

## **Artesanía**

Informe realizado en base a las reuniones del grupo de trabajo de Artesanía del Plan Vasco de la Cultura

Octubre de 2003

<b>1. INTRODUCCIÓN: DIAGNÓSTICO MUY PREOCUPANTE</b>	<b>3</b>
<b>2. ANÁLISIS DAFO</b>	<b>4</b>
<b>PUNTOS FUERTES</b>	<b>4</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>5</b>
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	<b>6</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>8</b>
<b>3. LINEAS DE ACTUACIÓN</b>	<b>10</b>
<b>LINEAS DE ACTUACIÓN PRIORITARIAS</b>	<b>14</b>

## **1. INTRODUCCIÓN: DIAGNÓSTICO MUY PREOCUPANTE**

En la actualidad, se advierte un proceso de desaparición de talleres, saberes y oficios en la CAV y Navarra, con un descenso sistemático de la contribución del sector al PIB.

Si el porcentaje de talleres no es ni la mitad de lo que correspondería por PIB en el Estado español, el porcentaje de trabajadores censados y de valor de la producción anual no llega ni a la cuarta parte del mismo. Llama la atención la diferencia con países muy desarrollados, como Alemania o Francia, donde los empleados en artesanía – netamente asociada a la calidad de vida, a la singularidad y a la personalización – sobrepasan los dos dígitos. Ello indica el margen existente para la creación de empleo, de valor y de saber desde las dos vertientes básicas de la artesanía.

Por un lado, está la artesanía tradicional y popular vinculada al proceso de rescate de unos conocimientos y una identidad que inexorablemente se pierden, tanto por la dificultad de competir con los productos industrializados como por la desatención institucional sobre unas áreas extremadamente expuestas al mercado y nulamente subvencionadas ni ordenadas sectorialmente. Llama la atención que un país tan cuidadoso en la recuperación de su memoria obvie tan evidentemente la transmisión directa de su etnografía productiva.

Por otro lado, está la artesanía de diseño, con su generación de nuevas producciones asociadas a la estetización y a la calidad de vida propias de la sociedad de la cultura y el conocimiento.

## 2. ANÁLISIS DAFO

### *PUNTOS FUERTES*

#### ***Formación e I+D***

- Existencia de escuelas taller municipales (formación e investigación).

#### ***Creación***

- El 'oficio' como capacidad técnica para realizar cualquier producto y servicio, como bien patrimonial a conservar, cuya puesta en valor contribuye al desarrollo local y a la formación creativa de la sociedad mediante planes didácticos de difusión.

#### ***Producción***

- Singularidad y calidad como características propias de la artesanía. Los productos artesanales tienen un valor importante como complemento de CALIDAD en el sector turístico, especialmente en el País Vasco.
- El artesano centra sus esfuerzos y prioridades en el proceso de producción.

#### ***Distribución, promoción y difusión***

- Existencia de asociaciones de artesanos (Arbaso, Asociación de Artesanos de Bizkaia), organismos para la promoción y desarrollo de la artesanía en los diferentes niveles de la administración pública y registro oficial de artesanos. Nuevas vías de producción y complementariedad a partir del desarrollo de un oficio (restauración, museos, impartición de cursos)

#### ***Demandas y mercados***

- Productos personalizados y únicos que adquiere el comprador.
- La relación artesano-cliente es mucho más directa. Cercanía del oficio y la persona que lo ejerce de cara al público.
- Existencia de importantes ferias especializadas (Rentería, Getxo), publicaciones periódicas del sector y congresos especializados en algunos ámbitos de las artesanías.
- La demanda social existente, el prestigio y el carácter de producto diferenciado que tiene la artesanía entre la gente constituyen hoy en día el verdadero punto fuerte del sector.

