

## 1. Disposiciones generales

### CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

*DECRETO 209/2007, de 17 de julio, por el que se aprueba el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía.*

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 58.1.3.<sup>a</sup>, establece la competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de fomento, regulación y desarrollo de las actividades y empresas de artesanía.

El Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, consciente de la importancia de la artesanía elaborada en Andalucía, como fuente generadora de empleo, medio de cohesión social, y recurso turístico y cultural de alta potencialidad, ejerció la iniciativa legislativa que dio lugar a la aprobación de la Ley 15/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía.

El artículo 21 de la citada Ley 15/2005, de 22 de diciembre, regula el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía, determinando su finalidad y contenido mínimo, previendo, además, que el mismo será aprobado por Decreto del Consejo de Gobierno, aprobación que según su disposición final segunda se llevará a cabo en un plazo de un año desde la entrada en vigor de la citada Ley.

En cumplimiento de estas previsiones legales, el presente Decreto aprueba el Plan Integral de Fomento de la Artesanía en Andalucía, en el que se establecen las condiciones necesarias para el desarrollo de un sector artesano moderno y estructurado, mejorando la calidad de la producción, sus condiciones de rentabilidad, gestión y competitividad en los mercados y suprimiendo las barreras que puedan oponerse a su desarrollo; todo ello de acuerdo con el principio de sostenibilidad ambiental y viabilidad económica.

El presente Decreto consta de un artículo único, que aprueba el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía, que figura como Anexo, y tres disposiciones finales.

El citado Plan contiene todas las menciones previstas en el artículo 21.2 de la Ley 15/2005, de 22 de diciembre, estructuradas en cinco títulos. En el Título I se incluye un análisis que tiene por objeto destacar la importancia socioeconómica del sector productivo de la artesanía, en el marco de la economía regional, y un diagnóstico que identifica las dificultades con las que se enfrenta este sector. Con el fin de resaltar los aspectos más importantes estudiados se aporta una matriz como instrumento estadístico para conocer las debilidades y fortalezas del sector, y las amenazas y oportunidades en el que está inmerso.

En el Título II se definen los objetivos a lograr con el citado Plan, estructurados en un objetivo final y cuatro intermedios; mientras que el Título III determina los programas de acción para el cumplimiento de los objetivos señalados en el Plan, y el cuarto Título incluye el programa financiero. Por último, el Título V establece los indicadores que facilitarán la evaluación y seguimiento de la ejecución del Plan.

En su elaboración han sido consultadas las organizaciones representativas de los empresarios y de los trabajadores y recabados los informes pertinentes, así como oída la Comisión de Artesanía de Andalucía en su sesión del día 3 de mayo de 2007.

Por todo ello, de acuerdo con el artículo 21.3 y disposición final segunda de la Ley 15/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía, a propuesta del Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 17 de julio de 2007,

### D I S P O N G O

Artículo único. Aprobación del Plan.

Se aprueba el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía, que figura como Anexo al presente Decreto.

Disposición final primera. Revisiones del Plan.

Por Orden de la persona titular de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte se aprobarán las futuras revisiones del Plan conforme a lo dispuesto en el artículo 21.4 de la Ley 15/2005, de 22 de diciembre.

Una vez cumplido el período de vigencia del Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía, quedará prorrogado hasta que se complete la revisión de su contenido.

Disposición final segunda. Desarrollo y ejecución.

Se faculta al Consejero de Turismo, Comercio y Deporte para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y ejecución del presente Decreto.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 17 de julio de 2007

MANUEL CHAVES GONZÁLEZ  
Presidente de la Junta de Andalucía

SERGIO MORENO MONROVÉ  
Consejero de Turismo, Comercio y Deporte

### A N E X O

#### PLAN INTEGRAL PARA EL FOMENTO DE LA ARTESANÍA EN ANDALUCÍA

#### Í N D I C E

- Título I. Análisis y diagnóstico de la evolución de la artesanía en Andalucía.
- Título II. Objetivo finalista y objetivos intermedios.
- Título III. Programas y Medidas de acción.
- Título IV. Programa financiero del Plan.
- Título V. Mecanismos de evaluación y seguimiento del Plan.

#### TÍTULO I

#### ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA EVOLUCIÓN DE LA ARTESANÍA EN ANDALUCÍA

Para caracterizar la actividad artesana en Andalucía, y con el objeto de destacar su importancia socioeconómica como sector productivo en el marco de la economía regional, se han analizado una serie de indicadores, tales como: el número de empresas que integran el sector, su reparto entre las diversas actividades, su especialización y su distribución territorial, etc., claves para acotar la dificultad asociada al estudio del sector artesano.

El primer dato a destacar es el crecimiento experimentado en el número de empresas de artesanía en Andalucía, llegando a duplicarse en las dos últimas décadas. Analizando la situación por subsectores de actividad destaca, en la actualidad, la fabricación de los muebles de madera (con un 23% del conjunto de todas las empresas de artesanía de la región),

la cerámica (que agrupa el 18% de las empresas) y los trabajos de piel y cuero (con el 16%).

Esta especialización podría considerarse tradicional en Andalucía. De hecho, los subsectores de muebles de madera, cerámica y piel y cuero suponen más de la mitad (56%) de las empresas de artesanía existentes en Andalucía en 2006. La participación del resto de actividades artesanas es subyacente en comparación con el grueso del sector. Así, parcelas como la de vidrio, instrumentos musicales y fibras vegetales, en su conjunto, no comprenden el 4% del total de establecimientos.

En cuanto a la distribución provincial, las variaciones, atendiendo a las distintas actividades artesanas, han sido mínimas. En la actualidad, tres provincias acaparan el 58,4% de la oferta de talleres artesanos en Andalucía, concretamente Córdoba, Sevilla y Cádiz, mostrando una importante concentración territorial. Destaca Córdoba con aproximadamente una de cada cuatro empresas, manteniendo su posición predominante en los últimos veinte años. Éste puede ser un componente esencial para el mantenimiento de determinados oficios artesanos; en concreto, los que se manifiestan en estas concentraciones o localizaciones. Huelva y Almería, en el extremo opuesto, son las provincias que menor número de empresas presentan, en términos relativos, manteniendo posiciones análogas a las de las dos últimas décadas.

Otro de los indicadores de interés para el análisis del sector es el índice de especialización territorial, tomando como base la provincia. En general, se puede decir que refleja las concentraciones tradicionales de los oficios andaluces. Entre los subsectores más destacados, o especializaciones por provincias, se pueden señalar los siguientes:

- Almería presenta un elevado índice de especialización en el sector del mármol, piedra y escayola. En esta provincia se localiza la importante concentración marmórea de Macael.

- Cádiz, por su parte, muestra su importancia en el subsector de la piel y el cuero, con un elevado índice de especialización que refleja la concentración marroquinera de Ubrique.

- Córdoba y Sevilla, en un grado algo menor, se distinguen por su peso en el subsector de la joyería (la primera en la actividad de la joyería y la segunda en la orfebrería).

- Granada es la provincia en la que se observa una mayor especialización en instrumentos musicales.

- Jaén, por su parte, está especializada en cerámica y fibras vegetales, y Málaga presenta un cierto grado de especialización en vidrio.

- Huelva, tiene como principal núcleo artesano a Valverde del Camino especializado en piel, cuero y muebles de madera.

En lo referente a la facturación media anual de las empresas de artesanía andaluzas, así como los beneficios obtenidos mediante el desarrollo de esta actividad económica no rebasan niveles elevados. Claramente se observa la existencia de determinadas actividades artesanales que son, para los artesanos que las desarrollan, complementarias de otro tipo de ingresos, dado que la mayoría son microempresas, en las que únicamente desarrolla una actividad laboral el propietario del taller, o bien son generadoras de productos poco demandados.

Sin embargo, existen otras actividades, cuyos oficios no encuentran problemas de continuidad debido a la elevada demanda de sus productos y servicios que, a su vez, conlleva una mayor contratación de mano de obra. Evidentemente, todo ello queda reflejado en el volumen de facturación media anual.

Por su parte, la antigüedad media de las empresas de artesanía en Andalucía es de 24 años, siendo las más jóvenes las empresas creadas hace dos, y las más antiguas las que cuentan con más de setenta y cinco años de actividad. Los subsectores artesanales que contemplan las empresas con mayor antigüedad (fibras vegetales e instrumentos musicales) experimentan también una insuficiente renovación generacional, que unida a la carencia de nuevas empresas provoca una

situación propicia para la desaparición de algunos oficios artesanos. Por el contrario, las empresas de artesanía más jóvenes pertenecen a los subsectores del vidrio, textil y cerámica.

Ciertamente, el análisis de la antigüedad de las empresas de artesanía y la edad de sus propietarios refleja la situación del sector y el riesgo de convertirse en una debilidad para su futuro crecimiento.

También hay que señalar los problemas que existen en las empresas como consecuencia de su localización. En numerosas ciudades los talleres más antiguos se encuentran situados dentro del entramado urbano y la mayoría no cuenta con licencia de apertura al encontrarse en suelo de uso residencial. Debido a ello no pueden modificar y reformar sus talleres o empresas, ni recibir ayudas para instalarse en otros espacios. En definitiva, el 58% de los establecimientos artesanos se ubica dentro de la localidad en la que desarrolla su actividad, esto es, en zonas céntricas o comerciales y, por tanto, seis de cada diez empresas de artesanía se sitúa cerca del potencial cliente buscando, de esta forma, la mejora en la comercialización de sus productos.

Estos talleres, además, en un 10% de los casos se encuentran en la propia vivienda del artesano, lo que se puede considerar como un índice de la limitación existente en la fabricación del producto. Al mismo tiempo, este escenario dificulta la obtención de licencias de apertura de empresas de artesanía, así como los correspondientes permisos para reformas y obras, lo que trae consigo el estado obsoleto de muchos de estos establecimientos.

Cuando se analiza el grado de mecanización en la actividad artesana, no se puede olvidar el alto componente de manualidad de dicha actividad. Sin embargo, la necesidad de elaborar determinados productos, demandados por los consumidores a un precio más asequible, hace que sea necesario mecanizar determinadas fases del proceso productivo en las cuales el trabajo manual no aporta ningún valor diferencial concreto en relación con el producto industrial homólogo. Esta mecanización parcial puede convertir el proceso de producción artesano en más competitivo.

Sobre la proporción de trabajo manual y mecanizado el 60% de la producción artesana andaluza se realiza manualmente para el 94% de las empresas de artesanía en Andalucía. Por su parte, el peso de las empresas de artesanía andaluzas que presentan un grado de mecanización de sus procesos productivos por encima del 40% es ligeramente un 14% (siendo las que se encuentran por encima del 60% de mecanización apenas un 3%).

En cuanto al cumplimiento por parte de las empresas de artesanía de las normativas vigentes en materia medioambiental, de accesibilidad y de prevención de riesgos laborales, se comprueba la necesidad de seguir insistiendo para su mejor conocimiento y aplicación por parte del sector artesanal.

En lo relacionado con la innovación, en los últimos años las empresas de artesanía han puesto en marcha un conjunto importante de actuaciones (innovaciones de productos, procesos o apertura a nuevos mercados). Más de la mitad (55%) ha diseñado nuevas líneas de productos; el 35% ha modificado alguna técnica utilizada en el proceso productivo seguido para la elaboración de sus productos; el 30% ha incorporado nuevas técnicas en dicho proceso productivo y también un 30% ha incorporado maquinaria nueva. Por su parte, una de cada cuatro empresas de artesanía ha mejorado la organización del proceso productivo a través del control de los gastos y beneficios, y quince de cada cien han abierto nuevos mercados en el exterior o ha utilizado nuevas vías y canales de producción.

Sin embargo, el artesano se encuentra muy disperso en la utilización de tecnologías –desde las más rudimentarias hasta las más avanzadas– y se refleja un uso muy variado de la conexión a internet. Del mismo modo, la valoración que hacen de esta tecnología indica la poca utilidad que le asignan. Sin embargo, se comprueba la existencia de experiencias

vinculadas a la utilización de esta tecnología que han tenido resultados muy positivos; ahora bien, no dejan de ser casos exitosos aislados y puntuales.

