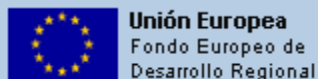


Uso de Internet y Situación del Comercio Electrónico en el sector de la Artesanía



Región de Murcia
Diciembre de 2005

Proyecto desarrollado por: Financiado por:



Con la colaboración de:



Índice de contenidos

1. Objetivos y alcance.....	3
2. Metodología.....	3
3. Situación actual del sector.....	3
4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector de la Artesanía en la Región de Murcia.....	5
a. Acceso y presencia en Internet.....	5
b. Posicionamiento en Internet.....	11
c. Comercio Electrónico.....	12
5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector de la Artesanía.....	14
6. Conclusiones.....	15
7. Anexo.....	17
8. Fuentes.....	27

1. Objetivos y alcance

El presente estudio pretende analizar el nivel de uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y del Comercio Electrónico entre las empresas del sector de la Artesanía de la Región de Murcia.

Los parámetros analizados persiguen evaluar el uso que hacen las empresas artesanas de Internet: manejo de las TIC, presencia web y Comercio Electrónico, fundamentalmente.

Las conclusiones de este estudio pretenden describir el panorama actual de las empresas murcianas del sector artesano en su relación con las Nuevas Tecnologías, en lo referente a usos de Internet y Comercio Electrónico.

2. Metodología

Para realizar el presente estudio se ha manejado una **muestra de 224 empresas pertenecientes al sector de la Artesanía en la Región de Murcia**. El listado se obtuvo a través de diversas fuentes regionales, como el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, el Centro Tecnológico de la Artesanía y el portal oficial de la Artesanía de la Región de Murcia, ArtesaníadeMurcia.com.

La recogida de datos y el análisis de los parámetros evaluados entre las empresas de la muestra se llevó a cabo durante los meses de noviembre y diciembre de 2005 por el equipo del proyecto CECARM.

La presencia en Internet y el uso que se hace del Comercio Electrónico en las empresas se ha analizado entre aquellas que disponen de página web, valorando sus objetivos, su orientación, las facilidades para el cierre de transacciones a través de la misma y otros parámetros que permiten establecer el grado de penetración del Comercio Electrónico y la fase en la que se encuentra el sector.

Por último, se establecen una serie de conclusiones en torno a la situación actual del uso de las TIC, la presencia web y el Comercio Electrónico en las empresas artesanas de la Región de Murcia.

3. Situación actual del sector

El sector de la Artesanía presenta múltiples diferencias que afectan tanto a la variedad de materiales sobre los que se trabaja, como a las formas de comercialización de los productos resultantes, lo que implica una clasificación en subsectores algo más compleja que otras áreas de producción. Siguiendo la clasificación de subsectores del Centro Tecnológico de la Artesanía se localizan los siguientes:

- ALFARERÍA Y CERÁMICA.

- BELENES Y FIGURAS ARTESANALES.
- CRISTAL Y VIDRIO.
- LADRILLO, LOSA Y TEJA.
- TEXTIL Y JARAPAS.
- PIEDRA ARTIFICIAL.
- FORJA Y MADERA TALLADA.

Teniendo en cuenta estas diferencias, se puede afirmar que el **rasgo que caracteriza al sector artesano es la realización de piezas únicas, que no son resultado de una producción en masa sino de un proceso de cuidada elaboración donde está muy presente el saber hacer y la destreza del artesano.**

Esta característica influye en que el **tamaño de las empresas, normalmente, sea muy reducido** siendo, en la mayor parte de los casos unipersonales. Esta situación ha provocado que muchas de estas empresas hayan visto la **necesidad de cooperar para adquirir volumen y ser más competitivas**, lo que se ha materializado en la creación de comercializadoras colectivas como Tota-Alfar y Pots Mediterránea, en el subsector de la alfarería, y el consorcio de exportación Nativity's World, en el subsector belenístico.

Como se va observando, el tejido empresarial está relativamente poco estructurado como sector. Esto ha provocado la **proliferación de las asociaciones y entidades de apoyo de carácter gremial o local, generalmente con un ámbito de actuación sobre la Artesanía en sentido amplio.**

Algunos de los ejemplos más representativos, por volumen de empresas miembros, lo constituyen la **Asociación de Artesanos de Lorca (Artelor)**, la **Asociación de Artesanos de Totana (Asart)**, la **Asociación de Escultores y Ceramistas de la Región de Murcia**, la **Asociación de Artesanos del Mercadillo del Zacatín de Bullas** y la **Asociación de Belenistas de Murcia**, aunque existen muchas otras.

La Administración regional y local mantienen una política activa de soporte y tutela de la industria que se materializa en la presencia de las empresas artesanas y de sus productos en numerosas ferias, misiones, exposiciones y eventos comerciales nacionales e internacionales, así como en el apoyo y la asistencia a las empresas para el desarrollo de actuaciones de avance competitivo. Además del apoyo directo e indirecto del Instituto de Fomento, **la artesanía está integrada en proyectos europeos y nacionales de desarrollo rural, como Leader y Proder¹.**

En el sector también ocupa un lugar destacado el **Centro Tecnológico de la Artesanía de la Región de Murcia**, ubicado en Totana. Los servicios prestados a sus asociados se distribuyen en diversas áreas o temáticas que afectan a las empresas del sector como calidad, ensayos y medio ambiente, asesoramiento tecnológico a las empresas, elaboración de normas y

¹ Sectores de actividad murcianos: Cerámica y alfarería en la Región de Murcia. Fuente: Plan de Promoción Exterior 2000-2006.

estándares, diseño industrial, formación, información técnica, etc. Según el propio centro **sus objetivos pueden resumirse en fomentar el acceso de las empresas del sector a los procesos de innovación y desarrollo tecnológico como estrategia comercial para ganar en competitividad**. Para el sector artesano murciano, dicho centro se presenta como motor de la implantación de Nuevas Tecnologías y herramientas que permiten mejorar la calidad del producto, generar riqueza para las empresas, además de favorecer la creación de empleo.

4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector de la Artesanía en la Región de Murcia

Como se ha visto en el apartado anterior, la innovación tecnológica en el sector está encabezada por el Centro Tecnológico de la Artesanía, que actúa como concentrador de esfuerzos y trabaja para fortalecer la competitividad del sector. Esta es una consecuencia lógica de la estructura que presenta el sector, comentada anteriormente. Las pequeñas empresas son fundamentalmente empresarios artesanos, con conocimientos muy básicos de gestión que destinan casi la totalidad de su tiempo a trabajar en sus talleres, es decir, están centrados en la producción, dejando de lado otros aspectos de su negocio que también son importantes. Por ello se asocian en distintas entidades que cubren estas carencias.

Estas entidades, a su vez, van introduciendo a muchas de las empresas artesanas en las Nuevas Tecnologías, mostrando las ventajas que pueden aportar a sus negocios, en relación a la imagen corporativa, de marca, de promoción e, incluso, como nuevo canal de venta para sus productos.

