GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
Escuela de Organización Industrial
Fundesarte

Situación de la Artesanía en España

Informe de Competitividad y Hoja de Ruta Estratégica

infyde

Índice

Índice 2
Resumen ejecutivo 4
1. Introducción 7
1.1. Objeto y contexto del estudio 7
1.2. Objetivos del trabajo 8
1.3. Resultados obtenidos 9
1.4. Estructura del informe 10
2. Metodología del estudio 11
2.1. Enfoque general: métodos mixtos y triangulación 11
2.2. Trabajo de campo cuantitativo: las tres encuestas 11
2.3. Trabajo de campo cualitativo: entrevistas, grupos focales y sesiones de contraste 12
2.4. Integración, triangulación y control de calidad 13
2.5. Alcance y limitaciones 13
3. La artesanía y los límites de su definición 14
3.1. Qué entendemos por artesanía 14
3.2. El problema de fondo: «no tenemos sector» 14
3.3. Las fronteras en disputa 15
3.4. Implicaciones para este estudio 16
4. El sector artesano en cifras 17
4.1. Cómo se mide un sector que no existe estadísticamente 17
4.2. El perímetro IAE: 65 epígrafes en seis bloques 17
4.3. Evolución 2014–2024 en el perímetro IAE 18
4.4. Síntesis de la caracterización con CNAE a tres dígitos 20
4.5. El sector medido desde dos perímetros: cómo leer las cifras 21
4.6. Hacia una clasificación propia del sector: la propuesta de OficioyArte 23
5. Tendencias del sector artesano 27
5.1. Un marco de lectura: la artesanía como sistema de valor 27
5.2. Bloque A · Demanda y propuesta de valor 28
5.3. Bloque B · Producción y capacidades del taller 30
5.4. Bloque C · Sostenibilidad, territorio y continuidad 32
5.5. Implicación competitiva de cada grupo 33
5.6. Cuatro mecanismos transversales que explican el cambio competitivo 34
5.7. Implicaciones diferenciadas: por tipo de agente, subsector y territorio 34
6. Benchmarking internacional 36
6.1. Casos analizados 36
6.2. Síntesis por país 37
6.3. Lecciones transversales 38
7. Características de las empresas artesanas y factores de competitividad 41
7.1. Caracterización del sector y problemática de definición 41
7.2. Contribución económica y evolución 42
7.3. Transformaciones estructurales del tejido empresarial 43
7.4. Cooperación 44
7.5. Internacionalización y posición competitiva internacional 45
7.6. Brechas territoriales, rural-urbano y servicios de proximidad 46
7.7. Formación 47
7.8. Digitalización 49
7.9. Innovación 50
7.10. Sostenibilidad 52

infyde iD

7.11. Relevo generacional y atracción de talento 52
7.12. Protección intelectual, certificaciones y marcas 53
7.13. Sinergias intersectoriales 54
7.14. Efectividad de políticas públicas 55
7.15. Síntesis: los factores de competitividad de la empresa artesana 56

8. DAFO del sector artesano 59
8.1. Matriz DAFO 59
8.2. Lectura cruzada: de la matriz a la estrategia 61
8.3. Del DAFO al CAME: la respuesta estratégica 62
8.4. Matriz de trazabilidad: del DAFO al CAME y a la hoja de ruta 62

9. Conclusiones y recomendaciones 64
9.1. Conclusiones 64
9.2. Recomendaciones estratégicas 65

10. Hoja de ruta estratégica 67
10.1. Principios y arquitectura 67
10.2. Ejes de actuación, medidas e indicadores 68
10.3. Secuencia temporal y priorización 86

Anexo A. Síntesis del diagnóstico estadístico con CNAE a tres dígitos 89
A.1. Objeto, encuadre y cautelas del perímetro CNAE 89
A.2. Tejido empresarial y distribución territorial 89
A.3. Actividad y generación de valor: la paradoja del sector 90
A.4. Empleo e indicadores de rendimiento 91
A.5. Lectura estratégica del diagnóstico estadístico 92

Anexo B. Listado de epígrafes IAE utilizados 93

Anexo C. Síntesis del marco normativo y de políticas 96
C.1. Marco europeo 96
C.2. Marco estatal 96
C.3. Marco autonómico 97
C.4. Claves normativas para la hoja de ruta 97

Anexo D. Fichas por comunidad autónoma 99
D.1. Andalucía 99
D.2. Aragón 100
D.3. Principado de Asturias 100
D.4. Illes Balears 101
D.5. Canarias 102
D.6. Cantabria 102
D.7. Castilla-La Mancha 103
D.8. Castilla y León 104
D.9. Cataluña 104
D.10. Ciudad de Ceuta 105
D.11. Extremadura 105
D.12. Galicia 106
D.13. Comunidad Foral de Navarra 107
D.14. La Rioja 108
D.15. País Vasco 108
D.16. Comunitat Valenciana 109
D.17. Comunidad de Madrid 110
D.18. Ciudad de Melilla 111
D.19. Región de Murcia 111

SÍNTESIS

Resumen ejecutivo

La artesanía española es un sector económica y culturalmente relevante, en plena transformación y con activos sólidos, pero lastrado por un problema de fondo: la falta de una definición y una medición comunes, y por debilidades estructurales que condicionan su competitividad. Este informe integra el análisis estadístico, el estudio de tendencias, el benchmarking internacional, la revisión normativa, tres encuestas, treinta entrevistas y tres mesas de trabajo, dos mesas de contraste de resultados y una jornada de presentación pública, y traduce el diagnóstico en una hoja de ruta de política pública multinivel.

El punto de partida

La artesanía no existe como categoría propia en las clasificaciones estadísticas ni fiscales, por lo que **cualquier cifra depende del criterio de delimitación**. Con el perímetro IAE, que incluye empresas de todos los tamaños y permite la comparación con 2014, el sector reúne 40.214 empresas y 6.076 M€ de valor añadido en 2024. Con la aproximación por CNAE a tres dígitos, limitada a empresas de 0 a 9 personas trabajadoras, el tejido potencialmente artesano alcanza como cota superior 60.052 empresas, 123.893 personas ocupadas, 12.019 M€ de cifra de negocios y 4.374 M€ de valor añadido en 2024. **No son cifras comparables**. El diagnóstico estadístico muestra un patrón claro de **consolidación por unidad** de negocio y, en paralelo, se produce una fuerte **societarización** (en el perímetro IAE) del tejido. El sector está presente en todas las comunidades autónomas, con una concentración territorial estable: en el perímetro CNAE, cuatro comunidades reúnen el 60,2 % de las empresas en 2024 (60,5 % en 2020).

Los hallazgos clave

De la triangulación de todas las fuentes se derivan nueve conclusiones principales:

- **El problema es de definición y medición, antes que de tamaño:** sin un marco común, el sector es invisible estadísticamente y débil institucionalmente. Es la condición previa de todo lo demás. La propuesta de definición y clasificación de OficioyArte, en negociación con el Ministerio de Industria y Turismo, puede ser una base de partida.
- **El tejido se consolida por unidad, se modifica el modelo de negocio, pero envejece:** conviven segmentos dinámicos con oficios en riesgo de discontinuidad, lo que exige instrumentos diferenciados de apoyo al sector artesano.
- **La competitividad se ha desplazado del taller al sistema de valor:** el dominio técnico ya no basta; el valor se decide en el diseño, la marca, los canales, el origen y el territorio.
- **El relevo generacional es la condición de continuidad** y la preocupación más unánime; sin él, ninguna otra oportunidad puede aprovecharse. Sus palancas prioritarias son la figura del aprendiz remunerado, que la hoja de ruta concreta en programas de dos años con retribución para el aprendiz y compensación al taller, y la conexión estable escuela–taller.
- **El sistema formativo formal no responde a la necesidad real del sector:** la formación reglada se dirige a jóvenes en formación inicial y en lo técnico, mientras el sector reclama sobre todo **gestión empresarial** y formación continua para profesionales en activo. La red de Centros de Referencia Nacional, la nueva ordenación de las enseñanzas artísticas profesionales y la actualización de los estándares de competencias de los oficios ofrecen la base para corregirlo.

- **El sector tiene activos sólidos pero infracapitalizados:** autenticidad, sostenibilidad y sinergias con turismo, moda y patrimonio no se traducen automáticamente en ventaja. La falta de una marca común y de una comunicación sostenida sobre el valor del oficio contribuye a esa infracapitalización.
- **El marco fiscal, normativo y de protección penaliza al microtaller:** la fiscalidad (IVA al 21 %, cuota de autónomo) es la barrera de mayor impacto; los repertorios de oficios están desactualizados y son desiguales; la protección frente a la copia es débil y la compra pública excluye en la práctica al microtaller.
- **La política pública es más sistemática, pero desigual, burocrática y con un vacío estatal:** las comunidades autónomas han ganado en planes y marcas, pero persisten fuertes desigualdades de presupuesto y alcance, una carga burocrática que reconoce la propia administración y un vacío en el nivel estatal de representatividad del sector.
- **La solución es un ecosistema de instrumentos multinivel,** no una medida aislada: el benchmarking muestra que las políticas eficaces combinan ordenación, reconocimiento, transmisión, competitividad y activación territorial, con una base común nacional y una gestión próxima al territorio.

Qué enseña el benchmarking internacional

El análisis de catorce casos (Alemania, Francia, Italia, Portugal, Baviera, Escocia, Reino Unido e Irlanda) ofrece un catálogo de instrumentos transferibles: una **clasificación común** conectada con registro y cualificación (Handwerksordnung alemana, lista oficial francesa); un **sello de excelencia** con criterios, auditoría y renovación (EPV francés); **incentivos fiscales** con actividad bien delimitada (CIMA); la inserción de la artesanía en una **política país** (Made in Italy); una **infraestructura pública de conocimiento** (Saber Fazer portugués); programas de **profesionalización temprana** con cohortes reducidas (COMPASS escocés); y la transmisión especializada de oficios con acreditación, mentoría y cooperación transfronteriza (programa irlandés de habilidades patrimoniales). La lección transversal es que los instrumentos ganan fuerza cuando se **conectan entre sí** y se sostienen con gobernanza y evaluación.

La hoja de ruta: ocho ejes y una secuencia

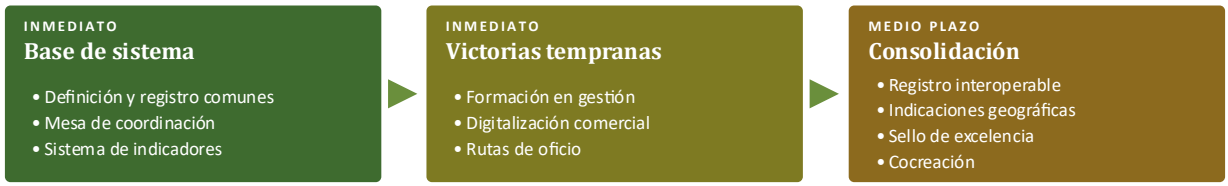
El informe propone una hoja de ruta operativa, multinivel y evaluable, organizada en **ocho ejes** con 43 medidas, cada una con nivel competencial, plazo e indicador:

Hoja de ruta: ocho ejes y una secuencia

Hoja de ruta operativa, multinivel y evaluable · 8 ejes · 43 medidas · cada medida con nivel competencial, plazo e indicador



Secuencia recomendada: de lo inmediato a lo estructural



EN PARALELO · ÁMBITO ESTATAL Figura del aprendiz remunerado (programa de aprendizaje de dos años) y reforma de la fiscalidad: reformas estructurales que ninguna comunidad puede resolver por sí sola.

La secuencia recomendada avanza de lo inmediato a lo estructural: **empezar por la base de sistema** (definición y registro comunes, mesa de coordinación, indicadores) y las **victorias tempranas** (formación en gestión, digitalización comercial, rutas de oficio); **consolidar** a medio plazo (registro interoperable, indicaciones geográficas, sello de excelencia, cocreación); y abordar en paralelo las **reformas estructurales de ámbito estatal**: la **figura del aprendiz remunerado** (programa de aprendizaje de dos años) y la **reforma de la fiscalidad**, que ninguna comunidad puede resolver por sí sola.

Tras las sesiones de contraste con el sector artesano (8 de octubre de 2026) y con el Observatorio Nacional de Artesanía (28 de octubre de 2026), y la jornada de presentación pública celebrada en Granada, la hoja de ruta refuerza cuatro actuaciones: una **marca común de la artesanía de España**, compatible con las marcas territoriales y acompañada de campañas de publicidad que la posicionen como referencia internacional; una **estrategia de comunicación para la dignificación del sector**, dirigida a los jóvenes, a la sociedad y al resto de sectores económicos, con el principio de «doble firma» en las colaboraciones; el trabajo con los **servicios de orientación** académica y laboral para que el oficio se presente como salida profesional; y **programas de aprendizaje de dos años**, remunerados para la persona aprendiz y para el taller que la forma, con los cambios normativos necesarios.

Mensaje central
El futuro de la artesanía española **no depende de conservar lo existente**, sino de su capacidad para **capitalizar sus activos** (oficio, diseño, origen, sostenibilidad, territorio) y **corregir sus debilidades estructurales** (definición, gestión, relevo, marco fiscal), aprovechando una ventana de oportunidad: consumo consciente, indicaciones geográficas, industrias creativas, que puede cerrarse si no se actúa. La condición para lograrlo es empezar por la base de sistema y sostener el esfuerzo con una gobernanza multinivel evaluable.

CAPÍTULO 1

1. Introducción

Este informe integra, en un único documento, el conjunto de evidencias generadas por el estudio de diagnóstico económico y estratégico del sector artesano en España: el análisis estadístico, el estudio de tendencias, el benchmarking internacional, la revisión normativa, las tres encuestas sectoriales, las entrevistas en profundidad y los grupos focales, así como las sesiones de contraste de resultados con el sector y con el Observatorio Nacional de Artesanía. Sobre esa base se construye un diagnóstico de competitividad y una propuesta de hoja de ruta de política pública multinivel.

1.1. Objeto y contexto del estudio

El presente trabajo responde al encargo de la **Fundación EOI – Fundesarte** de elaborar un **estudio de diagnóstico económico y estratégico del sector artesano en España**. Su finalidad última es dotar a las administraciones públicas: estatal, autonómica y local, de información **actualizada, rigurosa y accionable** para diseñar políticas que refuercen la sostenibilidad, el crecimiento empresarial, la digitalización y el relevo generacional de los oficios artesanos.

El estudio adopta un marco conceptual orientado al **desarrollo competitivo sostenible de la artesanía**. Se trata de un ámbito de fuerte raigambre tradicional pero inmerso en una transformación profunda: en la última década se observan cambios sustanciales en los modelos de negocio, en los canales de comercialización, en el relevo generacional de los talleres y en la interacción con otros sectores (turismo, moda, diseño o economía circular), junto a una participación creciente de **mujeres artesanas** y una diversificación de oficios y productos. Este contexto cambiante es, precisamente, lo que justifica un diagnóstico nuevo y actualizado.

> ⚠ **El punto de partida: un sector económicamente relevante pero estadísticamente opaco**
> La magnitud del sector varía enormemente según la definición que se adopte, lo que constituye en sí mismo uno de los hallazgos del estudio.

El trabajo en su contexto: un estudio con vocación operativa

El estudio se ha ejecutado con un doble compromiso: **solidez estadística y utilidad para la decisión pública**. No se trata de un ejercicio académico, sino de un diagnóstico orientado a que las administraciones dispongan de una base de evidencia sobre la que priorizar recursos, diseñar convocatorias y ordenar competencias. Esa vocación operativa explica tres rasgos del trabajo: la **combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, la comparación internacional para importar aprendizajes contrastados, y la traducción final del diagnóstico en una hoja de ruta con medidas, plazos e indicadores.**

El proyecto se ha desarrollado en **seis fases encadenadas** y ha generado ocho entregables, siendo el presente documento la integración sintética de todos ellos:



Como valor añadido, el estudio ha volcado los indicadores de situación del sector en un **aplicativo de visualización (Power BI)** que permita a EOI-FUNDESARTE explotar los datos mediante filtros combinados y actualizarlos periódicamente manteniendo su trazabilidad. Esta herramienta persigue que el diagnóstico no sea una foto fija, sino un instrumento vivo de seguimiento del sector.

