



Interreg

España - Portugal

Espacio Talento Joven

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Ficha de Análisis Sectorial: CULTURAL-CREATIVO-ARTESANO

Julio de 2018

Esta **Ficha de Análisis Sectorial** se edita en el marco de los trabajos del proyecto ESPACIO TALENTO JOVEN, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020

Eje prioritario 2: Crecimiento integrador a través de una cooperación transfronteriza a favor de la competitividad

IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR CULTURAL-ARTESANO

SECTOR CREATIVO CULTURAL

Actualmente, el concepto de empresas culturales y creativas ha cambiado, puesto que las transformaciones tecnológicas y el cambio del papel de los medios de comunicación, ha generado que la cultura se incorpore a procesos de producción sofisticados, cadenas productivas complejas y circulación a gran escala en distintos mercados. Es decir, los modos de idear, crear, producir, distribuir y disfrutar de los productos culturales se han ido adaptando y modificando según el devenir del tiempo.

Para la UNESCO las industrias culturales y creativas son: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Este enfoque pone énfasis no sólo en los productos propios de la creatividad humana que son reproducidos industrialmente, sino que da relevancia a la cadena productiva y a las funciones particulares que realiza cada sector para hacer llegar sus creaciones al público. Así, esta definición incluye a actividades relacionadas como la publicidad y el diseño gráfico, que contribuyen decisivamente en este proceso.



Estas industrias son el **centro de la economía creativa**”, es una actividad que abarca entre los ámbitos de **economía, cultura y tecnología**, focalizándose en la importancia de los servicios y del contenido creativo. Existe una vinculación de la cultura con la economía gracias a estas industrias culturales, que mercantilizan el tiempo, la cultura y la experiencia de la vida.

No puede dissociarse la expresión sector cultural de términos como bienes culturales, mercados de la cultura, industrias y empresas culturales, sectores administrativos culturales, etc. Por ello, al hablar de sectores culturales estamos refiriéndonos a una realidad mucho más compleja, que supera la mera lectura económica al incorporarse a ella aspectos politológicos, sociológicos, jurídico-administrativos o internacionales. Siguiendo un enfoque más o menos estandarizado los sectores culturales en España suelen dividirse usualmente en: artes escénicas, artes plásticas, libros y prensa, audiovisual y multimedia, el patrimonio y los archivos y bibliotecas, así como la música y la industria fonográfica. En suma, un enfoque tradicional enriquecido por los últimos aportes fruto de los avances técnicos, que desconoce posibilidades transversales como la actividad creadora, o de diferenciación independiente tan acusadas como el diseño o los juegos

1. Las artes escénicas

En cuanto que sector económico cultural, el de las llamadas artes escénicas se encuentra polarizado por el teatro y la danza, así como por otras disciplinas afines tales como la ópera, el circo, los títeres y otras similares que puedan ser expresadas en un escenario. A todas ellas han de sumarse los festivales, los circuitos y los eventos que tienen a alguna arte escénica como eje de celebración.

Su característica principal es que son productos que se consumen en directo y de modo inmediato, en salas o instalaciones pensadas para su difusión, y que están destinadas a un público que se encuentra presente al celebrarse los espectáculos.

Tradicionalmente, las artes escénicas han contado para su pervivencia con el favor del Poder público, especialmente en lo que se refiere a las grandes representaciones, por lo que, en parte por este trasfondo y por el coste de los espectáculos, se mantiene aún hoy una enorme dependencia del sector respecto de las subvenciones y ayudas públicas, así como de otras vías indirectas de apoyo (promociones y circuitos públicos, celebración en teatros pertenecientes a las redes públicas, etc.) que contribuyen a sostenerlo como sector cultural competitivo.

Se trata, por lo tanto, de un sector donde la iniciativa privada y la propia actividad laboral de cuantos participan en las compañías actuantes presentan unos rasgos singulares. La primera, por cuanto que, dependiendo de la fórmula de funcionamiento acorde con el espectáculo o actuación a celebrar, puede pasarse de la mera autoproducción a producciones mundiales en las que se ven implicados todo género de profesionales y técnicos (estén o no involucradas instituciones y entidades públicas). En cuanto a las compañías, verdaderas almas de muchas de las expresiones escénicas que el público disfruta, su particularidad deriva de que las mismas pueden intercambiar a los actores y técnicos en función de las obras y espectáculos a representar, por lo que es frecuente que ellos puedan participar en varios proyectos al propio tiempo, lo que, unido a sus fórmulas tradicionales de percepción salarial (cantidad por representación, por temporada, etc.), hace que este sector sea bastante particular y no pueda tomarse como ejemplificador del sector cultura en su conjunto.

Asimismo, hablamos de un sector que cuenta con un gran número y diversidad de sujetos intervinientes, tanto físicos (por referirnos sólo al teatro y sin agotar el listado: productores y empresas teatrales, directores de escena, creadores escénicos, dramaturgos, intérpretes, tramoyistas y demás técnicos, etc.) como jurídicos (entidades de artes escénicas, centros dramáticos), sean éstos públicos o privados (sociedades mercantiles teatrales, edificios e instalaciones dedicados a estas actividades, etc.).

Actualmente el sector carece de marco jurídico general en España, pues no existe legislación básica sobre él. Por ello, sólo está regulado como tal en aquellas Comunidades Autónomas que, de modo ciertamente minoritario, han considerado necesario establecer unos parámetros de ordenación para este conjunto de actividades.

2. Las artes plásticas y visuales

Las artes plásticas han sido entendidas tradicionalmente como las que estaban vinculadas a la pintura, la escultura, el grabado y a otras actividades artísticas propias de las Bellas Artes. Hoy, al haber ganado en amplitud y complejidad, ha emergido un concepto nuevo, el de artes visuales, que incorpora aportes más recientes a las artes asociadas a este sector, como la fotografía, el arte digital, la propia arquitectura moderna, etc. u otras que están surgiendo, como la performance, las videoinstalaciones, etc.

El sector, bajo esta doble denominación, está dominado por la idea de actividad artística tradicional, fundamentada en el trabajo manual, y por las nuevas disciplinas en las que la imagen y la interactividad cobran una relevancia creciente. A estos efectos, a los artistas propiamente dichos hemos de sumar los órganos que favorecen su producción y creación y se encargan de su difusión, sean galerías de arte, salas de exposiciones, museos y otros espacios para la generación, radicación y comercialización de estas expresiones artísticas, sus productos y los servicios que puedan tomarlos como objeto.

Al igual que decíamos al hablar de las artes escénicas, el papel de las distintas instituciones del Estado, especialmente de las Administraciones competentes en materia de cultura, adquiere aquí una gran importancia, ya que este sector ha sido un ámbito muy propicio a las ayudas públicas, vía subvenciones, becas (de estancia, de perfeccionamiento, etc.), apoyos específicos al sector privado, certámenes, premios, etc., de tal modo que se ha producido una interdependencia entre la actividad protectora del Estado y los artistas y los mediadores de los productos y servicios generados a partir del trabajo de todos ellos.

Se trata de un subsector muy dinámico que presenta aún aspectos por definir y que no está tan estructurado como otros que integran el sector de la cultura. Ello se explica, en parte, por la aparición de nuevas expresiones artísticas que se incluyen en él, pero también a que los productos y contenidos suelen estar dirigidos, salvo excepciones, a un público selecto y minoritario, además de al alto coste de los mismos, muy dependiente —por tanto— del dimensionamiento del mercado, de tamaño habitualmente pequeño o, a lo más, mediano, lo que condiciona su propia existencia.

