

## **“PROSPECCIÓN DE LAS POSIBILIDADES DE COOPERACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS ARTESANAS Y OTROS AGENTES”**

**(Resumen Ejecutivo)**



**Abay Analistas**

## ÍNDICE

|  |          |
|--|----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>3</b> |
| <b>2. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA UTILIZADA .....</b>  | <b>5</b> |
| <b>3. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN .....</b>   | <b>9</b> |
| 3. 1. Cooperación entre los colegios profesionales, las asociaciones sectoriales y las empresas artesanas..... | 9        |
| 3.2. Cooperación entre el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y las empresas artesanas .....              | 12       |
| 3.3. Cooperación entre las grandes empresas y las empresas artesanas.....                                      | 16       |

## 1. INTRODUCCIÓN

La literatura especializada apunta al capital relacional de las empresas como un factor determinante de su crecimiento y de sus resultados (Rodríguez Madroño, P. y Román del Río, 2005; Ordóñez de Pablos, 2004; Martín de Castro et al, 2009). Por tanto, no es extraño que la cooperación esté adquiriendo una gran importancia en su consideración como factor de competitividad empresarial que se sustenta tanto en la valoración creciente de la especialización productiva como en el abanico de ventajas asociadas a la colaboración con terceros (empresas u otros organismos) en el desarrollo empresarial, entre las que cabe destacar:

- a) Un acceso más fácil, barato y rápido a información, métodos y tecnologías de interés.
- b) Un acceso más fácil, barato y rápido a nuevos mercados (nacionales o extranjeros).
- c) La obtención de recursos humanos y financieros adicionales para el desarrollo de nuevos productos o servicios.
- d) La adquisición de conocimientos y habilidades de los socios que, aplicados a la empresa, pueden suponer un diferencial competitivo.
- e) La posibilidad de compartir riesgos, tanto en el desarrollo de nuevos productos y servicios como en el acceso a los mercados extranjeros.

La cooperación en líneas generales, se puede definir como cualquier sistema mediante el cual varias personas, empresas o instituciones se unen para compartir los recursos, conocimientos o capacidades que cada una de ellas tiene por separado, con el fin de obtener un beneficio.

En el caso de las empresas artesanas la cooperación adquiere, además, una especial relevancia por su reducido tamaño medio, ya que es, sin duda, una vía de superación de algunas de las desventajas competitivas asociadas a las microempresas, entre las que cabe señalar el acceso a pedidos y a mercados más amplios.

Sin embargo, tal y como revelan los resultados obtenidos por el estudio realizado en el año 2010 por la Dirección General de Política de la Mediana y Pequeña Empresa (DGPYME) y Abay Analistas titulado “**La competitividad del sector artesano en España**”, pese a la positiva situación competitiva, en líneas generales del sector artesano con respecto al conjunto de la PYME, existen algunos factores

en los que el sector muestra una posición menos favorable y, entre ellos, destaca la escasa cooperación del sector con terceros.

Así, tan sólo el 46,3% de las empresas artesanas coopera con terceros para el desarrollo de nuevos productos, para la apertura de nuevos canales de comercialización o para otros aspectos relacionados con el desarrollo de su actividad y, dentro de esta cooperación, la más frecuente es con otros talleres o empresas artesanas (35,7%). Fuera del sector la cooperación más importante es con diseñadores/as locales y empresas industriales no artesanas, pero es mucho menos frecuente (se realiza por un 10,2% y un 9,6% respectivamente) y, todavía en menor medida, existe cooperación con otros talleres o empresas artesanas de ámbito internacional (7,6%), con empresas del sector turístico (5,3%), con agentes del sistema nacional de ciencia y tecnología (3,2%) y, tan sólo el 0,9% colabora con otros agentes, entre los que destacan los estudios de arquitectos/as/as e interioristas y los diseñadores/as/as y marcas de diseño y distribución de moda.

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en su propósito de potenciar la posición competitiva del sector artesano español, inició este proyecto, *Prospección de las posibilidades de cooperación entre las empresas artesanas y otros agentes*, que, como se verá, permite avanzar en la identificación de líneas de actuación.

## **2. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA UTILIZADA**

La metodología aplicada para alcanzar los objetivos de este estudio se ha apoyado en la realización de grupos de trabajo de empresas artesanas y empresas y profesionales de otros sectores, con el fin de avanzar sobre posibles vías de cooperación y de crear puntos de encuentro en los que los/as participantes identificasen vías de fomento de esta cooperación.