La necesidad de un diagnóstico nuevo se justifica, además, por el tiempo transcurrido desde el último estudio público de referencia (2015) y por la intensidad de los **cambios** vividos desde entonces: la irrupción y posterior reajuste del comercio electrónico, la aceleración digital provocada por la pandemia, la revalorización social de lo hecho a mano, la entrada de nuevos perfiles profesionales procedentes del diseño y las bellas artes, la creciente participación de mujeres artesanas y la aparición de oficios híbridos ligados a la sostenibilidad y a las nuevas tecnologías. **El sector que este informe describe no es el de hace una década.**

1.2. Objetivos del trabajo

El estudio persigue **cuatro objetivos principales** que ordenan todo el enfoque metodológico y la estructura de este informe:

	Objetivo	Qué persigue
O1	**Actualizar los indicadores** económicos y sociales de la artesanía española	Estimar y actualizar magnitudes clave (facturación, empleo, productividad, exportaciones) y su evolución reciente, a partir de fuentes estadísticas oficiales y de trabajo de campo propio.
O2	**Evaluar la competitividad** y la estructura del sector	Comprender fortalezas y debilidades estructurales: perfil profesional, relevo generacional, innovación, digitalización, cooperación/asociacionismo, financiación y posición internacional, segmentando por territorio, subsector, tamaño y género.
O3	**Identificar buenas prácticas** nacionales e internacionales	Seleccionar y analizar casos de éxito de empresas artesanas e iniciativas de apoyo que ilustren estrategias eficaces y transferibles, dentro y fuera de España.
O4	**Formular propuestas** de política pública	Elaborar recomendaciones concretas, viables y medibles, diferenciadas por nivel competencial (Estado, CCAA, entidades locales), con indicadores de seguimiento (KPI) y horizontes temporales.

Estos cuatro objetivos se despliegan, a efectos operativos, en un conjunto de **doce cuestiones críticas** que el estudio intenta responder: la contribución económica del sector y su evolución desde 2015; los cambios estructurales del tejido empresarial; las brechas territoriales y rural–urbanas; la posición competitiva internacional; el grado de innovación y digitalización; las barreras al relevo generacional; la efectividad de las políticas públicas desplegadas; los vacíos normativos y trabas administrativas; las buenas prácticas replicables; las sinergias con otros sectores; las necesidades prioritarias de formación y financiación; y, finalmente, la hoja de ruta multinivel que garantice la sostenibilidad y competitividad futura del sector.

Doce cuestiones críticas para el estudio

● Diagnóstico del sector ● Capacidades y marco público ● Palancas y proyección

1 Contribución económica
¿Cuál es la contribución económica actual del sector y cómo ha evolucionado desde 2015?

2 Cambios estructurales
¿Qué cambios estructurales ha experimentado el tejido empresarial (antigüedad de los talleres, relevo, digitalización) en la última década?

3 Brechas territoriales
¿Existen brechas territoriales significativas entre regiones o entre zonas rurales y urbanas?

4 Posición internacional
¿Cuál es la posición competitiva internacional de la artesanía española y qué factores explican las diferencias?

5 Innovación y digitalización
¿Qué nivel de innovación y digitalización presentan las empresas y cómo impacta en su desempeño?

6 Relevo generacional
¿Cuáles son las principales barreras para el relevo y la atracción de talento joven?

7 Políticas públicas
¿Qué políticas de apoyo se han implementado desde 2015 y con qué efectividad?

8 Vacíos normativos
¿Qué vacíos normativos o trabas administrativas limitan la competitividad?

9 Buenas prácticas
¿Qué buenas prácticas nacionales e internacionales pueden servir de modelo replicable y cuáles son sus factores de éxito?

10 Sinergias
¿Qué sinergias existen entre la artesanía y sectores como turismo, moda, diseño o economía circular?

11 Necesidades prioritarias
¿Cuáles son las necesidades prioritarias de formación, financiación y digitalización percibidas por los artesanos?

12 Hoja de ruta
¿Qué hoja de ruta de políticas (estatal, autonómica y local) garantizaría la sostenibilidad y competitividad futura del sector?

1.3. Resultados obtenidos

El estudio ha generado un **cuerpo de evidencia amplio y de doble naturaleza: cuantitativa y cualitativa,** que constituye la base de este informe integrado. Los principales resultados y productos analíticos son los siguientes:

Bloque de resultados	Contenido y alcance
Diagnóstico estadístico	Explotación de fuentes oficiales mediante epígrafes del **IAE** (comparativa 2014–2024) y una aproximación complementaria con **CNAE a tres dígitos**, con las cautelas metodológicas derivadas de la inexistencia de un código estadístico específico de artesanía.
Análisis de tendencias	Identificación y sistematización de las principales dinámicas que están transformando el sector (mercado, tecnología, consumo, sostenibilidad, talento).
Benchmarking internacional	Comparativa con países y modelos de referencia y extracción de lecciones aprendidas transferibles al caso español.
Análisis normativo y de políticas	Revisión del marco europeo, estatal y autonómico, con **fichas sintéticas por Comunidad Autónoma** y detección de vacíos y fricciones.

Bloque de resultados	Contenido y alcance
Encuesta a empresas artesanas	**800 respuestas** de personas artesanas, talleres y empresas, con información sobre perfil, modelo de negocio, digitalización, cooperación, territorio, relevo generacional y acceso a ayudas.
Encuesta a asociaciones sectoriales	Caracterización de las estructuras asociativas del sector: gobernanza, recursos, servicios y capacidad de representación.
Encuesta a centros de formación	Análisis de la oferta formativa y de las entidades que forman en oficios artesanos: tipología, infraestructura, programas y población objetivo.
Entrevistas en profundidad	**30 entrevistas** a administraciones, entidades de formación/apoyo y empresas artesanas, analizadas por bloques temáticos (pregunta de referencia, hallazgos, consensos y divergencias).
Grupos focales	**Tres mesas de trabajo** temáticas que permiten contrastar percepciones, expectativas y propuestas desde la base del sector.
Sesiones de contraste	**Mesa de contraste con el sector artesano** (8 de octubre de 2026), **mesa de contraste con el Observatorio Nacional de Artesanía** (28 de octubre de 2026) y **jornada de presentación pública** en Granada (28 de octubre de 2026), retransmitida por streaming, para validar los resultados y la hoja de ruta.
Síntesis estratégica	Triangulación de todas las fuentes en una caracterización de la empresa artesana y sus factores de competitividad, un **DAFO**, conclusiones y una **hoja de ruta** multinivel.

El valor de este informe no reside en ninguno de estos bloques por separado, sino en su **integración**: los capítulos que siguen no presentan «resultados de la encuesta» frente a «resultados de las entrevistas», sino que estructuran el análisis **por ejes temáticos**, cruzando en cada uno la evidencia cuantitativa y la cualitativa. Esta lógica de triangulación es la que sostiene tanto el diagnóstico de competitividad (Capítulo 7) como la hoja de ruta (Capítulo 10).

1.4. Estructura del informe

El documento se organiza en once capítulos y varios anexos técnicos, siguiendo una lógica que avanza del **marco y los datos** al **diagnóstico** y, finalmente, a la **propuesta estratégica**:

- **Capítulos 1 y 2** — Introducción y metodología del estudio.
- **Capítulo 3** — Descripción de la artesanía y límites de su definición, cuestión que condiciona toda la medición del sector.
- **Capítulo 4** — El sector artesano en cifras, a partir del análisis con epígrafes del IAE y la comparativa 2014–2024, y propuesta de clasificación del sector elaborada por OficioyArte.
- **Capítulo 5** — Síntesis de las tendencias del sector.
- **Capítulo 6** — Benchmarking internacional y lecciones aprendidas.
- **Capítulo 7** — Características de las empresas artesanas y factores de competitividad (triangulación de encuestas, entrevistas y mesas).
- **Capítulos 8 y 9** — DAFO del sector y conclusiones y recomendaciones.
- **Capítulo 10** — Propuesta de hoja de ruta estratégica multinivel.
- **Anexos** — Síntesis del diagnóstico con CNAE a tres dígitos; listado de epígrafes IAE utilizados; síntesis normativa; y fichas ampliadas por Comunidad Autónoma.

CAPÍTULO 2

2. Metodología del estudio

*El estudio se apoya en un **diseño de métodos mixtos** que combina solidez estadística, profundidad cualitativa y orientación a políticas públicas. La fiabilidad de las conclusiones descansa en la **triangulación** sistemática de fuentes secundarias, encuestas y evidencia cualitativa, y no en un único instrumento.*

2.1. Enfoque general: métodos mixtos y triangulación

La investigación articula dos grandes bloques metodológicos que se retroalimentan. El **bloque cuantitativo** (análisis estadístico de fuentes secundarias y encuestas) dimensiona el sector y mide la incidencia de los fenómenos. El **bloque cualitativo** (entrevistas en profundidad y grupos focales) explica las causas, matices y percepciones que las cifras por sí solas no revelan. La integración de ambos se produce **por ejes temáticos**: cada hallazgo relevante se sostiene, siempre que es posible, sobre evidencia de más de una fuente, de modo que un dato de encuesta se interpreta a la luz de lo expresado en entrevistas y mesas, y viceversa.

2.2. Trabajo de campo cuantitativo: las tres encuestas

El trabajo de campo cuantitativo se articuló en **tres encuestas complementarias**, dirigidas a los tres grandes tipos de agente del ecosistema artesano:

- **Encuesta a empresas artesanas** — **800 respuestas** válidas de personas artesanas, talleres y empresas. Cubre perfil, caracterización del negocio, producción y comercialización, transformación del modelo y cooperación, dimensión territorial, digitalización, sostenibilidad, relevo generacional y acceso a ayudas públicas.
- **Encuesta a asociaciones sectoriales** — caracterización de las estructuras de representación: naturaleza jurídica, ámbito, antigüedad, estructura operativa, gobernanza, número de afiliados y oficios representados.
- **Encuesta a centros y entidades de formación** — tipología de entidades, naturaleza de la oferta, ámbito territorial, infraestructura, capacidad de equipo, programas impartidos y población objetivo.

> ⚠ **Cautela metodológica central sobre la encuesta a empresas, talleres y artesanos/as**
> La encuesta a empresas artesanas tiene **carácter autoseleccionado**: las respuestas proceden de quienes decidieron participar voluntariamente. Por tanto, sus resultados **no deben interpretarse como una representación estadística estricta** del conjunto del sector, sino como una **aproximación descriptiva** de gran valor a partir de 800 respuestas.

Las tres encuestas reunieron, en conjunto, respuestas de **834 agentes**: **800 empresas y personas artesanas**, **18 asociaciones sectoriales** y **16 centros y entidades de formación**. Su composición aporta contexto imprescindible para interpretar los resultados:

- **Empresas artesanas (n=800).** Conviven de forma equilibrada la persona artesana particular (51,9 %) y el taller o empresa artesana (45,2 %).

- **Asociaciones sectoriales (n=18).** Predominan las organizaciones sin ánimo de lucro (77,8 %), de ámbito autonómico (38,9 %) y estatal (33,3 %); más del 77 % supera la década de trayectoria; y respondieron mayoritariamente cargos directivos (presidencia 33,3 %, dirección 27,8 %).
- **Centros de formación (n=16).** El 68,8 % son escuelas de arte o escuelas superiores de diseño y enseñanzas artísticas; el 68,8 % imparte formación reglada; y participan entidades de nueve comunidades autónomas, con Cataluña como la más representada. Por su composición, los resultados describen sobre todo la perspectiva de las **enseñanzas artísticas regladas (profesionales y superiores)**.

Las tres muestras son de **carácter no probabilístico**: describen a quienes respondieron y no constituyen una caracterización estadística del conjunto de su universo. Su valor en este informe es **convergente**: cuando el dato de encuesta coincide con la evidencia de entrevistas y mesas, la conclusión gana solidez.

2.3. Trabajo de campo cualitativo: entrevistas, grupos focales y sesiones de contraste

La evidencia cualitativa se obtuvo mediante **30 entrevistas en profundidad** y **tres grupos focales (mesas de trabajo)**, completados en la fase de cierre con dos mesas de contraste de resultados y una jornada de presentación pública. Las entrevistas cubren los tres perfiles clave del sector, lo que permite contrastar la mirada institucional, la del ecosistema de apoyo y la de la propia empresa:

- **Administraciones** autonómicas responsables de artesanía.
- **Entidades de formación y apoyo** (centros de referencia, escuelas, consultoría especializada, agencias de promoción).
- **Empresas artesanas** de distintos oficios, tamaños y territorios.

El material se analizó de forma estructurada por **bloques temáticos**, aplicando en cada uno un mismo esquema: **pregunta de referencia, hallazgos centrales, consensos y divergencias/matices por perfil**, esquema que se reutiliza en el Capítulo 7 para ordenar la triangulación.

El análisis de las entrevistas se organizó en **trece bloques temáticos**: caracterización y problemática de definición; contribución económica y evolución; transformaciones estructurales; brechas territoriales; posición competitiva internacional; tendencias, innovación, digitalización y sostenibilidad; relevo generacional; efectividad de las políticas públicas; certificaciones y vacíos normativos; buenas prácticas replicables; sinergias intersectoriales; necesidades de formación, financiación y capacidades; y hoja de ruta de política pública multinivel. En cada bloque se distingue lo que constituye **consenso** entre los entrevistados de lo que refleja **divergencias** por perfil (administración, entidad de apoyo o empresa).

Los **tres grupos focales** (mesas de trabajo) funcionaron como sesiones de contraste y **validación** con actores del sector: en ellas se presentaron los resultados preliminares y se recogieron propuestas para el marco común de colaboración. Las mesas no solo confirmaron los hallazgos, sino que reforzaron su lectura estratégica desde la voz de los propios agentes.

Sesiones de contraste de resultados. En la fase de validación y cierre, los resultados del estudio y la propuesta de hoja de ruta se sometieron a tres sesiones adicionales de contraste:

- **Mesa de contraste con el sector artesano** (8 de octubre de 2026, por videoconferencia). Reunió a artesanos y artesanas, talleres, asociaciones sectoriales y centros de formación para debatir las conclusiones, las líneas de recomendación y la hoja de ruta, y se completó con una encuesta en línea de valoración de los ejes.
- **Mesa de contraste con el Observatorio Nacional de Artesanía** (28 de octubre de 2026, Centro Albayzín, Granada). Sesión de debate de resultados con las comunidades autónomas que participan

en el Observatorio, impulsado por la Fundación EOI–Fundesarte, centrada en la viabilidad de las medidas de la hoja de ruta en cada territorio, los indicadores de seguimiento y los ámbitos de colaboración entre el Estado y las comunidades autónomas.

- **Jornada de presentación pública** (28 de octubre de 2026, Centro Albayzín, Granada). Presentación abierta de los resultados y de las propuestas del estudio, retransmitida por streaming, con un turno de debate con las personas asistentes.

2.4. Integración, triangulación y control de calidad

La explotación integrada se refleja en la estructura misma de este informe: el análisis se organiza por temáticas y cada conclusión se fundamenta, cuando es posible, en **evidencia mixta**. Así, por ejemplo, una recomendación sobre digitalización se apoya simultáneamente en el dato de encuesta (proporción de empresas sin venta online) y en la evidencia cualitativa (dificultades expresadas en entrevistas). El proyecto aplicó controles de calidad en todas las fases: priorización de fuentes oficiales y trazabilidad de cada dato; pilotaje y supervisión del trabajo de campo; depuración de la base de datos; revisión editorial cruzada. La versión final incorpora, además, las aportaciones de las sesiones de contraste de resultados descritas en el apartado 2.3.

2.5. Alcance y limitaciones

En coherencia con el rigor exigible a un diagnóstico de esta naturaleza, conviene explicitar las principales limitaciones que acotan la interpretación de los resultados:

- **Opacidad estadística estructural**: la inexistencia de un código específico de artesanía obliga a trabajar con aproximaciones (IAE, CNAE) que **sobre-cubren** o **infra-cubren** el sector según el epígrafe; ninguna cifra agregada puede considerarse una medición exacta del universo artesano.
- **No comparabilidad plena de series**: los cambios de criterio y de fuente entre estudios impiden construir una serie histórica homogénea; las comparaciones (p. ej., 2015 frente a la actualidad) deben leerse con prudencia.
- **Autoselección de la encuesta a empresas**: como se ha señalado, los resultados son descriptivos, no inferenciales, y están condicionados por el perfil de quienes respondieron.
- **Heterogeneidad autonómica**: los registros y repertorios de oficios difieren entre comunidades, lo que dificulta las agregaciones nacionales y las comparaciones territoriales.

