

Los abajo firmantes, D. Guillermo Fernández Vara, Presidente de la Junta de Extremadura, Dña. Patrocinio Sánchez Escobar, Secretaria General de UGT Extremadura, Dña. Encarna Chacón Belmonte, Secretaria General de CCOO Extremadura y D. Francisco Javier Peinado Rodríguez, Secretario General de la CREEX,

en representación de la Administración Autónoma y de las organizaciones empresariales y sindicales con mayor representatividad en la Comunidad Autónoma de Extremadura, en el marco de la Agenda para la Reactivación Social y Económica de Extremadura, firmada el 13 de julio de 2020 y de Declaración para la Concertación Social de Extremadura rubricada el 17 de febrero de 2020, promueven y suscriben el

PLAN INTEGRAL PARA EL FOMENTO DE LA ARTESANÍA DE EXTREMADURA 2021-2023

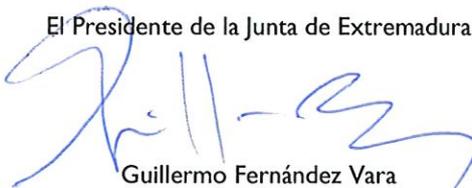
para este periodo de tiempo y cuyo objetivo general es “Consolidar la artesanía extremeña como una actividad económica y cultural, fuente de generación de empleo, conformando un sector moderno, profesional, competitivo, eficiente, eco-sostenible y conectado al mundo digital”.

Por entender que la artesanía extremeña constituye en muchas de sus manifestaciones la expresión formal y cultural de la historia de la región, siendo un claro testimonio de sus costumbres y tradiciones, así como base del patrimonio etnográfico del territorio.

En prueba de aceptación y conformidad, se firman cuatro ejemplares del presente documento, al que se adjuntan los objetivos y actuaciones referidos, quedando un ejemplar en poder de cada una de las partes firmantes.

Mérida, a 22 de junio de 2021

El Presidente de la Junta de Extremadura



Guillermo Fernández Vara



La Secretaria Gral. de UGT

Patrocinio Sánchez Escobar



La Secretaria Gral. de CCOO.

Encarna Chacón Belmonte



El Secretario Gral. de la CREEX

Fco. Javier Peinado Rodríguez

PLAN INTEGRAL PARA EL FOMENTO DE LA ARTESANÍA DE EXTREMADURA 2021-2023

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN.	03
2.- CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ARTESANO DE EXTREMADURA.	03
3.- ESTRATEGIAS DE APOYO AL SECTOR ARTESANO EXTREMEÑO AL HORIZONTE 2020.	12
4.- NUEVOS RETOS, NUEVOS OBJETIVOS.	21
5.- OBJETIVO GENERAL Y PRIORIDADES DE INTERVENCIÓN.	28
6.- CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES	31
7.- INDICADORES DE GESTIÓN. MONITORING.	31
8.- PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN.	33
9.- GOBERNANZA DEL PLAN.	33
10.- VIGENCIA DEL PLAN	33
ANEXOS	
Anexo I. Cronograma	34
Anexo IIa. Indicadores de producto.	35
Anexo IIb. Indicadores de resultado.	36
Anexo IIc. Indicadores de impacto.	38
Anexo III. Programación presupuestaria.	39

1. INTRODUCCIÓN

La artesanía extremeña constituye en muchas de sus manifestaciones la expresión formal y cultural de la historia de la región, siendo un claro testimonio de sus costumbres y tradiciones, así como base del patrimonio etnográfico del territorio, cuyas circunstancias históricas y socioculturales han contribuido a que el sector artesano desempeñe un papel relevante dentro de la economía de Extremadura.

La Comunidad Autónoma de Extremadura ejerce la competencia exclusiva sobre Artesanía, según lo dispuesto en el artículo 9.1.20 de la Ley Orgánica 1/2011, de 28 de enero, de reforma del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Autónoma de Extremadura, por lo que, preceptivamente, le corresponde, dentro de la función ejecutiva, la adopción de cuantas medidas, decisiones y actos relativos a esta materia se refieren.

La importancia del sector de la artesanía en la región y que su tejido económico demanda, no sólo de la administración regional, sino también de las provinciales y locales, el diseño y la puesta en marcha de políticas de apoyo eficaces, con el objetivo de asegurar la progresión del sector.

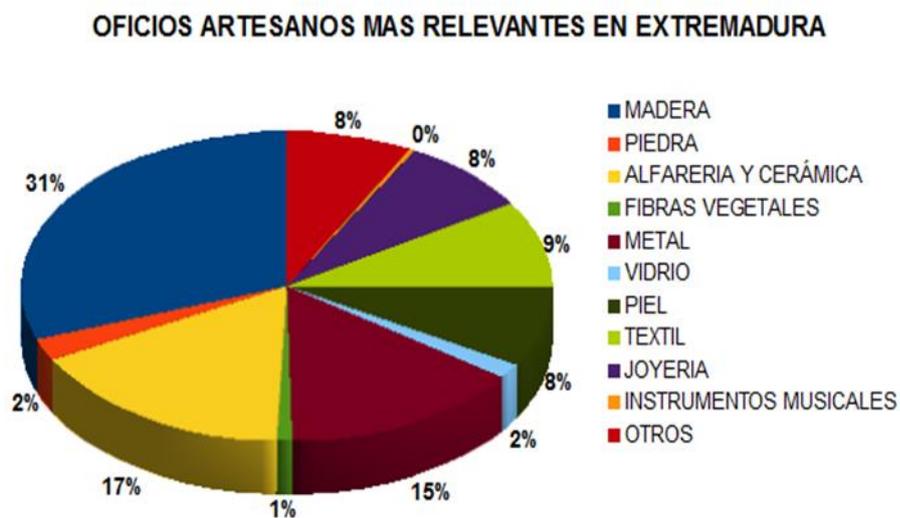
2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ARTESANO DE EXTREMADURA.

Características generales

Este sector se compone de una amalgama de oficios que, partiendo de un origen común desde la tradición y las costumbres populares, han dado lugar a una actividad de producción manufacturera de indudable importancia económica. Esta actividad muestra dos componentes de producción que frecuentemente se presentan confundidos. Por un lado, existe una producción artística, simbólica, ligada a la impronta creativa del artesano y por otro, una producción claramente utilitaria, personalizada o seriada, que es calificada como artesanía de uso o funcional.

El Repertorio de Oficios Artesanos, regulado por el Decreto 124/2012, de 6 de julio, establece la lista de los oficios artesanos reconocidos en Extremadura, clasificados en 11 familias. El número de especialidades profesionales repertoriadas tras la última actualización realizada¹ se eleva a 104. Los oficios relacionados con la madera (31%), la alfarería y la cerámica (17%) y el metal (15%) son los más representativos en el conjunto de la artesanía extremeña.

Figura 1



¹ Orden de 23 de mayo 2019 (DOE 108 de 6 de junio).

La actividad artesana en Extremadura se desarrolla en dos planos diferentes. Por un lado, existe un segmento de producción compuesto por artesanos autónomos y microempresas que operan en la economía formal y por otro, una artesanía ejercida de manera marginal y puesta a la venta en circuitos informales.

A este tenor, la Ley 3/1994 de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Extremadura considera la artesanía como una actividad económica a parte entera. Esta definición comporta tres principios básicos: ejercicio profesional, dedicación a tiempo completo y enfoque empresarial. Sobre estos tres pilares han sido construidas las políticas de apoyo al sector en los últimos años.

El Registro de Artesanos y Empresas Artesanas constituye el foco de estas políticas. De carácter voluntario, se halla circunscrito a la artesanía de bienes, estando excluida la producción artesanal de alimentos. A diferencia de lo que ocurre en otros países del entorno, las actividades de servicios manuales como la albañilería, la fontanería, los talleres de reparaciones, etc., no son inscribibles. En consecuencia, el número de artesanos registrados no es elevado.

Por otra parte, la inscripción en el Registro exige estar dado de alta como empresario autónomo (artesano individual) o en el impuesto de sociedades (empresa artesana), así como, en ambos casos, en el Impuesto de Actividades Económicas. Estas obligaciones dejan fuera del Registro, y al margen de las políticas públicas de apoyo, un cierto número de artesanos que ejercen la profesión en actividades no realizadas a tiempo completo o bien por que por sus características, no pueden clasificarse como una actividad artesana.

ARTESANOS QUE EJERCEN ACTIVIDAD REGULAR

REGISTRO DE ARTESANOS

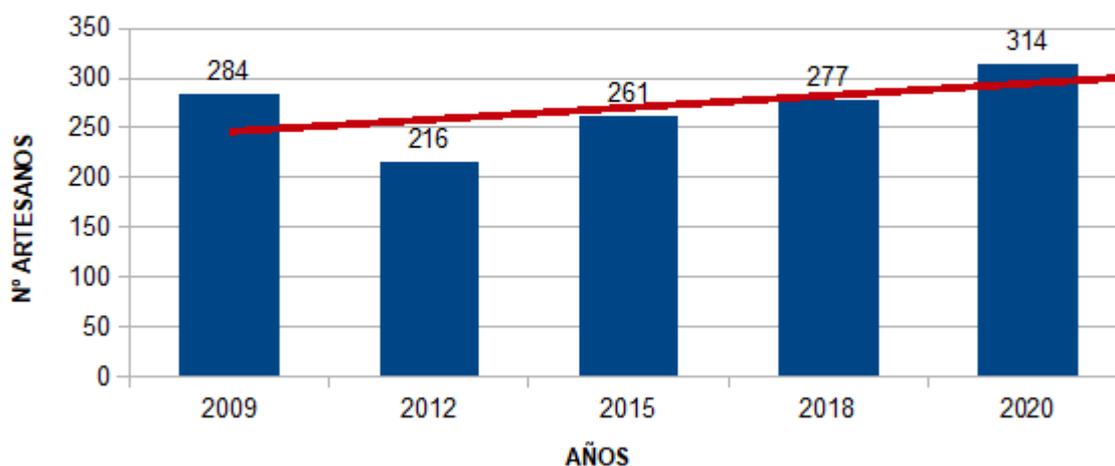


Figura 2

Igualmente, el Registro de Artesanos no computa la totalidad del sector, si bien constituye una muestra bien representativa. En efecto, el censo de actividades CNAE de los oficios que figuran en el repertorio incrementa el número de autónomos y empresas a una cifra aproximadamente 7 veces mayor. Muchas de estas empresas serían inscribibles.

Las razones por las que un 60% de las empresas con actividades compatibles con los oficios artesanos no figuran registradas pueden ser varias. No existiendo códigos CNAE *ad hoc* para las diferentes actividades artesanas, coexisten en las clases utilizadas empresas que no tienen tal carácter, así como otras en las que la componente manual es marginal. Otros no identifican en sí mismos el carácter artesano que puede tener su producción. Habrá también empresarios que no aprecian beneficios concretos que compensen las obligaciones registrales. En cualquier caso, la incorporación de una parte de este conjunto, permitiría fortalecer el sector en la medida de la ganancia de dimensión, mientras que a las empresas les facultaría a aprovechar los apoyos vehiculizados a través del registro.

En el plano cuantitativo es difícil conocer la facturación que genera la actividad artesana en Extremadura. La inexistencia de datos singularizados en las estadísticas regionales dificulta las estimaciones sobre el valor de la producción salida de los talleres. Los escasos estudios que se disponen ofrecen resultados sesgados debido a la tradicional opacidad del sector formal y, sobre todo, a la dificultad de estimar el peso de la parte no regular o ejercida a tiempo parcial. Pero no es desdeñable la importancia que la artesanía manufacturera tiene en el medio rural en el que principalmente se desarrolla y en el que conforma, junto a la pequeña industria agroalimentaria y los pequeños comerciantes y hosteleros, un triángulo de producción de valor en el que se evidencian sinergias que ocasionalmente son desarrolladas.

En cuanto a las modalidades de ejercicio empresarial, el sector artesano extremeño se caracteriza por el notable peso que tiene el empresario autónomo (83%) frente a la microempresa. Además es frecuente, y no sólo en la fórmula cooperativa, que los socios de una empresa sean a su vez autónomos, lo que hace que la ratio nº autónomos/ nº talleres sea 2,87. Consecuentemente el número de asalariados no es elevado. Cada taller artesano emplea tan sólo 0,78 trabajadores por cuenta ajena. Es muy excepcional la empresa artesana de más de 5 trabajadores. Existen únicamente 2, una de ellas de más de 10.

Por tanto, la artesanía es una actividad extensiva en mano de obra, normalmente de escasa cualificación. No obstante, aun siendo también limitada, el sector tiene una cierta capacidad endógena para generar nuevas actividades empresariales a través de la formación de aprendices y el autoempleo.

En otro orden, a diferencia de otras regiones del mundo donde existe una específica artesanía de género, en Extremadura se trata de una actividad básicamente desempeñada por hombres (72,6%). Existen razones sociales y culturales en el origen de esta situación, que también se explica por el hecho de que la mujer artesana queda confinada en la artesanía informal, bien bajo forma de ayuda familiar o como complemento de actividad

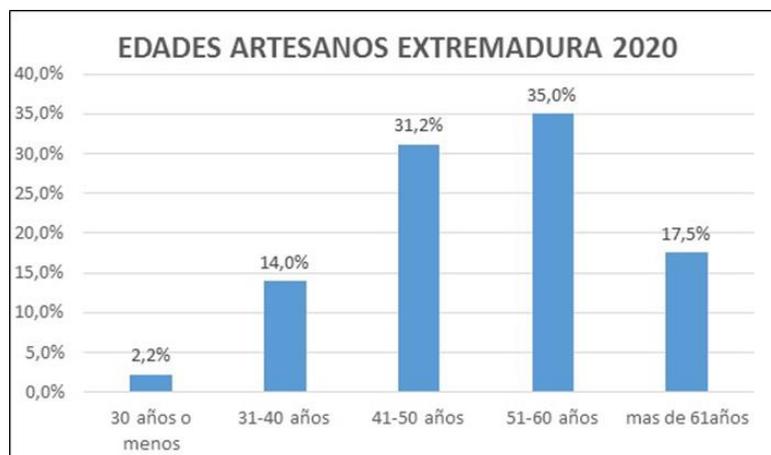


Figura 3

Otra particularidad que caracteriza el sector es la elevada edad de los artesanos y su bajo nivel de estudios. Los datos extraídos del Registro de Artesanos y Empresas Artesanas revelan que la edad media se sitúa en 50,7 años, existiendo un 52,5% de inscritos que superan los 50 años de edad. Tan solo el 16% tiene menos de 40 años, porcentaje que solo alcanza poco más de 2% en el caso de los jóvenes de menos de 30 años.