#### ***Políticas institucionales***

### ***Sociedad***

- Es una parte de la cultura, con tradición de creación y producción de objetos utilitarios, tanto en el ámbito tradicional como urbano.
- Conexión con la calidad de vida y la estetización del entorno doméstico

### ***OPORTUNIDADES***

#### ***Formación e I+D***

- Ayudas para aprovechar el relevo generacional, mediante la formalización de la transferencia de saber de los artesanos *senior* a través de cursos
- Aprovechar la transferibilidad de saber desde la artesanía extranjera.
- Formación e investigación: Internet. Posibilidad de incorporar el I+D al trabajo artesano de diseño.

#### ***Creación***

#### ***Producción***

- Necesidad de reducir las ineficiencias en los procesos de trabajo y producción, produciendo productos de calidad.
- Implantar un label de calidad, otorgado a aquellos productos que cumplen con ciertos requisitos a convenir (territorio, calidad, materias primas, creatividad...)

#### ***Distribución, promoción y difusión***

- Generar redes de exhibición y venta aprovechando infraestructuras existentes en ámbitos culturales, turísticos, etc.

#### ***Demandas y mercados***

- Se debe aprovechar el “plus” que supone ser un “producto del país”, utilizando la artesanía como expresión artística de la propia identidad, en lo que tiene de específico y universal, y preservando la conexión con la memoria y lo auténtico como valores positivos en el marco de la postindustrialización y la transnacionalización.
- Incorporación de la artesanía a las estrategias de ocio-turismo y cultura que cada vez tienen un mayor peso específico en la sociedad. Aprovechar las potencialidades existentes con el auge del turismo: la internacionalización de

Bilbao, la creación de comarcas y zonas naturales con turismo cultural (Gorbeialde, Urdaibai, Goierri...).

### ***Políticas institucionales***

- Acceso a las líneas del Dpto. de Industria de apoyo a la inversión.

### ***Sociedad***

- Revalorizar el valor del saber preindustrial

### ***PUNTOS DÉBILES***

#### ***Formación e I+D***

- Escasa bibliografía, desencaje de términos y conceptos, diccionarios y glosarios desfasados.
- Producto caro en relación con otros, derivado de su exclusividad, de su comercio dirigido al comprador de cierto "standing", de la competencia generada por la artesanía procedente de otros lugares y de la proliferación de productos de "merchandising" o gadgets.
- Con la legislación laboral el artesano jubilado no puede seguir creando ni enseñar el oficio a los jóvenes para que no se pierda.
- Faltan centros especializados y de infraestructuras públicas para la formación de profesionales e imposibilidad de tener aprendices con el sistema laboral existente. La enseñanza reglada es limitada y parca, mientras que, en la enseñanza obligatoria, las manualidades constituyen una asignatura de escasa valoración.

#### ***Creación***

#### ***Producción***

- Escasa aportación del sector artesano vasco a la población activa (0,08%), frente al 0,26% del conjunto del Estado, y escaso porcentaje de la empresa artesanal frente al total de empresas españolas, muy inferior a la media europea (un 0,69% de España frente al 20,18% de la Europa de los 15).
- El valor de la producción artesanal tiene un peso muy bajo en el PIB, 0,16%, siendo especialmente reducido en el País Vasco, con un 0,04%.

- La falta de relevo generacional para determinados oficios artesanales provoca la pérdida de talleres, con mayor incidencia en el subsector de fibras vegetales (50,3%).
- Ineficacia en un taller que debería ser una empresa con varios frentes (proceso de investigación, diseño y creación; proceso de producción; gestión - contabilidad, inventario, proveedores, clientes, etc.-; los canales de comercialización...
- El artesano no está considerado como un artista, y debe cerrar su negocio cuando llega a la jubilación. A los jubilados se les excluye de ser artesanos a pesar de estar capacitados, al carecer de licencia fiscal tras la jubilación.
- En una empresa que cuenta con más de un artesano sólo se reconoce legalmente a uno, porque cuentan con una única licencia fiscal.
- Algunos artesanos conciben su trabajo como algo complementario porque cuentan con otras fuente de ingresos. Es necesario saber realmente quién vive de ello, porque existe mucha economía sumergida que dificulta la información y la gestión del sector y entorpece las relaciones con las administraciones.

