y 10 áreas de actuación. Dentro del mismo cabe destacar la importancia que se confiere a la promoción de la figura del artesano.

El alto conocimiento de las técnicas y diseños tradicionales sería el **punto fuerte** del sector puesto que otorga valor añadido al producto frente a diseños industriales. La creación de productos únicos y diferenciados se relaciona con un sentimiento de realizar creaciones de autor.

El segundo punto fuerte lo constituye la gran existencia de productos en la artesanía, con distintas funcionalidades y que están destinados a un público diferente lo que conlleva a una ampliación del mercado. Así, puedes incorporar nuevas aplicaciones a tu cartera de productos, dedicarte a la recuperación o transformación de objetos o incluso a la creación de colecciones con un carácter más innovador.

Así mismo, una de las transformaciones en las que se encuentra inmerso el sector artesano español del medio rural es la presencia de artesanos innovadores de procedencia urbana. Estos nuevos artesanos, que en términos generales no cuentan con una herencia y una tradición familiar en el oficio, y que tan sólo en ciertas ocasiones mantienen vínculos con las localidades en las que se sitúan, encuentran en los núcleos rurales un lugar idóneo para desarrollar sus creaciones artísticas, a la vez que favorecen el progreso de las economías locales.

Por lo que se refiere a los **puntos débiles** del sector, podemos citar en primer lugar, la limitada capacidad productiva de las actividades artesanales. Si bien no se dispone de un valor exacto sobre el número de artesanos que ejercen su oficio en el ámbito de la Comunidad Valenciana, las estimaciones llevadas a cabo por los



expertos entrevistados revelan que, en su conjunto, éstos cuentan con una parte importante de la oferta frente a la que poseen los talleres, los cuales generalmente presentan un pequeño tamaño, así como un reducido número de trabajadores.

El segundo punto débil se refiere al bajo nivel de asociacionismo que existe entre los artesanos. En este sentido, resulta interesante diferenciar entre los términos gremio y asociación. Los artesanos se muestran más interesados en formar parte de gremios (tal es el caso, por ejemplo, del gremio de carpinteros, de turroneiros, de ceramistas, etc.) que de asociaciones, según la opinión de los entrevistados. Ello es debido a que la figura del artesano es la de un trabajador personalista, que trabaja de manera individual, de modo que cualquier movimiento asociacionista es percibido como una posible intromisión. Esta escasa cooperación provoca una pérdida de presión ante los proveedores de material y una divulgación escasa en la sociedad de los problemas del sector. De todas formas se observa últimamente un incremento en la creación de asociaciones de artesanos.

Otro de los problemas con los que se encuentra actualmente el sector, tanto a nivel nacional como en nuestra comunidad, es el de la comercialización de los productos. Con el fin de superar estas deficiencias, se están planteando varias líneas de actuación. En este sentido, desde el Observatorio de la Artesanía se aboga por la potenciación de la fórmula de la comercialización agrupada. Así mismo, y con la participación de nueve comunidades autónomas, se ha puesto en marcha el proyecto "Oficios por encargo", una iniciativa que pretende eliminar los costes de intermediación, de forma que se genere una relación directa entre el artesano y el consumidor final, a través del empleo de puntos de venta digitales.

La elevada edad media de los artesanos, la pérdida de población en el entorno rural y la escasa valoración del oficio artesano por las nuevas generaciones suponen que, en muchas de las actividades artesanales, sea difícil un recambio generacional lo que puede provocar en un plazo medio la desaparición de determinados oficios. Un oficio que representa claramente esta situación en el ámbito valenciano es el de alpargatero. Además, el desconocimiento de las herramientas de gestión y comercial, la falta de formación en técnicas de marketing, así como la escasa innovación tecnológica, son factores que afectan directamente al grado de competitividad de las unidades productivas. Los artesanos presentan carencias en formación empresarial que limitan su capacidad para la mejora de las diferentes áreas de negocio (desarrollo de estrategias comerciales, fijación de precios, adaptación a las nuevas tecnologías, etc.). Como resultado de lo anterior, nos encontramos con un uso deficiente de herramientas promocionales, ya que muchos artesanos desconocen cuáles son las opciones comerciales más eficaces para darse a conocer.

## 5.4. Marketing

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES.**
- > **LA POLÍTICA DE PRECIOS MÁS HABITUAL EN EL SECTOR.**
- > **LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN MÁS HABITUAL.**
- > **LAS PRINCIPALES ACCIONES PROMOCIONALES UTILIZADAS POR LOS TALLERES/ARTESANOS.**

El análisis de este apartado señala las siguientes conclusiones:

- **La elección de la cartera de productos constituye una decisión estratégica de primer orden, ya que según su composición y características podrás diferenciarte de la competencia y/o dirigirte a un público específico.**
- **Se observa un paulatino descenso e incluso extinción de los artesanos dedicados a determinadas ramas de producción. Así mismo, existe una dependencia y adecuación hacia la demanda.**
- **Dada la similitud existente entre los productos ofrecidos por los artesanos es necesario introducir variables de calidad e innovación en el producto como elemento de diferenciación de la competencia.**
- **El margen comercial presenta, en términos generales, una tendencia a la estabilización, situándose por término medio entre un 30% y un 40%.**
- **Uno de los inconvenientes a los que han de hacer frente los artesanos a la hora de fijar los precios se relaciona con la escasa infraestructura fija con la que suelen contar.**
- **La inexistencia de mayoristas conlleva a que la mayor parte de los artesanos venda sus productos en el mismo taller y en mercados de la zona. Dado este predominio de la venta directa, debes tener en cuenta que en la relación comercial entran en juego aspectos propios de la venta personal.**
- **Las principales herramientas de promoción en este sector se basan en el uso de tarjetas, catálogos, muestras gratuitas de productos,**

**ferias artesanales, descuentos y relaciones personales. No obstante, y en función de la actividad, se utiliza con mayor intensidad una u otra.**

- **Las ferias y exposiciones son un recurso muy empleado por la mayoría de los productores artesanales para incentivar las ventas y la promoción de sus productos.**

### **5.4.1. Producto**

#### *¿Qué servicios puedo ofrecer a mi clientela?*

Definir los productos que vas a ofrecer en tu actividad artesanal constituye una decisión estratégica ya que, en base a esta gama de productos, podrás diferenciarte de la competencia y/o dirigirte a un público objetivo específico. Como la elección de tu variedad de productos depende de la actividad en la que trabajes vamos a establecer las características generales de los productos artesanales.

El producto artesanal, en general, experimenta un proceso de constante adaptación a una demanda influida por la moda, hábitos de consumo, incremento del nivel cultural y del poder adquisitivo, estilo de vida, etc., lo que se traduce en cambios desde el punto de vista estético, (con la incorporación y desaparición de diversas formas figurativas), así como en lo que a funcionalidad y su finalidad se refiere.

Como consecuencia de estos factores, un fenómeno que se ha venido observando en el ámbito artesanal de la Comunidad Valenciana es el paulatino descenso e incluso extinción de los artesanos dedicados a determinadas ramas de producción. Tal es el caso, por ejemplo, de los productos realizados con esparto, los cuales han pasado de tener una función utilitaria propia a ser considerados como meros artículos decorativos.

Una característica de la producción artesanal es su dependencia y adecuación hacia la demanda, esto es, los artesanos producen si hay demanda de productos. Así mismo, las diferentes líneas de productos analizadas a través de las entrevistas realizadas y la comprobación in situ de los talleres estudiados reflejan la intención, por parte del artesano, de adaptar los productos a las tendencias del mercado en cuanto a la evolución estética y morfológica, funcionalidad, uso, etc.

Existe un predominio de la función decorativa y de regalo en la mayor parte de los oficios, pero la función utilitaria (cerámica, cestería, alfarería, instrumentos, encuadernación, etc.) y la etnográfica (trajes tradicionales, calzado, instrumentos, etc.) también caracteriza a alguna de las actividades. En todo caso, se hace necesaria la potenciación de los elementos estéticos y decorativos de los productos artesanales, así como la adaptación a las necesidades y requerimientos de los clientes. Éstos se instituyen como elementos fundamentales a la hora de producir cualquier producto.

En términos de diseño, y según las entrevistas realizadas, cada artesano presenta una línea de diseño propia, a excepción de aquellos dedicados a la cerámica decorativa, los cuales adquieren los colores y los motivos etnográficos característicos de la región. En general, no se puede hablar de la existencia de un

estilo mediterráneo en los diseños empleados en la artesanía valenciana, distando incluso los utilizados en las zonas del interior de los que nos podemos encontrar en las comarcas del litoral. De hecho, y de acuerdo con lo indicado por los entrevistados, esta variación puede presentarse inclusive para las tres provincias de la comunidad.

