

Informe 2021 de ceramistas
de la Comunitat Valenciana.
Datos y conclusiones.

ADN
CERÁ
MICO

Equipo técnico:

Pau Rausell Köster (Coord.)

Jordi Sanjuán Belda

Aitana Cabedo Pérez

Rafa Boix Doménech

Informe desarrollado por:



Índice

01.

Introducción

03

02.

Una aproximación al universo de las personas que se dedican a la cerámica en la Comunitat Valenciana

05

03.

Características de la muestra

07

04.

Análisis de los datos

09

Introducción.

En general, en el marco de la Unión Europea, la artesanía en general y la cerámica como expresión artística con impactos en la articulación social y económica del territorio tienen un reconocimiento social y un apoyo institucional limitado.

La cerámica es una de las formas de arte y artesanía más antiguas creadas por la humanidad, y hoy en día los conocimientos técnicos de la cerámica se han extendido gradualmente por todo el mundo, creando distritos y agrupaciones de artistas, artesanos, asociaciones, escuelas artísticas y museos. Se han construido y consolidado redes nacionales e internacionales a través de colaboraciones culturales, productivas e institucionales, desarrollando contactos y cooperación, organizando y promoviendo eventos como festivales, mercados, talleres, simposios, exposiciones y premios. La cerámica artística representa una parte central de la tradición europea, y desde el punto de vista productivo se compone principalmente por pequeñas empresas y microempresas que se vieron afectadas por la crisis económica de 2008 y por la competencia de la producción a bajo coste.

Es por ello que instituciones como la *World Craft Council* y otras muchas asociaciones de artesanos y artesanas desarrollan campañas para fortalecer el estatus de la artesanía y promoverla como parte vital de la vida cultural, social y económica a través de una red mundial de miembros y afiliados.

Con esta misma perspectiva, el Proyecto ADN Cerámico pretende demostrar que la cerámica es un valor diferencial de nuestro diseño, trata de visibilizar los referentes

contemporáneos para inspirar a nuevas generaciones de ceramistas y profesionales del diseño, y procura activar y generar sinergias con actividades industriales que posibiliten nuevas e innovadoras miradas y a los profesionales ceramistas nuevas oportunidades para desarrollar nuevas capacidades profesionales y artísticas que permitan la internacionalización de sus proyectos.

La actividad cerámica, en comparación con otros sectores artesanos ha mostrado un alto nivel de innovación, especialmente en el diseño y el envasado de los productos; la incorporación de nuevas aplicaciones informáticas para la gestión; y nuevos canales de venta¹. Para el sector cerámico, la globalización representa un reto, pero también una oportunidad. En este sentido el sector, apoyado por las políticas públicas, debe mejorar la forma de concebir y desarrollar nuevos productos, procesos industriales y servicios, en línea con el reciente impulso a la fabricación avanzada.

Las herramientas convencionales suponen apoyar al sector de la cerámica dando prioridad a las nuevas tecnologías, reforzando las marcas y desarrollando nuevos servicios para mantener la ventaja competitiva y hacer frente al reto de la globalización.

Però naturalmente **para desarrollar estos apoyos, es conveniente tener una visión lo más perfilada y nítida sobre los agentes que desarrollan actividades cerámicas y sobre los territorios. Resulta necesario identificar, mapear y desarrollar mediante cuestionarios que indaguen e investiguen en las características y atributos básicos de las personas que se dedican a la producción cerámica artesana.**

En ese marco esta encuesta implementada y desarrollada por el proyecto ADN Cerámico, deviene así un paso inicial para rastrear los atributos de la actividad y de su comunidad en las tres provincias valencianas. Se trata de un trabajo inicial y exploratorio con una intencionalidad básicamente descriptiva pero que, como se evidencia en los próximos puntos, da una visión bastante precisa de las características de la actividad profesional de la artesanía cerámica.

¹ Abay Analistas Económicos (2015). La situación de la Artesanía en España. Fundación EOI. <https://www.eoi.es/file/20378/download?token=CNMSxfPO>

Una aproximación al universo de las personas que se dedican a la cerámica en la Comunitat Valenciana.

Para tratar de aproximarse al universo de gente que se dedica a la cerámica artesana de forma profesional, la mejor fuente de datos disponible es el DIRCE, que nos da el número de establecimientos reales o, como expresa la estadística del INE, de “unidades locales” –personas físicas y jurídicas, por tanto, captura también autónomos y profesionales liberales– a 3 dígitos para la Comunidad Valenciana, y divididos por tramos de ocupados. Esta información la contrastamos con la base de datos empresariales como SABI para comprobar si los resultados obtenidos son plausibles

De los códigos CNAE que nos ocupan; se capturan sin pérdida los 2332 + 2332 = 233.

Fabricación de productos cerámicos para la construcción – CNAE 2331 y 2332

El 2341 viene agregado con el resto del 234, pero no son muchos ocupados y podemos separar empresas del 2341 mediante catas en la base de datos empresarial SABI; por tanto, podemos estimar con bastante precisión los ocupados del código a 4 dígitos².

Fabricación de vajilla y artículos para el hogar – CNAE 2341 (Todo el grupo 234 incluye fabricación de objetos cerámicos variados)

Para obtener los ocupados a partir del número de unidades locales, la técnica utilizada para estimar los ocupados es escoger el punto central del intervalo de ocupados. Por 0 no hay problema, por 1- 2 utilizamos 1,5, etc. Para los mayores de 500 hemos utilizado 750 ocupados, y los resultados son prácticamente los mismos que si estimamos los datos de SABI por las empresas de esa dimensión.

² Como aclaración, hemos utilizado “unidades locales” como el dato de “número de empresas” para que la cifra no resulte afectada por el efecto “sede fiscal”.

En resumen, para el año 2018 salen 15.758 ocupados, y para 2019 prácticamente el mismo: 15.801. Hay que tener en cuenta que con esos códigos CNAE con los que estamos trabajando capturamos las empresas cerámicas como Porcelanosa o Keraben, que obviamente no se dedican principalmente a la cerámica artesana.

Como tenemos la desagregación por tramos y número de unidades locales, podemos identificar a la parte más cercana a artesanías y pequeña empresa. Utilizando los tramos que van desde cero ocupados en unidades locales de máximo 5 ocupados, obtenemos 250 ocupados en 2018 y 213 en 2019. Si ampliamos hasta incluir a la micro-empresa (hasta 9 ocupados), obtenemos 439 y 391 respectivamente³.

El rango por tanto de los ocupados en la cerámica artesana para la Comunidad Valenciana oscilaría entre los 200 y los 400 ocupados.