### ***Distribución, promoción y difusión***

- Incertidumbre sobre los canales de comercialización (no son suficientes ni las tiendas especializadas, que a menudo no son rentables, ni las ferias locales, frecuentemente banalizadas) y ausencia de medios e intermediarios para dar a conocer y promocionar el producto fuera de Euskadi.

### ***Demandas y mercados***

- Bajo la denominación de “artisanat”, Iparralde -siendo mucho menor y con menos artesanos que Hegoalde-, vende productos que fácilmente son identificados como productos vascos, frente a la escasez de oferta de Hegoalde.
- Los valores culturales están sometidos a las leyes del mercado. La producción artesana actual no tiene un valor utilitario sino decorativo, dirigida a un mercado de consumo urbano y globalizado.

### ***Políticas institucionales***

- Desconocimiento de la realidad del sector y dificultad consiguiente para definir las vías que permitan reordenarlo. Hay una indefinición estratégica y proporcionada entre lo tradicional – y dentro de ella entre la artesanía de calidad y la más popular – y lo nuevo, así como sobre los ramos de la artesanía en los que habría que incidir más o sobre los elementos de la cadena de valor a cuidar en mayor medida.

- El producto artesano tiene un prestigio limitado a nivel institucional, dándose una falta de reflexión a la hora de repartir las ayudas porque los criterios que se utilizan no son los adecuados.
- Normativa y definición heterogénea en el ámbito artesanal.
- La falta de ayudas para desarrollar nuevos productos provoca la estabilización de la oferta por falta de variedad de productos. Ausencia de un “plan estratégico de la artesanía vasca” que posibilite crear un marco comercial y un “label vasco de artesanía”.
- Cada Territorio Histórico tiene una política propia y descordinada, sin un tratamiento común del sector ni un departamento interlocutor definido, por lo que la administración es principalmente un gestor de subvenciones y transmisor de la celebración de ciertas actividades sectoriales.
- Exceso de asociaciones representativas, nacidas algunas por impulso de las propias administraciones de cara a la aplicación de subvenciones territoriales, lo que dificulta una interlocución de peso y unas estrategias coherentes y únicas para todas las administraciones.
- Al concederse ayudas en exclusiva a los talleres, aquellos artesanos que cuentan además con exposición y venta al público en tienda, personal contratado, etc., se ven perjudicados al no poder ser destinatarios de las mismas.

### ***Sociedad***

- El trabajo manual es minusvalorado frente al intelectual.
- Diversas maneras de ver y entender la artesanía: algunos sectores creen que la artesanía es la prolongación de una tradición inmemorial, otros que es una producción cultural autóctona hecha para ser vista, es decir una manifestación de carácter lúdico, otros que la artesanía es toda producción artística, otros que es todo producto hecho a mano, otros que es un producto ecológico, etc.

### **AMENAZAS**

#### ***Formación e I+D***

#### ***Creación***

- La evolución constante de la sociedad actual representa un esfuerzo suplementario en materia de creación, a veces implantable para la mayoría de los talleres.

### ***Producción***

- Transferencias sin llevarse a cabo en materia laboral.
- No salen siempre las cuentas entre costes e ingresos en las producciones de más valor, ni los precios pueden reflejar siempre el valor en tiempo de trabajo y materiales. Además, como la artesanía está infravalorada, la gente considera que debe ser barata.

### ***Distribución, promoción y difusión***

#### ***Demandas y mercados***

- La llegada de artesanía del Tercer Mundo (barato, producto ONG, rústico...), y el producto turístico “artesano” adulterado, generan una dura competencia. La implantación de empresas de diseño que producen industrialmente productos para el turismo con una buena distribución y bajo precio anulan la introducción del producto artesanal en el comercio de “souvenirs”.
- Falta de relevo generacional por la escasa incorporación de jóvenes artesanos, dado el limitado techo real del crecimiento del mercado.
- Los comercios no incorporan los productos artesanos al género que tienen a la venta y las ferias resultan insuficientes para la venta.