En los grupos de trabajo se abordaron, desde la participación activa de sus componentes, los distintos escenarios y dimensiones de la cooperación. Por tanto, éstos no se plantearon solamente como una técnica de recogida de información sino también como un método para la generación de una dinámica de debate y reflexión y, en definitiva, como una herramienta participativa.

Para la consecución de los objetivos señalados, se realizaron tres grupos: el primero de ellos, celebrado el día 15 de noviembre, convocó a una selección de representantes de colegios profesionales, asociaciones sectoriales y empresas artesanas; el segundo, celebrado el día 16 de noviembre, contó con la participación de representantes del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y empresas artesanas; y, por último, el tercer grupo, celebrado el 17 de noviembre, contó con la asistencia de una selección de grandes empresas y empresas artesanas.

A continuación se presenta el listado de participantes en las mesas.

## MESA Nº 1. LISTADO DE PARTICIPANTES (15 de Noviembre)

Colegio de Arquitectos/as de Madrid

<http://www.coam.org>

Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de Madrid

<http://www.coiim.es>

Colegio Oficial de Decoradores Diseñadores/as de Interior de Madrid

<http://www.coddim.org>

Federación Española de Hostelería

<http://www.fehr.es>

Asociación Española de Empresas de Restauración del Patrimonio Histórico

<http://www.arespaph.com>

Confederación Nacional de la Construcción

<http://www.portal-cnc.com>

Bronces Romanos en España, S.L (Metal)

<http://www.broncesromanos.com>

Terracota (Cerámica)

<http://www.terracota.com>

Cerámica San Ginés (Cerámica)

<http://www.ceramicasangines.com>

Noroeste Xoias de Autor (Joyería)

<http://www.noroestegaleria.com>

Totvidre (Vidrio)

<http://www.totvidre.com/home.html>

Art Antic l'Alcora, S.L. (Cerámica)

<http://www.artantic.es>

Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte)

<http://www.fundesarte.org>

## MESA 2. LISTADO DE PARTICPANTES (16 de Noviembre de 2011)

Instituto de Cerámica y Vidrio (Consejo Superior de Investigaciones Científicas)

<http://www.icv.csic.es>

Centro Tecnológico de la Artesanía

<http://www.ctartesia.es>

AIJU (Asociación de Investigación de la Industria del Juguete, Conexas y Afines)

<http://www.aiju.es>

Instituto para la Calidad Turística Española

[www.ictes.es](http://www.ictes.es)

AITEX (Asociación de Investigación de la Industria Textil)

<http://aitex.es>

Fundación MOVEX (Centro Tecnológico de la Piel de Andalucía)

<http://www.movexct.com>

Juan José Guerrero Bote. Consultor. I.T. en Diseño Industrial.

<http://juanjoguerrero.com/>

Taller de Cantería Ricardo Antelo (Piedra)

<http://www.ricardoantelo.com>

Artesanía Molero (Muebles)

<http://www.molero.eu>

Empresa de Inserción Laboral El Zaguán (Textil y Varios)

<http://www.elzaguan.org/>

Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte)

<http://www.fundesarte.org>

### MESA 3. LISTADO DE PARTICPANTES (17 de Noviembre de 2011)

Grupo Cortefiel

<http://www.grupocortefiel.com>

Campofrío (Navidul)

<http://www.navidul.es>

Grupo Hojiblanca

<http://www.hojiblanca.com>

Dragados

<http://www.dragadosindustrial.com>

OHL

<http://www.ohl.es>

Paradores de Turismo de España, S.A

<http://www.parador.es>

AC Hotels / NOHO

<http://www.noho.es>

Taller del Telar (Textil)

<http://www.tallerdeltelar.com>

Cerámica Cumèlla, S.L (Cerámica)

[www.cumella.cat](http://www.cumella.cat)

Ana Aldana (Muebles)

[www.anaaldana.com](http://www.anaaldana.com)

Arte y Diseño en Joyería, S.L.(Joyería)

Euro Monumenta (Piedra)

<http://www.euromonumenta.com>

Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte)

<http://www.fundesarte.org>



### 3. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

A partir del análisis de las distintas aportaciones recogidas en los grupos de trabajo, a continuación se recoge un conjunto de conclusiones de carácter general y se propone líneas de actuación en distintos ámbitos. A continuación, se presentan las distintas conclusiones y propuestas agrupadas en tres bloques, que se corresponden con el perfil de los grupos de discusión realizados.