Si se compara la situación con los datos registrados en 2015, se infiere que el sector continúa la tónica de envejecimiento dado que no existe una entrada suficiente de jóvenes artesanos que compense la normal evolución biológica. En efecto, el porcentaje de artesanos de más de 61 años ha crecido 6,5 puntos porcentuales desde 2015 a 2020, mientras que el porcentaje de menores de 40 años no logra franquear el nivel de 20%.

En cuanto al nivel de cualificación, el 44% de los artesanos registrados no tienen estudios o son de nivel primario. Únicamente un 18% posee formación universitaria. Se trata de un factor limitativo que afecta negativamente a la competitividad del sector ya que frena la evolución tecnológica y la innovación. El bajo nivel de formación dificulta asimismo la transmisión de los oficios.

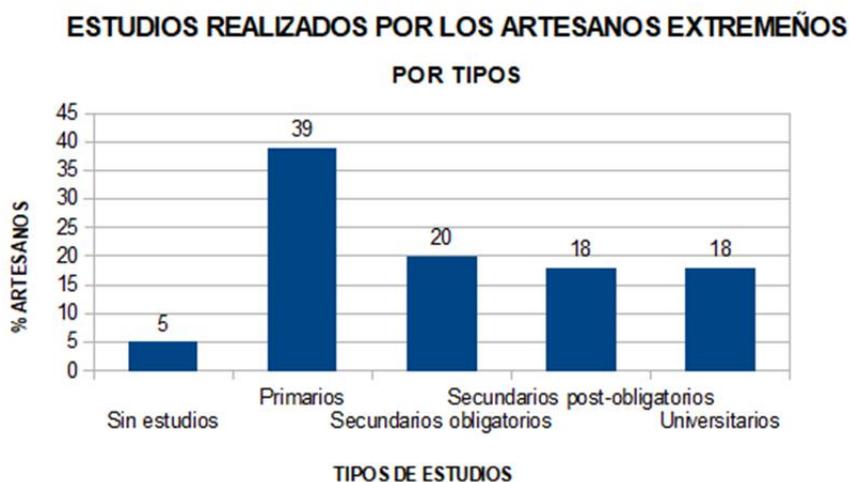


Figura 4.

Sin embargo, respecto a este importante factor, el sector muestra una evolución positiva dado que, si en 2015 el peso del segmento “sin estudios o estudios primarios” era del 51% frente a 11% de “estudios universitarios”, en 2018 estos porcentajes fueron de 45% y 14% respectivamente, mientras que ya en 2020, como se decía, registran 44% y 18%. En 6 años, justamente el periodo de los programas operativos y planes de impulso aún vigentes, el peso del primer segmento se ha reducido en 6 puntos, mientras que el porcentaje de artesanos con estudios superiores ha crecido en 7 puntos.

En definitiva, el sector mantiene una elevada cota en cuanto a las características “bajo nivel de cualificación” y “edad elevada”. Esta desfavorable combinación de factores genera resistencias naturales al cambio, que pueden trabar el alcance y la efectividad de las medidas más avanzadas que puedan ser planteadas en favor del sector artesano extremeño y, en definitiva, su progresión.

En otro orden de cosas, y dentro de la lógica individual de trabajo el artesano concentra en sí mismo las funciones empresariales, encargándose de manera elemental de las tareas relacionadas con a la producción (suministros, financiación, comercialización). Consecuentemente, la gestión en el interior de los talleres dista de seguir un enfoque empresarial y una orientación clara hacia el mercado.

Las asociaciones de artesanos y empresas artesanas.

El nivel de asociacionismo del sector no es elevado. El Registro de Artesanos y Empresas Artesanas inscribe tres asociaciones de distintos ámbitos espaciales de acción. Entre todas asocian el 36,6% de los inscritos, en total 115.

CUADRO 1. LAS ASOCIACIONES DEL SECTOR ARTESANO EXTREMEÑO.

Asociación	Nº de asociados	Ámbito
ARTESANEX	91	Regional
ASOCIACIÓN ALFAREROS DE SALVATIERRA DE LOS BARROS	16	Local
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE MÉRIDA Y COMARCA	8	Comarcal

Las TIC en la empresa artesana extremeña.

Conocer la situación del sector artesano con relación al uso que hace de las TIC es el motivo del estudio realizado en septiembre de 2020 sobre este aspecto crucial para el devenir de la empresa artesana. Los resultados han sido comparados con las conclusiones de la encuesta realizada en 2007².

La primera cuestión ha sido conocer y comparar el nivel de equipamiento de equipos informáticos por parte de los artesanos extremeños. El ordenador personal está disponible para el 95% de los artesanos, porcentaje que no ha variado entre ambos periodos. Sin embargo, 13 años después del primer estudio, sigue habiendo un pequeño porcentaje de artesanos que no dispone o afirma no necesitar el ordenador.

En cuanto al tipo de máquina, si en 2007 existía un predominio casi absoluto del PC de sobremesa (89,5%), normalmente situado en el taller (63% los casos, frente al 27% en la casa), hoy día el 49% de los artesanos registrados dispone de un equipo móvil (portátil/tablet, o ambos), frente al 48% que mantiene el PC fijo (35% en casa, 65% en el taller).

Es decir, la portabilidad se ha instalado en la empresa artesana y, más relevante; si antes el PC de sobremesa se compartía para el uso doméstico y profesional, en la actualidad el 80% de los equipos (fijos + portátiles) se encuentran en el taller.

El empleo de programas ofimáticos es general en los ordenadores de los artesanos encuestados. Un 44% de ellos utilizan aplicaciones de diseño (Photoshop, CorelDraw), porcentaje que se reduce al 19% cuando se trata de programas específicos relacionados con el oficio, fundamentalmente de carpintería de madera y metálica (Sistemas CNC, Wood Designer, otros) y también para modelado o bordado. Puede decirse que el avance en cuanto al uso de aplicaciones específicas de diseño ha sido notable, aunque lento, en el intervalo entre los dos hitos de referencia.

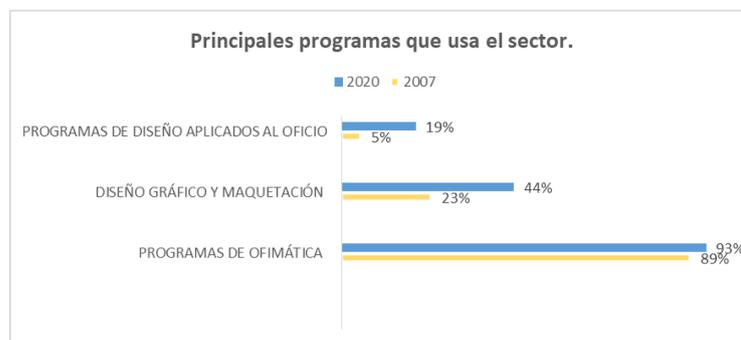


Figura 5

² Estudio Fundación ARTETIC. La encuesta 2020 ha sido realizada sobre una muestra del 20% del Registro de Artesanos y Empresas Artesanas.

El correo electrónico está prácticamente generalizado entre los artesanos extremeños. Y solo los que no disponen de ordenador son ajenos a él. En 2007, el porcentaje de artesanos que disponía de cuenta de correo electrónico era de 70%. El 78% de los encuestados en 2020 afirma revisar el correo electrónico todos los días. En 2007 este porcentaje era de 64%.

Sin embargo, el principal medio de comunicación de los artesanos con sus clientes y proveedores sigue siendo el teléfono (28%), seguido de la mensajería instantánea (23%) y el correo electrónico (20%).



Figura 6.

En 2007, la tecnología de acceso utilizada por más del 90% de los artesanos que se conectaba a Internet para su actividad profesional era ADSL. Actualmente, el 66% dispone de fibra óptica.

En cuanto a la presencia en la red, el 66% de los encuestados disponen de una página web propia (en 2007, este porcentaje era ya del 50%). Se trata de un valor que no puede ser extrapolado al conjunto de los artesanos registrados, si bien ofrece una clara pista sobre una evolución ascendente. Tendencia que viene corroborada por el hecho de que un elevado porcentaje de los que no disponen de página web, manifiestan la intención de crearla en el futuro. Falta de conocimientos (35%); motivos económicos (32%) y tiempo disponible (21%), son las razones esgrimidas por los artesanos sin presencia en la red. Aproximadamente un 50% de los artesanos muestran sus productos y colecciones en catálogos digitales, ya sea en sus páginas web o en otros soportes informáticos.

Las ventas en plataformas electrónicas está poco extendida entre los artesanos extremeños, siendo raras u ocasionales las realizadas hacia el extranjero.

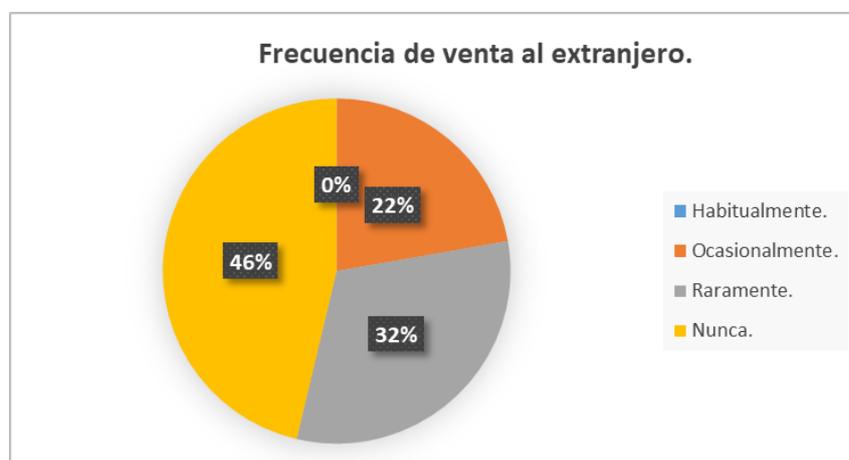


Figura 7.

Sin embargo la presencia en redes sociales está muy generalizada (92% de los encuestados), siendo los lugares favoritos junto con la página web, para compartir fotografías relacionadas con el trabajo artesano. El teléfono móvil es el medio más utilizado para capturar las imágenes, siendo muy pocos (5%) los que acuden a servicios profesionales. Un 30% de los encuestados poseen un blog personal relacionado con su oficio.

En cuanto a las funcionalidades y servicios que ofrecen las herramientas digitales de marketing, existen ejemplos de artesanos extremeños que las utilizan asiduamente como un medio más del proceso de comercialización, aunque la mayor parte (61%) son ajenos a las técnicas de posicionamiento de producto.



Figura 8.

En resumen, la evolución que muestra el sector al comparar la situación en 2007 y 2020 indica que ha existido un verdadero avance en cuanto al empleo de las TIC por los artesanos extremeños, aunque resta un 5% marginal en la era analógica. Sin embargo, el canal digital es solo una opción para un pequeño grupo de artesanos y empresas artesanas.

La comercialización

Otra de las debilidades tradicionales que caracteriza el sector artesano extremeño es su escasa proactividad y casi nula reactividad en la comercialización del producto. Para la mayoría de los artesanos, el taller es el escaparate. Las salas de comercialización anexas constituyen una solución que han adoptado los artesanos extremeños para no acometer inversiones ineficientes e incurrir en costes ociosos, que se producirían si abrieran establecimientos comerciales fuera de sus talleres. Es un paso más cualificado, pero insuficiente. Existen enormes lagunas en cuanto a los aspectos funcionales de la venta al detalle (escaparatismo, disposición, iluminación, medios de pago, promoción, etc.). Disponer de una gran sala anexa a un taller situado en una pequeña localidad con escasa atracción comercial o turística no es una estrategia adecuada, a menos que se complemente con herramientas de visibilización como una página web regularmente activa, o se empleen soportes promocionales.

En cuanto a la reactividad, la gestión de clientes es rara en la dinámica habitual de gestión comercial. Es indudablemente cierto que esta tarea exige dedicación en forma de horas sustraídas al trabajo productivo. Pero también lo es que genera retornos que alimentan la producción. Son pasos, en definitiva, que contribuyen a dimensionar la empresa artesana y a subirla de escala.

La asistencia a ferias de venta directa de carácter local o comarcal sigue siendo una modalidad bastante utilizada, que viene refrendada por el impacto que, sobre las ventas anuales, supone este canal para los pequeños artesanos y artesanas. En la dirección contraria, el reclamo del producto artesanal es frecuentemente utilizado en las ferias y mercadillos locales de carácter ocasional que surcan las localidades extremeñas. Se trata de un enfoque erróneo porque, en bastantes ocasiones, los productos exhibidos provienen de una actividad no realizada a tiempo completo, o bien por que por sus características, no puede clasificarse como una actividad artesana.