	2018	2019
Ocupados equivalentes (Autoempleados + asalariados) todo el sector	15.758	15.801
Ocupados equivalentes (Autoempleados + asalariados) empresas hasta 5 ocupados	250	213
Ocupados equivalentes (Autoempleados + asalariados) empresas hasta 9 ocupados	439	391
Porcentaje artesanía respecto al total del sector	1,6%-2,8%	1,3%-2,5%

Tabla 1

Estas cifras encajarían con algunas estimaciones que calculaban para 2014⁴ unos 5.300 ocupados en la artesanía cerámica para el conjunto de España lo que supondría unos 500 ocupados para la Comunidad Valenciana, pero incluyendo aquellos trabajos artesanos que se incorporan en algunas fases de la producción industrial y que se estiman aproximadamente en el 25% del total. **En definitiva, a partir de diversas aproximaciones, estimamos que, en 2020 alrededor de 400 personas se dedican a la producción cerámica artesana en la Comunidad Valenciana.**

Tabla 1 Personas ocupadas en la producción cerámica. Comunidad Valenciana. Fuente: elaboración propia a partir de DIRCE y directorios empresariales

³ Aunque solo hemos realizado el ejercicio con datos de dos años, y no podemos determinar que la variación se deba a alguna distorsión circunstancial, cabe destacar que se observa una tendencia decreciente identificada en otros estudios y otros territorios. Véase por ejemplo Etude sur le secteur de la céramique en Nouvelle-Aquitaine accesible en https://www.cap-metiers.pro/TELECHARGEMENT/4619/_cse_arts_du_feu_web_.pdf o en ARTEX (2019) La ceramica artistica in Italia imprese, luoghi, scenari e prospettive <https://www.buongiornoceramica.it/wp-content/uploads/2019/09/17019-libro-ceramica-1-04-STAMPA-finale-low.pdf>

⁴ Abay Analistas Económicos (2015). La situación de la Artesanía en España. Fundación EOI. <https://www.eoi.es/es/file/20378/download?token=CNMSxfPO>

Características de la muestra.

Si las estimaciones realizadas en el punto anterior fueran correctas, la muestra de la encuesta, que cuenta con 150 observaciones de profesionales de la cerámica, correspondería a intervalo que se sitúa entre un 38% y el 75% del universo total, lo que supone una representación notable. En términos estadísticos, y en el peor de los casos, si la muestra fuera una muestra aleatoria simple, con un margen de confianza del 95%, el error muestral no superaría el 6%.

Las personas encuestadas se reparten de la siguiente forma:

Estamos, en consecuencia, ante una actividad profesional moderadamente feminizada, con una media de edad que supera los 50 años (50,9) y donde las personas menores de 30 años apenas suponen en 12% de los encuestados.

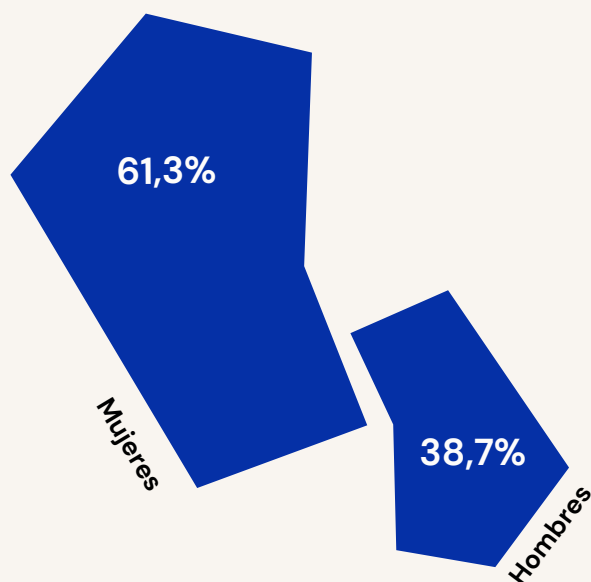


Gráfico 1

¹SEQ Gráfico * ARABIC 1. Perfil de los encuestados.

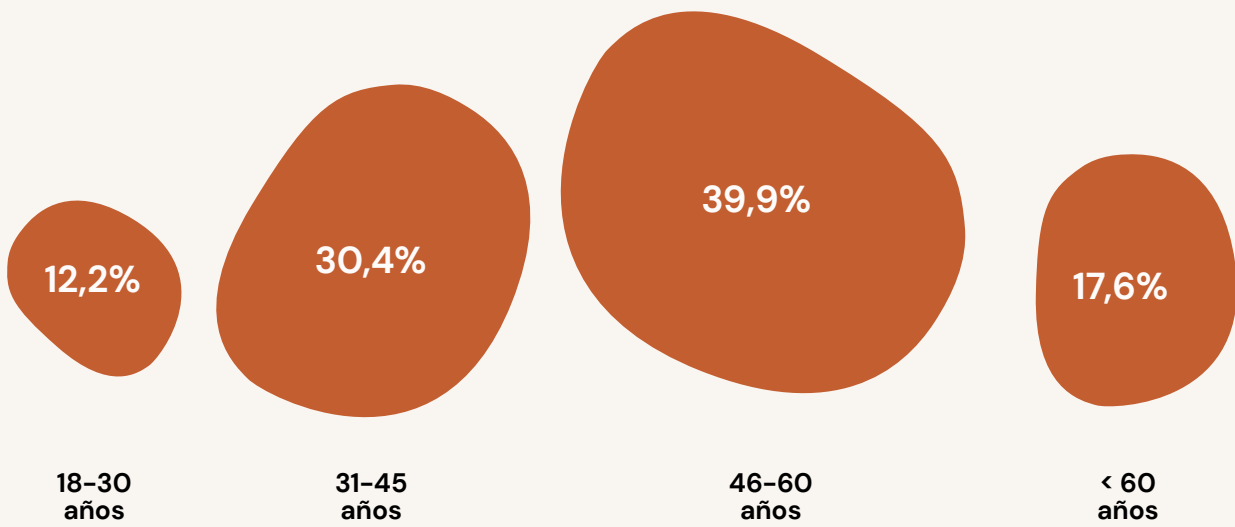


Gráfico 2

Desde el punto de vista de la distribución territorial podemos constatar que 3 de cada 4 se ubican en la provincia de Valencia (mientras que la provincia solo concentra la mitad de la población) mientras que Alicante con el 37% de la población solo contiene al 14% de las personas artesanas de la cerámica y Castellón con el 10,2% de los ceramistas, sí que se aproxima a su dimensión poblacional (11,5% de la población).

Podemos concluir por tanto que se trata de una actividad con un grado de concentración en el espacio metropolitano de Valencia y mucho más disperso territorialmente por el resto de territorio valenciano pero donde la provincia de Castellón si concentra la actividad que corresponde a su proporción poblacional.

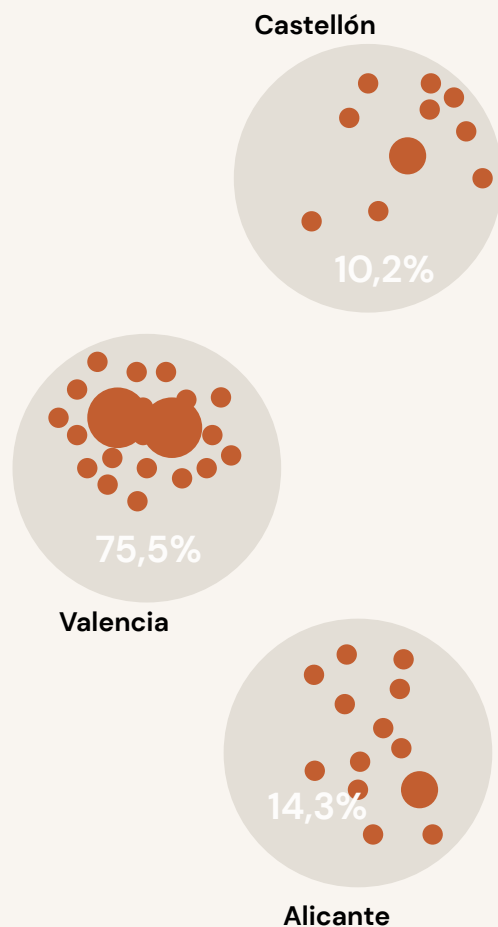


Gráfico 3

Características de la muestra por edad ²
 Distribución geográfica de los encuestados ³

Análisis de los datos.