Desde la perspectiva de la producción, los profesionales del sector son mayoritariamente artistas visuales que tienen en la pintura, el grabado, la ilustración, la fotografía o demás artes mediales su fuente de creación. Los mismos se encuentran ante un momento de cambio debido a que el propio concepto de proyecto se ha abierto enormemente hacia otro tipo de exigencias más globales, técnicas y de equipos integrados, lo que unido, a una mayor consideración económica de la obra artística, ha contribuido a transformar la actividad de los artistas y su rol dentro de la sociedad.

A los creadores hemos de sumar otros profesionales que hacen posible el acceso al mercado de productos y servicios derivados de la actividad artística primaria, sin lo que la misma no se pondría adecuadamente en valor. A estos efectos, conviene recordar que se trabaja con un producto cultural único o de producción muy limitada (como sucede con un grabado o una serigrafía), y es en esa originalidad donde radica el hecho de que las transacciones de este particular mercado vinculado, el coleccionismo (incluso de una sola obra), tenga un peso que no tiene en otros sectores culturales más industrializados y que, debido a ello, se dependa de un conocimiento del mercado y de sus fluctuaciones que se encuentra sólo al alcance de una minoría.

Se trata, por último, de un sector muy poco regulado en España, pues, si excluimos algunos aspectos concretos como, por ejemplo, la fiscalidad o el mecenazgo (en ciertas condiciones), se carece de un marco jurídico general, e incluso parcial, lo que contribuye a que sus sujetos activos deban moverse vía actuaciones concretas o siguiendo los estímulos administrativos, fruto de planes o programas puntuales, para hacer posible que se produzcan flujos de mercado que generen transacciones económicas en el sector.

3. El audiovisual y el multimedia

Las industrias audiovisuales e industrias multimedia integran un sector que se encuentra en alza desde hace ya tiempo, favorecido por la aparición de muy diversos contenidos digitales y la transformación que conlleva. Junto con el sector del libro y la prensa, concentra la principal producción de las industrias culturales en su conjunto, lo que explicita, mejor que ningún otro dato, el enorme peso que este sector tiene verdaderamente.

Dentro de la industria audiovisual encontramos un ámbito de actividad económica muy diversificada y rico, que podemos subdividir en la producción audiovisual, su distribución, la exhibición cinematográfica en sala, los videoclubes, la televisión pública, la TDT y la radio (pública y privada). Cada uno de estos ámbitos presenta una problemática específica y, tomados como un todo, lideran la atribución de ayudas y subvenciones que directa o indirectamente se prestan al sector cultural. Asimismo, conviene recordar que los integrantes de la sociedad española consumen televisión un elevado número de horas semanales y, en menor medida, escuchan la radio, lo que los convierte en potentes instrumentos para la transmisión y difusión de los contenidos culturales y de entretenimiento, convirtiéndose en un elemento de primer nivel para alcanzar esos fines, particularmente en un país en el que las familias suelen dedicar poco tiempo (y dinero) a las actividades culturales propiamente dichas.

El Informe de la *Fundación Ideas* para 2012 da cuenta del momento de este sector: "Se ha convertido en las últimas décadas en un sector estratégico, clave para el desarrollo económico, social y cultural de nuestro país. Su contribución al PIB en 2009 se situó cercana al 1,3% y el empleo en el sector tuvo una aportación cercana al 1% del empleo total. Los medios y contenidos audiovisuales se encuentran desde hace más de una década en plena transición digital, tanto en sus procesos de conceptualización y modos de producción, como en la distribución y reproducción, debido a la extensión del acceso a las redes de banda ancha y al desarrollo TIC relacionado. La industria audiovisual española, formada por el sector de la televisión y radio, los videojuegos, la música y el cine y el video, alcanzó una facturación estimada en 2010 de 5.806 millones de euros, habiéndose registrado un descenso de la facturación respecto al año anterior del 5%, pero con perspectivas de que los sectores tractores tradicionales, como los videojuegos, comiencen a crecer tanto o más que las pérdidas de otros sectores que sufren la adaptación a lo digital". Como añadido a lo dicho, cabe destacar que el sector de la TV y la radio concentran el 73% de la facturación de toda la industria, y que en 2010 facturó 4.219 millones de euros.

Por su parte el sector del multimedia y del videojuego (este último puede también incluirse en el sector audiovisual como hemos visto) nos adentra en un ámbito dominado por productos que sirven de apoyo a la cultura escrita y del entretenimiento integrando soportes que se encuentran en abierto retroceso, como el CD-ROM/CD-I, el casete, los disquetes, el video, con otros aún vigentes como el DVD, el blu-ray, etc. y con software (como, por ejemplo, el videojuego para PC o

para consolas) o de hardware propiamente dicho (como consolas y nuevos dispositivos móviles) que posibilitan la interacción y el disfrute de los consumidores culturales.

4. El patrimonio cultural

Cuando hablamos del patrimonio cultural como sector, hemos de tener presente que, en realidad, estamos refiriéndonos a un macrosector pues, entendido en sentido amplio, el patrimonial, a partir de la idea base de bien cultural y de legado a transmitir a las generaciones futuras engloba una vastísima realidad que incluye los inmuebles y objetos muebles de interés artístico e histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico y antropológico, científico o técnico, además del patrimonio documental y bibliográfico. A ello cabe sumar, por una evolución conceptual producida en las últimas décadas, las actividades y el patrimonio de la cultura popular y tradicional, que integran elementos tangibles e intangibles que suelen caracterizar el modo de vida y las pautas culturales de las distintas colectividades, así como la producción cultural contemporánea. Asimismo, y por derivación de la idea que preside todo este conjunto, el Paisaje ha pasado a considerarse también expresión patrimonial; de hecho, hay países en los que desde hace muchos años ambos conceptos y sus respectivas legislaciones aparecen estrechamente vinculados. E incluso, por contraste, para algunos estudiosos el patrimonio natural puede considerarse también en cierta medida participe de la idea de cultura, por lo que debería figurar igualmente junto a las realidades incluíbles que hemos consignado.

España es el segundo país (después de Italia y por delante de Francia) por el número de bienes culturales registrados en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO (www.unesco.org). Según los datos que figuran en el Anuario de Estadísticas Culturales, en el año 2009 existían en España 15.904 bienes de interés cultural inmueble y 7.771 muebles.

Aunque, lógicamente, estamos haciendo referencia a un sector en el confluye la iniciativa pública y la privada, la importancia del patrimonio cultural es tal que el papel del Estado, a través de los Poderes públicos, principalmente las Administraciones públicas, es determinante, al dedicarse anualmente cuantiosas sumas a su conservación y defensa, difusión y fomento, por los valores que tiene para la colectividad y por cuanto constituye un recurso fundamentalísimo para el denominado turismo cultural, que lo toma como presupuesto de su existencia misma. De hecho, se sostiene -con gran parte de razón- que es la funcionalidad turística del patrimonio la que permite materializar los retornos de las inversiones realizadas en conservación. A estos efectos, puede señalarse que los avances en la protección, conservación y explotación de los bienes culturales ha sido muy notable desde la entrada en vigor de la Constitución de 1978 y, aunque, obviamente, queda mucho camino por recorrer, se han sentado las bases de unas políticas para la protección de las que se carecía con anterioridad a esa fecha. En este sentido, cabe destacar que la propia vertebración del Estado autonómico ha redundado muy positivamente a este sector de actividad al insuflarle nuevas energías, vivificándolo y replanteando la protección tal y como venía siendo considerada hasta entonces.

De lo dicho se desprende que el sector mantiene, en cuanto a su actividad, una enorme dependencia de los fondos públicos, siendo muy pobres todavía los que llegan de manos privadas y, aunque hay experiencias concretas de intervenciones público-privadas estas constituyen la excepción a la regla general. En este sentido, las empresas que trabajan en el sector son medianas y pequeñas y cuentan con un alto grado de especialización, fruto de su adaptación a las demandas

de la protección patrimonial y a los espacios que dejan sin cubrir o que son externalizados por las Administraciones públicas competentes.