Atendiendo a las deficiencias o mejoras que requieren los establecimientos artesanos, éstas difieren notablemente. Algo más del 19% necesita modernizar sus instalaciones, el 12% requiere para el desarrollo de su actividad un local más grande, y con el mismo porcentaje se indica la necesidad de renovación de la maquinaria. Con menor peso se encuentran las deficiencias y necesidades de un nuevo local, la adquisición de equipos informáticos y la renovación de mobiliario. Por último, se deben señalar otras mejoras, como son: falta de espacio de venta, falta de personal, mejor ubicación y accesibilidad del local, adquirir un local en propiedad, ausencia de marketing y publicidad de sus productos, mecanismos de gestión, más apoyo institucional, mayor distribución de recursos, etc.

Los principales canales de comercialización de productos artesanos utilizados por el sector son ventas directas (venta por encargo, por catálogo, por internet, en exposiciones, en mercadillo, en ferias, en tiendas propias, en el taller) e indirectas (venta a través de representantes, a otros artesanos, a mayoristas, a minoristas, a tiendas). Los canales mayoritariamente utilizados son predominantemente directos, siendo aproximadamente el 44% de la producción vendida de forma directa al público en el taller, y el 21% por encargo. De esta forma, la distribución y venta de los productos se convierte en una tarea más que debe realizar el artesano.

La mayor representatividad y utilización de los canales directos podría considerarse un factor positivo, al mostrar el control y gestión de toda la cadena de valor del producto por parte del productor, en este caso el artesano. Sin embargo, debido al reducido tamaño de las empresas, y al escaso nivel de asociacionismo y colaboración entre artesanos, este hecho se convierte en un estrangulamiento en el proceso de comercialización por las dificultades de acceso al mercado.

Hay que tener en cuenta que la gestión directa, por parte del artesano, de la comercialización de sus productos, le resta efectividad, ya que el titular del taller debe repartir su tiempo de dedicación a la actividad entre la producción, la administración y la comercialización. A esto se le une el hecho de que, en ocasiones, el artesano carece de formación suficiente en materia comercial y de gestión empresarial.

La comercialización en tiendas propias es una opción de interés, puesto que asegura una mejor presentación de los productos, así como una explicación de su elaboración, evitando la interrupción de la producción artesana y la intermediación en la venta. Sin embargo, ésta es escasamente utilizada entre los artesanos (apenas el 7%). Por otra parte, la comercialización indirecta de los productos artesanos sería una opción muy favorable, ya que no se interferiría en la actividad productiva cotidiana de la empresa de artesanía. De esta forma, el artesano se convierte claramente en un productor de artesanía, y puede así dedicar mayor tiempo a otras tareas más propias de los oficios artesanos. Otra opción es mejorar los conocimientos del sector en cuanto a los canales de comercialización existentes para sus productos y aumentar el grado de asociacionismo y de la colaboración entre ellos.

Una de las conclusiones que se pueden extraer de este análisis es que los canales de comercialización de los productos artesanos en Andalucía están poco diversificados, siendo las causas más destacables el pequeño tamaño medio de las empresas, la insuficiente formación empresarial y la ausencia de una única y sólida marca de calidad de Andalucía.

En cuanto a la distribución de los productos elaborados, el 89% de éstos se destinan directamente al consumidor final. Se cierra así la cadena de producción/comercialización, que, en la mayoría de los casos, se encuentra formada por el artesano (productor/comercializador) y el consumidor final.

Los esfuerzos para la mejora de la comercialización de los productos artesanos andaluces deberían dirigirse hacia

una estrategia de diferenciación, con la finalidad de crear una oferta única, ayudando de esta forma a proteger al producto de la competencia externa al sector.

El intrusismo es otro de los obstáculos que pueden menoscabar el desarrollo de esta actividad, muy unido a la existencia de oficios artesanos en peligro de extinción, entre otras causas, por la falta de mercado.

Por otra parte, existen dificultades relacionadas con la insuficiente información de que dispone el sector sobre canales de distribución, gestión y administración así como con la demanda de carácter estacional.

En cuanto a los ámbitos de comercialización de las empresas de artesanía, el 86% de las compras de materias primas se realiza en la propia Comunidad Autónoma, siendo el 71% en la misma provincia. Este hecho se encuentra estrechamente relacionado con la autosuficiencia o autoabastecimiento que tradicionalmente ha tenido el medio rural andaluz. La venta de productos artesanos se realiza predominantemente en los ámbitos locales o regionales.

Una de las razones que puede apoyar el entendimiento de esta realidad es el hecho de que la región andaluza acapare una cuota de mercado en el turismo muy significativa, factor que puede aumentar la concentración de las ventas dentro de la región. Otras variables que ayudan a explicar el bajo nivel de apertura al exterior del sector es su pequeño tamaño, unido a la escasa cultura de asociacionismo y colaboración entre las empresas. Así, atendiendo al nivel de facturación media en los dos últimos años de las empresas, se comprueba cómo son las de mayor volumen las que tienen un mayor nivel de ventas tanto en el ámbito internacional como en el de otras Comunidades Autónomas españolas.

En relación con las características del consumidor de productos artesanos, se comprueba cómo uno de cada tres proviene del turismo, mientras que el 72% se clasifican como locales. Ello está relacionado con el hecho de que el 65% de las ventas de productos artesanos se realice en el ámbito territorial más cercano a la producción, como es el provincial.

Respecto a la cultura asociativa del sector artesano, ésta no se encuentra muy arraigada. Entre las causas que explican esta carencia de asociaciones en el sector artesano andaluz pueden encontrarse hechos de muy diferente naturaleza, como es la dispersión de las actividades por todo el territorio andaluz y las concentraciones de actividades homogéneas en una misma localidad que, naturalmente, se asocian en defensa o promoción de sus intereses frente al interior y el exterior. Así, apenas uno de cada tres artesanos pertenece a alguna asociación y sólo un 13% pertenece a más de una. Este bajo porcentaje de asociados se debe, en parte, al carácter individualista y heterogéneo que caracteriza a este sector, junto con la dimensión desigual tanto en función de su ámbito geográfico (local, provincial, etc.) como subsectorial (muebles de madera, objetos de madera, fibras vegetales, cerámica, etc.), rasgos que dificultan la existencia de un tejido asociativo capaz de vertebrar las aspiraciones del sector artesanal.

Los principales beneficios de pertenecer a una asociación, según los artesanos asociados, son los siguientes: el acceso a información de interés (58,2%), el establecimiento de contactos con otros artesanos o con la Administración (54,8%), el asesoramiento sobre cuestiones como la gestión de ayudas y subvenciones, entre otras (36,1%), o el acceso a recursos y servicios (24,5%). Sin embargo, es significativo que actividades que suponen cooperación entre los mismos artesanos, tales como la compra conjunta de materias primas, la comercialización conjunta, la participación en eventos o el acceso a personal cualificado, no sean beneficios que los artesanos obtengan o fomenten por su pertenencia a una asociación.

En suma, cabe decir que el artesanado se caracteriza por su individualidad e independencia, siendo poco utilizadas entre ellos las formas de gestión integradas. Asimismo, la ausencia de una visión empresarial de las actividades artesanales por

parte de los propios artesanos supone un importante obstáculo a la hora de fomentar la cooperación en aspectos como la oferta y demanda de los productos artesanos, la gestión de ayudas y subvenciones, la información o la formación, generando una situación poco favorable para la competitividad, sobre todo en el caso de las pequeñas empresas de artesanía, que constituyen la mayor parte del sector.

El asociacionismo, sin duda, es una de las alternativas para defender los intereses del colectivo artesano, tanto desde una perspectiva social como económica. El papel de las asociaciones como instrumento de vertebración de la artesanía es esencial. Por ello, es imprescindible poner en marcha acciones que fomenten la cooperación y la unión entre los artesanos con el objetivo de encontrar una solución al gran número de problemas y necesidades que tiene el sector de forma conjunta.

El potencial del sector artesano como generador de empleo es incuestionable, atendiendo al protagonismo de su ocupación (emergida o sumergida, directa o indirecta). Además, la artesanía es una actividad generadora de crecimiento y un factor clave de estabilidad y de cohesión económica y social. El desarrollo de los oficios artesanos es un factor relevante para el equilibrio económico, demográfico y social en Andalucía, gracias a su dispersión y variedad. La artesanía contribuye, de este modo, a frenar el éxodo rural y responde a una demanda cada vez más diversificada y personalizada, para la que emplea mucha mano de obra, ofreciendo a los jóvenes un medio de inserción profesional.

Todo ello abunda en la necesidad de un entorno que favorezca la creación y el desarrollo de pequeñas empresas (microempresas) de artesanía, especialmente por los jóvenes y las mujeres, para quienes el acceso a una profesión independiente como es la artesanía representa una de las mejores oportunidades de inserción en el mercado de trabajo. Por otra parte, un entorno favorable permitiría a las empresas de artesanía existentes mejorar su competitividad, acceder a nuevos mercados y desarrollar nuevos productos y servicios para generar crecimiento y empleo.

Entre las principales características de la actividad artesana se pueden citar las siguientes:

- Relativo envejecimiento de la población ocupada. La singularidad de este sector de actividad en relación con el conjunto de la economía andaluza se encuentra en el tramo de edad más avanzada.

- Escasa feminización de la población ocupada. Prácticamente el 87% de los titulares de las empresas de artesanía en Andalucía son hombres, a excepción del textil.

- Actividad muy vocacional. En algunos casos, el ejercicio del oficio es vocacional, lo que está relacionado con la búsqueda de una mayor relación personal con el trabajo, de la mejora de la calidad de vida y el fomento de productos naturales.

- Elevada presencia de autónomos. El 96% de los artesanos y artesanas son autónomos y no llega al 4% los artesanos que trabajan por cuenta ajena.

- Importante presencia de población ocupada irregular, siendo en su mayoría de dedicación a tiempo parcial y femenina. Esta situación se encuentra estrechamente vinculada, en términos generales, con la baja rentabilidad de algunos oficios, lo que, unido a los costes de producción relativamente altos, se erige en una de las principales causas de la falta de normalización de las relaciones laborales.

- Necesidad de mejora de la cualificación de la población ocupada diferenciada por subsectores de actividad. En general los artesanos andaluces presentan un nivel de estudios bajo, ya que la mayoría sólo cuentan con estudios primarios (51%). Una de las principales carencias formativas está relacionada con las nuevas tecnologías.

En esta línea es muy necesario intensificar las acciones formativas existentes para favorecer la proyección futura del sector artesanal.

Además, para que el futuro de la artesanía sea viable, se necesita ampliar el contenido de la formación, superando lo estrictamente técnico para abordar aspectos empresariales, legales, financieros, fiscales, comerciales, tecnológicos, etc. Por tanto, hay que adoptar una formación continua.

La falta de una cultura de cooperación entre los artesanos es señalada también como obstáculo para el desarrollo del sector. Así, se reconoce, por parte de la mayoría de los artesanos, que la cooperación entre empresas de artesanía y artesanos haría más competitivo al sector, pudiéndose crear centros donde trabajar conjuntamente, elaborar grandes pedidos que de manera individual sería imposible realizar, comprar materias primas y materiales a precios más ventajosos, etc.

Por otra parte, es preciso señalar como idea generalizada del sector la necesidad de crear Marcas de Calidad o Denominaciones de Origen fuertes que protejan al sector frente al intrusismo. Otras medidas destacadas, en este sentido, son: mayor regulación y mayor control del cumplimiento de las normas, medidas en materia de promoción comercial, mejora de la imagen y la gestión de las empresas de artesanía.

Una vez realizado el diagnóstico sobre el sector y con la finalidad de sintetizar tanto los argumentos expuestos como de resaltar aquellos aspectos más importantes, se ha construido una matriz DAFO, para conocer las debilidades y fortalezas de las empresas de artesanía andaluzas, y las amenazas y oportunidades de su contexto socioeconómico.

#### Debilidades

- Insuficiencia de fuentes estadísticas y de estudios en profundidad sobre la Artesanía.

- Necesidad de contar con un Registro actualizado de artesanos y artesanas de Andalucía.

- Bajo nivel de asociacionismo.

- Individualismo en las actuaciones de los artesanos y artesanas (carácter fuertemente individualista) y, por consiguiente, escasa cultura de cooperación.

- Falta de articulación con el ciclo económico y empresarial, que origina una reducida presencia en el sistema de distribución andaluz de empresas que comercialicen productos artesanos.

- Diversidad de instituciones públicas que actúan desde diferentes ángulos en el sector.

