



EL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN EUROPA

June 2022



| GEOCYL Consulting Firm LTD.

Arado Street 8, 3C
47014 Valladolid
info@geocyl.com
www.geocyl.com

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1	ASPECTOS RELEVANTES DEL SECTOR	8
1.1	Contexto internacional	9
1.2	Estructura de la oferta	21
1.3	Fuerzas competitivas y factores clave de éxito	41
1.4	Elementos básicos de la actividad artesanal.....	44
1.5	La demanda	54
1.6	La distribución.....	59
1.7	Procesos de gestión, innovación e implantación de nuevas tecnologías ...	63
1.8	Costes, rentabilidad y financiación	70
2	PERSPECTIVAS	77
2.1	Amenazas, oportunidades y tendencias	78
2.2	Previsiones de crecimiento	82
3	PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	89
	Estructura sectorial.....	90
	Coyuntura	93
	Previsiones y tendencias.....	95
	Recomendaciones	99

Identificación del sector, metodología y estructuración del informe

Desde el punto de vista internacional, la UNESCO establece que: «Los productos artesanales son los elaborados por los artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente» (UNESCO, 1997).

En el marco de la Unión Europea, no existe una definición única de artesanía o de actividad artesanal. En este sentido, la Comisión Europea ha establecido que «las empresas artesanales continuarán definiéndose a nivel nacional, en función de sus especialidades». De esta forma, la naturaleza de las actividades artesanas responderá a diferentes criterios, que pueden variar desde el tamaño o el sector, a consideraciones de carácter técnico o artístico. La heterogeneidad de todo lo referente al ámbito artesanal, por lo tanto, no permite llevar a cabo una comparación exhaustiva de los indicadores y las variables del sector, aunque en el presente estudio se ha llevado una labor sistemática de homogeneización, tanto en lo que respecta a los agregados, como en lo concerniente a las categorías consultadas en las encuestas y *focus group*.

Desde el punto de vista agregado, se apeló a una aproximación de las unidades como aquellas que se corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a un conjunto de categorías vinculadas con la noción de lo artesanal de la «Nomenclatura estadística de Actividades económicas de la Comunidad Europea» (NACE)¹.

Las actividades artesanales se consideran parte integral de la identidad colectiva y su aporte a la preservación del patrimonio cultural y la riqueza nacional. Sin embargo, en un entorno económico como el actual caracterizado por el cambio tecnológico y la globalización de los mercados, su papel como actividad económica generadora de riqueza y empleo queda al menos oscurecido. Sin embargo, la artesanía sigue empleando a miles de personas que combinan la tradición con las artes y siguen esforzándose por mantener una presencia en una economía en rápido desarrollo, ayudando a construir poblaciones en las zonas rurales y promoviendo otras actividades generadoras de riqueza y empleo, como el turismo y las actividades culturales; de igual manera la artesanía sigue cumpliendo labores fundamentales para llevar a cabo la protección del patrimonio cultural nacional.

La inadecuada identificación de estas actividades en las estadísticas económicas y laborales primarias contribuye significativamente a la pérdida de las mencionadas consideraciones económicas, que en parte determinan su opacidad económica.

¹ manufacture of textiles, manufacture of wearing apparel, manufacture of leather and related products, manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials, manufacture of paper and paper products, printing and reproduction of recorded media, manufacture of rubber and plastic products, manufacture of other non-metallic mineral products, manufacture of basic metals, manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, manufacture of furniture, other manufacturing.

Para el presente trabajo se aplicó una metodología de carácter mixto constituida por la consulta de fuentes externas, en especial, bases de datos del Eurostat, encuestas semiestructuradas² aplicadas por muestreo por conveniencia³ de artesanos de los países participantes en el estudio, cuestionarios aplicados a los representantes de algunas de las asociaciones de artesanos del grupo de países y un conjunto de focus groups con artesanos.

Es importante señalar que la participación durante la fase de aplicación de las encuestas a los artesanos fue asimétrica entre países. En este sentido, España y Portugal se caracterizan por una elevada participación, mientras que Bélgica y Francia destacan por lo opuesto. Conviene tener este aspecto presente en todo momento, con el objeto de realizar las matizaciones oportunas en los análisis efectuados.

² Las encuestas de naturaleza semiestructurada permiten consultar a los encuestados de una forma flexible y abierta, al tiempo que es posible establecer una estructura básica, fácilmente reconocible. Con base en dicha estructura, es posible explorar diversos conjuntos de planteamientos con el propósito de llevar a cabo una aproximación, lo más amplia posible, de la realidad y las percepciones de los artesanos. Este mismo principio se ha empleado en el caso de los cuestionarios aplicados a los representantes de las asociaciones de artesanos. La encuesta semiestructurada permite optimizar el tiempo dedicado a la misma, aunando un requerimiento temporal de corta duración y la posibilidad de acceder a un caudal de información detallada.

³ El muestreo por conveniencia se sustenta en la consulta de los sujetos disponibles, en este caso, los artesanos que consideraron oportuno participar en el estudio de cada uno de los países consultados. Este tipo de muestreo no permite tener un control sobre la representatividad de la muestra, aunque permite estudiar las características del grupo de artesanos participantes.

A continuación, se muestra una tabla donde se presentan los países participantes y el número de encuestas contestadas:

País	No. encuestas
Bélgica	1
España	351
Francia	3
Georgia	64
Irlanda	27
Italia	27
Países Bajos	13
Portugal	285
Reino Unido	70
Ucrania	45
Total	886

Los objetivos de este trabajo giran, no solo en torno a la definición y descripción del sector artesanal en Europa, sino también al peso que tiene en el marco de la economía europea. En este sentido, la información estadística trata sobre la contribución del sector en ámbitos como el empleo, la dinamización territorial o la estructura de actividades tradicionales y modernas. La estructura del informe se compone de tres partes.

La primera trata de la estructura y evolución del sector artesano europeo, abordándolo desde una revisión bibliográfica y estadística, en lo que respecta a los aspectos compositivos de la actividad y la naturaleza de las personas que trabajan en ella. En esta primera parte se discutirán diferentes aspectos de las actividades artesanales europeas, tales como: (i) visión general del entorno europeo, (ii) estructura de la oferta, (iii) competitividad y factores clave de

éxito, (iv) demanda, (v) distribución, (vi) procesos de gestión, innovación e implantación de nuevas tecnologías, y (vii) elementos básicos de estructura de costes y financiación.

La segunda parte ofrece una mirada en profundidad a las perspectivas de la industria para los próximos años, incluidas las tasas de crecimiento de la actividad y los factores que podrían influir en el futuro de la industria. Por último, la tercera parte engloba algunas de las principales conclusiones que se han identificado a partir, no solo de las fuentes secundarias o los focus group, sino, en especial, de la participación de los artesanos y las asociaciones a través de las encuestas.

1 ASPECTOS RELEVANTES DEL SECTOR

1.1 Contexto internacional

La actividad en el sector de la Artesanía en Europa se encuentra muy dispersa, si bien hay países que tienen un protagonismo mayor por el número de unidades artesanales que posee. En este sentido, y de acuerdo con la clasificación utilizada para el presente trabajo, destaca el número de empresas artesanales de Italia, Polonia y Chequia, países que ocupan las primeras tres posiciones. Por el contrario, los países europeos con una menor implantación de unidades artesanales son Malta, Islandia y Luxemburgo.

En relación con el total de las empresas, los países en los que las unidades artesanales tienen un mayor peso son Eslovaquia, Chequia y Serbia con valores superiores al 10,4%. Entre los países de la muestra destacan Italia (6,6%) y Portugal (5,4%)

El sector artesanal, no solo tiene un peso notable en el conjunto del tejido productivo, sino que también es relevante en lo relacionado con el volumen de empleo que genera. Los países donde el sector artesanal genera más empleo son Italia, Polonia, Alemania y España, todos ellos por encima de las 200.000 personas empleadas. Destaca el caso de Italia, país en el que el sector artesanal ocupa en torno a 530.000 personas.

En términos relativos, Eslovaquia, Chequia, Italia y Eslovenia son los países en los que el número de personas empleadas por el sector artesanal tiene un mayor peso en el total de ocupados con porcentajes superiores al 3,3%, según datos de 2018. En este sentido, sobresale Eslovaquia, país donde el empleo artesanal representa casi un 5% del total.

Las unidades productivas de carácter artesanal que más emplean, en términos relativos, son Suiza, Alemania y Serbia con valores comprendidos entre 2,3% y 2,9%.

Desde el punto de vista del consumo, los últimos años han sido de ajuste debido a la pandemia de covid-19. Durante 2020, algunas de las mayores caídas se registraron en países de la muestra como España (-13,1%) o Italia (-10,9%).

La estructura del consumo en Europa se encuentra relativamente concentrada en torno los bienes y servicios básicos. Las categorías más vinculadas con el sector artesanal tienen un peso intermedio como con los casos de ocio y cultura (9.1%), mobiliario (5,4%) o ropa y calzado (4,7%).

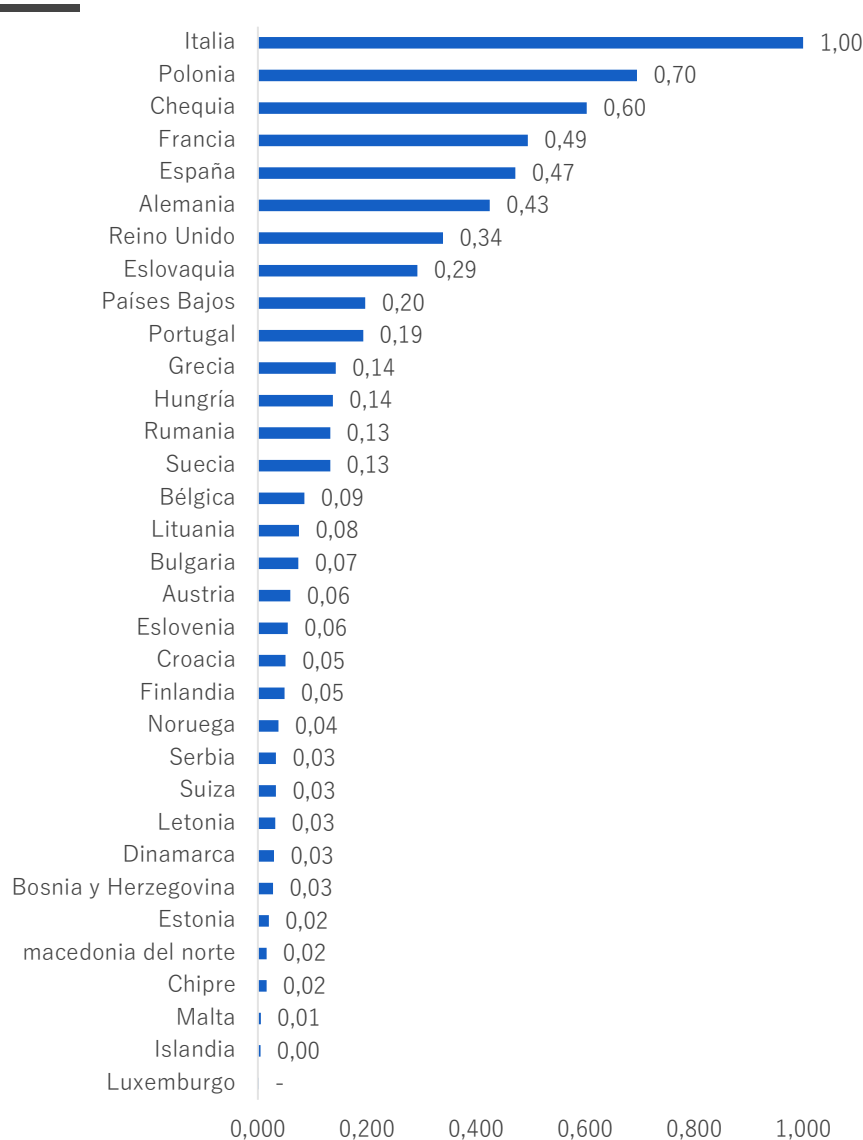
Tabla 2
Evolución del número de empresas del sector artesanal en Europa, 2014-2018 (a) (en miles de unidades)

País	2014	2015	2016	2017	2018
Bélgica	22.675	21.409	21.688	23.183	20.161
Bulgaria	19.456	19.578	19.760	19.609	19.724
Chequia	122.221	123.185	125.035	126.150	130.117
Dinamarca	7.789	7.628	7.795	7.903	7.810
Alemania	129.700	127.108	124.074	117.774	124.633
Estonia	4.895	5.137	5.225	5.348	5.226
Irlanda	9.846	8.030	8.089	8.634	nd
Grecia	38.535	35.630	35.484	31.714	31.492
España	112.997	113.210	112.156	111.604	112.555
Francia	126.202	111.424	114.426	105.338	112.076
Croacia	13.009	12.602	12.279	12.314	12.456
Italia	254.322	248.309	247.033	244.408	245.348
Chipre	3.650	3.609	3.524	3.540	3.559
Letonia	7.121	7.576	7.919	7.778	7.795
Lituania	14.731	16.050	16.528	16.867	17.339
Luxemburgo	517	499	482	480	474
Hungría	29.228	30.341	30.875	31.450	32.473
Malta	1.413	1.371	1.466	1.406	1.476
Países bajos	39.907	40.781	41.835	42.558	44.380
Austria	16.352	16.170	15.945	16.112	15.777
Polonia	125.805	130.054	136.035	137.776	160.268
Portugal	47.533	47.764	47.785	47.984	48.261
Rumania	32.377	32.636	32.691	33.608	35.193
Eslovenia	12.436	12.504	12.475	12.636	12.734
Eslovaquia	52.261	52.029	54.679	58.243	61.964
Finlandia	13.321	12.906	12.582	12.423	12.104
Suecia	34.554	34.642	34.455	34.158	30.215
Islandia	nd	1.087	1.175	1.175	1.127
Noruega	9.850	9.766	9.624	9.407	9.041
Suiza	12.838	12.408	12.136	11.836	11.616
Reino unido	80.759	83.709	85.583	86.639	87.054
Macedonia del norte	4.796	4.971	5.044	5.002	5.245
Serbia	nd	nd	9.776	9.070	9.093
Bosnia y Herzegovina	6.299	6.527	6.854	7.291	7.220

(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except⁴ furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2). **Fuente: Eurostat.**

Tabla 3

Cuotas relativas del número de empresas del sector artesanal en Europa, 2018 (a).
(%)



(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2).

Fuente: Eurostat.

Tabla 4

Empresas del sector artesanal con respecto al número total de empresas en Europa, 2014-2018 (a) . (%)

País	2014	2015	2016	2017	2018
Bélgica	3,8	3,6	3,5	3,7	3,2
Bulgaria	6,1	6,0	5,9	5,8	5,7
Chequia	12,3	12,3	12,3	12,4	12,5
Dinamarca	3,7	3,6	3,6	3,5	3,5
Alemania	5,2	5,3	5,0	4,7	4,8
Estonia	7,6	7,5	7,4	7,1	6,7
Irlanda	4,2	3,3	3,3	3,3	nd
Grecia	5,5	4,5	4,5	4,4	4,4
España	4,8	4,6	4,2	4,2	4,2
Francia	4,0	3,8	3,7	3,8	3,9
Croacia	8,8	8,6	8,3	8,2	8,1
Italia	6,8	6,7	6,6	6,6	6,6
Chipre	7,8	7,5	7,0	6,7	6,4
Letonia	7,1	6,9	6,9	6,9	6,9
Lituania	8,4	8,6	8,6	8,3	8,2
Luxemburgo	1,6	1,6	1,5	1,4	1,4
Hungría	5,7	5,7	5,6	5,5	5,4
Malta	5,4	5,3	5,0	4,9	4,6
Países Bajos	3,8	3,7	3,7	3,7	3,6
Austria	5,1	5,0	4,9	4,8	5,0
Polonia	8,1	8,1	8,0	7,9	8,2
Portugal	6,1	5,9	5,7	5,5	5,4
Rumania	7,1	7,1	7,0	6,9	7,0
Eslovenia	9,6	9,3	9,0	8,9	8,7
Eslovaquia	12,4	12,1	12,3	12,3	12,6
Finlandia	5,8	5,6	5,5	5,4	5,3
Suecia	5,1	5,0	4,9	4,8	4,7
Islandia	nd	nd	nd	nd	nd
Noruega	3,4	3,3	nd	nd	nd
Suiza	8,7	8,7	nd	nd	nd
Reino Unido	4,4	4,3	4,0	4,0	4,0
Macedonia Del Norte	8,9	9,1	9,1	nd	nd
Serbia	nd	nd	nd	10,6	10,4
Bosnia Y Herzegovina	9,7	9,9	nd	nd	nd

⁵ (a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2).