Estas limitaciones no invalidan el diagnóstico; al contrario, buena parte de ellas **son en sí mismas un resultado** del estudio y fundamentan varias de las recomendaciones de la hoja de ruta (en particular, las relativas a la mejora de la información estadística del sector).

CAPÍTULO 3

3. La artesanía y los límites de su definición

*Antes de medir un sector hay que delimitarlo. En el caso de la artesanía, esa delimitación no es un preámbulo formal: es **el primer problema del sector**. La inexistencia de una definición común y operativa condiciona la estadística, el reconocimiento económico y el propio diseño de las políticas de apoyo.*

3.1. Qué entendemos por artesanía

En términos generales, la artesanía designa la **actividad de producción, transformación o reparación de bienes mediante procesos en los que la intervención personal, el oficio y el conocimiento técnico son determinantes del resultado**, frente a la producción industrial en serie. Se caracteriza por una fuerte carga de trabajo manual, un alto grado de personalización y una orientación frecuente al consumidor final. La artesanía se inscribe hoy, además, en el ecosistema de las **industrias culturales y creativas**, lo que amplía sus horizontes de desarrollo (diseño, patrimonio, turismo, economía circular) pero también difumina sus fronteras.

Ahora bien, esta caracterización general convive con **definiciones jurídicas y administrativas heterogéneas**. Cada Comunidad Autónoma dispone de su propia norma, su propio **repertorio de oficios artesanos** y sus propios criterios para conceder el documento de calificación o carné artesano. El resultado es que **qué se considera artesanía y quién es artesano, varía según el territorio**. El desarrollo detallado de estos marcos se recoge en el Anexo de síntesis normativa.

Los marcos de referencia y los elementos constitutivos

En el plano estatal, la referencia histórica es el **Real Decreto 1520/1982**, que aprobó una ordenación general de la artesanía y un repertorio de oficios de ámbito nacional. Aunque el grueso de la competencia se transfirió después a las comunidades autónomas, que han desarrollado sus propias leyes y repertorios, aquel marco sigue operando como referencia conceptual común. El último estudio público de dimensionamiento (**EOI-Fundesarte, con Abay Analistas, 2015**) aportó, a su vez, una definición operativa que ha servido de base para acotar el sector en trabajos posteriores, incluido el presente.

De la lectura conjunta de esos marcos y de la práctica autonómica se desprenden los **elementos que suelen considerarse constitutivos** de la actividad artesana: la intervención personal determinante en el proceso (el «hecho a mano», compatible con el uso de herramientas y maquinaria auxiliar); el dominio de un **oficio** y de una técnica; la producción por unidades o series cortas frente a la fabricación en serie; la ausencia de una mecanización que desnaturalice el proceso; y la inscripción del oficio en un **repertorio** reconocido.

La dificultad estriba en que cada uno de estos elementos admite umbrales distintos: cuánta máquina, qué serie, qué oficios, y que esos umbrales se fijan de forma diferente en cada territorio.

3.2. El problema de fondo: «no tenemos sector»

La evidencia que recorre transversalmente el trabajo de campo es contundente: **no existe una definición común y operativa del sector artesano en España**. La consecuencia directa es doble: invisibilidad estadística y debilidad en el reconocimiento económico e institucional.

> *"El primer problema que tenemos como sector es que no tenemos sector."* — Entrevista a entidad de apoyo
>
> *"La artesanía está mezclada en el CNAE con actividades industriales, con lo cual es imposible discernir."* — Entrevista a experto sectorial

Fragmentación normativa y competencial

La competencia sobre artesanía es autonómica, lo que ha producido un mosaico de marcos normativos de muy distinta antigüedad y ambición. Conviven comunidades que han apostado por **planes estratégicos, marcas propias y planes integrales** (Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León, Cataluña, entre otras) con comunidades cuyos marcos parten de **normas muy antiguas en proceso de revisión** (Cantabria, La Rioja, Extremadura, Aragón, Comunitat Valenciana). Esta fragmentación produce efectos no deseados: **oficios reconocidos en una comunidad y no en otra**, carnés de artesano con efectos nacionales, pero con filtros de concesión muy desiguales, y obstáculos para coordinar acciones supraautonómicas.

Invisibilidad estadística

Al no existir un **CNAE específico** para la artesanía, la actividad queda **mezclada con actividades industriales y comerciales**, lo que impide aislarla en las estadísticas oficiales. Además, cada administración autonómica mantiene su propio registro, con cifras muy dispares y que, según reconocen los propios entrevistados, **captan solo una fracción de la actividad real**.

> ⚠ **Registros autonómicos: cifras dispares y cobertura parcial**
> Los registros de calificación artesana ofrecen magnitudes muy heterogéneas entre territorios y, en todos los casos, **subestiman la actividad real**.

3.3. Las fronteras en disputa

Más allá de la fragmentación administrativa, la definición de artesanía está **en disputa conceptual** en al menos cuatro fronteras, que son precisamente las que dificultan cualquier delimitación estadística estable:

Frontera	En qué consiste la disputa	Posiciones
Manual vs. tecnológico	¿Sigue siendo artesanía cuando incorpora impresión 3D, corte láser o inteligencia artificial?	Es uno de los principales focos de disenso: posiciones integradoras (p. ej., Cataluña, Castilla-La Mancha) frente a posiciones más restrictivas (p. ej., Cantabria, La Rioja, Aragón).
Tradicional vs. nuevos oficios	¿Deben reconocerse los nuevos oficios y perfiles de diseño junto a los oficios tradicionales?	Tensión entre quienes celebran los nuevos perfiles y quienes advierten que las políticas se están dirigiendo a una élite reducida, dejando fuera al grueso tradicional del sector.
Sectorial (industrial/comercial/artístico)	¿Es la actividad artesana industria, comercio o una figura propia?	Las empresas viven su rol híbrido (creador + productor + comercial) sin encaje fiscal ni estadístico claro: «estamos en la figura del medio, y esa figura no existe».
Artesanía alimentaria	¿Se integra la artesanía alimentaria en el sector o se trata por separado?	Separada en algunas comunidades (Andalucía, Extremadura) e integrada en otras, lo que altera de raíz el tamaño del sector según el territorio.

Conviene desarrollar por qué estas fronteras son tan difíciles de cerrar. **En la actualidad la frontera tecnológica es la más viva**: la incorporación de corte láser, impresión 3D, diseño asistido o inteligencia artificial divide al sector entre una posición integradora: «la máquina es una herramienta más, como lo fueron en su día el torno o el fuelle» y otra conservadora, que teme que la tecnología digital desnaturalice el oficio y vacíe de valor la marca artesana. Esta tensión tiene consecuencias prácticas inmediatas: determina qué talleres pueden inscribirse en el repertorio y acceder a ayudas y marcas. La de los **nuevos oficios** es análoga: cosmética artesana, diseño de videojuegos, biomateriales o servicios artesanos presionan sobre repertorios pensados para oficios tradicionales, y su inclusión o exclusión genera resistencias en los propios consejos sectoriales.

La frontera de la **artesanía alimentaria** es, cuantitativamente, la de mayor impacto: incluirla o no altera de raíz el número de empresas y el empleo atribuidos al sector. Algunas comunidades la regulan por separado (con normativa específica, como Navarra o la línea agroalimentaria extremeña) y otras la integran, de modo que dos territorios pueden contabilizar realidades muy distintas bajo la misma etiqueta.

Por último, la frontera **sectorial**: industria, comercio o figura propia, no es un tecnicismo: define el encaje fiscal del taller, su tratamiento en la contratación pública y su visibilidad estadística. Mientras esa figura intermedia no se reconozca con claridad, el artesano/a seguirá tributando y clasificándose como lo que no es.

Estas fronteras no son meras discusiones académicas: **cada una de ellas mueve las cifras del sector**. Incluir o no la artesanía alimentaria, reconocer o no los nuevos oficios digitales, o clasificar la actividad como industrial o comercial altera por completo el número de empresas, el empleo y la facturación que se le atribuyen.

3.4. Implicaciones para este estudio

La consecuencia metodológica es ineludible y se asume de forma explícita a lo largo del informe:

- **Se trabaja con una definición operativa y con aproximaciones estadísticas** (epígrafes del IAE y CNAE a tres dígitos), asumiendo que ninguna captura exactamente el universo artesano y explicitando en cada caso las cautelas de sobre- o infra-cobertura (Capítulo 4 y Anexo estadístico).
- **El diagnóstico cualitativo compensa la opacidad cuantitativa**: donde las cifras no llegan, las entrevistas y las mesas aportan la caracterización del sector real.
- **La propia falta de definición se eleva a problema de política pública**: la homogeneización de criterios, la mejora de la información estadística y la clarificación del encaje fiscal y sectorial de la actividad artesana figuran entre las recomendaciones estructurales de la hoja de ruta (Capítulo 10).

> ◆ **Idea-fuerza del capítulo**
> La artesanía española adolece de un problema de **definición y medición** antes que de un problema de tamaño. Cualquier cifra sobre el sector debe leerse a la luz del criterio de delimitación que la sustenta. Resolver esta indefinición, con una base conceptual común y una estadística fiable, es condición previa para reconocer, dimensionar y apoyar adecuadamente al sector.

CAPÍTULO 4

4. El sector artesano en cifras

*La artesanía no puede medirse directamente: no existe como categoría propia ni en la clasificación de actividades (CNAE) ni en las tarifas fiscales (IAE). Este capítulo dimensiona el sector a través del **perímetro IAE**, que aporta trazabilidad histórica con el informe de 2014, y explica cómo se articula con la lectura estructural por CNAE que se desarrolla en el Anexo estadístico. Todas las cifras se presentan con sus cautelas.*

4.1. Cómo se mide un sector que no existe estadísticamente

Desde el punto de vista estadístico y fiscal, la artesanía **no aparece recogida como sector económico autónomo** ni en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) ni en las Tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE). Ambas clasificaciones ordenan las actividades por la naturaleza económica del producto, no por la forma, artesanal o industrial, de producirlo. Por ello, **cualquier aproximación cuantitativa exige construir un perímetro analítico** mediante la selección razonada de actividades próximas a los oficios artesanos.

La **definición de referencia** empleada es la del informe *Situación de la artesanía en España* (EOI-Fundesarte / Abay Analistas, 2015), coherente con el Real Decreto 1520/1982, y que se apoya en tres elementos: producción de objetos, control personal del proceso productivo y contribución directa de la persona artesana como componente mayoritario del resultado.

El diagnóstico combina **tres fuentes estadístico-administrativas oficiales**, cada una con una función específica, porque ninguna identifica de forma aislada y completa el ámbito artesano:

- **INE** (CNAE-2009) — estadísticas estructurales de empresa; base del análisis de estructura y evolución reciente.
- **AEAT** (grupos IAE) — explotación fiscal; sostiene la **trazabilidad histórica** con 2014.
- **Seguridad Social** (TGSS) — afiliación y empresas inscritas.

> **⚠ Cautela metodológica general**
> La medición estadística del sector artesano tiene limitaciones inherentes: heterogeneidad de la actividad, dispersión territorial e **inexistencia de una categoría estadística única** que lo represente. Los resultados deben entenderse como una **aproximación robusta y operativa** al tejido artesano de pequeña dimensión, suficiente para el análisis comparado y para conclusiones generales, pero **ningún perímetro es un censo exacto de la artesanía en España**.
> El estudio trabaja con **dos perímetros complementarios**: el perímetro **IAE** (este capítulo) y el perímetro **CNAE a tres dígitos** para empresas de 0 a 9 trabajadores (Anexo estadístico). Miden cosas distintas y **no deben mezclarse** (véase el apartado 4.5).

4.2. El perímetro IAE: 65 epígrafes en seis bloques

Los IAE se utilizan como instrumento de **contextualización sectorial** y **delimitación histórica**. Su valor es doble: varios epígrafes están formulados con cercanía directa al oficio artesano: 452.1 «Calzado de artesanía y a medida», 454.1 «Prendas de vestir hechas a medida», 464.2 «Tonelería», 491.1 «Joyería», lo que permite una delimitación más ajustada; y es la clasificación empleada en 2014, lo que mantiene la continuidad. Su limitación es que **algunos epígrafes incluyen producción industrial relevante** y que la explotación fiscal no permite filtrar por tamaño de empresa.

Los 65 epígrafes se agrupan en **seis bloques de oficio**. El listado completo se recoge en el Anexo de epígrafes IAE.

Bloque de oficio	Contenido (epígrafes IAE)
Cerámica, vidrio, piedra y escayola	Tierras cocidas, yeso y escayola, piedra tallada y elaborada, vidrio hueco y manipulado, baldosas, vajillas y objetos cerámicos.
Metal, forja y relojería	Fundición de metales no férreos, piezas forjadas, ferretería y cerrajería, relojería (pulsera, pared, torre) y sus accesorios.
Textil y confección	Tejido de lana y seda, estampados, alfombras y tapices, cordelería, encajes y pasamanería, prendas y sombreros a medida, textil para el hogar.
Cuero, marroquinería, peletería y calzado	Marroquinería y viaje, guantes de piel, calzado de artesanía y a medida, calzado ortopédico, peletería natural.
Madera, corcho, fibras vegetales y mueble	Embarcaciones de madera, tonelería, objetos y herramientas de madera, corcho, materias trenzables, mobiliario y acabados del mueble.
Papel, artes gráficas, joyería, instrumentos musicales y otros	Artículos de papel/cartón, encuadernación, joyería y bisutería, instrumentos musicales, juguetes y otros artículos.

Fuente: elaboración propia a partir de las Tarifas del IAE (RDL 1175/1990). Listado detallado de los 65 epígrafes en el Anexo de epígrafes IAE.

4.3. Evolución 2014–2024 en el perímetro IAE

La comparación 2014–2024 permite situar el orden de magnitud del sector, pero **no constituye una serie estadística homogénea**: el dato de 2014 procede de una estimación sectorial específica construida con fuentes combinadas y trabajo de campo, mientras que el de 2024 procede de la explotación administrativa de la AEAT para los grupos IAE seleccionados. Debe leerse, por tanto, como **aproximación contextual**.

Cifras básicas: más empresas, más societarización, mayor tamaño medio

El número de **empresas artesanas aproximadas** pasa de **38.577 a 40.214** (+1.637; **+4,2 %**). El cambio más relevante no es el volumen, sino la **composición jurídica**: las personas físicas y empresas no societarias caen del 69,7 % al 50,9 % del total, mientras las sociedades pasan del 30,3 % al 49,1 %. El tejido se **societariza** y gana tamaño medio: la ratio de asalariados por empresa sube de **2,09 a 3,43**.

Tabla 4.1. Cifras básicas aproximadas del sector artesano por IAE. 2014 y 2024.

Indicador (perímetro IAE)	2014	2024	Lectura
Empresas artesanas aproximadas (nº)	38.577	40.214	+4,2 %
— Personas físicas / no societarias	26.876 (69,7 %)	20.453 (50,9 %)	Pierden peso
— Personas jurídicas / societarias	11.701 (30,3 %)	19.761 (49,1 %)	Ganan peso
Asalariados (nº)	80.551	137.818	Ver cautela
Asalariados por empresa (ratio)	2,09	3,43	Mayor tamaño medio
Valor añadido / PIB sectorial (M€)	4.042	6.076,4	Magnitudes no equivalentes
Valor añadido por asalariado (€)	32.341	44.090	Mayor productividad aparente

Fuente: elaboración propia a partir de EOI-Fundesarte / Abay Analistas (2015) y AEAT (2024). En 2014, el PIB sectorial es una estimación; en 2024, el valor añadido procede de la explotación AEAT. No son magnitudes plenamente equivalentes.