En Extremadura se celebran varios encuentros profesionales de cierta notoriedad, donde la venta directa constituye necesariamente la actividad principal. Desde su primera edición en 2015, el certamen FERINARTE, proyecto impulsado desde la Junta de Extremadura, a través de la Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital y organizado por la Institución Ferial FEVAL, ha sido el punto de encuentro comercial de la artesanía extremeña a nivel regional, buscando una proyección nacional e internacional para graduarse como un referente del Suroeste Ibérico. Con buenos resultados, dada la idoneidad de las fechas de celebración y el marco donde se desarrolla³, constituye una excelente muestra de la artesanía formal profesional, alrededor de la cual se celebran otros eventos notorios relacionados, como exposiciones, demostraciones TIC e innovación, talleres en vivo, o misiones inversas de compradores.

Como todos los eventos comerciales de carácter presencial, FERINARTE ha sido también afectada por las restricciones de movilidad y concentración causada por la pandemia. No escapa, por tanto, del obligado escrutinio acerca del devenir de este tipo de formatos, cuyo *lev motiv* radica precisamente en la venta presencial y el contacto físico con los clientes.

Hay lugar para destacar en este análisis la red de salas de comercialización de ARTESANEX, constituida por 8 establecimientos situados en localidades de notoria raigambre histórica y artesanal, no exentas de atractivos turísticos. Se trata de una buena práctica que recibe apoyos desde las Diputaciones Provinciales y que debe seguir siendo sostenida. En primer lugar, porque las salas residen en edificios catalogados como históricos, dotados de características arquitectónicas propias; en segundo lugar, porque permite una oferta amplia, variada y representativa de la artesanía extremeña y finalmente, porque posibilita concentrar y organizar la logística de punto.

La internacionalización de la empresa artesana.

La internacionalización de la empresa artesana se revela como una de las grandes debilidades del sector, aunque no obstante haya algunos artesanos que exporten ocasionalmente. Las excepciones vienen de la mano de las empresas de mayor tamaño, siendo los objetos de alfarería y cerámica los más comercializados fuera de nuestras fronteras. Para algunas de las empresas de esta rama de actividad, la exportación regular representa un apreciable porcentaje de su facturación.

Sin embargo, no es la exportación el destino habitual en la comercialización de los productos artesanos extremeños. Esto es así por las características de producto de los oficios más representados en el Registro de Artesanos (carpintería en madera, carpintería metálica), así como por la tipología de cliente (local y regional) al que los productos mejor se adaptan.

³ Fiestas del 1 de mayo, en Trujillo, coincidiendo con la Feria Nacional del Queso, de la que obtiene sinergias y aprovecha la afluencia de público.

La asistencia a ferias internacionales de venta directa constituye la vía de salida más utilizada por unos pocos artesanos extremeños hacia los mercados exteriores. La feria de Milán (“L'Artigiano in Fiera”), la Feria de Budapest (“Festival Folk Arts Budapest”) o la Feria de Artesanía de Lisboa (“FIA Lisboa”) han sido los principales certámenes donde los productos artesanos extremeños han estado presentes en los últimos años, normalmente bajo el pabellón de Artesanía de Extremadura.

Otros certámenes importantes donde la artesanía extremeña hubiera podido poner el foco, como “Maison&Objet” de París o “London Design” entre otras, han suscitado un cierto interés que no se ha visto refrendado por una presencia ni siquiera puntual, en cierta manera debido a las exigencias que estos eventos demandan a las empresas participantes.

La venta por Internet y la mayor facilidad de acceso a la logística punto a punto ha facilitado también que algunos artesanos extremeños vendan al extranjero a través del canal online. Se trata, por ahora, de ventas puntuales, mostrándose el segmento de extremeños y españoles expatriados un nicho de mercado no desdeñable, en la medida que se pueda dar respuestas de calidad a demandas personalizadas.

Existen múltiples factores que explican la limitada presencia del artesano extremeño en el exterior. La escasa cultura exportadora, el desconocimiento de los procedimientos de exportación, la existencia de barreras idiomáticas, las incertidumbres, etc., conforman obstáculos notables para unos artesanos imbuidos en su lógica cotidiana de trabajo en los talleres.

La marca promocional “Artesanía de Extremadura”.

La marca Artesanía de Extremadura es el elemento identitario sobre el que se apoya la política de promoción de la Junta de Extremadura. Creada en 2010, es el emblema reconocible del pabellón institucional en los certámenes comerciales en los que los artesanos extremeños están presentes de manera agrupada. No constituye una marca de calidad basada en un pliego de prescripciones. Se trata básicamente de una marca promocional construida sobre un reglamento de uso y un manual de identidad visual corporativa.

Asimismo, las condiciones de uso por los artesanos autorizados no son, en modo alguno, restrictivas, dado que únicamente se establecen unas sencillas reglas de origen y de etiquetado y una remisión general al respeto de las normas transversales que rigen la comercialización de los productos no alimentarios.

El interés de los artesanos en la marca Artesanía de Extremadura es notorio. Sin embargo su empleo se halla fuertemente ligado a las ventajas y beneficios que aquellos puedan obtener.

El uso de un pequeño cartel en los stands para identificar la procedencia y diferenciarse de otros productos concurrentes es usual. El empleo de etiquetas con la marca está menos extendido, entre otras razones porque no muchos artesanos etiquetan sus productos, aunque ésta es una tendencia al alza. El programa de comercialización de ARTESANEX para los productos exhibidos a través de su red de salas de ventas contempla el uso del logo-símbolo en los elementos del *packaging*.

Las cifras actualizadas a 2019 indican que 110 artesanos extremeños se hallan autorizados para utilizar la marca Artesanía de Extremadura. La evolución ha sido creciente, pero las altas por año están estancadas, como puede verse en la siguiente figura. El potencial de crecimiento es aún elevado, pues 62% de los inscritos en el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas no están adheridos a este programa promocional.

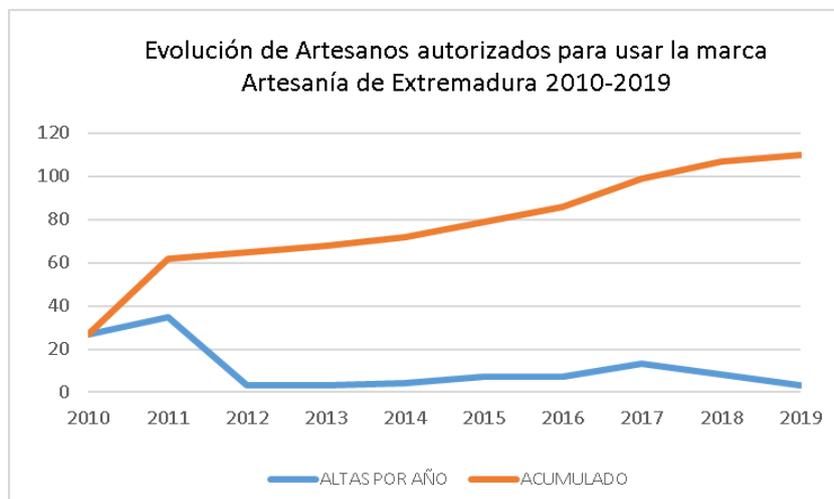


Figura 9.

Es evidente que no todos los productos salidos de los talleres artesanos son idóneos para ser etiquetados bajo “Artesanía de Extremadura”, pero hay determinados para los cuales el valor de origen que les confiere representa un plus, tanto más cuanto la marca “Extremadura”, de la que derivan todas las *labels* promocionales, reenvía a valores cada vez más apreciados por los consumidores.

La reciente publicación del Decreto 3/2020, de 12 de febrero, sobre las condiciones de uso de las marcas promocionales de la Junta de Extremadura, a través de la Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital, se revela como una oportunidad para el relanzamiento de “Artesanía de Extremadura”. Este proceso debe ir de la mano de campañas de promoción, pero también de un control más exhaustivo sobre el origen, para lo cual el precitado decreto establece ya normas muy precisas.

Las Áreas de Interés Artesanal.

Las Áreas de Interés Artesanal son zonas geográficas que han sido distinguidas con tal calificación por mantener un núcleo artesano de especial interés por razones culturales y sociales y cuyo impacto sobre la economía local es notable. En la actualidad, hay 3 áreas declaradas: Salvatierra de los Barros, en 2012; Torrejoncillo en 2016; y Llerena, en 2018. Existen evidentemente otras localidades que son merecedoras de esta declaración y que solo requieren el impulso por parte de las asociaciones sectoriales y las respectivas corporaciones locales.

La declaración conlleva una serie de beneficios esencialmente ligados a la priorización de las ayudas existentes, en favor de los artesanos en ellas instalados. La visibilización de este reconocimiento y la promoción de estas áreas son aspectos que deben ser abordados sin dilación en el nuevo marco estratégico del sector.

3. LAS ESTRATEGIAS DE APOYO AL SECTOR ARTESANO EXTREMEÑO AL HORIZONTE 2020.

Antecedentes.

El marco estratégico en la que se han basado las políticas de apoyo al sector artesano en el periodo 2014-2020 ha estado delimitado por el Plan de Impulso de la Artesanía 2014-2017 y el Instrumento Estratégico de Ayudas 2015-2020. Ambos planes se hallan alineados con las prioridades y objetivos específicos de los Programas Operativos FEDER y FSE Extremadura 2014-2020.

En síntesis, el marco estratégico de acción apuntaba hacia el tratamiento de la artesanía como una actividad profesional viable, en la que los jóvenes pueden desarrollar una carrera profesional, con una decidida orientación hacia el mercado, a través de la creación de sus propias empresas. El logro de estos objetivos globales incidiría sobre el relevo generacional y la preservación de la componente patrimonial y cultural que encierra la artesanía.

Objetivos globales	Indicadores objetivamente verificables
Consolidación de la artesanía como una actividad profesional a parte entera.	La parte de la artesanía en el empleo regional es consolidada. La parte de la artesanía en el PIB regional es consolidada.
Creación de empresas artesanas, en particular por los jóvenes.	El número de empresas artesanas aumenta. La tasa de reposición anual es siempre positiva.
Orientación de la artesanía extremeña hacia el mercado.	Orientación al consumidor y a la competencia. Evolución de las compras de productos artesanos extremeños.
Preservación del patrimonio cultural que encierra la artesanía extremeña.	Preservación del saber-hacer. Los oficios en riesgo de desaparición evolucionan positivamente.

El Plan de Impulso a la Artesanía 2014-2017.

El Plan de Impulso de la Artesanía 2014-2017 nació de una reflexión auspiciada desde la Junta de Extremadura en la que intervinieron las principales partes implicadas del sector. El espacio de discusión promovido permitió analizar el origen y las causas de la falta de relevo generacional, así como la proposición de alternativas y acciones.

Finalmente, el plan, cuyo objetivo específico era el de impulsar la incorporación de jóvenes a los oficios artesanos, contribuyendo así al relevo generacional, fue configurado a través de la formulación de un conjunto de medidas en los siguientes ámbitos de intervención:

1. Impulsar las redes de cooperación interdisciplinar e interinstitucional.
2. Ampliar y mejorar la oferta formativa en artesanía.
3. Mejorar las capacidades de los artesanos para la transmisión de los oficios (enfoque profesional y orientación hacia el mercado).
4. Establecer medidas de incorporación de jóvenes a la artesanía.
5. Desarrollar un programa de internacionalización.

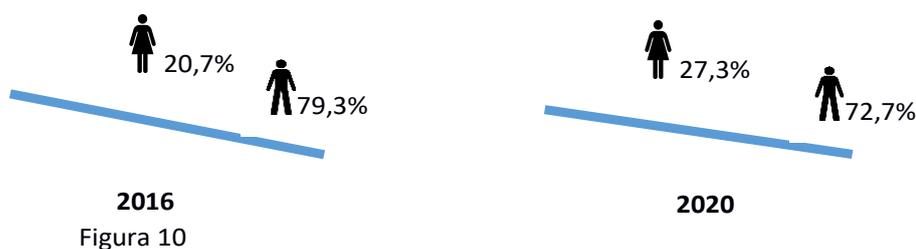
Objetivo específico	Indicadores objetivamente verificables	Fuentes de verificación
Contribución a la incorporación de jóvenes a los oficios artesanos permite el relevo generacional en la artesanía extremeña.	La edad media por tramos de edad evoluciona positivamente. El número de aprendices en los talleres aumenta.	Registro de Artesanos y de Empresas Artesanas. Encuestas a artesanos.

La ejecución de las medidas contenidas en el Plan de Impulso se ha visto condicionada por diversos factores. A la vista de sus ambiciosos objetivos, dado el carácter transversal y el alcance que tenía, el plan exigía la participación e implicación de diversos organismos y entidades externas al órgano que ostenta las competencias en materia de artesanía. Por ello, es obligatorio señalar que algunas de las medidas no han visto la luz, consecuencia primordialmente de la falta de cobertura financiera o de la priorización de otras acciones de mayor relación beneficio-coste, por parte de aquellos organismos externos en principio llamados a participar.

No obstante, a pesar de estas lagunas, puede decirse que el plan ha contribuido a alcanzar los indicadores ligados a los objetivos generales enunciados. En efecto, la evolución de las inscripciones en el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas ha sido siempre positiva, como muestra la figura 2.

Tras la crisis económica desencadenada en 2008, el Registro acusó una pérdida de actividad hasta 2013, momento en que la tendencia se revierte. A partir de entonces, el sector ha crecido a ritmos del 6% anual, en términos de efectivos productivos. En las postrimerías de 2020, el número de artesanos se sitúa en torno a 315.

En cuanto a uno de los problemas mayores que fueron detectados en la fase de análisis previa, los valores constatados indican una mayor presencia de jóvenes artesanas, esencialmente focalizada en los oficios del



El Instrumento de Ayudas 2015-2020.