Tabla 5

Evolución del número de empleados del sector artesanal en Europa, 2014-2018 (a) .

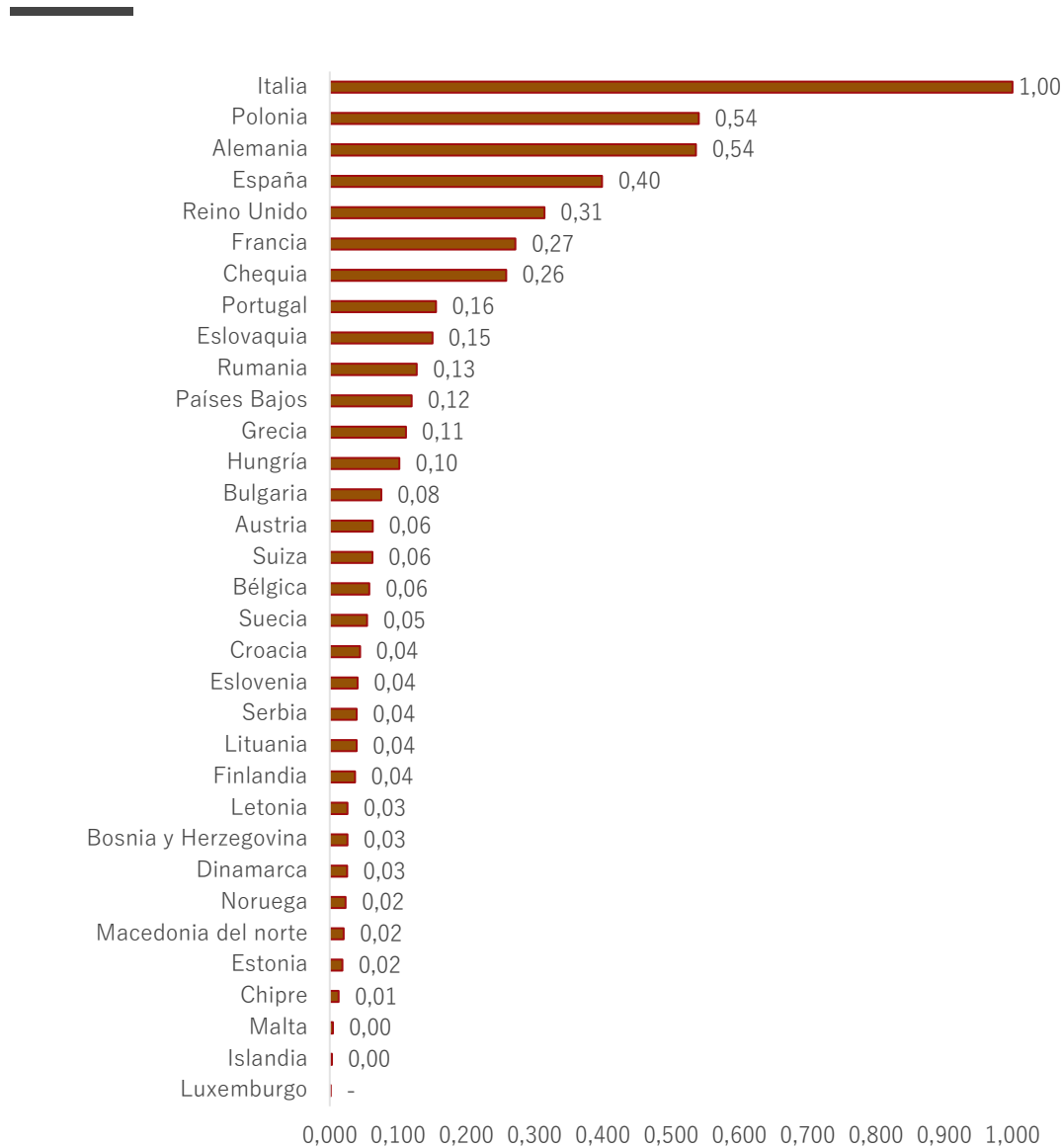
(en miles de unidades)

País	2014	2015	2016	2017	2018
Bélgica	36.555	33.969	34.840	36.547	30.924
Bulgaria	39.611	39.634	40.549	40.015	40.233
Chequia	133.580	133.443	134.826	135.211	137.676
Dinamarca	15.279	15.238	13.035	13.629	13.533
Alemania	303.322	317.694	282.576	277.143	285.990
Estonia	10.067	10.065	9.512	10.243	9.822
Irlanda	15.787	12.981	13.180	13.655	nd
Grecia	67.017	54.012	61.100	53.473	59.427
España	233.838	228.767	219.462	219.704	212.648
Francia	205.556	177.590	177.083	137.651	145.054
Croacia	27.062	26.014	24.897	25.171	23.623
Italia	563.843	553.159	546.893	533.372	533.193
Chipre	5.951	6.361	6.395	6.581	6.942
Letonia	13.634	14.368	14.608	13.803	13.832
Lituania	18.853	20.013	20.681	20.529	21.013
Luxemburgo	814	814	774	739	683
Hungría	52.339	53.236	53.713	53.118	54.415
Malta	2.818	2.228	2.869	2.009	2.473
Países Bajos	62.590	62.021	63.525	63.913	63.932
Austria	35.642	34.866	34.234	34.419	33.478
Polonia	260.161	275.431	287.590	294.666	288.231
Portugal	81.106	81.940	82.372	82.820	82.888
Rumania	63.117	63.340	65.000	65.428	67.988
Eslovenia	20.304	21.185	21.116	21.465	21.657
Eslovaquia	66.050	66.024	68.363	73.969	80.223
Finlandia	22.321	21.500	20.885	20.441	19.733
Suecia	49.293	37.162	36.347	34.256	29.204
Islandia	nd	1.566	1.710	1.821	1.693
Noruega	14.118	13.499	13.330	13.115	12.381
Suiza	37.358	35.227	35.749	34.190	33.432
Reino Unido	158.456	166.422	163.773	167.600	167.629
Macedonia Del Norte	nd	nd	8.804	8.957	10.852
Serbia	nd	nd	21.866	21.209	21.074
Bosnia Y Herzegovina	13.400	12.060	16.093	13.260	13.792

(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2). **Fuente: Eurostat.**

Tabla 6

Cuotas relativas del número de empleados del sector artesanal en Europa, 2014-2018 (a)
(%)



(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2). **Fuente: Eurostat.**

Tabla 7

Empleados de las empresas del sector artesanal con respecto al número de empleados total de empresas en Europa, 2014-2018 (a) . (%)

País	2014	2015	2016	2017	2018
Bélgica	1,3	1,2	1,2	1,3	1,0
Bulgaria	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0
Chequia	3,8	3,7	3,7	3,6	3,6
Dinamarca	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7
Alemania	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9
Estonia	2,5	2,4	2,3	2,4	2,2
Irlanda	1,3	1,0	1,0	0,9	0,0
Grecia	3,0	2,5	2,6	2,3	2,3
España	2,2	2,1	1,9	1,8	1,7
Francia	1,3	1,2	1,1	0,9	0,9
Croacia	2,7	2,6	2,5	2,5	2,3
Italia	4,0	3,9	3,8	3,6	3,5
Chipre	2,9	2,9	2,8	2,6	2,6
Letonia	2,2	2,3	2,3	2,2	2,1
Lituania	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1
Luxemburgo	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Hungría	2,1	2,1	2,0	2,0	1,9
Malta	2,2	1,7	2,0	1,4	1,6
Países Bajos	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1
Austria	1,3	1,3	1,2	1,2	1,1
Polonia	3,1	3,2	3,2	3,2	2,9
Portugal	2,8	2,7	2,6	2,5	2,4
Rumania	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7
Eslovenia	3,5	3,6	3,5	3,4	3,3
Eslovaquia	4,6	4,4	4,5	4,6	4,9
Finlandia	1,5	1,5	1,4	1,4	1,3
Suecia	1,6	1,2	1,1	1,0	0,9
Islandia	nd	nd	nd	nd	nd
Noruega	0,9	0,8	nd	nd	nd
Suiza	1,3	1,3	nd	nd	nd
Reino Unido	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Macedonia Del Norte	nd	nd	2,3	nd	nd
Serbia	nd	nd	nd	1,9	1,8
Bosnia Y Herzegovina	2,8	2,5	nd	nd	nd

(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2). **Fuente: Eurostat.**

Tabla 8
Empleados por empresa del sector artesanal, 2014-2018 (a) . (número de empleados)

País	2014	2015	2016	2017	2018
Bélgica	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5
Bulgaria	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0
Chequia	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Dinamarca	2,0	2,0	1,7	1,7	1,7
Alemania	2,3	2,5	2,3	2,4	2,3
Estonia	2,1	2,0	1,8	1,9	1,9
Irlanda	1,6	1,6	1,6	1,6	nd
Grecia	1,7	1,5	1,7	1,7	1,9
España	2,1	2,0	2,0	2,0	1,9
Francia	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3
Croacia	2,1	2,1	2,0	2,0	1,9
Italia	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Chipre	1,6	1,8	1,8	1,9	2,0
Letonia	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8
Lituania	1,3	1,2	1,3	1,2	1,2
Luxemburgo	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4
Hungría	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7
Malta	2,0	1,6	2,0	1,4	1,7
Países Bajos	1,6	1,5	1,5	1,5	1,4
Austria	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1
Polonia	2,1	2,1	2,1	2,1	1,8
Portugal	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Rumania	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9
Eslovenia	1,6	1,7	1,7	1,7	1,7
Eslovaquia	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Finlandia	1,7	1,7	1,7	1,6	1,6
Suecia	1,4	1,1	1,1	1,0	1,0
Islandia	nd	1,4	1,5	1,5	1,5
Noruega	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Suiza	2,9	2,8	2,9	2,9	2,9
Reino Unido	2,0	2,0	1,9	1,9	1,9
Macedonia Del Norte	nd	nd	1,7	1,8	2,1
Serbia	nd	nd	2,2	2,3	2,3
Bosnia Y Herzegovina	2,1	1,8	2,3	1,8	1,9

(a) las unidades productivas del sector artesanal corresponden a las empresas con menos de 9 empleados pertenecientes a las categorías Manufacture of textiles, Manufacture of wearing apparel, Manufacture of leather and related products, Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting Materials, Manufacture of paper and paper products, Printing and reproduction of recorded media, Manufacture of rubber and plastic products, Manufacture of other non-metallic mineral products, Manufacture of basic metals, Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment, Manufacture of furniture, Other manufacturing de la NACE (Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea Rev 2). **Fuente: Eurostat.**

Tabla 9

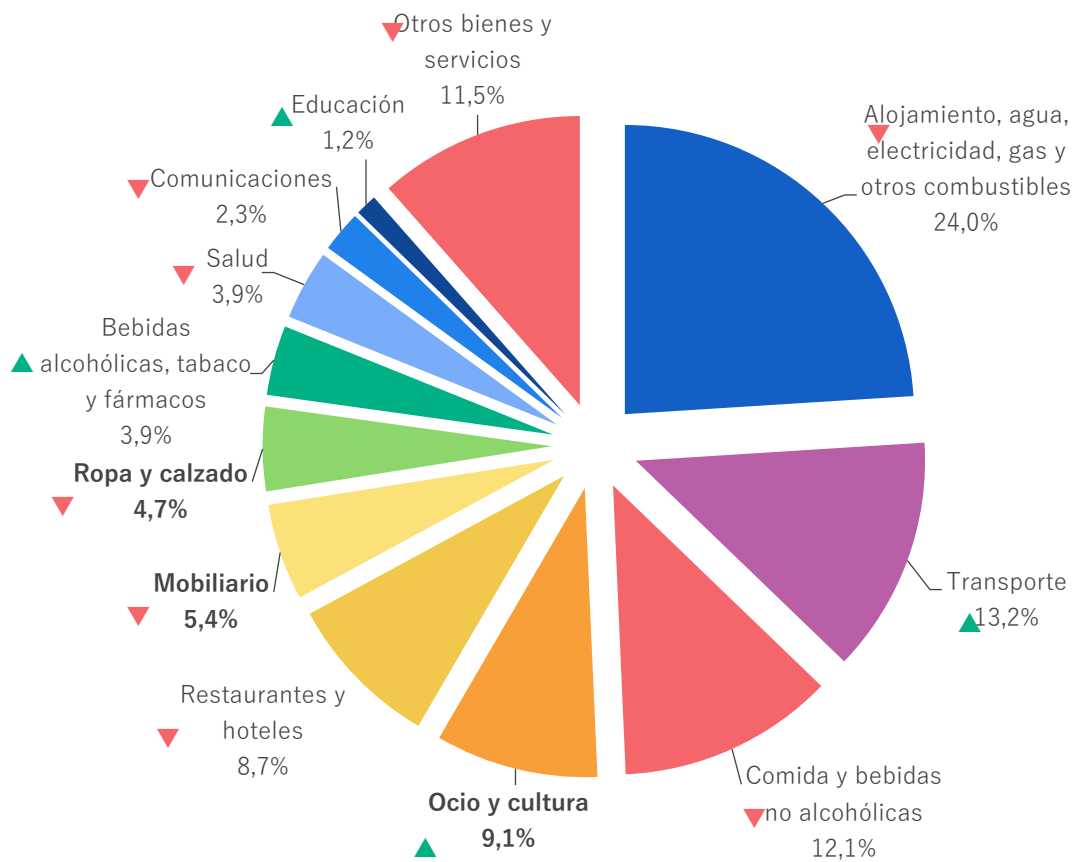
Evolución del consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2017-2019. Previsión 2020-2021. (% de variación en términos reales sobre el año anterior)

País	2017	2018	2019	2020	2021
Alemania	1,3	1,3	1,6	-8,3	6,0
Austria	1,4	1,1	1,4	-4,7	4,9
Bélgica	1,8	1,5	1,1	-6,9	6,5
Bulgaria	3,8	4,4	5,8	-5,8	5,6
Chipre	4,5	3,3	3,0	-6,7	5,1
Croacia	3,1	3,2	3,5	-6,9	6,1
Dinamarca	1,6	2,6	2,2	-6,4	5,9
Eslovaquia	4,3	3,9	2,2	-7,1	7,2
Eslovenia	2,0	2,8	2,7	-6,1	6,3
España	3,0	1,8	0,9	-13,1	5,5
Estonia	2,8	4,3	3,1	-7,2	7,1
Finlandia	1,0	1,7	1,0	-7,9	4,9
Francia	1,4	0,9	1,2	-9,3	8,9
Grecia	0,9	1,1	0,8	-9,0	7,6
Hungría	4,7	4,8	5,1	-6,0	5,5
Irlanda	3,1	3,4	2,8	-8,8	4,6
Italia	1,5	0,9	0,4	-10,9	7,3
Letonia	3,1	4,2	2,9	-6,1	7,0
Lituania	3,5	3,7	3,2	-9,9	7,8
Luxemburgo	2,2	3,3	2,8	-4,1	4,6
Malta	3,4	7,6	2,4	-5,0	4,0
Países Bajos	2,1	2,3	1,4	-9,5	7,2
Polonia	4,5	4,5	3,8	-4,9	3,8
Portugal	2,1	2,9	2,3	-8,9	7,7
Reino Unido	2,2	1,6	1,1	-10,3	6,9
República Checa	4,3	3,2	3,0	-4,5	4,0
Rumanía	10,0	7,3	5,9	-6,2	4,9
Suecia	2,1	1,7	1,2	-5,2	3,4

(a) previsión Banco de España a septiembre de 2019. (b) previsión Banco de Portugal a junio de 2019. **Fuente: Comisión Europea.**

Tabla 10

Distribución del consumo final de los hogares en el conjunto de la UE por categorías de bienes y servicios, 2018. (% sobre valor)



Nota: corresponde a la UE 28. Las flechas indican tendencias respecto al año anterior de la participación de las distintas partidas de gasto. Fuente: Eurostat.