#### 3. 1. Cooperación entre los colegios profesionales, las asociaciones sectoriales y las empresas artesanas

1.- Las **asociaciones sectoriales y los colegios profesionales** en su calidad de **instituciones representativas**, con alta credibilidad y con una elevada capilaridad son elementos claves en la consecución de una **masa crítica en la colaboración** que asegure la continuidad de la misma (con distintos clientes). Esta continuidad es decisiva en la reducción de los costes hundidos y de los riesgos inherentes a los procesos de cooperación.

##### Propuestas de actuación:

a.- **Programa de acercamiento de la artesanía a los colegios profesionales y las asociaciones sectoriales.** Es necesario el establecimiento de cauces de comunicación continuos entre los colegios profesionales, las asociaciones sectoriales de mayor interés y los representantes públicos y privados de las empresas artesanas con los objetivos siguientes:

a.- Cambiar la imagen obstaculizadora de las empresas artesanas que pudiese quedar aún en estas instituciones. Hay que publicitar mucho más la empresa artesana moderna, que colabora con terceros, que innova, con productos de calidad, con nuevas aplicaciones...

La consideración de la artesanía en proyectos de “obra nueva” pasa necesariamente por comunicar una industria de la artesanía mucho más abierta y accesible.

*“el principal problema es el desconocimiento de lo que es la artesanía...dentro del mundo de la arquitectura, en el diseño de mobiliario, por ejemplo, una de las fascinaciones de cualquier arquitecto, ahí es donde el arquitecto se queja de que no encuentra quién le haga las cosas...”*

b.- Mostrar las posibilidades de la artesanía española mediante la difusión de experiencias exitosas de cooperación (en sus propios espacios físicos y virtuales) (posible presencia de productos y capacidades de las empresas artesanas en el *showroom* del Colegio de Arquitectos/as de Madrid)

c. Hacer explícitos los beneficios mutuos y las sinergias de la cooperación entre empresas artesanas y sus asociados.

d.- Crear espacios de encuentro que favorezcan el conocimiento mutuo. En este sentido, una de las opciones más factibles es asegurar la participación de los/as artesanos/as, en los encuentros de los Colegios profesionales y de las asociaciones (ferias, jornadas, encuentros técnicos, congresos, etc.)

e.- Identificar proyectos concretos en el ámbito de la investigación. Los proyectos pilotos conjuntos son también de gran interés porque, con independencia de su continuidad, se adquiere un conocimiento muy práctico para el diseño de actuaciones.

f.- Identificar en la oferta formativa de colegios profesionales y asociaciones empresariales las posibilidades de formación de las empresas artesanas (métodos organizativos, integración en equipos interdisciplinares, planificación y ejecución de obras, coordinación de equipos, dirección de proyectos, etc.) y facilitar el acceso a los contenidos de mayor interés...

g.- Identificar posibilidades para que las empresas artesanas actúen como formadoras en colegios y asociaciones.

h- Intermediar para facilitar la integración de los/as artesanos/as en asociaciones especializadas de interés para el sector, como las de restauración de patrimonio.

i.- Analizar posibilidades de apoyo a las iniciativas artesanales desde las escuelas de emprendedores de los colegios profesionales. El Colegio de Ingenieros Industriales, por ejemplo, tiene escuela de emprendedores que puede apoyar la formación, en el asesoramiento y la coordinación del proyecto.

2.- Se ha identificado un **vacío de información** que dificulta el acceso de terceros a las empresas artesanas, aspecto que actúa como freno en la incorporación de artesanía a los nuevos proyectos.

### Propuestas de actuación:

a.- Elaboración de un **Directorio de empresas artesanas con interés en la cooperación con terceros**. Es necesario facilitar directorios de empresas artesanas a los colegios y asociaciones sectoriales, de cara a que éstos puedan hacer tanto un uso propio de la misma como ponerla a disposición de sus asociados/as. Se propone un **directorio nacional** con una clasificación por técnicas, que muestre experiencias previas (fotos de trabajos previos) y aporte información indirecta sobre la calidad de los trabajos y la capacidad de los/as artesanos/as (premios obtenidos, clientes, proveedores de organismos oficiales,...). En definitiva, información oportuna que permita la selección de profesionales adecuados por parte de terceros. Esta información debería proporcionarse en los formatos y con el contenido que aseguren la mayor utilización de la misma, por lo que habría que implicar a los destinatarios en el diseño de la misma.