El instrumento de ayudas 2015-2017, posteriormente ampliado hasta 2020⁴, ha constituido el marco regional de referencia de la política de apoyo y sostenimiento con que ha contado el sector en este periodo. La estrategia de las ayudas se halla alineada con la temática y los objetivos específicos del Programa Operativo Extremadura FEDER 2014-2020, de la que obtiene la cofinanciación necesaria.

Las orientaciones estratégicas de este mecanismo de ayudas se han dirigido hacia dos metas:

- a) Incrementar la base productiva por la vía de la creación de nuevos talleres, fundamentalmente por jóvenes emprendedores, así como por la incorporación de artesanos y artesanas desde la actividad marginal al ejercicio profesional.
- b) Proseguir el proceso de mejora de la competitividad, de incremento de la productividad y de orientación hacia los mercados.



Figura 11.

Gracias a este marco de ayudas, los artesanos extremeños se han beneficiado en el periodo referido de una medida específica del PO FEDER Extremadura, cuya prioridad de inversión es la implementación de “capacidades avanzadas”.

No se trata de una metáfora cuando el marco de acción alude a esta expresión. La actividad artesana, desde una visión más amplia, no puede quedar limitada al trabajo estrictamente manual, dado que hay tareas que pueden y deben ser realizadas empleando medios más mecánicos. No es cuestión de sustraer o desmerecer la componente manual que encierra el valor artesano. Esta componente se encuentra en las actividades de mayor valor ligadas a la creatividad, el diseño, la maestría y el saber-hacer. La mano del artesano es entonces insustituible.

Sin embargo, desde una concepción más amplia de lo que se entiende como actividad artesana, mucho más próxima al enfoque de países como Francia o Alemania, la adquisición de capacidades avanzadas se muestra como un factor clave para reforzar la competitividad de la empresa artesana.

Esta cuestión es más determinante en tanto que en torno al 40% de las empresas registradas operan en los subsectores de carpintería metálica y carpintería de madera, en donde las ganancias de productividad son muy dependientes de la mecanización de las operaciones. Lo cierto es que los equipos de control numérico y la maquinaria de tecnología punta son ya una realidad en cada vez más talleres artesanos.

⁴ La vigencia del instrumento de ayudas se amplía hasta 2022 en virtud de la regla n+2 del PO.

Aunque no es posible generalizar, dada la variedad de oficios y de formas de producción, los talleres artesanos extremeños cuentan con una adecuada dotación a nivel de equipamiento, herramientas y utillaje. Los mecanismos de ayudas puestos a disposición del sector de manera casi ininterrumpida durante los periodos 2001-2006, 2007-2014 y 2015-2020, han llevado a una notable mejora de los procesos de producción y comercialización, así como a alcanzar mayores cotas de calidad y de acabado en el producto final, lo que ha trascendido en ventajosas netas de productividad para el sector.

Ayudas al sector 2015-2020.

- Ayudas para la modernización de los talleres

En el periodo de referencia, el gasto público en ayudas directas que el sector artesano extremeño ha recibido para la mejora de los talleres ha sido de 1,6 millones de euros (268.344 euros/año)⁵. La movilización de recursos gracias a las subvenciones, es decir incluyendo la financiación privada, se elevó a más de 3,5 millones de euros.

INVERSION EN EL SECTOR CON AYUDA PUBLICA 2015-2020

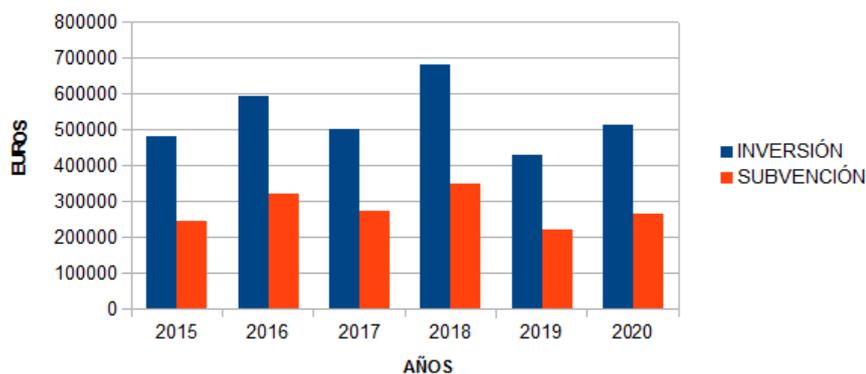


Figura 12.

En dicho periodo, 137 artesanos y empresas artesanas recibieron ayudas para la modernización y mejora de sus talleres. El número de proyectos auxiliados se elevó a 213, si bien la cifra se reduce a 141 al computar únicamente los proyectos que culminaron su ejecución (llevados a término por 89 artesanos y empresas artesanas, sin considerar repeticiones).

La mayor parte de los proyectos (64%) consistieron en inversiones de mejora de los procesos de producción, ya fueran de sustitución, ampliación de capacidades existentes o de adquisición de nuevas capacidades de producción.

Hay lugar para destacar dos resultados relevantes del instrumento de ayudas 2015-2020:

- La creación de 15 nuevos talleres⁶.

⁵ El valor para 2020 ha sido estimado.

⁶ Los criterios para computar el número de nuevos talleres son restrictivos: alta reciente en IAE, no inscripción registral. El número real de nuevos talleres que recibieron ayudas es sensiblemente superior a esta cifra.

b) La adquisición de capacidades avanzadas en 26 de los proyectos atendidos.

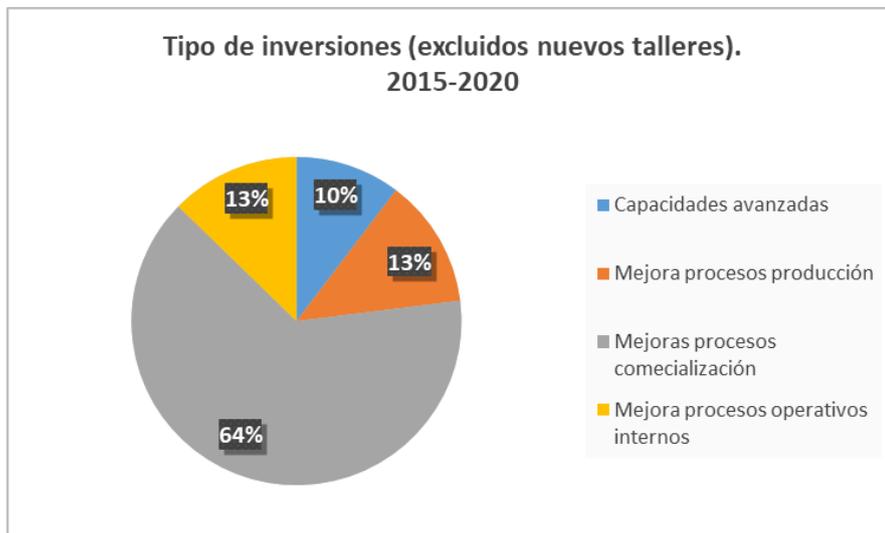


Figura 13.

En cambio, los artesanos y artesanas extremeños no mostraron real interés en acometer inversiones para habilitar y dotar salas de formación en sus talleres. Esto indica un bajo grado de concienciación sobre la necesidad – entre compromiso y obligación para los maestros artesanos – de involucrarse en la formación de aprendices y en el relevo generacional.

En conclusión, puede decirse que la medida específica del PO FEDER 2014-2020, vectorizada a través del instrumento de ayudas, ha movilizado una apreciable cantidad de recursos públicos y privados lo que ha permitido avanzar al sector en el proceso de modernización. Sin embargo, el número de talleres que han participado en este proceso puede ser considerado bajo. Ciertamente existe un núcleo dinámico de artesanos y empresas artesanas, en general las de mayor tamaño, que acceden y se benefician de las ayudas. Pero hay otras muchas que quedan al margen.

En el análisis realizado para la formulación del Instrumento de Ayudas 2014-2017 se estimó que un 60% de los talleres tendrían necesidades de llevar a cabo proyectos alineados con las orientaciones estratégicas del marco de ayudas. Como se ha apuntado más arriba, este porcentaje sólo ha alcanzado a poco más del 30% de los artesanos registrados.

La estructura del sector artesano extremeño adolece de un peso elevado del taller más tradicional regentado por el artesano autónomo (83%). Sin intención de generalizar, el artesano individual es más reacio a acometer inversiones, tanto más cuanto ya tenga recorrido una larga carrera de ejercicio profesional. Por otra parte, el grado desistimiento que revela la gestión de las ayudas ha sido elevado, situado en 34%.

Estos factores y circunstancias lastran la modernización del sector y han de ser tenidos en cuenta en la configuración de nuevos mecanismos de ayudas.

- Ayudas y actividades de formación en beneficio de la población artesana.

Una de las particularidades de las políticas públicas en materia de formación es la extensión de las actividades al denominado “conjunto de la población artesana”. Bajo este concepto no sólo se incluyen, de manera preferente, los artesanos registrados sino todas aquellas personas que se hallan ligadas de una manera u otra al sector, como diseñadores, profesores y estudiantes de las escuelas de arte, diseño, jóvenes aprendices y, en general, personas que busquen un desarrollo personal y profesional en el mundo de la artesanía.

Las condiciones de elegibilidad del PO FSE Extremadura 2014-2020 eliminó la opción de organizar y subvencionar actividades de formación para un público indiferenciado. El cambio de método tuvo como consecuencia la reducción del número de “personas formadas” en beneficio de una formación más focalizada, tanto en los destinatarios como en las materias impartidas.

Durante el periodo 2015-2020 los artesanos extremeños han dispuesto de dos medidas específicas enmarcadas en el programa operativo FSE.

- a) Acciones de fomento de la capacitación de personas vinculadas a la artesanía, dentro de la prioridad 8.3.1. “Aumentar las competencias emprendedoras e incrementar el número de empresas e iniciativas de trabajo por cuenta propia sostenibles (...)”, que ha tenido como objetivo específico la adquisición y el fortalecimiento de capacidades técnicas artesanas específicas, así como de capacidades transversales.
- b) Ayudas para la contratación de aprendices, dentro del objetivo específico 8.1.5. “Mejora la empleabilidad de las personas desempleadas o inactivas, especialmente de aquéllas con mayores dificultades de acceso al mercado laboral, por medio de la adquisición de experiencia profesional”

Ambas medidas están relacionadas. La primera ha consistido en cursos de formación en favor de la población artesana de Extremadura. La segunda, denominada “Cheque aprendiz”, ha estado dirigida a la formación en taller, durante tres años, de jóvenes desempleados por parte de los artesanos participantes en este programa. Esta formación no solo se ha orientado hacia la transmisión del saber y saber-hacer artesano, sino también a la enseñanza en materias transversales, como la gestión empresarial, el marketing, los procesos creativos, o la comercialización, entre otras.

El diagnóstico realizado sobre las causas que dificultan el relevo generacional puso de manifiesto las insuficiencias que los artesanos extremeños mostraban en los métodos de gestión de procesos, haciendo emerger la necesidad de llevar a cabo formaciones específicas en este dominio. Asimismo, una de las materias de máxima importancia en la que se ha querido incidir, y que no ha acaparado suficiente atención por parte de los artesanos, es la de las habilidades pedagógicas para la transmisión de los oficios.

Así y todo, a lo largo del periodo considerado los artesanos extremeños se han beneficiado de esta formación de carácter transversal, lo que les ha permitido ampliar su visión sobre el mundo empresarial. Particularmente provechoso fue el Master de Artesanía y Diseño 2015 que, en formato mayoritariamente virtual, proporcionó a los 18 participantes una formación de alta calidad y superior alcance.

La formación especializada para el perfeccionamiento de técnicas artesanales ha sido otra de las actividades que han sido desarrolladas dentro de la medida FSE. Son necesidades que han sido demandadas por las asociaciones del sector y que han sido debidamente respondidas por el órgano competente en materia de artesanía, encargado de la implementación.

CUADRO 2. ACTIVIDADES FORMATIVAS REALIZADAS EN EL PERIODO 2015-2020.

MASTER	Máster de Artesanía, Arte y Diseño (2015)
CURSOS DE ADQUISICIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DE TÉCNICAS ARTESANAS.	Carpintería mudéjar I. Técnicas mudéjares. (2016)
	Esmaltes sin plomo para cerámica I. (2016)
	Esmaltes sin plomo para cerámica II. (2016)
	Caracterización de arcillas y preparación de pastas de alta calidad. (2017)
	Carpintería mudéjar II. Diseño y construcción de estructuras. (2017)
	Cincelado artístico. (2017)
	Técnicas de pintura y dibujo sobre cerámica. (2017)
	Decoración con sales solubles y engobes salados.(2017)
	Nuevas pastas cerámicas. (2020)
	Iniciación a la joyería en cerámica. (2020)
	Nuevos esmaltes cerámicos. (2020)
	Cristalización de esmaltes cerámicos. (2020)
	Imprimación de imágenes en piezas cerámicas. (2020)
CURSOS DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	Uso de la herramienta tecnológica del láser. (2016)
	Uso de los sistemas de control numérico. (2016)
	Aplicación de las impresoras 3D en artesanía. (2016)
CURSOS DE ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES	Comercio electrónico y marketing digital. (2015)
	Habilidades pedagógicas. (2015)
	Procesos creativos. (2015)
	Técnicas de ventas orientadas al cliente. (2017)
	Técnicas de ventas orientadas al Cliente. (2019)

Sin contar las actividades lanzadas en 2020, el número de alumnos participantes en las formaciones organizadas ha ascendido a 162 (113 hombres y 49 mujeres). Comparativamente, a la vista de la composición en género del sector (75%-25%, de media), la participación femenina es ligeramente superior en el conjunto de las actividades formativas (70%-30%), y tanto más cuando se trata de competencias transversales (60%-40%).