En cuanto al nivel de innovación estética, éste puede ser calificado de medio-alto, combinándose la utilización de métodos de trabajo tradicionales con las nuevas tendencias y técnicas de producción. Del mismo modo, se observan inquietudes por lograr una diferenciación y promoción del producto artesanal como medio para contrarrestar el empuje que presentan los posibles productos sustitutos, generalmente industriales de apariencia artesanal, con una calidad y un precio inferior.

A la hora de gestionar la cartera de productos conviene que trates de estandarizar la producción en la medida de lo posible conservando, eso sí, la autenticidad del proceso artesanal. Por estandarización entendemos la reducción del número de diseños por elemento. Para elegir los diseños te sugerimos que optes por aquéllos que puedas realizar en períodos de producción cortos, que tengan menos desperdicios y que puedas comprar semielaborados, ya que te proporcionarán un mayor margen. Así mismo, conviene que intentes diferenciarte de la competencia incorporando nuevos materiales, recuperando motivos figurativos perdidos, incorporando nuevos diseños, técnicas, etc.

Esto se consigue a través de la especialización en un determinado tipo de elemento o de la reducción del número de diseños por elemento. A través de la especialización, y con independencia de que marginalmente puedas realizar otras piezas como complemento de las ventas, se pueden obtener ventajas en el coste y diferenciarse de la competencia ofreciendo un producto de más calidad. Diversificar es otra opción, pero en cualquier caso, es recomendable que reduzcas el número de diseños.

En opinión de los entrevistados, uno de los problemas con los que se encuentra el artesano valenciano a la hora de intentar diferenciarse de los productos industriales es el lugar de exposición seleccionado para mostrar sus artículos a los clientes. Así, la mayor parte de la artesanía de la Comunidad Valenciana se vende, o bien en el propio taller del artesano, o bien en puestos ambulantes en ferias de artesanía o ferias alternativas. Esto puede llevar a una desvalorización del producto y de su imagen, lo que conduce consecuentemente, a que el artesano se vea obligado a trabajar con unos márgenes inferiores si desea entrar a competir con otros productos sustitutivos.

Continuando con el análisis del establecimiento de venta, es de destacar que la mayor parte de las tiendas especializadas en artesanía venden productos de varias actividades artesanales: cerámica, platería, alfarería, tejidos, vidrio, piel, joyería, etc. Por otra parte, también es necesario considerar a las grandes superficies de distribución, que se dedican en determinados momentos del año y para productos muy concretos (véase el caso de los cerámicos) a la venta de productos artesanales.

### 5.4.2. Precio

#### *¿Qué aspectos debo tener en cuenta a la hora de establecer un precio?*

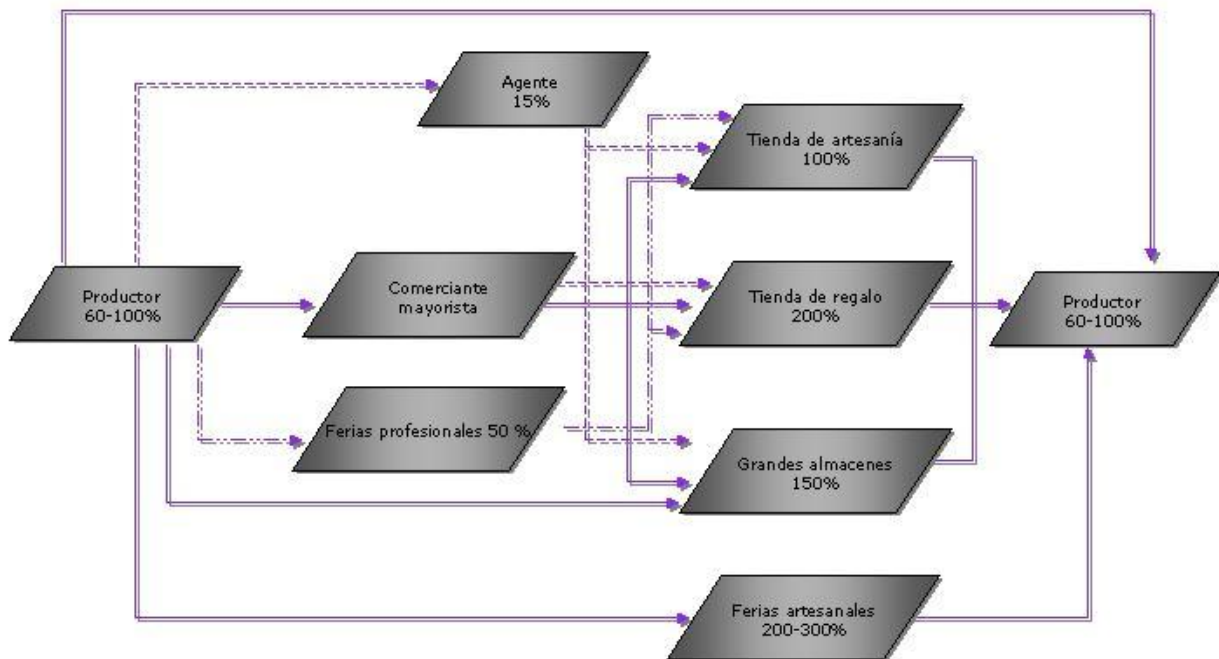
Algunos de los expertos encuestados manifiestan que el sector en general está atravesando un periodo de estabilidad, aunque con cierto matiz alcista, en los precios y márgenes. La estabilidad en los precios ha sido marcada en gran medida por los artesanos, que han soportado una reducción en los márgenes que aplican a sus productos por temor a un encarecimiento excesivo de éstos a lo largo de la cadena de distribución. Ten en cuenta que, como hemos comentado en el apartado 5.1.6 Productos Sustitutivos la presión que ejercen los productos industriales en algunas actividades supone un tope sobre los precios que el artesano puede cargar rentablemente, impidiéndole trasladar la totalidad del incremento al precio final del producto.

Por el contrario, en determinadas actividades como la carpintería, se ha producido un incremento significativo en los precios. El motivo de esta subida hay que buscarlo en el encarecimiento progresivo de la materia prima.

Según la información obtenida en las entrevistas, el margen comercial del productor se sitúa entre un 30 y un 40%. La cerámica es una de las actividades donde se establece un margen medio mayor para el productor (se sitúa entre un 60% y un 100%) mientras que, en otras actividades como la cosmética, la flor prensada, el macramé o la forja, el margen medio que aplica el artesano es menor. Según las entrevistas realizadas denotamos una falta de formación y desconocimiento en la forma de fijación del precio (margen sobre coste, coste/hora de la mano de obra, etc.).

Uno de los inconvenientes a los que han de hacer frente los artesanos a la hora de fijar los precios es, según la opinión de los expertos, la escasa infraestructura fija con la que suelen contar. Esto es debido a la movilidad que caracteriza a algunas de las ramas productivas de este sector, todo lo cual repercute al alza sobre los costes que deben soportar.

A continuación te ofrecemos una reconstrucción del margen medio que se le aplica a un producto artesano, en este caso de cerámica, a lo largo del canal de distribución desde que lo produce el artesano hasta que llega al cliente:



### 5.4.3. Distribución

*¿De qué canales dispongo para colocar el producto en el mercado?*

Uno de los principales problemas del sector de la artesanía es la existencia de un canal comercial poco desarrollado. En general los instrumentos y redes de comercialización son muy deficientes lo que supone un freno a la producción y una reducción de la demanda.

Una demanda que, por otro lado, y según la información ofrecida por los entrevistados, presenta un carácter más exterior que interior, esto es, la demanda de fuera de la localidad se caracteriza por ser más importante que la local, a excepción de los productos alimenticios, en donde el mercado interno puede llegar a superar al externo.