Especialización ¹⁰ Inicio de la actividad y edad ¹²
Ingresos ¹⁴ Formación ¹⁶
Digitalización y presencia en Redes Sociales ¹⁷
Internacionalización ¹⁹ Infraestructuras ²¹
Colaboración con otras disciplinas ²²
A modo de consideraciones finales ²⁴

Especialización.

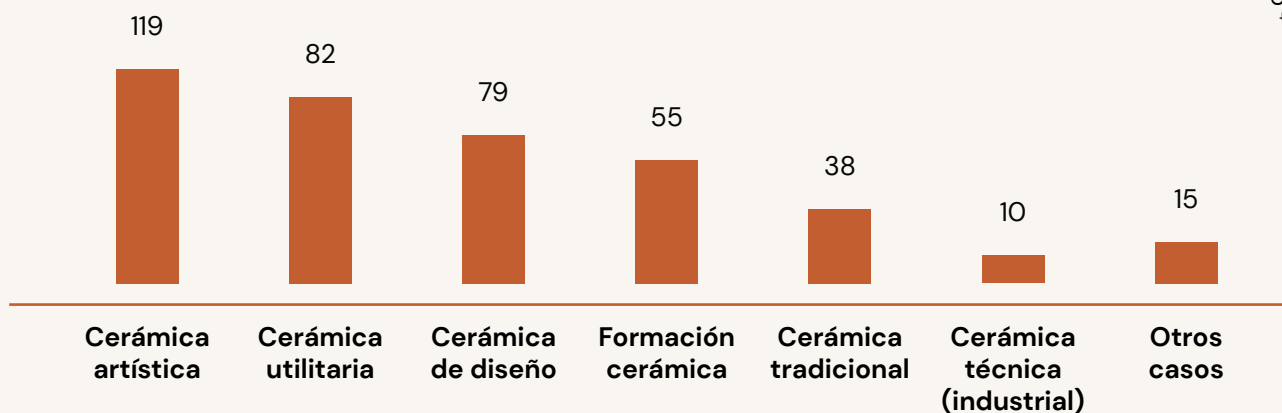
Hay que señalar que una gran parte de las personas tiene especializaciones múltiples y como ejemplo más del 13% se dedica simultáneamente a la cerámica artística, la cerámica utilitaria, la cerámica de diseño y la formación. Por ejemplo, ninguna de las personas encuestadas se dedica solamente a la formación sin realizar producción en alguna de las modalidades. Si atendemos a los coeficientes de correlación entre las variables de especialización, aunque no son estadísticamente significativos, podemos comprobar que aparecen correlaciones negativas entre cerámica de diseño y cerámica artística y de forma más débil entre cerámica tradicional y cerámica de diseño y entre cerámica técnica y cerámica artística. Por el lado contrario las correlaciones más potentes se dan entre cerámica artística y cerámica utilitaria con la formación.

	Cerámica artística	Cerámica utilitaria	Cerámica diseño	Formación cerámica	Cerámica tradicional	Cerámica técnica (industrial)
Cerámica artística	1					
Cerámica artística	0,06	1				
Cerámica diseño	-0,29	0,05	1			
Formación cerámica	0,18	0,28	0,08	1		
Cerámica tradicional	0,15	0,10	-0,03	0,03	1	
Cerámica técnica (industrial)	-0,06	0,03	0,09	0,07	0,15	1

Tabla ²

Claramente la especialización más presente es la cerámica artística. La cerámica artística incluye las diferentes maneras y vía de expresarse artísticamente a través de la manipulación y transformación cerámica. Las siguientes categorías corresponden, casi en niveles similares a la cerámica utilitaria y a la cerámica de diseño. Ambas consisten en la producción de objetos cerámicos funcionales con más o menos diseño de carácter estético. A más distancia, pero aun ocupando a un tercio de los encuestados aparece la formación en técnicas cerámicas, que por ejemplo ocupa al 41% de las personas que se dedican a la cerámica artística. Y casi el 50% de las personas que practican la cerámica utilitaria se dedican a la formación, mostrando que la actividad docente sirve de complemento profesional relevante. **Tanto la demanda amateur como la profesional de formación devienen así en un elemento esencial en la supervivencia y viabilidad de la práctica cerámica artística y de diseño.**

Tabla ² Coeficientes de correlación entre especializaciones



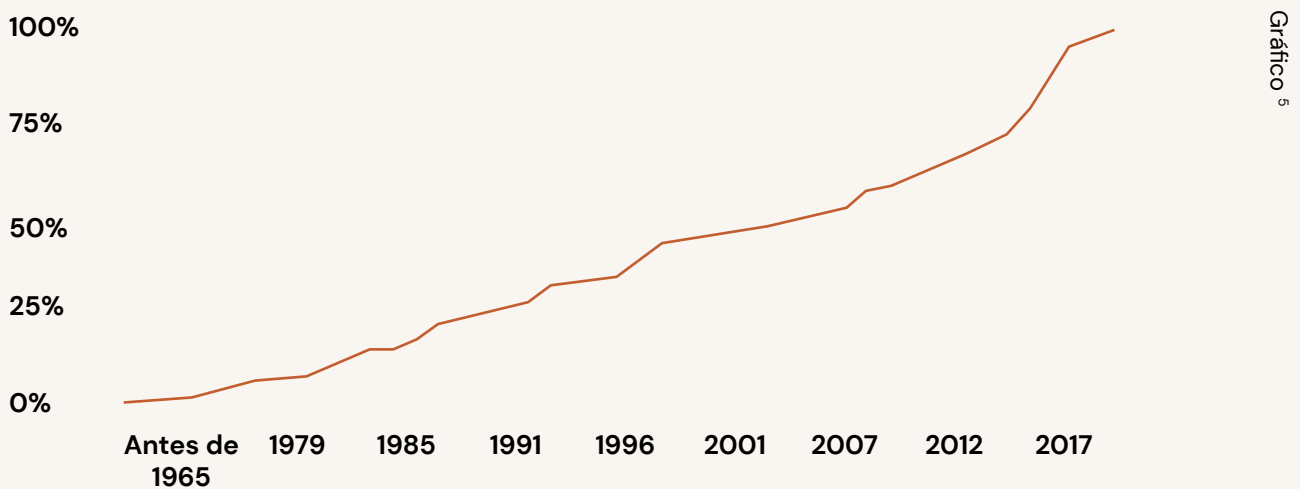
Entre los otros casos mencionados, con respuesta libre, 7 coinciden en señalar que están especializados en cerámica experimental, 3 en cerámica escultórica y 2 en cerámica arqueológica. Además, también están presentes como especializaciones, aunque con un único representante en cada caso, la cerámica para la arquitectura, la fabricación de instrumentos musicales de cerámica, la dirección de muestras de cine cerámico y el alquiler de espacios a otros ceramistas.