Tabla 11

Distribución del consumo final de los hogares en los países de la UE por categorías de bienes y servicios y principales ámbitos de consumo en productos artesanales, 2018.

(% sobre valor)

País	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Alemania	24,0	13,9	10,8	11,0	5,5	6,3	4,5	3,2	5,1	2,3	0,9	12,5
Austria	22,3	12,4	9,7	10,0	13,6	6,6	5,7	3,2	3,8	1,9	1,0	9,9
Bélgica	24,3	11,4	12,5	8,3	6,5	6,0	4,8	4,2	6,6	2,1	0,4	13,2
Bulgaria	19,9	13,3	19,1	7,8	7,0	5,1	3,2	5,2	6,3	4,8	1,2	7,1
Chipre	14,8	15,6	11,2	7,0	16,7	4,7	4,5	4,7	5,4	2,5	3,0	9,9
Croacia	16,8	9,7	18,8	8,3	14,7	4,7	4,1	6,7	4,1	4,0	0,9	7,2
Dinamarca	28,0	12,0	11,5	11,7	6,2	5,5	4,2	3,5	2,9	2,0	0,8	11,6
Eslovaquia	28,2	6,8	17,2	9,9	6,0	6,2	4,2	5,5	2,4	3,2	1,5	9,1
Eslovenia	19,0	16,9	14,0	9,2	7,7	4,9	5,4	4,9	3,8	2,8	1,3	10,2
España	21,9	12,6	12,5	7,5	14,8	4,6	4,1	3,9	4,1	2,6	1,6	9,9
Estonia	18,5	11,6	19,5	8,6	8,4	4,4	6,4	7,8	3,3	2,4	0,5	8,6
Finlandia	28,6	11,9	11,6	10,2	6,7	4,6	4,1	4,7	4,9	2,3	0,4	10,0
Francia	26,1	14,0	13,1	7,9	7,4	4,6	3,6	3,8	4,0	2,4	0,5	12,6
Grecia (a)	19,8	13,6	16,9	4,6	15,4	2,8	3,7	4,4	4,9	4,4	2,1	7,3
Hungría	20,2	12,9	17,5	7,4	8,8	4,9	3,6	7,3	4,0	3,1	1,8	8,4
Irlanda	25,1	12,6	8,8	6,7	15,1	4,4	4,0	4,9	4,9	2,5	1,8	9,1
Italia	22,5	12,9	14,2	6,7	10,3	6,2	6,2	4,2	3,5	2,3	0,9	10,3
Letonia	21,0	12,5	18,3	9,4	7,1	3,7	4,8	7,7	4,4	2,9	1,5	6,7
Lituania	15,0	15,8	20,9	8,2	4,2	7,0	6,0	5,7	4,4	2,7	0,5	9,7
Luxemburgo	24,2	15,8	9,1	6,1	7,2	5,5	5,1	8,3	3,1	1,3	0,9	13,4
Malta	12,4	12,0	13,0	8,9	20,8	4,6	5,7	3,8	4,4	2,9	2,1	9,5
Países Bajos	24,1	12,4	11,3	10,0	8,7	5,8	5,1	3,2	3,4	2,5	0,7	13,0
Polonia	20,3	12,8	16,3	8,2	3,6	5,6	5,3	6,1	5,8	2,2	1,0	12,9
Portugal	17,4	13,4	16,3	5,6	13,5	4,8	6,0	3,2	5,2	2,2	1,6	10,6
Reino Unido	25,9	13,7	7,8	11,2	9,3	4,9	5,0	3,3	2,0	1,6	2,3	13,0
República Checa	26,5	10,4	15,3	8,7	8,8	5,2	3,6	8,0	2,4	2,8	0,5	7,8
Rumanía	22,6	10,7	26,2	6,5	3,2	5,7	4,3	5,4	6,3	3,9	1,4	3,9
Suecia	25,9	12,2	12,6	11,1	7,1	6,0	4,2	3,4	3,1	3,2	0,3	10,9
TOTAL UE 28	24,0	13,2	12,1	9,1	8,7	5,4	4,7	3,9	3,9	2,3	1,2	11,5

1. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles
2. Transporte
3. Comida y bebidas no alcohólicas
4. Ocio y cultura
5. Restaurantes y hoteles
6. Mobiliario

7. Ropa y calzado
8. Bebidas alcohólicas, tabaco y fármacos
9. Salud
10. Comunicaciones
11. Educación
12. Otros bienes y servicios

Nota: los porcentajes han de leerse horizontalmente. Fuente: Eurostat.

1.2 Estructura de la oferta

El sector artesanal de los países de la muestra se encuentra compuesto, en su mayoría, por unidades productivas implantadas en el medio urbano, lo cual guarda estrecha relación con la facilidad en el acceso a los mercados, una mayor oferta de insumos y un contacto más estrecho con redes de trabajo y promoción de artesanos. El capital de las unidades productivas del sector es mayoritariamente de carácter individual o familiar.

Desde el punto de vista de la composición del personal, la mayor parte del empleo se genera en torno a los artesanos individuales o aquellas empresas que ocupan entre 2 y 5 personas. Ello indica, no solo la elevada dispersión del empleo en el sector, sino que pone de manifiesto la relación estrecha entre actividad artesanal y autoempleo. En este sentido, en torno al 73% de los artesanos consultados para el estudio desarrollan su actividad en solitario.

En un porcentaje relativamente elevado de artesanos manifiestan que tienen un tipo de contrato de carácter temporal, al tiempo que los indefinidos son una minoría. También destaca que buena parte de la ocupación que se ofrece en el sector se lleva a cabo a través de contratos de prácticas. Por otro lado, la mayor parte de los artesanos se dedica a su jornada de forma parcial, incluso en los casos de unidades artesanales con más de 1 persona ocupada.

El sector artesanal europeo, con base en la muestra analizada, suele ser de mediana edad, concentrándose en las franjas de 40-49 años (29,6%) y 50-59 años (34,4%). Sobresalen los casos de Países Bajos y Portugal, donde la franja de edad comprendida entre los 60-69 años concentra en torno a una quinta parte de la ocupación. La mayor parte de los artesanos desarrollan su actividad con una antigüedad de entre 1 y 10 años (52,6%), lo que permite

verificar que es un sector que ha dado cabida a la mayoría durante los últimos años. Los artesanos que llevan a cabo su actividad desde hace 20 años representan el 26,8%. En esta línea, en torno al 61,5% de los artesanos considera que tiene o tendrá problemas de relevo generacional para su actividad.

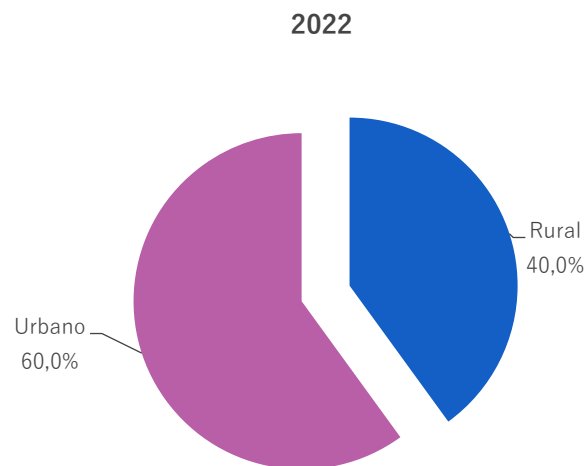
Por otra parte, la mayor parte de los artesanos cuentan con formación profesional (17,7%) o formación universitaria (36,0%).

La condición, principalmente, de carácter individual del sector artesano, tiene su expresión en la forma jurídica con base en la cual ejerce su actividad. En este sentido, el 84,4% de los artesanos de la muestra expresaron ser autónomos. En este contexto, destaca Italia, país donde las figuras societarias concentran cerca del 30% de la actividad artesanal. En torno al 63,4% de los artesanos, por otra parte, indican que se dedican de forma exclusiva a su actividad orientada a la producción de artesanía.

Tabla 12

Distribución de los artesanos por ubicación geográfica, 2022.

País	Zona		Total
	Rural	Urbano	
Bélgica	100,0%	-	100,0%
España	45,2%	54,8%	100,0%
Francia	75,0%	25,0%	100,0%
Georgia	15,6%	84,4%	100,0%
Italia	18,5%	81,5%	100,0%
Irlanda	53,6%	46,4%	100,0%
Países Bajos	26,7%	73,3%	100,0%
Portugal	38,7%	61,3%	100,0%
Reino Unido	55,7%	44,3%	100,0%
Ucrania	22,2%	77,8%	100,0%
Otros	33,3%	66,7%	100,0%
Total	40,0%	60,0%	100,0%



Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 13
Distribución de los artesanos por número de personas empleadas en su actividad, 2022.

País	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Bélgica	50,0%	50,0%	-	-	-	100,0%
España	68,6%	26,8%	2,6%	1,2%	0,9%	100,0%
Francia	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	61,0%	32,8%	4,7%	-	-	100,0%
Italia	70,4%	25,9%	3,7%	-	-	100,0%
Irlanda	78,6%	21,4%	-	-	-	100,0%
Países Bajos	86,7%	13,3%	-	-	-	100,0%
Portugal	82,0%	16,2%	1,1%	-	-	100,0%
Reino Unido	80,0%	15,7%	4,3%	-	-	100,0%
Ucrania	42,2%	35,6%	15,6%	6,7%	-	100,0%
Otros	50,0%	50,0%	-	-	-	100,0%
Total	72,6%	23,2%	2,9%	1,0%	0,3%	100,0%

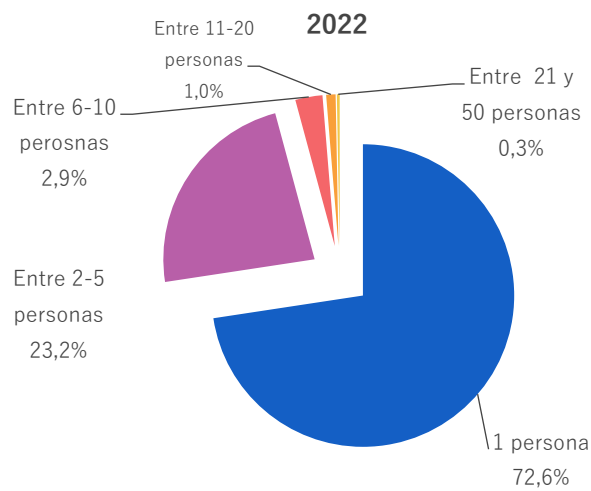

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 14
Distribución de los artesanos por número de empleados y tipo de contrato laboral, 2022.

País	Tipo contrato	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Bélgica	Práctica	-	-	100,0%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
España	Indefinidos	9,5%	3,2%	73,0%	1,6%	12,7%	100,0%
	Temporal	48,6%	1,4%	47,2%	2,8%	-	100,0%
	Práctica	55,6%	11,1%	22,2%	-	11,1%	100,0%
	Sin respuesta	94,6%	-	5,4%	-	-	100,0%
Francia	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	Indefinidos	7,7%	-	92,3%	-	-	100,0%
	Temporal	20,0%	-	60,0%	-	20,0%	100,0%
	Práctica	-	-	50,0%	-	50,0%	100,0%
	Sin respuesta	92,3%	-	7,7%	-	-	100,0%
Irlanda	Indefinidos	-	-	100,0%	-	-	100,0%
	Temporal	70,0%	-	30,0%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Italia	Indefinidos	-	-	100,0%	-	-	100,0%
	Temporal	75,0%	-	12,5%	-	12,5%	100,0%
	Sin respuesta	86,7%	-	13,3%	-	-	100,0%
Países Bajos	Indefinidos	-	-	100,0%	-	-	100,0%
	Temporal	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Práctica	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	83,3%	-	16,7%	-	-	100,0%

(cont.)

Tabla 14 (cont.)

Distribución de los artesanos por número de empleados y tipo de contrato laboral, 2022.

País	Tipo contrato	1	Entre 2 y	Entre 6 y	Entre 11 y	Entre 21 y	Total
		persona	5 personas	10 personas	20 personas	50 personas	
Portugal	Indefinidos	78,3%	1,2%	16,9%	-	3,6%	100,0%
	Temporal	83,3%	0,7%	16,0%	-	-	100,0%
	Práctica	83,3%	-	16,7%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Reino Unido	Indefinidos	14,3%	-	57,1%	-	28,6%	100,0%
	Temporal	54,5%	-	36,4%	-	9,1%	100,0%
	Práctica	33,3%	-	66,7%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	98,0%	-	2,0%	-	-	100,0%
Ucrania	Indefinidos	20,0%	6,7%	46,7%	-	26,7%	100,0%
	Temporal	13,3%	13,3%	53,3%	-	20,0%	100,0%
	Práctica	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	92,9%	-	7,1%	-	-	100,0%
Otros	Temporal	50,0%	-	50,0%	-	-	100,0%
	Práctica	-	-	100,0%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Total		72,5%	1,0%	23,2%	0,3%	2,9%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 15
Distribución de los artesanos por tiempo dedicado a la actividad artesanal y número de empleados, 2022.

País	Dedicación da la actividad artesanal	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Bélgica	Jornada completa	-	100,0%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
España	Jornada completa	30,0%	59,1%	5,5%	3,6%	1,8%	100,0%
	Jornada parcial	49,2%	44,1%	5,1%	-	1,7%	100,0%
	Sin respuesta	98,9%	1,1%	0,0%	-	-	100,0%
Francia	Jornada completa	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Jornada parcial	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	Jornada completa	50,0%	42,1%	7,9%	-	-	100,0%
	Jornada parcial	45,5%	54,5%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Irlanda	Jornada completa	76,9%	23,1%	-	-	-	100,0%
	Jornada parcial	75,0%	25,0%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Italia	Jornada completa	61,5%	30,8%	7,7%	-	-	100,0%
	Jornada parcial	71,4%	28,6%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	85,7%	14,3%	-	-	-	100,0%
Países Bajos	Jornada completa	66,7%	33,3%	-	-	-	100,0%
	Jornada parcial	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%

(cont.)

Tabla 15 (cont.)
Distribución de los artesanos por tiempo dedicado a la actividad artesanal y número de empleados, 2022.

País	Dedicación da la actividad artesanal	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Portugal	Jornada completa	72,3%	24,1%	2,2%	1,5%	-	100,0%
	Jornada parcial	91,2%	8,8%	-	-	-	100,0%
Reino Unido	Jornada completa	63,6%	27,3%	9,1%	-	-	100,0%
	Jornada parcial	80,0%	16,0%	4,0%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	95,7%	4,3%	-	-	-	100,0%
Ucrania	Jornada completa	28,6%	38,1%	19,0%	14,3%	-	100,0%
	Jornada parcial	37,5%	43,8%	18,8%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	87,5%	12,5%	-	-	-	100,0%
Otros	Jornada completa	-	100,0%	-	-	-	100,0%
	Jornada parcial	75,0%	25,0%	-	-	-	100,0%
Total		72,5%	23,2%	2,9%	1,0%	0,3%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 16
Distribución de los artesanos por número de empleados e intención de contratación de personal a futuro, 2022.

País	Planea contratar más personal	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Bélgica	No	50,0%	50,0%	-	-	-	100,0%
España	No	64,2%	33,0%	1,9%	0,9%	-	100,0%
	Sí	46,8%	37,1%	8,1%	3,2%	4,8%	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Francia	No	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	No	71,0%	29,0%	-	-	-	100,0%
	Sí	38,5%	50,0%	11,5%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Irlanda	No	73,9%	26,1%	-	-	-	100,0%
	Sí	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Italia	No	76,9%	15,4%	7,7%	-	-	100,0%
	Sí	63,6%	36,4%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	66,7%	33,3%	-	-	-	100,0%
Países Bajos	No	90,0%	10,0%	-	-	-	100,0%
	Sí	66,7%	33,3%	-	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%

(cont.)