Este estudio se centra en el análisis del uso de las TIC que las empresas del sector artesano de la Región de Murcia están haciendo en el momento actual, realizando un recorrido progresivo desde los aspectos básicos, como el acceso y presencia en Internet de las empresas, hasta usos más avanzados como el Comercio Electrónico.

a. Acceso y presencia en Internet

El acceso y presencia en Internet son el punto de partida para la puesta en marcha de un verdadero negocio electrónico. En este apartado se analiza el grado de penetración de estos dos parámetros en el sector de la Artesanía, lo que permitirá comprender mejor la situación de las empresas artesanas en su relación con el uso de las TIC y averiguar si tienen visibilidad en Internet y de qué tipo.

○ Acceso a Internet

El acceso a Internet es el indicador base para determinar la incorporación efectiva de las empresas a las Nuevas Tecnologías. Aquellas que carecen tanto de página web como de correo electrónico se han considerado como empresas “off-line” o “desconectadas”. Es

posible que a nivel particular dispongan de acceso a Internet, pero en el ámbito empresarial siguen formando parte del grupo que aún utiliza medios tradicionales (teléfono, fax) exclusivamente, por lo que no se puede considerar que hayan incorporado las TIC a su gestión.

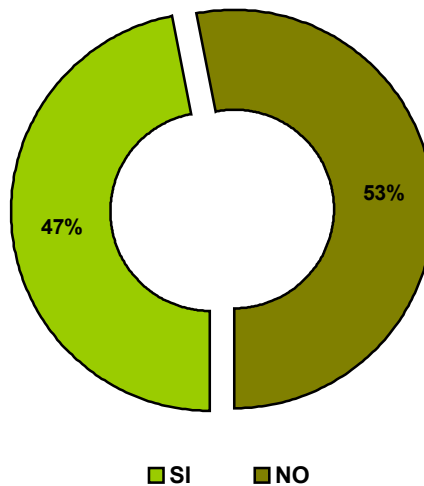


Gráfico 1. Uso de las TIC en empresas de Artesanía de la Región de Murcia
Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 1 se observa que **el 47% de las empresas de Artesanía de la Región de Murcia utiliza las TIC en la gestión de sus negocios**. Este dato se comprende mejor en el contexto definido anteriormente, según el cual existe una gran mayoría de artesanos individuales dedicados casi exclusivamente a la producción y que dejan aspectos como éste, en manos de entidades de cooperación en el sector: asociaciones, el Centro Tecnológico de la Artesanía y plataformas comercializadoras.

○ **Presencia en Internet**

El siguiente indicador para medir la penetración de las TIC en las empresas es su presencia en Internet. Ésta, se mide en dos niveles diferentes: por una parte, aquellas **empresas que tienen presencia en Internet de forma indirecta, a través de asociaciones y portales del sector** y, por otra parte, **las empresas que cuentan con página web propia**.

En un primer momento se analiza la situación del sector en relación al tejido empresarial nacional, con el fin de evaluar el grado de presencia en Internet en un marco amplio que ofrezca una visión global. Según datos de 2004 facilitados por el Instituto Nacional de Estadística,

alrededor del 45% de las empresas tienen página web en España; casi veinte puntos por debajo del porcentaje calculado por Eurostat para la Unión Europea. Estas diferencias se han mantenido a lo largo del intervalo temporal 2002-2004.

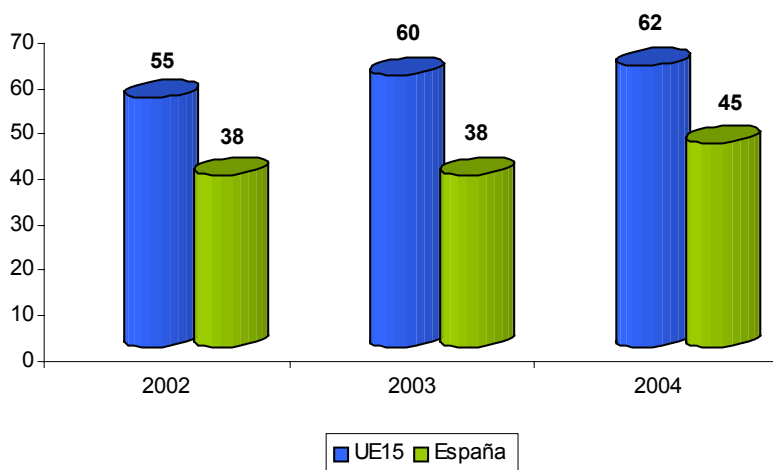


Gráfico 2. Porcentaje de empresas españolas que tienen un sitio o página web respecto a la media europea 2002-2004

Fuente: Informe/Encuesta de EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2005

Este dato ofrece una idea del camino que queda por recorrer en este sentido a nivel nacional, fomentando y favoreciendo la incorporación de las empresas a Internet a través de sitios web propios.

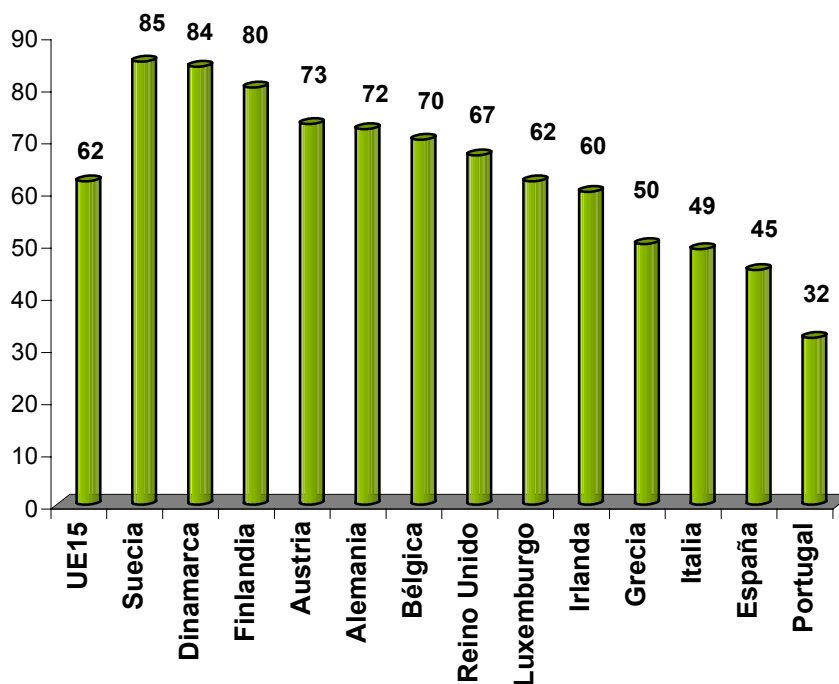


Gráfico 3. Porcentaje de empresas que tienen un sitio o página web en 2004

Fuente: Informe/Encuesta de EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics', 2005

En el caso específico de las empresas del sector de la Artesanía de la Región de Murcia, la presencia web se analiza desde dos perspectivas distintas, como se ha comentado al inicio de este apartado, por un lado, presencia web genérica, por otro, presencia web propia.