El elenco de profesionales que trabajan en este sector está marcado por la diversidad funcional de las actividades que se incluyen en el mismo. Estas pueden ir desde la custodia o gestión de un sitio o edificio histórico, de un jardín protegido, actividades museísticas dependientes, restauración y rehabilitación de bienes muebles e inmuebles, bajo la forma de patrimonio arqueológico o etnológico, etc. En consecuencia, la nómina a considerar de los mismos es muy amplia, variada y con vínculos jurídicos muy diversos. Los profesionales que desarrollan esas actividades son también muy variados: arquitectos, restauradores, jardineros, arqueólogos, etc., ya sea como empleados públicos integrados en el aparato burocrático de las Administraciones competentes, ya como simples trabajadores de las empresas privadas actuantes o en calidad de autónomos, cuando lo hacen individualmente. Por consiguiente, el estatus jurídico de estas personas es muy diferente (funcionarios, personal laboral, directivos, etc.) y su profesión y grado de especialización estará acorde con la problemática de la realidad sobre la que actúan.

En cuanto a la normativa aplicable, puede afirmarse que esta es muy profusa y detallada, existiendo grupos normativos muy diversos polarizados por las leyes de protección del patrimonio histórico y cultural de las Comunidades Autónomas, que fijan el marco jurídico aplicable a partir de la legislación básica recogida en la Ley del Patrimonio Histórico español de 1985. La estructura de estos textos legales, que recogen los estándares públicos en esta materia, suele ser, salvo excepciones, muy similar.

5. Los archivos y las bibliotecas

Pocos de los sectores culturales que hemos ido relacionando han tenido tanta conexión con las actividades públicas del Estado como los que hacen referencia a los archivos y bibliotecas y al patrimonio documental, hasta el punto de que casi de forma natural —aunque no debería ser así, pues también se encuentran en manos privadas— se suele pensar que siempre se está hablando de archivos y bibliotecas públicas. Hacemos referencia, por lo tanto, a un sector de actividad que se encuentra muy publicitado, en el que impera como regla general la gratuidad del servicio y en el que los sujetos privados desarrollan un papel limitado, debido al amplio papel jugado por los Poderes públicos al desplegar su acción cultural en este terreno.

Esta particularidad del sector obedece a que, tanto en el caso de los archivos como —por motivos muy diferentes— en el de las bibliotecas, las Administraciones han debido hacer frente a la conservación de sus archivos documentales y a gestionar los depósitos de libros que sirven para que los ciudadanos puedan acceder a la cultura por vía de la lectura y hoy, además, en otros soportes gracias a las mediatecas. Como ejemplo de ello podemos mencionar los Archivos Históricos y los Archivos Administrativos existentes en nuestro país (Archivo General de Simancas, Archivo de Indias, Archivo Histórico Nacional, Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, etc.) o las bibliotecas locales que, siguiendo el modelo instaurado en otros países (el ejemplo del sistema bibliotecario inglés es obligado), vienen prestando servicio desde hace muchos años.

Cada uno de estos subsectores ha de ser examinado por separado, no sólo por una cuestión funcional o finalística y de soporte, sino también por depender de disciplinas que, como la

Archivística y la Biblioteconomía, a pesar de sus posibles conexiones dogmáticas, tienen una gran autonomía entre sí y planteamientos propios originales.

Por lo que respecta a los archivos, su finalidad última es la de garantizar la preservación de la documentación tanto pública como privada para ponerla al servicio de los intereses públicos generales, lo que obliga a integrar tanto los documentos de titularidad pública como los de titularidad privada dentro de un sistema, de tal manera que exista un tratamiento común que los salguarde y viabilice el acceso de los investigadores y del ciudadano —en general— a su conocimiento, primando su preservación y difusión. Para conseguir estos objetivos, contamos con numerosos grupos normativos promulgados por los Poderes públicos en los que se aclaran los principales conceptos operativos (sistema de gestión documental, documentación activa o histórica, serie documental, colección y fondo documental, evaluación y selección de documentos, documento, inventario, expurgo, etc.) y se asientan las bases estructurales de este ámbito de actuación, fijando las autoridades de control y el régimen de acceso, además de las infracciones y sanciones administrativas a la vulneración de sus determinaciones.

Los profesionales de este ámbito de actividad son los vinculados a la archivística y al documentalismo que, en el caso de los dependientes del Estado como empleados públicos, están estructurados como cuerpos especiales de funcionarios públicos desde el siglo XIX (cuerpo facultativo de archiveros). Los nuevos soportes han obligado a integrar en este sector nuevos profesionales, como informáticos y otros técnicos.

Por lo que respecta a las bibliotecas, su finalidad última se encuentra en la puesta a disposición de los ciudadanos de un catálogo de bienes muebles de titularidad pública (al haberse adquirido con fondos públicos para este fin o por donaciones de particulares o de entidades públicas) como libros, discos y películas en diversos formatos, etc., que se tienen en depósito en unos establecimientos especializados a los que aquellos pueden acceder y que, habitualmente, pueden ser objeto de préstamo, salvaguardándose su conservación a través de medidas de preservación. A las bibliotecas, a la que por extensión se les ha añadido el llamado patrimonio bibliográfico en su rotulación, han de sumarse hoy los nuevos patrimonios emergentes, entre los que destaca el denominado patrimonio digital.

Tradicionalmente, las bibliotecas han sido motor para la educación y para el acceso al conocimiento por parte de la colectividad, y ello explica que las leyes impongan la prestación de este servicio público en municipios con población superior a cinco mil habitantes (art. 26.1 b, originario de la ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases de Régimen Local) y su salvaguarda por entidades supramunicipales para municipios más pequeños. En suma; los grupos normativos específicos, encabezados por las distintas leyes sobre bibliotecas que se han venido promulgando, toman el hábito de la lectura como un pilar básico para la formación, el desarrollo y la educación de los ciudadanos como individuos libres, garantizando la igualdad de oportunidades, y para que estos puedan ampliar sus conocimientos, mejorar sus capacidades personales y cívicas, acceder a una realidad cambiante y aprender a lo largo de toda su vida.

Al igual que veíamos en el caso anterior, también aquí son frecuentes grupos de disposiciones en los que se clarifican los principales conceptos operativos, como qué se entiende por biblioteca, su calificación en pública o privada, la colaboración entre ellas, el sistema bibliotecario (pues aquí impera igualmente la idea fundamental de sistema), las redes, etc.

6. Los libros y la prensa

Aunque el libro y la prensa, por razones históricas de identidad, aparecen unidos en un mismo sector cultural, en tanto que ámbitos de actividad, el primero aparece vinculado a la problemática de la edición, mientras que el segundo suele quedar agrupado con los llamados medios de comunicación social, junto a la radio y a la televisión, con las que suele formar redes de medios y, en consecuencia, existen razones más que suficientes para que sea examinado siguiendo ese prisma.

Cuando hablamos del sector del libro, en realidad estamos hablando de tres ámbitos diferenciados: el de la edición propiamente dicha (excluida la llamada edición artesanal); el de la distribución al por mayor y el comercio al detall (librerías y otros centros de venta al por menor), además de la industria auxiliar de las artes gráficas, una parte de cuya actividad se dedica al mundo del libro.