El proceso de distribución de los productos artesanos se encuentra determinado por diversos factores que generan una contracción de la producción y limitan la evolución del sector hacia una mayor difusión y rentabilidad. Los canales de distribución son deficientes y la inexistencia de mayoristas y de representantes comerciales son características comunes al mercado de la artesanía. Además, cabe destacar el débil control que los talleres y artesanos particulares ejercen sobre la comercialización debido a la reducida presencia de un canal comercial especializado. Esto genera que la mayor parte de los artesanos comercialice sus

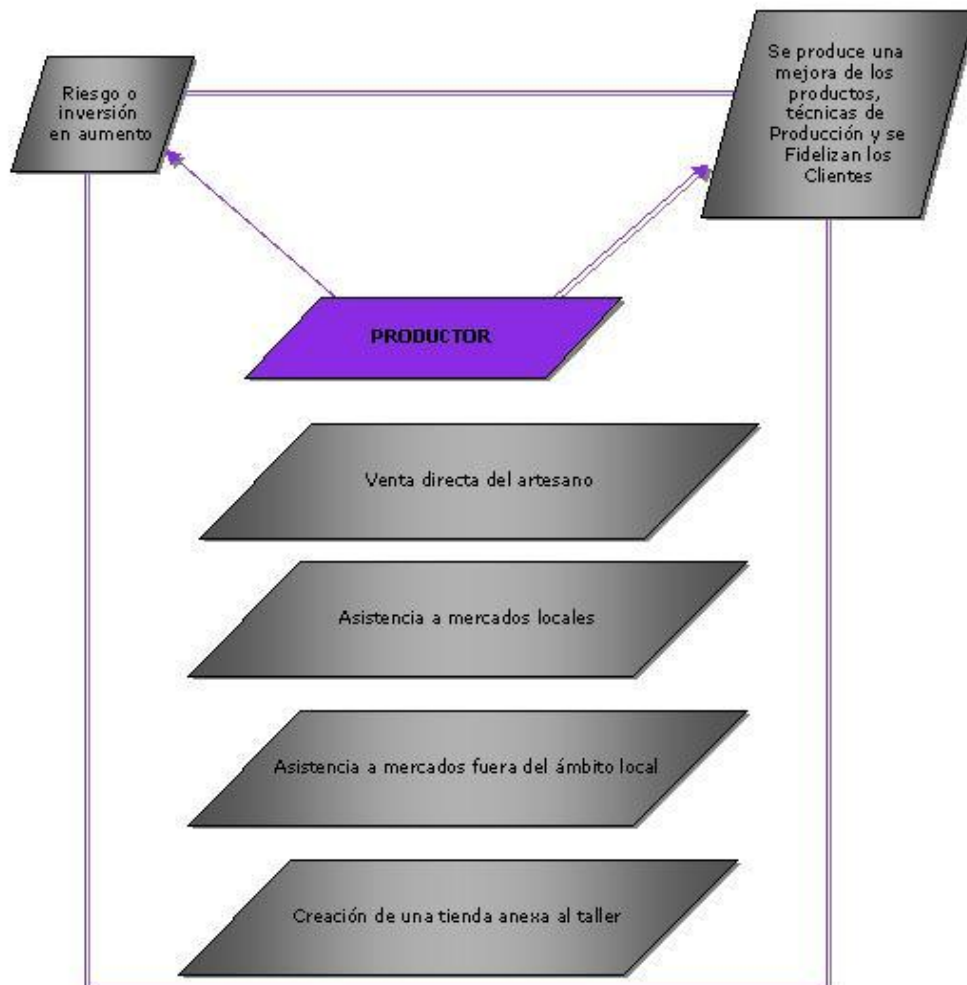
propios productos en el mismo taller a través de la exposición y demostración de los mismos y que en algunos oficios se vendan los productos en los mercados semanales de las localidades próximas. También es posible encontrar en el medio rural, artesanos que transforman sus locales y los adecuan para la venta de productos de otros artesanos y gremios presentes en la zona.

Frente a esta situación, debes intentar adoptar estrategias innovadoras que te diferencien y te permitan comercializar adecuadamente la producción. En este sentido, ten en cuenta que existen nuevos segmentos de mercado con un gran potencial y que todavía no se encuentran muy explotados, a los que puedes hacer llegar tus trabajos. Tal es el caso, por ejemplo, de los pequeños hoteles de turismo rural, parques naturales, tiendas de aeropuerto (donde la originalidad de las piezas artesanales puede convertirse en una alternativa muy bien recibida frente a la homogeneidad que caracteriza a los productos que se venden en estos establecimientos), etc.

Otra posibilidad que se presenta a la hora de comercializar tus productos pasa por la utilización de asociaciones artesanales. Estos organismos pueden actuar como canalizadores de los artículos, y al representar los intereses de todos los artesanos de una zona, tener un mayor poder de negociación frente a otros agentes del canal de distribución.

Un canal de comercialización puede ser corto o largo, según el número de intermediarios que exista entre la producción y el consumo. En la artesanía, debido a que la mayoría de las ventas se realizan directamente al cliente y no existen intermediarios, el canal de distribución es de circuito corto. En este sentido, las entrevistas realizadas revelan que aproximadamente el 90% de la producción artesanal es comercializada por los propios artesanos, por lo que éstos tienen una influencia importante en la distribución de sus artículos.

Entre las ventajas de este tipo de canal podemos citar el incremento del margen de beneficio para el productor. Como vemos en el siguiente esquema, la escasa intermediación obliga a una expansión del artesano para la consecución de las ventas. En este sentido, es aconsejable la realización de un planteamiento progresivo, en el que no se abordan inversiones importantes hasta que los clientes y artesanos lleven a cabo sus habituales acciones de pequeña envergadura. Es decir, según se va ampliando el mercado del artesano éste tiene que acometer nuevas inversiones para poder llegar a cubrir ese mercado.



Para que un mercado funcione correctamente deben existir además de circuitos cortos de comercialización otros largos. En la artesanía, por lo expuesto anteriormente, predominan los circuitos cortos de distribución de productos frente al circuito largo que es casi inexistente. De todas formas, la distribución en los circuitos largos, obligaría a los artesanos a comercializar sus productos colectivamente que, como hemos señalado anteriormente, no se hace como resultado de la falta de asociacionismo del sector.

El incremento del comercio electrónico hace de internet un canal interesante tanto por ser un circuito corto (pocos intermediarios) como por el mercado potencial (nacional e internacional). Existen portales especializados en la compra y venta productos de diversa índole fabricados a mano por personas de todo el mundo.



#### 5.4.4. Promoción

##### *¿Cómo voy a dar a conocer mi negocio y mis productos?*

Según la información obtenida de las entrevistas, las herramientas promocionales más empleadas en el sector de la artesanía, por orden de importancia, son las siguientes: tarjetas, catálogos, muestras gratuitas de productos, ferias artesanales, descuentos y relaciones personales. No obstante, y en función de la actividad, se utiliza con mayor intensidad uno u otro. Así, en el caso de los productos alimenticios, los descuentos, las degustaciones y los lotes, ya sea en los propios locales del artesano o esporádicamente en las ferias artesanales celebradas en el territorio nacional, conforman los medios de promoción más característicos.

En términos amplios, se trata de instrumentos promocionales básicos pero no suficientes. Esta situación se debe a la falta de conocimiento del artesano sobre cuales son las herramientas más adecuadas al tipo de producto, su coste y sobre todo, el desconocimiento de nuevas formas de promoción.

Junto a estos instrumentos, otras iniciativas que desde las diferentes organizaciones de artesanos se proponen pasan por la utilización de envases y embalajes (no debemos olvidar que estos elementos constituyen unos medios de comunicación de los productos que ofrecemos, en cuanto a calidad, imagen, innovación, etc.) o la realización de pequeños folletos en los que se enfatice en los aspectos peculiares del producto (su carácter cultural, personalización, etc.), entre otras.

En relación a este último aspecto, señalar que como en cualquier actividad empresarial, en la artesanía están surgiendo nuevas formas de promoción de los productos. Entre las más interesantes cabe citar el uso de Internet como nuevo medio de promoción y comercialización de los mismos. Se trata de tiendas virtuales en webs que suelen estar respaldadas por asociaciones artesanales, por municipios (que encuentran en la artesanía un recurso turístico adicional con el cual atraer más turismo a la zona) y en menor medida, por artesanos individuales.

Así mismo, y desde las distintas comarcas de la Comunidad Valenciana, se pueden emplear fórmulas para dar a conocer la artesanía de cada provincia. Herramientas tales como publicaciones, webs, vídeos promocionales, referencias en guías generales, y actuaciones como la oferta de paquetes turísticos con opción de contacto en vivo con los artesanos, son algunas de las propuestas presentadas por los representantes de las asociaciones del sector.

Las ferias y exposiciones son un recurso para las ventas y para la promoción de tus productos. Estas dos herramientas promocionales son empleadas por la mayoría de los productores artesanales, exceptuando a los artistas falleros y los pirotécnicos, los cuales realizan exposiciones en sus propios talleres, o bien muestran sus productos al público cuando entregan el producto a sus clientes. Así, el lanzamiento de fuegos artificiales por parte de un pirotécnico o la exhibición de sus figuras en fallas por parte del maestro fallero, constituyen un canal a través del cual exponer sus obras.

En general, en las ferias que se celebran en este sector, el productor acude a presentar su producto y a venderlo directamente al público. Este tipo de comercialización es el más tradicional del sector, pero actualmente en la

Comunidad Valenciana se realizan cada vez más ferias medievales donde la artesanía ocupa un lugar importante.

Además de todas estas formas de promoción de carácter formal, la mayor parte de los talleres y artesanos entrevistados señalan el *boca-oído* como la forma más habitual de obtención de nuevos clientes.

Por último, las redes sociales son en la actualidad ya, unas grandes herramientas de promoción.

Así mismo, un aspecto que resaltan es el empleo por parte de los productos industriales de términos tales como "artesanal", o "de tipo tradicional", lo cual, por un lado, intensifica la competencia a la que se ven sometidos los productos artesanales, y por el otro, puede llevar a confusión al consumidor. En este sentido, los artesanos abogan por el establecimiento de una legislación que restrinja el uso de esta denominación tan sólo para aquellos productos que realmente posean dicha peculiaridad.