> ⚠ **Cautela crítica sobre la cifra de empleo**
> El dato de asalariados de 2024 (137.818) procede de la explotación AEAT y **no es plenamente equivalente** al empleo artesano estimado en 2014.
> Además, el propio informe de 2014 ofrece **dos bases distintas** de empleo: 80.551 asalariados (Tabla 4.1) y 104.791 personas empleadas (Tabla 4.3). Según cuál se utilice, la variación del empleo sería del **+71,1 %** o del **+31,5 %**. Esta ambigüedad **procede del propio informe de 2014** y debe resolverse antes de sostener cualquier afirmación de largo plazo sobre la evolución del empleo del sector.

Magnitudes fiscales adicionales de 2024

La explotación AEAT de 2024 aporta variables sin equivalente en 2014, que deben leerse como **información del diagnóstico actual**, no como comparación histórica. Destaca que **17.782 empresas (44,2 %) presentan cuota nula en el IAE**: figuran de alta en los epígrafes analizados pero su cuota a pagar es cero. Es un indicador **estrictamente fiscal**, puede deberse a exenciones por cifra de negocios, bonificaciones o mínimos legales, y **no mide el tamaño ni la actividad** de la empresa.

Tabla 4.2. Magnitudes económicas adicionales disponibles en AEAT. 2024.

Magnitud AEAT 2024	Valor	Referencia
Empresas con cuota de IAE nula	17.782 (44,2 %)	Indicador fiscal; no equivale a tamaño
Cifra de negocios (miles €)	16.116.842	Magnitud económica total de referencia
Gastos de personal (% s/ VA)	72,9 %	Estructura intensiva en trabajo
Resultado antes de impuestos (% s/ VA)	19,5 %	Margen sobre valor añadido
Cifra de negocios por empresa (€)	400.777	Facturación media del perímetro

Fuente: elaboración propia a partir de AEAT (2024).

Lectura económica: qué significan estas cifras

Más allá de los valores, conviene interpretar qué revelan sobre el sector. **La societarización es el cambio estructural más significativo del perímetro IAE:** las personas físicas pasan del 69,7 % al 50,9 % del tejido, mientras las personas jurídicas suben del 30,3 % al 49,1 %. Es un indicio de **profesionalización y de aumento del tamaño medio**: la ratio de asalariados por empresa crece de 2,09 a 3,43, y la productividad aparente (valor añadido por empresa) mejora de 32.341 € a 44.090 €. El sector no solo crece en número de empresas, sino que gana densidad organizativa.

Ahora bien, tres rasgos matizan ese avance y son relevantes para el diseño de políticas: primero, la **elevada intensidad en trabajo** (los gastos de personal representan el 72,9 % del valor añadido) confirma que se trata de un sector de **márgenes estrechos**, muy sensible a la presión de costes y fiscal; segundo, el hecho de que el **44,2 % de las empresas presente cuota nula en el IAE** —aun siendo un indicador estrictamente fiscal— es coherente con la imagen de un tejido de **pequeña dimensión**; y tercero, la facturación media (400.777 € por empresa) está muy condicionada por la presencia de unidades de mayor tamaño en algunos epígrafes, por lo que **no describe al taller típico**, sino al promedio de un perímetro heterogéneo.

Aunque el número total de empresas apenas varía, la **distribución interna se transforma**. El principal retroceso se observa en **muebles de madera** (de 15.826 a 8.599 empresas), que sigue siendo el subsector más numeroso, pero pierde peso; también retroceden cerámica, joyería y bisutería, fibras vegetales, piel y cuero y vidrio. En sentido contrario, se disparan **metal** (de 1.379 a 5.232) y **mármol, piedra y escayola** (de 629 a 3.705), junto a textil, objetos de madera y «varios».

Tabla 4.3. Distribución por subsectores (nº de empresas y de personas). 2014 y 2024.

Subsector	Empresas 2014	Empresas 2024	Empleo 2014	Empleo asal. 2024
Muebles de madera	15.826	8.599	39.424	27.926
Textil	5.841	8.187	15.421	20.205
Varios	3.123	6.878	12.218	23.572
Metal	1.379	5.232	3.817	26.696
Mármol, piedra y escayola	629	3.705	1.667	17.203
Joyería y bisutería	4.416	2.524	10.482	2.763
Objetos de madera	476	1.734	1.126	6.827
Piel y cuero	1.614	1.180	8.337	4.024
Cerámica	2.625	844	5.311	2.747
Vidrio	1.334	709	3.808	4.504
Fibras vegetales	1.043	278	2.774	1.065
Instrumentos musicales	271	344	407	286
Total	**38.577**	**40.214**	**104.791**	**137.818**

Fuente: elaboración propia a partir de EOI-Fundesarte / Abay Analistas (2015) y AEAT (2024).

▸ **Cómo leer esta recomposición**
Los aumentos más llamativos: metal, mármol/piedra/escayola, deben interpretarse con cautela: pueden responder tanto a cambios reales del tejido como a **diferencias de cobertura** entre la explotación AEAT (2024) y la estimación sectorial (2014). La lectura segura es que el perímetro mantiene una **base empresarial estable con una reestructuración interna importante**: pierden peso algunos oficios tradicionales y lo ganan ramas más amplias o con mayor componente industrial-productivo dentro de la clasificación IAE.

4.4. Síntesis de la caracterización con CNAE a tres dígitos

Mientras el perímetro IAE aporta la trazabilidad histórica con 2014, la aproximación mediante **CNAE a tres dígitos**, a partir de las estadísticas estructurales de empresa del INE, restringidas a las **empresas de 0 a 9 trabajadores** y para el periodo **2020-2024**, ofrece la fotografía estructural más reciente del tejido artesano de pequeña dimensión. Debe leerse como una **cota superior** del sector (el perímetro es amplio y no distingue la producción a medida de la producción en serie) y **no es comparable** con el perímetro IAE. El detalle completo, grupo a grupo, figura en el Anexo A; aquí se sintetizan sus magnitudes esenciales.

El tejido **pierde unidades, pero gana fortaleza económica**. El número de empresas cae de **70.626 a 60.052 (–15,0 %)**, con descensos en 28 de los 30 grupos, mientras las magnitudes económicas crecen con intensidad:

Tabla 4.4. Magnitudes del perímetro CNAE a tres dígitos (empresas de 0 a 9 trabajadores). 2020 y 2024.

Magnitud (CNAE 3 dígitos, 0–9 trabajadores)	2020	2024	Var.
Empresas (nº)	70.626	60.052	−15,0 %
Personal ocupado (nº)	136.714	123.893	−9,4 %
Personal remunerado (nº)	92.519	85.715	−7,4 %
Cifra de negocios (M€)	9.531,7	12.019,2	+26,1 %
Valor añadido a coste de factores (M€)	3.275,5	4.374,3	+33,5 %
Excedente bruto de explotación (M€)	926,7	1.348,3	+45,5 %
Productividad (VA / persona ocupada, €)	23.959	35.307	+47,4 %
Participación femenina (personal remunerado)	31,3 %	34,0 %	+8,7 %

Fuente: elaboración propia a partir del INE, estadísticas estructurales de empresa (2020 y 2024). Euros corrientes; parte del crecimiento nominal corresponde a inflación. Perímetro amplio: cota superior del tejido potencialmente artesano. Detalle en el Anexo A.

La lectura es nítida y coherente con lo observado en el perímetro IAE: El tejido gana **eficiencia** (la productividad aparente sube un 47,4 % y el margen bruto de explotación mejora), reduce empleo de forma más moderada que el número de empresas —lo que sugiere que desaparecen sobre todo las unidades más pequeñas y frágiles— e incrementa la **presencia femenina** (del 31,3 % al 34,0 % del personal remunerado). En sentido inverso, el **esfuerzo inversor relativo se reduce**, una señal de cautela ante la renovación de capacidades.

En conjunto, el diagnóstico estadístico dibuja un sector que **se consolida por unidad**: menos talleres, pero de mayor solidez económica. La implicación para la política pública es doble: **reforzar la solidez de los talleres existentes** (gestión, captura de valor, tamaño eficiente) y, a la vez, **proteger la cola más vulnerable** del tejido, que es la que desaparece.

4.5. El sector medido desde dos perímetros: cómo leer las cifras

*Este es el apartado más importante del capítulo. El estudio ofrece dos aproximaciones estadísticas que, leídas sin contexto, **parecen contradictorias**. No lo son: miden objetos distintos.*

La aproximación **IAE** describe un sector que **crece** (38.577 empresas en 2014 → 40.214 en 2024; +4,2 %). La aproximación **CNAE a tres dígitos** en empresas de 0 a 9 trabajadores (Anexo estadístico) describe un tejido que **se contrae** (70.626 empresas en 2020 → 60.052 en 2024; −15,0 %). La divergencia no es una inconsistencia del estudio, sino el resultado de emplear **perímetro, unidad, filtro de tamaño y periodo diferentes**.

Tabla 4.5. Las dos aproximaciones estadísticas al sector artesano (no comparables entre sí).

Dimensión	Aproximación IAE (AEAT)	Aproximación CNAE 3 díg. (INE)
Clasificación	65 epígrafes IAE	44 clases CNAE-2009 (4 díg.) agregadas en 30 grupos (3 díg.)
Filtro de tamaño	Sin filtro (todos los tamaños)	Empresas de 0 a 9 trabajadores
Periodo comparado	2014–2024 (10 años)	2020–2024 (4 años)

Dimensión	Aproximación IAE (AEAT)	Aproximación CNAE 3 díg. (INE)
Empresas (inicio → final)	38.577 → 40.214	70.626 → 60.052
Variación de empresas	**+4,2 %**	**−15,0 %**
Cifra de negocios 2024 (M€)	16.116,8	12.019,2
Valor añadido 2024 (M€)	6.076,4	4.374,3
VA / cifra de negocios 2024	37,7 %	36,4 %
Uso recomendado	Contextualización histórica y trazabilidad con 2014	Estructura y evolución reciente

Fuente: elaboración propia a partir de EOI-Fundesarte / Abay Analistas (2015), AEAT (2024) e INE, estadísticas estructurales de empresa (2020 y 2024). Las dos columnas recogen dos ejercicios estadísticos distintos.

Por qué difieren (y en qué dirección)

Cinco diferencias metodológicas explican la divergencia; actúan de forma simultánea y, en dos casos, en direcciones opuestas:

- **Amplitud del perímetro (amplía el CNAE).** La correspondencia IAE→CNAE ensancha el ámbito porque la CNAE no distingue la producción a medida de la producción en serie: «Calzado de artesanía y a medida» se traduce en toda la fabricación de calzado, y «Calzado ortopédico» arrastra toda la fabricación de instrumental médico y odontológico (4.357 empresas, el 7,3 % del perímetro). Además, **11 de los 30 grupos** entran por una sola clase de 4 dígitos que es solo parte del grupo —el caso extremo es «Artes gráficas» (10.225 empresas, 17 %), que entra únicamente por «Encuadernación»—; esos 11 grupos reúnen el **42,2 %** del perímetro.
- **Filtro de tamaño (reduce el CNAE).** El perímetro CNAE excluye a las empresas de 10 o más trabajadores, que concentran la mayor parte de la facturación, el valor añadido y el empleo. El efecto neto sobre cada magnitud depende de si pesa más la amplitud o el filtro.
- **Unidad estadística y definición de variables.** El recuento IAE es fiscal (obligado tributario de alta); el CNAE es estadístico (empresa por actividad principal). El valor añadido AEAT y el valor añadido a coste de factores del INE aproximan el mismo concepto, pero no son idénticos.
- **Periodo y precios.** La comparación IAE cubre 10 años; la CNAE, 4 (incluye el año de pandemia). Las magnitudes están en **euros corrientes**: parte del crecimiento nominal 2020–2024 corresponde a inflación, no a aumento real (no se dispone de serie deflactada).
- **Variables de empleo.** El IAE mide asalariados declarados; el CNAE mide personal ocupado (incluye titular y no remunerados) y personal remunerado. Comparar 137.818 asalariados con 123.893 personas ocupadas carece de sentido analítico.

◆ **Qué puede afirmarse y qué no**

- **Número de empresas:** en 2024, el perímetro CNAE arroja un recuento un 49,3 % superior al IAE (60.052 frente a 40.214) pese a excluir a las empresas de ≥10 trabajadores. La amplitud pesa más que el filtro: el CNAE a tres dígitos **sobredimensiona** el tejido artesano. La cifra de 60.052 es una **cota superior**, no una estimación de empresas artesanas.
- **Dirección de la evolución:** con la información disponible **no puede determinarse** si el sector crece o decrece. Lo sostenible es más limitado: el tejido CNAE se contrae de forma generalizada en 2020–2024, y las empresas de alta en los epígrafes IAE son más en 2024 que en la estimación de 2014.
- **Magnitudes económicas:** el valor añadido CNAE 2024 equivale al 72,0 % del AEAT y la cifra de negocios al 74,6 %, compatible con el efecto del filtro de tamaño. La ratio valor añadido/cifra de negocios es casi idéntica (36,4 % vs 37,7 %): la estructura económica básica no depende del corte de tamaño, aunque sus niveles absolutos sí.
- **Empleo:** las dos aproximaciones apuntan en direcciones opuestas y la divergencia **no puede resolverse** con la información estadística disponible.

Criterio de uso para el resto del estudio

De lo anterior se deriva una regla de uso que se mantiene en todo el informe:

- El **perímetro IAE** se emplea solo para la contextualización histórica y la comparación con 2014, siempre como aproximación y nunca como serie homogénea.
- El **perímetro CNAE** (0–9 trabajadores) se emplea para la estructura y la evolución reciente, siempre como **cota superior** del tejido potencialmente artesano.
- **No se mezclan** cifras de ambos perímetros en la misma frase, tabla o gráfico, ni se usan las variaciones de uno para explicar las del otro.
- Cuando se ofrezca una única cifra de referencia, se indicará expresamente **perímetro, año, fuente y filtro de tamaño**.

Ninguna de las dos aproximaciones equivale a un censo de la artesanía en España. Obtener una cuantificación ajustada exigiría un cruce de las clases CNAE de cuatro dígitos con el estrato de tamaño, hoy no disponible en la estadística oficial publicada, o la explotación de los registros artesanos autonómicos, cuya heterogeneidad ya se ha señalado. Esta es, de hecho, una de las recomendaciones estructurales de la hoja de ruta (Capítulo 10).

4.6. Hacia una clasificación propia del sector: la propuesta de OficioyArte

Las dos aproximaciones estadísticas de este capítulo no resuelven por sí solas la invisibilidad del sector mientras no exista una definición común de las actividades que lo integran. Este apartado recoge la propuesta que una organización del sector de ámbito estatal ha planteado para avanzar en esa definición y en una clasificación propia.

Origen y estado de la propuesta. OficioyArte, Organización de los Artesanos de España, cuya junta directiva reúne a asociaciones y federaciones de artesanos de Galicia, Cataluña, Aragón, Castilla-La Mancha y Castilla y León, entre otras entidades, ha elaborado una **propuesta de organización del sector artesano en actividades económicas**. La propuesta se enmarca en las reuniones mantenidas con el Ministerio de Industria y Turismo, de las que, según la organización, surgió el compromiso de crear una Mesa Nacional de la Artesanía, o un espacio análogo, con presencia estable del Ministerio, las comunidades autónomas, entidades públicas como el CRN de Artesanía y la representación del sector, y que constituyen la primera interlocución directa de este tipo entre el sector y la Administración General del Estado. La junta directiva alcanzó un principio de acuerdo sobre una definición común y una estructura por áreas económicas, abierta a la negociación y que, según el documento, quedaba

pendiente de refrendo por los socios. A la fecha de cierre de este informe, la propuesta se encuentra en negociación con el Ministerio.

Definición propuesta. La propuesta circunscribe la definición a la actividad profesional, dirigida a poner productos o servicios en el mercado, y deja a las autoridades culturales la salvaguardia del saber hacer como patrimonio inmaterial. Define la artesanía como *«toda actividad de creación, producción, transformación, reparación o restauración de bienes artísticos y tradicionales y de bienes de consumo, así como las prestaciones de servicios derivadas de aquellas, cuando en todas ellas el sistema productivo no sea industrial o automatizado y la intervención manual, personal o de autoría y el conocimiento técnico sean determinantes en el resultado final del proceso productivo o del servicio prestado»*. El producto o servicio debe tener carácter individual y diferenciado y no puede proceder de una producción industrial o digital totalmente mecanizada o en series automatizadas.