Se da la particularidad de que en este sector conviven pequeñas editoriales y medianas empresas dedicadas a la edición con holdings y multinacionales que tienen en el libro su eje estructural, en lo que constituye un conglomerado de empresas altamente competitivas que han contribuido a que España sea una potencia económica en este ámbito. Se trata, además, de un mercado muy internacionalizado, en el cual las diferentes fases de producción y comercialización pueden ejecutarse en países diferentes en función de la minoración de costes. Asimismo, la distribución a gran escala aparece dependiente de la exportación, especialmente hacia países latinoamericanos y europeos mientras que, por su parte, la venta al por menor suele presentar unas características muy diferentes en función de variables tales como la amplitud o especialización del catálogo de productos, los depósitos disponibles, el trato personalizado, la existencia de variedad en la oferta, etc. A la vista de cuanto decimos, cabe señalar que en tanto que industria cultural, la del libro sigue en España la tónica general europea, continente en el que se ha consolidado como el sector más relevante por delante de la música, el cine o las artes escénicas, colaborando al liderazgo mundial en materia de edición.

Por lo que respecta a la prensa, y como prolongación de lo que decíamos al inicio de este punto, cabe destacar que las empresas y entidades productoras, editoras o comercializadoras de medios de comunicación escritos están diversificando sus líneas de actividad, de tal manera que se rompen las compartimentaciones tradicionales conforme a las cuales dichas entidades se dedicaban exclusivamente al sector de la prensa. Así, cada vez más entran a participar en estructuras más amplias (lo que incluye la radio y la televisión), sea a través de asociaciones con otras existentes o mediante las creadas a tal efecto por las propias empresas periodísticas, en lo que constituyen verdaderas redes de medios en los que la prensa se erige en un elemento más.

A tales efectos conviene no olvidar el impacto que la prensa digital (bien sea de pago, gratuita o en la formulación intermedia de contenidos abiertos y otros sólo para abonados) viene teniendo en los últimos años como sustituta o complementadora de la prensa tradicional en papel, lo que ha permitido que un mercado de la prensa de ámbitos territoriales limitados y condicionados por los canales tradicionales de distribución se abra a una escala mundial y de producción mucho más extensa. Asimismo, tampoco cabe olvidar que recientemente ha surgido el fenómeno de la llamada prensa gratuita que, con la aceptación del público, ha alcanzado también una amplia cuota de mercado dentro de la prensa tradicional. Todo ello nos ofrece un panorama de cambio

suscitado por la necesidad de adaptación de este medio de comunicación histórico a la era digital, en un proceso de transición imparable en el que la demanda de los nuevos públicos emergentes y las nuevas fórmulas comunicativas serán determinantes para el presente y futuro del sector.

Tanto en relación con el mundo editorial (si excluimos las publicaciones oficiales) como en el de la prensa (aquí de modo mucho más acusado, a pesar del relieve que tiene la publicidad institucional), la presencia activa del Estado es poco significativa, acorde, puede decirse, con la pujanza, el dominio y la consolidación que tiene la iniciativa privada en el sector y la falta de justificación de los Poderes públicos para desarrollar estas actividades en un marco en el que las libertades públicas y los derechos fundamentales se encuentran salvaguardados por el Estado de Derecho. Ello no significa que carezcan de un marco jurídico público que los ordene, pero este, por lo que se refiere al mundo del libro, queda circunscrito a algunos ámbitos concretos (la protección de la propiedad intelectual, el régimen de los libros escolares, la promoción del libro y de la lectura, etc.) y, por lo que respecta a la prensa, debido a su relevancia para la conformación de la opinión democrática, se encuentra limitado al tratamiento de algunas cuestiones puntuales como, por ejemplo, el ya citado de la publicidad institucional.

7. La música y la industria fonográfica

Al hablar de las artes escénicas descartamos incluir dentro de ellas la actividad musical en razón de que, aunque ésta podía ser resultado de celebración de actuaciones en directo, cabía la posibilidad de que se consumiera en forma grabada (discos, dvd, etc.) o enlatada en formato digital (podcast, streaming, suscripciones a plataformas digitales, etc.). Por ello, el sector tiene como rasgos identitarios el fonograma o unidad de grabación, sea o no digital, en disco o en cualquier otro soporte técnico, y la industria que se dedica a producir este tipo de soporte, así como los servicios que puede llevar aparejada la actividad musical como valor añadido. Según el enfoque que se utilice, puede incluirse en el audiovisual o tratarlo de modo independiente, a tenor de su importancia y necesidad de autonomía.

Es muy conocido que se trata de un sector en crisis, debido principalmente a los cambios en la audición de la música por parte de los nuevos públicos y al impacto que sobre él tiene la piratería en sus múltiples formas. Pero resulta justo destacar que, a pesar de ello, se mantiene como industria cultural de peso, mientras responde al reto digital con el desplazamiento de las ventas asociadas tradicionalmente al soporte disco a otros soportes en formato electrónico y gracias a un significativo aumento de la facturación por conciertos y actuaciones en directo.

Para el análisis del subsector de la fonografía suele distinguirse entre varios ámbitos de actividad: la producción de fonogramas, su distribución y el comercio al por menor de los mismos. Actualmente, existe una concentración de la actividad en muy pocas empresas, dándose también el fenómeno —minoritario— de los llamados sellos independientes.

En el sector de la música, los artistas y creadores actúan a veces como personal contratado y otras como trabajadores autónomos, lo que pone en primer plano la problemática de la fiscalidad y de los derechos de estos colectivos. Se trata de un sector poco juridificado en tanto que tal sector, y por ello se echan en falta disposiciones específicas adaptadas al mismo y que no entorpezcan su actividad. A título de ejemplo, y por señalar algunas de las demandas del sector: facultando la actividad de salas de música en directo; promulgando una legislación de patrocinio y mecenazgo que sea efectiva; la ordenación de los festivales y ferias con unos criterios rectores que eviten una

oferta desordenada y repetitiva; la corrección de la práctica de un apoyo institucional desigual en función del tipo de actividad a desarrollar, etc. Asimismo, no debemos olvidar la falta de solución efectiva al mayúsculo problema de la piratería en sus múltiples formas (descargas ilegales por internet, el denominado "top manta", etc.), que castiga al subsector de la fonografía y lo daña profundamente en un país que ocupa, desgraciadamente, uno de los primeros puestos del ranking de países incumplidores del régimen de derechos de los artistas y de la propiedad intelectual (y, a veces, incluso industrial) de las fonográficas. No puede desconocerse que la gestión de los derechos vinculados y la propiedad intelectual y artística de los contenidos musicales constituye —junto con la venta de discos y la celebración de conciertos— el tercer eje económico de este sector, por lo que urge una solución al problema.

SECTOR ARTESANAL

Definición del sector

Es complicado hablar de un sector que no existe como tal y donde el primer problema para comprender la realidad económica y social de la actividad artesana es la propia identificación de las empresas, ya que no existe la posibilidad de utilizar las fórmulas estadísticas económicas habituales para su estudio. Una de las mayores dificultades del sector es su invisibilidad; la artesanía no existe como sector, no tiene un CNAE propio o diferenciado de otras actividades industriales, que permita hacer las valoraciones económicas y sociales.

Apartados CNAE 2009 relacionados con la artesanía

- 1629. Fabricación de otros productos de madera artículos de corcho, cestería y espartería
- 1813. Servicios de preimpresión y preparación de soportes
- 2313. Fabricación de vidrio hueco
- 2319. Fabricación y manipulado de otro vidrio, incluido el vidrio técnico
- 2370. Corte, tallado y acabado de la piedra
- 2441. Producción de metales preciosos
- 2454. Fundición de otros metales no férreos
- 2550. Forja, estampación y embutición de metales metalurgia de polvos
- 2561. Tratamiento y revestimiento de metales
- 2652. Fabricación de relojes
- 3109. Fabricación de otros muebles
- 3212. Fabricación de artículos de joyería y artículos similares
- 3213. Fabricación de artículos de bisutería y artículos similares
- 3220. Fabricación de instrumentos musicales
- 3240. Fabricación de juegos y juguetes
- 3319. Reparación de otros equipos
- 7410. Actividades de diseño especializado
- 7490. Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.o.p.
- 9001. Artes escénicas
- 9002. Actividades auxiliares a las artes escénicas
- 9003. Creación artística y literaria
- 9103. Gestión de lugares y edificios históricos
- 9106. Actividades archivos
- 9525. Reparación de relojes y joyería
- 9529. Reparación de otros efectos personales y artículos de uso doméstico

Podemos considerar la definición de Artesanía que adopta la UNESCO:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del

producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.”