#### ***Políticas institucionales***

- La falta de ayudas lleva a la desaparición de negocios y amenaza a la transmisión de los oficios artesanales, lo que pone en grave peligro la continuidad de otros muchos.
- La inadecuación de normativas pensadas para explotaciones convencionales y no para talleres de una o dos personas con un modo de hacer tradicional.

#### ***Sociedad***

- Inadaptación del artesanado a los cambios culturales y estéticos.

---

### **DAFO VOTADO**

### 3. LINEAS DE ACTUACIÓN

#### 1. *Políticas, coordinación e iniciativas públicas.*

- Adecuar la legislación a las nuevas necesidades del sector (taller productor, comercio, museo y escuela; ámbito laboral y fiscal: jubilado, aprendiz, empleados, bajar impuesto de IVA)
- Necesidad de una política común de las administraciones: entre Diputaciones entre sí y con el Gobierno, además de con la participación de los departamentos de Industria, Comercio-Turismo y Cultura
- Implicación de las diversas instituciones (Gobierno Vasco, ayuntamientos, etc.), puesto que la titularidad competencial en este ámbito no es necesariamente de las Diputaciones, si se hace una lectura rigurosa de la LTH

#### 2. *Sociedad*

- Educación social en el gusto por lo propio y la calidad.

#### 3. *Potenciación de recursos (formación, empleo, cooperación, etc.).*

- Diseñar un Plan de actuaciones dirigidas a la formación de nuevos artesanos en aquellas disciplinas en las que no existe un relevo generacional, incentivando para ello el aprendizaje en el taller como base para cualquier trabajo.
- Adecuar el sistema formativo a las especificidades artesanas, de cara a la profesionalización y especialización de la artesanía y de los artesanos con mentalidad de gestión.
- Explorar los importantes nichos de empleo artesanos existentes, si se compara con otros países europeos

#### 4. *Tejido empresarial*

##### 4.1. *Ordenación del tejido empresarial (información, normativas, asociacionismo y eventuales organismos tractores).*

- Ampliación del concepto artesano a la manufactura de calidad, hoy no considerada como artesana (ebanistas, herreros, etc.). En algunos casos habría que ampliar los repertorios para los nuevos materiales y nuevas tecnologías.
- Hacer confluir en lo posible a las asociaciones de cara a potenciar la interlocución con las administraciones y posibilitar un servicio de acceso a los sistemas de ayudas tanto europeos como vascos.

- Pacto de regularización de las empresas artesanas a efectos fiscales para una apuesta institucional de promoción del sector

#### 4.2 Inversión / financiación

- Aplicación adaptada de líneas de financiación industriales a la inversión o a la renovación tecnológica

### 5. **Criterios de producto (qué se quiere y puede) y su eventual relación con el euskera o la cultura**

- Calidad y diseño *versus* cantidad, como valor añadido y elemento de especificidad del producto artesano, siempre singular, con predominio ya sea de lo identitario ya sea de las nuevas estéticas

### 6. **Aspectos de cadena de valor y gestión.**

#### 6.1. Tecnología, I+D+I

- Adecuación y uso de las nuevas tecnologías en algunos de los segmentos de la artesanía

#### 6.2. Creación

- Promover la creación y los nuevos diseños (hay que reproducir objetos artesanales clásicos, pero hay que innovar y generar nuevos prototipos).
- Importancia de las recuperaciones culturales, rescatando lo que ha llegado hasta nosotros de las diferentes artesanías tradicionales y de los oficios urbanos (investigación, recogida de herramientas y técnicas)

#### 6.3. Producción

- Racionalización de los procesos de trabajo y producción en orden a la calidad, la eficiencia y la permanencia

#### 6.4. Comercialización/promoción

- Escaparate permanente de la producción artesanal vasca, generando circuitos permanentes de venta y/o exposición (oficinas de turismo, centros de interpretación, museos, etc.) y ubicándose en los catálogos, rutas y estrategias turísticas territoriales.
- Regular y equilibrar los medios de comercialización existentes en función de criterios de calidad y futuro (Ferias, tiendas en la red, etc.), analizando conceptos como la venta directa, la relación del producto con el mercado y las cadenas de distribución.