En conclusión, podemos afirmar que estamos ante un panorama diverso e interrelacionado de especializaciones en la práctica de la producción cerámica. La especialización artística es claramente la mayoritaria y caracteriza a casi al 80% de las personas encuestadas, y la única dicotomía que se plantea es entre la especialización artística y la del diseño, ya que están correlacionadas negativamente. Paradójicamente, la formación juega un papel esencial en ambas especializaciones en términos de complementariedad profesional y viabilidad empresarial.

⁴Perfiles de especialización de los encuestados

Inicio de la actividad y edad.

Si atendemos a los datos relativos al inicio de la actividad de las personas profesionales actualmente en activo, podemos comprobar que la incorporación a la profesión se realiza de una manera muy homogénea a lo largo del tiempo, sin que seamos capaces de identificar períodos o fases en los que haya sido menor o mayor la incorporación. Solo puede identificarse de manera moderada una aceleración de la incorporación más reciente, con el inicio de la recuperación económica a partir de 2015 y la vuelta a las tasas más moderadas durante 2020, posiblemente como consecuencia de la pandemia.



Como ya hemos advertido en la descripción de la muestra, la edad media es bastante elevada y sí se puede observar un paulatino envejecimiento en la edad de incorporación a la actividad.

⁵ Año de incorporación a la actividad (acumulado) de las personas encuestadas

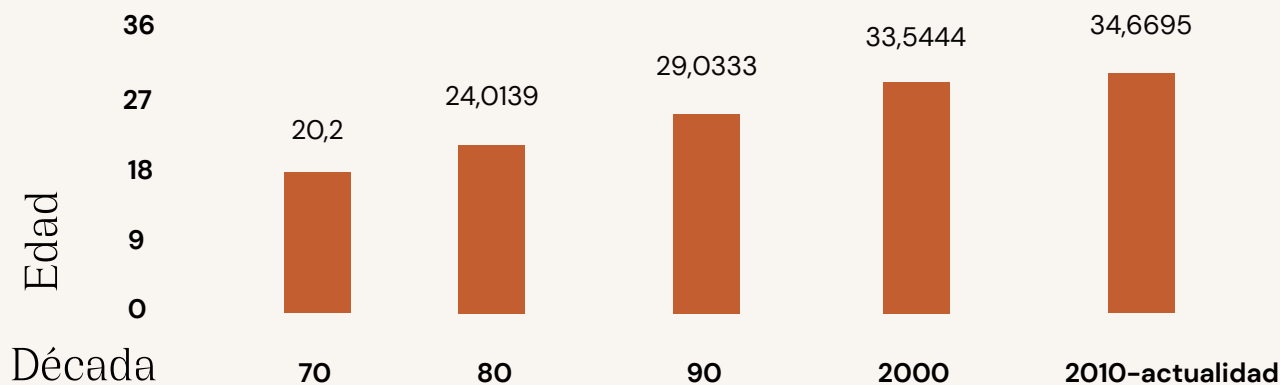


Gráfico ⁶

Así en la década de los 70, la edad media para iniciarse en la actividad cerámica se centraba en los 20 años, mientras que en la última década esta cifra ha aumentado hasta los casi 35 años. De varias maneras se puede interpretar esta cuestión; la primera obviamente tiene que ver con procesos de aprendizaje que hace 50 años se limitaban a la relación aprendiz-maestro y por tanto la incorporación a los talleres como aprendiz era la manera natural de iniciar la carrera profesional. En la actualidad este modelo se repite menos y cada vez más los procesos de aprendizaje son más largo y vinculados a procesos formales.

La edad media de las personas encuestadas es relativamente elevada, pero no parece ser porque cada vez se incorporen menos profesionales sino porque la incorporación se hace a edades más avanzadas. Esto también podría indicar que se está dando cierta transición desde una actividad con objetivos profesionales y cuyas condiciones laborales (horarios, ingresos) determinan los horizontes vitales de las personas a una actividad que quizás esté dando respuestas a ciertas necesidades expresivas y de comunicación artística y donde las condiciones laborales no son determinantes en la opción profesional, como podemos comprobar en los párrafos siguientes.

A modo de síntesis podemos afirmar que se trata de una actividad que muestra un vigor sostenido y relativamente regular en términos de incorporación a la profesión, pero se observa un proceso de envejecimiento en cuanto a la edad en la que se incorporan la profesión, lo que podría indicar una mayor presencia de motivaciones relacionadas con las necesidades de expresividad artística.

⁶ Edad de incorporación a la actividad cerámica profesional por décadas.

Ingresos.

Hay que tener en cuenta que las recompensas en términos de salarios o de retribuciones del capital es lo que básicamente garantiza la viabilidad a medio y largo plazo de cualquier actividad y/o especialización profesional. De acuerdo con los datos derivados de la encuesta, para algo más de la mitad de los encuestados (50,3%) su sustento económico no es exclusivo de los ingresos recibidos por la cerámica. Y entre los encuestados que no tienen como única fuente de retribución económica la cerámica, en promedio representan tan solo el 23,2% de sus ingresos. De hecho, para la mayoría de aquellos que no tienen a la cerámica como fuente principal (58,8%), sus ingresos en la cerámica ni siquiera exceden el 20% de los ingresos totales. Esto pone de relieve una debilidad estructural del sector, claramente dualizado. Es decir, **se encuentra dividido prácticamente a partes iguales entre aquellos que sí obtienen con él ingresos suficientes para su sustento material y aquellos que necesitan complementarlo con otras actividades profesionales y no logran dedicarse enteramente a la actividad cerámica.**

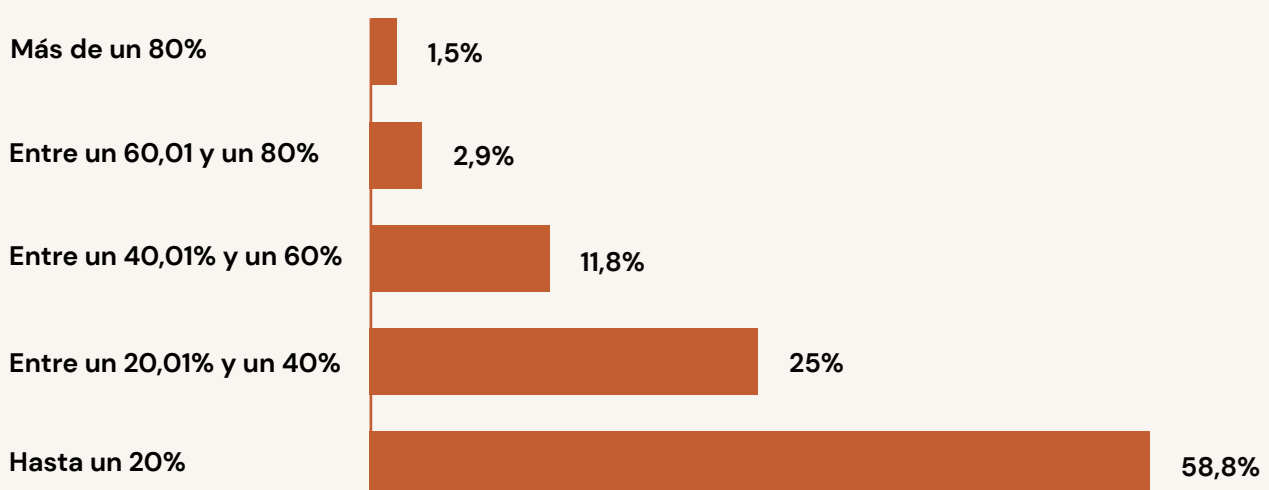


Gráfico 7

⁷ Porcentaje de ingresos que proviene de la actividad cerámica entre quienes no la tienen como única fuente de ingresos