La presencia web genérica se basa en aquellas empresas del sector que figuran en el listado del portal oficial de la Artesanía de la Región de Murcia, www.artesaniademurcia.com. Las empresas que aparecen en este sitio web cuentan con una ficha detallada y suficiente para conocer sus datos básicos: razón social, subsector o subsectores en que se enmarca, productos que comercializa, datos de contacto, etc. **El 77% de las empresas consultadas del sector artesano de la Región de Murcia figuran de esta forma en Internet.**

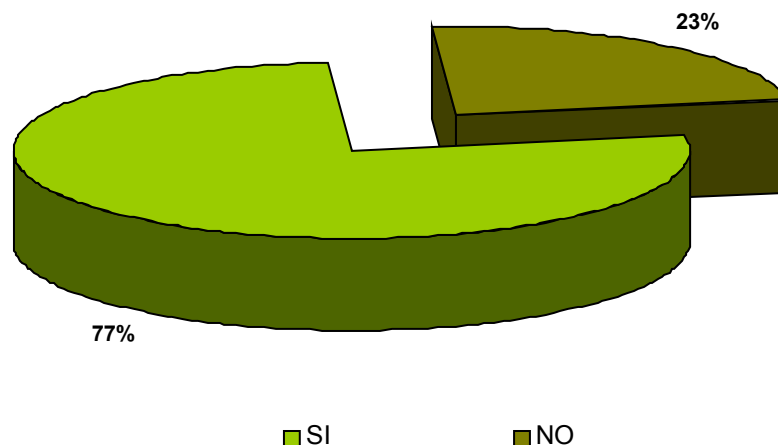


Gráfico 4. Presencia en Internet de las empresas murcianas de Artesanía

Fuente: Elaboración propia

En un nivel más avanzado se encuentran aquellas empresas que han decidido invertir en un dominio y en un espacio propio en la Red, de forma que pueden personalizar más la experiencia del usuario de sus páginas web, mostrar más información y servicios a los mismos y diferenciarse de la competencia. **El porcentaje de empresas murcianas de Artesanía que tienen página web propia en Internet está en torno al 21%.** Esta diferencia de porcentajes denota que la creación de páginas web propias se encuentra en un estado incipiente entre las empresas artesanas de la Región de Murcia.

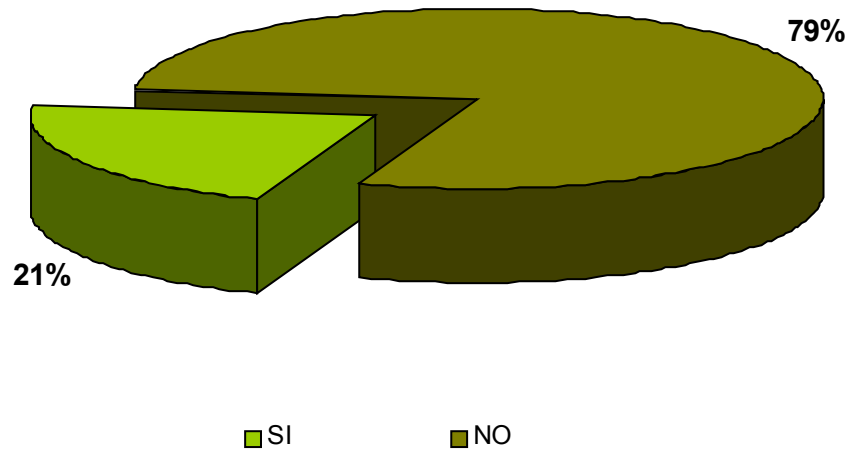


Gráfico 5. Empresas con página web en el Sector de la Artesanía en la Región de Murcia

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, bastantes empresas que no tienen página web propia, en cambio, sí que cuentan con correo electrónico. **El 47% de las empresas consultadas dispone de una dirección de correo electrónico.**

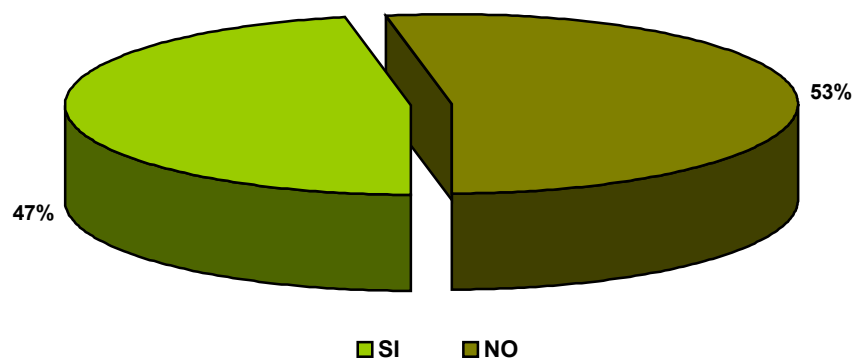


Gráfico 6. Empresas murcianas de Artesanía con correo electrónico

Fuente: Elaboración propia

Hasta ahora, se ha valorado cuantitativamente la presencia de las empresas del sector artesano en Internet. El siguiente paso consistirá en introducir un criterio cualitativo a dicha presencia web, que lo va a aportar el análisis de los objetivos. Para ello se han definido los criterios de valoración según **siete objetivos** estándar: **Idioma; Imagen corporativa; Datos de contacto; Servicios de valor añadido; Comunicación con los clientes; Extranet; Catálogo; Venta.**