Completan la definición tres elementos. Son artesanas las **personas físicas y jurídicas** que ejercen una actividad económica en un oficio artístico o tradicional con la capacitación profesional necesaria, adquirida mediante formación reglada, no formal o experiencia profesional. El **proceso artesanal** es un sistema productivo no industrial ni automatizado en el que prevalecen la intervención personal (autoría) y el conocimiento técnico, y que admite maquinaria auxiliar y herramientas digitales o analógicas compatibles con esa definición. Y la actividad se ordena en **tres modalidades** transversales a oficios y mercados, ya presentes en la normativa autonómica, que sirven para orientar incentivos y ayudas: artesanía tradicional, artesanía artística y creativa, y artesanía de servicios (reparación, mantenimiento y servicios complementarios a la actividad creativa).

Clasificación por áreas económicas. La novedad principal es el criterio de ordenación. Frente a los repertorios autonómicos, organizados por subsectores, materias primas u oficios, la propuesta agrupa las actividades según el **mercado de destino** de su producción, con el fin de ganar visibilidad en el canal de venta y competitividad. Los oficios no desaparecen: se integran en las áreas en las que comercializan. La propuesta inicial identifica quince áreas, revisables por consenso entre las administraciones competentes y el sector.

Tabla 4.6. Áreas económicas de la propuesta de clasificación del sector de OficioyArte.

Área económica	Contenido y ejemplos de actividad
Arquitectura y construcción	Productos incorporados a edificios de nueva construcción o en rehabilitación, con función decorativa, estructural o ambas (vidrieras, escaleras, barandillas, cerámica, carpintería de armar, mobiliario urbano). Excluye los bienes del patrimonio histórico.
Interiorismo y decoración	Objetos y elementos decorativos para espacios domésticos, comerciales o institucionales y piezas singulares de autor destinadas a colecciones (jarrones, cortinajes, pintura mural, molduras, escultura, grabados, lámparas).
Mobiliario	Muebles principales y auxiliares, contemporáneos o tradicionales, en madera, fibras vegetales, metal u otros materiales, con elaboración no industrial.
Menaje	Productos para el hogar, la hostelería y la restauración (vajillas, cuberterías, mantelerías, ropa de cama y otros complementos domésticos).
Restauración de bienes	Consolidación, restauración, reposición y rehabilitación de bienes muebles sobre cualquier soporte.
Artes escénicas y audiovisuales	Vestuario, posticería, escenografía, marionetas y elementos para espectáculos, cine, televisión y producciones videográficas.

Área económica	Contenido y ejemplos de actividad
Artes gráficas	Diseño tipográfico y caligráfico, ilustración, fotografía, grabado e impresión por procedimientos no industriales.
Moda y complementos	Alta costura, patronaje, confección, sombrerería, zapatería, bolsos, joyería, bisutería y otros complementos personales.
Deportes	Elementos principales y complementos para la práctica deportiva (tablas, piraguas, arcos, raquetas, fundas).
Juguetes y miniaturas	Juegos tradicionales y de ingenio, muñecos, casas de muñecas, maquetas y reproducciones a escala.
Música	Instrumentos musicales de viento, percusión y cuerda, salvo los digitales, y sus complementos (arcos, baquetas, fundas, atriles).
Objetos religiosos	Vestuario y textiles litúrgicos, imaginería, mobiliario y andas procesionales, orfebrería, bordados, medallas y campanas.
Productos tradicionales y etnográficos	Piezas de oficios preindustriales con valor etnográfico o antropológico (trajes tradicionales, cestería, guarnicionería, encajes y pasamanería, esquilas y cencerros).
Regalo institucional y de empresa	Trofeos, placas y medallas, objetos conmemorativos y personalizados, y reproducciones para museos y entidades culturales.
Servicios	Asesoramiento, informes técnicos, dirección de actuaciones, formación y otros servicios que requieren el conocimiento de un oficio artesano, sin generar producto.

Fuente: elaboración propia a partir de OficioyArte, «Propuesta de organización del sector artesano en actividades económicas» (2026). Síntesis de los contenidos; la relación de ejemplos no es exhaustiva.

Lectura técnica para la medición del sector. Desde la perspectiva de este estudio, la propuesta tiene cuatro implicaciones:

- **Cierra en el plano conceptual dos de las fronteras en disputa** descritas en el apartado 3.3: la tecnológica, al admitir herramientas digitales compatibles con la intervención personal, y la de los nuevos oficios y servicios, al incorporar la restauración de bienes, las artes escénicas y audiovisuales, la ilustración y los servicios ligados a los oficios. La artesanía alimentaria no figura entre las áreas propuestas, por lo que su encaje debe resolverse de forma expresa.
- **Cambia la lógica de clasificación**, de la materia o el oficio al mercado. Mejora la visibilidad comercial y facilita el diálogo con otras políticas (construcción, moda, turismo, cultura), pero no tiene correspondencia directa con la CNAE ni con el IAE, que clasifican por naturaleza del producto o de la actividad: un mismo oficio, como la cerámica, puede repartirse entre arquitectura, interiorismo, menaje o regalo. Para medir, la clasificación por áreas debe acompañarse de una **tabla de correspondencias** entre oficio, área económica y clase CNAE o epígrafe IAE, y de un campo específico en los registros autonómicos.
- **Amplía el perímetro** respecto de los 65 epígrafes IAE de este estudio, centrados en la producción de bienes, al incorporar servicios y actividades escénicas y gráficas. Las cifras de este capítulo deben leerse, por tanto, como una aproximación a la parte productiva del sector así definido.
- **Su utilidad estadística depende de su adopción.** Es una propuesta del sector, pendiente de refrendo interno y de acuerdo con el Estado y con las comunidades autónomas, que son las competentes en los repertorios de oficios.

En consecuencia, el estudio recomienda que el grupo de trabajo de la definición común (medida 1.1) adopte esta propuesta como documento de partida, la contraste con los repertorios autonómicos y

ensaye su codificación en el registro interoperable (medida 1.3) y en el identificador estadístico (medida 1.2).

CAPÍTULO 5

5. Tendencias del sector artesano

*La artesanía española atraviesa una fase de **transformación estructural** que afecta no solo a cómo se produce, sino a cómo el sector se posiciona, comercializa, se vincula al territorio y asegura su continuidad. Este capítulo ordena las principales tendencias que están reconfigurando su sistema de valor y precisa qué efectos tienen sobre la competitividad.*

5.1. Un marco de lectura: la artesanía como sistema de valor

El punto de partida del análisis es que **la artesanía debe entenderse como un sistema de valor más amplio que el taller**. En él intervienen el diseño, el aprovisionamiento, la producción, la comercialización, la intermediación, la comunicación, la experiencia, la relación con el patrimonio y el territorio y la transmisión del conocimiento. Las tendencias se abordan como **procesos estructurales** que ya condicionan las decisiones de producto, comercialización, inversión y continuidad, no como predicciones.

El análisis identifica **diez grupos de tendencias**, ordenados en tres bloques según actúen sobre la demanda y el valor, sobre la producción y las capacidades del taller, o sobre las condiciones de sostenibilidad y continuidad del sector:



Por qué mirar más allá del taller

El taller sigue siendo el **núcleo** de la actividad: concentra el saber hacer, la relación con los materiales y la ejecución del producto, pero ese plano ya **no basta para explicar la competitividad**. El valor se genera hoy también en cómo se diseña, se comunica, se comercializa, se vincula al territorio y se transmite el oficio. Por eso el análisis adopta una concepción **amplia** de la artesanía: no solo una actividad económica de elaboración de objetos, sino un **sistema de valor** que articula dimensiones productivas, comerciales, culturales y territoriales. Las transformaciones del sector no afectan, por tanto, solo a lo que ocurre dentro del taller, sino al modo en que ese trabajo **se convierte en valor reconocido y sostenible**.

El marco distingue **factores externos e internos** al taller, que se influyen mutuamente. Entre los **externos**: la evolución y segmentación de la demanda, el cambio en los hábitos de consumo, la digitalización, la reconfiguración de los canales, el peso creciente de la sostenibilidad y la valorización territorial y experiencial. Entre los **internos**: la capacidad para adaptar el producto, integrar diseño, revisar materiales, incorporar tecnologías, ordenar la propuesta de valor y asegurar la transmisión. Las tendencias se sitúan en la **intersección** de ambos planos: nacen en un contexto cambiante, pero solo producen efectos cuando se traducen en decisiones dentro del sector. Este encuadre es especialmente pertinente en un tejido con rasgos estructurales marcados: predominio de microempresas, peso del trabajo autónomo, recursos limitados de inversión y gestión, y fragilidad del relevo, que condicionan su capacidad de respuesta.

La selección de las diez tendencias no es un inventario exhaustivo, sino el resultado de tres criterios: la **relevancia estratégica** (capacidad de la transformación para afectar al posicionamiento, la rentabilidad, la organización del negocio o la continuidad del oficio); la **consistencia analítica** (presencia reiterada en varias fuentes o desarrollo sólido en un documento de referencia); y la **capacidad explicativa** (posibilidad de traducir cada tendencia en implicaciones concretas para las distintas dimensiones del sistema de valor). El análisis se apoya en fuentes sectoriales nacionales, europeas e internacionales y en el trabajo de campo del propio estudio.

5.2. Bloque A · Demanda y propuesta de valor

Es el terreno donde hoy se concentra buena parte de la presión competitiva. La **demanda se amplía y se segmenta**: el consumo de artesanía se reparte entre públicos con motivaciones muy distintas: identidad y pertenencia, sostenibilidad, inversión en piezas únicas, regalo con significado, experiencia ligada a un viaje, y cada segmento exige un producto, un precio y un canal diferentes. Crece el **consumo consciente y de proximidad** (productos duraderos, reparables, de origen conocido) y la **demanda de información y trazabilidad**: el comprador quiere saber quién hace la pieza, con qué materiales y en qué condiciones. Se refuerza el **segmento de alta gama** y entran **públicos jóvenes por canales digitales**.

En paralelo, se **profesionaliza la propuesta de valor**. La **marca personal y de taller** se convierte en un activo que sostiene el precio; la **autoría y la firma** funcionan como garantía de origen frente a la copia; y el **origen y la trazabilidad** se usan como argumento comercial. Emergen instrumentos de **protección jurídica del producto artesano**, en particular el **Reglamento (UE) 2023/2411**, que crea por primera vez un sistema europeo de indicaciones geográficas para productos artesanales e industriales gestionado por la EUIPO, y un uso creciente de la propiedad intelectual aplicada al oficio.

Finalmente, se **reconfigura la comercialización y la captura de valor**. Conviven canales físicos y digitales, directos e intermediados; crece la **venta online y los marketplaces** (mayor alcance, pero también comisiones y competencia por visibilidad); y gana peso la **prescripción cualificada** (galerías, ferias de referencia, tiendas seleccionadas), que aporta acceso a públicos de valor, pero retiene parte del margen. El problema comercial deja de ser «vender más» para ser **«retener margen»**: capturar valor, no solo generar volumen. La **internacionalización** sigue frenada por barreras persistentes (financiación, coste percibido, falta de información y de competencias).

Grupo 1. Ampliación y segmentación de la demanda en detalle

Las tendencias concretas que componen este grupo son:

- **Diversificación de los perfiles de comprador:** identidad y pertenencia, sostenibilidad, inversión en piezas únicas, regalo con significado o experiencia de viaje; cada segmento exige producto, precio y canal distintos.
- **Auge del consumo consciente y de proximidad:** preferencia por lo duradero, reparable, de origen conocido y baja huella; la artesanía encaja, pero debe hacerlo explícito.
- **Demanda de información y trazabilidad:** el comprador pregunta y compara más; la transparencia se vuelve argumento de venta.
- **Incremento del mercado de alta gama:** nicho minoritario, pero de alto valor y con capacidad de arrastre para el resto del sector.
- **Entrada de públicos jóvenes por canales digitales:** el descubrimiento y la compra se inician cada vez más en redes, ampliando el alcance geográfico.

Respuesta del sector. Talleres que vendían un catálogo indiferenciado empiezan a definir líneas por público: una gama accesible para ferias y turismo y piezas singulares o por encargo para el comprador de mayor valor, combinando la pieza de autor con producto más reproducible para sostener ingresos.

Incidencia competitiva. Quien identifica un público y construye una propuesta pertinente gana posición y margen; quien mantiene oferta indiferenciada compite por precio.

Grupo 2. Profesionalización de la propuesta de valor en detalle

- **Construcción de marca personal y de taller:** identidad visual, relato, presencia coherente y reputación como activo que sostiene el precio.
- **Valor de la autoría y la firma:** identificar quién hace la pieza añade valor y funciona como garantía frente a la copia.
- **Origen y trazabilidad como argumento:** documentar procedencia de materiales y proceso diferencia frente a imitaciones deslocalizadas.
- **Protección jurídica del producto:** el Reglamento (UE) 2023/2411 crea el sistema europeo de indicaciones geográficas artesanales (EUIPO), instrumento incipiente con potencial de blindaje frente a la imitación.
- **Propiedad intelectual aplicada al oficio:** marcas, diseños registrados y derechos de autor para proteger creaciones y modelos tradicionales.

Respuesta del sector. Cuidado creciente de la identidad (logotipo, fotografía, embalaje, discurso), etiquetas y firma, números de serie o certificados en piezas de valor, y recurso a los sellos y marcas de garantía autonómicos.

Incidencia competitiva. Es una de las palancas de mayor recorrido, pero desigual: el segmento premium la aprovecha con claridad y el pequeño productor avanza más despacio; la debilidad de la protección jurídica limita el efecto agregado y reclama instrumentos comunes.

Grupo 3. Reconfiguración de la comercialización y la captura de valor en detalle

- **Multiplicación y combinación de canales:** físicos y digitales, directos e intermediados; el taller competitivo combina varios y los adapta a cada segmento.
- **Crecimiento de la venta online y los marketplaces:** más alcance, pero costes de logística, comisiones y competencia por visibilidad.
- **Peso de la prescripción cualificada:** galerías, tiendas seleccionadas y ferias de referencia dan acceso a públicos de valor pero retienen margen.

- **Foco en la captura de valor, no solo en el volumen:** retener margen depende del tipo de mercado, del lugar en la cadena y de la capacidad de fijar precio.
- **Comercialización colaborativa y asociacionismo:** compartir ferias, marca de territorio y espacios de venta, especialmente útil para la pequeña escala.

Respuesta del sector. La feria sigue siendo el canal central, complementada por venta directa en redes y tienda propia (que conserva margen y relación con el cliente) y un uso selectivo de marketplaces. En el segmento de valor, entrada en circuitos de prescripción; en la pequeña escala, vía colectiva. La gestión deliberada del margen sigue siendo asignatura pendiente.

Incidencia competitiva. La competitividad reside cada vez más en combinar proximidad y especialización, canal propio e intermediación, y mercado local y exterior con criterio de margen: la comercialización pasa de rutina a función estratégica.

5.3. Bloque B · Producción y capacidades del taller

La **digitalización** atraviesa hoy todo el negocio: diseño y prototipado asistidos (CAD, modelado 3D, fabricación digital), venta y promoción digitales (tienda online, redes, contenido audiovisual), gestión digital (facturación, stock, clientes) y posicionamiento y reputación en línea. La **inteligencia artificial** empieza a aparecer en comunicación, generación de contenido y apoyo al diseño, aún en fase inicial. El reto no es tener presencia digital, sino **consolidar un modelo digital estable** de venta, gestión y posicionamiento.

El **diseño** se integra en la definición del producto, no solo en su acabado: revisión de formas, funciones y gamas para conectar con públicos actuales sin perder la esencia del oficio, **colaboración entre artesanos y diseñadores** y **cruce con otros sectores creativos** (moda, interiorismo, arquitectura, arte contemporáneo, gastronomía). Las **tecnologías de apoyo** se incorporan de forma **selectiva**, en fases auxiliares (prototipado, moldes, matrices), para liberar tiempo hacia el trabajo manual de mayor valor. Y la **transformación de los materiales** gana peso estratégico: materiales sostenibles, locales y trazables; reciclados y de proximidad; y una gestión del aprovisionamiento marcada por la **volatilidad de precios y las tensiones de suministro**, que presionan los márgenes.