Sin embargo, este fenómeno, como era de esperar, no está presente de forma uniforme en los distintos perfiles de especialización de la actividad cerámica. Entre aquellos especializados en la cerámica tradicional, cerca de dos tercios declara que la cerámica es su única fuente de ingresos, mientras que este porcentaje se reduce hasta menos de la mitad (45,4%) para aquellos especializados en cerámica artística. **Queda claro, por tanto, que el mercado sí es capaz de recompensar la dedicación a la producción de cerámica tradicional (cuya demanda es una demanda de objetos) o a la formación cerámica (demanda de servicios de formación), pero encuentra más dificultades para hacerlo en el campo de la cerámica artística (demanda de productos artísticos).**

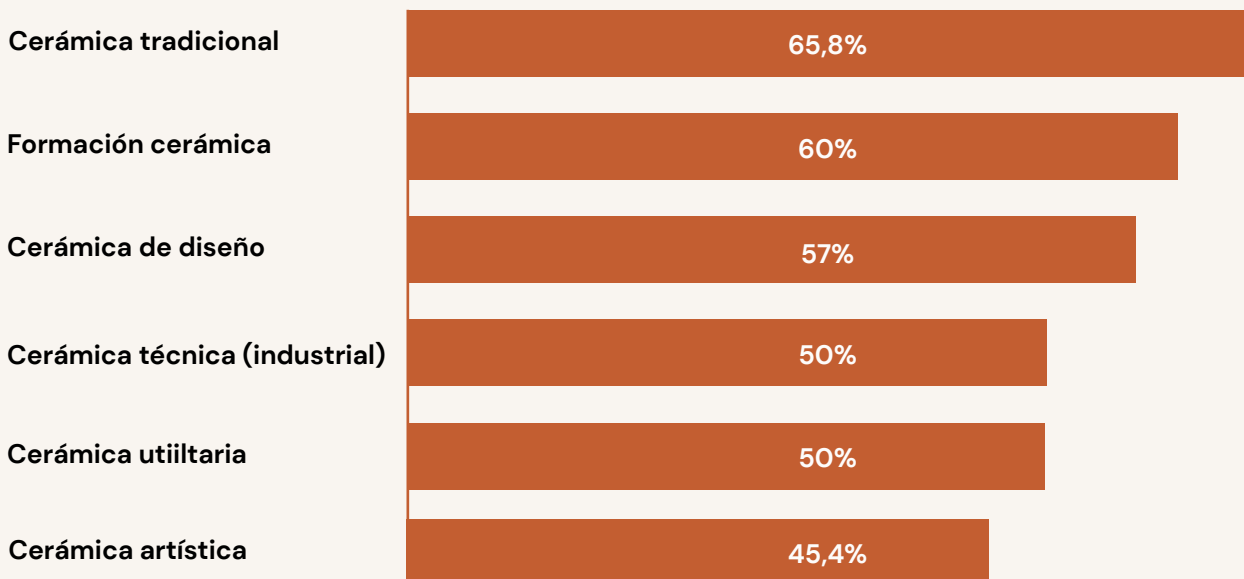
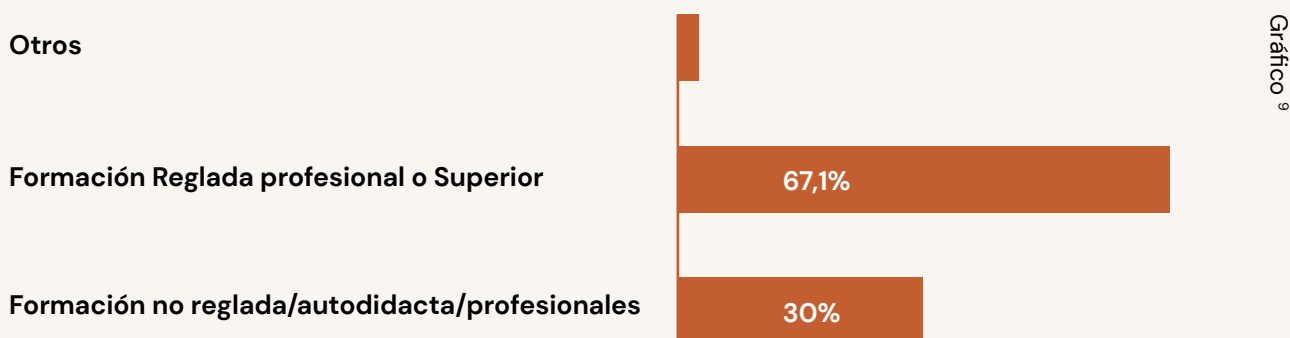


Gráfico ⁸

⁸ Porcentaje de encuestados que afirma que la cerámica constituye su fuente exclusiva de ingresos por perfiles de especialización

Formación.

Hay que tener en cuenta que el grado de formación reglada es muy alta y más de los dos tercios de los encuestados han transitado por procesos de formación reglada ya sea de nivel profesional o de grado superior y un 30% han seguido procesos de formación autodidactas, o en centros no reglados, cursos con profesionales individuales o desarrollo como aprendices en talleres en algunas ocasiones de carácter familiar.



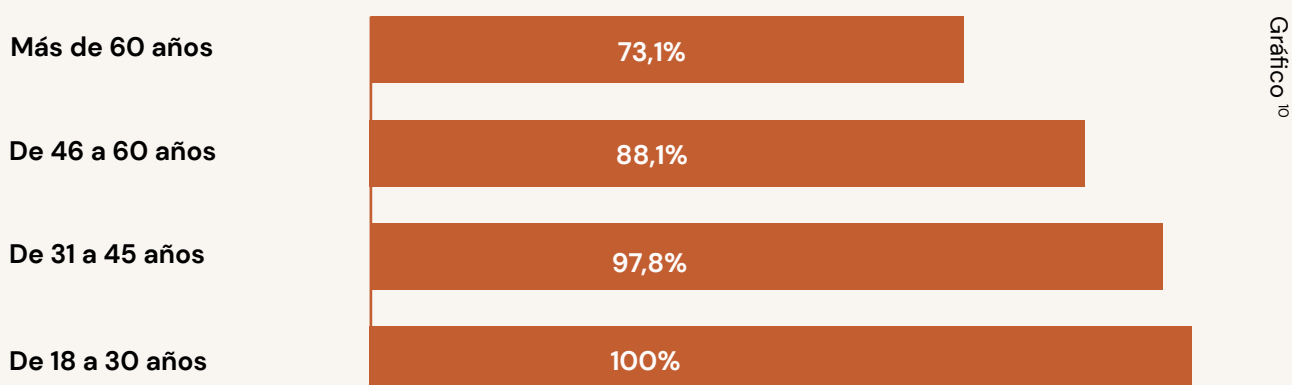
Sorprendentemente no hay diferencias significativas por tipo de formación ni entre edades distintas ni entre sexos distintos, por lo que nos podríamos encontrar ante una variable que muestra cierta constancia a lo largo del tiempo.