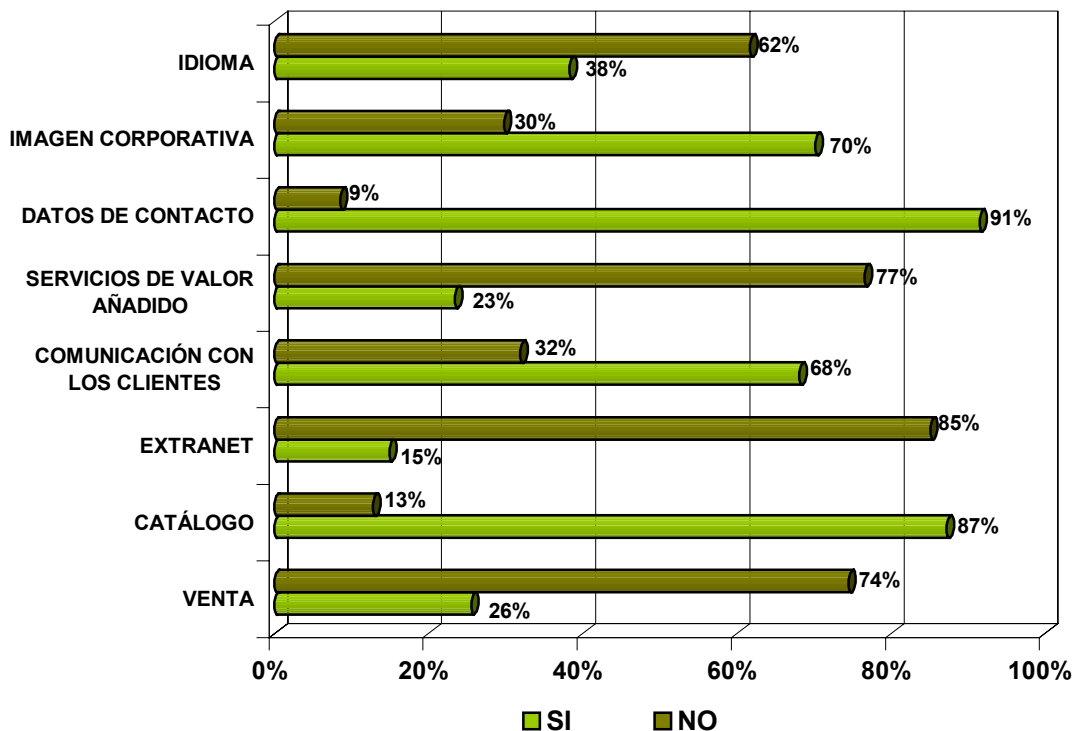


Gráfico 7. Objetivos de las páginas web de empresas murcianas de la Artesanía

Fuente: Elaboración propia

Según se observa en el Gráfico 7, cuatro son los objetivos que coinciden en la amplia mayoría de las empresas del sector: Imagen corporativa, datos de contacto, catálogo y comunicación con los clientes. **La página web tipo en este sector tiene una forma de catálogo online, con información básica sobre la empresa, los productos que realiza y los datos para contactar con la misma, de forma que este tipo de web aprovecha una de las ventajas que proporciona Internet como medio de comunicación: una relación más cercana con el cliente.**

Otro dato destacado es el **amplio número de empresas que traducen sus páginas web a varios idiomas**, lo que refleja la vocación exterior

de este sector y lo apreciada que es la artesanía murciana internacionalmente. Estas empresas se concentran principalmente en los subsectores dedicados a las figuras belenistas, los productos cerámicos y de alfarería y los productos textiles.

Otros objetivos minoritarios, aunque significativos a la hora de estimar el grado de innovación y calado de las Nuevas Tecnologías en el sector, lo constituyen los servicios de valor añadido a través del sitio web, la presencia de extranet y los mecanismos de venta online que presentan algunas empresas. Estas iniciativas, que implementan entre el 15% y el 25%, permiten vislumbrar un escenario futuro donde su uso esté más extendido y normalizado. Sin embargo, para eso, deben ser los propios artesanos los que contemplen la necesidad y las ventajas de usar las Nuevas Tecnologías para llegar a un mayor número de clientes potenciales y ampliar mercados.

b. Posicionamiento en Internet

Ocupar los primeros puestos en un motor de búsqueda supone anticiparse a la competencia y lograr ventajas como visibilidad, relevancia o utilidad.

Para conocer el nivel de posicionamiento de las empresas artesanas murcianas, se ha optado por rastrear los tres motores de búsqueda más importantes²: Google, Yahoo y Msn, que aglutinan en torno al 80% de las consultas que se realizan en Internet.

Para evaluar este aspecto, se han utilizado **criterios de búsqueda de carácter genérico** relativos al sector (**artesanía**), así como los distintos productos que lo integran (**cerámica, belenes, jarapas, alfarería**) y, a su vez, **se han cruzado con el criterio geográfico (Murcia)**. También se han realizado consultas de estos mismos términos en Inglés (gran parte de las ventas de este sector van destinadas a países de la UE y Estados Unidos, principalmente). Los datos observados más significativos son los siguientes:

- Si la búsqueda es por “**artesanía**”, aparecen resultados genéricos que dificultan identificar a los profesionales del sector de la Región de Murcia.
- **Al introducir el criterio geográfico (Murcia)** aparecen entre los primeros puestos sitios web como el Centro Tecnológico de la Artesanía o el portal oficial del sector, ArtesaniadeMurcia.com.
- Al buscar **por productos concretos, los resultados varían en función de cada caso**: para productos muy extendidos a nivel mundial y en otras regiones nacionales, como la **cerámica**, es **complicado encontrar entre los primeros resultados alguna empresa murciana**; sin embargo, para **productos más típicos o relacionados con la Región de Murcia**, como **belenes y**

² Según “Buscadores en Internet. Comparativa”, monografía publicada en el portal de Comercio Electrónico de la Región de Murcia (CECARM).

jarapas, es frecuente encontrar, **entre los primeros puestos, a empresas murcianas**. En el caso de la alfarería, incluso los resultados para la Región se ciñen a la localidad de Totana, ya que es la que aglutina casi toda la producción de este subsector.

- Estas **mismas búsquedas realizadas en inglés devuelven unos resultados dispersos entre portales de Comercio Electrónico del sector, organizaciones y asociaciones y fuentes especializadas, generalmente, del mundo anglosajón**. En este tipo de consulta, los dos puntos geográficos en España que están bien situados entre los resultados son, por una parte, Toledo y, por otra, Andalucía, con Granada y Córdoba a la cabeza.

Por último, otra forma útil de obtener presencia en estos motores de búsqueda es a través de la **publicidad por palabras o los enlaces patrocinados**, una forma de promoción y marketing que permite a las empresas aparecer en las consultas que realizan los usuarios de un buscador, según los términos que emplea en la búsqueda.

De esta forma, por ejemplo, **la empresa belenista que quiere aparecer en todas las consultas donde aparece el término “belenes” está sugiriendo a las personas que la han formulado que quizá les pueda interesar ver las figuras que esa empresa elabora**. Por lo tanto, esta fórmula publicitaria es útil para atraer a usuarios potenciales o interesados. Las empresas que no aparecen en los primeros resultados se encontrarían en desventaja si no invierten en este tipo de publicidad, ya que serían invisibles para clientes potenciales.

Esto sucede para la gran mayoría de empresas artesanas murcianas, puesto que la mayor parte de las empresas son artesanos individuales centrados en la producción, los cuales venden en su mayoría a otras empresas o a intermediarios que se encargan de colocarlas en distintos puntos de venta, esto es, no controlan ni la distribución, ni la venta, por lo que no ven necesario invertir en acciones publicitarias o promocionales. Sin embargo, es una vía muy válida para aquellas empresas que destinan su producción a la venta directa, o que tienen un nombre o una marca reconocidas, ya que le otorgan una visibilidad y reconocimiento global.

c. Comercio Electrónico

Según datos del Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el 29% de las empresas españolas realizan operaciones de Comercio Electrónico. Las pertenecientes a Comercio y Hostelería e Industrias básicas –los sectores donde se encuadran los productos incluidos dentro de la Artesanía- están ligeramente por debajo de la media, en una horquilla que va desde el 19% al 24%.