Grupo 4. Digitalización transversal del negocio en detalle

- **Digitalización del diseño y el prototipado** (CAD, modelado 3D, fabricación digital) para ensayar y ajustar piezas antes de producirlas.
- **Venta y promoción digitales:** tienda online, redes y contenido audiovisual como herramientas habituales de venta y comunidad.
- **Gestión digital del negocio:** facturación, stock, clientes y análisis de ventas.
- **Posicionamiento y reputación en línea** como parte de la estrategia comercial.
- **Inteligencia artificial incipiente** en comunicación, contenido, atención y apoyo al diseño, con efectos aún por delimitar.

Respuesta del sector. Lo más generalizado es la comunicación y la venta (Instagram, catálogos y tiendas en línea, contenido de proceso); la digitalización de producción y gestión avanza de forma selectiva; los usos de IA se concentran en textos e imágenes de promoción, no en la creación de producto.

Incidencia competitiva. Depende menos de adoptar muchas herramientas que de **integrarlas con criterio**; la brecha digital interna separa ya a los talleres competitivos del resto. La barrera principal no es tecnológica, sino de tiempo, formación, tamaño y coste.

Grupo 5. Integración del diseño en el producto y la innovación en detalle

- **Diseño como herramienta de adaptación al mercado:** revisar formas, funciones, formatos y gamas para conectar con públicos actuales sin perder la esencia del oficio.
- **Colaboración entre artesanos y diseñadores:** el saber técnico y la mirada de diseño generan producto diferencial.
- **Cruce con otros sectores creativos:** moda, interiorismo, arquitectura, arte y gastronomía amplían aplicaciones y valor percibido.
- **Innovación en producto y en uso:** nuevas tipologías, ediciones limitadas y producto orientado a la experiencia.

Respuesta del sector. Actualización de colecciones, colaboraciones con diseñadores y firmas en la alta gama, y presencia del diseño en la formación (escuelas, residencias, proyectos conjuntos), con entrada desigual entre talleres.

Incidencia competitiva. Es una de las vías más claras para diferenciarse y acceder a mercados de mayor valor; la barrera es de capacidades y cultura de negocio (abrirse a la colaboración, asumir riesgo creativo, disponer de tiempo).

Grupo 6. Incorporación selectiva de tecnologías de apoyo a la producción en detalle

- **Tecnología en fases auxiliares** (prototipado, moldes, matrices, piezas de apoyo), liberando tiempo para el trabajo manual de mayor valor.
- **Precisión, repetibilidad y ahorro de tiempo:** reproducir con exactitud lo repetitivo y reservar el esfuerzo artesanal a lo singular.

Respuesta del sector. Implementación heterogénea y prudente: corte láser, fresado o impresión 3D para prototipar y producir elementos auxiliares, o su contratación externa puntual, con un criterio funcional (mejorar calidad, plazo o coste sin comprometer el carácter artesanal).

Incidencia competitiva. Positiva cuando se subordina al criterio del oficio; qué mecanizar y qué reservar a lo manual se convierte en una decisión estratégica sobre la identidad del producto.

Grupo 7. Transformación de los materiales y del aprovisionamiento en detalle

- **Materiales sostenibles, locales y trazables** que refuerzan el relato de diferenciación.
- **Materiales reciclados, recuperados y de proximidad:** circularidad como respuesta ambiental y, a veces, de coste.
- **Volatilidad de precios y tensiones de suministro** que presionan márgenes y obligan a anticipar el aprovisionamiento.
- **El material como argumento de valor:** procedencia y calidad se comunican al cliente, no solo como insumo.

Respuesta del sector. Selección consciente de proveedores y materiales, incorporación de reciclados o recuperados y comunicación explícita del origen; frente a la volatilidad, diversificación de proveedores, compras agrupadas por asociaciones, acopio anticipado y sustitución por alternativas de proximidad.

Incidencia competitiva. El aprovisionamiento deja de ser una tarea de compra para convertirse en una decisión estratégica y de resiliencia que incide en coste, propuesta de valor y sostenibilidad a la vez.

5.4. Bloque C · Sostenibilidad, territorio y continuidad

La **sostenibilidad** se consolida como atributo de competitividad, pero con una exigencia nueva: debe ser **demostrable, no presupuesta**. La durabilidad y la reparabilidad se oponen al «usar y tirar»; la circularidad y el reaprovechamiento se incorporan al proceso; y el mercado pide **pruebas** (origen, procesos, huella), lo que exige evidencia y, en lo posible, certificación para evitar el riesgo de «lavado verde».

La **revalorización territorial, cultural y experiencial** conecta el oficio con el turismo (visitas a talleres, demostraciones, rutas), lo reconoce como **patrimonio vivo e identidad** y lo sitúa como **motor de desarrollo local**, especialmente en zonas rurales, donde ayuda a fijar población. La **marca de territorio** y el producto con origen, reforzados por las indicaciones geográficas, añaden valor y protegen frente a la imitación.

Por último, la **continuidad del oficio** es la condición que sostiene todo lo demás. Preocupa el **envejecimiento y el riesgo de pérdida de saberes**, la **reducción de la oferta formativa** y de mano de obra cualificada, y la **necesidad de perfiles híbridos** capaces de combinar técnica con diseño, gestión, comercialización y digitalización; el trabajo de campo subraya que la formación reglada enseña técnica, pero apenas prepara para la gestión del negocio. El **reconocimiento y la acreditación de competencias** (estándares de competencias profesionales, microcredenciales, validación del aprendizaje no formal), la **calidad de la trayectoria** como condición de atracción y la atención a la **precariedad y la dimensión de género** completan el cuadro.

Grupo 8. Sostenibilidad, circularidad y durabilidad en detalle

- **Durabilidad y reparabilidad frente al usar y tirar:** la pieza pensada para durar y repararse se convierte en argumento de sostenibilidad.
- **Circularidad y reaprovechamiento:** reutilización de materiales, reducción de residuos, reparación y reciclaje en el proceso y en el discurso.
- **Sostenibilidad demostrable, no presupuesta:** el mercado pide pruebas (origen, procesos, huella) para reconocerla y pagarla.
- **Riesgo de «lavado verde»:** los mensajes sin respaldo erosionan la credibilidad; el sector necesita evidencia y, en lo posible, certificación.

Respuesta del sector. Explicitar prácticas ya existentes (materiales nobles y duraderos, aprovechamiento de restos, reparación, producción bajo demanda, proximidad), y, en un nivel avanzado, acreditar la sostenibilidad con información verificable o sellos.

Incidencia competitiva. Es una de las mayores oportunidades, alinea la forma natural de producir con demanda y regulación, pero depende de la capacidad de **acreditación y comunicación**: la sostenibilidad pasa de atributo a activo que hay que construir, documentar y comunicar.

Grupo 9. Revalorización territorial, cultural y experiencial en detalle

- **Vínculo con el turismo y la experiencia:** visitas a talleres, demostraciones, cursos y rutas como ingreso complementario a la venta de producto.
- **Artesanía como patrimonio e identidad cultural:** el oficio reconocido como patrimonio vivo y seña de identidad territorial.
- **Motor de desarrollo local, sobre todo rural:** fija población, dinamiza economías y diferencia destinos.
- **Marca de territorio y producto con origen,** reforzados por las indicaciones geográficas.

Respuesta del sector. Desarrollo de la dimensión experiencial (talleres abiertos, demostraciones, rutas, colaboración con la oferta turística) y, en el plano colectivo, marcas de territorio, ferias temáticas y promoción conjunta con administraciones y agentes culturales.

Incidencia competitiva. Muy positiva donde existe identidad reconocible y oferta turística o cultural con la que articularse; más limitada donde el tejido es débil o disperso.

Grupo 10. Continuidad del oficio, relevo generacional y nuevos perfiles en detalle

- **Envejecimiento y riesgo de pérdida de saberes:** el relevo insuficiente amenaza la pervivencia de oficios y técnicas.
- **Pérdida de oferta formativa y de mano de obra cualificada,** que agrava la falta de aprendizaje continuo.
- **Necesidad de perfiles híbridos y competencias empresariales:** técnica más diseño, gestión, comercialización y digitalización; la formación reglada enseña técnica, pero apenas prepara para la gestión.
- **Reconocimiento y acreditación de competencias:** estándares de competencias profesionales, microcredenciales y validación del aprendizaje no formal.
- **Calidad de la trayectoria como condición de atracción** y atención a la **precariedad y la dimensión de género** del empleo cultural y creativo.

Respuesta del sector. Combina transmisión (aprendizaje en taller, cada vez menos frecuente; formación reglada; cursos y obradores de asociaciones), reconocimiento profesional (incorporación a estándares de competencias profesionales, acreditación por experiencia) y atracción (visibilidad y dignificación del oficio).

Incidencia competitiva. Es estructural: **sin relevo, sin formación adecuada y sin perfiles que combinen técnica y gestión, las demás tendencias no pueden aprovecharse**; el riesgo no es solo perder talleres, sino capacidades productivas, tejido territorial y patrimonio vivo.

5.5. Implicación competitiva de cada grupo

Grupo de tendencias	Implicación competitiva principal
1. Demanda	Definir públicos y proposiciones de valor específicas: la pertinencia del producto pesa tanto como su calidad.
2. Propuesta de valor	Hacer explícitos marca, autoría, origen y trazabilidad para defender precio y reputación.
3. Comercialización	Combinar canales y mejorar la captura de valor: vender mejor importa tanto como vender más.
4. Digitalización	Pasar de la presencia digital a un modelo digital estable de venta, gestión y posicionamiento.
5. Diseño	Integrar el diseño en la definición del producto, no solo en su acabado.
6. Tecnologías de apoyo	Adoptar tecnología de forma selectiva, ligada a necesidades y al criterio del oficio.
7. Materiales	Gestionar el aprovisionamiento como decisión estratégica y de resiliencia.
8. Sostenibilidad	Demostrar la sostenibilidad con prácticas verificables, no presuponerla.
9. Territorio	Articular el oficio con turismo, cultura y desarrollo local para multiplicar valor.
10. Continuidad	Asegurar relevo, formación y perfiles híbridos como condición de viabilidad.

Fuente: elaboración propia.

5.6. Cuatro mecanismos transversales que explican el cambio competitivo

Por encima de cada tendencia concreta, el análisis revela **cuatro mecanismos transversales** que explican por qué se está desplazando la competitividad del sector:

- **Del taller al sistema.** El valor económico se decide cada vez más en fases anteriores y posteriores a la producción: diseño, marca, canales, territorio y dos talleres con la misma calidad técnica pueden obtener resultados muy distintos según cómo gestionen esas fases.
- **De lo implícito a lo demostrable.** Singularidad, proximidad, durabilidad o sostenibilidad ya no se dan por supuestas: deben hacerse explícitas y verificables, porque la imitación industrial ha erosionado la confianza del comprador.
- **Dependencia de infraestructuras externas.** Digitalización, plataformas, prescripción y colaboraciones amplían oportunidades, pero exponen al taller a costes, comisiones y reglas que no controla; la ventaja está en integrarlas con criterio y **retener margen y posición**.
- **La continuidad como condición previa.** Las oportunidades de mercado, diseño, digitalización o territorio solo se aprovechan si existen personas, capacidades y trayectorias que las sostengan: sin relevo ni renovación de competencias, ninguna otra tendencia puede capitalizarse.

◆ **Cinco conclusiones del análisis de tendencias**

- **La artesanía ya no puede gestionarse solo desde el taller:** la competitividad se decide también en el mercado, el valor, los canales, lo digital y el territorio.
- **El reto no es solo producir con calidad, sino capturar valor de forma consistente:** el problema competitivo es, en buena medida, de posicionamiento y estructura de captura de valor.
- **La continuidad del oficio es económica, formativa y organizativa,** y es el factor con mayor carácter de condición previa.
- **El sector tiene activos sólidos** (autenticidad, arraigo, diferenciación, potencial experiencial), **pero no se traducen en ventaja de forma automática**: requieren organización, visibilidad, estrategia y un marco institucional más coherente.
- **La transformación es heterogénea:** exige combinar instrumentos comunes (definición, reconocimiento, protección) con apoyos diferenciados según oficio, escala y territorio.

5.7. Implicaciones diferenciadas: por tipo de agente, subsector y territorio

Los mecanismos de cambio descritos **no afectan por igual a todos los agentes ni a todos los oficios y territorios**. Precisar esas diferencias es esencial para no diseñar políticas homogéneas ante realidades muy distintas.

Según el tipo de agente

- **Taller individual y trabajador autónomo** (la forma predominante en la artesanía española): la implicación principal es la necesidad de **incorporar competencias de gestión, comercialización y comunicación sin dejar de producir**, lo que choca frontalmente con la limitación de tiempo y de recursos.
- **Talleres de mayor tamaño o con vocación de marca**: el reto se sitúa en la **profesionalización de la propuesta de valor, la internacionalización y la captura de valor en segmentos de alta gama**.
- **Estructuras colectivas** (asociaciones, cooperativas, marcas de territorio): su papel es **ofrecer servicios compartidos que suplan las carencias del pequeño taller**: formación, promoción conjunta, acceso a ferias y mercados y representación frente a la fragmentación normativa.
- **Administraciones y agentes de apoyo**: la implicación transversal es desarrollar **instrumentos comunes que ordenen el conjunto**: sistemas de reconocimiento y acreditación, protección del

producto (incluidas las indicaciones geográficas) y programas que conecten formación, relevo y viabilidad profesional.

Según el subsector y el territorio

Por subsector, la intensidad con la que cada tendencia afecta a un taller depende de su oficio, su escala y su orientación de mercado: no es igual la cerámica que la joyería, el textil, la madera o la artesanía vinculada al arte contemporáneo, pues cada actividad tiene una estructura de costes, unos canales y una exposición distintas: en unas pesa más la sostenibilidad de los materiales; en otras, la competencia de la imitación industrial o la dependencia del turismo.

Por territorio, existen diferencias notables entre los **entornos urbanos**: con base cultural y comercial densa, donde cobran fuerza la marca, el diseño y los canales especializados; y las **zonas rurales**, con problemas de población, donde la artesanía cumple además un papel de fijación de población y desarrollo local, y donde la revalorización territorial y experiencial y la continuidad del oficio adquieren un peso aún mayor. La dirección común es clara: **la artesanía que ordene bien todas estas dimensiones tendrá más posibilidades de sostener su posición y capturar valor**.

CAPÍTULO 6

6. Benchmarking internacional

*El benchmarking analiza políticas y buenas prácticas de apoyo a la artesanía en países de referencia para extraer **lecciones transferibles** al caso español. El patrón común es claro: las políticas más completas **combinan instrumentos de ordenación, reconocimiento, transmisión, competitividad y activación territorial**, en lugar de reducir la política artesanal a una única línea de ayuda o a una lectura exclusivamente patrimonial.*

6.1. Casos analizados

Se han estudiado **catorce casos** que cubren escalas e instrumentos complementarios: Alemania aporta la referencia en clasificación, registro y cualificación; Francia combina lista oficial, estrategia nacional, sello de excelencia e incentivo fiscal; Italia integra la artesanía en una política de valorización productiva; Portugal ofrece una arquitectura completa de repertorio, acreditación y activación territorial; y los casos regionales (Baviera, Escocia, Irlanda) muestran instrumentos concretos de prestigio, profesionalización y transmisión.

Tabla 6.1. Casos internacionales analizados en el benchmark.