A partir de esta definición surgen distintas interpretaciones. La artesanía puede ser vista como un proceso productivo en el que el trabajo manual del artesano supone la mayor parte del mismo. Bajo esta premisa, la artesanía es entendida como una actividad en la que el propio proceso productivo impone el número de piezas de cada serie. Pero aún en este caso, la parte de proceso mínima que ha de ser manual para considerarlo una actividad artesana no está perfectamente delimitada.

Por otro lado, el decreto que regula el sector de la artesanía en Castilla y León (muy similar al resto de las comunidades autónomas) intenta aclarar qué es la artesanía, pero aparte de referirse a la actividad artesana como un sistema singular de manufactura en el que existe un componente manual, es determinante la intervención personal, exige un conocimiento de las materias primas y las técnicas y que se trata de una actividad económica, es decir empresarial, no acaba de aclarar qué es realmente una producción artesana.

A esta indefinición hay que sumar el desarrollo de la era digital por la que cualquier producto es susceptible de ser mecanizado industrialmente mediante fresadoras de CNN, o por impresión en 3D. Y considerar el uso de los nuevos materiales y sus oficios: resinas, epoxis, poliéster, nuevas fibras textiles, carbonatos, policarbonatos... teniendo en cuenta que la mayoría de los repertorios de oficios de apoyan en materiales tradicionales como la piedra, cerámica...

Desde el Centro Regional de Artesanía de CYL quieren aclarar este problema con una definición que permita ajustar estos conceptos, entendiendo que la artesanía es:

Una forma de hacer o producir los objetos relacionados con los oficios artísticos y tradicionales cuya realización no está industrializada y cuya actividad económica, es decir, el resultado de su producción debe ser rentable en un mercado libre y globalizado.

Por lo tanto, la producción artesanal actual tiene sentido con productos que a la industria no le resulta rentable fabricar, orientados a nichos concretos de mercado, aprovechando la fortaleza que supone su agilidad productiva, niveles de calidad, singularidad, valores añadidos... es decir, su capacidad de competir en la producción de bajas cantidades y que por cuestiones de amortización de la inversión a la industria no le es rentable la puesta en marcha de líneas de producción para pocos objetos.

Actualmente las empresas artesanas se han convertido en una opción profesional para jóvenes emprendedores o alternativa laboral para aquellas personas que por edad, género o formación se pudieran ver excluidas del mercado de trabajo. Un sector que, por cuestiones de la baja inversión inicial, es una opción interesante para emprendedores. Además, estas empresas artesanas tienen una importante relación con el medio rural, estando gestionadas por mujeres un importante porcentaje. Por todo ello, el sector debe tener una consideración muy diferente en lo cualitativo y en lo cuantitativo.

No obstante, existe otra artesanía que genera productos de vanguardia, productos que cubren necesidades de otras empresas en otros sectores, productos que suman los valores de la excelencia, de la calidad y del saber hacer. Se trata de empresas artesanas que están presentes en todas las actividades económicas como la arquitectura y la construcción, la restauración del patrimonio, las artes escénicas y audiovisuales, la caza y el caballo, los artículos religiosos, la moda y el complemento, el hogar y la cocina, la hostelería, el ocio y el tiempo libre, la formación... y así hasta cubrir todas las actividades económicas de la región.

Una realidad constatable es que en todos los sectores económicos de Castilla y León podemos encontrar talleres y artesanos produciendo.

Mercado de los productos y servicios artesanos.

Otro de los problemas en la identificación de la actividad productiva artesana es la heterogeneidad de productos y servicios. Actualmente, el Repertorio de Oficios de Castilla y León reconoce 164 actividades artesanas reunidas en 14 subsectores económicos que tienen como base de organización las materias primas utilizadas o algunos productos en general.

Este sistema de clasificación impide tener una correcta apreciación de la distribución de los productos contribuyendo a proyectar una imagen del sector vinculada, casi de forma exclusiva, con los productos etnográficos que está muy alejada de la realidad de los mercados actuales.

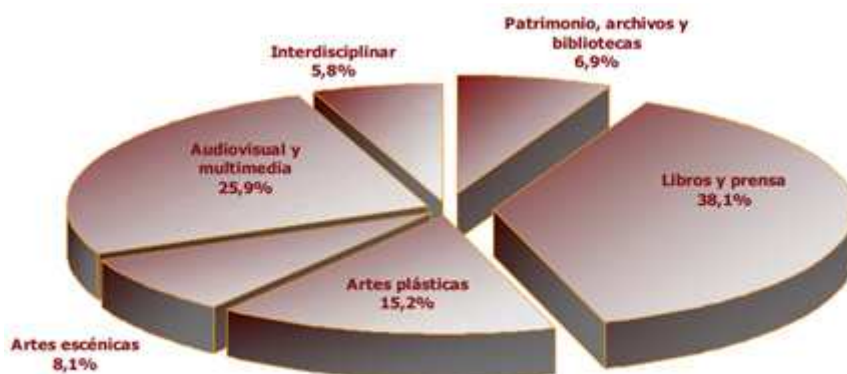
Como contrastes a esta visión, desde CEARCAL se han identificado los siguientes nichos de mercado con presencia de producto o servicios artesanos:

- Artes escénicas y audiovisuales
- Artes gráficas
- Caza, pesca, caballo tauromaquia
- Cuidados personales
- Hogar
- Juguetes
- Moda y complementos
- Muebles
- Actividades musicales
- Objetos religiosos
- Productos tradicionales y etnográficos
- Regalos
- Restauración y rehabilitación de bienes
- Turismo
- Servicios
- Otras actividades de difícil clasificación

DATOS SECTORIALES NACIONALES

SECTOR CREATIVO Y CULTURAL EN ESPAÑA

Actualmente, la aportación de la cultura —entendida en sentido amplio, como actividades culturales puras o vinculadas a la propiedad intelectual— al Producto Interior de la economía española es muy significativa, en torno a un 3,5 % (según datos para el año 2015), y su aportación al Valor Añadido Bruto, un 4,1 %, es muy superior a la que representa el sector agrícola (2,5 por ciento), el alimentario (2,6 por ciento), el químico (1,1 por ciento) o las telecomunicaciones (1,8 por ciento), estando muy próxima a la que generan las actividades financieras y los seguros (4,2 por ciento). Sin embargo, ese nivel de importancia, mantenido en el tiempo, no se ve acompañado de una verdadera política de Estado que ponga en valor el sector, estratégico por el peso que tiene por sí sólo y por las conexiones que cabe establecer con otros con los que guarda relación, como la educación o el turismo, por poner algún ejemplo.



El sector cultural y creativo en Castilla y León ocupa cerca del 2,6% del empleo total, y la mayor parte de las industrias culturales y creativas están ubicadas en Valladolid y León. Además, en esta comunidad autónoma se concentra en torno al 4,5% de las empresas culturales españolas. La mayor parte de ellas están relacionadas con el diseño, la creación, las actividades artísticas y de espectáculos y las empresas de artes gráficas y fotografía.