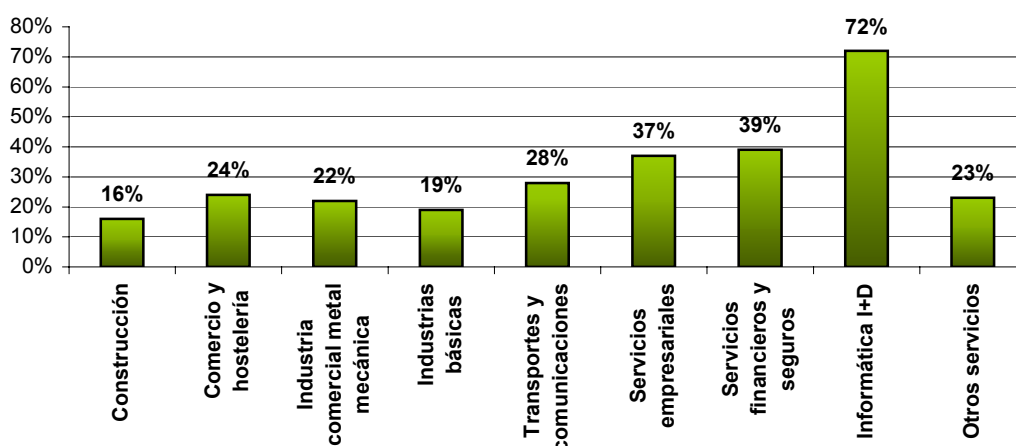


Gráfico 8. Porcentaje de empresas que realizan Comercio Electrónico por sectores (2003)

Fuente: DMR / AETIC

Ahora bien, **dentro del sector artesano murciano, el 26% de las empresas que tienen un sitio web propio facilitan mecanismos online para vender sus productos. Algunas de estas empresas que realizan Comercio Electrónico lo hacen a través de plataformas de venta cooperativas (fomentadas por entidades del sector) o comerciales (creadas por empresas que proporcionan el soporte y actúan como proveedores tecnológicos e intermediarios con el cliente final).**

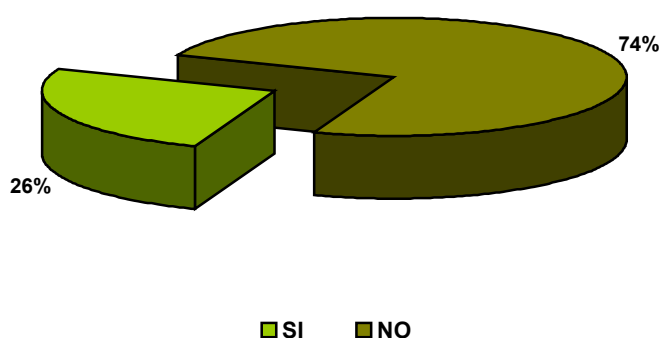


Gráfico 9. Empresas murcianas de Artesanía con sitio web propio que realizan Comercio Electrónico

Fuente: Elaboración propia

Una de las plataformas de Comercio Electrónico, surgidas al amparo de entidades regionales, es el **Centro Virtual Integral de Artesanía (CVIA)**³,

³ Ver ANEXO "Caso de éxito de la Región de Murcia".

dependiente de la Fundación Tierra Integral. A través de su página web, cualquier cliente puede consultar fichas detalladas de productos procedentes de distintos artesanos y realizar completamente la compra sin salir del sitio.

Tal y como está estructurado el sector, **para las pequeñas empresas es importante que siga mejorando el acceso a Internet y el uso de la Red para realizar actividades de Comercio Electrónico**. Este desarrollo supone una mejor utilización de las distintas herramientas que Internet ofrece para la empresa, que puede desembocar en la incorporación de la actividad de la empresa al negocio electrónico, siendo la compra/venta a través de Internet uno de los pasos iniciales para su implantación efectiva⁴.

5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector de la Artesanía

Actualmente, existen dos líneas de ayuda en la Región de Murcia destinadas a la incorporación de las TIC y el uso del Comercio Electrónico en las pymes, contempladas en el **Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme** [<http://www.ifrm-murcia.com/contenido/ayudas/principal.html>]:

- Desarrollo de una estrategia de Comercio Electrónico.
- Fomento de las tecnologías de la información.

Por otra parte y dentro del II Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en la Región de Murcia, **regióndemurciaSI**, existen diferentes acciones que ayudan a potenciar el uso de las TIC y del Comercio Electrónico en los sectores productivos de la Región. Entre ellas destaca el Servidor Regional de Comercio Electrónico, www.cecarm.com, que ofrece asesoramiento a empresas y emprendedores de la Región para la puesta en marcha de su negocio electrónico, así como información a los consumidores sobre las ventajas del uso de Internet como canal de transacciones.

⁴ Las Tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2000-2004. Red.es - Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información.

6. Conclusiones

El sector de la Artesanía en la Región de Murcia tiene una larga tradición procedente de oficios ancestrales que han preservado el saber hacer y los conocimientos a través de varias generaciones. Se trata pues, de un **sector tradicional con algunas peculiaridades**: está compuesto por subsectores, especializado, cada cual, en un producto concreto (belenes, textil, cerámica, madera, vidrio, alimentación, etc.) y la mayor parte de las empresas son micropymes, unipersonales en muchos casos, que conservan formas de producción de escaso equipamiento tecnológico y con sectores de actividad reconocidos nacional e internacionalmente.

Se aprecia por tanto, una **estructura bastante atomizada y fuertemente centrada en la producción**, lo que ha provocado un **alto nivel de asociacionismo e iniciativas de cooperación** para gestionar adecuadamente tanto la comercialización y la distribución de los productos como la promoción del sector.

En lo que a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e Internet respecta, son indudables sus ventajas orientadas a la gestión empresarial, a las comunicaciones con clientes y proveedores, como refuerzo de la imagen corporativa y de marca y el potencial como nuevo canal de venta. Son todas ellas ventajas que permiten a las empresas ser más competitivas en un escenario cada vez más global donde la competencia no se sitúa ya a pocos kilómetros, sino que está dispersa por todo el mundo.

En líneas generales, **el peso de la innovación y la incorporación de las Nuevas Tecnologías al sector recae, en su mayor medida, sobre el Centro Tecnológico de la Artesanía**; circunstancia lógica, por otra parte, al figurar entre sus cometidos. Sin embargo, **a nivel particular es una asignatura pendiente para muchas empresas la incorporación efectiva de las TIC y de Internet a sus modelos de negocio**.

A nivel de presencia a través de página web, la mayor parte de las empresas cuenta con ella, pero en **un alto porcentaje ésta se limita a fichas detalladas accesibles a través de portales o entidades del sector**. Las empresas con dominios y espacios web propios siguen siendo minoritarias, aunque se observa una tendencia positiva de crecimiento. Los sitios web existentes se centran, en su mayoría, en transmitir la imagen corporativa, proporcionar una descripción detallada de sus productos, ofrecer los datos básicos de contacto y comunicarse con sus clientes, tanto actuales como potenciales.

La forma más habitual de localizar información sobre un producto o una empresa en Internet sigue siendo la consulta directa sobre motores de búsqueda. En este aspecto, **las empresas del sector apenas tienen visibilidad individualizada y sólo es posible acceder a ellas a través de las entidades y asociaciones a las que pertenecen, que sí están bien posicionadas en los principales buscadores**. Este es un aspecto a mejorar por parte de las empresas, ya que cada día es utilizado de forma más habitual

y es la vía más directa para atraer a nuevos clientes, situados en cualquier lugar del mundo y que buscan productos exclusivos o diferenciados.