- Sometimiento de la actividad artesanal a una demanda muy estacional.

- Falta de una cultura empresarial en el sector que obstaculiza la existencia de una óptima gestión.

- Desarrollo desigual de los diferentes subsectores de actividad y zonas geográficas.

- Necesidad de intensificar la oferta formativa vinculada específicamente a la actividad artesana.

- Elevada edad media de los artesanos y artesanas, sobre todo en los oficios más tradicionales.

- Deficiente aplicación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de fórmulas de distribución comercial.

- Poca capacidad de innovación en la aplicación del diseño a la producción.

- Falta de adaptación de los productos artesanos a las nuevas necesidades y requerimientos de la demanda.

- Reducidos esfuerzos promocionales, por parte del sector, de sus productos artesanos (falta de promoción del producto artesanal andaluz).

- Falta de iniciativas comunes de comercialización y de puntos de ventas.

- Percepción por parte del artesanado de un escaso reconocimiento y valoración social.

#### Amenazas

- Aumento de la presencia de productos importados no elaborados de forma artesanal que se denominan como tal.
- Incremento de la importación de productos artesanos de calidad con precios bajos.
- Competencia de productos industriales sustitutivos.
- Presencia de economía de subsistencia.
- Tendencia a la desaparición de algunos oficios artesanos tradicionales.
- Falta de relevo generacional.
- Cambios en la demanda de productos que perjudica a ciertos oficios en extinción.
- Existencia de ferias mal denominadas de artesanía.
- El valor del producto artesano es superior al precio que impone el mercado.

#### Fortalezas

- Proyección comercial asociada al sector turístico.
- Fuerte potencial de empleo y de creación de empresas en determinados oficios artesanos.
- Flexibilidad asociada al carácter de microempresa de la mayoría de las empresas de artesanía.
- Alta calidad de los productos artesanos.
- Carácter exclusivo de los productos artesanos.
- Componente cultural de los productos artesanos.
- Elemento potenciador en la promoción turística y comercial de ciertas zonas, como puede ser, entre otros, centros históricos y áreas rurales.
- Dinamicidad y capacidad de adaptación a las nuevas exigencias del mercado por el lado de la producción, creando nuevos productos y manteniendo los tradicionales.

- Capacidad de venta directa al cliente de los productos artesanos sin intermediación comercial.
- Oportunidad para colectivos con dificultades de acceso al mercado de trabajo.
- Gran diversificación de la oferta de productos artesanos.

#### Oportunidades

- Nuevas formas de comercialización escasamente desarrolladas y ya consolidadas en otros sectores.
- Creación de puntos de ventas artesanales y comercialización conjunta.
- Institucionalización de ferias de artesanía.
- Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía.
- Creación de una marca de calidad para los productos artesanos andaluces.
- El diseño como elemento de apertura a nuevos nichos de mercado.
- Importancia turística y patrimonial de la región tanto de los centros históricos de las ciudades como de las zonas del litoral y rurales del interior.
- Complementariedad con otros sectores económicos como el turismo.
- Interés creciente por los productos artesanales.
- Recuperación y puesta en valor de objetos y oficios tradicionales.
- Nuevos nichos de mercado generados tanto por las actuales exigencias del consumo en un mercado cada vez más fragmentado como por la necesaria especialización que impone un mercado fuertemente competitivo.
- Potencialidades que se generarían con la implantación de fórmulas de cooperación y asociación entre los artesanos.
- Promoción del sector artesano andaluz mediante la creación del Registro de Artesanos.

## CUADRO RESUMEN DIAGNÓSTICO DE LA ARTESANÍA EN ANDALUCÍA

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Escasez de fuentes estadísticas y de estudios en profundidad sobre la Artesanía</li> <li>■ Necesidad de contar con un Registro actualizado de artesanos y artesanas de Andalucía</li> <li>■ Bajo nivel de asociacionismo</li> <li>■ Individualismo en las actuaciones de los artesanos y artesanas (carácter fuertemente individualista) y, por consiguiente, escasa cultura de cooperación</li> <li>■ Falta de articulación con el ciclo económico y empresarial, que origina una reducida presencia en el sistema de distribución andaluz de empresas que comercialicen productos artesanos</li> <li>■ Diversidad de instituciones públicas que actúan desde diferentes ángulos en el sector</li> <li>■ Sometimiento de la actividad artesanal a una demanda muy estacional</li> <li>■ Falta de una cultura empresarial en el sector que obstaculiza la existencia de una óptima gestión</li> <li>■ Desarrollo desigual de los diferentes subsectores de actividad y zonas geográficas</li> <li>■ Necesidad de intensificar la oferta formativa vinculada específicamente a la actividad artesana</li> <li>■ Elevada edad media de los artesanos y artesanas, sobre todo en los oficios más tradicionales</li> <li>■ Deficiente aplicación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de fórmulas de distribución comercial</li> <li>■ Poca capacidad de innovación en la aplicación del diseño a la producción</li> <li>■ Falta de adaptación de los productos artesanos a las nuevas necesidades y requerimientos de la demanda</li> <li>■ Reducidos esfuerzos promocionales, por parte del sector, de sus productos artesanos (falta de promoción del producto artesanal andaluz)</li> <li>■ Falta de iniciativas comunes de comercialización y de puntos de ventas</li> <li>■ Percepción por parte del artesano de un escaso reconocimiento y valoración social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aumento de la presencia de productos importados no elaborados de forma artesanal que se denominan como tal</li> <li>■ Incremento de la importación de productos artesanos de calidad con precios bajos</li> <li>■ Competencia de productos industriales sustitutivos</li> <li>■ Presencia de economía de subsistencia</li> <li>■ Tendencia a la desaparición de algunos oficios artesanos tradicionales</li> <li>■ Falta de relevo generacional</li> <li>■ Cambios en la demanda de productos que perjudica a ciertos oficios en extinción</li> <li>■ Existencia de ferias mal denominadas de artesanía</li> <li>■ El valor del producto artesano es superior al precio que impone el mercado</li> </ul>
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Proyección comercial asociada al sector turístico</li> <li>■ Fuerte potencial de empleo y de creación de empresas en determinados oficios artesanos</li> <li>■ Flexibilidad asociada al carácter de microempresa de la mayoría de las empresas de artesanía</li> <li>■ Alta calidad de los productos artesanos</li> <li>■ Carácter exclusivo de los productos artesanos</li> <li>■ Componente cultural de los productos artesanos</li> <li>■ Elemento potenciador en la promoción turística y comercial de ciertas zonas, como puede ser, entre otros, centros históricos y áreas rurales.</li> <li>■ Dinamidad y capacidad de adaptación a las nuevas exigencias del mercado por el lado de la producción, creando nuevos productos y manteniendo los tradicionales</li> <li>■ Capacidad de venta directa al cliente de los productos artesanos sin intermediación comercial</li> <li>■ Oportunidad para colectivos con dificultades de acceso al mercado de trabajo</li> <li>■ Gran diversificación de la oferta de productos artesanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nuevas formas de comercialización escasamente desarrolladas y ya consolidadas en otros sectores</li> <li>■ Creación de puntos de ventas artesanales y comercialización conjunta</li> <li>■ Institucionalización de ferias de artesanía</li> <li>■ Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía</li> <li>■ Creación de una marca de calidad para los productos artesanos andaluces</li> <li>■ El diseño como elemento de apertura a nuevos nichos de mercado</li> <li>■ Importancia turística y patrimonial de la región tanto de los centros históricos de las ciudades como de las zonas del litoral y rurales del interior</li> <li>■ Complementariedad con otros sectores económicos como el turismo</li> <li>■ Interés creciente por los productos artesanales</li> <li>■ Recuperación y puesta en valor de objetos y oficios tradicionales</li> <li>■ Nuevos nichos de mercado generados tanto por las actuales exigencias del consumo en un mercado cada vez más fragmentado, como por la necesaria especialización que impone un mercado fuertemente competitivo</li> <li>■ Potencialidades que se generarían con la implantación de fórmulas de cooperación y asociación entre los artesanos</li> <li>■ Promoción del sector artesano andaluz mediante la creación del Registro de Artesanos</li> </ul>

## PROBLEMAS Y OBJETIVOS PLAN INTEGRAL PARA EL FOMENTO DE LA ARTESANÍA EN ANDALUCÍA

PROBLEMAS	OBJETIVOS
<p>Falta de adecuación de los recursos humanos, materiales y tecnológicos de las empresas de artesanía a los requerimientos del mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevado nivel de envejecimiento del sector artesano.</li> <li>- Inadecuada cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado</li> <li>- Déficit en las condiciones físicas y funcionales de las empresas de artesanía</li> <li>- Déficit en la dotación de equipamiento tecnológico en las empresas de artesanía</li> <li>- Déficit en los sistemas de calidad de las empresas de artesanía</li> <li>- Escaso nivel de comercialización de los productos artesanos</li> </ul>	<p>Adecuar los recursos humanos, materiales y tecnológicos de las empresas de artesanía a los requerimientos del mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector artesano andaluz</li> <li>- Adecuar la cualificación de los RR. HH. de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado</li> <li>- Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas de artesanía</li> <li>- Mejorar la dotación tecnológica de las empresas de artesanía</li> <li>- Mejorar los sistemas de calidad de las empresas de artesanía</li> <li>- Mejorar la comercialización de los productos artesanos</li> </ul>
<p>Escaso desarrollo de formas de cooperación y asociacionismo entre las empresas de artesanía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducido nivel de cooperación entre las empresas de artesanía</li> <li>- Reducido nivel de asociacionismo entre las empresas de artesanía</li> </ul>	<p>Fomentar las relaciones de cooperación y el asociacionismo entre las empresas de artesanía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el grado de cooperación entre las empresas de artesanía</li> <li>- Fomentar el asociacionismo entre las empresas de artesanía</li> </ul>
<p>Deficiente ordenación y fomento de la actividad artesana</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de capacidad competitiva de determinados oficios artesanales tradicionales</li> <li>- Reducidos esfuerzos promocionales y de fomento de la artesanía</li> <li>- Necesidad de desarrollo reglamentario de la Ley de Artesanía de Andalucía</li> </ul>	<p>Desarrollar la ordenación y fomento de la actividad artesana</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar la Ley de Artesanía de Andalucía</li> <li>- Fomentar aquellas actividades artesanales ubicadas en las zonas o puntos de interés artesanal</li> <li>- Fomentar la comercialización de productos artesanos</li> </ul>
<p>Escasez de fuentes de información estadísticas y de estudios en profundidad sobre la artesanía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insuficientes canales de información sobre la actividad artesana</li> <li>- Carencia de estudios e investigaciones sobre la actividad artesana</li> <li>- Percepción por parte del sector de un escaso reconocimiento y valoración social</li> </ul>	<p>Incrementar la información e investigación del sector artesano</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana</li> <li>- Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano</li> <li>- Mejorar la percepción de parte de la sociedad, sobre el artesanado</li> </ul>

## TÍTULO II

## OBJETIVO FINALISTA Y OBJETIVOS INTERMEDIOS

Una vez identificados y jerarquizados en el diagnóstico de la evolución de la artesanía en Andalucía los problemas a los que se enfrenta el sector, se han definido los objetivos a lograr durante la vigencia del Plan, transformando la «visión en negativo» analizada en una «visión en positivo» que hace referencia a la situación futura que se desea que alcance la artesanía. De esta forma, se establece una correspondencia entre los estrangulamientos identificados y los objetivos de intervención.

Los objetivos se estructuran en un objetivo finalista y cuatro intermedios, que quedan definidos de la siguiente manera:

Objetivo finalista: Fomentar la Artesanía en Andalucía.

- Objetivo intermedio 1: Adecuar los recursos humanos, materiales y tecnológicos de las empresas de artesanía a los requerimientos del mercado.

- Objetivo intermedio 2: Fomentar las relaciones de cooperación y el asociacionismo entre las empresas de artesanía.

- Objetivo intermedio 3: Desarrollar la ordenación y fomento de la actividad artesana desde criterios de sostenibilidad.

- Objetivo intermedio 4: Incrementar la información e investigación del sector artesano.

## TÍTULO III

## PROGRAMAS Y MEDIDAS DE ACCIÓN

El Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía está compuesto por cuatro Programas que se han formulado genéricamente de modo que puedan resolver los principales problemas identificados en el sector.