A través de las entrevistas realizadas hemos observado que la mayoría de los artesanos no suelen realizar labor comercial. Sin embargo, como en cualquier otro negocio de reciente creación, esta labor es fundamental para darse a conocer y sobre todo, durante los primeros meses, el emprendedor deberá dedicar gran parte de su tiempo a visitar clientes potenciales.

En el ámbito de la Comunidad Valenciana, el sector artesanal cuenta con la Etiqueta "Artesanía Comunitat Valenciana". Esta etiqueta acredita el carácter artesanal de las unidades productivas. No obstante, es condición indispensable para poder hacer uso de este distintivo el poseer previamente el Documento de Calificación Artesano (D.C.A.). La tramitación de esta marca se lleva a cabo por parte del Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana.



## 5.5. Recursos humanos

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > EL PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO PARA EL DESARROLLO DE UNA ACTIVIDAD ARTESANAL.
- > LOS CENTROS DE FORMACIÓN MÁS HABITUALES PARA LOS ARTESANOS.
- > LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y LOS SERVICIOS EXTERIORES MÁS HABITUALES.
- > EL CONVENIO COLECTIVO APLICABLE A LAS ACTIVIDADES ARTESANALES Y QUE CONSTITUYE LA NORMA BASE PARA LA REGULACIÓN DE LA RELACIÓN EMPRESA-TRABAJO (SALARIO, JORNADA, VACACIONES, ETC.).

La lectura de este capítulo arroja las siguientes conclusiones principales:

- **La cualificación se adquiere por vía de la experiencia.**
- **El origen de formación del artesano es diverso. Las nuevas generaciones provienen normalmente de escuelas de artes y oficios o de centros de formación del sector. La tradición familiar es cada vez menos frecuente.**
- **Es una profesión ejercida mayoritariamente por hombres en edad avanzada.**
- **La estructura organizativa en los talleres se limita a una división de las tareas muy simple.**

### 5.5.1. Perfil profesional

*¿Qué cualidades ha de tener un artesano y los trabajadores de los talleres?*

A través de las entrevistas se observa un bajo nivel de formación de los artesanos en determinados aspectos del proceso artesanal, lo que puede ser considerado como un factor delimitador de la producción, comercialización y promoción del sector.

Muchos de los artesanos han trabajado primero por cuenta ajena, o como aprendices para otro artesano o en un taller aprendiendo un oficio que ha sido desempeñado por familiares de generación en generación, por lo que en el momento de independizarse estaban vinculados profesionalmente a la artesanía y conocían el oficio en profundidad. No obstante, en los últimos años, esta tendencia se está viendo alterada. El relevo generacional no se ha producido en determinadas actividades, lo que unido al aumento de la cualificación por parte de nuevos artesanos en escuelas de artes y oficios o en centros de formación relacionada con esta profesión, ha supuesto la aparición de un nuevo modelo de artesano que va ganado experiencia práctica según avanza el negocio. Una de las características que diferencian a estos nuevos artesanos de los tradicionales se centra en los conocimientos: así, los primeros se encuentran más formados en la disciplina, organización y prácticas empresariales que los segundos.

Según la información proporcionada por los propios artesanos, aproximadamente el 25% de los artesanos han aprendido el oficio por tradición familiar; un 30% lo ha hecho a través de escuelas de artes y oficios, el mismo porcentaje que los que lo han estudiado a través de Bellas Artes. Los cursos de formación ocupacional han formado a cerca del 10% de los artesanos, mientras que el 5% restante han adquirido su oficio por otros medios, tales como cursos de asociaciones privadas, autoformación, etc.

Según manifiestan los artesanos entrevistados, es difícil encontrar profesionales con experiencia que conozcan los métodos de trabajo. Así, para el desarrollo de la labor artesana se estima un periodo de formación prolongado, de 1 a 3 años. Esta situación se ve motivada por el escaso tiempo del que dispone el artesano para dedicar a labores de formación, puesto que la comercialización de sus productos es una tarea a la que ha de consagrar gran parte de este tiempo. Además hemos observado en estas entrevistas que existe mayoría de personal masculino y como ya hemos comentado anteriormente la mayoría de los artesanos presentan una edad comprendida entre los 50 y los 55 años.

### **5.5.2. Estructura organizativa**

#### *¿Cómo debe estar organizada la empresa?*

La organización y funcionamiento del taller artesano, en cuanto a medios técnicos y humanos, están íntimamente ligados a las características particulares de cada actividad definidas por la duración del proceso, personal empleado, especialización requerida en las fases de producción, simultaneidad de procesos, etc. Como ya hemos comentamos a lo largo de esta Guía, el sector se caracteriza por una importante presencia de artesanos individuales. La mayoría se trata de profesionales que trabajan en solitario, o con la ayuda de un familiar. Por tanto, no cabe hablar de estructura organizativa en estos casos.

Entre los talleres, el artesano propietario suele asumir las tareas que requieren mayor formación y responsabilidad (producción, comercial, gerencia), frente a las de carácter auxiliar que desarrolla el empleado.

### **5.5.3. Servicios exteriores**

#### *¿Qué funciones se delegan a empresas externas?*

Los servicios exteriores que demandan este tipo de empresas consisten, en su mayoría, en asistencia contable, laboral y fiscal.

### **5.5.4. Convenios colectivos aplicables**

#### *¿Existe algún convenio colectivo específico que regule las actividades artesanales en materia laboral?*

En principio no existe ningún convenio colectivo que regule el sector de la artesanía de manera global. No obstante, y dependiendo de la localización, de las características productivas y de la actividad, podemos encontrarnos con que determinados sectores de esta actividad estén regulados por convenios, si bien es cierto que hay muy pocas actividades que dispongan de este tipo de reglamentación.

Así y todo, y a modo de ejemplo, a continuación recogemos algunos de los convenios colectivos que serían aplicables a diversas profesiones del sector para el ámbito de la Comunidad Valenciana:

- Revisión salarial para 2009 del Convenio Colectivo provincial del Comercio de Vidrio y Cerámica de Alicante. Publicado en el BOP de Alicante el 9 de febrero de 2009.
- Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Mármoles, Piedras y Granitos de la provincia de Alicante 2007-2011. Publicado en el BOP de Alicante de 26 de septiembre de 2009.
- Revisión Salarial 2009 del Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Industria de Mármoles y Piedras de la provincia de Alicante. Publicado en el BOP de Alicante de 13 de febrero de 2009.
- Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Industria, Talleres, Fabricación y Comercio de la provincia de Alicante de 21 de junio de 1989. Publicado en el BOP de Alicante de 12 de julio de 1989.
- Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Industrias de Mármoles y Piedras de la provincia de Castellón de 18 de noviembre de 2002. Publicado en el BOP de Castellón de 30 de noviembre de 2002, y en vigor para el periodo 2002-2006.
- Revisión Salarial 2008 del Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Industria de Mármoles y Piedras de la provincia de Castellón. Publicado en el BOP de Castellón de 1 de abril de 2008.

- Revisión salarial 2007 del Convenio Colectivo del sector de Comercio de Vidrio y Cerámica de la provincia de Valencia. Publicado en el BOP de Valencia de 16 de marzo de 2007.
- Convenio Colectivo de la Construcción, Vidrio y Cerámica: Industria azulejera de la provincia de Valencia. Publicado en el BOP de Valencia de 29 de septiembre de 2005.
- Acta de la comisión negociadora del Convenio Colectivo de trabajo del sector de la Industria Azulejera de la provincia que revisa salarios 2007. Publicado en el BOP de Valencia de 31 de mayo de 2007.
- Convenio colectivo Minería e Industrias extractiva provinciales: Convenio Colectivo de Canteros, Marmolistas y Granitos Naturales de la provincia de Valencia publicado en el BOP de Valencia el 18 de febrero de 2009.
- Inscripción en el Registro y publicación de la Revisión Salarial para el año 2010 del Convenio Colectivo de Canteros, Marmolistas y Granitos Naturales de la provincia de Valencia. Publicado en el BOP de Valencia el 15 de mayo de 2010.
- Convenio Colectivo de la Piel: Industria de Marroquinería y similares de 23 de mayo de 2001. Publicado en el BOP de Alicante de 11 de julio de 2001, y en vigor para el periodo 2001-2003.
- Revisión salarial 2009 del Convenio Colectivo de ámbito provincial de Industria de Marroquinería y similares de Alicante. Publicado en el BOP de Alicante de 03 de febrero de 2009.
- Revisión salarial definitiva para el año 2009, según lo expresado en el artículo 10 del XXVII Convenio Colectivo para las provincias de Valencia y Castellón de Marroquinería y Afines. Publicado en el DOGV de 27 de abril de 2009.