3.- Se propone la generación de un **grupo tractor** (comprometido, independiente y plural) que asuma el germen de la cooperación con colegios profesionales y asociaciones sectoriales, que diseñe una hoja de ruta a corto y medio plazo, priorizando actuaciones.

4.- Realización de una **Campaña de difusión** dirigida a los/as profesionales y a las empresas y canalizada a través de sus asociaciones que no esté centrada en el producto artesano sino que difunda “**la capacidad de hacer**” de las empresas artesanas y su “**capacidad para aportar valor a terceros**”.

5.- Realización de **Acciones específicas** que aseguren la representación del sector artesano en las **Comisiones de patrimonio**. Los/as artesanos/as deben ser parte fundamental en las Comisiones de patrimonio, en las que no hay actualmente representación de la artesanía.

*“De ahí saldría un buen número de encargos, porque (el patrimonio) es una de las cuestiones claras, que se debería encargar a artesanos”*

6.- Analizar la viabilidad de incluir algún criterio que fomente la utilización de la **artesanía en las licitaciones públicas** (incluida la obra pública), principalmente a través de los pliegos técnicos (en el caso de restauración pasa principalmente por las comisiones de patrimonio).

## 3.2. Cooperación entre el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y las empresas artesanas

1. Las empresas artesanas tienen un desconocimiento muy importante de los elementos del Sistema de Ciencia y Tecnología, especialmente del amplio abanico de servicios que prestan en distintos ámbitos tecnológicos y económicos:

### Propuestas de actuación:

a.- Realización de **acciones de comunicación específicas** dirigidas a las empresas artesanas resaltando el carácter aplicado, especialmente en el caso de los centros tecnológicos, de los servicios de innovación y su incidencia sobre la competitividad empresarial. (“¿Qué puede hacer un centro tecnológico por tu taller artesano?”).

Asimismo, sería conveniente aportar información que disminuya las reticencias a compartir ideas y al desarrollo conjunto de productos

b. **Campaña de comunicación** para luchar **contra la imagen de que el producto artesano es incompatible** con la incorporación de **nuevas materias primas**, de nuevas técnicas que mejoran el producto o que reduzcan de forma significativa los costes de producción de los procesos de fabricación

c.- Elaboración y divulgación de un **programa de referentes** que permita a las empresas artesanas identificarse con los estadios del proceso y que les anticipe posibles dificultades, vías de resolución de las mismas, resultados y tiempos de retorno habituales en los procesos de colaboración.

d.- Elaborar un **directorio** de departamentos de universidades, organismos públicos de investigación y centros tecnológicos clasificados por ámbitos afines a los distintos subsectores artesanos y ubicación geográfica, que facilite el contacto a las empresas artesanas. Es posible que los centros tecnológicos especializados o con alta presencia de empresas artesanas ya tengan avanzado parte de este trabajo.

e.- **Acercar el Sistema de Ciencia y Tecnología** a los espacios de encuentros del sector artesano (Jornadas, Seminario, Foros de Encuentro, etc.) con objeto de aprovechar los espacios de encuentro ya establecidos.

f.- Identificar e implicar a un número reducido de personas integradas en el Sistema pero con interés y cierta sensibilidad por el sector de la artesanía, que actúe como gabinete de consulta y asesoramiento y como **Grupo de enlace** en las actuaciones que se desarrollen en esta línea de trabajo.

g.- Fomentar los **Programas de cheques de servicios**. Canalización de una parte de las ayudas al sector a través del “cheque innovación” (una cantidad de dinero que sólo pueden gastar en consultas técnicas o para la innovación en determinados centros tecnológicos u OPIs). Hay experiencias previas positivas en alguna comunidad autónoma.

2.- Los elementos del Sistema señalan un cierto **vacío de información sobre la artesanía, las empresas artesanas, y los cauces de acceso a las mismas**.

#### **Propuestas de actuación:**

a. **Programa de integración** de las empresas artesanas en el Sistema de Ciencia y Tecnología. Es imprescindible apoyarse en instituciones y estructuras ya existentes para fomentar y realizar encuentros periódicos que permitan un mejor conocimiento de los agentes e ir definiendo cauces para la cooperación, tanto a nivel individual como colectivo. Dos de los objetivos concretos serían:

- aumentar la presencia de artesanos/as en las reuniones ya establecidas y periódicas (Por ejemplo, reunión de la Sociedad de Cerámica y Vidrio). En esta línea una primera actuación concreta sería elaborar una relación de este tipo de encuentros y gestionar e intermediar para que haya mayor presencia de artesanos/as en los mismos.
- El fomento de proyectos de cooperación pilotos. La línea de avance más eficaz con los/as artesanos/as es el desarrollo de proyectos de cooperación concretos.

b. Fomentar una **labor más proactiva** de las asociaciones y autoridades regionales responsables de la artesanía, con el objetivo de facilitar el encuentro y la **interlocución** con los elementos de mayor interés en su propio ámbito geográfico.