Sin embargo, hay lugar para señalar que la respuesta del conjunto de los artesanos ha sido débil, tratándose de una formación de alta calidad y absolutamente necesaria para la progresión en sus carreras profesionales. Como en el caso de las ayudas para los talleres, existe un núcleo muy dinámico de profesionales muy celosos de su preparación. La formación en cascada, a partir de este núcleo de formador de formadores, abre nuevas vías en este campo que deben ser estudiadas en los nuevos programas del FSE para 2021-2027.

La floja respuesta de los artesanos a la oferta formativa se explica, fundamentalmente, por la necesidad de pausar la actividad productiva durante varios días para consagrar tiempo a la formación. Paradójicamente, las encuestas de satisfacción de los participantes en los cursos y seminarios organizados en el periodo 2015-2020 ponen de relieve la necesidad de incrementar el número de horas. El canal digital permite ampliar la duración de las actividades formativas puesto que los horarios son muchos más flexibles. El referido máster de 600 horas de duración vuelve a ser un ejemplo. Se trata, en definitiva, de una cuestión que debe ser atendida en el nuevo marco de acción.

Llegado a este punto, es el momento de recordar la figura del maestro artesano y su ineludible rol en el proceso de transmisión del saber-hacer, así como en su contribución al legado patrimonial. El Diploma de Maestro Artesano, título que reconoce la trayectoria y maestría en el oficio, debe tener siempre un retorno social y económico a través de la compartición de conocimientos y experiencias.

El número de títulos de maestro artesano otorgados desde la creación de este reconocimiento es de 12, permaneciendo en activo 9 de los reconocidos. La mayor parte corresponde al oficio de la alfarería y la cerámica. Sólo una artesana ha obtenido este título.

CUADRO 3. MAESTROS ARTESANOS EXTREMEÑOS RECONOCIDOS.

Fecha	Nombre	Localidad	Oficio
1998	Manuel Torrejón Collado	Guadalupe	Cobre-latón
1999	Rafael Ortega Porras	Mérida	Alfarería-cerámica
2003	Lorenzo Pérez Vinagre	Mérida	Cerámica
2004	Andrés González Castaño	Salvatierra de los Barros	Alfarería
2005	Julián Simón González	Ceclavín	Alfarería
2008	Avelino Carrasco Duran	Madrigal de la Vera	Cerámica
2009	Cayetano Pérez García	Salvatierra de los Barros	Alfarería-Cerámica
2012	Juan Carlos Vicente Castañares	Guijo de Santa Bárbara	Talla de madera
2015	Luisa Díaz Liviano	Mérida	Mosaico
2016	Vicente Grajera Almirante	Montijo	Forja
2019	Florentino Martín Martín	Llerena	Cerámica
2019	Antonio Moreno Arias	Torrejuncillo	Alfarería

Entre las obligaciones que implica la obtención del título de maestro artesano figura la de desarrollar, en la medida de sus posibilidades, una labor docente con el fin de que no se pierda el dominio del oficio artesano correspondiente⁷.

La implicación de los maestros artesanos en el proceso de relevo generacional ha sido en general baja, si bien la ausencia de una gestión rentable de este saber-hacer gremial no ha favorecido una participación efectiva. No han existido estímulos compensatorios de la carga de la formación, así como continuidad en las acciones de visibilización social en favor de este colectivo.

En otro orden de cosas, sigue habiendo limitaciones para el desarrollo de la figura del “maestro artesano formador”. La acreditación de las competencias profesionales resta aún una cuestión pendiente. El Instituto Extremeño de Cualificaciones Profesionales está llamado a participar, sobre todo, en algunas de las especialidades más extendidas y de mayor carácter endógeno como la alfarería.

Se ha aludido ya a las carencias en habilidades pedagógicas. Además, existen reticencias desde parte del sector a toda propuesta dirigida a exigir de los candidatos al título de maestro artesano el dominio en materias no estrictamente relacionadas con los “saberes” del oficio. Otras opciones son posibles, como la de compaginar la formación de los aprendices en talleres con cursos externos obligatorios sobre gestión empresarial.

⁷ Artículo 21, Decreto 123/2012, de 6 de julio, que regula el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas y la concesión del título de Maestro Artesano.

La medida denominada “cheque aprendiz”⁸ ha servido para que los artesanos hayan dispuesto de estímulos suficientes para formar aprendices. Se trata de una modalidad de apoyo que mantiene su interés y que debe seguir siendo considerada como necesaria para el futuro del sector. Sin embargo la eficacia de la medida ha sido más bien limitada. El valor del indicador del producto (nº de aprendices contratados sobre previstos), fuertemente impactado por la ausencia de convocatoria en el año del COVID-19, se ha situado en 48%. Sin embargo, el número de aprendices que culminan la formación (indicador de resultado) y el de los que continúan trabajando tras el tercer año (indicador de impacto) son bajos, 59% y 36% respectivamente. Un análisis en profundidad con las asociaciones se impone como necesario, a la vista de la baja demanda con relación a las expectativas, independientemente de que las condiciones de acceso a las ayudas hayan sido muy flexibles, así como de la escasa perennidad de los resultados.

CUADRO 4. INDICADORES DE EJECUCIÓN DE LA MEDIDA “CHEQUE APRENDIZ”.

Ficha financiera 2016-2020		Contratación 2016-2020		Indicadores de medida ⁹	
Nº de aprendices	Coste (€)	Nº de aprendices	Subvención (€)	Nº de aprendices que finalizan 3º año	Nº de aprendices que continúan tras 3º año
46	1.380.000	22	680.000	13	8

Debilidades y fortalezas. Amenazas y oportunidades.

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edad media elevada. - Nivel de cualificación bajo. - Inercias contrarias al cambio. - Bajo nivel en competencias transversales de los artesanos-formadores. - Ausencia de un itinerario profesional. - Gestión comercial insuficiente 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de oficios. - Dificultades estructurales para el relevo generacional. - Sustitución de la artesanía profesional por una artesanía informal.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buen nivel de equipamiento de los talleres. - Calidad del producto final mejorada por inversiones en medios de producción. - Trabajo artesano personalizado es bien apreciado por los consumidores. - Existencia de un núcleo dinámico de artesanos preparados que puede liderar la transformación del sector. - La producción artesana es eco-sostenible por naturaleza. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinergias con otros sectores. - Colaboración con las Escuelas de Diseño. - Introducción de herramientas tecnológicas y emplear nuevos materiales. - Emergencia jóvenes emprendedores. - Moda textil y complementos artesanos. - El canal digital. - Diferenciación del producto eco-sostenible.

⁸ El Decreto 101/2016, de 12 de julio, de fomento de la contratación de aprendices en los talleres artesanos, otorga una subvención de 30.000 euros por contratar y formar un joven desempleado durante 3 años.

⁹ Datos finales para 2021 (convocatoria 2019) han sido estimados.

4. NUEVOS RETOS, NUEVOS OBJETIVOS.

Los objetivos formulados en la estrategia de ayudas 2015-2020 mantienen plenamente su vigencia, si bien la entrada en liza de las variables “digitalización” y “eco-sostenibilidad” hace necesario una ampliación de las prioridades. Asimismo, la formulación de los nuevos objetivos demanda también la actualización de los instrumentos que han mostrado una mayor eficacia, así como la reconfiguración de aquellos cuyos resultados han sido más reducidos.

El incremento de la base productiva.

El incremento de los efectivos productivos es un objetivo cuyo logro no depende única y directamente de la puesta en marcha de un programa de estímulos. Existen condicionantes sociológicos y económicos externos cuyos efectos pueden inhibir los efectos de cualquier marco sectorial de apoyo. La existencia de un clima económico desfavorable y la concurrencia de factores adversos (dificultades de acceso al crédito, evolución del consumo, incertidumbres, deflación, etc.), así como imprevistos (COVID-19), pueden limitar el alcance y la efectividad de los mecanismos tradicionales de ayuda.

El factor clave para aumentar los efectivos productivos es asegurar una tasa de reposición de actividades artesanales positiva. Este objetivo sugiere actuar en dos frentes:

- Favorecer un entorno propicio para el desarrollo de la actividad artesana. Es posible actuar sobre la percepción que la sociedad tiene sobre la artesanía desde una visión moderna y actualizada. La existencia de un entorno favorable puede acrecentar el sentimiento de pertenencia a una corporación profesional. Hay lugar para la puesta en marcha de medidas tendentes a prestigiar los valores de la artesanía y a visibilizar las perspectivas profesionales que ofrece para los jóvenes. La combinación de medidas que influyan sobre la percepción emocional (imagen y noticias positivas sobre el sector, reconocimientos sociales), junto a acciones específicas de acompañamiento (promoción, proyectos demostradores, etc.), pueden contribuir a la creación de un entorno adecuado para la progresión del sector.
- Favorecer la incorporación de nuevos artesanos. La creación de nuevas empresas debe ser objeto de una discriminación positiva, particularmente de cara a la incorporación de los jóvenes a la artesanía profesional. Esta incorporación puede ser incentivada a través de sistemas de ayudas apropiados, si bien debe ser canalizada previamente a través de los procesos tradicionales de formación artesano-aprendiz. Los talleres han de constituir el núcleo de la formación por aprendizaje. A tales fines han de estar convenientemente adaptados para que la formación que se imparta respete unos estándares de calidad y de modernidad.

El incremento de la productividad y la competitividad.

El incremento de la productividad y la competitividad en los talleres artesanos requiere encaminar los estímulos a la inversión hacia la mejora de los procesos de producción y de comercialización, así como a la optimización de las condiciones operativas en el interior de los talleres.

Los talleres extremeños siguen y continuarán teniendo necesidades de realizar obras de ampliación o de remodelación del taller, de adquirir, renovar o completar su equipamiento. Y de mejorar sus activos de comercialización.

El análisis sobre el terreno ha puesto de manifiesto que existen todavía notables carencias a superar.

- La mecanización llevada a cabo en los últimos años gracias a la introducción de equipos y maquinas-herramientas más modernos exige mejorar la organización de los talleres en función de los puestos de trabajo definidos por el proceso de producción. Para llevar a cabo esta delimitación funcional han de ser consideradas las tareas a desarrollar y los requerimientos de cualificación profesional que éstas exigen, así como las condiciones de seguridad en el trabajo y de prevención de riesgos laborales. Esta es una carencia que ha sido detectada en el segmento de la empresa artesana de más de 5 trabajadores.
- Debido a los orígenes y la propia naturaleza de la actividad artesana, muchos talleres ocupan pequeños locales ubicados en el centro de las localidades. La distribución de espacios dentro de la lógica secuencial de las operaciones que tienen lugar en su interior se ve limitada por las escasas posibilidades de ampliación de las áreas de trabajo. Llegado a este punto conviene reflexionar sobre la conveniencia de promover el traslado hacia polígonos o localizaciones industriales. Este es un campo que sobrepasa el alcance de las modalidades de intervención basadas únicamente en sistemas tradicionales de ayudas.
- Debe profundizarse en el estudio de las operaciones que pueden ser objeto de mecanización. No es descabellado pensar en auditorías de proceso, de seguridad y de calidad industrial en los talleres artesanos.
- Los avances tecnológicos que se producen en el campo de las herramientas y maquinas-herramientas, la introducción de sistemas de control numérico en las líneas de producción y el empleo de nuevos materiales no deben quedar al margen de un marco de ayuda cuya prioridad debe seguir siendo la creación y ampliación de capacidades avanzadas, si bien existen reticencias a este respecto de una parte del sector.
- En esta misma línea de prioridades de inversión, la utilización de las tecnologías de la información y de la comunicación son aspectos que aún tienen recorrido en la producción artesana.

La transición de la empresa artesana hacia la digitalización.

El reto de la digitalización de la empresa artesana no es eludible ni siquiera por razón de la dimensión o de las características de producto o de proceso productivo. No existe ninguna causa que inhiba a cualquier artesano o empresa artesana a iniciar un proceso de transición hacia la economía digital. Existen carencias y barreras, en efecto, pero estas pueden ser superadas con medidas apropiadas.

El primer estudio realizado sobre el nivel de penetración de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el sector artesano extremeño data de 2007 e indicaba ya un incipiente acercamiento de la artesanía extremeña a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

Una visión retrospectiva a esa época nos reenvía al auge de la denominada “sociedad de la información”. Diez años después la sociedad avanza en la era de la “transformación digital”. Las TIC han sido fundamentales para impulsar la productividad y competitividad de las pymes y los empresarios autónomos. Aunque su adopción es aún insuficiente en el interior de los talleres, no se puede afirmar que los artesanos extremeños sean reacios a las tecnologías numéricas. En este sentido, la incorporación de las TIC a los procesos productivos ha sido uno de los objetivos específicos de los instrumentos de ayudas con los que ha contado y sigue contando la empresa artesana.

La transformación digital es un proceso aún más complejo, pues exige un cambio de actitud del artesano para poder acceder y operar en el mundo virtual. Las naturales resistencias al cambio de un colectivo, en general bien informado pero escasamente sensibilizado en este dominio, generan debilidades que ponen en riesgo la viabilidad de la empresa artesana en un entorno de negocios cada vez más digital.

Acompañar a los *early adopters* del sector artesano extremeño en este proceso de transición hacia la economía digital es una prioridad que debe ser enunciada en el marco estratégico 2021-2023. Pero también lo es impulsar el acercamiento al canal digital del conjunto de artesanos que se han aproximado a las TIC.

La mejora de las condiciones de comercialización.