Tabla 16 (cont.)

Distribución de los artesanos número de empleados e intención de contratación de personal a futuro, 2022.

País	Planea contratar más personal	1 persona	Entre 2 y 5 personas	Entre 6 y 10 personas	Entre 11 y 20 personas	Entre 21 y 50 personas	Total
Portugal	No	87,0%	12,2%	0,4%	0,4%	-	100,0%
	Sí	40,0%	50,0%	6,7%	3,3%	-	100,0%
Reino Unido	No	86,0%	12,0%	2,0%	-	-	100,0%
	Sí	46,2%	38,5%	15,4%	-	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Ucrania	No	50,0%	42,9%	7,1%	-	-	100,0%
	Sí	26,9%	38,5%	23,1%	11,5%	-	100,0%
	Sin respuesta	100,0%	-	-	-	-	100,0%
Otros	No	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Sí	25,0%	75,0%	-	-	-	100,0%
Total		72,5%	23,2%	2,9%	1,0%	0,3%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 17

Distribución de los artesanos por rango de edades, 2022.

País	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	Total
Bélgica	-	-	-	100,0%	-	-	100,0%
España	2,3%	13,5%	30,1%	38,0%	15,8%	0,3%	100,0%
Francia	-	-	66,7%	-	33,3%	-	100,0%
Georgia	4,8%	20,6%	31,7%	31,7%	7,9%	3,2%	100,0%
Irlanda	11,1%	7,4%	29,6%	37,0%	14,8%	-	100,0%
Italia	3,7%	22,2%	11,1%	48,1%	14,8%	-	100,0%
Países Bajos	-	6,7%	26,7%	33,3%	20,0%	13,3%	100,0%
Portugal	2,5%	6,0%	30,6%	32,7%	21,7%	6,4%	100,0%
Reino Unido	6,0%	19,4%	25,4%	31,3%	13,4%	4,5%	100,0%
Ucrania	9,1%	38,6%	36,4%	11,4%	4,5%	-	100,0%
Otros	-	20,0%	-	60,0%	20,0%	-	100,0%
Total	3,4%	13,2%	29,6%	34,4%	16,4%	3,0%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 18
Distribución de los artesanos según su nivel de formación educativa, 2022.

País	Edu. básica	Edu. secundaria	Estudios universit.	Formación profesional	Máster o Doctorado	Sin estudios	Total
Bélgica	-	50,0%	50,0%	-	-	-	100,0%
España	10,1%	14,7%	33,7%	32,0%	9,2%	0,3%	100,0%
Francia	25,0%	25,0%	25,0%	-	25,0%	-	100,0%
Georgia	-	4,7%	75,0%	-	20,3%	-	100,0%
Irlanda	3,6%	7,1%	39,3%	25,0%	25,0%	-	100,0%
Italia	-	51,9%	14,8%	14,8%	18,5%	-	100,0%
Países Bajos	6,7%	26,7%	20,0%	13,3%	26,7%	6,7%	100,0%
Portugal	15,1%	41,5%	26,8%	8,5%	7,7%	0,4%	100,0%
Reino Unido	2,9%	1,4%	44,3%	5,7%	45,7%	-	100,0%
Ucrania	2,2%	-	62,2%	11,1%	22,2%	2,2%	100,0%
Otros	16,7%	-	16,7%	16,7%	16,7%	33,3%	100,0%
Total	9,5%	21,9%	36,0%	17,7%	14,2%	0,7%	100,0%

Tabla 19
Distribución de los artesanos según su nivel de formación educativa y tipo de contrato laboral, 2022.

País	Tipo contrato	Doctorado o Máster	Edu. básica	Edu. secundaria	Estudios universit.	Formación Prof.	Sin estud.	Sin resp.	Total
Bélgica	Práctica	-	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
España	Indefinidos	1,6%	20,6%	20,6%	17,5%	34,9%	1,6%	3,2%	100,0%
	Temporal	2,8%	13,9%	22,2%	22,2%	31,9%	1,4%	5,6%	100,0%
Georgia	Práctica	-	33,3%	-	33,3%	22,2%	-	11,1%	100,0%
	Indefinidos	15,4%	7,7%	-	53,8%	-	-	23,1%	100,0%
	Temporal	-	-	-	70,0%	20,0%	-	10,0%	100,0%
Irlanda	Práctica	-	-	-	50,0%	50,0%	-	-	100,0%
	Indefinidos	-	-	33,3%	33,3%	33,3%	-	-	100,0%
	Temporal	-	20,0%	10,0%	50,0%	10,0%	10,0%	-	100,0%
Italia	Indefinidos	-	25,0%	-	25,0%	50,0%	-	-	100,0%
	Temporal	-	-	37,5%	12,5%	25,0%	-	25,0%	100,0%
Países Bajos	Indefinidos	-	-	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	Temporal	-	-	33,3%	-	16,7%	50,0%	-	100,0%
	Práctica	-	-	-	-	100,0%	-	-	100,0%

(cont.)

Tabla 19 (cont.)
Distribución de los artesanos según su nivel de formación educativa y tipo de contrato laboral, 2022.

País	Tipo contrato	Doctorado o Máster	Edu. básica	Edu. secundaria	Estudios universit.	Formación Prof.	Sin estud.	Sin resp.	Total
Portugal	Indefinidos	6,0%	14,5%	42,2%	25,3%	12,0%	-	-	100,0%
	Temporal	6,9%	16,7%	37,5%	27,8%	6,9%	4,2%	-	100,0%
	Práctica	5,6%	16,7%	48,1%	7,4%	13,0%	9,3%	-	100,0%
Reino Unido	Indefinidos	-	-	14,3%	71,4%	14,3%	-	-	100,0%
	Temporal	-	-	9,1%	45,5%	18,2%	9,1%	18,2%	100,0%
	Práctica	-	-	-	-	66,7%	-	33,3%	100,0%
Ucrania	Indefinidos	20,0%	6,7%	-	13,3%	40,0%	20,0%	-	100,0%
	Temporal	-	6,7%	-	33,3%	53,3%	6,7%	-	100,0%
	Práctica	100,0%	-	-	-	-	-	-	100,0%
Otros	Temporal	-	25,0%	-	25,0%	25,0%	25,0%	-	100,0%
	Práctica	-	-	-	-	100,0%	-	-	100,0%
Total		5,0%	14,6%	28,4%	25,1%	19,7%	4,2%	3,0%	100,0%

Tabla 20

Distribución de los artesanos según la antigüedad de su actividad, 2022.

País	<1	1-10	11-20	21-30	> 30	Total
Bélgica	-	50,0%	50,0%	-	-	100,0%
España	-	45,2%	19,9%	14,1%	20,7%	100,0%
Francia	-	25,0%	50,0%	-	25,0%	100,0%
Georgia	3,1%	43,8%	23,4%	17,2%	12,5%	100,0%
Irlanda	-	64,3%	10,7%	21,4%	3,6%	100,0%
Italia	-	70,4%	3,7%	11,1%	14,8%	100,0%
Países Bajos	-	40,0%	26,7%	13,3%	20,0%	100,0%
Portugal	-	56,7%	22,2%	8,8%	12,3%	100,0%
Reino Unido	-	60,0%	20,0%	11,4%	8,6%	100,0%
Ucrania	-	75,6%	20,0%	4,4%	-	100,0%
Otros	-	33,3%	16,7%	16,7%	33,3%	100,0%
Total	0,2%	52,6%	20,4%	12,0%	14,8%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 21
Distribución de los artesanos según la generación familiar dedicada a la actividad, 2022.

País	Primera generación	Segunda generación	Tercera generación o más	Total
Bélgica	100,0%	-	-	100,0%
España	78,1%	11,5%	10,4%	100,0%
Francia	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	75,0%	17,2%	7,8%	100,0%
Irlanda	92,9%	-	7,1%	100,0%
Italia	81,5%	14,8%	3,7%	100,0%
Países Bajos	86,7%	-	13,3%	100,0%
Portugal	83,8%	10,9%	5,3%	100,0%
Reino Unido	95,7%	2,9%	1,4%	100,0%
Ucrania	82,2%	15,6%	2,2%	100,0%
Otros	66,7%	16,7%	16,7%	100,0%
Total	82,1%	10,8%	7,2%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 22

Distribución de los artesanos según los problemas de relevo generacional, 2022.

País	No	Sí	Total
Bélgica	100,0%	-	100,0%
España	30,1%	69,9%	100,0%
Francia	25,0%	75,0%	100,0%
Georgia	72,6%	27,4%	100,0%
Irlanda	60,9%	39,1%	100,0%
Italia	44,4%	55,6%	100,0%
Países Bajos	53,8%	46,2%	100,0%
Portugal	26,0%	74,0%	100,0%
Reino Unido	73,7%	26,3%	100,0%
Ucrania	74,4%	25,6%	100,0%
Otros	16,7%	83,3%	100,0%
Total	38,5%	61,5%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 23
Distribución de los artesanos según la forma jurídica con base en la cual ejerce su actividad, 2022.

País	Autónomo	Sociedad	Otro	Total
Bélgica	100,0%	-	-	100,0%
España	78,4%	19,0%	2,6%	100,0%
Francia	75,0%	-	25,0%	100,0%
Georgia	82,8%	14,1%	3,1%	100,0%
Irlanda	92,9%	-	7,1%	100,0%
Italia	74,1%	25,9%	-	100,0%
Países Bajos	86,7%	6,7%	6,7%	100,0%
Portugal	90,5%	9,2%	0,4%	100,0%
Reino Unido	90,0%	10,0%	-	100,0%
Ucrania	86,7%	13,3%	-	100,0%
Otros	83,3%	16,7%	-	100,0%
Total	84,4%	13,8%	1,8%	100,0%

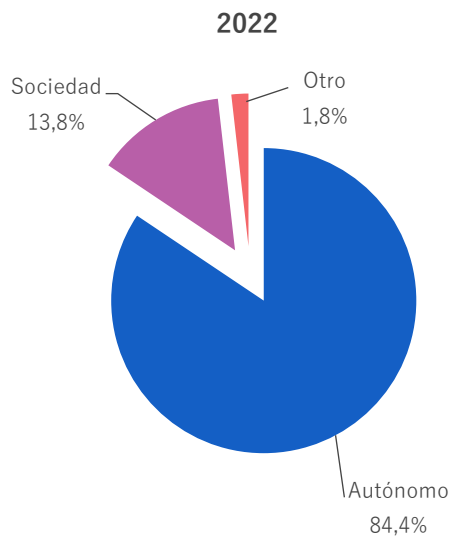
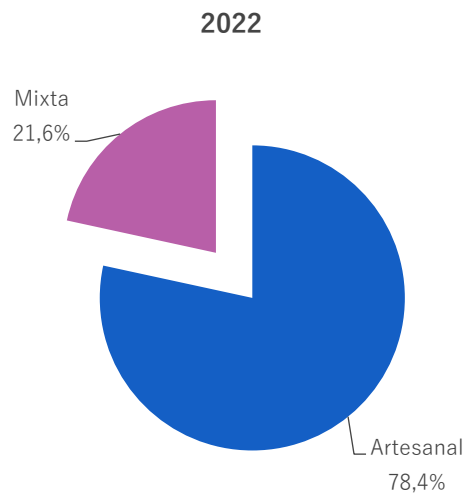

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 24

Distribución de los artesanos según su forma de producción, 2022.

País	Artisanal	Mixta	Total
Bélgica	100,0%	-	0,2%
España	76,1%	23,9%	38,8%
Francia	100,0%	-	0,5%
Georgia	85,9%	14,1%	7,2%
Irlanda	64,3%	35,7%	3,2%
Italia	74,1%	25,9%	3,1%
Países Bajos	80,0%	20,0%	1,7%
Portugal	84,0%	16,0%	31,8%
Reino Unido	76,8%	23,2%	7,8%
Ucrania	57,8%	42,2%	5,1%
Otros	100,0%	-	0,6%
Total	78,4%	21,6%	100,0%

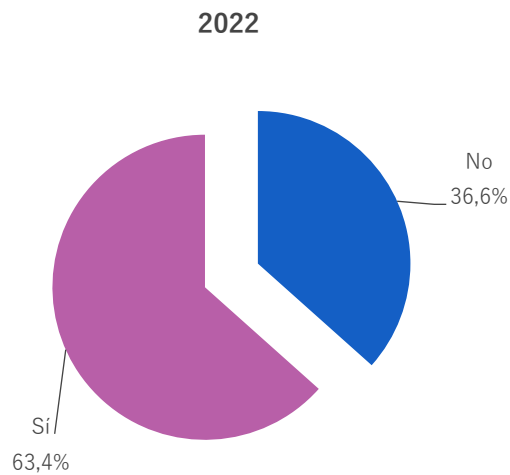


Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 25

Dedicación exclusiva a la actividad artesanal, 2022.

País	No	Sí	Total
Bélgica	-	100,0%	100,0%
España	27,1%	72,9%	100,0%
Francia	25,0%	75,0%	100,0%
Georgia	33,3%	66,7%	100,0%
Irlanda	35,7%	64,3%	100,0%
Italia	25,9%	74,1%	100,0%
Países Bajos	40,0%	60,0%	100,0%
Portugal	45,1%	54,9%	100,0%
Reino Unido	44,3%	55,7%	100,0%
Ucrania	55,6%	44,4%	100,0%
Otros	50,0%	50,0%	100,0%
Total	36,6%	63,4%	100,0%



Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.3 Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

La alta rivalidad que se aprecia en el sector se debe en parte a factores como el exceso de oferta existente, la creciente importación de productos de bajo precio y el alto poder de negociación de los clientes. Estos tienen capacidad para imponer unas estrictas condiciones en cuanto a precios, plazos de entrega y adaptación a las necesidades específicas en cada caso, limitando así la rentabilidad y dificultando el traslado de los costes de producción al precio final del producto artesanal.

En este mismo sentido inciden los escasos proyectos que, desde el sector público, se orientan a un apoyo más amplio a los artesanos en términos de financiación, infraestructura, acceso a recursos tecnológicos y proyección de la producción artesanal, tanto en el mercado nacional, como en el internacional y, en concreto, en el europeo.

Por otra parte, la intensa competencia que se registra en el sector, entre el grupo compuesto por los artesanos tradicionales y aquellos que desarrollan bienes y servicios basados en la innovación, y el grupo constituido por operadores de naturaleza industrial que ofrecen su producción bajo el calificativo de “artesano” y aquellos provenientes de países con bajos costes, se ha visto agravada desde principios de 2020, cuando se comenzaron a sentir los primeros efectos de la pandemia de COVID-19. Esta desfavorable coyuntura se tradujo en la cancelación o paralización de muchos de los espacios de comercialización natural del producto artesano como ferias, festivales, principales centros turísticos o tiendas especializadas.

En este contexto y ante la delicada posición de los operadores europeos, la amenaza de entrada de nuevos competidores se incrementa de forma notable. En este sentido, destaca la posibilidad de entrada de producción de carácter industrial procedente de Asia, por parte de operadores que llevan a cabo su actividad en un entorno de escasa regulación, bajos sueldos y puesta en práctica de estrategias de precios subsidiados.

La drástica caída de los ingresos y la pérdida de rentabilidad han hecho que el control de costes y el factor precio aumenten su relevancia como principales factores clave de éxito en el sector. Asimismo, la flexibilidad ante las distintas necesidades de los clientes y la oferta de un producto de gran calidad y originalidad figuran entre los aspectos más relevantes, al igual que la adaptación a las tendencias de incorporación de nuevas tecnologías en los proyectos y a los cambios en la forma de trabajar.

La mejora del posicionamiento en los mercados exteriores, especialmente ante fases de sensible contracción de la demanda nacional, es también cada vez más relevante. Cabe señalar, en este sentido, que los productos artesanales europeos presentan un notable reconocimiento a escala internacional, basado en su buena relación calidad-precio, el alto grado de diseño incorporado y el buen nivel tecnológico y de innovación.