Aunque no se puede deducir de los datos obtenidos por la encuesta, ya que no se pregunta, entendemos que la formación en las cuestiones técnicas y artísticas queda bien cubierta por la oferta existente tanto en los grados profesionales como en los grados superiores y la presencia en el territorio de una escuela de tanta reputación como la Escola d'Art i Superior de Ceràmica de Manises (EASC), centro público de enseñanzas de artes plásticas y diseño integrado en el Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunidad Valenciana (ISEACV) que depende de la Generalitat Valenciana, y por la que han pasado de una forma u otra más del 20% de los encuestados. **Sin embargo, podemos intuir algunas carencias formativas en aquellos ámbitos que tienen que ver con la gestión comercial y empresarial, viabilidad económica, comunicación, internacionalización o en términos de innovación, digitalización, aspectos ambientales. Todas estas nuevas dimensiones pueden marcar la diferencia para garantizar la viabilidad y el dinamismo de la actividad profesional**

Digitalización y presencia en redes sociales.

Internet mueve cada vez un mayor volumen de transacciones económicas además de convertirse en el canal de comunicación principal tanto en términos de notoriedad como de comercialización. Tanto consumidores como empresas, no solamente realizan más compras y ventas por internet, sino que cada vez recurren más a este y a las redes sociales para informarse, comparar y para dar a conocer sus productos, por lo que supone una gran oportunidad si se sabe aprovechar adecuadamente. La digitalización e internet permite agrupar demandas que localmente podrían ser insuficientes y posibilita acceder a segmentos de mercado muy especializados y también muy distantes en términos geográficos.

En este sentido, cabe señalar que **el 90% de los encuestados tiene perfil profesional en redes sociales**. El hecho de tener perfil en redes sociales está correlacionado negativamente con la edad de forma estadísticamente significativa ($-0,32$). Es decir, a mayor edad, menor probabilidad de tener perfil en redes sociales. Sin embargo, no es una correlación perfecta, solo explica una tercera parte. De hecho, es notable el porcentaje de profesionales ceramistas de edad avanzada con perfil en redes sociales, casi tres cuartas partes.



¹⁰ Porcentaje de encuestados con perfil en redes sociales por tramos de edad.

Otra forma de observar este mismo fenómeno es viendo la distribución de edades entre quienes no tienen perfil en redes sociales (izquierda) y quienes sí lo tienen (derecha), mediante un diagrama de caja y bigotes. Mientras que los profesionales con perfil en redes sociales alcanzan un rango de edades muy amplio, empezando desde los 23 años y situándose, de media, en 46,5 años, entre aquellos sin perfil en redes sociales, predominan edades más avanzadas. La media entre este segundo grupo supera los 60 años de edad y, exceptuando un caso aislado con 33 años, el resto tienen 50 años o más.

En cuanto a la distribución de encuestados con perfil en redes sociales según su especialización, encontramos cierta homogeneización entre los distintos grupos, con unos valores muy elevados que van desde el 88,2% hasta el 93,9%. Sin embargo, los encuestados especializados en cerámica técnica, dedicada a la industria, cuentan con unos niveles ligeramente inferiores al resto, con tan solo un 70% de los miembros situados en las redes sociales. Esto se puede deber al hecho de que, generalmente, no necesitan llegar a un amplio espectro de consumidores finales, sino que se relacionan en mayor medida con unos pocos clientes del sector industrial a través de otras vías.