## 6. VARIOS

### 6.1. Normas sectoriales de aplicación

No existe una normativa sectorial en lo que se refiere a la creación de un taller de artesanía, deberás comprobar si en función de la actividad que vas a realizar tienes que cumplir algún requisito específico.

El artesano no tiene obligación de inscribirse en el Registro General de Artesanía de nuestra comunidad para el ejercicio de la actividad. No obstante, sí es un requisito de obligado cumplimiento en el caso de que el artesano quiera acogerse a cualquier ventaja que legal o administrativamente pueda establecerse para las industrias artesanas y, en concreto, para poder hacer uso de los distintivos que acrediten la calidad artesanal y su identidad de procedencia geográfica.

Una de las ventajas que se derivan de todo lo anterior es, precisamente, la posibilidad de solicitar la autorización para el uso de la etiqueta "Artesanía Comunitat Valenciana". Esta etiqueta acredita el carácter artesanal de la empresa. Para poder hacer uso del distintivo, es necesario poseer el Documento de Calificación Artesana (DCA). Para solicitar la mencionada etiqueta, puedes dirigirte al Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana, entidad encargada de su tramitación.

La legislación que regula la artesanía en la Comunidad Valencia es la siguiente:

- Ley 1/1984, de 18 de abril, de la Generalitat Valenciana, de Ordenación de la Artesanía. Publicado en el DOGV nº 159, de 2 de mayo de 1984.
- Decreto 181/2006, de 1 de diciembre, del Consell, por el que modifica el Decreto 83/1984, de 30 de julio, del Consell, por el que se regula la composición y funciones de la Comisión de Artesanía de la Generalitat. Publicado en el DOGV nº 5402 de 5 de diciembre de 2006.
- Orden de 4 de junio de 1985, de la Conselleria de Industria, Comercio y Turismo, por la que se aprueba el repertorio de oficios artesanos de la Comunidad Valenciana. Publicado en el DOGV nº 276, de 1 de agosto de 1985.
- Orden de 9 de septiembre de 1994, de la Conselleria de Industria, Comercio y Turismo, por la que se incluyen nuevas actividades en el repertorio de oficios artesanos de la Comunidad Valenciana. Publicado en el DOGV nº 2384, de 10 de noviembre de 1994.
- Orden de 22 de febrero de 2007, de la Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia, por la que se incluyen determinados oficios en el Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunitat Valenciana. Publicado en el DOGV nº 5474, de 21 de marzo de 2007.

Tu empresa, al igual que cualquier otra empresa, están obligados a cumplir la legislación existente en materia de Prevención de Riesgos Laborales. A

continuación, te mostramos la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y algunas normas posteriores que la desarrollan, aunque debes comprobar si existe alguna normativa especial aplicable a tu actividad:

- Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, por el que se desarrolla el artículo 24 de la ley 31/1995, 8 noviembre de Prevención de riesgos laborales en materia de coordinación de actividades empresariales. Publicado en el BOE de 31 de enero de 2004.

- Ley 54/2003, de 12 de diciembre, Reforma del marco normativo de la prevención de riesgos laborales. Publicado en el BOE de 13 de diciembre de 2003.

- Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995, de 8 de noviembre. (BOE 19/11/1995) con sus modificaciones. Posteriormente esta norma ha sufrido las modificaciones que citamos a continuación:

- ◆ Se modifican los arts. 5 y 26, por Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo.
- ◆ Se modifica el art. 3 y se añade la disposición adicional 9 bis, por Ley 31/2006, de 18 de octubre.
- ◆ Se modifica la disposición adicional 5, por Ley 30/2005, de 29 de diciembre.
- ◆ Se modifica los arts. 9, 14, 16, 23, 24, 31, 39, 43, disposición adicional 3 y se añade el 32 bis y las disposiciones adicionales 14 y 15, por Ley 54/2003, de 12 de diciembre.
- ◆ Se derogan los apartados 2, 4 y 5 del art. 42 y los arts. 45, salvo los párrafos 3 y 4 del apartado 1, al 52, por RDL 5/2000, de 4 de agosto.
- ◆ Se modifica el art. 26, por Ley 39/1999, de 5 de noviembre.
- ◆ Se modifican los arts. 45, 47, 48 y 49, por Ley 50/1998, de 30 de diciembre.

- RD 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. Publicado en el BOE de 17 de enero de 1997. Posteriormente esta norma ha sufrido las modificaciones que citamos a continuación:

- ◆ Se modifican los arts. 1, 2, 7, 16, 19 a 21, 29 a 32, 35 y 36 y añade el 22 bis, 31 bis, 33 bis y las disposiciones adicionales 10, 11 y 12, por RD 604/2006, de 19 de mayo.

- Real Decreto 486/1997, de 14 de abril, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo (BOE 23/04/1997). Modificada en el anexo I, por Real Decreto 2177/2004, de 12 de noviembre.



- Real Decreto 485/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en el trabajo. Publicado en el BOE de 23 de abril de 1997.

Asimismo, en función del número de trabajadores, la ley puede obligarte a contratar un servicio de Prevención de Riesgos Laborales.

## **6.2. Organismos**

### **6.2.1. Organismos oficiales**

#### **FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA INNOVACIÓN DE LA ARTESANÍA**

General Zabala, 12  
28002 Madrid  
Tel.: 91 561 02 62  
Fax : 91 563 37 88  
E-mail: [fundesarte@fundesarte.org](mailto:fundesarte@fundesarte.org)  
Web: [www.fundesarte.org](http://www.fundesarte.org)

#### **OBSERVATORIO DE LA ARTESANÍA**

Pl. Solarejo,7  
45001-Toledo-España  
Telf.: 925 253 254 / 925 251 829  
Fax: 925 253 182  
Web: [www.observatoriodelaartesaniam.com](http://www.observatoriodelaartesaniam.com)

#### **CONSELLERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO E INNOVACIÓN**

Dirección General de Industria y Comercio  
Colón, 32  
46004 Valencia  
Tel.: 96 386 78 83  
Fax: 96 386 68 04  
Web: [www.indi.gva.es](http://www.indi.gva.es)

#### **CONSELLERÍA DE ECONOMIA, HACIENDA Y EMPLEO**

Palau, 14  
46003 Valencia  
Tel.: 96 386 62 00  
Fax: 96 386 20 06  
Web: [www.gva.es/c\\_economia](http://www.gva.es/c_economia)

#### **CENTRO DE ARTESANÍA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA**

Hospital, 7  
46001 Valencia  
Tel.: 96 351 30 90 / 96 352 05 20  
Fax: 96 394 44 91  
E-mail: [info@centroartesaniacv.com](mailto:info@centroartesaniacv.com)  
Web: [www.centroartesaniacv.com](http://www.centroartesaniacv.com)

### **6.2.2. Asociaciones profesionales**

A continuación te ofrecemos una relación de asociaciones profesionales que puedes encontrar en el ámbito nacional y de la Comunidad Valenciana. Debido al extenso número de asociaciones dedicadas a los diferentes oficios que se recogen bajo el término artesanía, hemos creído conveniente incluir únicamente un listado de instituciones que engloban a todos los artesanos de las tres provincias de nuestra

comunidad. No obstante, y si quieres consultar la existencia de asociaciones para algún oficio en concreto, puedes consultar la web del Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana [www.centroartesianiacv.com](http://www.centroartesianiacv.com), en el apartado Información de Artesanía.

#### **OFICIO Y ARTE. ORGANIZACIÓN DE LOS ARTESANOS DE ESPAÑA (OAE)**

Montes, 13 – Entreplanta Dcha. – Local 3  
15009 A Coruña  
Tel.: 981 28 81 04  
Fax: 981 28 27 96  
E-mail: [web@oficioyarte.org](mailto:web@oficioyarte.org)  
Web: [www.oficioyarte.org](http://www.oficioyarte.org)

#### **ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE ARTESANOS DE CASTELLÓN**

Castelldefels, 6-9  
12004 Castellón  
Telf.: 964 22 48 20  
Fax: 964 23 96 04  
E-mail: [info@artesaniadecastellon.org](mailto:info@artesaniadecastellon.org)  
Web: [artesaniadecastellon.org](http://artesaniadecastellon.org)

#### **ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS ARTESANOS DE ALICANTE (APEA)**

Pablo Iglesias, 29. Entlo. Izq.  
03004 Alicante  
Tel.: 96 520 00 96  
Fax: 96 520 00 96  
E-mail: [info@artesanosdealicante.es](mailto:info@artesanosdealicante.es)  
Web: [www.artesanosdealicante.es](http://www.artesanosdealicante.es)