SECTOR ARTESANO EN ESPAÑA

Según datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y la Escuela de Organización Industrial (EOI), en el estudio publicado sobre Situación de la Artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas (2015), indican:

- El sector artesano español cuenta con unas 38.577 empresas que ejercen su actividad económica como personas físicas o como personas jurídicas, bajo distintas formas societarias.

- El 69,7% de las empresas (26.876) son personas físicas, es decir, ejercen su actividad como autónomos/as mientras que el otro 30,3% son sociedades (mercantiles, cooperativas, comunidades de bienes, etc.) y entidades no lucrativas, básicamente asociaciones.
- El 97,4% de estas empresas son microempresas, es decir, tienen menos de 10 personas empleadas. Sólo el 2,6% de las empresas artesanas cuenta con 10 o más personas empleadas.
- El empleo en las empresas artesanas asciende, según estimaciones propias, a 104.791 personas; el 75,8% de ellas trabaja en microempresas. Otras 20.188 personas desempeñan ocupaciones artesanas, como asalariados/as, en empresas industriales. Es decir, están empleadas en empresas cuya producción es mayoritariamente industrial pero que incorporan artesanos/as en distintas fases de su proceso productivo, aunque mayoritariamente se ubican en las fases de pre-producción, (en tareas de diseño y ejecución de muestras y modelos de distintos productos) y acabado de productos de alta gama.
- El empleo directo de las empresas artesanas, atendiendo a las estimaciones anteriores, representa el 4,3% del total del empleo industrial y el 0,6% del empleo del conjunto de la economía. Si se consideran también los artesanos que trabajan en empresas industriales, los porcentajes se elevan hasta el 5,1% y el 0,7%. El porcentaje de empleados del sector artesano que trabaja por cuenta propia asciende al 35,5% (unas 44.427 personas) y el 64,5% restante está empleado por cuenta ajena (como asalariado/a).
- El PIB del sector artesano en el año 2014 asciende a unos 4.042 millones de euros, lo que representa en torno al 2,4% del PIB industrial y un 0,4% del PIB total.
- La productividad aparente del trabajo, es decir, la productividad por persona ocupada en el sector se situaría en torno a los 32.341€. La mayor productividad de los/as trabajadores/as artesanos/as que desempeñan sus tareas en empresas industriales hace que éstos/as representen en torno al 22,1% del PIB vinculado a la artesanía, aunque su peso en el empleo artesano total es sólo del 16,2%.

El sector artesano español representa en torno al 2,4% del PIB industrial y un 0,4% del PIB total y cuenta con unas 38.577 empresas, de acuerdo con los últimos datos disponibles, recogidos en el estudio de 2015 Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas. Este informe indica que el PIB del sector artesano español ascendía en ese momento a más de 4.000 millones de euros.

El impacto de la crisis económica se ha dejado notar en el sector en una reducción del número de empresas y de empleo de un 35% desde 2010. La contrapartida positiva es que este proceso ha ido acompañado de un incremento de la productividad media y de la competitividad, gracias a la apuesta por la innovación, la incorporación de las TIC, la cooperación intra e intersectorial y una mayor orientación hacia la comercialización del producto.

Estos avances se han visto acompañados de una cierta renovación motivada por la entrada de nuevos perfiles profesionales, que previsiblemente dinamizarán de forma importante la actividad artesana en los próximos años. Todo ello sitúa a la artesanía nacional en una sólida posición para afrontar un nuevo período marcado por una mejor situación económica y por las nuevas tendencias emergentes en el consumo.

LA ACTIVIDAD ARTESANA EN CASTILLA Y LEÓN EN NÚMEROS:

- Nº de empresas en el registro artesano de Castilla y León: Cerca de 800 empresas registradas (registro voluntario).
- Nº de empresas identificadas por el estudio de DGPyme: 2.971 empresas (4,8% del total de las empresas en CyL)
- Empleo atribuido por el estudio de la DGPyme: 6.899 empleados (3,4% del total del empleo en CyL)

LA ACTIVIDAD ARTESANA EN ESPAÑA EN NÚMEROS:

- Nº de empresas identificadas por el estudio de DGPyme: 61.657 empresas.
- Empleo atribuido por el estudio de la DGPyme: 194.000 empleados.
- Valor añadido atribuido por el estudio de la DGPyme: 4.000 millones de euros. (2,6 % del PIB industria y 0,45% PIB nacional)

Respecto al análisis de distribución y localización de las actividades económicas y culturales en León, se pone de manifiesto la existencia de una gran concentración en torno a la ciudad de León y los municipios a la capital, destacando los valores elevados en municipios como La Robla, San Andrés del Rabanedo y Valdefresno.

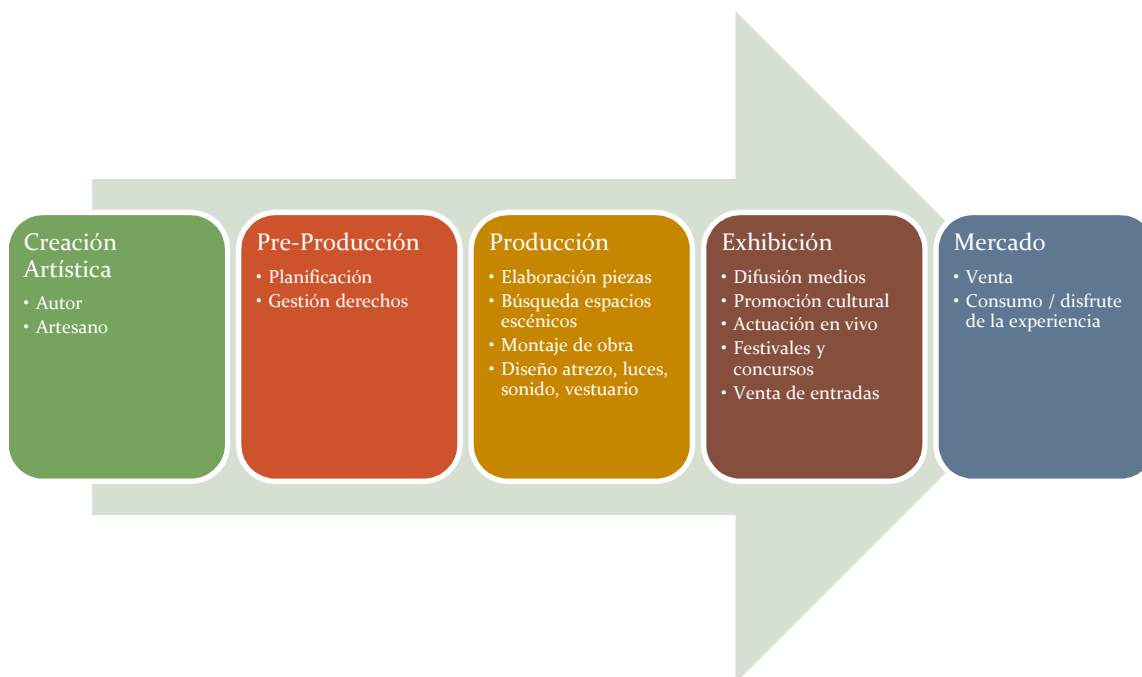
Por su parte, apoyada en la iniciativa Hecho en León, puesta en marcha por la Diputación de León, se ha constituido la asociación León Artesano, que agrupa el trabajo de 32 artesanos, con productos de pintura sobre seda, cuero, bicicletas de madera o decoración, joyería, entre otras artes. Esta asociación ha nacido como una comunidad de creadores para difundir los proyectos artesanos de León y la comercialización de sus productos en el mercado nacional e internacional. Los objetivos de la asociación pasan por la visualización, la creación de la marca de calidad, la proyección y la comercialización de los productos.