Tabla 26

Fuerzas competitivas relevantes, 2018-2022.



Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.4 Elementos básicos de la actividad artesanal

La paralización temporal de la actividad en los primeros meses de 2020 provocada por la crisis sanitaria del coronavirus, la posterior disminución de la demanda y el deterioro de la confianza entre el público del sector artesano y los propios obstáculos a los que se enfrentaron, perjudicaron notablemente al sector. Todos los segmentos registraron una sensible contracción, si bien es posible afirmar que la actividad artesanal tradicional fue la más afectada.

En lo que respecta a la naturaleza de la actividad artesana, en torno al 50,8% de los artesanos consultados manifestaron dedicarse al tejido o a otras actividades no clasificadas.

En este apartado, uno de los principales aspectos tratados es el relativo al apoyo institucional y a la relación que tienen los artesanos con el sector público. En este sentido, cerca del 73% de los artesanos considera que no poseen un apoyo institucional adecuado para desarrollar su actividad. Una expresión de este hecho es la percepción sobre la influencia de la estructura tributaria, la cual es considerada, en buena medida, como mala o regular.

El sector en su conjunto también percibe que las políticas públicas que se llevan a cabo no favorecen la actividad del sector, considerándose como acciones malas o regulares. En el marco de las políticas públicas orientadas al sector artesanal, las relativas a la formación o el entrenamiento de mano de obra son muy importantes. A este respecto, el 66,5% de los artesanos consultados muestran que las políticas son malas o regulares.

El Covid-19 ha transformado todas las industrias, lo que supone un desafío para los artesanos que deben competir en un entorno global. Las nuevas herramientas de carácter tecnológico están generando, sin duda, uno de los cambios de mayor calado en el sector. Teniendo en cuenta las limitaciones formativas asociadas al uso de las tecnologías, son los artesanos individuales y las pequeñas unidades las que se aprovechan de llegar a una audiencia mayor.

Más allá de las dificultades coyunturales o de las consideraciones de índole estructural, la mayor parte de los artesanos se consideran satisfechos (57,8%) o muy satisfechos (18,4%) con su actividad. Esto se reafirma ante la pregunta de si cambiaría de actividad, ante la que se responde que no en casi 91% de los casos.

Tabla 27

Participación de los países participantes en el estudio de acuerdo con la European ESCO Classification, 2022.

<i>European ESCO Classification</i>	
7318 - Artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares	25,8%
7319 - Artesanos no clasificados bajo otros epígrafes	25,0%
7314 - Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)	15,5%
7317 - Artesanos en madera, cestería y materiales similares	13,3%
7313 - Joyeros, orfebres y plateros	11,7%
7316 - Redactores de carteles, pintores decorativos y grabadores	3,4%
7315 - Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores de vidrio	3,3%
7312 - Fabricantes y afinadores de instrumentos musicales	1,7%
7311 - Mecánicos y reparadores de instrumentos de precisión	0,4%
Total	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 28

¿Considera que el apoyo institucional público en Europa es adecuado?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	50,0%	50,0%	-	100,0%
España	85,9%	14,1%	-	100,0%
Francia	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	15,6%	23,4%	60,9%	100,0%
Irlanda	60,7%	39,3%	-	100,0%
Italia	81,5%	18,5%	-	100,0%
Países Bajos	80,0%	20,0%	-	100,0%
Portugal	77,5%	22,5%	-	100,0%
Reino Unido	61,4%	38,6%	-	100,0%
Ucrania	37,8%	62,2%	-	100,0%
Otros	83,3%	16,7%	-	100,0%
Total	72,8%	22,9%	4,4%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 29

Percepción en torno a la estructura tributaria aplicada al sector artesanal en Europa, 2022.

País	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
Bélgica	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
España	65,1%	31,4%	2,0%	-	-	1,4%	100,0%
Francia	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
Georgia	12,5%	68,8%	7,8%	-	1,6%	9,4%	100,0%
Irlanda	28,6%	42,9%	25,0%	-	-	3,6%	100,0%
Italia	-	85,2%	-	-	-	14,8%	100,0%
Países Bajos	40,0%	46,7%	13,3%	-	-	-	100,0%
Portugal	57,0%	33,1%	6,3%	0,4%	-	3,2%	100,0%
Reino Unido	50,0%	34,3%	10,0%	-	-	5,7%	100,0%
Ucrania	-	-	97,8%	-	2,2%	-	100,0%
Otros	33,3%	33,3%	33,3%	-	-	-	100,0%
Total	50,8%	35,3%	10,3%	0,1%	0,2%	3,3%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 30

Percepción del grado de apoyo a la internacionalización del sector artesanal por parte de las instituciones públicas, 2022.

País	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Bélgica	-	-	-	-	-	-	-	50,0%	50,0%	-	100,0%
España	3,5%	2,6%	2,6%	3,5%	11,1%	7,9%	9,3%	13,7%	9,3%	36,4%	100,0%
Francia	-	-	-	-	50,0%	-	-	-	-	50,0%	100,0%
Georgia	4,7%	1,6%	1,6%	1,6%	4,7%	6,3%	15,6%	14,1%	10,9%	39,1%	100,0%
Irlanda	-	10,7%	3,6%	3,6%	7,1%	10,7%	7,1%	17,9%	17,9%	21,4%	100,0%
Italia	-	3,7%	11,1%	3,7%	7,4%	7,4%	25,9%	25,9%	7,4%	7,4%	100,0%
Países Bajos	-	13,3%	13,3%	13,3%	-	-	20,0%	13,3%	6,7%	20,0%	100,0%
Portugal	3,2%	2,1%	2,8%	4,3%	13,9%	7,8%	7,1%	15,7%	9,6%	33,5%	100,0%
Reino Unido	7,4%	7,4%	2,9%	7,4%	8,8%	14,7%	17,6%	14,7%	8,8%	10,3%	100,0%
Ucrania	-	2,2%	2,2%	-	11,1%	2,2%	8,9%	17,8%	13,3%	42,2%	100,0%
Otros	-	-	-	33,3%	-	-	16,7%	-	-	50,0%	100,0%
Total	3,3%	3,2%	3,1%	4,1%	11,0%	7,8%	10,3%	15,1%	9,9%	32,4%	100,0%

Nota: escala del 1 al 10, siendo 1, no hay apoyo y 10, apoyo muy alto.

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 31

Percepción de las medidas adoptadas por las instituciones públicas europeas en torno a la apertura de los mercados extranjeros para la actividad artesanal, 2022.

País	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	-	50,0%	-	-	50,0%	100,0%
España	46,1%	42,4%	9,5%	0,3%	-	1,7%	100,0%
Francia	75,0%	25,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	43,8%	34,4%	3,1%	-	3,1%	15,6%	100,0%
Irlanda	17,9%	42,9%	39,3%	-	-	-	100,0%
Italia	-	70,4%	-	-	11,1%	18,5%	100,0%
Países Bajos	33,3%	33,3%	26,7%	-	6,7%	-	100,0%
Portugal	33,1%	51,8%	12,0%	0,4%	-	2,8%	100,0%
Reino Unido	42,9%	38,6%	12,9%	-	1,4%	4,3%	100,0%
Ucrania	-	-	97,8%	-	2,2%	-	100,0%
Otros	33,3%	16,7%	50,0%	-	-	-	100,0%
Total	36,7%	42,7%	15,8%	0,2%	0,9%	3,7%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 32

Percepción de las medidas adoptadas por las instituciones públicas europeas en torno a las políticas de formación y entrenamiento de personal para la actividad artesanal, 2022.

País	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	50,0%	50,0%	-	-	-	100,0%
España	35,2%	45,0%	17,6%	1,7%	-	0,6%	100,0%
Francia	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
Georgia	6,3%	51,6%	23,4%	-	4,7%	14,1%	100,0%
Irlanda	10,7%	25,0%	57,1%	-	7,1%	-	100,0%
Italia	-	77,8%	-	-	11,1%	11,1%	100,0%
Países Bajos	53,3%	40,0%	6,7%	-	-	-	100,0%
Portugal	20,1%	45,4%	31,0%	0,7%	-	2,8%	100,0%
Reino Unido	15,7%	38,6%	37,1%	-	5,7%	2,9%	100,0%
Ucrania	-	-	97,8%	-	2,2%	-	100,0%
Otros	33,3%	33,3%	33,3%	-	-	-	100,0%
Total	23,7%	42,8%	28,5%	0,9%	1,5%	2,7%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 33

Posesión de alguna patente o exclusividad comercial en la actividad artesanal, 2022.

	No	Sí	Total
Patente	77,1%	22,9%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 34
Grado de satisfacción con la actividad artesanal desarrollada, 2022.

País	Nada satisfecho/a	Poco satisfecho/a	Satisfecho/a	Muy satisfecho/a	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	-	-	100,0%	-	100,0%
España	0,6%	15,9%	56,8%	26,8%	-	100,0%
Francia	-	50,0%	25,0%	25,0%	-	100,0%
Georgia	-	20,3%	71,9%	6,3%	1,6%	100,0%
Irlanda	-	39,3%	57,1%	3,6%	-	100,0%
Italia	3,7%	14,8%	59,3%	22,2%	-	100,0%
Países Bajos	-	13,3%	60,0%	26,7%	-	100,0%
Portugal	1,8%	27,5%	56,7%	14,1%	-	100,0%
Reino Unido	1,4%	24,3%	62,9%	11,4%	-	100,0%
Ucrania	-	40,0%	53,3%	6,7%	-	100,0%
Otros	-	33,3%	33,3%	33,3%	-	100,0%
Total	1,0%	22,6%	57,8%	18,4%	0,1%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 35

¿Cambiaría la actividad artesanal que desarrolla por otra?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	100,0%	-	-	100,0%
España	91,4%	8,6%	-	100,0%
Francia	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	96,9%	1,6%	1,6%	100,0%
Irlanda	92,9%	7,1%	-	100,0%
Italia	88,9%	11,1%	-	100,0%
Países Bajos	86,7%	13,3%	-	100,0%
Portugal	90,8%	9,2%	-	100,0%
Reino Unido	88,6%	11,4%	-	100,0%
Ucrania	84,4%	15,6%	-	100,0%
Otros	83,3%	16,7%	-	100,0%
Total	90,9%	9,0%	0,1%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.5 La demanda

El mercado del sector artesanal, tal y como se ha evidenciado en la primera parte, se encuentra muy vinculado a los sectores del ocio o a la adquisición de la ropa o mobiliario. Para los artesanos consultados en el presente estudio, el tamaño del mercado constituye una variable de gran importancia.

A tal efecto, ese mercado se encuentra definido por un público de mediana edad (entre 35 y 60 años), el cual representa en torno al 73,3%.

La mayor parte de la demanda de artesanía es efectuada por personas de mediana edad

La crisis sanitaria de la COVID-19 y sus consecuencias en la coyuntura económica incidieron muy negativamente en la demanda del sector en los últimos años. El parón de la actividad económica, la incertidumbre y el deterioro de la confianza empresarial motivaron un marcado retraimiento de las ventas.

El mercado de los bienes y servicios artesanales, que en 2019 presentaba todavía indicadores favorables, se redujo drásticamente en 2020. Ello se refleja en lo indicado por los artesanos participantes en el estudio, quienes mencionan que las ventas experimentaron una caída superior al 50% (44,6%) o entre un 21%-50% (18,4%). Aunque el levantamiento de los confinamientos y las restricciones a la movilidad mejoraron el desempeño del sector, una buena parte de los artesanos aún registraron caídas en sus ventas e ingresos.

Tabla 36
Grado de importancia del tamaño de mercado para la actividad artesanal, 2022.

País	Nada	Poco importante	Algo importante	Importante	Muy importante	Total
Bélgica	-	-	50,0%	-	50,0%	100,0%
España	14,4%	17,0%	30,3%	16,7%	21,6%	100,0%
Francia	25,0%	-	25,0%	-	50,0%	100,0%
Georgia	18,5%	3,7%	22,2%	20,4%	35,2%	100,0%
Irlanda	10,7%	14,3%	42,9%	14,3%	17,9%	100,0%
Italia	33,3%	22,2%	22,2%	7,4%	14,8%	100,0%
Países Bajos	-	20,0%	13,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Portugal	5,3%	8,1%	30,3%	23,2%	33,1%	100,0%
Reino Unido	2,9%	22,9%	30,0%	32,9%	11,4%	100,0%
Ucrania	13,3%	22,2%	28,9%	13,3%	22,2%	100,0%
Otros	16,7%	33,3%	-	-	50,0%	100,0%
Total	11,0%	14,2%	29,4%	19,8%	25,6%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 37
Edad del mercado objetivo de los artesanos, 2022.

País	Jóvenes (menores de 35 años)	Mediana edad (de 35 a 60 años)	Seniors (mayores de 60 años)	Mixto	Total
Bélgica	-	100,0%	-	-	100,0%
España	4,0%	70,3%	1,2%	24,5%	100,0%
Francia	-	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	10,9%	87,5%	1,6%	-	100,0%
Irlanda	3,6%	71,4%	-	25,0%	100,0%
Italia	3,7%	81,5%	-	14,8%	100,0%
Países Bajos	6,7%	73,3%	6,7%	13,3%	100,0%
Portugal	5,6%	76,8%	2,5%	15,1%	100,0%
Reino Unido	1,4%	71,4%	2,9%	24,3%	100,0%
Ucrania	4,4%	53,3%	-	42,2%	100,0%
Otros	33,3%	50,0%	-	16,7%	100,0%
Total	5,0%	73,3%	1,7%	20,0%	100,0%

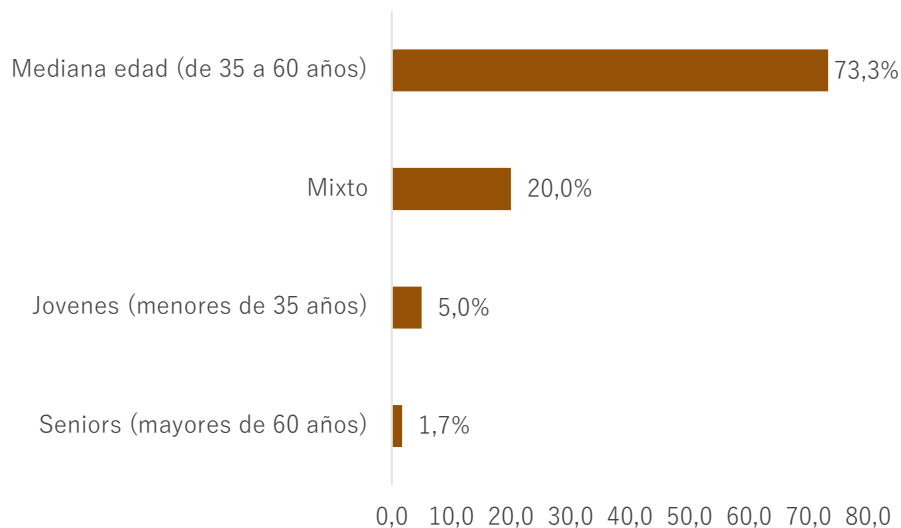
Mercado objetivo por edades (%)

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 38

Evolución de las ventas e ingresos durante la pandemia de Covid-19, 2022.

He aumentado mis ventas y mis ingresos	He aumentado mis ventas, pero no mis ingresos	He disminuido mis ventas y mis ingresos	He disminuido mis ventas, pero no mis ingresos	Sin respuesta	Total
12,9%	6,8%	74,8%	5,2%	0,3%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 39

Cuantificación de la evolución de las ventas/ingresos durante la pandemia de Covid-19, 2022.

He disminuido o mis ventas más de un 50%	He disminuido o mis ventas entre un 21% y un 50%	He aumentado o mis ventas entre un 1% y un 10%	He disminuido o mis ventas entre un 11% y un 20%	He disminuido o mis ventas entre un 1% y un 10%	He aumentado o mis ventas entre un 11% y un 20%	He aumentado o mis ventas entre un 21% y un 50%	He aumentado o mis ventas más de un 50%	S/N	Total
44,6%	18,4%	7,1%	8,5%	5,2%	7,1%	4,9%	3,8%	0,4%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 40

Evolución de las ventas/ingresos una vez superada la etapa de confinamientos por el Covid-19, 2022.