Es necesario traspasar la lógica de la venta directa, ya sea en los mercados locales y regionales o en las salas de comercialización. No se trata de menospreciar o rechazar esta modalidad de venta. Los apoyos deben continuar y ser actualizados en la medida que no pocos artesanos obtienen una buena parte de sus ingresos anuales a través de este canal directo. No obstante, nuevas formas de comercialización se imponen, que exigen cambiar los métodos de relación y contacto con los clientes. La formación es esencial en este reto.

Muestras y exhibiciones comerciales, *show-rooms*, tiendas súper-efímeras y *pop-up stores* artesanal y *restaurant*, *shop in shops*, son contenedores donde el producto artesano tiene cabida, tanto en el canal físico como virtual. El posicionamiento de los productos artesanos en internet y las redes sociales, la integración en *e-marketplaces*, el marketing digital, los soportes de promoción digitales, etc., son instrumentos al alcance del artesano extremeño.

Al fin y al cabo son inversiones que tienen retornos sobre la cifra de negocios si están bien planificadas y dimensionadas. En esta dirección debe asegurarse que las medidas enunciadas en la Agenda Digital de Extremadura y en la Estrategia de Internacionalización de Extremadura sean sumamente accesibles para el artesano extremeño.

FERINARTE es el escaparate de la artesanía extremeña a nivel nacional. El paso hacia lo internacional debe ir de la mano de la digitalización de este certamen por el que las diferentes Administraciones Públicas han de seguir apostando.

La entrada de jóvenes artesanas en los oficios ligados al textil, complementos y la joyería-bisutería, sugiere la puesta en marcha de acciones específicas dirigidas a poner en valor la “moda artesana”. No se trata de crear una nueva marca promocional, sino de promocionar el trabajo realizado por esta nueva generación en eventos apropiados tales como desfiles, exhibiciones o cualquier otro formato de los aludidos con anterioridad.

En cuanto a la red comercial de ARTESANEX, la informatización y digitalización es un aspecto esencial para mejorar la gestión comercial en aras a incrementar las ventas y los ingresos de los artesanos. Otras mejoras deben ser acometidas para asegurar la sostenibilidad de una red que debe ser potenciada bajo la marca Artesanía de Extremadura.

La adhesión del sector artesano extremeño a las iniciativas en las que la Administración regional está trabajando para la puesta operativa de plataformas *marketplaces* es ineludible. Pero para ello ha de existir una masa crítica de artesanos con capacidades probadas para vender por el canal digital.

No se trata de una cuestión menor. La identificación de *early adopters* constituye el punto de partida. El punto de llegada vendrá dado por el número de artesanos que operan regularmente en estas plataformas. Un reto que deberá ser alcanzado en un periodo superior al de la estrategia 2021-2023 que, invariablemente, tiene que contemplar medidas para consolidar los cimientos.

El reto de la internacionalización.

El establecimiento de medidas apropiadas y adaptadas a las singularidades de la empresa y el producto artesanos es clave para incrementar el grado de internacionalización del sector. Una primera aproximación es la identificación de aquellas unidades con mayor potencial exportador, de forma tal que, a través de las herramientas que dispone Extremadura AVANTE en este campo, tales empresas puedan ser acompañadas en una dinámica regular de negocio internacional. Este acompañamiento ha de comprender actividades de formación, de preparación a la exportación, de búsqueda de mercados y de ejecución de acciones comerciales hacia el exterior de manera presencial o virtual.

Este reto puede ser evaluado tanto desde el plano cualitativo como cuantitativo. En cuanto al primer aspecto, el producto artesano debe estar adaptado a las exigencias de los mercados exteriores y esto exige la realización de diagnósticos previos. En cuanto al segundo, el programa puede ser cifrado a través de un número de empresas determinado que alcanzan el grado de exportadoras regulares. Este objetivo particular, que normalmente supera un horizonte a 3 años, requiere enfocar el trabajo sobre los diferentes puntos de partida de las empresas identificadas, a fin de que puedan debutar en el comercio internacional o consolidar su recorrido mediante planes personalizados.

La asistencia a ferias internacionales de carácter presencial donde el producto artesano extremeño pueda ser exhibido, es una opción siempre vigente, si bien en el medio plazo se halla condicionada a la evolución de la coyuntura actual. En todo caso, la estrategia de acción en este campo ha de reflexionar sobre una presencia preparada, organizada y continuada del pabellón Artesanía de Extremadura en certámenes más notorios que los habituales de venta directa.

Contrariamente a lo que se pudiera pensar, la salida a la exportación cobra mayor importancia en el caso de la artesanía más tradicional (artística, contemporánea o de autor), puesto que los valores subjetivos (impulsos emocionales vs compras funcionales) que suelen dirigir el acto de compra, se amplifican cuanto más diverso y extenso es el mercado objetivo. En esta dirección, el canal digital parece la vía más indicada.

La visibilización de la Artesanía de Extremadura.

Una de las cuestiones fundamentales que surgió durante el proceso de reflexión para la formulación del Plan de Impulso de la Artesanía fue la necesidad de acometer medidas de visibilización social conducentes tanto a reforzar el conocimiento y la notoriedad de nuestra Artesanía, como a transmitir a la sociedad una imagen positiva.

Se trata de una cuestión que tiene un indudable carácter holónico: la modernización de los talleres y las empresas, el empleo de TICS, la innovación, el diseño, la promoción digital, la valorización patrimonial, el emprendimiento joven, la difusión y divulgación, las sinergias con sectores convergentes entre otros campos de acción, conforman de manera integrada un enfoque 360º sobre las percepciones que la sociedad ha de tener de la artesanía extremeña.

La difusión de la Colección Premios Regionales de Artesanía ubicada en Llerena ofrece una visión de conjunto sobre los valores patrimoniales que encierra el producto artesano extremeño. Los premios regionales de artesanía contribuyen, precisamente, al reconocimiento social de los hombres y mujeres y constituyen un acontecimiento propicio para visibilizar el sector, así como para mostrar el trabajo profesional de los artesanos y artesanas ante el gran público. Se ha aludido también al papel que han asumido los maestros artesanos titulados en este orden.

Ha de trabajarse la faceta de comunicación y promoción de una forma más metodológica de forma tal que se mejore la apreciación y la imagen del sector. En este sentido, la marca Artesanía de Extremadura debe ser irremediablemente la enseña sobre la que debe girar las actividades de promoción del sector, en las que las campañas de marketing digital no deben quedar al margen. Los testimonios de los jóvenes artesanos y de las nuevas generaciones de familias artesanas son eficaces para atraer jóvenes a los oficios.

Asimismo, la creación de una página web de la artesanía de Extremadura es una actividad que debe ser considerada en la estrategia de acción 2021-2023.

El impulso de las Áreas de Interés Artesanal requiere la aplicación de un conjunto de medidas para que alcance una notoriedad de la que ahora mismo carecen. Un primer paso es la identificación identitaria de esas áreas geográficas singulares a través de la construcción de un signo distintivo común que ayude al conocimiento de su existencia por el público en general. La promoción de esta singularidad como recurso turístico y cultural conlleva la concepción de acciones específicas a las que están llamadas a participar, además de las corporaciones locales concernidas, las áreas de artesanía de las diputaciones provinciales. Un plan especial de promoción concebido y aplicado por todas las administraciones es necesario. A título de ejemplo, la colocación de paneles indicativos en las vías principales de acceso a las localidades, la mención en los mapas y rutas turísticas, la edición de material promocional específico son, entre una amplia panoplia, acciones de bajo coste que pueden ser consideradas en este plan.

No puede quedar al margen la formulación de medidas específicas dirigidas hacia los oficios más manuales, precisamente los que se enfrentan a un mayor riesgo de desaparición. Paradójicamente, los productos salidos de sus talleres son de nuevo y cada vez más apreciados. El tratamiento debe ser diferente y diferenciador. Un sistema de identificación y reconocimiento del producto artesano tradicional puede ser puesto en práctica en forma de un sub-label de la marca promocional Artesanía de Extremadura. Los artesanos que, de manera voluntaria, quisieran adherirse a este programa se beneficiarían de acciones de promoción y visibilización ad-hoc.

La formación.

Tratándose de un factor esencial para asegurar la evolución del sector hacia mayores cotas de modernidad, las actividades de formación que se programen han de asegurar, como principio básico, que el número de artesanos participantes alcance un umbral mínimo. A este respecto, se estima que, para que un programa formativo tenga impacto sobre el sector, debe movilizar una participación sin repetición de, como mínimo, 20 % de la población artesana, que en Extremadura está en el entorno de 1.000 individuos.

Aproximarse a esta meta requiere, por un lado, unos contenidos de interés y, por otro, una adecuación de los métodos de impartición a la cotidianidad de los artesanos. Conjugando ambos factores, no debería, en teoría, existir excusas para que los índices de participación sean más elevados que habitual.

En cuanto a los contenidos, las áreas temáticas retenidas en el modelo seguido para el Plan de Impulso de la Artesanía 2015-2017, mantienen su vigencia. Estas son:

- a) Fortalecimiento de las competencias específicas en técnicas artesanas.
- b) Refuerzo de competencias transversales, con especial acento en las capacidades de gestión de la empresa artesana y su transformación digital.
- c) Introducción a las nuevas herramientas tecnológicas y los nuevos materiales.

La realización de una nueva edición actualizada del Master de Artesanía y Diseño es una acción que debe ser nuevamente considerada en el marco de actividades para 2021-2023, a la vista del notable impacto que tuvo la primera edición, dando lugar a un núcleo de artesanos que están liderando el cambio en el sector.

Igualmente, el relevo generacional ha de seguir siendo potenciado por medio de los estímulos para la contratación de jóvenes desempleados. Sin embargo, debe analizarse en profundidad las condiciones de la medida, tanto en lo que respecta a la relación entre el artesano formador y el aprendiz, en cuanto a la metodología de aprendizaje y los syllabus, así como las modalidades de ejecución. Un nuevo modelo de formación debe ser consensuado con todas las partes implicadas a fin de mejorar, no solo los resultados de la medida, sino principalmente su impacto.

Un aspecto crucial para preservar el activo patrimonial que representan los oficios en riesgo de desaparición es la transmisión del saber-hacer por parte de artesanos que no ejercen ya una actividad económica. Catalogar a estos artesanos permitiría disponer de un fondo de experiencia para que otros puedan tomar el relevo a través de actividades formativas apropiadas.

En cuanto a las modalidades de ejecución de las actividades de formación, parece, en principio, irrefutable el hecho de que los cursos específicos sobre técnicas artesanas, donde la componente manual es irreproducible, continúen configurándose en modo presencial. Por el contrario, las formaciones sobre competencias transversales pueden ser perfectamente impartidas a distancia, empleando el canal digital y las herramientas virtuales cada vez más extendidas (el Máster de artesanía, arte y diseño 2015 vuelve a ser un buen ejemplo). El modelo mixto es idóneo para formaciones sobre tecnología e innovación, donde la parte de experimentación ha de ser necesariamente presencial. La modalidad mixta presencial-virtual es también extensible para la formación de aprendices: formación práctica en los talleres de la mano del maestro artesano, y adquisición de competencias de gestión a través de cursos *online*.

La cualificación profesional.

Ha de tratarse la cuestión del reconocimiento de las competencias adquiridas por los artesanos a lo largo de su vida profesional.

Entre otras causas ligadas a los profundos cambios que ha experimentado la sociedad, la falta de maestros artesanos formadores y la inexistencia de referencias en la profesión inciden también en el proceso de pérdida de capacidades productivas. La Administración puede intervenir para atajar algunas de estas causas. La orientación de cursos de formación para el empleo hacia la transmisión de los oficios artesanales no sólo debe contribuir a asegurar la transmisión del saber hacer, sino que puede facilitar el acceso de jóvenes aprendices a la profesión.

Tratándose de uno de los oficios de mayor representatividad, el diseño y ejecución de una experiencia piloto para reconocer, evaluar y acreditar las competencias de los alfareros extremeños puede tener un efecto demostrador. Los miembros de este colectivo poseen un dominio notable de las técnicas del oficio, pero carecen de acreditación. El Instituto Extremeño de Cualificación y Acreditación está llamado a participar.

Un enfoque de innovación para el sector artesano.

La artesanía actual debe ser capaz de dar respuesta al creciente interés del consumidor hacia productos más innovadores y mejor diseñados. La innovación no es sinónimo de creatividad; tampoco existe la artesanía de diseño, se trata de un concepto erróneo. Sin embargo, los tres términos están relacionados.

Existen numerosos ejemplos de cómo la innovación ha mejorado la competitividad de la empresa artesana. Desafortunadamente, la artesanía extremeña no ha tenido ni seguido un modelo de innovación definido y únicamente se han llevado a cabo algunas iniciativas emprendidas desde la Administración¹⁰ o, de manera particular, por determinados artesanos comprometidos en este ámbito de mejora.

La colaboración de los artesanos con diseñadores puede conducir al desarrollo de proyectos innovadores de alto valor artístico. Transformar materiales y herramientas para pasar de las ideas a formas de altos estándares de calidad es factible si se adopta un enfoque adecuado. Este enfoque implica un cambio de actitud, así como de perspectivas del lado del artesano, dado que se ha de otorgar el papel principal al diseñador, así como visibilizar la autoría intelectual.

La interrelación entre artesanía con otras ramas de actividad a través del diseño posibilita una revisión de los elementos tradicionales para llegar, vía dicha transformación, a una artesanía especializada y orientada hacia el mercado. Mutualizar intereses con la gastronomía, la arquitectura, la moda, etc., no sólo desde el punto de vista estético sino sobre todo funcional, son campos de actuación donde la innovación puede jugar un papel principal.

La implicación del gremio de diseñadores de Extremadura, así como de las escuelas de diseño artístico y de diseño industrial del sistema educativo regional, posibilitaría un salto de calidad. No obstante, la aplicación del diseño en la producción artesana no constituye el todo de la innovación. Es una faceta más, aunque de gran importancia.