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR CREATIVO-CULTURAL-ARTESANO:

Al observar el modo en que la creatividad humana, además de movilizar valores culturales puede generar también valor económico, se aprecia la participación de otros agentes culturales en el proceso. La cadena de valor hace referencia a la necesaria intervención de la producción, la distribución y la difusión para que las creaciones culturales lleguen al público.

Sin embargo, puede resultar problemático considerar la creación únicamente como un eslabón, aunque sea el primero de la cadena de valor cultural, debido al hecho de que la cadena de valor es un marco de pensamiento, medida y gestión de los activos culturales, pero únicamente de aquellos activos realizables en el circuito productivo según sus propios criterios y expectativas de éxito o retorno económico. La cadena de valor da cuenta únicamente de aquella parte de la actividad creativa que efectivamente se realiza a lo largo de la misma, invisibilizando aquellas prácticas y procesos creativos que no llegan a ser producidos, difundidos, exhibidos o recibidos por el público, el cual a su vez es formado y orientado por los criterios y productos promocionados por esa misma cadena de valor. En este sentido, la cadena de valor supone una propedéutica, una educación y orientación del espectador hacia los productos promocionados por la propia cadena productiva. Frente a la tendencia a la formación de estos bucles culturales, resulta necesaria la cooperación entre las políticas culturales, la educación y la industria cultural misma para proteger la diversidad no solo de las expresiones y productos culturales realizados, sino también la diversidad de las prácticas y actividades creativas y de los públicos más allá de las expectativas de su efectiva realización económica.

Asimismo, siendo la creación el factor animador de la producción, difusión y consumos culturales, ésta debería ser contemplada como un factor fundamental a lo largo de todos los procesos de la cadena de valor y, por su carácter dinamizador, como iniciadora de nuevos procesos. La creatividad, para realizarse en la cadena de valor, no requiere únicamente de creadores, sino que precisa también de la cooperación de productores creativos y sensibles a la innovación, así como de programadores, exhibidores y públicos creativos, sin los cuales la creatividad no llega a alcanzar a su destinatario, ni puede llegar a ser objeto de su estima y valoración en tanto que capital cultural compartido. De esta forma, más que pensar en la cadena de valor, desde la perspectiva de la creación sería más pertinente pensar en términos de espirales de valor ya que, en la medida en que la creación llega a materializarse a lo largo de esos procesos, contribuye a la diversidad y posible expansión del marco de pensamiento y gestión de la cultura. Una innovación en los lenguajes, formatos o en la práctica artística genera un ensanchamiento de los criterios y expectativas del dispositivo productivo, posibilitando la recepción de nuevas producciones por parte del público y la expansión o generación de nuevas comunidades de sentido.



DAFO SECTORIAL CREATIVO, CULTURAL, ARTESANO:

SECTOR CULTURAL

FORTALEZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Oferta cultural, turística y de ocio caracterizada por la calidad, enfocada al patrimonio histórico y los valores naturales. • Nivel cultural de la población y de los visitantes medio-alto. 	DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Dependencia del sector cultural, en muchos casos, de la financiación proveniente de las administraciones, de subvenciones, de fundaciones, etc. • Empresas pequeñas, sin capacidad financiera para resistir cualquier variación en el mercado, por lo que se crean y se destruyen constantemente, sin estabilidad en el mercado.
OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Importancia que se otorga a las actividades de ocio y culturales, mejorando su valoración • Se mantiene el nivel de la demanda a pesar de los años de crisis, enfocada hacia actividades de menor precio o gratuitas, incrementando el número de visitantes a la Ciudad de León, con la llegada del AVE desde Madrid y la celebración de eventos como la Capital Gastronómica Nacional en 2018. • Profesionalización del sector: incrementar la formación y la cualificación del personal con el objetivo de aumentar la calidad de los servicios y de mejorar la imagen del sector • Digitalización de los bienes culturales y globalización de la riqueza cultural a través de Internet • Situación actual de salida de la crisis • Coordinación de políticas y de programas culturales de las diferentes administraciones 	AMENAZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Discreta oferta cultural tanto en León como en Castilla y León, muy enfocada al patrimonio histórico, que genera situación de incertidumbre y provoca que se atenacen las expectativas y tendencias de futuro del Sector. • La situación de crisis ha reducido los presupuestos y las ayudas destinadas a la organización y desarrollo de actividades culturales. • Exceso de competencia: la crisis genera disminución en los presupuestos y las ayudas por lo que aumenta la competencia entre las entidades por mantenerse en el mercado. Puesto que en muchos casos se trata de empresas pequeñas es complicado que todas se puedan mantener en el mercado • Público reducido y heterogéneo, con intereses dispares, que dificulta la programación de actividades culturales diversas.

SECTOR ARTESANO

<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sector formado por microempresas flexibles con posibilidades de cambio y adaptación rápidos • Colectivo que resiste entornos socio-económicos difíciles y períodos de crisis • Grupo importante de empresas artesanas con productos de calidad máxima • Importancia creciente de los valores en lo gráficos cómo atractivo turístico de la región • Administración regional involucrada en la regulación y promoción de la artesanía 	<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imposibilidad de homogeneizar el nivel de calidad • Atomización del sector, aún siendo un sector maduro • Canales de comercialización muy reducidos • Limitaciones derivadas del volumen de negocio • Escasez formativa enfocada a los artesanos • Fragmentación elevada en diferentes asociaciones • Bajo nivel de implantación de las TIC • Excesiva dependencia de las ayudas públicas
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolución de las exigencias del mercado hacia productos individualizados y personalizados alejados de la producción en serie • Posibilidad de profesionalización de la gestión empresarial del sector artesano • Margen de mejora en los diseños de los productos artesanos en colaboración con diseñadores profesionales • Auge del turismo en tradicional y cultural • Uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación • Utilización de herramientas informáticas en la gestión empresarial y en el diseño de los productos artesanos 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de relevo generacional • Baja capacidad para adaptarse competitivamente a los cambios derivados de las exigencias del mercado • Perdida de eficiencia de las ferias cómo canal de comercialización • Falta de unos criterios claros que marquen lo que debe considerarse artesanía y lo que no • Entrada de productos industriales y de mercados emergentes que imitan a los artesanales

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

SECTOR CREATIVO CULTURAL

Debido al abismo existente entre las industrias culturales del norte y el sur del mundo, el desafío está en reforzar las capacidades locales, mejorar el acceso a los mercados mundiales a través de nuevas asociaciones, fomentar la ayuda de expertos, la lucha contra la piratería y la defensa de la propiedad intelectual.

Por otro lado, el entorno digital ha multiplicado las posibilidades de las distintas lógicas, lo que ha conducido no solo a la hibridación sino también a la apertura de nuevas posibilidades. Estas nuevas posibilidades pueden identificarse fácilmente a partir de 3 tendencias globales, que a continuación se exponen conjuntamente con grandes cambios que están produciendo en el sector de la cultura.

HACIA UNA DIGITALIZACIÓN DEL ENTORNO

- Más información que mayor alcance de la cultura
- Nuevas formas de comunicación
- Mayor importancia y uso de técnicas de marketing digital
- Frente a la idea del consumidor pasivo gana terreno la idea del prosumidor, Con un papel activo en la cadena de valor.

HACIA UN AUMENTO DE LA CONECTIVIDAD

- Nuevas formas organizativas
- Más interacción entre culturas y una red global sin precedentes
- Se abren nuevas vías digitales hacia la colaboración y la innovación abierta

HACIA LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

- Trabajo colaborativo: parece una buena estrategia ante un mercado constituido por un conjunto amplio de pequeñas y medianas empresas
- Se amplía el horizonte con nuevos formatos artísticos y nuevas formas de creación: La aparición de las nuevas tecnologías y el auge de la comunicación digital también ha propiciado e inspirado nuevos formatos artísticos y nuevos procesos de creación

SECTOR ARTESANAL

Existen cuatro razones por las cuales los consumidores están interesados actualmente en los productos artesanales (Patty Carpenter 2016):

- Enfoque en el origen del producto, de dónde viene
- Producciones limitadas enfocadas en una excelente calidad
- El impacto que tiene el desarrollo de productos artesanales dentro de las comunidades como una forma de preservar la cultura

- El impacto positivo que tiene el consumo de productos artesanales a nivel de sostenibilidad y de desarrollo local, principalmente en temas como el empoderamiento de la mujer.