#### **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS LA MARINA (AAM)**

Apartado 97  
03581 L´Alfas del Pi – Platja (Alicante)  
Tel.: 96 686 74 42

#### **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS ALTO PALANCIA (ARPA)**

Ctra. Sagunto-Burgos km. 23  
12480 Soneja (Castellón) Tel.: 676 57 86 86  
E-mail: [arpa@artesanosdelaltopalancia.com](mailto:arpa@artesanosdelaltopalancia.com)  
Web: [www.artesanosdelaltopalancia.com](http://www.artesanosdelaltopalancia.com)

#### **CONFEDERACIÓN INTERPROVINCIAL DE ASOCIACIONES Y GREMIOS ARTESANALES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (CONAVAL)**

Hospital, 32 bajo  
46001 Valencia  
Tel.: 96 391 55 97  
Fax: 96 391 55 97  
E-mail: [info@artesanosdevalencia.com](mailto:info@artesanosdevalencia.com)

Web: [www.artesanosdevalencia.com](http://www.artesanosdevalencia.com)

## **FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES, GREMIOS Y ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE VALENCIA**

Hospital, 32 bajo

46001 Valencia

Tel.: 96 391 55 97

Fax: 96 391 55 97

E-mail: [info@artesanosdevalencia.com](mailto:info@artesanosdevalencia.com)

Web: [www.artesanosdevalencia.com](http://www.artesanosdevalencia.com)

### **6.2.3. Centro de estudios**

A continuación te ofrecemos una relación de algunos de los centros y organismos de la Comunidad Valenciana donde se pueden cursar estudios relacionados con tu actividad:

#### **1. Institutos que imparten Ciclos Formativos.**

No existe una familia formativa específica dedicada al ámbito artesanal. No obstante, destacamos la presencia de varias familias profesionales en las que se imparten ciclos formativos que pueden estar relacionados con alguna de las actividades que se desarrollan dentro del sector artesanal. Así, se encuentran las familias de Textil, confección y piel, la de Industrias alimentarias, la de Madera y mueble o la de Vidrio y cerámica. Seguidamente te mostramos la Web de la Consellería de Educación, Formación y Ocupación en la que podrás consultar los ciclos que se imparten en cada una de ellas, así como dónde se lleva a cabo esta formación para el curso 2011/12: [www.edu.gva.es](http://www.edu.gva.es)

#### **2. Escuelas Taller y Casas de Oficio.**

A través de estos programas públicos de empleo y formación se intentan recuperar oficios tradicionales, tales como la sastrería, la restauración de muebles, etc. Estos planes se encuentran gestionados por el Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF) en el ámbito de la Comunidad Valenciana. Si quieres más información sobre los mismos, no tienes más que dirigirte a la web del SERVEF [www.servef.es](http://www.servef.es) y consultar en el apartado de Servicios a los Demandantes de Empleo, la sección dedicada a las Escuelas Taller.

#### **3. Escuelas de Artes y Oficios de la Comunidad Valenciana.**

En el ámbito de nuestra comunidad, podemos encontrar las siguientes Escuelas de Artes y Oficios:

##### **- ESCUELAS DE ARTESANOS DE VALENCIA**

Avda. Reino de Valencia, 40

46005 Valencia

Tel.: 96 374 65 92

Fax.: 96 374 65 92  
E-mail: [info@escuelasdeartesanos.com](mailto:info@escuelasdeartesanos.com)  
Web: [www.escuelasdeartesanos.com](http://www.escuelasdeartesanos.com)

**- ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE ALICANTE**

Del Clot, 12  
03011 Alicante  
Tel.: 96 517 00 98  
Fax: 96 517 00 61  
Web: [www.easdalicante.com](http://www.easdalicante.com)  
E-mail: [info@easdalicante.com](mailto:info@easdalicante.com)

**- ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE ALCOY**

Barranc de Na Lloba S/N  
03801 Alcoy (Alicante)  
Tel.: 96 652 11 03  
Fax.: 96 652 11 48  
Web: [www.easdalcoi.es](http://www.easdalcoi.es)  
E-mail: [info@easdalcoi.es](mailto:info@easdalcoi.es)

**- ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE ORIHUELA**

Avda. Dr. García Rigel, s/n  
03300 El Palmeral-Orihuela (Alicante)  
Tel.: 96 530 28 11  
Fax.: 96 674 39 37  
Web: [www.easdorihuela.com](http://www.easdorihuela.com)  
E-mail: [info@easdorihuela.com](mailto:info@easdorihuela.com)

**- ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE CASTELLÓN**

Pza. Fradell, 1  
12002 Castellón de la Plana  
Tel.: 964 22 27 66  
Fax: 964 26 03 98  
Web: [www.easdcastello.org](http://www.easdcastello.org)  
E-mail: [12004308@edu.gva.es](mailto:12004308@edu.gva.es)

**- ESCUELA DE ARTE Y SUPERIOR DE DISEÑO DE VALENCIA**

Pintor Genero Lahuerta, 25  
46010 Valencia  
Tel.: 96 360 50 62 / 96 360 54 00  
Fax: 96 362 06 11  
E-mail: [infovivers@easdvalencia.com](mailto:infovivers@easdvalencia.com)  
Web: [www.easdvalencia.com](http://www.easdvalencia.com)

#### **- ESCUELA SUPERIOR DE CERÁMICA DE MANISES**

Ceramista Alfons Blat, 22

46940 Manises (Valencia)

Tel.: 96 154 50 92

Fax: 96 152 45 38

E-mail: [info@esceramica.com](mailto:info@esceramica.com)

Web: [www.esceramica.com](http://www.esceramica.com)

#### **4. Otros centros.**

Junto con los organismos anteriores, destacar que en el siguiente centro se imparten cursos de formación de oficios artesanos, tales como cerámica, talla de madera, encuadernación, etc. entre otros.

#### **ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE ARTESANOS DE CASTELLÓN. CENTRO DE ARTESANÍA Y FORMACIÓN A.P.A.C.**

Castelldefels, 6-9

12004 Castellón

Telf.: 964 22 48 20

Fax: 964 23 96 04

E-mail: [info@artesaniadecastellon.org](mailto:info@artesaniadecastellon.org)

Web: [artesaniadecastellon.org](http://artesaniadecastellon.org)

## **6.3. Páginas útiles en Internet**

En el apartado 7.5 Anexo de Páginas Web de Interés enumeramos las páginas web que consideramos de interés en relación con tu futura actividad.

## 6.4. Bibliografía

A continuación, incluimos la relación de fuentes de información secundarias sobre las que se ha basado el estudio para la elaboración de la presente ficha de actividad empresarial:

- *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales. Año 2009.* Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerios de Industria, Turismo y Comercio.

- *La competitividad del sector artesano español. Años 2011.* Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerios de Industria, Turismo y Comercio.

- *Estadísticas sobre el sector artesano en España y la Comunidad Valenciana. Años 1999 a 2003.* Fundación Cultural Española para el Fomento de la Artesanía. [www.fundesarte.org](http://www.fundesarte.org).

- *"Oficios por encargo. Artesanía a la carta".* Revista de Información de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Noviembre de 2004. [www.jccm.es/revista](http://www.jccm.es/revista).

- Revista LEADER de Desarrollo Rural. *Número monográfico sobre Artesanía y Oficios Rurales.* Marzo de 2004. <http://redrural.mapya.es>.

- *Legislación sobre Ordenación de la Artesanía en la Comunidad Valenciana.* Generalitat Valenciana. [www.pre.gva.es/dogv](http://www.pre.gva.es/dogv).



## 6.5. Glosario

**Amenazas:** Fuerzas del entorno que impiden o dificultan la implantación de una estrategia.

**Amortización:** Tratamiento contable que recoge la pérdida de valor de los activos fijos, es decir, de bienes de la empresa tales como: vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

**Condición jurídica:** Estructura legal que puede adoptar una empresa

**Fuerza de ventas:** Conjunto de personas que se ocupan de las tareas relacionadas directamente con la venta de los productos fabricados o distribuidos por la empresa.

**IAE (Impuesto de Actividades Económicas):** Tributo que grava el ejercicio de las actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en un local determinado. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional y se formula separadamente para cada actividad. El plazo es de diez días hábiles antes del inicio de la actividad y la validez de un año natural. Se renueva automáticamente.

**Margen Bruto:** Resultado de explotación obtenido de la diferencia entre los ingresos y los gastos sin deducir los impuestos.

**Margen comercial:** Diferencia entre el precio de venta y el precio de coste del producto. Se suele expresar en términos de porcentaje respecto del precio de venta.

**Mercado:** Conjunto de personas, empresas o instituciones capaces de adquirir el producto que se va a ofrecer a través de la nueva empresa

**Oportunidades:** Todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa o represente una posibilidad para mejorar la cifra de negocios o la rentabilidad.

**Plan de empresa:** Documento en el que se analiza el contenido del proyecto empresarial y en el que se describen todos los elementos de la empresa.

**Productos sustitutivos:** Productos que satisfacen las mismas necesidades que los que oferta la nueva empresa

**Puntos débiles:** Aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo de la estrategia y constituyen una amenaza para la organización.