Su desarrollo durante el período de vigencia se ha previsto precisando, para cada programa, el contenido y la población beneficiaria.

Las acciones y medidas previstas por los diversos programas a los que se refiere el Plan serán ejecutadas por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte salvo aquellas que específicamente correspondan a otras Consejerías competentes por razón de la materia.

Los Programas son los siguientes:

Programa 1. Aumento de la eficiencia de las empresas de artesanía de Andalucía

## Justificación del programa

Las empresas de artesanía de Andalucía precisan de una adaptación rápida y continua a las nuevas exigencias que el mercado impone para facilitar su articulación al ritmo económico y empresarial, permitiendo así la supervivencia de ciertos oficios artesanos y potenciando la capacidad competitiva de la mayoría de las actividades artesanas presentes en la región.

Algunos oficios tradicionales se ven abocados a desaparecer y caen en el olvido por no encontrar fácil acomodo o una salida comercial adecuada a sus productos. La escasa renovación generacional, unida a la inexistencia de empresas jóvenes que garanticen la continuidad de estas actividades, provoca una situación propicia para la desaparición de algunos de estos oficios. Facilitar el acceso de los jóvenes a estas actividades se configura como un factor fundamental en la continuidad de ciertos oficios, así como para la aportación de una mentalidad más abierta a los cambios y a la utilización de nuevas tecnologías. Ciertamente, el análisis de la antigüedad de las empresas de artesanía de Andalucía refleja una escasa renovación generacional y una cierta contención en la creación de nuevas empresas en el sector. Como se sabe, las microempresas constituyen la mayor parte de las empresas de arte-

sanía y son las unidades que cuentan con el mayor potencial como generadoras de empleo, tal como muestra el elevado número de puestos de trabajo que se han creado a lo largo de los últimos años. Esta circunstancia, unida al porcentaje nada desdeñable de la población ocupada en el sector de la artesanía, ratifica la necesidad de crear un entorno favorable a la creación y desarrollo de microempresas y empresas de artesanía.

Por otra parte, la idiosincrasia de estas empresas, en las que el propio empresario tiene una vinculación muy directa con el proceso de producción y, a la vez, lleva a cabo las labores de comercialización y de gestión empresarial, les resta efectividad, ya que deben repartir su tiempo de dedicación a la actividad entre la producción, la administración y la comercialización. Además de la falta de tiempo es la carencia de una sólida formación en materia comercial y de gestión lo que provoca esta menor eficiencia en las empresas. Ante esta coyuntura, la formación adquiere una dimensión estratégica y se configura como un recurso clave que puede garantizar la competitividad y supervivencia de éstas.

Un diagnóstico en profundidad de las necesidades formativas en el artesanado andaluz determinará las líneas en las que se debe incidir. Este estudio debe ir acompañado de estrategias de sensibilización sobre la importancia de la formación, sobre todo en áreas de comercialización y gestión empresarial, ya que, aunque existe una importante concienciación sobre la relevancia de la formación en nuevas tecnologías aplicadas en el desempeño de sus propios oficios y en el diseño (el 51% y el 42,1%, respectivamente, del artesanado andaluz opina así), no se percibe entre los artesanos y artesanas andaluces una especial atención a la formación comercial, ya que tan sólo el 35% de las empresas artesanas perciben la necesidad formativa en este área. Además, se proponen otras medidas articuladas desde una doble perspectiva: la de los empleados y empleadas de las empresas de artesanía, y la de los empresarios y empresarias artesanos, organización de jornadas, congresos y seminarios relacionados con la actividad artesana.

La adaptación necesaria para fomentar la competitividad de las empresas de artesanía no se queda, sin embargo, en la adecuación de los recursos humanos y en el rejuvenecimiento del sector. Existe una necesidad básica relacionada con la mejora de las condiciones físicas y funcionales de las empresas de artesanía. Las actuaciones propuestas en este sentido están enfocadas a la modernización de las instalaciones para la incorporación de innovaciones tecnológicas y de maquinaria auxiliar, así como adecuándolas para dar respuestas a las normativas vigentes en la actualidad en materia medioambiental, de accesibilidad y de prevención de riesgos laborales. Estas medidas se acompañan con ayudas para la propia incorporación de innovaciones tecnológicas y para la renovación de maquinaria.

Además de la modernización de las instalaciones, la adopción de sistemas de calidad normalizados por parte de las empresas de artesanía es uno de los aspectos que contribuye de manera muy importante a la articulación del sector artesano con el resto de actividades económicas presentes en la Comunidad Autónoma. En consecuencia, esto repercutirá en una gestión empresarial adecuada a los tiempos y, por tanto, en una mayor eficiencia empresarial.

El principal canal de comercialización de productos artesanos utilizado por el sector en Andalucía es la venta directa (el 44% de la producción es vendida de forma directa al público en el taller; y el 21%, por encargo). La mayor representatividad y utilización de los canales directos podría considerarse un factor positivo, ya que muestra el control y gestión de toda la cadena de valor de producto por parte del artesano. Sin embargo, y debido, por una parte, al reducido tamaño de las empresas artesanas en Andalucía, y por otra, al escaso nivel de asociacionismo y colaboración entre artesanos, este hecho se convierte en un estrangulamiento en el proceso de



comercialización por las dificultades de acceso al mercado. Por ello, y con la finalidad de apoyar la comercialización de los productos artesanos andaluces de una forma directa, y así potenciar la competitividad de las empresas de artesanía se plantea la financiación de actuaciones encaminadas a la mejora publicitaria de estos productos, la utilización de internet en su comercialización, la participación en ferias y certámenes comerciales, y la promoción de la marca de calidad creada al efecto. Por otra parte, se plantea la financiación de estudios o proyectos que repercutan en la creación de redes de distribución y mejoren la comercialización de la artesanía de Andalucía.

#### Principales aspectos del diagnóstico

La reducida eficiencia de las empresas de artesanía de Andalucía viene determinada, entre otras causas, por lo siguiente:

- Reducida capacidad competitiva.
- Falta de articulación en el ciclo económico y empresarial.
- Inadecuados sistemas de comercialización.
- Deficiente oferta formativa vinculada a la formación empresarial de los recursos humanos de las empresas.
- Elevada edad media de los artesanos y artesanas.

Objetivo intermedio 1: Adecuar los recursos humanos, materiales, tecnológicos y comerciales de las empresas de artesanía andaluzas a los requerimientos del mercado.

Objetivo específico 1.1: Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector.

Líneas de actuación 1.1.1: Apoyo al rejuvenecimiento del sector.

Medidas. Fomentar el rejuvenecimiento del sector artesano andaluz mediante la ejecución de las siguientes medidas:

1.1.1.1. Fomento de acciones formativas a jóvenes desempleados y desempleadas mediante prácticas en empresas.

1.1.1.2. Fomento para que jóvenes emprendedores y emprendedoras creen empresas de artesanía.

1.1.1.3. Promover convenios para que los alumnos y alumnas de FPO en la familia profesional de Artesanía y de las Escuelas de Arte realicen prácticas en empresas de artesanía.

1.1.1.4. Convocatoria de becas para prácticas remuneradas en empresas de artesanía.

Población beneficiaria: Empresarios y empresarias artesanos; alumnos y alumnas de FPO en la familia profesional de Artesanía y de las Escuelas de Artes, y jóvenes desempleados con vocación artesana.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el artesanado.

Resultados esperados: Un aumento de la eficiencia de las empresas de artesanía a través de un relevo generacional en el sector y la creación de nuevas empresas.

Líneas de actuación 1.1.2: Apoyo al acceso de la titularidad de las empresas de artesanía por parte de sus trabajadores y trabajadoras y sus familiares.

Medidas. Apoyar el acceso a la titularidad de las empresas de artesanía andaluzas mediante las siguientes medidas:

1.1.2.1. Potenciar la continuidad de la empresa en casos de traspaso o jubilación de su titular.

Población beneficiaria. Empleados y empleadas en empresas de artesanía y familiares de titulares de empresas de artesanía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Resultados esperados: Continuidad de ciertos oficios artesanos en peligro de extinción, así como de negocios y empresas con una larga tradición familiar artesana.

Objetivo específico 1.2: Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado: la formación de los empleados y empleadas y de los empresarios y empresarias.

Líneas de actuación 1.2.1: Apoyo a la formación de los recursos humanos de las empresas.

Medidas. Fomentar la formación de los recursos humanos de las empresas de artesanía mediante la ejecución de las siguientes medidas:

1.2.1.1. Elaboración de un diagnóstico sobre la oferta y las necesidades formativas de la artesanía en Andalucía.

1.2.1.2. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes.

1.2.1.3. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios relacionados con la actividad artesana.

1.2.1.4. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación.

Población beneficiaria: Empresarios y empresarias artesanos; empleados y empleadas en empresas de artesanía; alumnos y alumnas de FPO en la familia profesional de Artesanía y de las Escuelas de Arte, y jóvenes desempleados con vocación artesana.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Resultados esperados: Un mayor conocimiento del mapa formativo y de las necesidades formativas en la artesanía andaluza. Asimismo, los artesanos y artesanas estarán más sensibilizados sobre la importancia de la formación en el desarrollo de su actividad como artesanos y como empresarios.

Objetivo específico 1.3: Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas.

Líneas de actuación 1.3.1: Apoyo a la remodelación y mejora funcional de las empresas.

Medidas. Fomentar la mejora física y funcional de las empresas de artesanía en Andalucía mediante la siguiente medida:

1.3.1.1. Ayudas financieras para la realización de mejoras y adaptación a las nuevas normativas medioambientales, de accesibilidad y de prevención de riesgos laborales de las empresas.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.4: Mejorar la dotación tecnológica de las empresas de artesanía de Andalucía.

Objetivo específico 2.1: Incrementar el grado de cooperación entre las empresas de artesanía andaluzas.

Objetivo específico 2.2: Fomentar el asociacionismo entre las empresas artesanas andaluzas.

Resultados esperados: Un mayor cumplimiento por parte de las empresas de artesanía andaluzas de las normativas vi-

gentes en materia medioambiental, de accesibilidad y de prevención de riesgos laborales.

Objetivo específico 1.4: Mejorar la dotación tecnológica de las empresas.

Líneas de actuación 1.4.1: Apoyo a la implantación de innovaciones tecnológicas en las empresas.

Medidas: Apoyar la implantación de innovaciones tecnológicas en las empresas de artesanía mediante las siguientes medidas:

1.4.1.1. Ayudas financieras para la adquisición de equipos informáticos y programas de gestión relacionados con la actividad artesanal.

1.4.1.2. Ayudas financieras para la adaptación de las empresas de artesanía para la incorporación y utilización de nuevas tecnologías.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 2.1: Incrementar el grado de cooperación entre las empresas de artesanía andaluzas.

Objetivo específico 2.2: Fomentar el asociacionismo entre las empresas artesanas andaluzas.

Resultados esperados: Incremento del grado de innovación tecnológica en las empresas de artesanía.

Líneas de actuación 1.4.2: Apoyo a la renovación de bienes de equipo en las empresas.

Medidas: Apoyar la renovación de maquinaria en empresas de artesanía mediante la siguiente medida:

1.4.2.1. Ayudas financieras para la adquisición en régimen de propiedad de bienes de equipo.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 2.1: Incrementar el grado de cooperación entre las empresas de artesanía andaluzas.

Objetivo específico 2.2: Fomentar el asociacionismo entre las empresas artesanas andaluzas.

Resultados esperados. Renovación y modernización de la actividad artesana.

Objetivo específico 1.5: Mejorar los sistemas de calidad de las empresas.

Líneas de actuación 1.5.1: Apoyo al estudio e implantación de sistemas de calidad en las empresas.

Medidas: Fomentar el estudio e implantación de sistemas de calidad en las empresas de artesanía mediante las siguientes medidas:

1.5.1.1. Ayudas financieras para la realización de estudios normalizados de calidad en las empresas.

1.5.1.2. Ayudas financieras para la implantación de un sistema normalizado de calidad para las empresas.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el artesanado.

Resultados esperados. Una mejora en los sistemas de calidad de las empresas de artesanía de Andalucía.

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Líneas de actuación 1.6.1: Apoyo al lanzamiento de nuevos productos o de un producto ya existente en nuevos mercados y a la realización de estudios de mercado orientados a la expansión comercial de productos artesanos.