3.- Los **centros tecnológicos especializados** o con una alta participación de empresas artesanas cumplen un abanico de **funciones importantísimas para el**

**sector de la artesanía.** Algunas de estas funciones pueden cumplirlas también los centros tecnológicos no especializados, pero para ello es condición necesaria que las empresas artesanas alcance una masa crítica en los mismos. Los OPIs y, sobre todo, los centros tecnológicos, encuentran distintos **obstáculos en su aproximación a las empresas artesanas** (desconocimiento, dispersión, reducido tamaño, argot de ciertos gremios, dificultad para la formulación de necesidades, desconocimiento de sus servicios, etc.) que hay que **identificar y movilizar** con actuaciones concretas.

4.- La **presencia de artesanos** en el campo de la **Conservación de patrimonio** es aún limitada, tanto por el alcance como por el contenido de la misma (participan poco en investigación, por ejemplo, en recuperar fórmulas de elaboración de los productos) y se señala que éstas pueden ampliarse significativamente.

a.- **Análisis específico** de las posibilidades de cooperación con distintos elementos del Sistema en el campo de la **Conservación de Patrimonio Histórico Artístico**. Es necesario incluir el ámbito de cultura en el análisis y las actuaciones que se deriven.

5.- Asimismo, el **turismo industrial** presentan buenas perspectivas de desarrollo a corto y medio plazo y podría favorecer nuevas fuentes de ingresos para las empresas artesanas, por lo que es importante la participación en los trabajos de certificación y en otros desarrollos que pueden afectar de forma directa a las empresas artesanas.

a.- **Análisis específico** de las posibilidades de cooperación con distintos elementos del Sistema en el campo del turismo industrial.

6.- Creación de un **grupo de trabajo sobre la certificación de la calidad en el sector de la artesanía**. Se señala que la calidad en artesanía no debe ir asociada a la marca de origen sino a la certificación, como en el resto de sectores, ya sea ésta de proceso o de las características de la pieza final. Asimismo, se pone de manifiesto la necesidad de informarse bien antes de iniciar nuevas normas porque “hay mucho hecho”.

7.- **Programas de inicio a la cooperación**. En el ámbito de la cooperación es muy importante que haya primeras experiencias que tengan un efecto demostrador y faciliten la incorporación de otras empresas artesanas. Estas primeras experiencias se fomentan en muchos casos otorgándoles facilidades económicas,

o de otro tipo que tengan como contrapartida la divulgación de la experiencia entre iguales (en un grupo de trabajo o en otros formatos).

8.- Búsqueda de **experiencias de interés transferibles**. Es necesario buscar modelos en otros sectores y países y aprender de las experiencias de terceros (Swarosky).

Por último, en este grupo se han señalado un conjunto de **actuaciones de carácter transversal**, que de forma indirecta favorecerían, especialmente a medio y largo plazo, la integración del sector artesano en los ámbitos tecnológicos y económicos.

1. **Programas en el ámbito de la educación**. Se señala la necesidad de fomentar una base educativa que permita la valoración de la calidad, de las piezas únicas. En definitiva, de Programas que lleven la artesanía a los colegios y a los institutos (interactuación con la materia, con las técnicas), que permitan tanto una mayor orientación profesional hacia la artesanía como, sobre todo, su formación como futuros consumidores capaces de diferenciar y valorar el producto artesano.

2. Se insiste en la necesidad de una **Marca nacional de artesanía** que permita la diferenciación del producto importado y no artesano. Ante las dificultades de avance de esta propuesta en el ámbito público, se señala la posibilidad de impulsar una marca privada.

3.- Necesidad de impulsar la **internacionalización de la artesanía española** en el momento actual.

*“La marca Spain está en alza..., deberíamos aprovechar el momento porque los momentos pasan”*

4.- Necesidad de **impulsar el acercamiento al sector de la construcción** ya que en el corto y medio plazo la rehabilitación de edificios va a ganar bastante peso.

5.- Necesidad de aprovechar las tendencias de los mercados. El consumidor demanda productos únicos.