**Puntos fuertes:** Capacidades, recursos, posiciones alcanzadas, etc. que constituyen ventajas competitivas que pueden servir para explotar oportunidades y/o superar amenazas.

**Público objetivo:** Segmento o segmentos de mercado a los que la empresa dirige su oferta comercial.

**Segmentos del mercado:** Divisiones de un mercado según características comunes. Ventaja competitiva: Característica de un producto o marca que otorga cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos.

**Viabilidad económica:** Cualidad de un proyecto del que obtenemos un excedente (beneficio) suficiente que permite hacer frente al coste de su deuda, a la remuneración de sus accionistas y a la financiación de una parte de su crecimiento, una vez que alcanza su capacidad de producción plena y después de haber deducido todos sus costes.

## 7. ANEXOS

### 7.1. Anexo de información estadística de interés

#### 0400 El sector de la Artesanía en España

Cuadro 0400.1: Distribución de talleres artesanos, empleo y volumen de producción por subsectores, España, 2006 (unidades/miles de euros)

	Nº de talleres	Nº de empleos	Volumen producción
Agroalimentaria I (Heladeros, Turroneiros, Horchateros)	95	2.229	500.500
Agroalimentaria II (Queseros, Apicultores)	18	215	12.685
Agroalimentaria III (Panaderos, Confiteros, Pasteleros)	530	2.890	58.180
Agroalimentaria IV (Carniceros, Charcuteros)	840	1.970	137.103
Cerámica y Vidrio	91	2.290	28.000
Instrumentos Musicales	17	695	35.600
Fiestas Tradicionales	345	1.050	50.183
Entidades Asociativas Genéricas	17	34	650
Oficios Varios	87	300	46.600
Madera y Afines	330	10.686	1.032.473
Moda y Complementos	302	779	1.736
<b>TOTAL</b>	<b>2.672</b>	<b>23.138</b>	<b>1.903.712</b>

Fuente: Plan de competitividad de los Sectores Artesanos de la Comunidad Valenciana 2007-2009

## 7.2. Anexo de proveedores

En el sector de la artesanía existen dos tipos de proveedores: maquinaria y materias primas. A continuación, te proporcionamos una serie de referencias a título orientativo que identificamos en las entrevistas y en las fuentes secundarias consultadas que pueden ser un punto de partida en la búsqueda de proveedores para tu negocio.

1. Comprobamos que en directorios comerciales tales como QDQ y Páginas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, puedes encontrar proveedores situados en tu zona.

- Páginas Amarillas: Según la actividad que trabajes tus proveedores se encontrarán bajo epígrafes diferentes. Además puedes acceder al formato electrónico en la página web [www.paginasamarillas.es](http://www.paginasamarillas.es) con la ventaja de seleccionar cualquiera provincia o localidad.
- QDQ: Habría que buscar los epígrafes relacionados con la actividad artesanal a la que te dedicas para encontrar tus proveedores. También puedes consultar la versión electrónica [www.qdq.com](http://www.qdq.com).
- Páginas Salmón: Directorio de Empresas que ofrecen servicios en la provincia de Valencia, con acceso a otros buscadores de empresas y diversa información de interés: [www.paginas-salmon.com](http://www.paginas-salmon.com).
- Europages: Es un directorio comercial de negocios en el que puedes encontrar empresas de proveedores de todas las actividades y de casi todos los países. La versión electrónica es [www.europages.com](http://www.europages.com).

2. Publicaciones especializadas:

- Revista Oficio y arte: Revista especializada donde se anuncian proveedores del sector. Se publica bimensualmente: [www.oficioyarte.org](http://www.oficioyarte.org).
- [www.ojd.es](http://www.ojd.es): Portal de control de la difusión de las publicaciones en el que puedes encontrar revistas especializadas en casi todos los sectores.

3. Asociaciones (de la propia actividad o de profesionales): En ellas puedes informarte sobre proveedores para tu negocio. La página web del ICEX ([www.icex.es](http://www.icex.es)) cuenta con una base de datos de asociaciones existentes en España clasificadas por sectores (asoc).

Alguna de las asociaciones a la que puede dirigirte para obtener direcciones de proveedores es la que te mostramos a continuación:

- **Fundación Española para la Innovación de la Artesanía**  
General Zabala, 12  
28002 Madrid  
Tel.: 91 561 02 62  
Fax : 91 563 37 88

E-mail: [fundesarte@fundesarte.org](mailto:fundesarte@fundesarte.org)  
Web: [www.fundesarte.org](http://www.fundesarte.org)

#### 4. Portales:

- [www.arteyoficio.org](http://www.arteyoficio.org): En la web de la Organización de los Artesanos de España, puedes localizar un completo directorio de proveedores de materias primas, herramientas, etc., estructurado por oficios.
- [www.kompass.com](http://www.kompass.com): Portal que contiene información empresarial de todo el mundo. En esta página puedes encontrar una base de datos sobre empresas de todos los sectores y de casi todos los países.

5. Bases de datos: Existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son las de la Cámara de Comercio, Ardán y otras bases de datos privadas.

## 7.3. Anexo de ferias

A continuación, te proporcionamos una relación de algunas de las ferias más significativas del sector, así como su localización. Tal y como puedes observar, son numerosos los eventos que se celebran en territorio valenciano. No obstante, tan sólo han sido tenidos en cuenta aquellos que pueden resultarte de más interés y que se encuentran más relacionados con tu sector.

NOMBRE	LOCALIDAD	PERIODICIDAD	EVENTO
<b>DIPA</b>	Valencia	Anual	Feria Internacional de la Papelería.
<b>CEVISAMA</b>	Valencia	Anual	Feria de las baldosas, cerámicas, esmaltes, etc.
<b>Mármol, Salón Internacional de la Piedra Natural, Maquinaria y Afines</b>	Valencia	Anual	Mármol, Salón Internacional de la Piedra Natural, Maquinaria y Afines.
<b>CEVIDER</b>	Valencia	Anual	Feria de la cerámica, el vidrio y la decoración.
<b>Feria de Artesanía de Navidad</b>	Valencia	Anual	Feria de Artesanía de Navidad.
<b>Feria de Arte y Artesanía</b>	L´Ollería (Valencia)	Anual	Feria de Arte y Artesanía.
<b>Muestra de Artesanía de Semana Santa</b>	L´Alfàs del Pi (Alicante)	Anual	Muestra de Artesanía de Semana Santa.
<b>Feria de Artesanía Popular</b>	Jávea (Alicante)	Anual	Feria de Artesanía Popular.
<b>Arte y Antigüedades</b>	Valencia	Anual	Feria de Arte y Antigüedades.
<b>Feria de Verano</b>	Biar (Alicante)	Anual	Feria de Verano.
<b>EXPOGALAECIA</b>	Vigo	Anual	Salón del Turismo, Artesanía y Gastronomía.

<b>Feria de Verano</b>	Alicante	Anual	Feria de Verano.
<b>Feria de Arte y Artesanía</b>	Novelda (Alicante)	Anual	Feria de Arte y Artesanía.
<b>Feria de Arte y Artesanía</b>	Gata de Gorgos (Alicante)	Anual	Feria de Arte y Artesanía.
<b>Muestra de Oficios Tradicionales</b>	Sant Jordi (Castellón)	Anual	Muestra de Oficios Tradicionales.
<b>ARTESAN</b>	Jaén	Anual	Feria de la Artesanía y de las Costumbres Populares.
<b>FERIA-MERCADO DE ARTESANÍA</b>	Madrid	Anual	Feria-Mercado de la Artesanía.
<b>BALEART</b>	Palma de Mallorca	Anual	Feria de la Artesanía de las Islas Baleares.

Si deseas obtener más información sobre la relación de ferias propias de este sector que se celebren en alguna comunidad autónoma en particular, puedes consultar la web de la Organización de Artesanos de España [www.oficioyarte.org](http://www.oficioyarte.org) en el apartado dedicado a Ferias, dentro del epígrafe Directorio.

Asimismo, y si quieres obtener información sobre ferias a nivel nacional, puedes consultar, entre otros, el portal [www.afe.es](http://www.afe.es).

## 7.4. Anexo de formación

A continuación proporcionamos información sobre los Planes de Formación Ocupacional y de Formación Continua:

### PLAN FIP (Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional)

El Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF) que depende de la Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo es el organismo responsable en la Comunidad Valenciana de la gestión de los programas de formación al desempleado. SERVEF tiene el punto de información de los cursos en el teléfono gratuito: 900 100 785 y en la web: [www.servef.es](http://www.servef.es)

En relación con esta actividad, se ofrecen las siguientes especialidades:

CÓDIGO	NOMBRE DEL CURSO
ARTC10	ALFARERO-CERAMISTA
ARTE20	CERRAJERO-ARTÍSTICO
ARTT30	SASTRE
ARTT40	MODISTO

Puedes obtener más información en la página Web del SERVEF de la Generalitat Valenciana: [www.servef.es](http://www.servef.es)

### FORMACIÓN CONTINUA

La Formación Continua pretende proporcionar a los trabajadores ocupados la formación que puedan necesitar a lo largo de su vida laboral, para que obtengan los conocimientos y competencias requeridos en cada momento por las empresas. Contribuye también a su integración, adaptación y promoción ante los cambios de los sistemas productivos, así como a incrementar su empleabilidad ante las oscilaciones del mercado laboral.

El Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo, prevé cuatro tipos de Iniciativas de Formación:

1. La formación de demanda, que abarca las acciones formativas de las empresas y los permisos individuales de formación financiados total o parcialmente con fondos públicos, para responder a las necesidades específicas de formación planteadas por las empresas y sus trabajadores.
2. La formación de oferta, que comprende los planes de formación dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados y las acciones formativas dirigidas prioritariamente a trabajadores desempleados con el fin de ofrecerles una formación que les capacite para el desempeño cualificado de las profesiones y el acceso al empleo.
3. La formación en alternancia con el empleo, que está integrada por las acciones formativas de los contratos para la formación y por los programas públicos de empleo-formación, permitiendo al trabajador compatibilizar la formación con la práctica profesional en el puesto de trabajo.



4. Las acciones de apoyo y acompañamiento a la formación, que son aquellas que permiten mejorar la eficacia del subsistema de formación profesional para el empleo.

La Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo es la entidad encargada de la gestión, seguimiento, control técnico y difusión de las distintas iniciativas de Formación Continua.

Es una fundación estatal, con personalidad jurídica propia, constituida en 2001 bajo el protectorado del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. En ella participan la Administración, a través del Servicio Público de Empleo Estatal, las organizaciones sindicales CCOO, UGT y CIG y las organizaciones empresariales CEOE y CEPYME.

Para obtener más información sobre la formación profesional continua se puede consultar la web de la Fundación Tripartita: [www.fundaciontripartita.org](http://www.fundaciontripartita.org)

A continuación te presentamos la relación de los principales organismos donde puedes obtener información sobre distintos cursos de Formación continua relacionados con tu actividad.

## 1. FOREM (CCOO)

Éste es el centro de formación del sindicato Comisiones Obreras. En las direcciones y los teléfonos que te proporcionamos podrás conseguir la información necesaria sobre los cursos que se imparten actualmente.

PROVINCIA	DIRECCIÓN	LOCALIDAD	TELÉFONO
Alicante	Canónigo Genestar, 1	Alicante	96 524 80 82
Castellón	Avda. Valencia, 42	Castellón de la Plana	96 425 17 20
Valencia	Convento Carmelitas, 1	Valencia	96 393 43 63

Para más información, puedes consultar la web: [www.forempv.ccoo.es](http://www.forempv.ccoo.es)

## 2. IFES

Es el Instituto de Formación y Estudios Sociales de la UGT donde también podrás obtener información sobre cursos en las siguientes direcciones y teléfonos:

PROVINCIA	DIRECCIÓN	LOCALIDAD	TELÉFONO
Alicante	Pablo Iglesias, 23	Alicante	96 514 87 52
Castellón	Torre la Sal, 5	Castellón de la Plana	96 425 01 28
Valencia	Miguel Abrita, 5	Valencia	96 382 53 62

Para más información, puedes consultar la web: [www.ifes.es](http://www.ifes.es)

### 3. USO

Es el sindicato Unión Sindical Obrera. La información necesaria sobre los cursos que organiza la puedes conseguir en las direcciones o en los teléfonos que te facilitamos a continuación.

PROVINCIA	DIRECCIÓN	LOCALIDAD	TELÉFONO
Alicante	General Pintos, 13 bajo	Alicante	96 525 57 77
Castellón	Avda. Burriana, 13	Castellón de la Plana	96 424 64 16
Valencia	Juan Bautista Vives, 9	Valencia	96 313 45 89

Para más información, puedes consultar la Web: [www.usocv.org](http://www.usocv.org)

### 4. CIERVAL

Se trata de la Confederación de Organizaciones Empresariales de la Comunidad Valenciana. La información necesaria sobre los cursos que organiza la puedes conseguir en la siguiente dirección:

Hernán Cortés, 4  
46004 Valencia  
Tel.: 96 351 47 46  
Fax: 96 351 93 50  
E-mail: [cierval@cierval.es](mailto:cierval@cierval.es)  
Web: [www.cierval.es](http://www.cierval.es)

Además se pueden encontrar más cursos de Formación continua organizados desde las patronales empresariales de sectores como la madera, el metal, la construcción, la cerámica, el textil, etc.

## 7.5. Anexo de páginas web de interés

### TEMÁTICAS

- Oficio y Arte (Organización de los Artesanos de España- OAE): [www.oficioyarte.org](http://www.oficioyarte.org)
- Fundación Centro de Documentación e Investigación de la Artesanía en España y América: <http://es.geocities.com/cdiaea>
- Fundación Española para la Innovación de la Artesanía: [www.fundesarte.org](http://www.fundesarte.org)
- Centro Virtual Integral de Artesanía: [www.cvia.org/catalog](http://www.cvia.org/catalog)
- Artesanía Ibérica: [www.artesaniaiberica.com](http://www.artesaniaiberica.com)

## 7.6. Reflexiones para hacer el estudio de mercado

A continuación, incluimos una serie de puntos que creemos debes considerar en el análisis del mercado, ya que pueden condicionar la estrategia comercial a desarrollar.

Teniendo en cuenta las características de tu producto y el público al que has pensado dirigirte:

- ¿Sabes cuántos artesanos y talleres están operando en la actualidad?, ¿dónde están?, ¿qué productos ofertan?, ¿qué características tienen?
- ¿Cuál es el tamaño de tu mercado?, ¿has decidido el ámbito en el que vas a desarrollar tu actividad (comarcal, provincial...)?, ¿cómo vas a hacer la evaluación de las ventas para el primer año?, ¿te has puesto en contacto con empresas como la tuya que actúen en otra zona?, ¿conoces las empresas competidoras para analizar su oferta, precio, etc.?, ¿les has preguntado a los proveedores de la actividad los precios de compra y la evolución y tendencias del mercado?
- ¿Crees que tu producto aporta algún elemento diferenciador en relación a otros existentes en el mercado?, ¿por qué crees que el cliente va a comprar tu producto?, ¿has realizado una primera aproximación a los productos que deberá contener tu cartera?
- ¿Has localizado proveedores adecuados?
- ¿Cumples los requisitos asociados a la calidad, precio, etc. de los clientes?, ¿has localizado tus posibles clientes?, ¿qué tipo de persona demanda los productos que vas a ofrecer?, ¿qué necesidades tiene?, ¿cuáles son las razones por las que elige tu empresa frente a otras alternativas?, ¿te vas a dirigir a particulares o también a empresas?
- ¿Has pensado si debes comercializar tus productos bajo marca propia?, ¿por qué? En caso afirmativo, ¿has valorado lo que te va a costar en tiempo y en dinero? (El importe, los trámites y costes los puedes conocer en la Oficina Central de Patentes y Marcas en Madrid).
- ¿Sabes el precio de este tipo de productos?, ¿has determinado los criterios a partir de los que vas a fijar los precios/elaborar los presupuestos?, ¿vas a utilizar el precio como una variable de diferenciación?
- ¿Conoces el precio de venta con el que tu producto llega al consumidor y la construcción del precio a lo largo del proceso productivo? (Para ello, puedes llevar a cabo, por ejemplo, entrevistas a agentes comerciales, minoristas asociaciones sectoriales, etc.).

- ¿Has decidido la estrategia a seguir para llevar al mercado tus productos?, ¿has desarrollado un método de venta eficaz?
- ¿Cómo vas a promocionar y dar a conocer tu imagen?, ¿has valorado cuánto te va a costar en tiempo y dinero?, ¿cuáles cree que serán las herramientas de promoción más efectivas?
- ¿Qué servicios demandan los clientes que has escogido como objetivo de tu actividad?, ¿sabes si existen negocios similares en tu zona?, ¿cuál es la cuota de mercado de tus competidores?, ¿cuál es la estrategia seguida por tu competencia: producto, precio, imagen, etc.?, ¿cómo te piensas diferenciar de la competencia?
- ¿Cuentas con personas que tengan el perfil necesario para poner en marcha tus ideas comerciales? (Puedes consultar las demandas de empleo en las oficinas locales del SERVEF).

## 8. NOTA DE LOS AUTORES

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector pueda detectar durante la lectura de este documento, no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio y, por tanto, pueden existir otras referencias similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Las Guías de Actividades Empresariales son una publicación de BIC Galicia que los CEEI de la Comunidad Valenciana, bajo convenio de colaboración, hemos adaptado a nuestro entorno empresarial.

Valencia, octubre de 2011