País	Caso / instrumento	Tipo	Principal enseñanza para España
Alemania	Ley de Ordenación de la Artesanía (*Handwerksordnung, HwO*)	Norma marco de clasificación, acceso y registro	Una clasificación común gana valor cuando se conecta con registro, acceso profesional y formación.
Francia	Estrategia nacional de los oficios de arte 2023–2025	Estrategia estatal sectorial	Una estrategia corta, operativa y con calendario puede ordenar una política fragmentada.
	Sello *Entreprise du patrimoine vivant* (EPV)	Sello público de excelencia	Un distintivo solo es sólido si tiene criterios públicos, auditoría y renovación.
	Crédito fiscal *métiers d'art* (CIMA)	Incentivo fiscal	Los incentivos fiscales funcionan si la actividad elegible está definida con precisión.
	Lista oficial de oficios de arte (2015)	Clasificación oficial	Una lista oficial común sirve de base para registro, reconocimiento y políticas.
Italia	Ley del *Made in Italy* 206/2023	Ley marco de valorización productiva	La artesanía gana fuerza al conectarse con industria, formación, creatividad y territorio.
	Fondo Nacional del *Made in Italy*	Instrumento financiero de inversión	Inspira instrumentos selectivos para empresas artesanas con potencial de escalado.
	Sistema de clasificación (Ley 443/1985 y DPR 288/2001)	Ley marco + reglamento	Es posible combinar una base común estatal con gestión territorial descentralizada.
Portugal	Programa Nacional *Saber Fazer*	Programa de salvaguarda y activación territorial	La artesanía puede ser a la vez patrimonio vivo, recurso territorial y actividad contemporánea.

País	Caso / instrumento	Tipo	Principal enseñanza para España
	Estatuto del artesano (DL 41/2001 y *Portaria* 1193/2003)	Sistema de reconocimiento, repertorio y registro	Repertorio + reconocimiento + registro mejora la legibilidad y el acceso a apoyos.
Baviera (DE)	*Meisterbonus*	Prima individual ligada a titulación avanzada	Un bono sencillo puede mejorar el atractivo de itinerarios profesionales de alto nivel.
Escocia (UK)	Programa COMPASS para artesanos emergentes	Desarrollo profesional y aceleración temprana	La profesionalización temprana funciona con itinerarios completos y cohortes reducidas.
Reino Unido	*Creative Industries Sector Plan* (DCMS)	Plan sectorial de industrias creativas	Un ecosistema creativo integrado potencia a las pymes, pero diluye a la artesanía si no se le reserva un espacio propio.
Irlanda (UK/IE)	*All-Ireland Heritage Skills Programme*	Programa transfronterizo de transmisión de oficios	La transmisión especializada gana con acreditación, mentoría y cooperación transfronteriza.

Fuente: elaboración propia.

6.2. Síntesis por país

Alemania — ordenación jurídica del oficio

La **Handwerksordnung** organiza los oficios en categorías, vincula la clasificación con la **inscripción registral**, conecta el reconocimiento profesional con la cualificación y articula el papel de las **cámaras artesanales**. Su enseñanza no es trasladar el régimen de autorización, sino demostrar que una nomenclatura común adquiere valor cuando produce **efectos sobre registros, formación, derechos de ejercicio y representación sectorial**. En el plano regional, el **Meisterbonus** de Baviera revaloriza la maestría mediante una prima económica individual, visible y fácil de comprender.

Francia — un ecosistema de instrumentos conectados

Francia combina una **lista oficial de oficios de arte** (2015) que fija un perímetro nacional de 281 oficios, una **estrategia nacional** breve y operativa (juventud, transmisión, territorio, innovación, internacionalización), el sello de excelencia **EPV** —con criterios públicos, expediente probatorio y auditoría de patrimonio productivo y saber hacer— y el crédito fiscal **CIMA**, técnicamente delimitado a costes de creación, pequeña serie, prototipado y restauración patrimonial. La clave es que **cada instrumento refuerza a los demás**.

Italia — la artesanía dentro de una política país

Italia inserta el componente artesanal en la política de **Made in Italy** (Ley 206/2023), que conecta oficios, formación, empresas culturales y creativas, productos típicos, digitalización y trazabilidad, y la dota de un **Fondo Nacional** de inversión y coinversión para empresas y *filières* con potencial de crecimiento. Su **sistema de clasificación** (Ley 443/1985 + DPR 288/2001) combina definición estatal y registro obligatorio con gestión territorializada (regiones, comisiones, cámaras): un modelo de **homogeneidad mínima con gestión descentralizada**.

Portugal — patrimonio vivo y activación territorial

El programa **Saber Fazer** no se limita a subvencionar: construye una **infraestructura pública de conocimiento** —repositorio, red nacional, laboratorios territoriales, actividades pedagógicas y rutas temáticas— que trata la artesanía como patrimonio vivo, recurso territorial y actividad contemporánea. El **Estatuto del artesano** integra en una misma arquitectura el repertorio nacional, la *Carta de Artesão*, la *Carta de Unidade Produtiva Artesanal* y el Registro Nacional. La lección: una política gana profundidad cuando une **documentación, transmisión, activación territorial y visibilidad**.

Reino Unido- Plan Sectorial de las Industrias Creativas

Impulsado por el *Department for Culture, Media and Sport* y el *Department for Business and Trade*, es una **estrategia nacional a diez años** para unas industrias creativas que aportan **124.000 M£ y al menos 2,4 millones de empleos**. Identifica cuatro retos de crecimiento —acceso a financiación, innovación, competencias e internacionalización— y despliega instrumentos de I+D+i (clúster de UKRI con 100 M£; *Creative Futures Fund* con 25 M£), financiación empresarial, formación (*Centre for Arts and Music Education*, 9 M£), internacionalización y desarrollo territorial (*Creative Places Growth Fund*, 150 M£ para seis ayuntamientos). La gobernanza es **multinivel y multiagente**, coordinada por grupos sectoriales y un grupo interministerial de las naciones del Reino Unido.

Irlanda- Programa de Habilidades Patrimoniales (All-Ireland Heritage Skills Programme)

Programa **transfronterizo** (Irlanda del Norte, República de Irlanda y colaboración de *The King's Foundation*) de **formación y transmisión de oficios tradicionales vinculados al patrimonio construido**, en marcha desde 2022. Responde a la pérdida de saberes por el envejecimiento de los artesanos y su amenaza para la conservación del patrimonio. Está promovido por el *Department for Communities* de Irlanda del Norte y el *Heritage Council* de Irlanda, con una red de cinco organismos (patrimonio, museo, formación de la construcción). Es una **intervención muy especializada**: cohortes de **ocho participantes** con experiencia previa, seleccionados en tres fases, con escuela de verano e invierno, prácticas de hasta 35 semanas con maestros artesanos, semanas temáticas (madera, cal, piedra, cubiertas vegetales), un proyecto colaborativo, la cualificación **NVQ nivel 3 en competencias patrimoniales** y una **beca completa** (hasta 1.600 €/mes). Se financia con el *National Lottery Heritage Fund*, el *Heritage Council* y el *Department for Communities*.

6.3. Lecciones transversales

La principal lectura del benchmark es que **la competitividad del sector artesano depende de un ecosistema de instrumentos**, no de una medida aislada. El análisis comparado ordena las enseñanzas en **seis ejes**:

Tabla 6.3. Lecturas comparadas y principales enseñanzas del benchmark.

Eje de comparación	Casos más relevantes	Principal enseñanza para España
Ordenación, repertorio y registro	Alemania, Francia, Italia, Portugal	Avanzar hacia una nomenclatura común mínima, interoperable con los registros autonómicos y útil para diseñar políticas.
Prestigio, excelencia y reconocimiento	Francia, Baviera	Diseñar sellos y acreditaciones con valor práctico, evitando la dispersión de marcas y reforzando su utilidad.
Transmisión, cualificación y relevo	Francia, Baviera, Escocia, Portugal, Irlanda	Crear itinerarios de maestría, programas de relevo y mentoría, con conexiones estables entre formación, taller y mercado.

Eje de comparación	Casos más relevantes	Principal enseñanza para España
Competitividad y crecimiento	Francia, Italia, Escocia, Portugal	Estructurar una arquitectura de apoyos escalonada según tamaño, madurez y potencial de crecimiento.
Territorio, patrimonio y activación local	Portugal, Francia	Integrar la artesanía en desarrollo territorial, turismo cultural, patrimonio inmaterial y revitalización rural y urbana.
Gobernanza multinivel	Alemania, Italia, Portugal, Francia, Reino Unido	Clarificar funciones entre Estado, CCAA y entidades locales, con coordinación, datos compartidos y evaluación.

Fuente: elaboración propia (análisis comparado del benchmark).

Desarrollo de las seis lecciones

1. Ordenación, repertorio y registro. Los sistemas más sólidos parten de una **clasificación común con efectos jurídicos**: la Handwerksordnung alemana distingue oficios sujetos a autorización, no sujetos y actividades similares, y la vincula a registro y cualificación; la lista oficial francesa de 2015 y el sistema portugués (repertorio + reconocimiento + registro) hacen lo propio. Para España, la enseñanza no es copiar un modelo, sino dotarse de una **nomenclatura mínima común interoperable** con los registros autonómicos, respetando la competencia autonómica, pero ganando comparabilidad.

2. Prestigio, excelencia y reconocimiento. El sello EPV francés demuestra que un distintivo de excelencia solo es útil si tiene **criterios públicos, auditoría y renovación** y **consecuencias prácticas** (acceso a ferias, promoción, directorios); el Meisterbonus bávaro muestra que un incentivo sencillo y visible puede elevar el prestigio de la cualificación avanzada. La lección para España es priorizar la **utilidad y el rigor** del reconocimiento sobre su multiplicación.

3. Transmisión, cualificación y relevo. Es el eje con más casos convergentes. El modelo alemán de aprendizaje cofinanciado, el programa **COMPASS** escocés (cohortes de hasta ocho personas, talleres empresariales, residencia intensiva y seis mentorías posteriores) y el programa irlandés de habilidades patrimoniales (formación en obra con acreditación reconocida) coinciden en que la profesionalización requiere **itinerarios completos y personalizados**, no formaciones puntuales. Para España, esto respalda la figura del aprendiz remunerado y los programas de mentoría a emergentes.

4. Competitividad y crecimiento empresarial. Los casos muestran la utilidad de una **arquitectura de apoyos escalonada** según tamaño, madurez y potencial: desde la mentoría a emergentes (Escocia) hasta instrumentos financieros para empresas con capacidad de escalado (Fondo del Made in Italy). La enseñanza para España es **segmentar** los apoyos: microtaller de proximidad, profesional emergente, empresa consolidada, pyme con potencial, en lugar de aplicar medidas homogéneas.

5. Territorio, patrimonio y activación local. El programa **Saber Fazer** portugués trata la artesanía como patrimonio vivo y recurso territorial, uniendo repositorio, laboratorios, rutas y pedagogía; Francia integra los oficios de arte en su política cultural y territorial. Para España, la lección es **articular** la artesanía con turismo, patrimonio, cultura y desarrollo rural mediante una estrategia de demanda cualificada, no eventos puntuales.

6. Gobernanza multinivel. Los sistemas eficaces **clarifican funciones** entre el nivel estatal (marco, estándares, coordinación) y el territorial (gestión y proximidad), como muestran los modelos alemán e italiano (base común estatal + gestión descentralizada). Para España, la enseñanza es directa: reforzar la coordinación entre Estado, CCAA y entidades locales, con datos compartidos y evaluación, cubriendo el vacío estatal actual.

◆ **Lección de fondo del benchmark**

El refuerzo del sector **no depende de una única medida**, sino de la articulación de instrumentos complementarios: una **base común de reconocimiento**, mecanismos de **prestigio**, políticas activas de **transmisión**, apoyos empresariales **diferenciados por madurez**, **activación territorial** y una **gobernanza multinivel** con datos compartidos y evaluación orientada a resultados, no solo a gasto ejecutado. Los modelos más sólidos combinan una base común nacional con gestión próxima al territorio y participación del sector.

CAPÍTULO 7

7. Características de las empresas artesanas y factores de competitividad

Este capítulo es el núcleo analítico del informe. Integra, ***triangula****, las tres encuestas (empresas artesanas, asociaciones y centros de formación), las 30 entrevistas en profundidad y las tres mesas de trabajo, para caracterizar la empresa artesana y sus factores de competitividad. Cada eje se ordena con un mismo esquema:* ***pregunta de referencia, hallazgos centrales, consensos y divergencias****.*

7.1. Caracterización del sector y problemática de definición

Pregunta de referencia

¿Qué es la artesanía y qué actividades la integran? ¿Existe un marco común que permita identificar y medir el sector con criterios homogéneos?

Hallazgos centrales

La evidencia transversal es contundente: **no existe una definición común y operativa** del sector, lo que se traduce en invisibilidad estadística y debilidad de reconocimiento. Se expresa sin ambages en las entrevistas: «el primer problema que tenemos como sector es que no tenemos sector "y se confirma en las mesas de validación, donde se reconoce abiertamente que **«no somos capaces de conocer la importancia a nivel económico de nuestro sector»**. La encuesta a empresas dibuja el tejido que hay detrás de esa opacidad: **negocios de pequeña dimensión, con fuerte presencia del régimen de autónomo/a**, estructuras individuales o familiares, producción mayoritariamente artesanal, alta personalización y orientación al consumidor final; con limitaciones claras de escala, financiación y capacidad empresarial.

Consensos

- La inexistencia de un **CNAE específico** es la primera barrera para la visibilidad estadística y el reconocimiento económico del sector.
- La **fragmentación competencial** produce efectos no deseados: oficios reconocidos en una comunidad y no en otra, y filtros muy desiguales para el carné artesano.
- La **propia definición está en disputa**, sobre todo en torno a las tecnologías digitales, los nuevos oficios y la inclusión o no de la artesanía alimentaria.

Divergencias y matices

- **Administraciones:** asumen el problema, pero reaccionan de forma dispar: planes estratégicos y marcas propias frente a marcos normativos muy antiguos en revisión.
- **Entidades de formación/apoyo:** reclaman con frecuencia un marco estatal mínimo común y una gobernanza más fuerte.
- **Empresas artesanas:** viven el problema en sus consecuencias prácticas: encaje fiscal, confusión sobre si son «artesanas», «industriales» o «comerciales»: «estamos en la figura del medio, y esa figura no existe».

Análisis integrado.

El problema de definición **se propaga en cascada**: bloquea la estadística, condiciona el acceso a ayudas (que dependen del reconocimiento) y debilita el peso institucional del sector. Las cuatro fronteras en disputa —lo tecnológico, los nuevos oficios, el encaje sectorial y la artesanía alimentaria— no son debates académicos: **cada una mueve las cifras** y, sobre todo, determina qué talleres pueden inscribirse y acceder a apoyos.

7.2. Contribución económica y evolución

Pregunta de referencia

¿Cómo ha evolucionado el sector desde 2015 en empresas, empleo, facturación y demanda, y qué factores explican esa evolución?

Hallazgos centrales

La evolución se describe como **compleja, no lineal y desigual**, marcada por cuatro factores: la pandemia y su impacto en los canales; la **revalorización social y simbólica** de la artesanía (especialmente en gama media-alta y públicos urbanos jóvenes); la entrada de **nuevos perfiles formados** (Bellas Artes, Diseño, Arquitectura); y la persistente **debilidad estructural por atomización**. La demanda se **polariza**: la artesanía utilitaria retrocede y emerge una artesanía **de autor, premium y experiencial** («lujo silencioso»), con precios y márgenes mayores. El diagnóstico estadístico añade un matiz estructural que las mesas subrayaron: **disminuye el trabajo autónomo y crece el modelo societario** «hay menos autónomos y se va más a un modelo societario». Este dato procede de la clasificación fiscal (perímetro IAE, apartado 4.3) y debe leerse junto al peso mayoritario del trabajo autónomo entre las personas que respondieron a la encuesta.

Consensos

- El sector ha vivido un proceso intenso de **profesionalización y cambio de perfil generacional**.
- La pandemia tuvo un **efecto dual**: aceleró la digitalización y la venta online, pero precipitó la desaparición de los talleres más frágiles.
- La demanda se polariza entre artesanía utilitaria en retroceso y artesanía de autor en crecimiento.
- Existe una **brecha entre el aprecio y la disposición a pagar** el sobrecoste del producto artesanal.

Divergencias y matices

- **Por perfil:** las administraciones proyectan una imagen más positiva (ligada a sus planes); las entidades de apoyo, más matizada (preocupación por el sector «de a pie»); y algunas empresas, más pesimista (presión fiscal, caída de exportación).
- **Por territorio:** Cataluña, Castilla-La Mancha y Andalucía describen sectores más profesionalizados; Cantabria, Aragón y La Rioja, más pequeños y con menor dinamismo; Euskadi integra la artesanía en su política de industrias culturales y creativas.

