

TARJETA

España

2023



INSTITUT
NATIONAL
MÉTIER
D'ART



Fundada en 1981, Fundesarte es la institución de referencia para la promoción y el desarrollo de las empresas artesanas españolas. Uno de los principales objetivos de sus programas es promover, potenciar y dar a conocer la calidad de los productos artesanos, así como la sostenibilidad de sus procesos de elaboración. Fundesarte está actualmente adscrita a la Fundación EOI (Escuela de Organización Industrial), entidad vinculada al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCOTUR) del Gobierno de España. En 2015 la Fundación EOI elaboró un estudio sobre el estado del sector artesano español «Situación de la artesanía en España», del que se han extraído muchos de los datos clave y tendencias que se detallan a continuación.

Definamos en primer lugar el concepto español de empresa artesana: «Persona física o jurídica cuya actividad económica es la producción de objetos de carácter utilitario, decorativo o artístico; a través de procesos de producción controlados de forma personal por uno o más artesanos, en los que su contribución directa es el componente más importante del producto acabado».

Esta definición se concreta en la consideración conjunta de tres criterios: producción de objetos, procesos de producción controlados de forma personal por uno/a o más profesionales artesanos/as y contribución directa de la persona artesana como componente mayoritario del producto acabado.

¿Cuáles son los sectores de la artesanía en España?

La distribución del sector artesano por subsectores es la siguiente:

- Cerámica
- Fibras vegetales
- Instrumentos musicales
- Joyería y bisutería
- Mármol, piedra y escayola
- Metal
- Muebles en madera
- Objetos de madera
- Piel y cuero
- Textil
- Vidrio
- Varios



Artesanía en España

EMPRESAS

40 000

EMPRESAS

TRABAJOS

125 000

TRABAJADORES ACTIVOS

CIFRA DE NEGOCIO

4 000 millones

DE EUROS

Artesanía en Francia



MÁS DE

60 000

EMPRESAS

CERCA DE

160 000

TRABAJADORES ACTIVOS

19 mil millones

DE EUROS

El sector artesano español

40 000
empresas

70%
trabajadores
autónomos

30%
sociedades y
asociaciones

2,6%

de las empresas
artesanías cuenta
con 10 o más
empleados

125 000
trabajadores activos

65% son microempresas

El empleo directo de
las empresas artesanas
representa el

5%

del empleo industrial
total y menos del 1% del
empleo del conjunto de la
economía.

PIB
4 000 millones

de euros en 2014

2,4%

del PIB industrial

0,4%

del PIB total

¿Cuál es el perfil de las empresas del sector artesano español?

En primer lugar, hay que señalar que la edad media de las empresas artesanas es de 27 años y que el 45% de ellas son de tradición familiar. La artesanía española muestra una fuerte orientación hacia la fabricación de productos exclusivamente artesanales. La producción de piezas únicas es también el tipo de producción más común en el sector. La aportación económica de los distintos subsectores de actividad es muy desigual. Es posible establecer tres tipos de perfil:

- El subsector más importante: los muebles de madera constituyen el 40% de las empresas artesanas y el 38% del empleo artesanal pertenece a este subsector. Junto con el sector textil y la joyería, estos tres subsectores representan conjuntamente las tres cuartas partes de la artesanía nacional española (75% de las empresas artesanas y 74% del empleo artesano), lo que indica una elevada concentración sectorial del sector.
- Un segundo grupo de subsectores, de tamaño intermedio, está formado por la Cerámica, el Cuero y la Piel, el Metal y el Vidrio.
- Por último, los subsectores de menor tamaño son Fibras Vegetales, Metal, Mármol, Piedra y Yeso e Instrumentos Musicales. Todos ellos tienen participaciones en el número de empresas y en el empleo artesanal inferiores al 3%.



CONCENTRACIÓN REGIONAL

Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Madrid concentran por sí solas el 61% de las empresas artesanales y el 70% de los puestos de trabajo de este sector. Hay que señalar, sin embargo, que el empleo en las empresas artesanales varía en importancia de una Comunidad Autónoma a otra. En Baleares, por ejemplo, es del 10% y en Andalucía del 9%; en Madrid y Extremadura ronda el 7% y en la Comunidad Valenciana el 6%.

CONTRATACIÓN

En 2015, los perfiles más demandados, es decir, los que más ofertas de empleo recibieron, fueron los puestos de baja cualificación (aprendices, ayudantes de taller y peones). Parecen especialmente difíciles de cubrir, ya que representan casi el 21% de las ofertas de empleo. Los bordadores, costureros y maquinistas (8,3% de las ofertas) y los carpinteros y ebanistas (5,2%) también parecen tener altos niveles de demanda.

FORMACIÓN

El porcentaje medio de empleados que reciben formación en las empresas artesanales se situó en torno al 12,6% en 2015 (frente al 15,8% en 2010). Sin embargo, cabe señalar que existe una dispersión significativa en esta variable y en el 80,9% de las empresas artesanales ningún trabajador recibió formación en el año anterior a la encuesta (76,5% en 2010). También se observan diferencias significativas por subsectores de actividad: los subsectores de mármol, piedra y yeso, textil, metal y cuero presentan niveles de formación superiores a la media. Por el contrario, los subsectores de joyería y bisutería y cerámica muestran niveles más bajos de acceso a la formación continua.

LAS POLÍTICAS DE APOYO

Las políticas de apoyo de las Comunidades Autónomas son las más conocidas en el sector artesano (el 36,1% de las empresas las conocen), seguidas de los programas de las asociaciones de artesanos (21,4%) y de los programas de apoyo de las diputaciones y ayuntamientos (19,9%). También hay que señalar que las ayudas de la Unión Europea, aunque poco conocidas y poco utilizadas, reciben una valoración media muy alta por parte de los beneficiarios (8,6 sobre 10).