Dentro de una visión más global, la implicación del ecosistema de ciencia e innovación de Extremadura permite una aproximación más directa hacia este enfoque, el cual no se materializaría con la construcción de un “Centro de Innovación para la artesanía”, como “edificio físico”, lo que sería difícilmente sostenible, sino de aprovechar y potenciar las herramientas que tenemos y que ofrece este ecosistema para desarrollar proyectos innovadores en la artesanía. El Instituto de Promoción del Corcho y la Madera y el Carbón Vegetal (ICMC-IPROCOR), el Instituto Tecnológico de Rocas Ornamentales y Materiales de Construcción (INTROMAC), en definitiva el Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX), así como la Universidad de Extremadura, pueden albergar proyectos de innovación de la artesanía extremeña.

¹⁰ El programa D’Artes. Diseño y Artesanía y Diseño tuvo dos ediciones en 2006 y 2007, en las cuales se han elaborado conjuntamente 27 colecciones entre empresas artesanas extremeñas y diseñadores regionales y nacionales.

La creación de una plataforma digital de innovación es una iniciativa que debe ser considerada pero que, probablemente, sobrepase el horizonte temporal que tiene la estrategia de la artesanía 2021-2023. Otras actividades que pueden ser consideradas son el desarrollo de Fablabs (laboratorios para desarrollar productos) o la participación en proyectos internacionales de innovación de la artesanía.

Los criterios de eco-sostenibilidad.

El sector artesano no puede sustraerse de los nuevos objetivos formulados en la Estrategia de Economía Verde y Circular Extremadura 2030, uno de los cuales es el de generar un modelo de desarrollo en torno al potencial medioambiental, la economía y la sociedad. Más en particular, la Estrategia Extremeña para la Recuperación y la Resiliencia, dentro del eje “Transición ecológica de Extremadura” pretende apoyar, a través de los instrumentos financieros pertinentes, proyectos de inversión de mejora de la eficiencia energética llevados a cabo por las pequeñas y medianas empresas, entre ellas las artesanas.

La producción artesana es por naturaleza una producción sostenible pues proviene de la transformación de materias primas locales y naturales, así como, frecuentemente, de materiales reciclados. El uso de plásticos y materiales de baja biodegradabilidad es raro. Los consumos energéticos no son elevados, dada la componente manual. No obstante, existen aún márgenes de mejora dentro de un proceso de transición hacia una producción más eco-sostenible.

El taller eco-artesano debe convertirse en un modelo de referencia. La implementación, tanto en las construcciones que albergan estos talleres como en las instalaciones y equipamientos, de medidas de mejora de la eficiencia energética, así como la sustitución gradual de energías no renovables por otras procedentes de fuentes limpias, no solo produce una reducción de la huella de carbono, sino que origina un incremento de la competitividad, vía reducción de costes.

La progresión del sector en una lógica empresarial de sostenibilidad económica y medioambiental, así como la obtención de valores de diferenciación, justifican la puesta en marcha de un programa de mejora de la eficiencia energética de los talleres artesanos, que ha de estar basado en un pliego de prescripciones técnicas bien definido.

El Registro de Artesanos y Empresas Artesanas.

Como ha sido referido a lo largo de este documento, el Registro de Artesanos y Empresas Artesanas constituye la base sobre la que se apoya los regímenes de ayudas al sector y se instrumentaliza la relación administrativa con los artesanos extremeños. Modificar este sistema de relación mediante la configuración de una herramienta telemática es absolutamente necesaria si se quiere impulsar la transformación digital del sector.

Se trata de una medida de carácter transversal que conllevaría la modificación del actual reglamento que regula el registro, con una definición más precisa de lo que se entiende por unidad empresarial artesana¹¹ que facultaría la inclusión en el registro de la figura del “artesano catalogable”, siempre sobre la base de una diferenciación neta del “artesano registrable”, exclusivo destinatario de las ayudas al sector.

Catalogar a estos artesanos muy manuales, normalmente no dados de alta como autónomos y en el IAE, es una manera de formalizar la existencia de un segmento opaco en el plan económico pero visible en el comercial.

¹¹ La definición de empresa artesana se halla recogida de manera muy genérica en el artículo 4 de la Ley3/1994, de 26 de mayo, de Artesanía de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

5. OBJETIVO GENERAL Y PRIORIDADES DE INTERVENCIÓN

Objetivo general.

El objetivo general de presente Plan Integral de Fomento de la Artesanía es la consolidación de la artesanía extremeña como una actividad económica y cultural a parte entera y fuente de generación de empleo, conformando un sector moderno, profesional, competitivo, eficiente y conectado al mundo digital.

Este objetivo general se declina en 11 prioridades, con 25 medidas específicas.

Prioridades de intervención.

PRIORIDAD 1. Fortalecer y consolidar las capacidades avanzadas de los talleres artesanos e impulsar proyectos de mejora de la eficiencia energética.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
1.- Capacidades avanzadas.	Ayudas directas	SGEYC
2.- Taller eco-artesano.	Ayudas directas.	SGEYC.

PRIORIDAD 2. Establecer medidas específicas para la consolidación de la artesanía más tradicional.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
3.- Catalogar los artesanos/as no inscritos de oficios en riesgo de desaparición.	Estudio.	FEMPEX (Municipios). Asociaciones de artesanos.
4.- Acciones específicas para la transmisión de los oficios en riesgos de desaparición por parte de los artesanos y artesanas catalogables.	Contrato/Viabilidad y disponibilidad para formación-transmisión	SEXPE. Asociaciones de artesanos.
5.- Reconocimiento del producto artesano tradicional.		SGEYC

PRIORIDAD 3. Visibilizar la Artesanía de Extremadura.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
6.- Portal de la Artesanía de Extremadura.	Contrato de servicios externos.	SGEYC. Asociaciones de artesanos.
7.- Promoción de las Áreas de Interés Artesanal.	Convenios. Acciones específicas.	SGEYC. DG Turismo. DG Infraestructuras Viarias. Diputaciones Provinciales. Áreas de Interés Artesanal reconocidas.
8.- Promoción de la marca "Artesanía de Extremadura".	Contrato de servicios para campañas de promoción (física y virtual).	SGEYC
9.- Día del Maestro Artesano.	Exposición Permanente "Maestros artesanos de Extremadura" (Sección Llerena). Exposiciones itinerantes.	SGEYC. Maestros artesanos. Ayuntamiento de Llerena. SG. Educación. Asociaciones de artesanos.

PRIORIDAD 4. Introducir e implementar una dinámica de innovación y diseño en la producción artesana.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
10.- Desarrollo de espacios de colaboración público-privada para la innovación.	Fablabs/Proyectos internacionales de innovación/Centros virtuales de innovación.	SGEYC. Escuela de Diseño Industrial (Uex). Escuela de Arte y Superior de Diseño. Fundecyt-Pctex. Asociación de Diseñadores de Extremadura. Asociación de FABLAB de Mérida. CREEX

PRIORIDAD 5. Promover y consolidar la incorporación de la empresa artesana a las TIC, así como impulsar su transformación digital.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
11.- Transformación digital.	Ayudas directas.	DG Agenda Digital.

PRIORIDAD 6. Favorecer las condiciones de comercialización de la empresa artesana.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
12.- Ferias nacionales e internacionales bajo la marca Artesanía de Extremadura.	Stand Artesanía de Extremadura.	Extremadura Avante.
13.- FERINARTE.	Feria presencial en Trujillo.	FEVAL. Ayuntamiento de Trujillo.
14- FERINARTE Virtual.		FEVAL. Cámaras de Comercio e Industria. CREEX.
15.- Plataformas marketplaces.		Extremadura Avante. ARTESANEX. CREEX.
16.- Captación de la demanda de expatriados.	Plan de captación	Extremadura Avante. ARTESANEX. CREEX.
17. Moda artesana.	Exposiciones, desfiles, showrooms, pop-up.	SGEYC. Extremadura Avante.
18. Mejora gestión comercial red de salas de comercialización de ARTESANEX	Subvención nominativa.	SGEYC. Diputación Provincial de Badajoz/Cáceres.

PRIORIDAD 7. Capacitar la empresa artesana para su internacionalización en el canal presencial y digital.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
19.- Internacionalización de la empresa artesana extremeña.	Plan personalizado de internacionalización de la empresa artesana diagnóstico, asesoría y acompañamiento personalizado.	SGEYC Extremadura Avante. CREEX.

PRIORIDAD 8. Mejorar las capacidades específicas y de gestión de los artesanos extremeños.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
20.- Cursos de formación.	Contratación de servicios externos.	SGEYC.
21. Master de Artesanía y Diseño.	Convenio o contrato externo.	SGEYC. DG de Formación Profesional y Formación para el Empleo. Escuela de Organización Industrial.

PRIORIDAD 9. Reconocer las competencias profesionales de los artesanos extremeños.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
22.- Reconocimiento y acreditación de las competencias profesionales de los alfareros (proyecto piloto).	Convocatoria del Instituto Extremeño de las Cualificaciones y Acreditaciones.	SGEYC. DG de Formación Profesional y Formación para el Empleo.

PRIORIDAD 10. Promover la formación de aprendices en los talleres.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
23.- Nuevo modelo de formación de aprendices en los talleres.	Ayudas directas para la contratación (Cheque aprendiz).	SGEYC. Colectivo de artesanos formadores.

PRIORIDAD 11. Agilizar las relaciones de la Administración con los artesanos y artesanas extremeños.

MEDIDA	MÉTODO DE EJECUCIÓN	ORGANISMOS CONCERNIDOS
24.- Modificación del Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de Extremadura.	Medios propios.	SGEYC.
25.- Telematización del Registro de Artesanos y EE.AA.	Contratación de servicios externos.	SGEYC. D.G. de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Aunque el conjunto de medidas que compone el plan estratégico tiene un indudable carácter integral, las actividades enunciadas no son, en general, interdependientes. Es decir pueden ser activadas sin necesidad de que alguna o varias tengan que estar finalizadas con precedencia. Por consiguiente, la temporización de las actividades obedece únicamente a las disponibilidades de recursos humanos y materiales que han de ser asignados para la implementación del plan, y se relaciona esencialmente con la planificación presupuestaria.

No obstante, algunas medidas asociadas a los objetivos de comercialización y la visibilización requieren la implementación del portal de la Artesanía de Extremadura y las plataformas *marketplaces*.

El cronograma de actividades se presenta en el Anexo I.

7. INDICADORES DE GESTIÓN. MONITORING.

Indicadores de producto.

Los indicadores de cumplimiento de medida son formulados a través del correspondiente indicador de producto, que se halla asociado a un hito temporal sobre el cronograma.

La tabla de valores de los indicadores de producto se muestra en el ANEXO IIa.

Indicadores de resultado.

Los indicadores de resultado se hallan vinculados a una o varias prioridades. El valor inicial (0) o de partida es apuntado para cada indicador. Funcionan también como indicadores de pilotaje, al ser registrados los valores alcanzados en los hitos marcados (valores 1,2 y 3). Cada indicador es definido de manera precisa, así como el método de registro.

La tabla de valores de los indicadores de resultado, incluyendo sus definiciones, se muestra en el ANEXO IIb.

Indicadores de impacto.

Los indicadores de impacto han sido formulados para apreciar en qué grado las medidas contempladas en el plan estratégico inciden sobre determinadas variables que caracterizan la evolución del sector¹². Las variables consideradas son las siguientes:

- Nº de inscripciones en el Rº de artesanos y EE.AA: se relaciona con la dimensión del sector, que es caracterizada a través de dos metas:
 - o La tasa de reposición anual es siempre positiva.
 - o El número de artesanos y empresa artesanas registrados aumenta.
- Nº de artesanos de la franja de edad “menores de 40 años”: se relaciona con el relevo generacional y se formula a través del siguiente objetivo:
 - o El peso del tramo de edad “menores de 40 años” aumenta.

¹² La falta de estadísticas desagregadas de actividades CNAE asociadas a los oficios repertoriados impiden la monitorización de variables macro como la contribución del sector artesano al PIB regional o la tasa de empleo.

- Edad media: se relaciona con el grado de rejuvenecimiento del sector, cuyo objetivo es enunciado de la siguiente manera:
 - o La edad media del artesano extremeño disminuye.
- Población artesana alcanzada por las acciones de formación: se asocia al impacto global que las actividades de formación tienen sobre la modernización y progresión del sector. Se estima sobre la base del Registro de Artesanos.
- Nº de empresas artesanas internacionalizadas: indicador relacionado con la capacidad que tienen las medidas previstas sobre el grado de internacionalización de la empresa artesana extremeña.
- Nº de artesanos que operan regularmente en plataformas de venta online: indicador relacionado con la capacidad que tienen las medidas previstas sobre el grado de digitalización de la empresa artesana extremeña.
- Nº de oficios en riesgo de desaparición o sin actividad registrada: se relaciona con la capacidad del plan para frenar la pérdida del patrimonio artesanal, así como para incorporar artesanos desde actividades que no se realizan a tiempo completo o bien por que por sus características, no puede clasificarse como una actividad propiamente artesana.
 - o El número de oficios en riesgo de desaparición disminuye.
 - o El número de oficios sin actividad registrada disminuye.

La tabla de valores de los indicadores de impacto, incluyendo sus definiciones, se muestra en el ANEXO IIc.

Indicador de ejecución presupuestaria

Los valores de este indicador son tomados en los tres hitos de pilotaje establecidos. Se considera que el valor de buena ejecución presupuestaria debe estar situado por encima de 70%.

Indicadores de pilotaje. Monitoring.

Los indicadores de pilotaje permiten a los órganos de gobernanza realizar un seguimiento del progreso del plan en la dirección de los objetivos fijados, de forma tal que puedan ser establecidas medidas correctoras si los valores de los indicadores se desvían significativamente de los previstos, o si no se cumplen algunas de las hipótesis de realización.