He aumentado mis ventas y mis ingresos	He aumentado mis ventas, pero no mis ingresos	He disminuido mis ventas y mis ingresos	He disminuido mis ventas, pero no mis ingresos	Sin respuesta	Total
26,7%	14,5%	46,5%	5,4%	7,0%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 41

Cuantificación de la evolución de las ventas/ingresos una vez superada la etapa de confinamientos por el Covid-19, 2022.

He disminuido o mis ventas más de un 50%	He disminuido o mis ventas entre un 21% y un 50%	He aumentado o mis ventas entre un 1% y un 10%	He disminuido o mis ventas entre un 11% y un 20%	He disminuido o mis ventas entre un 1% y un 10%	He aumentado o mis ventas entre un 11% y un 20%	He aumentado o mis ventas entre un 21% y un 50%	He aumentado o mis ventas más de un 50%	S/N	Total
26,3%	12,2%	8,5%	6,1%	14,7%	14,8%	11,8%	4,7%	0,9%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.6 La distribución

La mayor parte de las empresas que componen el sector opta por la distribución directa, bien a través de la venta en ferias y mercadillos, o a través de la venta online. Asimismo, y de forma creciente, el sector gana cada vez más presencia en plataformas de distribución más consolidadas o en marketplaces creados con el fin de dar proyección y salida a la actividad de los artesanos.

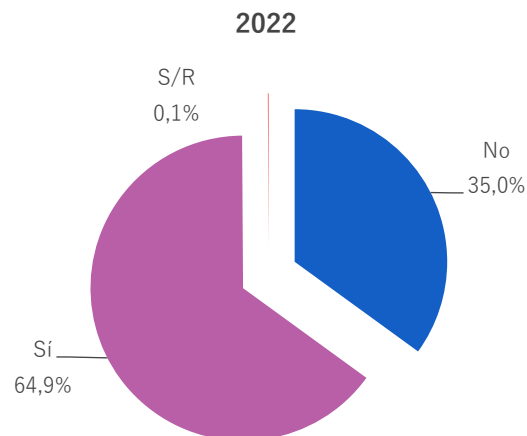
El canal online se extiende cada vez más entre los artesanos consultados, quienes reconocen tener tienda online en casi 65% de los casos estudiados. El estado incipiente de desarrollo de la venta online queda reflejado en el hecho de que 30,7% de los artesanos lleva a cabo ventas inferiores al 10% en la tienda online. Otro 34,8% manifiesta que no utiliza este canal de comercialización.

La capacidad de comercialización de los artesanos debe enfrentarse a múltiples factores, entre los que destacan, la falta de formación en nuevas tecnologías, redes de comunicaciones de regular desarrollo y ciertas limitaciones en torno a la conectividad. Todo ello conviene ser destacado, pues Europa es uno de los mercados en los que estos elementos presentan unas condiciones más favorables.

Tabla 42

En su actividad artesanal, ¿tiene tienda online?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	100,0%	-	100,0%
España	27,1%	72,9%	-	100,0%
Francia	75,0%	25,0%	-	100,0%
Georgia	82,8%	15,6%	1,6%	100,0%
Irlanda	14,3%	85,7%	-	100,0%
Italia	25,9%	74,1%	-	100,0%
Países Bajos	6,7%	93,3%	-	100,0%
Portugal	41,5%	58,5%	-	100,0%
Reino Unido	8,6%	91,4%	-	100,0%
Ucrania	53,3%	46,7%	-	100,0%
Otros	33,3%	66,7%	-	100,0%
Total	35,0%	64,9%	0,1%	100,0%



Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 43
En su actividad artesanal, ¿Qué porcentaje representa la venta online?, 2022.

País	Tiene tienda online	No realizo venta online	Menos del 10%	Entre el 11 y el 30%	Entre el 31 y el 50%	Entre el 51 y el 75%	Más del 75%	S/R	Total
Bélgica	Sí	50,0%	50,0%	-	-	-	-	-	100,0%
España	No	56,4%	27,7%	3,2%	4,3%	1,1%	3,2%	4,3%	100,0%
	Sí	28,1%	38,7%	13,8%	6,3%	2,8%	6,7%	3,6%	100,0%
Francia	No	33,3%	33,3%	-	-	-	33,3%	-	100,0%
	Sí	-	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
Georgia	No	24,5%	24,5%	17,0%	9,4%	3,8%	1,9%	18,9%	100,0%
	Sí	10,0%	30,0%	30,0%	30,0%	-	-	-	100,0%
	S/R	-	-	-	-	100,0%	-	-	100,0%
Irlanda	No	100,0%	-	-	-	-	-	-	100,0%
	Sí	16,7%	20,8%	16,7%	20,8%	4,2%	16,7%	4,2%	100,0%
Italia	No	42,9%	28,6%	-	-	-	-	28,6%	100,0%
	Sí	20,0%	35,0%	20,0%	10,0%	-	-	15,0%	100,0%
Países Bajos	No	-	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
	Sí	35,7%	28,6%	7,1%	7,1%	-	14,3%	7,1%	100,0%
Portugal	No	63,6%	24,6%	5,1%	1,7%	2,5%	-	2,5%	100,0%
	Sí	24,1%	36,7%	15,7%	7,2%	7,2%	7,2%	1,8%	100,0%
Reino Unido	No	50,0%	16,7%	-	-	-	16,7%	16,7%	100,0%
	Sí	28,1%	20,3%	15,6%	12,5%	14,1%	9,4%	-	100,0%
Ucrania	No	45,8%	4,2%	12,5%	12,5%	16,7%	8,3%	-	100,0%
	Sí	4,8%	23,8%	9,5%	9,5%	14,3%	38,1%	-	100,0%
Otros	No	-	50,0%	-	-	50,0%	-	-	100,0%
	Sí	50,0%	25,0%	-	-	-	25,0%	-	100,0%
Total		34,8%	30,7%	11,9%	7,1%	4,9%	6,5%	4,1%	100,0%

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 44

Estado de la red de comunicaciones en su localidad, 2022.

Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
12,9%	34,4%	40,9%	6,3%	5,4%	0,1%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.7 Procesos de gestión, innovación e implantación de nuevas tecnologías

En lo que respecta a la visión que el sector artesanal tiene de los modelos asociativos, ésta es plural, aunque se registra una cierta tendencia a considerar a las asociaciones como instrumentos que contribuyen de forma muy parcial al desarrollo de las actividades artesanales. Los artesanos tradicionales suelen estar asociados y participar de forma, más o menos activa, mientras que los artesanos más jóvenes llevan a cabo sus actividades un tanto alejados de estas expresiones colaborativas. En todo caso, el grado de formalidad de las asociaciones entre los artesanos más jóvenes es mucho menor al que se registraba en el pasado o que aún se observa entre los artesanos de mayor edad.

En el marco de las actividades artesanales, las acciones vinculadas a la innovación están orientadas, principalmente, a la mejora técnica de los procesos de producción y a la ampliación de los canales de venta, dos de los aspectos críticos de la actividad de todo el sector. La innovación desarrollada por los artesanos europeos se focaliza en la optimización de procesos, una gestión energética marcada por un uso cada vez mayor de las energías limpias, la consolidación de las TIC o la ampliación de los canales de venta a través de los medios virtuales.

En este sentido, las amplias posibilidades que ofrece internet permiten desarrollar nuevos puntos de venta, tanto en el marco de las plataformas de distribución más consolidadas, como en el ámbito de iniciativas más modestas con una fuerte implantación en segmentos específicos. La rápida evolución de las potencialidades de venta online, sin embargo, vienen aparejadas de una complejidad técnica cada vez mayor, la cual lastra un uso generalizado por

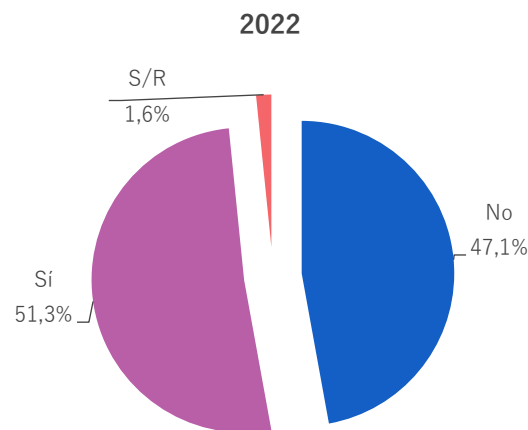
parte de la mayor parte de los artesanos. Un aspecto para tener en cuenta es el coste de oportunidad que representa la curva de aprendizaje tecnológico para la mayor parte de los artesanos, quienes se distraen de su actividad principal.

Otro de los aspectos a considerar es el relativo al diseño y la elaboración de productos de forma digital. Si bien es cierto que las posibilidades que ello ofrece son amplias, también lo es la percepción que de ello tienen una buena parte de los artesanos europeos. En tal sentido, se evidencia una diferencia entre los artesanos tradicionales y quienes apelan a la dimensión tecnológica para explorar nuevas formas de producción.

Tabla 45

Pertenencia a alguna asociación sectorial, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	50,0%	50,0%	-	100,0%
España	36,0%	64,0%	-	100,0%
Francia	75,0%	25,0%	-	100,0%
Georgia	42,2%	35,9%	21,9%	100,0%
Irlanda	25,0%	75,0%	-	100,0%
Italia	44,4%	55,6%	-	100,0%
Países Bajos	66,7%	33,3%	-	100,0%
Portugal	63,4%	36,6%	-	100,0%
Reino Unido	37,1%	62,9%	-	100,0%
Ucrania	60,0%	40,0%	-	100,0%
Otros	16,7%	83,3%	-	100,0%
Total	47,1%	51,3%	1,6%	100,0%



Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 46

Percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por las asociaciones, 2022.

País	Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
Bélgica	100,0%	-	-	-	-	-	100,0%
España	26,8%	43,5%	25,6%	3,2%	-	0,9%	100,0%
Francia	75,0%	25,0%	-	-	-	-	100,0%
Georgia	10,9%	53,1%	17,2%	-	9,4%	9,4%	100,0%
Irlanda	10,7%	50,0%	28,6%	-	7,1%	3,6%	100,0%
Italia	-	63,0%	-	-	25,9%	11,1%	100,0%
Países Bajos	33,3%	46,7%	13,3%	-	6,7%	-	100,0%
Portugal	22,9%	47,5%	24,6%	1,1%	-	3,9%	100,0%
Reino Unido	10,0%	34,3%	44,3%	-	2,9%	8,6%	100,0%
Ucrania	-	-	91,1%	-	6,7%	2,2%	100,0%
Otros	33,3%	33,3%	33,3%	-	-	-	100,0%
Total	21,0%	43,2%	28,5%	1,6%	2,4%	3,5%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 47

Grado de utilización de las redes sociales en la actividad artesanal, 2022.

Redes sociales	Algo o poco	Bastante	Mucho	Nada	Sin respuesta	Total
Facebook	36,2%	44,8%	7,1%	10,3%	1,6%	100,0%
Instagram	23,3%	43,2%	13,9%	12,9%	6,7%	100,0%
Twitter	15,4%	4,3%	0,4%	60,5%	19,4%	100,0%
Whatsapp Business	14,8%	11,4%	4,7%	52,7%	16,4%	100,0%
TikTok	7,2%	1,9%	0,6%	70,4%	20,0%	100,0%
Twitch	4,4%	0,4%	0,4%	74,1%	20,6%	100,0%
YouTube	23,1%	6,5%	1,6%	50,2%	18,6%	100,0%
LinkedIn	23,4%	4,4%	1,5%	51,6%	19,2%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 48

¿Considera que la conectividad de internet y la red móvil es buena?, 2022.

	No	Sí	Sin respuesta	Total
Internet	15,7%	83,4%	0,9%	100,0%
Red móvil	11,7%	87,8%	0,6%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 49

Importancia de la innovación en algunas de las principales fases de la producción artesanal, 2022.

Áreas de innovación	Nula	Baja	Media	Alta	Muy alta	Total
Incorporación de diseño	3,7%	7,0%	23,4%	31,2%	34,8%	100,0%
Creatividad	1,2%	0,9%	11,0%	33,6%	53,3%	100,0%
Nuevos materiales	4,9%	14,3%	35,1%	25,9%	19,7%	100,0%
Nuevo proceso de manufactura	7,2%	18,4%	33,4%	22,2%	18,8%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 50

Estado de la red de comunicaciones en su localidad, 2022.

Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
12,9%	34,4%	40,9%	6,3%	5,4%	0,1%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 51

Estado del transporte público en su localidad, 2022.

Mala	Regular	Buena	Muy buena	Excelente	Sin respuesta	Total
27,9%	35,5%	29,9%	3,8%	2,7%	0,1%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

1.8 Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 52

Grado de importancia de la financiación en su actividad artesanal, 2022.

País	Nada	Poco importante	Algo importante	Importante	Muy importante	Total
Bélgica	-	-	50,0%	-	50,0%	100,0%
España	11,0%	14,7%	26,8%	19,0%	28,5%	100,0%
Francia	25,0%	-	-	25,0%	50,0%	100,0%
Georgia	27,6%	6,9%	19,0%	20,7%	25,9%	100,0%
Irlanda	3,6%	10,7%	28,6%	21,4%	35,7%	100,0%
Italia	40,7%	18,5%	29,6%	3,7%	7,4%	100,0%
Países Bajos	-	6,7%	33,3%	13,3%	46,7%	100,0%
Portugal	12,3%	9,2%	24,6%	21,8%	32,0%	100,0%
Reino Unido	8,6%	14,3%	14,3%	35,7%	27,1%	100,0%
Ucrania	4,4%	-	20,0%	11,1%	64,4%	100,0%
Otros	-	33,3%	-	-	66,7%	100,0%
Total	12,4%	11,5%	24,3%	20,3%	31,5%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 53
Distribución de las fuentes de financiación de los artesanos, 2022.

Dedicación artesanía	De mi trabajo como artesano	De otros trabajos	Ayudas o subvenciones públicas	De préstamos o financiación	De ayuda o apoyo familiar, de amigos, etc.	Total
Sí	81,8%	6,9%	1,2%	1,1%	9,0%	100,0%
No	22,1%	68,7%	4,0%	1,8%	3,4%	100,0%
Total	59,9%	29,5%	2,2%	1,3%	7,0%	100,0%

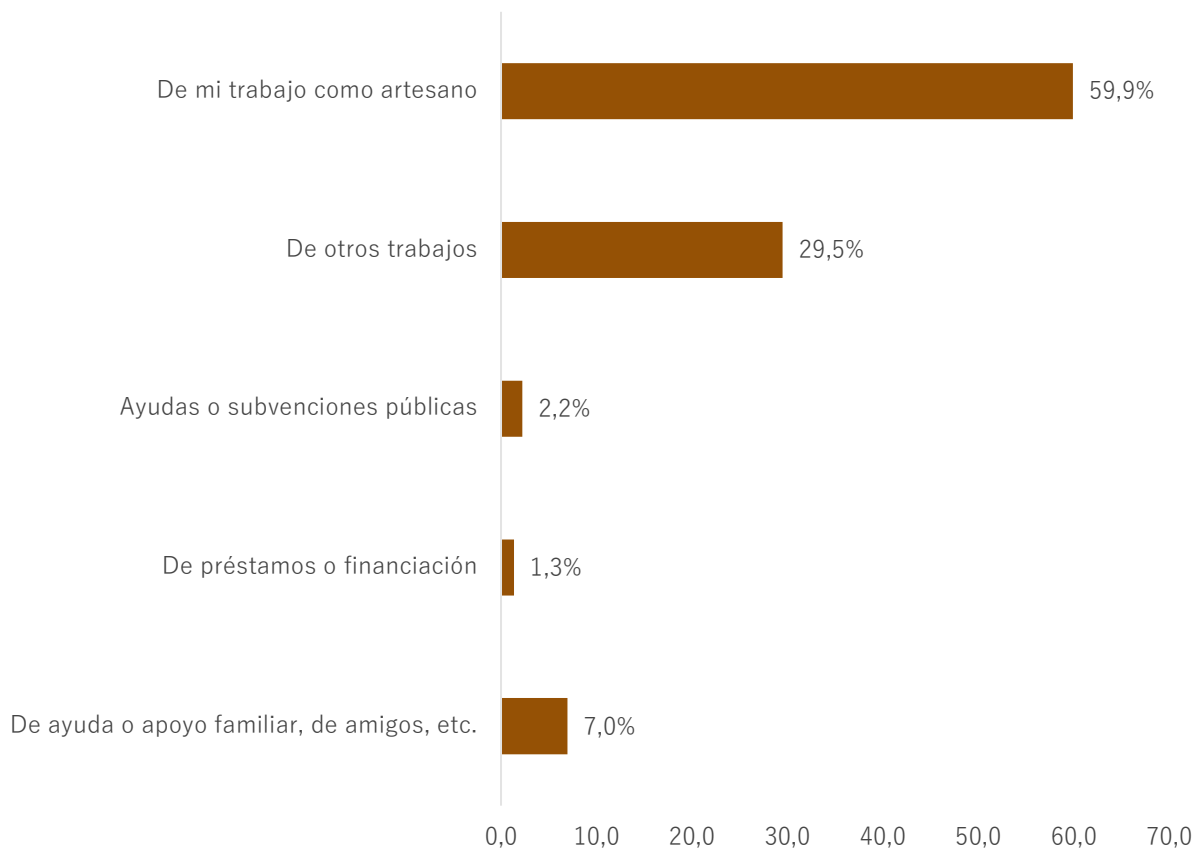
Fuentes de financiación de los artesanos (%)

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 54

Distribución de las fuentes de financiación de los artesanos por países, 2022.