A esto se añade que hoy los consumidores buscan productos con los que pueda expresar su individualidad. y, que los haga diferenciarse a la vez permita contar una historia que los identifique con una causa un propósito de vida. Por eso es muy importante la historia detrás del producto y qué las marcas sean completamente transparentes al comunicar sus valores y sus procesos. estamos en una era en la tecnología y la información son de fácil alcance, y con un par de búsquedas en internet validan si lo que las marcas hacen es coherente con lo que dicen. la ética de las marcas hoy en día se ve reflejada en compras de consumidores leagues, y que además recomendaciones del producto por qué tiene la certeza de que con su compra están impactando positivamente a una Comunidad de artesanos.

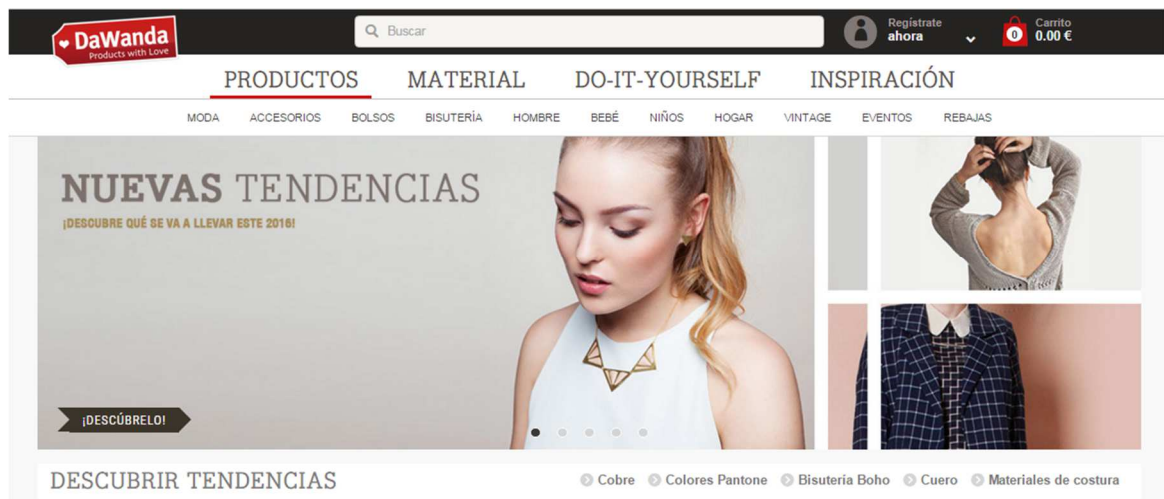
A pesar de vivir en plena industrialización y que cada vez hay más productos antes inimaginables al alcance de la sociedad media, también es cierto que los consumidores buscan la exclusividad. Desde la revolución industrial, hemos ido avanzando para crear mayor cantidad de productos en menos tiempo y por un precio más bajo. Pero ahora ya no siempre buscamos lo asequible, queremos lo único; vamos por la calle y vemos a tres personas más en la misma manzana llevando nuestros pantalones o nuestras camisetas. Cientos de grandes empresas ya se han dado cuenta de esto y por ello han empezado a lanzar los **productos personalizables**

- Tejer o coser: la moda y los accesorios priman en este mercado. Multitud de diseñadores crean sus propias colecciones a mano y las venden a través de la red. Instagram y Facebook se ha convertido en un gran escaparate para estos comerciantes. De forma más humilde intentan entrar al mercado con un punto a su favor nada más empezar; que cada prenda será única.
- Remodelar muebles y artículos de decoración: la remodelación de muebles o artículos de decoración hace que cada casa luzca diferente. Hay estilos para todos los gustos y cada vez es más común ver a personas en las redes compartiendo sus manualidades con el resto, lo que se ha pasado a llamar DIY, del término en inglés “do it yourself”. Los más manitas terminan animándose a vender sus creaciones y convertir así su pasión en un negocio
- Crear bisutería/joyas: desde los accesorios creados con dos hilos, hasta los de plata y oro, la imaginación la pone cada uno y los materiales pueden ser de lo más variados
- Montar aparatos tecnológicos: cada vez hay más gente que adquiere conocimientos para montar sus propios PC como si de un puzzle se tratara. Adquieren las piezas a precios muy asequibles y el producto final se adapta a las necesidades de cada uno. Por ejemplo: ¿Tienes un ordenador viejo y lento? Los que se interesen por arreglarlo sin gastarse una fortuna, o sin tener que comprar uno nuevo, sabrán que pueden cambiar el disco duro por una unidad de estado sólido en pocos pasos y transformar su viejo ordenador en prácticamente uno nuevo mucho más veloz.

DÓNDE VENDER:

Internet ha roto las barreras geográficas, de modo que las artesanías se puedan vender a nivel mundial. Se han creado multitud de plataformas e-Commerce para facilitar los primeros pasos a estos emprendedores, algunos ejemplos son:

- DaWanda: web alemana adaptada a diversos países europeos. Te permite crear tu propia tienda dentro de la web, que es gestionada por el propio usuario. Aunque cobran una comisión del 5% por venta.



- Etsy: empresa americana que vende a nivel mundial. La pionera en portales de este tipo y por tanto la que mayor público ha conseguido captar, con 25 millones de usuarios. Sin embargo, para publicar un producto debes pagar 20 céntimos de dólar, aunque no se venda, así como un 3.5% de la venta

Compra directamente a gente de todo el mundo.



Tanya Kuznetsova de RavensCtApothecary
Newton Abbot, Britain

Artículos populares

Explora los mejores descubrimientos de los compradores en todo el mercado.



5 pulgadas de plantador geomé... 39,59 €



143
artículos



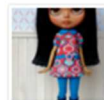
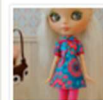
Silla al aire libre cubierta silla de... 67,49 €



22
artículos



Blythe retro mod mini vestido, e... 16,00 €



22
artículos

- Artesanum: está fundada por el Grupo Intercom, y pretende donar los beneficios a proyectos sociales para países en vías de desarrollo. Tiene dos tipologías de pago: la gratuita que tan solo te permite exponer los productos, y la pro que tiene un 5% de comisión sobre las ventas que se generen.

Artesanías destacadas

Ver más »

<p>Kikoy Sana España 20.00€</p>	<p>Peluche conejo Mundo Raquel España 30.00€</p>	<p>Tarjeta de felicitación Anascrapmola España 3.75€</p>	<p>Anillo turquesa Maiastra España 5.00€</p>
<p>Collar reloj casabl... Joyería Artesanal Amp... España 32.00€</p>	<p>Cuello con botones Caricias De Lana España 10.00€</p>	<p>Pendientes con turq... Semiprecioustones España 13.00€</p>	<p>Anillo de metal Evita Pulgarcita España 10.00€</p>

- Ezebee: la única plataforma totalmente gratuita. Aunque más que una plataforma es un escaparate que pone en contacto al vendedor con el comprador

- **Mercados:** los “mercadillos” ya no son lo que eran. Se ha desatado una tendencia de mercado moderno con prendas *vintage*, artesanías, cosas de segunda mano... que está dando muchas oportunidades a los emprendedores para comerciar sus artículos artesanos