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización más frecuente y tradicional en las empresas artesanales es la venta directa a clientes específicos (venta por encargo), ya que es utilizado por el 94,4% del sector. Le siguen la venta directa en el taller (64,7%), la venta a minoristas especializados (51,7%) y la venta en tiendas propias (31,4%). Estos tres últimos han ido ganando importancia entre 2010 y 2015. Otros canales cada vez más utilizados por el sector y de importancia significativa son la venta a través de su propia página web (29,3%), que supera ligeramente a la venta a mayoristas especializados (22,4%) y la venta en ferias de artesanía (21,2%).

LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

Alrededor del 24,6% de las empresas artesanales venden sus productos en mercados extranjeros en 2015, un porcentaje que casi duplica el de 2010 (12,4%). Además, otro 35,2% tiene previsto vender sus productos en el extranjero a corto y medio plazo (1-3 años). La cuota de la base media de clientes de exportación (peso de las exportaciones en las ventas totales) de las empresas artesanales se sitúa en torno al 17,5%, también ligeramente superior a la de 2010 (13,3%).

Las principales áreas de destino de los productos artesanos pertenecen a la Unión Europea (el 86,7% de las empresas artesanas exportadoras dirigen sus productos a algún país de la Unión Europea), destacando entre estos países Francia (37%) y Alemania (27%). El mercado norteamericano (principalmente Estados Unidos y Canadá - 20%) también tiene un peso importante en las exportaciones de artesanía. Otras zonas geográficas como Asia siguen teniendo un peso relativamente bajo (10,2%).

Estos resultados indican que, aunque la importancia de las exportaciones en el volumen de negocio es todavía baja, más de la mitad de la artesanía está inmersa en un proceso de internacionalización (exporta o tiene intención de hacerlo a corto o medio plazo), aspecto que se valora muy positivamente en términos de competitividad sectorial.

Buenas prácticas

La desaparición de los procesos artesanales en la industria tradicional supone nuevos retos para la innovación. Por ello, la artesanía debe colaborar de forma diferente con los demás oficios de la industria. Con el fin de orientar a este sector, Fundesarte (centro de investigación de la Escuela de Organización Industrial) -principal institución para la promoción y el desarrollo de las empresas artesanales españolas- ha realizado en 2021 un estudio para identificar las buenas prácticas que pueden adoptar estas empresas.

DESARROLLO SOSTENIBLE Y EXPERIMENTACIÓN

- Contribuciones a la mejora de productos con valor añadido a través del diseño y/o la experimentación con nuevos materiales y técnicas para productos sostenibles.
- Colaboraciones entre diseñadores y artesanos, laboratorios de investigación, biotecnólogos... para la creación de nuevos productos artesanales innovadores con nuevas técnicas, materiales o basados en la experimentación.
- Mezcla de diferentes sectores para crear nuevos productos sostenibles.

Ejemplo: artesanía & turismo con el proyecto Obrador Xisqueta

En 2016, la Asociación llevó a cabo el proyecto «Habitació Xisqueta» en el que se habilitaron habitaciones de hotel con piezas de interiorismo de la colección Xisqueta. Las habitaciones se equiparon con colchones de lana de oveja Xisqueta, cojines, cortinas y lámparas de fieltro. Trabajaron con las artesanas del Obrador y con otros profesionales externos, como carpinteros. A través de este proyecto, pudieron explorar el potencial de colaboración con la industria hotelera y turística de la región y contribuir a la elaboración de una estrategia común para el desarrollo del territorio.

TECNOLOGÍA DE LA INNOVACIÓN

- Aplicación de procesos de producción artesanal a procesos industriales, asesoramiento técnico en artesanía para otros sectores e introducción de nuevas tecnologías de diseño y producción.
- Colaboraciones entre profesionales artesanos especializados que aportan conocimientos técnicos a empresas de robótica, diseño, etc. o a empresas artesanas que aplican sus técnicas o procesos artesanales a otros campos, así como investigaciones en el campo de las técnicas artesanales para empresas de nuevas tecnologías.



VALORIZACIÓN (COMERCIALIZACIÓN DE LA INNOVACIÓN)

- Aportación de propuestas artesanales como estrategia de puesta en valor de empresas y/o marcas con el objetivo de promover el prestigio de los productos o servicios de las mismas o abrir nuevos nichos de mercado.
- Colaboración de artesanos con empresas especializadas en estrategias de marketing y promoción.

Es el caso del proyecto Artesanía no Prato, creado en 2013 por Artesanía de Galicia. El proyecto se enmarca en una estrategia de promoción de la artesanía gallega en el ámbito de la gastronomía y la restauración. En 2017 se celebró en Santiago de Compostela la primera feria Artesanía no Prato. 30 talleres de alfarería entraron en contacto con profesionales del sector gastronómico. La iniciativa ha generado un diálogo entre artesanía, cultura, turismo y gastronomía en Galicia. Se apostó por la innovación y el diseño, experimentando con nuevos materiales y soportes cerámicos para crear una experiencia inmersiva. Las demandas de los restauradores han permitido a los ceramistas ir más allá de los formatos tradicionales. Hoy en día, más de 40 talleres artesanos trabajan con restaurantes, así como empresas distribuidoras de utensilios de cocina para hoteles y restaurantes.

Institut National des Métiers d'Art

Pôle Promotion et Valorisation des métiers d'art et du patrimoine vivant



INSTITUT
NATIONAL
MÉTIERES
D'ART

Créditos de las fotografías:

- P.2 © Heon Suk Hong de Studio Ceramic & Paper
- P.4 © Slow Loom estudiotextil