Dedicación artesanía	País	De mi trabajo como artesano	De otros trabajos	Ayudas o subvenciones públicas	De préstamos o financiación	De ayuda o apoyo familiar, de amigos, etc.	Total
Sí		81,8%	6,9%	1,2%	1,1%	9,0%	100,0%
	Bélgica	100,0%	-	-	-	-	100,0%
	España	87,0%	4,3%	0,8%	1,2%	6,7%	100,0%
	Francia	66,7%	33,3%	-	-	-	100,0%
	Georgia	92,9%	4,8%	-	-	2,4%	100,0%
	Irlanda	66,7%	16,7%	5,6%	-	11,1%	100,0%
	Italia	75,0%	-	-	-	25,0%	100,0%
	Países Bajos	77,8%	11,1%	-	-	11,1%	100,0%
	Portugal	78,8%	10,3%	1,3%	-	9,6%	100,0%
	Reino Unido	66,7%	12,8%	5,1%	2,6%	12,8%	100,0%
	Ucrania	65,0%	-	-	10,0%	25,0%	100,0%
	Otros	100,0%	-	-	-	-	100,0%
No		22,1%	68,7%	4,0%	1,8%	3,4%	100,0%
	España	28,7%	55,3%	9,6%	4,3%	2,1%	100,0%
	Francia	-	-	-	-	100,0%	100,0%
	Georgia	14,3%	85,7%	-	-	-	100,0%
	Irlanda	20,0%	80,0%	-	-	-	100,0%
	Italia	14,3%	57,1%	-	-	28,6%	100,0%
	Países Bajos	66,7%	16,7%	16,7%	-	-	100,0%
	Portugal	14,8%	81,3%	1,6%	0,8%	1,6%	100,0%
	Reino Unido	19,4%	71,0%	3,2%	-	6,5%	100,0%
	Ucrania	36,0%	52,0%	-	4,0%	8,0%	100,0%
	Otros	33,3%	66,7%	-	-	-	100,0%
Total		59,9%	29,5%	2,2%	1,3%	7,0%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 55

En su actividad artesanal, ¿tiene problemas de flujo de caja?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	100,0%	-	-	100,0%
España	44,1%	55,9%	-	100,0%
Francia	50,0%	50,0%	-	100,0%
Georgia	68,8%	28,1%	3,1%	100,0%
Irlanda	60,7%	39,3%	-	100,0%
Italia	44,4%	55,6%	-	100,0%
Países Bajos	60,0%	40,0%	-	100,0%
Portugal	45,1%	54,9%	-	100,0%
Reino Unido	65,7%	34,3%	-	100,0%
Ucrania	22,2%	77,8%	-	100,0%
Otros	33,3%	66,7%	-	100,0%
Total	47,6%	52,1%	0,2%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 56
En su actividad artesanal, ¿ha recurrido al crédito bancario en algún momento?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	100,0%	-	-	100,0%
España	69,7%	30,3%	-	100,0%
Francia	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	50,0%	48,4%	1,6%	100,0%
Irlanda	100,0%	-	-	100,0%
Italia	77,8%	22,2%	-	100,0%
Países Bajos	80,0%	20,0%	-	100,0%
Portugal	86,3%	13,7%	-	100,0%
Reino Unido	94,3%	5,7%	-	100,0%
Ucrania	71,1%	28,9%	-	100,0%
Otros	66,7%	33,3%	-	100,0%
Total	77,1%	22,8%	0,1%	100,0%

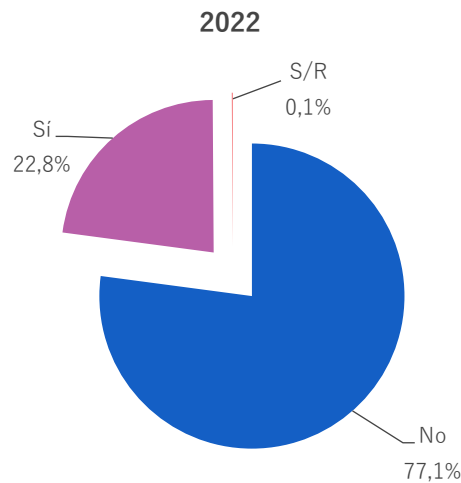
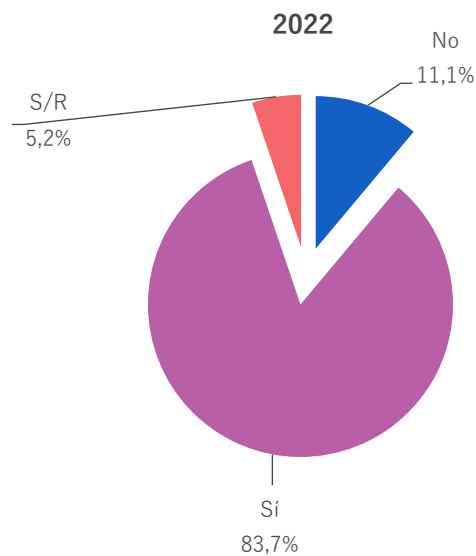

 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 57
En su actividad artesanal, si tuviese la oportunidad, ¿solicitaría un crédito bancario?, 2022.

País	No	Sí	Sin respuesta	Total
Bélgica	50,0%	50,0%	-	100,0%
España	8,4%	88,5%	3,2%	100,0%
Francia	-	75,0%	25,0%	100,0%
Georgia	-	96,9%	3,1%	100,0%
Irlanda	17,9%	67,9%	14,3%	100,0%
Italia	14,8%	55,6%	29,6%	100,0%
Países Bajos	26,7%	60,0%	13,3%	100,0%
Portugal	13,4%	84,5%	2,1%	100,0%
Reino Unido	22,9%	62,9%	14,3%	100,0%
Ucrania	-	97,8%	2,2%	100,0%
Otros	33,3%	50,0%	16,7%	100,0%
Total	11,1%	83,7%	5,2%	100,0%


 Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

2 PERSPECTIVAS

2.1 Amenazas, oportunidades y tendencias

Las consecuencias económicas de la pandemia de la COVID-19 constituyen la principal amenaza para un sector muy sensible a las crisis. La disminución en la capacidad de generación de ingresos entre el segmento de los artesanos tradicionales, la reducción del nivel de ocupación o el deterioro del entorno macroeconómico en lo referente al incremento de los precios y la caída de la capacidad adquisitiva del cliente potencial, lastrarán el desempeño del sector en los próximos meses.

Esta situación seguirá impulsando el nivel de rivalidad entre los artesanos y quienes comercian artículos similares de origen industrial, presionando los precios de venta y reduciendo la rentabilidad del sector. Ésta se verá penalizada también por el notable crecimiento de los costes de aprovisionamiento y de transporte, destacando, entre otros, el sensible incremento del precio de la energía.

A pesar de la previsible contracción de la economía europea, el sector sigue teniendo en la exportación una oportunidad de crecimiento, debido a la buena aceptación y la competitividad de sus productos en los mercados exteriores, ya que ofrecen diseño, buena relación calidad-precio y un alto nivel tecnológico y de innovación.

Por otro lado, la pandemia ha obligado a que los artesanos europeos se replanteen también el planteamiento de su actividad y la forma en que la dan a conocer. La demanda de un alto grado de flexibilidad en sus elementos y la necesidad de dotar los espacios con tecnología se traducirá en proyectos de reacondicionamiento de los procesos productivos y reformas.

La tendencia es ir hacia una actividad cada vez más flexible o híbrida, donde convivan técnicas artesanales de carácter artesanal y técnicas de diseño y comercialización sustentadas en las nuevas tecnologías. En este sentido, el sector artesanal tradicional seguirá experimentando una fuerte presión para integrarse en un contexto más virtual, al tiempo que los artesanos con una visión más contemporánea de la actividad, lidiarán con la necesidad de reducir costes de forma generalizada.

Tabla 58

Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

Oportunidades	Amenazas
Buena imagen y creciente demanda del producto artesanal europeo en el extranjero	Efectos de largo plazo de la pandemia COVID-19: contracción de la demanda en un contexto de incremento significativo de los precios de las materias primas
Aumento del interés por la compra de productos artesanales innovadores y de calidad	Notable aumento de los costes de las materias primas
Potencial de crecimiento de la demanda de productos artesanales por parte del sector de la restauración y la hostelería	Brecha tecnológica en el uso de las herramientas virtuales, lo cual limita el aprovechamiento del canal de venta online, una promoción más efectiva y una gestión más eficiente de proveedores
Mayor grado de integración con el sector turístico	Elevado peso de las contribuciones a los sistemas previsionales: sanidad, seguro de desempleo, pensiones
Posibilidades de diversificación de la actividad artesanal a través de la oferta de servicios complementarios como cursos o experiencias de aprendizaje	Problemas financieros y de liquidez a raíz de la disminución de la demanda
Desarrollo de la actividad artesanal mediante nuevas formas de trabajo: incorporación de tecnología, espacios colaborativos, flexibilidad, puestos compartidos	Escaso apoyo económico y organizativo por parte de las administraciones públicas
Tendencias	
Salida del sector por parte de artesanos pequeños, incapaces de hacer frente a los efectos de la contracción de la demanda	
Aumento de la concentración de la oferta en torno a los artesanos con mayor capacidad de innovación e integración con otros sectores como el turístico o el del comercio orientado a rentas altas	
Renovación de imagen por parte de los artesanos más jóvenes, con el fin de ganar espacio los segmentos de mercado más modernos, colaborativos y dinámicos, adaptados a las nuevas tecnologías	
Crecimiento de la venta a través del canal online y consolidación de la venta directa en segmentos de alto poder adquisitivo	
Orientación de parte de la demanda hacia productos de gama media o alta	
Consolidación de sectores artesanales como el textil, con gran capacidad de adaptación a las modas y cambios en los gustos de los consumidores potenciales	

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 59

Percepción del valor que adjudica la sociedad a la artesanía, 2022.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
3,3%	5,9%	12,9%	12,9%	17,4%	18,6%	15,3%	8,8%	3,2%	1,9%	100,0%

Nota: escala del 1 al 10, siendo 1, no se valora y 10, se valora mucho.

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 60

Percepción del valor que adjudican las instituciones públicas a la artesanía, 2022.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
12,9%	14,3%	17,5%	18,8%	16,6%	8,7%	5,5%	3,7%	1,5%	0,4%	100,0%

Nota: escala del 1 al 10, siendo 1, no se valora y 10, se valora mucho.

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

2.2 Previsiones de crecimiento

Las perspectivas de la economía de la UE antes del estallido de la guerra mostraban una tendencia relativamente clara al crecimiento. Sin embargo, la invasión de Ucrania por parte de Rusia ha provocado nuevas dificultades, justo cuando la Unión se había recuperado de las repercusiones económicas de la pandemia.

El principal factor que está afectando y afectará a las economías europeas y al sector artesanal será la evolución de los precios de las materias primas energéticas. Aunque ya habían subido mucho antes de la guerra desde los bajos niveles registrados durante la pandemia, la incertidumbre en relación con las cadenas de suministro ha ejercido una presión al alza sobre los precios. Esto se aplica a los alimentos y otros bienes y servicios básicos, lo que entraña una bajada del poder adquisitivo de los hogares.

En el segundo semestre de 2021 el avance de la vacunación y el levantamiento del grueso de las restricciones redujeron la incertidumbre, al tiempo que dio una base más sólida para la recuperación significativa de la demanda. El consumo privado se incrementará, al disponer los hogares del ahorro acumulado. Se elevará también el gasto público, si bien esto motivará un incremento del déficit y de la deuda de las Administraciones.

Por otro lado, el hecho de que la citada recuperación se esté produciendo a un ritmo más lento que el previsto inicialmente, podría hacer que muchas empresas se vean obligadas a cerrar y que parte de los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) se conviertan en definitivos, lo que se reflejará en el nivel de desempleo. A su vez, el retraso en la entrega de los

fondos europeos conllevará que parte del impacto positivo previsto para 2021 se traslade a 2022 y 2023.

Se prevé que el crecimiento del PIB real, tanto en la UE, como en la zona del euro se sitúe en el 2,7 % en 2022 y el 2,3 % en 2023, frente al 4,0 % y el 2,8 % (el 2,7 % en la zona del euro), respectivamente, en las previsiones intermedias de invierno de 2022.

Tabla 61

Previsión en torno a la evolución general de la economía en los próximos meses, 2022-2023.
 (%)

País	Recesión intensa	Ligero descenso de la facturación	Estabilidad	Crecimiento moderado	Crecimiento fuerte	Sin respuesta	Total
Bélgica	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
España	6,1%	11,0%	34,0%	41,8%	6,1%	1,2%	100,0%
Francia	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Georgia	0,0%	1,6%	17,2%	65,6%	10,9%	4,7%	100,0%
Irlanda	7,1%	25,0%	14,3%	50,0%	3,6%	0,0%	100,0%
Italia	3,7%	0,0%	11,1%	66,7%	18,5%	0,0%	100,0%
Países Bajos	0,0%	0,0%	46,7%	53,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Portugal	11,3%	19,4%	25,7%	39,1%	3,5%	1,1%	100,0%
Reino Unido	0,0%	4,3%	28,6%	60,0%	2,9%	4,3%	100,0%
Ucrania	6,7%	8,9%	24,4%	55,6%	4,4%	0,0%	100,0%
Otros	16,7%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	16,7%	100,0%
Total	6,7%	12,1%	28,0%	46,0%	5,5%	1,7%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 62

Previsión en torno a la evolución del sector artesanal en los próximos meses, 2022-2023.
(%)

País	Recesión intensa	Ligero descenso de la facturación	Estabilidad	Crecimiento moderado	Crecimiento fuerte	Sin respuesta	Total
Bélgica	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
España	15,0%	18,4%	24,5%	31,7%	8,9%	1,4%	100,0%
Francia	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Georgia	0,0%	4,7%	14,1%	64,1%	14,1%	3,1%	100,0%
Irlanda	0,0%	21,4%	17,9%	46,4%	14,3%	0,0%	100,0%
Italia	3,7%	11,1%	14,8%	51,9%	18,5%	0,0%	100,0%
Países Bajos	0,0%	0,0%	13,3%	73,3%	13,3%	0,0%	100,0%
Portugal	13,0%	19,4%	25,4%	36,6%	5,3%	0,4%	100,0%
Reino Unido	0,0%	5,7%	22,9%	62,9%	4,3%	4,3%	100,0%
Ucrania	8,9%	4,4%	24,4%	46,7%	13,3%	2,2%	100,0%
Otros	16,7%	0,0%	16,7%	50,0%	0,0%	16,7%	100,0%
Total	10,7%	15,4%	23,2%	40,7%	8,5%	1,6%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 63

Percepción en torno a la importancia de la noción de “sostenibilidad” como palanca de compra de productos artesanales, 2022.