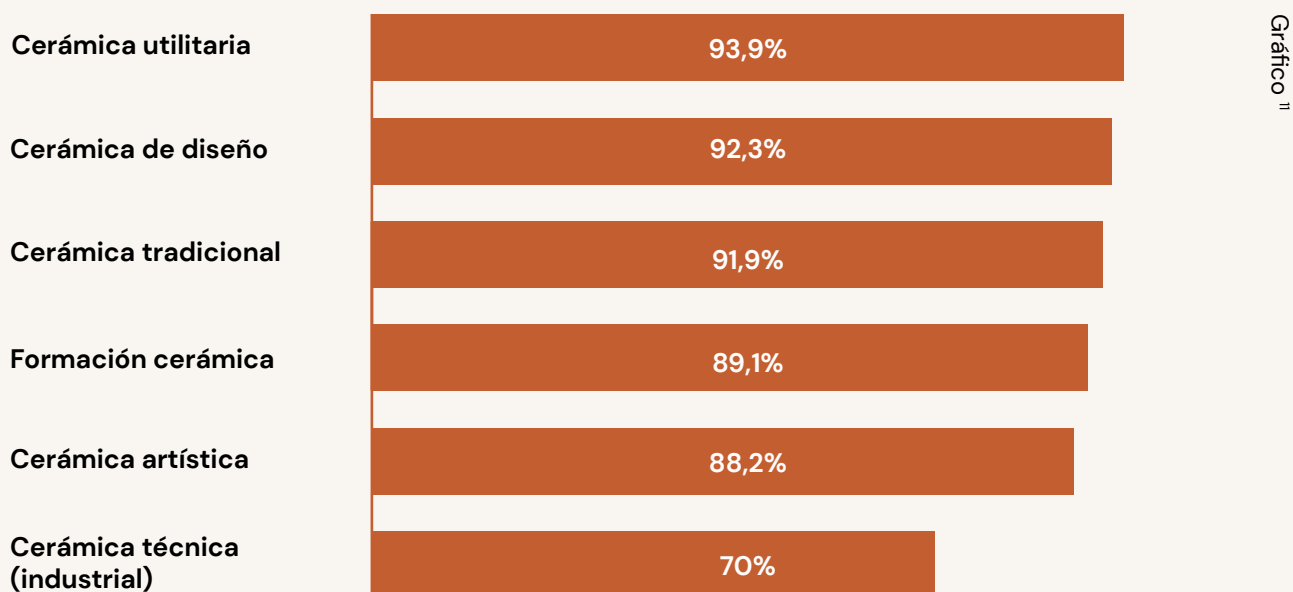


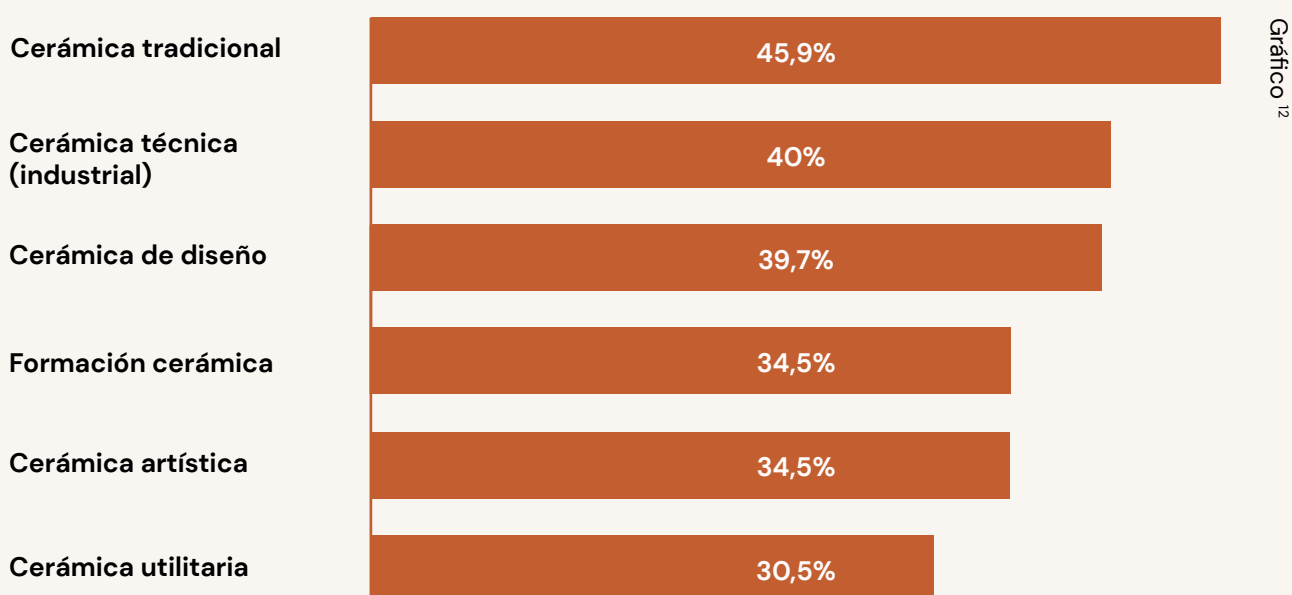
Gráfico 11

¹¹ Porcentaje de encuestados con perfil en redes sociales por especialización.

Internacionalización.

Otro punto clave es la búsqueda de nuevos mercados a través de la internacionalización. La internacionalización afecta a la viabilidad de la actividad ya que proporciona beneficios artísticos (promueve el desarrollo profesional, descubres nuevas ideas innovadoras en todo el mundo, desarrollar prácticas propias basadas en la confrontación con otras realidades sociales, artísticas y culturales), amplía la autonomía financiera (al conseguir ampliar mercados, diversificar el acceso a fuentes de financiación) y mejora las perspectivas en términos de reputación, prestigio y comunicación.

Los resultados de la encuesta muestran que también el grado de internacionalización resulta bastante elevado, si pensamos que estamos abordando a microempresas. En este sentido, el 38,9% de los encuestados afirma que su proyecto está internacionalizado. Principalmente encontramos destinos europeos, Estados Unidos, países asiáticos (China, Japón, Corea del Sur o Singapur, entre otros), América Latina, Australia y países de la península arábiga. Estos últimos en menor medida. Sin embargo, aunque este porcentaje es relativamente potente, permite un amplio margen de mejora.



¹² Porcentaje de encuestados cuyo proyecto está internacionalizado.

Por especializaciones, aquellos dedicados a la cerámica tradicional, la cerámica técnica y la cerámica del diseño presentan la tasa de internacionalización más elevada, prácticamente por encima del 40%, indicando probablemente que se trata de las actividades más especializadas y orientadas a los mercados más competitivos. Por el contrario, el reducido nivel (en términos comparativos) de internacionalización de la cerámica utilitaria, podría indicar que el mercado nacional es suficientemente potente para mantener la producción.

También conviene destacar que la internacionalización se correlaciona negativamente con el año de inicio de la actividad (-0,284). O, lo que es lo mismo, se correlaciona positivamente con los años de actividad (0,284). Es decir, un inicio de actividad más temprano aumenta las probabilidades de estar internacionalizado. **En contra de la creencia de que los proyectos más "jóvenes" pueden gozar de un mayor dinamismo y predisposición ante la internacionalización, lo cierto es que ocurre lo contrario.** Son los proyectos consolidados y con mayor experiencia los que consiguen hacerse un hueco en el panorama internacional y encontrar nuevos nichos de mercado para su actividad en el exterior. Los profesionales cuyo proyecto está internacionalizado iniciaron su actividad, de media, en 1996 (24,9 años de trayectoria), mientras que los que no lo están, tuvieron sus inicios, en promedio, en 2006 (14,6 años de trayectoria). Esto pone de relieve las dificultades técnicas que deben afrontar las empresas de reciente creación para internacionalizarse, ya que es un proceso costoso y la meta se alcanza generalmente a medio y largo plazo.

Infraestructuras.

La disponibilidad y el acceso a un espacio en buenas condiciones en el que realizar la actividad cerámica resulta crucial para el buen desarrollo de la misma. **Cerca de tres cuartas partes de los encuestados (73,8%) dispone de un taller propio; el 14,8% lo comparte; y el 11,4% restante no dispone de él.**



Gráfico 13

Ante la pregunta “¿Está tu taller en tu casa?”, cerca de un tercio de los encuestados (32,9%) responde afirmativamente. En el siguiente gráfico vemos que este porcentaje es sustancialmente más bajo entre quienes tienen taller compartido, como resulta lógico. Sin embargo, es bastante similar entre quienes afirman tener taller propio y quienes dicen no tenerlo. Es de suponer que quienes dicen tener taller propio y que este está en su casa dispondrán de unas instalaciones mejor equipadas (con una estancia separada del resto de la vivienda, por ejemplo), que quienes afirman que su taller está en su casa pero que al mismo tiempo niegan tener taller propio.



Gráfico 14

¹³ Disponibilidad de taller propio entre los encuestados.

¹⁴ Porcentaje de encuestados que responde que el taller está en su casa.

Colaboración con otras disciplinas.

Algunos documentos y estudios previos⁵ constatan que la colaboración con otros profesionales posibilita conseguir ventajas competitivas específicas, incrementar el valor añadido y asentarse en segmentos diferenciados de los mercados. Ello exige la suficiente capacidad de las empresas para realizar innovaciones organizativas, acceso a la información y actitud/aptitud para la interacción y el entendimiento y –en algunos casos– contar con un tamaño óptimo para satisfacer los requerimientos técnicos, artísticos y comerciales de los proyectos.

En este sentido, el 72,5% de los encuestados afirma haber trabajado con profesionales de otras áreas, lo cual resulta extremadamente positivo, debido al beneficio extra que se obtiene del trabajo conjunto entre artistas. La cerámica se relaciona y aporta valor con otras áreas del mundo de las artes y también con otros sectores económicos. Y en este proceso de colaboración transdisciplinar se generan sinergias provechosas tanto para los ceramistas como para el resto de profesionales.

Así, **se observa un alto nivel de colaboración especialmente entre artistas cerámicos y diseñadores**, ya que más de un tercio de los encuestados afirma haber trabajado conjuntamente en algunos de sus proyectos. También se generan sinergias del sector cerámico con arquitectos (31%), interioristas (25%) y otros profesionales de diversas áreas (48%). Cabe destacar, a su vez, que existe una importante red de trabajo conjunta entre los propios artistas cerámicos, teniendo en cuenta que 52 de ellos (más de un tercio) manifiesta haber colaborado con otros ceramistas.