*“está harto de tener el mismo jarrón que su vecino, la misma estantería...”*

6.- Desarrollo de **programas que apoyen la experimentación con nuevas formas de relación con el cliente**, que incluyan su participación en el diseño y/o en la elaboración de su producto.

### 3.3. Cooperación entre las grandes empresas y las empresas artesanas

La principal conclusión alcanzada tras el análisis de las aportaciones realizadas por los y las participantes de la Mesa de Trabajo que reunió a artesanos/as y representantes de grandes empresas españolas, es la marcada dificultad a la hora de establecer cauces de colaboración entre ambos y esto es debido a una serie de factores (algunos de los cuales ya se han mencionado con anterioridad en este capítulo) entre los que destacan:

1. **Desconocimiento de la gran empresa** sobre el sector artesano muy importante.

#### **Propuesta de actuación:**

**Programa de acercamiento de la artesanía a la gran empresa.** Es necesario el establecimiento de cauces de comunicación entre la gran empresa y el sector artesano mediante la realización de actuaciones como, por ejemplo:

- a) **Campañas de comunicación** dirigidas a dar a conocer el sector artesano actual y las potencialidades y ventajas diferenciales que la colaboración con el mismo pueden generar para la gran empresa. En estas campañas deberían centrarse no tanto en el producto artesano sino en las capacidades de las empresas artesanas para añadir valor al producto de la gran empresa.
- b) Difusión de **experiencias exitosas** de colaboración entre empresas artesanas y gran empresa con el objetivo de que ejerzan como referentes.
- c) Crear y fomentar **espacios de encuentro** entre los/as artesanos/as y las grandes empresas como lugares en los que propiciar el conocimiento mutuo.
- d) Facilitar, especialmente en lo relativo a costes, la asistencia de artesanos/as a **encuentros sectoriales** (ferias, congresos, etc.).

2. **Falta de capacidad de aproximación** por parte de las empresas artesanas a las grandes empresas que se ve agravada por la falta de visibilidad de ciertas instituciones públicas y privadas.

Línea de actuación:



**a.- Fomento del liderazgo** por parte de las autoridades o instituciones con competencias específicas en artesanía, así como por parte de las asociaciones de artesanos/as.

b.- Interlocución de las instituciones públicas con las grandes empresas para facilitar información sobre las distintas formas de colaboración y las vías de acceso a las empresas artesanas.

3.- La posibilidad, para las empresas y personas artesanas, de **agruparse para fines comunes** (comercialización, distribución, compras, servicios específicos, etc.) es un elemento que favorecería la cooperación.

#### **Propuestas de actuación**

a.- En este sentido, sería conveniente el análisis de **experiencias exitosas** que la **economía social** ha incorporado en algunos sectores (como es el caso del cooperativismo en el sector agroalimentario). Para recabar dichas experiencias, modelos, estrategias utilizadas, etc. se recomienda la realización de un **grupo de trabajo**.

4. Los participantes señalan que el modelo de distribución de productos de alta gama que se aplica en la alimentación podría ser también adecuado para la distribución de productos artesanos. La existencia de este precedente, ya consolidado, es un activo de gran importancia en el desarrollo de un posible modelo para el producto artesano.

#### **Propuesta de actuación:**

**a.- Creación de un grupo de análisis** que valore las posibilidades de desarrollar un modelo de distribución similar al “modelo gourmet” que opera en la alimentación y, en caso, de interés, la hoja de ruta para su desarrollo.

5.- En **algunos sectores**, como es el caso del agroalimentario o el de la moda, la **competencia en precio** es más acusada que en otros sectores, dificultando las posibilidades de cooperación del sector artesano con sus grandes empresas.

#### **Propuesta de actuación:**

**a.- Cooperación a tramos intermedios**, es decir, empresas de menor tamaño (mediana empresa) que cuentan, en mayor medida, con líneas más exclusivas donde priman otros criterios y no solamente el precio.

6.- En el **sector del turismo** es donde los y las participantes consideran la colaboración más factible. De hecho, es en este sector donde se identifican mayores experiencias o posibilidades de cooperación.

**Propuesta de actuación:**

a.- Por tanto, es necesaria la creación de un **programa específico** para potenciar la colaboración entre las empresas artesanas y las grandes empresas del turismo.

El desarrollo de estas líneas por los distintos actores y responsables públicos y privados del sector artesano puede ser un elemento decisivo para lograr una mayor integración de la artesanía en el resto del sistema económico y en el sistema de Ciencia y Tecnología.