Medidas: Apoyar el lanzamiento de nuevos productos o de un producto ya existente en nuevos mercados mediante la realización de estudios de mercado mediante las siguientes medidas:

1.6.1.1. Ayudas financieras para el diseño y edición de catálogos de productos.

1.6.1.2. Ayudas financieras para el diseño de logotipos e imagen corporativa.

1.6.1.3. Ayudas financieras para la inserción publicitaria en revistas especializadas.

1.6.1.4. Ayudas financieras para la construcción de páginas web.

1.6.1.5. Ayudas financieras para la participación en ferias y certámenes comerciales.

1.6.1.6. Ayudas financieras a la contratación de estudios o proyectos de comercialización de productos artesanos.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.1: Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector artesano andaluz.

Objetivo específico 1.2: Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado: la formación de los empleados y empleadas en las empresas de artesanía y de los empresarios y empresarias artesanas.

Objetivo específico 2.1: Incrementar el grado de cooperación entre las empresas de artesanía andaluzas.

Resultados esperados: Aumento y mejora de la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Programa 2. Cooperación empresarial y asociacionismo

Justificación del programa

Como se ha puesto de manifiesto en el diagnóstico del sector artesano en Andalucía, el escaso nivel de asociacionismo y de cooperación detectado en él se debe, entre otras razones, al carácter especialmente individualista de los artesanos y artesanas. El celo en su propio oficio, así como la dedicación plena y la ejecución de todo el proceso productivo impide, en muchos casos, que los artesanos y artesanas andaluces dediquen más esfuerzos a cooperar y a asociarse. Así, apenas uno de cada tres artesanos pertenece a alguna asociación y sólo un 13% pertenece a más de una. Este bajo porcentaje de asociados se debe, en parte, al perfil heterogéneo que caracteriza a este sector, junto con la dimensión desigual tanto en función de su ámbito geográfico como sectorial, rasgos que dificultan la existencia de un tejido asociativo capaz de vertebrar las aspiraciones del sector artesanal.

Los artesanos y artesanas destacan, entre las principales ventajas de pertenecer a una asociación, poder acceder a información de interés, poder establecer contactos con otros

artesanos y con la Administración, recibir asesoramiento sobre cuestiones como la gestión de ayudas y subvenciones o el acceso a recursos y servicios. Sin embargo, es significativo que actividades que suponen cooperación entre los mismos artesanos, tales como la compra conjunta de materias primas, la comercialización conjunta, la participación en eventos o el acceso a personal cualificado, no sean consideradas como beneficios que los artesanos y artesanas obtengan o fomenten por su pertenencia a una asociación.

Por ello, el presente programa tiene como finalidad principal promover la cooperación y el asociacionismo como instrumento básico para poder mejorar el poder de compra y venta y la capacidad competitiva de las empresas.

#### Principales aspectos del diagnóstico

- Bajo nivel de asociacionismo del sector.
- Escaso desarrollo de fórmulas de cooperación de las empresas.
- Carácter individualista del/de la artesano/a.

Objetivo intermedio 2: Fomentar las relaciones de cooperación y el asociacionismo entre las empresas de artesanía.

Objetivo específico 2.1: Incrementar el grado de cooperación de las empresas.

Líneas de actuación 2.1.1: Fomento de la cooperación.

Medidas: Fomentar la cooperación entre empresas de artesanía mediante las siguientes medidas:

2.1.1.1. Ayudas financieras para la realización de estudios orientados a la puesta en marcha de centrales de servicio de asesoramiento (técnico-comercial especializado) y de centrales de compra y venta.

2.1.1.2. Ayudas financieras a la inversión en infraestructuras y equipamiento necesarios para la creación de centrales de servicios y de compra y venta comunes.

2.1.1.3. Ayudas financieras para la realización de misiones directas que favorezcan la cooperación empresarial.

2.1.1.4. Ayudas financieras para la visita de empresas interesadas, para la realización de misiones inversas que favorezcan la cooperación empresarial.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía, asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Resultados esperados: La puesta en marcha de distintas experiencias de cooperación entre empresas de artesanía andaluzas, creándose centrales de servicios y de compra y venta y abriéndose nuevos mercados a los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 2.2: Fomentar el asociacionismo entre las empresas.

Líneas de actuación 2.2.1: Fomentar la creación y consolidación de asociaciones, federaciones y confederaciones.

Medidas: Fomentar la creación y consolidación de asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales mediante:

2.2.1.1. Ayudas financieras para favorecer el mantenimiento de las sedes.

2.2.1.2. Ayudas financieras para la adquisición en régimen de propiedad de equipos informáticos y ofimáticos.

2.2.1.3. Ayudas financieras para la adquisición de mobiliario destinado a la adecuación de locales como sedes de la entidad.

2.2.1.4. Ayudas para los gastos derivados de la contratación de un gerente.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía, asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.1: Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector artesano andaluz.

Objetivo específico 1.3: Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas de artesanía andaluzas.

Objetivo específico 1.4: Mejorar la dotación tecnológica de las empresas de artesanía de Andalucía.

Objetivo específico 1.5: Mejorar los sistemas de calidad de las empresas de artesanía.

Resultados esperados: Aumento del número de asociaciones artesanales, así como el mantenimiento de las actualmente existentes.

Líneas de actuación 2.2.2: Apoyo a las actividades de promoción desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones.

Medidas: Apoyar las actividades de promoción desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales mediante las siguientes medidas:

2.2.2.1. Ayudas financieras para el diseño y edición de catálogos.

2.2.2.2. Apoyo a las actividades de promoción desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones.

2.2.2.3. Ayudas financieras para la construcción de páginas web.

2.2.2.4. Ayudas para el diseño y edición de revistas.

Población beneficiaria: Asociaciones, federaciones y confederaciones artesanas.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.4: Mejorar la dotación tecnológica de las empresas de artesanía de Andalucía.

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 3.1: Fomentar las actividades artesanales ubicadas en las zonas o puntos de interés artesanal.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad hacia el artesanado.

Resultados esperados: Actividades promocionales de productos artesanos andaluces.

Líneas de actuación 2.2.3: Apoyo a las actividades de acción conjunta desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones.

Medidas: Apoyar las actividades de acción conjunta desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones mediante las siguientes medidas:

2.2.3.1. Ayudas financieras para la participación colectiva en ferias.

2.2.3.2. Ayudas financieras para la organización de ferias de artesanía.

2.2.3.3. Ayudas financieras para la organización de muestras de artesanía.

Población beneficiaria. Asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 3.1: Fomentar las actividades artesanales ubicadas en las zonas o puntos de interés artesanal.

Objetivo específico 3.2: Potenciar las ferias de artesanía de Andalucía.

Resultados esperados: Organización de ferias o muestras de artesanía o la participación colectiva en ferias de las empresas de artesanía a través de las asociaciones, federaciones y confederaciones artesanales a las que pertenecen.

Programa 3. Ordenación y Fomento de la actividad artesana

Justificación del programa

Las bases de la ordenación de la actividad artesana en Andalucía se encuentran en la Ley de Artesanía de Andalucía. En este sentido, el propio cumplimiento y desarrollo reglamentario de esta Ley se sitúan entre las claves y requerimientos más inmediatos para una adecuada regulación de esta actividad. Entre otras medidas específicas, y fundamentales para la ordenación y fomento de la artesanía en Andalucía, en base al desarrollo de la Ley, en el presente programa se propone la aprobación del Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, la aprobación del régimen de funcionamiento del Registro de Artesanos de Andalucía, la aprobación del contenido y formato de la Carta de Artesano o Artesana y de la de Maestro Artesano, la aprobación del procedimiento de concesión de los distintivos de calidad, la aprobación del procedimiento para el otorgamiento de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal, la puesta en marcha de la Comisión de Artesanía de Andalucía y, por último, la aprobación del Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía.

Además de establecer el procedimiento para la identificación de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal, otro de los objetivos del programa es la colaboración con el sector turístico como forma de vincular la promoción de estas zonas con su propia promoción turística.

Del análisis del diagnóstico llevado a cabo, destacan los problemas relacionados con la comercialización de la producción artesana, entre los que se encuentran la falta de venta directa, falta de instituciones dedicadas a comercializar los productos, reducidos esfuerzos promocionales y de políticas apropiadas de comercialización. En este programa, con el fomento y promoción de los centros de producción y/o comercialización de productos artesanos, se trata de estructurar una estrategia de continuidad y permanencia que mejore las economías de escala a todos los niveles y fomente la competencia, la introducción y recuperación de técnicas con el necesario respeto a la tradición y a los parámetros culturales que dieron lugar a su origen. Del mismo modo, se ha detectado la necesidad de articular políticas de apoyo a la puesta en común de la oferta y la demanda de artesanía.

Principales aspectos del diagnóstico

- Necesidad del desarrollo reglamentario de la Ley de Artesanía de Andalucía.
- Pérdida de capacidad competitiva de determinados oficios artesanales tradicionales.
- Reducidos esfuerzos promocionales.

Objetivo intermedio 3: Desarrollar la normativa y fomentar la actividad artesana en Andalucía.

Objetivo específico 3.1: Desarrollar la Ley de Artesanía de Andalucía.

Línea de actuación 3.1.1: Elaboración de los reglamentos y normas que desarrollan la Ley de Artesanía de Andalucía.

Medidas: Dar cumplimiento al desarrollo reglamentario de la Ley de Artesanía, a través de la aplicación de las siguientes medidas:

3.1.1.1. Aprobación del Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

3.1.1.2. Aprobar el régimen de funcionamiento del Registro de Artesanos de Andalucía.

3.1.1.3. Aprobar el contenido y formato de la Carta de Artesano o Artesana y la de Maestro Artesano.

3.1.1.4. Aprobación del contenido, denominación y caracteres de los distintivos de calidad.

3.1.1.5. Aprobar el procedimiento para el otorgamiento de los distintivos de calidad.

3.1.1.6. Aprobar el procedimiento para el otorgamiento de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

3.1.1.7. Aprobar la organización, composición y régimen de funcionamiento de la Comisión de Artesanía de Andalucía.

Población beneficiaria: Artesanos y artesanas individuales, empresas de artesanía, asociaciones de artesanos y agentes públicos encargados de la recopilación y gestión de la información sobre la actividad artesana en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos andaluces.

Objetivo específico 3.2: Fomentar las actividades artesanales.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción por parte de la sociedad sobre el sector.

Resultados esperados: La Administración autonómica habrá culminado el desarrollo reglamentario de la Ley de Artesanía de Andalucía como instrumento normativo que regula el sector de la artesanía en Andalucía.

Objetivo específico 3.2: Fomentar las actividades artesanales.

Línea de actuación 3.2.1: Poner en valor las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

Medidas: Fomentar y promocionar las Zonas y Puntos de Interés Artesanal de Andalucía mediante la aplicación de las siguientes medidas:

3.2.1.1. Apoyo a la identificación pública de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

3.2.1.2. Colaboración con los organismos competentes en materia de Turismo para la vinculación de la promoción de estas zonas o puntos de interés.

3.2.1.3. Apoyo a la mejora de los puntos de ventas.

3.2.1.4. Apoyo a las acciones promocionales de las Zonas y Puntos de Interés artesanal.

Población beneficiaria: Artesanos y artesanas individuales, empresas de artesanía y asociaciones de artesanos.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 3.1: Desarrollar la Ley de Artesanía de Andalucía.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el sector.

Resultados esperados: Fomento de la actividad artesana, así como la difusión y puesta en valor de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

Línea de actuación 3.2.2: Promoción de centros de producción y/o comercialización de productos artesanos.

Medidas: Promocionar los centros de producción y/o comercialización de productos artesanos a través de la aplicación de las siguientes medidas:

3.2.2.1. Apoyo a la implantación de centros de producción y/o comercialización de productos artesanos.

3.2.2.2. Apoyo a la puesta en funcionamiento de puntos de venta en zonas de atracción turística y comercial.

3.2.2.3. Apoyo a las acciones promocionales de centros de producción y/o comercialización de los productos artesanos.

Población beneficiaria: Artesanos y artesanas individuales, empresas de artesanía y asociaciones de artesanos.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 1.3: Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas de artesanía.

Resultados esperados: Mejora de la comercialización y promoción de los productos y oficios artesanos andaluces a través de la implantación de centros específicos destinados a la producción y comercialización de los mismos.