Precisamente **los productos artesanos**, por las mencionadas características, son **más complicados de localizar en entornos cercanos al cliente por lo que se sirve de Internet para localizarlos en cualquier parte del mundo**. Una de las vías más habituales de comercialización de este tipo de productos son los regalos, ya sea personales, de empresa, para eventos, etc. **Es una tendencia en alza que se ha de tener en cuenta**.

El **Comercio Electrónico en el sector para la Región de Murcia** está liderado por algunas iniciativas que vienen a confirmar las características intrínsecas del sector: las principales **corresponden a portales y entidades que aglutinan la oferta proveniente de diversos productores**. Aún son pocas las empresas que se deciden a gestionar completamente el proceso, cosa por otro lado comprensible, teniendo en cuenta la estructura reducida de la mayor parte de estas empresas y sus limitados recursos, tanto humanos como técnicos.

7. Anexo

a. Casos de éxito

Ámbito autonómico (Región de Murcia)

Se presentan dos ejemplos diferenciales que representan algunas de las ventajas competitivas de Internet para el sector artesano de la Región de Murcia: como canal de venta y como canal de promoción.

➤ ***Centro Virtual Integral de la Artesanía. URL: www.cvia.org***

El Centro Virtual Integral de Artesanía nace con el fin de promocionar la artesanía de las comarcas del Noroeste, Río Mula, Tierras Altas de Lorca y Sierra Espuña. La web actúa como una plataforma de promoción y como canal de venta de estos productos.

Además, la web ofrece una serie de servicios de valor añadido como información singular de la zona, noticias del sector, rutas artesanales de la Región de Murcia, enlaces de interés y un foro de noticias, que permite potenciar una pequeña comunidad virtual de visitantes interesados por la artesanía.

La tienda online mantiene actualizado su catálogo de productos. Estos están organizados por especialidades, con información exhaustiva y gráfica de cada uno. La tienda virtual permite cerrar la transacción desde Internet a través de la pasarela de pago suministrada por CECA. Un ejemplo de cómo la artesanía murciana encuentra en Internet una alternativa a los canales de distribución y venta habituales.

➤ ***Feria Virtual de la Artesanía. URL: www.artesaniademurcia.com***

La feria virtual de Artesanía de la Región de Murcia es una herramienta de promoción que muestra de forma sencilla a una gran parte de la nómina de empresas que componen el sector artesano de la Región de Murcia. Este portal es una iniciativa pública que potencia una de las ventajas competitivas de Internet como canal de promoción, permitiendo dar a conocer este producto singular a otros mercados internacionales.

Se han seleccionado los sitios web que se detallan a continuación por su posicionamiento en buscadores y/o por el interés que denotan algunos aspectos de la web en relación con el sector de la Artesanía en Internet.

Ámbito Nacional

Los siguientes casos de éxito, a nivel nacional, corresponden con el modelo de Comercio Electrónico de tienda online. Los ejemplos propuestos a continuación

se han extraído de las tiendas virtuales seleccionadas por la Organización de los Artesanos de España (www.oficioyarte.org).

➤ **Ábaco Arte. URL: www.abacoarte.com**

Ábaco es una empresa joven que comercializa un producto específico: loza dorada. Utilizan Internet como canal de ventas y distribución de sus productos entre las tiendas especializadas en decoración. También se dirigen a empresas como especialistas en artículos promocionales y regalos de empresa. La tienda online presenta un proceso de compra sencillo e intuitivo. Están presentes todos los elementos de seguridad necesarios (condiciones de compra, ejemplos de compra, privacidad, formas de pago). Se busca la fidelización del cliente con la suscripción a un boletín de noticias y complementan la venta con información adicional de valor para sus visitantes y clientes (artículos, glosario de términos, citas, enlaces de interés y opinión de clientes).

➤ **Color Artesano. URL: www.colorartesano.com**

Tienda online de artesanía. Destaca un proceso de compra fácil e intuitivo. Informa al cliente de todos los aspectos necesarios para realizar una compra segura, condiciones de pago, plazos de entrega, devoluciones y privacidad de datos. Además, presenta una guía de ayuda que orienta al usuario o consumidor durante el proceso de compra. Potencia la venta de artículos decorativos con información de valor añadido (artículos con consejos de interés).

➤ **Arting Canarias. URL: www.aringcanarias.com**

Tienda online de artesanía canaria. Utilizan un software de código abierto con un diseño estándar. Presentan ofertas y novedades actualizadas en la página de inicio. El proceso de compra es similar a otras tiendas online que utilizan el mismo software. Se informa detalladamente de todas las condiciones de compra, por lo que la web transmite seguridad.

➤ **Todoceramica.com. URL: www.todoceramica.com**

Tienda online de artículos de cerámica. Destaca la explicación detallada de todas las condiciones de compra (devoluciones, protección de datos, plazos de entrega) y un proceso sencillo e intuitivo.

b. Principales sitios web del sector

Se han seleccionado los sitios web que se detallan a continuación por su posicionamiento en buscadores y/o por el interés que denotan algunos aspectos de la web en relación con el sector de la Artesanía en Internet.

PORTALES Y DIRECTORIOS SECTORIALES

- **Organización de los Artesanos de España.** Portal especializado en la artesanía española. Incluye amplia información sectorial: agenda actualizada, amplio directorio de empresas, asociaciones, ferias y organismos relacionados, fondo documental de revistas, libros y publicaciones diversas, un boletín electrónico, una lista de correo, un tablón de anuncios y enlaces de interés.
URL: www.oficioyarte.org
- **Artesanía de Murcia.** Portal promocional de la artesanía de la Región de Murcia. Incluye un amplio directorio de empresas artesanas de la región, organizadas según el producto que fabrican o comercializan.
URL: www.artesaniademurcia.com
- **Centro Tecnológico de la Artesanía de la Región de Murcia.** Fomenta el acceso del sector a los procesos de innovación y desarrollo tecnológico como estrategia empresarial para aumentar su competitividad. Destaca su directorio de empresas artesanas murcianas e información especializada y de interés para los profesionales del sector (noticias, agenda, cursos, etc).
URL: www.ctartesania.es
- **Fundación Española para la Innovación de la Artesanía.** Entidad sin ánimo de lucro de carácter estatal, dedicada a la incorporación de la innovación en el sector artesano.
URL: www.fundesarte.org
- **Federación de Artesanos de Andalucía.** Portal especializado con toda la información sobre la artesanía andaluza: foros, cursos, ferias, legislación, noticias actualizadas, un amplio directorio de talleres artesanos, una sección de marketplaces y una extranet para usuarios.
URL: www.artesaniadeandalucia.org
- **Asociación Profesional de Artesanos de Aragón.** Asociación sin ánimo de lucro para la promoción y el desarrollo de la artesanía aragonesa. Se puede consultar el directorio de empresas artesanas de esta comunidad autónoma y amplia información sobre ferias, actividades, cursos, etc.
URL: www.artearagon.com
- **Artesanos de Valencia.** La Federación de Asociaciones, Gremios y Artesanos de la Provincia de Valencia es una entidad sin ánimo de lucro creada para la promoción y desarrollo de la artesanía en esta comunidad autónoma. Presenta una nómina amplia de las empresas artesanas de Valencia.
URL: www.artesanosdevalencia.com
- **Crafts.** Revista electrónica para la promoción de la artesanía en el Reino Unido.
URL: www.craftscouncil.org.uk