- Imbricación paralela en ferias del ramo (mueble, etc.) en las que aportar el valor añadido artesano frente al mueble de fábrica u otros productos industriales.
- Promover una “central de ventas” distribuidora que permita un ahorro de costes y tiempo y un mejor acceso a distintos mercados

#### *6.5. Difusión y mercados*

- Concienciación social del valor de la producción artesana vasca (enseñanza obligatoria; medios comunicación, exposiciones temporales), dotándola de prestigio.
- Recuperar mercados en otros ámbitos de la cultura (vestuarios cine y teatro, decorados y montajes, rehabilitación y restauración del patrimonio, etc.)

#### *6.6. Mejora del modelo de gestión (cursos, encuentros, asesorías, semilleros, etc.)*

- Asesoría de los servicios de semilleros de empresas de Diputaciones o Gobierno para la mejora de la eficiencia productiva de las empresas artesanas, respetando su naturaleza, y asesorando de cara a la mejora de las estrategias de producto.
- Obtener herramientas válidas para una buena gestión global de la empresa artesana, por medio de la realización de estudios de mercado actualizados y la observación de nuevos sistemas de comercialización de los productos artesanos.
- Fomentar las jornadas-reuniones de debate del propio sector, tanto en general como por gremios

### **7. *Dinamización del mercado (marca, label....) y eventual internacionalización***

- Llevar a cabo estudios zonales sobre la oferta de artesanía existente y su valor e impacto como complemento de calidad y de desarrollo cultural dentro del sector turístico y de ocio.
- Generar un label vasco (o etiqueta homologadora de producto de las asociaciones) de artesanía de calidad, para potenciar lo propio, premiar al que se esfuerza en mejorar e innovar, luchar contra el intrusismo, etc.
- Definir una serie de objetos de calidad relacionados con diversos ámbitos que puedan utilizarse como regalo de empresa, institucional, trofeo... que sean representativos de nuestra cultura.
- Necesidad de elaboración de un catálogo común con una presentación atractiva

- Puesta en marcha de una página Web informativa (con catálogo y venta)

## LINEAS DE ACTUACIÓN PRIORITARIAS

1. **Análisis, Documentación y Observatorio.** Necesidad urgente de un estudio exhaustivo y compartido institucionalmente (Cultura, Industria y Agricultura) para un conocimiento del sector, una definición estratégica, unas líneas de acción y una detección de proyectos inmediatos y a medio plazo, y todo ello con el objeto de una ordenación sectorial y una normalización del sector
2. **Políticas institucionales.** Inicio de una coordinación interinstitucional entre Departamentos del Gobierno, Diputaciones y Ayuntamientos principales y EUDEL, de cara a establecer una línea común y una distribución funcional de apoyos
3. **Gestión.** Necesidad de asesoría y cursos para la transferencia de conocimientos sobre las reglas básicas de gestión del taller como actividad económica
4. **Distribución y promoción.** A corto plazo, la viabilidad de los talleres pasa por incidir como nudo gordiano principal en las vías de mejora de la distribución, promoción, prestigio y marca
5. **Formación.** A medio plazo, la formación y transferencia de los oficios obliga a pensar en los sistemas formativos, en la vinculación con escuelas de artes y oficios locales, las manualidades del sistema educativo reglado y la Universidad (restauración), en la cobertura legal del artesano jubilado/educador, etc