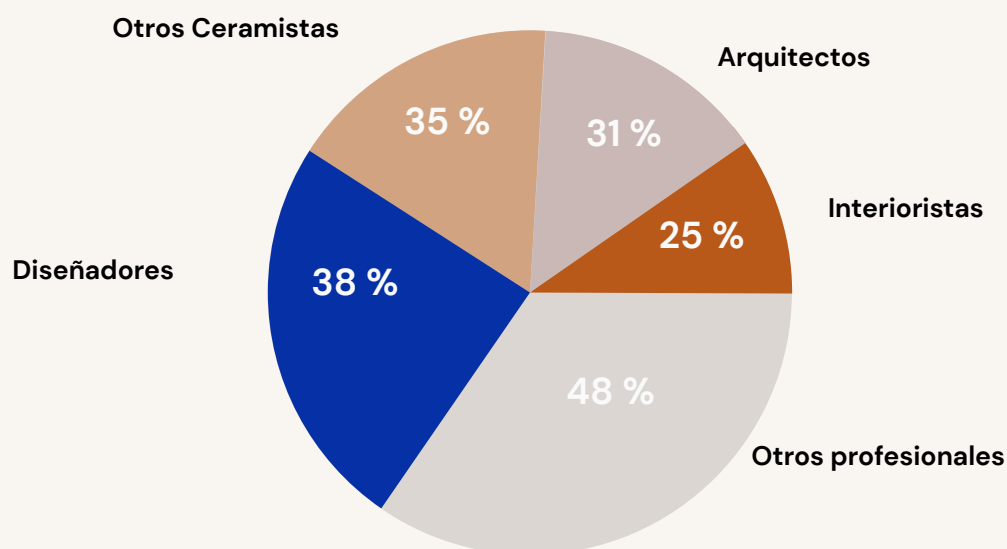
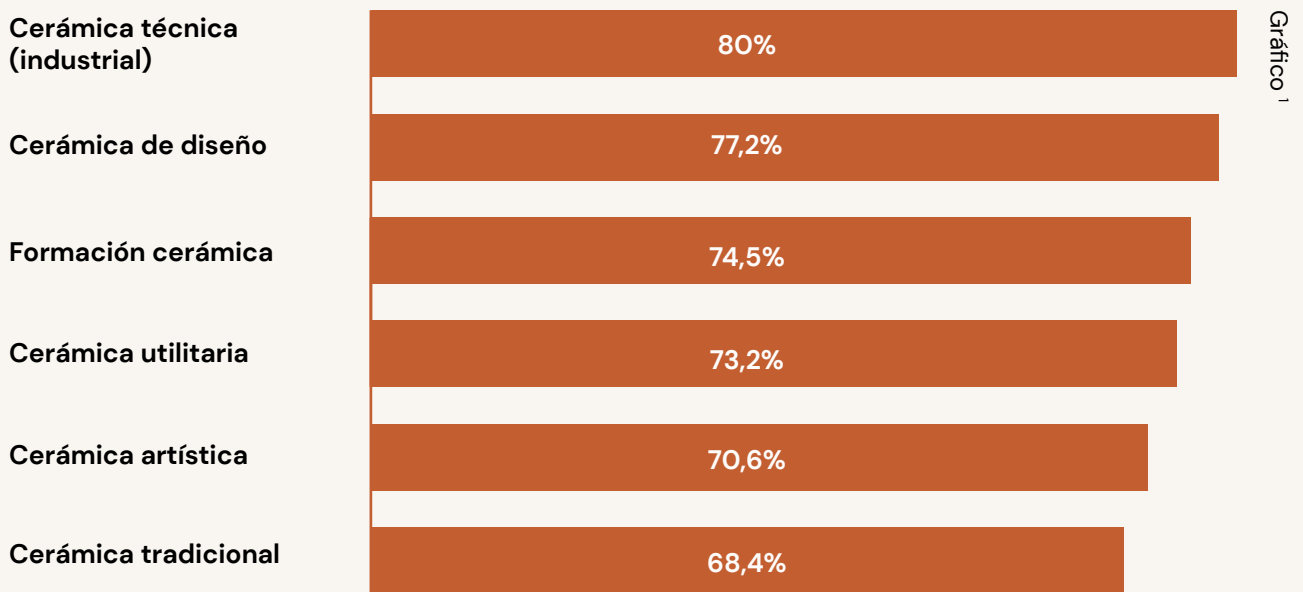


Gráfico 15

¹⁵ Colaboración de profesionales de otras áreas entre los encuestados.

⁵ FUNDESARTE (2012): La innovación en la cerámica artesanal. Ministerio de Industria Turismo y Comercio. Madrid. Accesible en <http://www.ipyme.org/publicaciones/innovacionceramicaartesanal.pdf>

Existen, a su vez, algunas diferencias por perfiles de especialización. Aquellos especializados en cerámica técnica para usos industriales son los que colaboran en mayor medida con otros profesionales (cuatro de cada cinco), seguidos de cerca por la cerámica de diseño. Sucede lo contrario en el caso de la cerámica tradicional (algo más de dos tercios), seguidos por la cola por aquellos especializados en cerámica artística.



¹⁶ Porcentaje de encuestados que ha colaborado con profesionales de otras áreas por perfiles de especialización

A modo de consideraciones finales.

Este primer eje del proyecto ADN Cerámico sustentado en la identificación de personas que contribuyen con su actividad al desarrollo de la actividad profesional de la producción cerámica de la Comunidad Valenciana, se ha revelado altamente pertinente.

En primer lugar, ha conseguido identificar un número significativo de personas activas profesionalmente alcanzando 150 observaciones de un universo que podría alcanzar alrededor de las 400 personas. Esta muestra, además, presenta un patrón de distribución territorial, así como una representación por sexo y edades plausibles, lo que otorga mayor rigor y representatividad real a los resultados obtenidos y la fotografía que se obtiene de los actividad profesional en la Comunidad Valenciana no es la representación de una actividad en declive o amateurizada, sino más bien al contrario dibuja una actividad consolidada con unas tasas de incorporación de nuevos miembros muy regular, donde más del 50% de los profesionales viven de la producción cerámica, muestran unos niveles de formación muy elevados y con unos altos niveles de participación digital, y una tasa aceptable de internacionalización aunque en ambos casos con espacios de mejora. También muestran una interacción elevada con otros profesionales.

Estamos por tanto ante una actividad profesional muy dinámica y con experiencia empresarial (de hecho el sector de la cerámica artesana es uno de los sectores artesanos con mayor antigüedad de las empresas⁶) que tiene la necesaria presencia, madurez y organización interna para ser suficientemente ambiciosa en los objetivos de autoreconocerse, asociarse y trabajar en colaboración, identificar problemas y oportunidades con estudios y análisis e interlocutar con agentes públicos y privados para mejorar la competitividad, productividad y la calidad de su contribución al bienestar y prosperidad colectiva.

La actividad profesional de la artesanía cerámica es uno de los sectores que, con modestia, puede ser parte del ansiado proceso de cambio de modelo productivo valenciano hacia actividades basadas en la cultura y la creatividad y que mejoren nuestros deteriorados niveles de productividad al mismo tiempo que, como muestran cada vez más evidencias, tienen impactos no solo en la regeneración económica sino también en los niveles de salud y bienestar de la población y en la cohesión social y la participación ciudadana.

El ADN cerámico es útil a toda la sociedad.

⁶ Abay Analistas Económicos (2015). La situación de la Artesanía en España. Fundación EOI. <https://www.eoi.es/es/file/20378/download?token=CNMSxfPO>

València, mayo de 2021