- **Revista Cerámica.** Publicación online relacionada con la cerámica. Incluye un directorio de puntos de venta de cerámica y proveedores.
URL: www.revistaceramica.com
- **Asociación Valenciana de Cerámica (AVEC-GREMIO).** Portal sectorial con un extenso directorio de artesanos de la Comunidad Valenciana.
URL: www.avec.com
- **Countryseat.** Portal de Comercio Electrónico que reúne a proveedores del sector (en inglés).
URL: www.countryseat.com
- **Bee-Natural.** Portal en inglés de proveedores para el subsector del cuero. Compra directa desde la web.
URL: www.bee-natural.com
- **Haldanes.** Portal de proveedores para el subsector textil. Realizan Comercio Electrónico.
URL: www.haldanes.co.uk
- **Europages.** Guía genérica de empresas y sociedades.
URL: www.europages.es

ASOCIACIONES

Andalucía

- **Asociación de Artesanos de Jerez de la Frontera**
Apartado Correos 784
11480 JEREZ DE LA FRONTERA. Cádiz
Tel: 956 339 625 - 666 405 551
riospiel@agelso.com
- **Asociación de Ceramistas Creativos - Horno 24**
Avda. del Mar 7 - 2º - 3
14010 CORDOBA
Tel: 957 259 932
vallesi@vodafone.es
- **Asociación Granada Norte de Artesanos**
Mayor, 4
18815 CAMPOCAMARA
Granada
Tel: 958 734 740
salarich@wanadoo.es

- **Artisanos de Úbeda**
Corazón de Jesús 11
23400 UBEDA. Jaén
Tel. / Fax 953 755 490
mel.tito@teleline.es
www.artesaniadeubeda.com

- **Asociación de Artesanas de Almería – ADAAL**
Avda. Federico García Lorca - Mirador de la Rambla
04004 ALMERIA
Tel: 950 280 749
info@adaal.com
www.adaal.com

Asturias

- **Artisanos Profesionales de Asturias**
Apartado 1473
33080 OVIEDO
Tel / Fax: 985 798 359
pablo@pabloblanco.com
www.hifer.com/apa

- **Sindicato de Artesanos de Asturias**
Oscar Olavarría, 10 - 2º - D
33201 GIJON
Tel. 619 525 063 - 985 344 396 - Fax 985 337 707
asociacion@saasturias.com
www.saasturias.com

Baleares

- **Asociación de Empresas de Artesanía de Menorca**
Pol. Industrial c/ dels Comerciants, 7
07760 CIUTADELLA
Menorca – Baleares
Tel: 971 381 550
arteme@empresademenorca.org

- **Asociación de Artesanos Profesionales de Ibiza**
Apartado 872
07800 IBIZA. Baleares
Tel: 971 302 911
info@artesanosdeibiza.com
www.artesanosdeibiza.com

- **Associació d'Artesans de Les Illes Balears**
Ticià 26
07003 PALMA DE MALLORCA. Baleares
Tel: 971 468 153
angelpujol@pimeco.com

➤ **Asociación de Artesanos Entremans**

Entremans des Forn, 9
07730 ALAIOR
Menorca – Baleares
Tel. 971 188 962 - 606 650 382
sulldesol@eresmas.net

➤ **Asociación Artesanía Balear**

Aragón, 150 bajos
07008 PALMA DE MALLORCA. Baleares
Tel. 971 240 078
info@tornyfusta.com

Cantabria

➤ **Colectivo Ceramistas de Cantabria**

Apartado de Correos 934
39080 SANTANDER. Cantabria
Tel: 942 510 448
martarevuelta@hotmail.com

Castilla-La Mancha

➤ **Agrupación de Gremios Artesanos de Guadalajara**

Dos de Mayo s/n (estación de autobuses)
19400 GUADALAJARA
Tel. / Fax 949 224 522
info@artesanosgualajara.org
www.artesanosgualajara.org

➤ **Asociación Provincial de Artesanía y Cerámica**

Avda. de Toledo 31 - 1º local 9 Edif. La Paz
45600 TALAVERA DE LA REINA. Toledo
Tel. 925 807 031
talavera@es-artesania.com

➤ **Asociación Provincial de Artesanos de Albacete**

Gerona 29
02006 ALBACETE
Tel: 967 590 306 / Fax 967 590 307
albacete@euroarte.net

➤ **Fracaman - Federación de Artesanos de Castilla-La Mancha**

Avda. de Toledo, 31 - 1ª planta - local 9
45600 TALAVERA DE LA REINA. Toledo
Tel./Fax 925 721 454
info@fracaman.com
www.fracaman.com

Castilla y León

➤ **FOACAL - Federación de Organizaciones Artesanas de Castilla y León**

Valle de Arán s/n
47010 VALLADOLID
Tel. 983 320 503 Fax 983 320 504
info@foacal.org
www.foacal.org

- **Asociación de Artesanos de Soria**
Sagunto 14 - 4º G
42001 SORIA
Tel: 975 228 361 / Fax: 975 229 386
jesusdelozar@soriaconsultores.com

- **Artífice - Asociación de Artesanos Artífice**
Apartado 5234
47080 VALLADOLID
Tel. 639 475 586
artesanosartifice@yahoo.es

Cataluña

- **Associació d'Artistes d'Ofici del Poble Espanyol – AAOPE**
Poble Espanyol - Avda. Marqués de Comillas s/n - Bústia 41
08038 BARCELONA
Tel: 934 253 892 / 934 251 854
aaope@hotmail.com

Galicia

- **Asociación Galega de Artesáns – AGA**
Camiño da Igrexa, 38
15009 A CORUÑA
Tel: 981 293 688 / Fax 981 133 569
asociacion@galegadeartisans.org
www.galegadeartisans.org

Madrid

- **Asociación de Creadores Textiles de Madrid**
Apartado de Correos 14060
28080 MADRID
Tel: 918 010 907 / Fax 918 010 903
info@creadoretextiles.org
www.creadoretextiles.org
- **Asociación Profesional de Artesanos de La Villa**
C.C. Mercado Puerta de Toledo - 2º - Local 2131 al 2138
Ronda de Toledo 1
28005 MADRID
Tel./Fax Oficina: 913 658 701
Tel./Fax Tienda, Sala exposiciones, Sala cursos: 913 640 538
info@artesanosdelavilla.com
www.artesanosdelavilla.com

- **Asociación Profesional de Artesanos de Madrid – ASPAMA**
San Dimas, 7
28015 MADRID
Tel / Fax: 915 225 510
aspama@jazzfree.com
www.aspama.org
- **Asociación de Artistas y Artesanos de Nuevo Baztán El Taller**
Diez 20 - Urb. Monte Acevedo
28514 NUEVO BAZTÁN
Madrid
Tel. 918 734 140
nbtaller@navegalia.com