Línea de actuación 3.2.3: Promoción de la puesta en común de la oferta y la demanda de artesanía.

Medidas: Promocionar la puesta en común de la oferta y la demanda de artesanía mediante la aplicación de las siguientes medidas:

3.2.3.1. Regular el procedimiento para obtener la consideración de ferias, exposiciones y eventos artesanos.

3.2.3.2. Ayudas financieras para potenciar las ferias, exposiciones y eventos de artesanía.

3.2.3.3. Apoyo a las acciones promocionales de los puntos de venta de artesanía.

Población beneficiaria: Artesanos y artesanas individuales, empresas de artesanía, asociaciones de artesanos y agentes públicos implicados en el fomento del desarrollo de la actividad artesana en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.5: Mejorar los sistemas de calidad de las empresas de artesanía.

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el sector.

Resultados esperados: Mejora de la comercialización y promoción de los productos artesanos andaluces a través de la regulación de las ferias y exposiciones, facilitando el acercamiento entre la oferta y la demanda mediante la promoción de este tipo de eventos artesanos.

Línea de actuación 3.2.4: Potenciar los distintivos de calidad para los productos artesanos.

Medidas: Potenciar los distintivos de calidad a través de la aplicación de las siguientes medidas:

3.2.4.1. Realización de campañas institucionales para el conocimiento de los distintivos de calidad.

3.2.4.2. Apoyo a las acciones promocionales de los distintivos de calidad.

Población beneficiaria: Artesanos y artesanas individuales, empresas de artesanía, asociaciones de artesanos y agentes públicos implicados en el fomento del desarrollo de la actividad artesana en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.5: Mejorar los sistemas de calidad de las empresas de artesanía.

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el sector.

Resultados esperados: Mejora de la comercialización, imagen y promoción de los productos artesanos andaluces a través del fomento y potenciación de los distintivos de calidad.

Programa 4. Información e Investigación del Sector Artesano

Justificación del programa

Como se ha podido comprobar en la elaboración del diagnóstico, la información estadística que existe sobre el sector de la artesanía es fragmentaria, insuficiente e inexacta. La escasez de estadísticas de carácter oficial, la falta de información acerca de la actividad artesana y la carencia de estudios e investigaciones sobre dicha actividad generan una insuficiencia de canales de información sobre la actividad en Andalucía. Ello contribuye al desconocimiento de la actividad y de su relación con el mercado, así como a su escaso reconocimiento por parte de la sociedad, aspectos puestos de manifiesto en la elaboración del diagnóstico.

Por otra parte, existen dificultades relacionadas con la insuficiente información disponible por parte de los componentes del sector sobre canales de distribución, gestión y administración.

Un buen diagnóstico sobre cualquier problema sólo es posible si se dispone de información suficiente y lo más detallada posible, de manera que sea viable descender a planos de la realidad más concretos. Sin embargo, la información sobre la evolución que se está produciendo en la actividad artesana no llega con la intensidad y rapidez necesarias para que se pueda actuar en consecuencia.

Se plantea, por tanto, la necesidad de hacer fluir la información sobre la evolución de la actividad y de las iniciativas que se diseñen para mejorarla. Para ello, se propone la aplicación de este programa, mediante la implantación de un sistema de información susceptible de ser utilizado para la toma de decisiones por parte de los agentes implicados con relación al sector artesano andaluz.

La información debe extenderse a todas aquellas materias que puedan incidir en la profesionalización, el desarrollo tecnológico, la modernización, la gestión, la organización empresarial, etc., y que, en definitiva, faciliten la adopción en cada momento de la política más eficiente para el sector de la artesanía en Andalucía.

En el presente programa se contempla el aumento de flujos de información a través de tres vías diferenciadas. La primera, y de especial importancia, obedece a la creación de fuentes específicas sobre el sector en Andalucía.

Como segunda vía, busca la creación, puesta en marcha y consolidación de servicios, congresos, jornadas, seminarios, fondo bibliográfico y colaboración con instituciones competentes, que faciliten la actualización de conocimientos sobre la materia, así como su difusión. Estos estudios de investigación deben ser susceptibles de ser utilizados para la toma de decisiones por parte de los agentes implicados con la artesanía en Andalucía.

Por último, se han previsto en el programa medidas que ayuden a mejorar la percepción de la sociedad sobre el sector, a través del reconocimiento a la excelencia empresarial en su conjunto y el fomento de iniciativas artesanas emprendedoras.

#### Principales aspectos del diagnóstico

Las deficiencias detectadas en la generación de la información sobre la actividad artesana andaluza vienen motivadas por:

- Insuficientes canales de información sobre la actividad artesana.
- Carencia de estudios de investigación sobre la actividad artesana.
- Percepción por parte del sector de un escaso reconocimiento y valoración social.

Objetivo intermedio 4: Aumentar la información y la investigación del sector artesano.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Línea de actuación 4.1.1: Desarrollo de información estadística específica del sector.

Medidas. Potenciar la elaboración de fuentes de información sobre la actividad artesana andaluza y generar información mediante la aplicación de las siguientes medidas:

4.1.1.1. Implantación del «Registro de Artesanos de Andalucía».

4.1.1.2. Colaboración con el Instituto de Estadística de Andalucía para la recogida de estadísticas específicas de las actividades artesanas.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía y agentes públicos encargados de la recopilación de información sobre la actividad artesana en Andalucía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción de parte de la sociedad sobre el artesanado.

Resultados esperados: Desarrollo de fuentes de información primarias relevantes para el conocimiento del sector, aumento de la eficiencia del sistema de recogida de información, así como para su difusión a los agentes implicados en el desarrollo de la artesanía en Andalucía.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector.

Línea de actuación 4.2.1: Fomento de la investigación y el conocimiento del sector.

Medidas: Fomentar la investigación y el conocimiento del sector artesano en Andalucía, a través de la aplicación de las siguientes medidas:

4.2.1.1. Creación de un fondo bibliográfico de información sobre artesanía.

4.2.1.2. Realización de congresos, jornadas y seminarios.

4.2.1.3. Colaboración entre Organismos y Entidades Públicas y Privadas para investigaciones que amplíen el conocimiento del sector.

Población beneficiaria: Empresas de artesanía y agentes públicos encargados de la gestión de la información sobre la actividad artesana en Andalucía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.3: Mejorar las percepciones de parte de la sociedad del artesanado.

Resultados esperados: Aumento de la investigación sobre el sector, así como mejora de la gestión y difusión de la información y conocimientos sobre el sector en Andalucía.

Objetivo específico 4.3: Mejorar la percepción por parte de la sociedad sobre el sector

Línea de actuación 4.3.1: Reconocimiento de la excelencia en la gestión empresarial y de la promoción de la artesanía.

Medidas: Fomentar la mejora empresarial en el sector artesano a través de la aplicación de las siguientes medidas:

4.3.1.1. Premios a la mejor empresa de artesanía andaluza, en términos de calidad, gestión y creatividad.

4.3.1.2. Reconocimiento de calidad y servicios a las asociaciones de empresas de artesanía más destacadas.

Población beneficiaria: Empresas y asociaciones de artesanía de Andalucía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 1.1: Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Resultados esperados: Mejora de la percepción positiva por parte de la sociedad de los oficios artesanos andaluces.

Línea de actuación 4.3.2: Fomento de las iniciativas artesanas emprendedoras.

Medidas: Fomentar la mejora empresarial en el sector artesano, a través de la aplicación de las siguientes medidas:

4.3.2.1. Convocatoria de concursos de ideas y proyectos que estimulen y fomenten la realización de proyectos emprendedores, en colaboración con las organizaciones artesanas y otros organismos.

4.3.2.2. Asesoramiento técnico a los proyectos premiados y reconocidos para su posterior puesta en marcha.

Población beneficiaria. Empresas y asociaciones de empresas de artesanía de Andalucía.

#### Relación con otros objetivos específicos del Plan

Objetivo específico 1.6: Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

Objetivo específico 1.1: Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector artesano andaluz.

Objetivo específico 4.1: Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

Objetivo específico 4.2: Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector artesano andaluz.

Resultados esperados: Aumento de los proyectos emprendedores en el sector de la artesanía en Andalucía.

# CUADRO RESUMEN DE PROGRAMAS Y MEDIDAS

PROGRAMA 1: AUMENTO DE LA EFICIENCIA DE LAS EMPRESAS DE ARTESANÍA DE ANDALUCÍA		OBJETIVO INTERMEDIO
<p>■ Reducida capacidad competitiva de las empresas                  ■ Falta de articulación del sector en el ciclo económico y empresarial                  ■ Inadecuados sistemas de comercialización de las empresas                  ■ Deficiente oferta formativa vinculada a la formación empresarial de los recursos humanos de las empresas                  ■ Elevada edad media de los artesanos y las artesanas</p>		
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
1.1. Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector	1.1.1. Apoyo al rejuvenecimiento del sector	1.1.1.1. Fomento de acciones formativas para jóvenes desempleados y desempleadas mediante prácticas en empresas 1.1.1.2. Fomento para que jóvenes emprendedores y emprendedoras creen empresas de artesanía 1.1.1.3. Promover convenios para que los alumnos y alumnas de la FPO en la familia profesional de Artesanía y de las Escuelas de Arte realicen prácticas en empresas de artesanía 1.1.1.4. Convocatoria de becas para prácticas remuneradas en empresas de artesanía
	1.1.2. Apoyo al acceso de la titularidad de las empresas de artesanía por parte de sus trabajadores y trabajadoras y sus familiares	1.1.2.1. Potenciar el acceso de los trabajadores y familiares, de empresas de artesanía a la propiedad de la empresa por traspaso o jubilación de su titular
1.2. Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado: la formación de los empleados y las empleadas y de los empresarios y empresarias	1.2.1. Apoyo a la formación de los recursos humanos de las empresas.	1.2.1.1. Elaboración de un diagnóstico sobre la oferta y las necesidades formativas de la artesanía en Andalucía 1.2.1.2. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes 1.2.1.3. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios relacionados con la actividad artesana 1.2.1.4. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación
	1.3. Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas	1.3.1.1. Ayudas financieras para la realización de mejoras y adaptación a las nuevas normativas medioambientales, de accesibilidad y de prevención de riesgos laborales de las empresas
1.4. Mejorar la dotación tecnológica de las empresas	1.4.1. Apoyo a la implantación de innovaciones tecnológicas en las empresas	1.4.1.1. Ayudas financieras para la adquisición de equipos informáticos y programas de gestión relacionados con la actividad artesanal 1.4.1.2. Ayudas financieras para la adaptación de las empresas de artesanía para la incorporación y utilización de nuevas tecnologías
	1.4.2. Apoyo a la renovación de bienes de equipo en las empresas	1.4.2.1. Ayudas financieras para la adquisición en régimen de propiedad de bienes de equipo
1.5. Mejorar los sistemas de calidad de las empresas	1.5.1. Apoyo al estudio e implantación de sistemas de calidad en las empresas	1.5.1.1. Ayudas financieras para la realización de estudios normalizados de calidad en las empresas 1.5.1.2. Ayudas financieras para la implantación de un sistema normalizado de calidad para las empresas
	1.6.1. Apoyo al lanzamiento de nuevos productos o de un producto ya existente en nuevos mercados y a la realización de estudios de mercado orientados a la expansión comercial de productos artesanos	1.6.1.1. Ayudas financieras para el diseño y edición de catálogos de productos 1.6.1.2. Ayudas financieras para el diseño de logotipos e imagen corporativa 1.6.1.3. Ayudas financieras para la inserción publicitaria en revistas especializadas 1.6.1.4. Ayudas financieras para la construcción de páginas web 1.6.1.5. Ayudas financieras para la participación en ferias y certámenes comerciales 1.6.1.6. Ayudas financieras a la contratación de estudios o proyectos de comercialización de productos artesanos