Se establecen tres hitos:

- o Diciembre 2021.
- o Diciembre 2022.
- o Noviembre 2023.

8. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN.

La Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital diseñará un plan de comunicación y difusión a fin de que las medidas contempladas en el Plan Integral de Fomento de la Artesanía alcancen a la población artesana, en general, y a los destinatarios de cada medida, en particular.

Contando además con los canales de difusión de las propias oficinas del SEXPE, así como los de la herramienta MIREE (Mapa Integral de Recursos para la Empresa y el Empleo <https://extremaduraempresarial.es/mire/>), que gestiona la D.G. de Empresa y la propia Comisión de Artesanía, a través de sus miembros.

El plan de difusión y comunicación definirá los objetivos y los destinatarios-diana, los mensajes claves, las operaciones y tareas que comportan y los soportes y canales de comunicación a emplear.

9. GOBERNANZA DEL PLAN.

La comisión de seguimiento, estará formada de manera equilibrada y tripartita por los firmantes del presente Plan Integral de Fomento de la Artesanía de Extremadura 2021-2023, esto es:

- CUATRO representantes de la Junta de Extremadura.
- CUATRO representantes de la Organización empresarial más representativa (CREEX).
- CUATRO representantes por parte de las Organizaciones sindicales más representativas (UGT y CC OO).

Las funciones de la Comisión de Seguimiento serán las siguientes:

- a) Realizar el seguimiento del Plan Integral de Fomento de la Artesanía de Extremadura.
- b) Validar y aprobar los informes de monitoring anuales presentados por el órgano de gestión del plan.
- c) Proponer medidas correctoras, en caso de desviaciones significativas de los valores de los indicadores de gestión.
- d) Proponer actuaciones que modifiquen o complementen las medidas previstas en el plan.
- e) Proponer medidas de difusión y comunicación.

El órgano de gestión del Plan Integral de Fomento de la Artesanía de Extremadura es la Junta de Extremadura, a través de la Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital

10. VIGENCIA DEL PLAN

El Plan Integral de Fomento de la Artesanía de Extremadura estará vigente desde el día de su firma hasta el 31 de diciembre de 2023.

ANEXO I. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y TAREAS PRINCIPALES		AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		1º T	2º T	3º T	4º T	1º T	2º T	3º T	4º T	1º T	2º T	3º T	4º T
1.- Fortalecer y consolidar las capacidades avanzadas de los talleres artesanos e impulsar proyectos de mejora de la eficiencia energética.	1.- Capacidades avanzadas.	CONV				CONV						BBRR	
	2.- Taller eco-artesano.							PPT				BBRR	
2.- Establecer medidas específicas para la consolidación de la artesanía más tradicional.	3.- Catalogar los artesanos/as no inscritos de oficios en riesgo de desaparición.			ESTUDIO									
	4.- Acciones específicas para la transmisión de los oficios en riesgo de desaparición.												
	5.- Reconocimiento del producto artesano tradicional.				REGLAMENTO								
3.- Visibilizar la Artesanía de Extremadura.	6.- Portal de la Artesanía de Extremadura.					DISEÑO, CONSTR. Y PUESTA OPER.							
	7.- Promoción de las Áreas de Interés Artesanal.	CONVENIOS Y EJECUCIÓN				PROMOCIÓN				PROMOCIÓN			
	8.- Promoción de la marca "Artesanía de Extremadura".		CAMPAÑA				PROMOCIÓN				PROMOCIÓN		
	9.- Día del Maestro Artesano.		EVENTO				EVENTO				EVENTO		
4.- Introducir e implementar una dinámica de innovación y diseño en la producción artesana.	10.- Desarrollo de espacios de colaboración público-privada para la innovación.												
5.- Promover y consolidar la incorporación de la empresa artesana a las TIC.	11.- Transformación digital.	CONV. DG AGENDA DIGITAL				CONV. DG AGENDA DIGITAL				CONV. DG AGENDA DIGITAL			
6.- Favorecer las condiciones de comercialización de la empresa artesana.	12.- Ferias nacionales e internacionales bajo la marca Artesanía de Extremadura.		EVENTOS				EVENTOS				EVENTOS		
	13.- FERINARTE.		EVENTO				EVENTO				EVENTO		
	14.- FERINARTE Virtual.				PROYECTO			EVENTO			EVENTO		
	15.- Plataformas marketplaces.												
	16.- Captación de la demanda de expatriados.										PLAN		
	17.- Moda artesana.				ANALISIS			EVENTOS			EVENTOS		
18.- Mejora gestión comercial red de salas de comercialización de ARTESANEX		SN	EJECUCIÓN										
7.- Capacitar la empresa artesana para su internacionalización en el canal propio.	19.- Internacionalización de la empresa artesana extremeña			DIAGNÓSTICO			ACOMPAÑAMIENTO				ACOMPAÑAMIENTO		
8.- Mejorar las capacidades específicas y de gestión de los artesanos	20.- Cursos de formación.												
	21.- Master de Artesanía y Diseño.												
9.- Reconocer las competencias profesionales de los artesanos extremeños	20.- Reconocimiento y acreditación de las competencias profesionales de los alfareros						PROCESO						
10.- Promover la formación de aprendices en los talleres.	21.- Formación de aprendices (Cheque aprendiz).									MODELO / DECRETO			
11.- Agilizar las relaciones de la Administración con los artesanos y artesanas	22.- Modificación del Registro de Artesanos y Empresas Artesanas de Extremadura.									DECRETO			
	23.- Telematización del Registro de Artesanos y EE.AA.							CONTRATO		IMPLEMENTACIÓN			
Gobernanza	Comités de pilotaje				HITO1					HITO2			HITO3

ANEXO IIa. INDICADORES DE PRODUCTO

Medida	Indicador de producto	Fuente de verificación	Hipótesis de realización
1.- Capacidades avanzadas.	Convocatoria anual publicada.	DOE.	La medida es inscrita en el PO FD 2021-2027 (2023).
2. Taller eco-artesano.	Decreto aprobado.	DOE.	La medida es inscrita en el PO FD 2021-2027.
3. Catálogo de artesanos no inscritos.	Estudio realizado.	SGEYC.	
4. Transmisión de oficios en riesgo de desaparición	Acciones realizadas.	SGEYC.	La operación es factible y puede ser inscrita en el PO FSE 2021-2027.
5. Reconocimiento del producto artesano tradicional.	Reglamento de Artesanía de Extremadura aprobado.	DOE.	
6.- Portal de la Artesanía de Extremadura.	Portal operativo.	Identificación IP y dominio.	
7.- Promoción de las AIA.	Convenios firmados.	DOE.	
10. Espacio virtual de innovación para la artesanía.	Proyecto de plataforma concebida.	Pliego de prescripciones técnicas.	
14. FERINARTE virtual.	Plataforma operativa.	Identificación IP y dominio.	La institución FEVAL se implica y contribuye en la implementación de la operación.
18. Gestión comercial de la red de comercialización ARTESANEX.	Proyecto ejecutado	SGEYC.	ARTESANEX ejecuta el proyecto EN VIRTUD DEL ACUERDO CON LAS DIPUTACIONES PROVINCIALES Y LAS SN DE LA SGEYC.
21. Máster de Artesanía y Diseño/Innovación	Actividad realizada.	SGEYC.	La DG de FP y Formación para el Empleo y la Escuela de Organización Industrial se implican y financian la operación.
22. Acreditación alfareros extremeños.	Proceso de acreditación lanzado.	DOE.	El Instituto Extremeño de Cualificación y Acreditación se implica y financia la operación.
25. Telematización del Rº de Artesanos y EE.AA.	Proceso operativo.	SGEYC.	El proyecto cuenta con financiación y es aprobado por la DG de TIC.

ANEXO IIB. INDICADORES DE RESULTADO

Indicador	Definición del indicador	Método de registro	Valor inicial (0)	Valor esperado (1)	Valor esperado (2)	Valor esperado (3)	Fuente de verificación
Nº de talleres modernizados	Proyectos finalizados por empresas artesanas sin repetición.	Valor acumulado por hito.	0	30	60	90	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FEDER.
Nº de nuevos talleres creados por jóvenes	Artesanos menores de 40 años, no inscritos en el Rº y alta en IAE con una antelación no superior a 6 meses.	Valor acumulado por hito.	0	3	5	10	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FEDER.
Nº de artesanos adscritos al programa Artesanía de Extremadura	Artesanos autorizados para el uso de la marca.	Valor registrado en cada hito.	110	120	140	170	Base de Datos de Artesanía de Extremadura.
Nº de empresas artesanas apoyadas para digitalización	Empresas que han ejecutado un proyecto de digitalización.	Valor acumulado por hito.	0	2	5	10	Junta de Extremadura. (DG de Agenda Digital.)
Nº de eventos de promoción realizados.	Todos tipo de eventos, presenciales o virtuales.	Valor acumulado por hito.	0	10	20	30	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.)
Nº de ferias.	Asistencia a ferias nacionales e internacionales bajo pabellón Artesanía de Extremadura, virtuales o presenciales.	Valor acumulado por hito.	0	3	6	10	Junta de Extremadura. ((Extremadura Avante) Informe de ejecución.
Nº de actividades de formación realizadas.	Actividades de formación finalizadas.	Valor registrado en cada hito.	0	5	5	5	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FSE.



Nº de artesanos formados.	Artesanos sin repetición que han obtenido el certificado de asistencia.	Valor acumulado por hito.	0	30	50	70	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FSE.
Nº de aprendices formados	Aprendices que han culminado el periodo completo de formación.	Valor acumulado por hito.	0	6	12	20	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FSE.
Nº de alfareros acreditados	Alfareros que han obtenido el CAP.	Valor registrado en cada hito.	0	0	0	10	Instituto Extremeño de Cualificación y Acreditación.
Nº de proyectos de innovación	Proyectos formulados y presentados.	Valor registrado en cada hito.	0	0	2	3	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.)
Nº de artesanos en marketplaces.	Artesanos registrados en plataformas.	Valor acumulado por hito.	0	5	10	15	Informes marketplaces.
Nº de empresas que participan en el programa de internacionalización	Empresa que finalizan la fase de acompañamiento.	Valor acumulado por hito.	0	0	5	10	Junta de Extremadura. (Extremadura Avante) Informe de ejecución.

ANEXO IIc. INDICADORES DE IMPACTO

Indicador	Definición del indicador	Valor inicial (0)	Valor esperado (1)	Fuente de verificación
Nº de inscripciones en el Rº de artesanos y EE.AA.	Artesanos y EEAA con nº de inscripción registral vigente.	313	350	Rº de artesanos y EE.AA.
Edad media	Media ponderada de las edades por tramos.	50,7	49,9	Rº de artesanos y EE.AA.
Peso del tramo de edad < 40 años	Porcentaje de artesanos que a la fecha de registro del valor tienen de 40 años o menos.	16,2%	20%	Rº de artesanos y EE.AA.
Población artesana alcanzada por las acciones de formación.	Porcentaje de participantes en actividades formativas sin repetición sobre el número de artesanos registrados.	0%	20%	Junta de Extremadura. (Secretaría General de Economía y Comercio.) Informes de ejecución FSE.
Nº de empresas artesanas internacionalizadas.	Empresas participantes en el programa de internacionalización, que han alcanzado, al menos, 5 exportaciones al final de 2023.	0	10	Encuesta.
Nº de artesanos que operan regularmente en plataformas de venta online.	Artesanos registrados en las plataformas.	0	20	Encuesta
Nº de oficios sin actividad registrada.	Oficios incluidos en el Repertorio de Oficios Artesanos sin inscripciones.	40	30	Rº de artesanos y EE.AA.
Nº de oficios en riesgo de desaparición.	Oficios que tienen dos o menos artesanos en actividad. Oficios que tienen 3 artesanos en actividad, con 60 años o más de edad Oficios que tienen 5 o menos artesanos en actividad, el 65% con 60 años o más de edad.	33	25	Rº de artesanos y EE.AA.

ANEXO III. PROGRAMACIÓN PRESUPUESTARIA 2021-2023

PRIORIDAD	TOTAL PLAN 2021-2023
1.- Fortalecer y consolidar las capacidades avanzadas de los talleres artesanos e impulsar proyectos de mejora de la eficiencia energética.	3.500.000
2.- Establecer medidas específicas para la consolidación de la artesanía más tradicional.	150.000
3.- Visibilizar la Artesanía de Extremadura.	290.000
4.- Introducir e implementar una dinámica de innovación y diseño en la producción artesana.	200.000
5.- Promover y consolidar la incorporación de la empresa artesana a las TIC, así como impulsar su transformación digital.	120.000
6.- Favorecer las condiciones de comercialización de la empresa artesana.	240.000
7.- Capacitar la empresa artesana para su internacionalización en el canal presencial y digital.	200.000
8.- Mejorar las capacidades específicas y de gestión de los artesanos extremeños.	290.000
9.- Reconocer las competencias profesionales de los artesanos extremeños.	40.000
10.- Promover la formación de aprendices en los talleres.	330.000
11.- Agilizar las relaciones de la Administración con los artesanos y artesanas extremeños.	100.000
TOTAL PROGRAMACIÓN PLAN INTEGRAL	5.460.000
PARTIDAS ADICIONALES AL PLAN INCLUIDAS EN LOS PRESUPUESTOS DEL 2021	
a) Relanzamiento de la actividad artesana por el efecto COVID-19	450.000
b) Costes derivados de la línea de Cheque aprendiz ejercicios anteriores	90.755
TOTAL PARTIDAS PRESUPUESTARIAS PARA 2021	540.755
TOTAL PROGRAMACIÓN 2021-2023	6.000.755