Murcia

- **Artesanía Textil de Lorca (ARTELOR)**
C/ Abad de los Arcos, 3. Lorca.
Tel: 968 442 588
artelor@artelor.com
- **Asociación de Artesanos de Totana (ASART)**
General Aznar, 40. Totana.
Tel: 968 423 877
- **Gremio Regional de Artesanías Varias**
C/ Goya, 7
Zarandona (Murcia)
Tel: 968 232 606
- **Centro Regional de Artesanía**
C/ Francisco Rabal, 8
30009 Murcia
Tel: 968 284 568
- **Asociación de Belenistas de Murcia**
C/ Algonso X el Sabio, 14 - 4ºB
30008 MURCIA
- **Asociación de Belenistas de Lorca**
Carril de Caldereros (Edif. La Salle) 1ºB
30800 LORCA (Murcia)
Tel.: 686 227 235
www.belenistasdelorca.com
info@belenistasdelorca.com
- **Agrupación Belenista "José de Nazaret"**
Carril de los Chorros, 102
30009 LA ARBOLEJA (Murcia)
Tel: 968 291 877

www.josedenazaret.com
agrupación@josedenazaret.com

País Vasco

- **ARTISAU - Asociación para el Fomento de la Artesanía en Álava**
Apdo. 49
01080 VITORIA-GASTEIZ. Álava
Tel. 666 882 945
artisau@artisau.com
www.artisau.com
- **BIARTEA - Asociación de Artesanos de Vizcaya**
Apartado de Correos 785
48080 BILBAO. Vizcaya
Tel. / Fax: 944 101 146
biarte@biarte.org
www.biarte.org
- **GABILTZA - Gipuzkoako Artisau Biltzarra**
Apartado 984
20080 DONOSTIA. Guipúzcoa
Tel. 656 732 474 - 943 310 871 / Fax: 943 219 408
info@gabiltza.org
difusion@gabiltza.org
www.gabiltza.org
- **Lur Kolektiboa**
Apartado de Correos 3158
20001 SAN SEBASTIÁN. Guipúzcoa
Tel.: 943 357 853
lurkolektiboa@yahoo.es

Valencia

- **Asociación Provincial de Artesanos de Castellón**
Antonio Maura, 5
12001 CASTELLÓN
Tel.: 964 224 820 fax: 964 239 604
apac@ctv.es
www.artesaniadecastellon.org
- **Asociación de Artesanos Alto Palancia – ARPA**
Ctra. Sagunto-Burgos km. 23
12480 SONEJA. Castellón
Tel.: 964 146 537
arpa@artesanosaltopalancia.com
www.artesanosaltopalancia.com
- **Asociación Provincial de Empresarios Artesanos de Alicante**
Arteamano
Estación de Renfe - Avda. de Salamanca, 1
03001 ALICANTE

Tel. / Fax: 965 126 193
apea@artesanosdealicante.org
www.artesanosdealicante.org

MARKETPLACES

- **Euroarte B2B.** Mercado electrónico del sector artesano en español. Reúne en una misma plataforma a proveedores y fabricantes. Contiene un tablón de anuncios con ofertas de compraventa, demandas, noticias actualizadas, debates, un buscador de productos, posibilidad de realizar compras online desde un área privada y un buscador de empresas.
URL: www.euroarteb2b.com
- **e-handcraft.** Plataforma mundial virtual de artesanía creada con el fin de que los artesanos puedan presentar y vender sus trabajos. Intermedia entre los compradores y los artesanos que tienen registrada su oferta en la plataforma, a fin de que el proceso se complete sin ningún problema, ni para comprador ni para artesano.
URL: www.e-handcraft.com

FERIAS DE INTERÉS ARTESANO

- **Feria Internacional del Regalo. INTERGIFT.** Feria destinada exclusivamente a profesionales que abarca los sectores de selección textil, decoración, objetos singulares, elementos decorativos, mesa, menaje, regalos diversos, diseño actual, viaje, fantasía, diseño y otros.
Infoifema: 902 22 15 15
Expositores: 902 22 16 16
Internacional: (+34) 91 722 30 00
Fax Servifema: (+34) 91 722 57 95
intergift@ifema.es
URL: www.intergift.ifema.es
- **Feria Internacional de la Papelería. DIPA:** Feria Internacional de la Papelería y Salón Profesional del Regalo Publicitario con la presencia de los sectores que tradicionalmente han participado en el certamen: material escolar, papelería informal, regalo publicitario, elementos de escritura y dibujo, bellas artes y manualidades, artículos de papel, cartón y plástico, consumibles de informática y ofimática, material de oficina y elementos de navidad, fiesta y carnaval.
URL: <http://dipa.feriavalencia.com>
- **Feria de Artesanía de la Región de Murcia. FERAMUR.** La Feria de Artesanía de la Región de Murcia, FERAMUR, es el certamen artesano más importante de la Región de Murcia y uno de los de mayor trascendencia nacional, por ser punto de encuentro de artesanos y comerciantes de todos los rincones de la geografía nacional e internacional. Bajo la gerencia de la Cámara Oficial de Comercio e

Industria de Lorca, se celebra cada año en Lorca a finales del mes de septiembre, coincidiendo con las fiestas de la ciudad.

URL: www.feramur.es

- **Feria de Artesanía de Castilla-La Mancha. FARCAMA.** Durante la celebración de esta feria se dan cita más de 60 oficios artesanales diferentes. Se realizan talleres artesanos para que el visitante pueda observar las diferentes fases de elaboración de un oficio artesano.
URL: www.farcama.es

c. Estudios

- **Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2005.** Estudio elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Red.es. Incluye los últimos datos sobre Comercio Electrónico minorista entre empresa y consumidor en España.
URL: www.aece.org
- **Informe de la Sociedad de la Información en España 2005,** elaborado por Telefónica. Incluye amplia información y datos sectoriales de la situación del Comercio Electrónico entre empresas y consumidores.
URL: www.telefonica.es/sociedaddeinformacion/html/informes_home.shtml
- **Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas.** Elaborado por el INE. 2004.
URL: www.ine.es
- **Inventario de indicadores para la evaluación comparada de Europa 2005.**
URL: www.ine.es/docutrab/tic/inventario_in05.pdf
- **El Comercio Electrónico en España a través de entidades de medios de pago.** Este estudio está elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. 4º Trimestre de 2004.
URL: www.cmt.es
- **Conclusiones de Jornadas Técnicas de Comercialización y Nuevas Tecnologías.**
URL: www.oficioyarte.org/documentacion/otrasp/conclusiones/Guadalajara.pdf

8. Fuentes

- Red.es. Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia. Observatorio de la Pyme.
- CECARM, el portal sobre Comercio Electrónico en la Región de Murcia.
- Centro Tecnológico de la Artesanía.

- CViA. Centro Virtual de Artesanía. Fundación Tierra Integral.
- ArtesaníadeMurcia.com, web oficial de artesanía de la Región de Murcia.
- Cerámica y alfarería en la Región de Murcia. Plan de Promoción Exterior 2000-2006.