<b>PROGRAMA 2: COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y ASOCIACIONISMO</b>	
<b>DIAGNÓSTICO</b>	<b>OBJETIVO INTERMEDIO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bajo nivel de asociacionismo del sector</li> <li>■ Escaso desarrollo de fórmulas de cooperación de las empresas</li> <li>■ Carácter individualista del/a artesano/a</li> </ul>	<p>2. Fomentar las relaciones de cooperación y el asociacionismo entre las empresas de artesanía</p>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>MEDIDAS</b>
<p>2.1. Incrementar el grado de cooperación de las empresas</p>	<p>2.1.1.1. Ayudas financieras para la realización de estudios orientados a la puesta en marcha de centrales de servicios de asesoramiento (técnico-comercial especializado) y de centrales de compra y venta</p> <p>2.1.1.2. Ayudas financieras a la inversión en infraestructuras y equipamiento necesarios para la creación de centrales de servicios y de compra y venta comunes</p> <p>2.1.1.3. Ayudas financieras para la realización de misiones directas que favorezcan la cooperación empresarial</p> <p>2.1.1.4. Ayudas financieras para la visita de empresas interesadas en la realización de misiones inversas que favorezcan la cooperación empresarial</p>
<p>2.2. Fomentar el grado de cooperación de las empresas</p>	<p>2.2.1.1. Ayudas financieras para favorecer el mantenimiento de las sedes</p> <p>2.2.1.2. Ayudas financieras para la adquisición en régimen de propiedad de equipos informáticos y ofimáticos</p> <p>2.2.1.3. Ayudas financieras para la adquisición de mobiliario destinado a la adecuación de locales como sedes de la entidad</p> <p>2.2.1.4. Ayudas para los gastos derivados de la contratación de un gerente</p>
<p>2.2.2. Apoyo a las actividades de promoción desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones</p>	<p>2.2.2.1. Ayudas financieras para el diseño y edición de catálogos</p> <p>2.2.2.2. Ayudas financieras para la inserción publicitaria en revistas especializadas</p> <p>2.2.2.3. Ayudas financieras para la construcción de páginas web</p> <p>2.2.2.4. Ayudas financieras para el diseño y edición de revistas</p>
<p>2.2.3. Apoyo a las actividades de acción conjunta desarrolladas por las asociaciones, federaciones y confederaciones</p>	<p>2.2.3.1. Ayudas financieras para la participación colectiva en ferias</p> <p>2.2.3.2. Ayudas financieras para la organización de ferias de artesanía</p> <p>2.2.3.3. Ayudas financieras para la organización de muestras de artesanía</p>



PROGRAMA 3: ORDENACIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANA	
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO INTERMEDIO
<p>■ Pérdida de capacidad competitiva de determinados oficios artesanales tradicionales.</p> <p>■ Reducidos esfuerzos promocionales</p> <p>■ Necesidad del desarrollo reglamentario de la Ley de Artesanía de Andalucía.</p> <p><b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b></p> <p>3.1. Desarrollar la Ley de Artesanía de Andalucía</p>	<p>3. Desarrollar la normativa y fomentar la actividad artesana en Andalucía</p> <p><b>MEDIDAS</b></p> <p>3.1.1. Aprobación del Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía</p> <p>3.1.1.2. Aprobar el régimen de funcionamiento del Registro de Artesanos de Andalucía</p> <p>3.1.1.3. Aprobar el contenido y formato de la Carta de Artesano o Artesana y de la Carta de Maestro Artesano</p> <p>3.1.1.4. Aprobación del contenido, denominación y caracteres de los distintivos de calidad</p> <p>3.1.1.5. Aprobar el procedimiento para el otorgamiento de los distintivos de calidad</p> <p>3.1.1.6. Aprobar el procedimiento para el otorgamiento de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal</p> <p>3.1.1.7. Aprobar la organización, composición y régimen de funcionamiento de la Comisión de Artesanía de Andalucía</p>
<p>3.2.1. Poner en valor las zonas y puntos de interés</p>	<p>3.2.1.1. Apoyo a la identificación pública de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal</p> <p>3.2.1.2. Colaboración con los organismos competentes en materia de Turismo para la vinculación de la promoción de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.</p> <p>3.2.1.3. Apoyo a la mejora de los puntos de venta</p> <p>3.2.1.4. Apoyo a las acciones promocionales de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal</p>
<p>3.2.2. Promoción de centros de producción y/o comercialización de productos artesanos</p>	<p>3.2.2.1. Apoyo a la implantación de centros de producción y/o comercialización de productos artesanos</p> <p>3.2.2.2. Apoyo a la puesta en funcionamiento de puntos de venta en zonas de atracción turística y comercial</p> <p>3.2.2.3. Apoyo a las acciones promocionales de centros de producción y comercialización de los productos artesanos</p>
<p>3.2.3. Promoción de la puesta en común de la oferta y la demanda de artesanía</p>	<p>3.2.3.1. Regular el procedimiento para obtener la consideración de ferias, exposiciones y eventos artesanos</p> <p>3.2.3.2. Ayudas financieras para potenciar las ferias, exposiciones y eventos de artesanía</p> <p>3.2.3.3. Apoyo a las acciones promocionales de los puntos de venta de artesanía</p>
<p>3.2.4. Potenciar los distintivos de calidad para los productos artesanos</p>	<p>3.2.4.1. Realización de campañas institucionales para el conocimiento de los distintivos de calidad</p> <p>3.2.4.2. Apoyo a las acciones promocionales de los distintivos de calidad</p>
<p>3.2. Fomentar las actividades artesanales</p>	

<b>PROGRAMA 4: INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN DEL SECTOR ARTESANO</b>		
<b>DIAGNÓSTICO</b>	<b>OBJETIVO INTERMEDIO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Insuficientes canales de información sobre la actividad artesana</li> <li>■ Carencia de estudios de investigación sobre la actividad artesana</li> <li>■ Percepción por parte del sector de un escaso reconocimiento y valoración social</li> </ul>	<p>4. Aumentar la información y la investigación del sector artesano</p>	
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>MEDIDAS</b>	
<p>4.1. Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana</p>	<p>4.1.1.1. Implantación del "Registro de Artesanos de Andalucía"                      4.1.1.2. Colaboración con el Instituto de Estadística de Andalucía para la recogida de estadísticas específicas de las actividades artesanas</p>	
<p>4.2. Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector</p>	<p>4.2.1.1. Creación de un fondo bibliográfico de información sobre artesanía                      4.2.1.2. Realización de congresos, jornadas y seminarios                      4.2.1.3. Colaboración entre Organismos y Entidades Públicas y Privadas para investigaciones que amplíen el conocimiento del sector</p>	
<p>4.3. Mejorar la percepción por parte de la sociedad sobre el sector</p>	<p>4.3.1.1. Premios a la mejor empresa artesana andaluza, en términos de calidad, gestión y creatividad                      4.3.1.2. Reconocimiento de calidad y servicios a las asociaciones de empresa de artesanía más destacadas                      4.3.2.1. Convocatoria de concursos de ideas y proyectos que estimulen y fomenten la realización de proyectos emprendedores, en colaboración con las organizaciones artesanas y otros organismos                      4.3.2.2. Asesoramiento técnico a los proyectos premiados y reconocidos para su posterior puesta en marcha</p>	

## TÍTULO IV

## PROGRAMA FINANCIERO DEL PLAN

En el programa financiero propuesto, con el fin de poner en marcha las medidas necesarias para alcanzar los objetivos finalistas e intermedios diseñados en el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía, durante el período

comprendido entre los años 2007-2010, se ha previsto un presupuesto de diez millones doscientos catorce mil trescientos ochenta y cinco euros con sesenta y tres céntimos (10.214.385,63 euros).

Esta cantidad, que será asumida íntegramente por la Consejería competente en materia de artesanía, se distribuye, por anualidades y por programas, conforme al siguiente cuadro:

	ANUALIDADES				TOTAL
	2007	2008	2009	2010	
PROGRAMA 1 Aumento de la eficiencia de las empresas de artesanía	1.620.000,00	1.652.400,00	1.685.448,00	1.719.156,96	6.677.004,96
PROGRAMA 2 Cooperación empresarial y asociacionismo	300.000,00	306.000,00	312.120,00	318.362,40	1.236.482,40
PROGRAMA 3 Ordenación y fomento de la actividad artesana	400.000,00	508.000,00	518.160,00	528.523,20	1.954.683,20
PROGRAMA 4 Información e investigación del sector artesano	84.000,00	85.680,00	87.393,60	89.141,47	346.215,07
TOTALES	2.404.000,00	2.552.080,00	2.603.121,60	2.655.184,03	10.214.385,63

## TÍTULO V

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

La Evaluación de Políticas Públicas es una metodología de análisis sistemático que se aplica para determinar el mérito o valor de la conceptualización y diseño, aplicación y gestión, así como de los resultados e impactos de los programas y políticas públicas y privadas. La función principal de la evaluación no es sólo verificar si los recursos previstos se han aplicado correctamente o si las normas existentes han sido respetadas, sino valorar la oportunidad y utilidad de una política o programa. De esta manera, la evaluación se convierte en una herramienta clave al servicio de la planificación puesto que permite mejorar las intervenciones, sirve de base para futuras acciones, y contribuye a la formación, aprendizaje y capacitación de las organizaciones e instituciones que participan en el proceso de evaluación, permitiendo identificar las buenas prácticas y extraer lecciones de la experiencia.

Adicionalmente, la información que se genera en la etapa de evaluación prepara el terreno para la concertación de los agentes socioeconómicos y grupos de interés que intervienen en los procesos de decisión pública, favoreciendo los intercambios entre los diferentes agentes implicados a fin de introducir las modificaciones que demande la realidad.

Con la aplicación de las técnicas e instrumentos de evaluación para el análisis de los programas incluidos en el Plan se pretende dotar a gestores y responsables de su ejecución de unos parámetros de referencia para responder a las cuestiones de: qué, cómo y a qué coste la intervención diseñada transforma las debilidades y amenazas detectadas en el sector artesano en fortalezas y oportunidades.

Por ello, para la elaboración del Plan Integral de Fomento de la Artesanía, se ha partido de una perspectiva holística de planificación que integra la evaluación desde el primer momento en que se decide intervenir. Este enfoque metodológico global, además de considerar a la evaluación como instrumento de seguimiento, de control de la gestión y de análisis de resultados e impactos, la convierte en un elemento intrínseco para la planificación de actuaciones, que debe imbuir todas y cada una de las fases de la elaboración y ejecución de un Plan.

Además, para evaluar el impacto diferencial de los programas recogidos en el Plan entre hombres y mujeres, se medirá la distinta situación de partida, las diferentes necesidades e intereses y se comprobará cómo las actuaciones que se ponen en marcha contribuyen a disminuir estas desigualdades mediante una evaluación con enfoque de género. Con ello se

conocerá si las medidas diseñadas responden de forma integral tanto a las diferentes necesidades de las artesanas como a las de los artesanos. Es importante conocer y evaluar el impacto que las mismas tienen en la mejora de las condiciones del artesanado en su conjunto y esto queda recogido en el sistema de seguimiento que acompaña al Plan.

El seguimiento y la evaluación que se han propuesto persiguen maximizar la utilidad del proceso más allá del cumplimiento de la exigencia reglamentaria. Así, el seguimiento y la evaluación diseñados son útiles puesto que generan valor añadido y sinergias positivas, reforzando la consecución de los principios en los que se sustenta el Plan. En definitiva, la metodología de seguimiento y evaluación de las medidas que conforman el Plan son instrumentos de gran utilidad por los siguientes motivos:

- Por facilitar la toma de decisiones, al generar información útil, tanto a los órganos ejecutivos interesados en disponer de parámetros que identifiquen los circuitos operativos más eficaces, como a las unidades administrativas, para las que la evaluación puede ser un elemento potenciador en el desempeño de sus actividades.

- Por mejorar el proceso de gestión, al permitir la ordenación de las tareas en búsqueda de su optimización, con objeto de maximizar la racionalidad del sistema.

- Por promover la participación de los implicados en la gestión y ejecución de las medidas incluidas en los programas y dinamizar el intercambio de opiniones entre los agentes sociales y económicos y administraciones relacionadas con la artesanía, con el objeto de mejorar las distintas actuaciones y contribuir al proceso de toma de decisiones.

En definitiva, el desarrollo de los instrumentos que permitan valorar y difundir la eficacia y eficiencia relativa y comparada de las líneas de actuaciones planificadas que se llevarán a cabo en el período de ejecución del Plan, de forma que se satisfagan las exigencias de información y transparencia de cuantos agentes e instituciones participan en el proceso, presenta una indudable importancia como elemento para mejorar la planificación, programación, diseño y ejecución de las actuaciones públicas.