(%)

País	Nada importante	Poco importante	Bastante importante	Muy importante	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	-	-	100,0%	-	100,0%
España	1,2%	5,5%	33,7%	59,7%	-	100,0%
Francia	-	-	25,0%	75,0%	-	100,0%
Georgia	9,4%	25,0%	31,3%	25,0%	9,4%	100,0%
Irlanda	-	-	25,0%	75,0%	-	100,0%
Italia	-	7,4%	37,0%	55,6%	-	100,0%
Países Bajos	6,7%	-	33,3%	60,0%	-	100,0%
Portugal	1,4%	3,9%	39,8%	54,9%	-	100,0%
Reino Unido	-	1,4%	28,6%	70,0%	-	100,0%
Ucrania	4,4%	4,4%	-	91,1%	-	100,0%
Otros	-	16,7%	33,3%	50,0%	-	100,0%
Total	1,9%	5,8%	33,1%	58,5%	0,7%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 64

Percepción en torno a la importancia de la noción de “proximidad” como palanca de compra de productos artesanales, 2022.

(%)

País	Nada importante	Poco importante	Bastante importante	Muy importante	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	-	-	100,0%	-	100,0%
España	2,6%	15,9%	33,1%	48,4%	-	100,0%
Francia	-	-	100,0%	-	-	100,0%
Georgia	3,1%	35,9%	26,6%	21,9%	12,5%	100,0%
Irlanda	-	10,7%	53,6%	35,7%	-	100,0%
Italia	3,7%	25,9%	51,9%	18,5%	-	100,0%
Países Bajos	6,7%	33,3%	46,7%	13,3%	-	100,0%
Portugal	1,8%	20,1%	46,1%	32,0%	-	100,0%
Reino Unido	1,4%	31,4%	44,3%	22,9%	-	100,0%
Ucrania	4,4%	11,1%	-	84,4%	-	100,0%
Otros	-	33,3%	33,3%	33,3%	-	100,0%
Total	2,4%	20,1%	37,7%	39,0%	0,9%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

Tabla 65

Percepción en torno a la importancia de la noción de “economía circular” como palanca de compra de productos artesanales, 2022.

(%)

País	Nada importante	Poco importante	Bastante importante	Muy importante	Sin respuesta	Total
Bélgica	-	-	-	100,0%	-	100,0%
España	1,4%	13,5%	35,7%	49,3%	-	100,0%
Francia	-	-	50,0%	50,0%	-	100,0%
Georgia	6,3%	32,8%	28,1%	18,8%	14,1%	100,0%
Irlanda	-	14,3%	28,6%	57,1%	-	100,0%
Italia	-	11,1%	51,9%	37,0%	-	100,0%
Países Bajos	6,7%	13,3%	53,3%	26,7%	-	100,0%
Portugal	0,7%	8,1%	51,8%	39,4%	-	100,0%
Reino Unido	1,4%	21,4%	42,9%	34,3%	-	100,0%
Ucrania	4,4%	6,7%	-	88,9%	-	100,0%
Otros	-	33,3%	33,3%	33,3%	-	100,0%
Total	1,7%	13,5%	39,6%	44,3%	1,0%	100,0%

Fuente: GEOCYL basado en encuestas y *focus group*.

3 PRINCIPALES CONCLUSIONES

Estructura sectorial

- El sector se encuentra conformado, en términos generales, por unidades productivas individuales o de reducido tamaño (el 84,4% de los artesanos de la muestra expresaron ser **autónomos**), ubicadas en el **medio urbano** y con un fuerte carácter **familiar**. Este perfil condiciona, no solo la **organización de la producción** y la **explotación de los canales de venta**, sino que hace recomendable el desarrollo de una **actividad asociativa y cooperativa mucho más amplia y diversa**.
- El elevado peso que tienen los artesanos que ejercen su actividad de forma individual condiciona, en buena medida, la **dinámica de las asociaciones y su eficacia**. La complejidad de un sector muy fragmentado y disperso dificulta el desarrollo de **estrategias de apoyo** por parte de las organizaciones gremiales, al tiempo que limita la **capacidad de las administraciones para diseñar políticas públicas sectoriales coherentes**.
- A ello se suma que, entre los artesanos que se organizan bajo figuras societarias y poseen empleados, se manifiesta un porcentaje relativamente elevado de trabajadores con contratos **temporales o bajo régimen de prácticas**. Este es otro hecho que configura las relaciones en el seno del sector y marca su rumbo, pues añade un factor de inestabilidad que debilita acciones consistentes a largo plazo. El influjo de la temporalidad en el sector, claro está, es el resultado de las **dificultades vinculadas a la gestión de los recursos humanos**. Éstas se vinculan, tanto a la **estructura de incentivos que subyace en el**

marco legal laboral, como a la **falta de formación específica** por parte de los artesanos que gestionan unidades productivas de mayores dimensiones.

- Otras de las características del perfil del artesano europeo que se ha identificado en el sector artesanal europeo se relaciona con la dimensión generacional. En este sentido, la mayor parte de los artesanos se ubican en rangos de **mediana edad**, aunque con una antigüedad **de entre 1 y 10 años** en el sector. Un grupo considerable de artesanos han accedido a la actividad a lo largo de la última década y ya en una etapa de madurez en su carrera laboral. Ello guarda relación con varios factores, destacando las dificultades para acceder a una actividad laboral por cuenta ajena a partir de los 45-50 años o las trabas para conciliar la vida laboral con las responsabilidades familiares.
- Una de las principales fortalezas de la estructura artesanal europea es el elevado grado de formación académica o/y profesional que se registra en la misma. En este sentido, destaca el porcentaje elevado de los artesanos que cuentan con **formación profesional** (17,7%) o **formación universitaria** (36,0%). El perfil del artesano europeo aporta **capacidad de adaptación ante las crisis y riqueza argumental a las estrategias productivas y comerciales desarrolladas**. Esta fortaleza, sin embargo, conviene ser matizada por la brecha tecnológica existente, la cual impide la integración óptima del artesano con una realidad de mercado cada vez más condicionada por la virtualidad.
- En lo que respecta al mercado objetivo del sector se observa que, tal y como exponen los artesanos participantes en el estudio, la clientela potencial se constituye de personas de **mediana edad** y de **carácter urbano**. Además de los clientes particulares, es posible identificar a clientes industriales, en especial, vinculados con el **sector de servicios** y, más

en concreto, el asociado a la **actividad turística**. Quizás este sea el segmento más dinámico y el que presenta mayores posibilidades de desarrollo, tanto por el volumen asociado, como por la recurrencia de la demanda.

- Otro de los aspectos que marca al desempeño del sector es la **virtualización creciente de las ventas** y la reducción del peso de la comercialización de productos **en ferias y mercadillos**. Durante la pandemia, la presencia en el canal online se intensificó y aceleró la transición entre aquellos artesanos con una menor presencia. En general, el sector artesanal europeo tiene un primer ámbito acción en los **mercados nacionales** y, en segundo término, el mercado de la **Unión Europea**.

Coyuntura

Fuerte descenso del valor del mercado a causa de la COVID-19, la guerra de Ucrania y el deterioro de las condiciones macroeconómicas

- La actividad sectorial se vio en gran medida afectada en 2020 por la crisis derivada de la **pandemia de la COVID-19**, al desplomarse la actividad en oficinas y Administración pública, si bien cabe señalar el buen comportamiento de la demanda de los particulares como consecuencia del auge del teletrabajo.
- El valor del **mercado disminuyó en 2020, mostrando signos de debilidad en 2021 y 2022**. Las expectativas de crecimiento del sector se han visto moderadas durante el primer semestre de 2022 como resultado de los problemas de las cadenas logísticas y el consecuente incremento de la inflación. Asimismo, se ha verificado una **ralentización en el ritmo de actividad de muchos sectores**, en especial, en el ámbito industrial. Por su parte, la percepción en relación con la actividad turística es favorable para la campaña del verano de 2022.
- El fuerte descenso del volumen de negocio, junto con el aumento de los costes y la intensa rivalidad en precio originaron un marcado **deterioro de los indicadores de rentabilidad** del sector en 2020 y 2021. El año 2022 presenta una cierta mejoría, aunque condicionada por expectativas desfavorables en torno a la evolución futura de la economía.

- La **Guerra de Ucrania** ha tenido importantes efectos, no solo en el caso del sector artesanal de ese país, sino de otros países cercanos y del entorno europeo en general. No solo se ha producido una paralización o un menor dinamismo de los mercados nacionales de los países de Europa del Este, sino que se ha visto afectada la provisión de materias primas y otros suministros.

Previsiones y tendencias

El desarrollo de alianzas con sectores afines, una mayor integración con las herramientas tecnológicas y la diversificación de la cartera de productos y mercados serán los factores de crecimiento clave del sector

- El deterioro de la **coyuntura económica** y la **caída del ritmo de actividad** en los principales sectores clientes producida a partir del mes de marzo de 2020 impactó con fuerza en la demanda de bienes y servicios artesanales en todo el contexto europeo. Una vez levantados los confinamientos y restablecida la movilidad de las personas, a principios de 2021, se evidenció una reactivación en la organización de ferias y mercados, así como un aumento de la demanda por parte de los establecimientos comerciales a través de los cuales muchos artesanos colocan su producción.
- En un marco de **recuperación de la actividad** empresarial, el **restablecimiento de los flujos turísticos** ha contribuido a una mejoría de la situación comercial y financiera de los artesanos, aunque la pandemia y sus consecuencias económicas se han traducido en un incremento de vulnerabilidad en estos ámbitos. Asimismo, la recuperación de la demanda exterior también se ha constituido un factor que ha permitido una mayor holgura de las unidades artesanales.
- Las **alianzas entre el sector artesanal e industrias afines** como la turística, la orientada a la alimentación o la vinculada a la restauración ganarán peso en el corto y medio plazo. Estas actividades ejercen una influencia vertebradora para muchos de los colectivos que

forman el sector artesanal, no solo porque aportan un mercado regular y de gran volumen, sino porque sirven de plataforma para la proyección del trabajo del artesano.

- El retraso en la normalización de la situación podría provocar el **cierre de unidades artesanales y el descenso del número de personas ocupadas**. Esta situación, sin embargo, no afectará a todo el sector por igual, sino que afectará en mayor medida a los artesanos autónomos orientados a **la producción tradicional** y a aquellos que muestren una menor capacidad de adaptación a **la gestión de las herramientas tecnológicas**, las cuales permiten ampliar el mercado objetivo en un contexto de uso intenso de las redes sociales y las plataformas de venta online.
- El aprovechamiento de los **programas europeos de estímulo económico** y de las acciones dirigidas a la **transformación tecnológica** resultará clave para que el sector pueda moderar los efectos de una eventual ralentización o caída de la actividad económica. A tal efecto, en el corto plazo, continuará aumentando la **orientación de los fabricantes hacia mercados exteriores**, en forma de **exportaciones**. Esta mayor presencia internacional, de forma especial en el mercado europeo, permitirá un mayor grado de diversificación, con la consecuente reducción de los riesgos propios de la actividad. Con el objeto de impulsar la proyección internacional, resultan de gran importancia **la actividad de las asociaciones** y una mayor implicación de **las administraciones públicas más cercanas al artesano**.
- Otro de los retos, a la vez que oportunidad, a los que se enfrentará el sector es el relativo al cambio de percepción en torno al uso la tecnología, ya no aplicada a la venta, sino

incorporada en la producción y la gestión administrativa. El empleo de tecnologías como la vinculada a la producción 3D o la realidad aumentada a efectos de las tareas de diseño, así como la automatización parcial de algunas de las fases de producción o de la gestión, podría redundar en una **contención significativa de la estructura de costes**, lo cual propiciaría un **incremento de la rentabilidad** y una mayor **flexibilidad en la gestión financiera**.

- Con base en la evolución del sector y de la percepción de los artesanos y asociaciones consultadas, se prevé un aumento de la **concentración** de la oferta, en un escenario de **fortalecimiento de la posición de los artesanos orientados al desarrollo de productos innovadores** y de **debilidad** de los artesanos basados en técnicas y productos tradicionales.
- La incorporación de **innovaciones tecnológicas**, la **flexibilización de los espacios** de trabajo, o la creación de **ámbitos de colaboración** son algunas de las tendencias que seguirán registrándose en el sector. En este sentido, la utilización de espacios de trabajo compartido (*coworking*) o la organización de talleres conjuntos se irá imponiendo como una forma de reducir costes, compartir la gestión y establecer ámbitos de intercambio de experiencias e información.
- Las nuevas formas de relación con los espacios de trabajo suelen ser más habituales en el medio urbano, no solo por las facilidades de comunicación, sino por la **disponibilidad de servicios de diverso tipo y una mejor conectividad**. El desarrollo de centros de producción artesanal en el medio rural o zonas afectadas por la despoblación podría constituirse en una estrategia viable para ganar en eficiencia, siempre que se cuente con

el apoyo de las administraciones para adecuar las poblaciones en términos de acceso a los servicios.

Recomendaciones

- Con base en los resultados obtenidos y el contexto en el que opera el sector, es posible plantear algunas recomendaciones, las cuales tendrán que ser matizadas de acuerdo con el contexto de cada mercado.
 - ✓ En este sentido, es importante destacar que el sector en su conjunto, representado tanto por las asociaciones, como por los propios artesanos, debe materializar **una apuesta firme por el desarrollo de las herramientas tecnológicas**, no solo de aquellas que se puedan integrar en los procesos de producción, sino de las que se orientan a una mejor integración de los artesanos con sus potenciales clientes.
 - ✓ Las asociaciones deben hacer esfuerzos mayores por **crear espacios de convergencia entre los artesanos tradicionales y los nuevos artesanos**, con el objeto de generar sinergias y potenciar los beneficios de la transferencia intergeneracional.
 - ✓ El sector debe hacer esfuerzos por **proyectar su actividad hacia los mercados internacionales, no solo en el ámbito europeo, sino extraeuropeo**. Para ello será clave el fortalecimiento de las asociaciones y la creación de espacios en los que la colaboración permita desarrollar economía de alcance y escala en este sentido.
 - ✓ En línea con lo anterior, **es fundamental que se fortalezcan las estructuras institucionales del sector en el marco europeo**. Ello incrementará las posibilidades de éxito en las negociaciones con la administración europea y

constituirá una base más firme para impulsar iniciativas que amplíen las oportunidades de negocio.

- ✓ **Resulta imprescindible que las administraciones públicas, en todos los niveles, se comprometan con el desarrollo del sector artesanal**, no solo por el peso que tiene en el contexto productivo de sus respectivos países, sino por las connotaciones culturales y sociales que le caracterizan y que le diferencian de otros sectores económicos.
- ✓ Un aspecto clave a tratar por parte de los gobiernos es el referente al **tratamiento fiscal y legal de la condición de artesano**, lo cual no solo permitiría dotar de estabilidad laboral, tanto durante la vida útil, como una vez que nace el derecho a la jubilación, sino que incentivaría la incorporación de nuevos artesanos, haciendo más robusta su actividad en términos agregados. Se trata de crear las condiciones para que un sector tan especial como el artesano, pueda ganar músculo en un entorno cambiante y cada vez más competitivo.
- ✓ Es importante que el sector, a través de sus asociaciones, **desarrolle una actividad sistemática de recopilación y análisis de la información de la actividad artesanal**. Ello permitirá al sector ganar visibilidad de cara a las administraciones, al tiempo que creará el marco para que los ciudadanos y potenciales clientes, tengan una visión más clara y profunda de los que la artesanía representa. En este sentido, una gran aporte sería el de **crear estrategias de comunicación comunes, tanto a escala nacional, como europea**.