Un requisito indispensable para que la evaluación pueda realizarse es que exista información sobre lo que se ha realizado o se está realizando y sobre sus efectos directos. Así, ningún plan, programa o política puede lograr los efectos esperados con un nivel de eficacia y eficiencia óptima, si para su desarrollo no cuenta con un sistema de gestión adecuado

y con un correcto sistema de seguimiento e información, que permita conocer: quién hace qué y cómo; qué procedimientos se han institucionalizado para la puesta en marcha de las actuaciones, si el programa se está ejecutando de acuerdo con su diseño; verificar los progresos en la ejecución del programa, etc.

El seguimiento consiste en la verificación de la realización progresiva, física y financiera de las intervenciones diseñadas obteniendo y sistematizando toda aquella información que, tanto a medio camino como después de la ejecución, resulte esencial para evaluar los resultados e impactos.

El seguimiento constituye una labor eminentemente administrativa de recogida de información propia de los centros gestores de las diferentes actuaciones, pues son éstos los que cuentan –en principio– con un conocimiento pormenorizado y diario de la evolución de las medidas, razón que optimiza todo el proceso de seguimiento.

La importancia del seguimiento radica en que permite: obtener toda aquella información que será necesaria para evaluar su impacto, su eficacia y eficiencia; describir la evolución de las actividades programadas, estableciendo criterios de acuerdo con un esquema y secuencia predeterminados e identificar los puntos críticos en la gestión y ejecución, permitiendo detectar problemas y alertar a los responsables. Se facilita de esta forma la toma de decisiones sobre las acciones correctivas que se deben emprender. En definitiva, facilitar la toma de decisiones sobre las acciones correctivas a emprender y permitir el cumplimiento de sus objetivos y la medición de los progresos realizados para su consecución.

Los instrumentos utilizados en el seguimiento pueden ser de carácter cualitativo, o cuantitativo, expresados a través de la formulación y cumplimentación de indicadores e informes periódicos. Por esta razón, para optimizar el sistema de seguimiento del presente Plan, se plantea la necesidad de contar con un buen sistema de indicadores, no como un fin en sí, sino como un conjunto de instrumentos que facilite la mejora, el control y la valoración de las actuaciones que le dan forma. Los indicadores son expresiones cuantitativas o cualitativas de la realidad objeto de estudio y constituyen una de las formas más relevantes de sistematizar información. Consecuentemente, es necesario definir una «batería de indicadores» que recoja exhaustivamente todos los aspectos de la realidad de las actuaciones puestas en marcha y dé una visión global de ellas.

Características básicas de los indicadores han de ser, entre otras, la verosimilitud, la accesibilidad, la objetividad o la pertinencia, que aseguren una medición mínima de la realización y de los resultados obtenidos y posibiliten, por consiguiente, su interpretación conjunta de cara a la evaluación. Los indicadores se establecen ex-ante a la ejecución del Plan, para así poder garantizar su evaluabilidad, de ahí la importancia que se les otorga en el marco de la evaluación. Pero esto no implica que a lo largo del período de ejecución, y debido a distintas razones, se pueda aumentar el número de indicadores que forman parte de la «batería» diseñada en el principio. La cumplimentación de los indicadores de seguimiento de las realizaciones y resultados es una condición «sine qua non» para la posterior definición de los indicadores complementarios de eficacia y eficiencia y, por consiguiente, para la posterior evaluación del proyecto.

La metodología aplicada se ha basado en la adaptación del Enfoque Integral del Ciclo de Vida de un Proyecto. Este enfoque contempla los elementos que integran el diseño, ejecución, gestión, seguimiento y evaluación de las actuaciones.

El sistema de seguimiento debe recoger información para cada nivel de planificación establecido, ya que cada uno tiene asociado unos objetivos concretos. De esta forma, el diseño del sistema de seguimiento debe seguir de «abajo a arriba» la cadena lógica de planificación, esto es, las hipótesis implícitas en las estrategias de intervención diseñadas.

En el sistema de seguimiento del Plan los niveles determinados para la recogida de información son acordes con la programación de las actuaciones, lo que pone de manifiesto el enfoque descendente, o de «arriba a abajo», que ha guiado la definición del modelo de seguimiento diseñado. Estos niveles son: objetivos intermedios, líneas de actuación y medida (nivel más concreto de programación o unidad mínima de planificación).

Por un lado, para cada uno de estos niveles es necesario definir indicadores que permitan llevar a cabo el seguimiento de lo realizado y sus resultados y del cumplimiento de los objetivos intermedios y finalistas planteados en cada eslabón de la cadena de planificación.

A continuación se incluyen los indicadores diseñados para el nivel medio de intervención. Estos deberán recogerse teniendo en cuenta la perspectiva de género, así como la variable territorio, para poder llevar a cabo el análisis del impacto de la política sobre el territorio, así como la variable sexo. Del mismo modo, se deberá recopilar la información generada de la ejecución del Plan por subsectores de actividad, en la medida de lo posible, ya que con ello se podrá llevar a cabo el análisis de la evolución de las diferentes actividades que integran el sector en Andalucía.

#### INDICADORES POR NIVEL DE OBJETIVOS INTERMEDIOS

Programa 1. Aumento de la eficiencia de las empresas de artesanía de Andalucía

1.1. Fomentar la incorporación de nuevos profesionales al sector.

Indicadores

- Número de empresas nuevas creadas. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico (provincia).

Este indicador ayudará en el estudio de la pertenencia de los subsectores a los que se les ha concedido la ayuda a actividades más prósperas, o que se encuentran en declive. El análisis deberá realizarse especificando las provincias y territorios menores en los que han creado las empresas, así como los grupos de beneficiarios y beneficiarias. Esta información ayudará a conocer la incidencia por territorio y colectivo de las actuaciones dirigidas a potenciar la creación de empresas.

- Número de empleos creados por los nuevos empresarios y empresarias (los nuevos empleados se caracterizarán atendiendo a las variables de: sexo, edad, nivel formativo, etc.).

Este indicador recogerá el número de empleos creados por las empresas de nueva creación puestas en marcha como consecuencia de las actuaciones ejecutadas. Dicho indicador servirá para conocer el grado en el que las empresas de nueva creación contribuyen a la creación de empleo en el total de las actuaciones ejecutadas. El número total de empleos creados deberá especificarse por subsector de actividad, provincia y grupo beneficiario, con el objetivo de conocer el grado de incidencia de la actuación en cada uno de los ámbitos señalados. Por otra parte, debe especificarse el tipo de contratos realizados (contrato temporal o indefinido) con el fin de conocer no sólo la cantidad de empleo generado, sino la calidad de este.

1.2. Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía a las necesidades del mercado: la formación de los empleados y empleadas y de los empresarios y empresarias.

- Mejora del nivel de cualificación de los recursos humanos de las empresas de artesanía en Andalucía.

- Índice de adecuación de la medida según la población beneficiaria. Grado de satisfacción respecto a los objetivos que se persiguen. Este sería un indicador sintético, que se obtendrá de la realización de encuestas a los beneficiarios de las

distintas actuaciones. Esta técnica permite medir el grado de satisfacción de los beneficiarios a través de una escala: alto, medio, bajo.

Mediante la realización de una encuesta se consultaría acerca de la satisfacción de los usuarios con respecto a las actuaciones y su gestión por parte de la Administración responsable de ejecutarla. En este sentido, se debería preguntar a los usuarios acerca de aspectos tales como: en qué medida ha sido de utilidad la actuación; si ha sido suficiente o no; cómo ha utilizado dicha ayuda; si considera que recibió la ayuda en el momento adecuado; etc. Finalmente, en cuanto a su satisfacción hacia la Administración responsable de la ejecución del Plan, se puede preguntar acerca de: el medio por el cual tuvo conocimiento de las actuaciones; grado de utilidad de la información u opinión acerca de la documentación que debió adjuntar.

1.3. Mejorar las condiciones físicas y funcionales de las empresas.

- Número de empresas que han adaptado o mejorado su taller para el cumplimiento de la normativa. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico (provincia).

1.4. Mejorar la dotación tecnológica de las empresas.

- Número de empresas de artesanía que han mejorado su dotación tecnológica. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico (provincia).

1.5. Mejorar los sistemas de calidad de las empresas.

- Número de empresas de artesanía que han mejorado sus sistemas de calidad. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico (provincia).

1.6. Mejorar la comercialización de los productos artesanos.

- Número de empresas que han mejorado sus sistemas de comercialización. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico (provincia).

#### Programa 2. Cooperación empresarial y asociacionismo

2.1. Incrementar el grado de cooperación de las empresas.

- Número de acciones de cooperación realizadas en Andalucía entre empresas del sector artesano. Especificar por subsector de actividad y ámbito geográfico.

2.2. Fomentar el asociacionismo entre las empresas.

- Número de nuevas asociaciones creadas entre empresas del sector artesano en Andalucía. Especificar, si procede, el subsector de actividad, así como el ámbito geográfico.

#### Programa 3. Ordenación de la actividad artesana

3.1. Desarrollar la Ley de Artesanía de Andalucía.

- Elaboración y aprobación del Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma de Andalucía y su aprobación.

- Número de artesanos y artesanas, empresas, asociaciones, etc., registrados en el Registro de Artesanos.

- Número de Carta de Artesano o Artesana y de Maestro Artesano solicitadas y otorgadas.

- Elaboración de los contenidos, denominación y caracteres de los distintivos de calidad y su aprobación.

- Elaboración del procedimiento para la concesión de los distintivos de calidad.

- Número de distintivos de calidad solicitados y otorgados.

- Elaboración del procedimiento para el reconocimiento de Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

- Número de localidades solicitantes y reconocidas.

- Creación de la Comisión de Artesanía y su aprobación.

3.2. Fomentar las actividades artesanales.

- Número de campañas y medidas de apoyo para la identificación pública de las Zonas y Puntos de Interés Artesanal. Especificar el ámbito geográfico, así como medio a través de los que se realiza.

- Número de colaboraciones con organismos competentes en materia de turismo y de campañas de promoción vinculadas a las Zonas y Puntos de Interés Artesanal.

- Número de ayudas solicitadas y concedidas para la mejora de los puntos de ventas.

- Número total de campañas y acciones promocionales para las Zonas y Puntos de Interés Artesanal. Especificar el ámbito geográfico, así como medio a través de los que se realiza.

- Número total de centros de producción y/o comercialización de productos artesanos implantados.

- Número de puntos de ventas en zonas de atracción turística y comercial creados. Especificar zona geográfica.

- Número total de campañas y acciones promocionales de centros de producción y/o comercialización apoyadas.

- Elaboración del procedimiento para la obtención de la consideración de feria, exposición y evento artesano.

- Número de ayudas solicitadas y concedidas para la potenciación de las ferias, exposiciones y eventos artesanos.

- Número de acciones promocionales de los puntos de venta artesanales. Especificar el ámbito geográfico, así como medio a través de los que se realiza.

#### Programa 4. Información e investigación en el sector artesano

4.1. Crear fuentes de información específicas de la actividad artesana.

- Mejora de las estadísticas oficiales sobre el sector de la artesanía en Andalucía.

4.2. Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector.

- Número de investigaciones sobre el sector llevadas a cabo.

4.3. Mejorar la percepción por parte de la sociedad sobre el sector.

- Realización de los concursos y premios cuyo protagonista es el sector.

### CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA

*RESOLUCIÓN de 30 de julio de 2007, de la Dirección General de la Producción Agrícola y Ganadera, por la que se modifican los Anexos de la Orden de 26 de julio de 2007, por la que se establecen medidas de lucha contra la lengua azul (fiebre catarral ovina) ocasionada por virus del serotipo 1 (BTV-1) y se regula el movimiento pecuario de animales de las especies sensibles en la Comunidad Autónoma de Andalucía.*

La disposición final primera de la Orden de 26 de julio de 2007, por la que se establecen medidas de lucha contra la lengua azul (fiebre catarral ovina) ocasionada por virus del serotipo 1 (BTV-1) y se regula el movimiento pecuario de animales de las especies sensibles en la Comunidad Autónoma de Andalucía, faculta al titular de la Dirección General de la Producción Agrícola y Ganadera para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el cumplimiento y ejecución de la presente Orden y, en particular, para la modificación de los Anexos, en función de las circunstancias epidemiológicas y el desarrollo de la normativa de carácter estatal o comunitaria.