Análisis integrado.

La evolución es **dual**: coexisten la mirada optimista de las administraciones, ligada a sus planes y marcas, y la más matizada de las entidades de apoyo y las empresas «de a pie», preocupadas por quien no accede a esos circuitos. El rasgo económico de fondo es la **polarización de la demanda**: la artesanía

utilitaria retrocede y crece una artesanía de autor, premium y experiencial, con la persistente **brecha entre el aprecio y la disposición a pagar** el sobrecoste.

7.3. Transformaciones estructurales del tejido empresarial

Pregunta de referencia

¿Qué cambios estructurales se están produciendo en los modelos de negocio, los perfiles profesionales y la organización interna de los talleres?

Hallazgos centrales

Se describe una **mutación profunda del taller tradicional** en cinco vectores:

- **Cambio en el perfil profesional.** El nuevo artesano ya no es mayoritariamente el heredero familiar, sino un **titulado superior** con vocación profesional: los «artesanos 3.0», que manejan redes y tecnología a alto nivel. La edad media en algunos programas formativos se sitúa en torno a los 47 años.
- **Diversificación del modelo de negocio.** El binomio «producción + feria» convive con **configuraciones híbridas**: tienda-taller, experiencia turística en el taller, formación impartida por el propio artesano, venta por redes y marketplaces, y cocreación con marcas. La encuesta a asociaciones confirma el giro hacia la **personalización y los encargos a medida** (21,3 % de las menciones), las piezas únicas o series limitadas y las experiencias vinculadas al taller (14,8 % cada una).
- **Tensión «oficios tradicionales» vs. «nuevos oficios».** Los oficios tradicionales, a menudo sin relevo, coexisten con nuevos oficios híbridos (diseño, biomateriales, digital). La incorporación de perfiles nuevos «no va a ser una cosa que pase de hoy a mañana».
- **Organización interna y diseño.** Las empresas con más recorrido introducen el **diseño como variable estratégica** y roles diferenciados; en las microempresas, una o dos personas asumen todas las funciones, lo que constituye un **techo a la innovación y el crecimiento**.
- **Cooperación entre artesanos.** Emergen los talleres compartidos y la cocreación con la industria, pero conviven con un asociacionismo que requiere de más profesionalización.

Consensos

- El perfil dominante del nuevo artesano combina **formación superior, vocación creativa y competencias digitales** relativamente avanzadas.
- La **diversificación del modelo de negocio** es ya tendencia consolidada, no excepción.
- **Microempresas y autónomos** representan la práctica totalidad del tejido; más de cinco trabajadores es una rara excepción.

Divergencias y matices

- **Administraciones:** celebran el dinamismo de los nuevos perfiles, pero una voz crítica advierte que las políticas se dirigen a una **élite reducida de artesanos jóvenes con perfil de diseño**, dejando fuera al grueso tradicional.
- **Entidades de apoyo:** el asociacionismo y la cooperación son palancas insuficientemente desarrolladas, en parte por la falta de financiación y profesionalización de las propias asociaciones.
- **Empresas:** asumen su rol híbrido (creador + productor + comercial) y reclaman estructuras de apoyo más cercanas a su perfil real.

Análisis integrado.

La mutación del taller opera en cinco vectores (perfil profesional, diversificación del modelo, tensión entre oficios tradicionales y nuevos, organización interna y rol del diseño, y cooperación), pero conviene tener en cuenta un aspecto que emerge de las entrevistas: las políticas tienden a no tener en cuenta las diferentes casuísticas de los artesanos/as y talleres que integran el sector.

7.4. Cooperación

Pregunta de referencia

¿Qué papel juegan el asociacionismo y la cooperación interempresarial en la competitividad del sector, y qué barreras encuentran?

Hallazgos centrales

La cooperación aparece como **palanca estratégica infrautilizada**. En la encuesta a empresas, la pertenencia a asociaciones es relativamente elevada, pero la **participación activa en redes y proyectos colaborativos es menor**; las barreras señaladas son la falta de tiempo, la falta de confianza, el desconocimiento de oportunidades, la debilidad de las estructuras y la dificultad para sostener proyectos conjuntos. La encuesta a asociaciones aporta el reverso institucional: su actividad se concentra en **ferias y eventos** (23,5%), representación (17,6%) y formación (16,2%), mientras la **provisión de infraestructuras o servicios compartidos es la prestación menos habitual** (2,9%); y su financiación depende de cuotas (37,8%) y subvenciones recurrentes (27,0 %). Es revelador que, preguntadas por las **soluciones descentralizadas que mejor funcionan**, las asociaciones sitúen en primer lugar las **redes de cooperación entre talleres** (27,3 %). Las mesas apuntan en la misma dirección al reclamar «indicadores compartidos, calendarios coordinados de convocatorias y bancos de buenas prácticas».

Consensos

- La cooperación entre talleres es percibida como una de las **vías más eficaces** para suplir las carencias del pequeño taller (promoción conjunta, ferias, acceso a mercados).
- El **asociacionismo está debilitado** por la falta de financiación y de profesionalización de las propias estructuras.
- Existe una **brecha de cooperación con el ámbito empresarial y tecnológico**: la mitad de las asociaciones declara nula relación con cámaras o clústeres, y más de la mitad, con centros tecnológicos (dato referido a las asociaciones que respondieron a la encuesta).

Divergencias y matices

- **Vínculo institucional asimétrico:** las asociaciones tienen relación alta con el nivel **autonómico** (50 %) y **local/LEADER** (55,6 %), pero débil con la **Administración estatal** (44,4 % declara ninguna vinculación).
- **Personalismos frente a cocreación:** parte del sector describe problemas internos en las entidades asociativas lo que frena el interés por las mismas. A otro nivel, están surgiendo nuevos modelos de talleres compartidos y de cocreación con la industria.

Análisis integrado.

La cooperación resume una **paradoja**: las asociaciones saben que las redes entre talleres son lo que mejor funciona (27,3 %), pero es justo lo que menos ofrecen: la infraestructura o los servicios compartidos son la prestación menos habitual (2,9 %), y su vínculo institucional es **asimétrico** (fuerte con el nivel autonómico y local, débil con el estatal, y prácticamente nulo con cámaras, clústeres y centros tecnológicos). La cooperación no falla por falta de voluntad, sino por **debilidad y falta de profesionalización de las propias estructuras**.

7.5. Internacionalización y posición competitiva internacional

Pregunta de referencia

¿Cuál es la posición competitiva internacional del sector, qué ferias y diferenciales de producto son relevantes y qué barreras dificultan la internacionalización?

Hallazgos centrales

La internacionalización es una **oportunidad infraexplotada**. El grueso del tejido es local o regional, pese a existir empresas con presencia consolidada en el exterior. El **activo competitivo** es claro: la combinación de **patrimonio cultural, calidad de oficio, diseño contemporáneo y narrativa de origen** se percibe internacionalmente como un diferencial valioso —«el rasgo diferenciador de la moda de autor española», pero está **infrautilizada como marca-país**. Las **barreras** son consistentes: tamaño reducido y dificultad para atender pedidos grandes, idioma y normativa de destino, logística y aduanas, falta de cultura exportadora e insuficiente intermediación e información.

Las **ferias internacionales** (Maison&Objet, Homo Faber, Inhorgenta, Ambiente…) son el canal estructurante, pero su acceso individual resulta inalcanzable para la mayoría; el **pabellón colectivo** bajo paraguas institucional emerge como fórmula recurrente. La encuesta a asociaciones matiza la situación real: para el 44,4 % la proyección exterior tiene relevancia **baja**; y entre quienes la priorizan, las necesidades son **financiación para acciones comerciales** (29,4 %) y **narrativa y posicionamiento** (23,5 %).

Consensos

- La ventaja internacional reside en **origen + oficio + diseño + sostenibilidad**, infrautilizada como marca-país.
- La **presencia colectiva agrupada** es la fórmula más eficaz para el microtaller; la individual es prácticamente inviable.
- Los **aranceles estadounidenses** han golpeado a subsectores concretos (cuero, joyería, marroquinería), con descensos de hasta el 90 % en algunos casos.

Divergencias y matices

- **Administraciones:** algunas despliegan políticas activas con marcas regionales (Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña); otras admiten estar limitadas por presupuesto o por el bajo número de artesanos interesados.
- **Entidades de apoyo:** conviven operadores con estrategia internacional explícita («Visions of Catalonia») con entidades sin capacidad operativa internacional.
- **Empresas:** posiciones polarizadas, desde la empresa centenaria presente en circuitos mundiales hasta el taller feriante que reclama política comercial específica.

Análisis integrado.

Tres elementos vertebran el diagnóstico: un **activo competitivo claro** (origen + oficio + diseño + sostenibilidad, infrautilizado como marca-país), unas **barreras consistentes** (tamaño, idioma, logística, cultura exportadora, intermediación) y unas **ferias** que son el canal estructurante pero inalcanzables individualmente. Las posiciones están polarizadas: de la empresa centenaria presente en circuitos mundiales al taller golpeado por los aranceles, y el consenso es que el **modelo viable es colectivo** (pabellón institucional). La hoja de ruta propone dotar a esa presencia colectiva de una marca común de la artesanía de España, que sirva de paraguas a la comunicación exterior y a la participación agrupada en ferias (medida 4.6).

7.6. Brechas territoriales, rural-urbano y servicios de proximidad

Pregunta de referencia

¿Qué brechas territoriales afectan a la competitividad del sector y qué servicios de proximidad son críticos?

Hallazgos centrales

El diagnóstico es **más matizado de lo esperable**. La **brecha digital de conectividad básica** ha disminuido sustancialmente —«no hay ya prácticamente diferencia entre zonas rurales y urbanas en servicios telemáticos»— y rara vez aparece hoy como barrera principal. La **brecha real es la de los servicios cualificados de apoyo**: asesoría empresarial especializada, mentoría, espacios productivos compartidos y formación de proximidad, muy concentrados en las capitales autonómicas. La encuesta a empresas confirma que el factor territorial más determinante es el **acceso a la clientela**, seguido de la logística, los proveedores y los espacios; y las respuestas abiertas añaden burocracia, presión fiscal, competencia desleal e intrusismo. La encuesta a asociaciones coincide: las mayores brechas son el **acceso a clientela** (21,7 %) y la **disponibilidad o coste de espacios** (19,6 %), y las soluciones que mejor funcionan son las **redes de cooperación** y la **formación híbrida adaptada a horarios**.

Consensos

- La conectividad básica ha dejado de ser, en general, la barrera principal.
- La brecha crítica es la de **servicios cualificados de apoyo** accesibles territorialmente.
- El entorno rural ofrece **ventajas comparativas** (costes, identidad, integración con turismo y patrimonio) activables con políticas específicas.

Divergencias y matices

- **Administraciones:** vinculan la cobertura rural a iniciativas itinerantes (escuelas-taller, formación móvil) y a alianzas con grupos de acción local LEADER.
- **Entidades de apoyo:** los modelos de «taller abierto» y las experiencias turísticas actúan como mecanismos compensadores que captan consumo urbano sin desplazamiento.
- **Empresas:** la **centralidad urbana de ferias y eventos** sigue penalizando al artesano rural para acceder a contactos y prescriptores. La **insularidad** encarece materia prima, salida de producto y coordinación.

Análisis integrado.

El diagnóstico es más matizado de lo esperable: la **brecha de conectividad básica** ha disminuido y rara vez es hoy la barrera principal, mientras que la **brecha real** es la de los **servicios cualificados de apoyo** (asesoría, mentoría, espacios productivos y formación) accesibles territorialmente. El medio rural ofrece **ventajas comparativas** activables (costes, identidad, integración con turismo y patrimonio), y la **insularidad** es el caso extremo de sobrecoste.

7.7. Formación

Pregunta de referencia

¿Qué necesidades de formación son prioritarias y qué formatos resultan más eficaces? ¿Está alineada la oferta formativa con la demanda real del sector?

Hallazgos centrales

La coincidencia más fuerte de todo el estudio es que la **prioridad formativa es empresarial y de gestión**: precios, costes, fiscalidad, marketing digital, comercialización, marca, propiedad intelectual, comercio exterior, **por encima de la formación técnica del oficio**. Lo confirma el estudio de necesidades de Andalucía (demandas principales: «administración y gestión, marketing e idiomas») y lo subrayan las mesas: hay que **«trabajar con los talleres para que tengan una gestión empresarial»** y **«saber poner precio»**. La formación técnica reglada presenta problemas estructurales: **desaparición de Escuelas de Artes y Oficios** en algunas comunidades, actualización insuficiente del profesorado y **prácticas demasiado breves**. Los **formatos preferidos** son los **modulares cortos, presenciales o mixtos, con tutorización en el propio taller** y orientados a casos prácticos; la mentoría individual es muy valorada y las microcredenciales y la formación dual, un formato emergente con potencial.

La encuesta a **centros de formación** revela un **desajuste de fondo**: la oferta encuestada es mayoritariamente **de enseñanzas artísticas regladas (profesionales y superiores)** (68,8 %) orientada a **formación inicial** —el 62,5 % de los centros declara alumnado **sin experiencia previa** y el 56,3 %, mayoritariamente **menor de 24 años**—. En su autovaloración, los centros se sienten alineados con la demanda en **técnica y diseño** (81,3 %), pero **no en acceso a mercados**, donde ninguna entidad se considera «muy alineada» (0 %). El contraste con el perfil **envejecido** del tejido (dos tercios de la muestra de empresas tiene entre 46 y 65 años) evidencia una **brecha entre el sistema formativo formal —joven, inicial y técnico— y la necesidad real del sector: gestión empresarial y formación continua para profesionales en activo**.

La infraestructura formativa existente: centros de referencia nacional. El desajuste convive con una red pública especializada que conviene poner en primer plano. Los **Centros de Referencia Nacional (CRN)** de formación profesional tienen atribuidas la observación de la evolución de los sectores, la innovación y experimentación formativa, la formación del profesorado y la colaboración en la actualización del Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales (Real Decreto 229/2008 y Ley Orgánica 3/2022). Siete de ellos están directamente vinculados a oficios y materiales artesanos:

- **Familia profesional Artes y Artesanías:** el **CRN de Artesanía** (Centro Albayzín, Granada), con áreas de artesanía tradicional, recuperación y mantenimiento artísticos, instrumentos musicales y vidrio y cerámica artesanal, al que se vincula la Escuela de Artesanos de Gelves (Sevilla); y el **CRN de Joyería y Orfebrería** (Córdoba).

- **Familias vinculadas a los materiales del oficio:** Vidrio Industrial (Real Fábrica de Cristales de La Granja, Segovia, incorporado a la red en junio de 2026), Fabricación Cerámica (Castellón), Transformación e Instalación de Madera y Corcho (Paterna), Producción, Carpintería y Mueble (Encinas Reales, Córdoba) y Piedra Natural (Fines, Almería).

Otros seis CRN guardan una relación técnica con determinados oficios (artes gráficas, construcciones metálicas y fundición, operaciones mecánicas, espectáculos en vivo, edificación y obra civil, y química). La incorporación de un CRN de la familia Textil, Confección y Piel, en el CIFP Paseo das Pontes (A Coruña), está en tramitación. La propia Fundación EOI acoge el CRN de Comercio Electrónico y Marketing Digital, un ámbito en el que el sector concentra buena parte de sus necesidades formativas.

Enseñanzas artísticas profesionales. La formación reglada específica de los oficios artísticos se imparte, sobre todo, a través de las **enseñanzas artísticas profesionales** de artes plásticas y diseño, cuyo marco acaba de renovarse. La Ley 1/2024, de 7 de junio, vincula sus títulos al Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales, y el Real Decreto 452/2026, de 3 de junio, que establece su nueva ordenación, incorpora dos módulos comunes a todos los títulos: «Empleabilidad y gestión de la actividad profesional», que incluye el emprendimiento, también en economía social, y «Procesos digitales aplicados al entorno profesional». Mantiene, además, la formación práctica obligatoria en empresas, estudios y talleres permite la modalidad dual en los títulos que la prevean y facilita la convalidación de módulos y el reconocimiento de la experiencia laboral. Los títulos se están actualizando a este marco: en 2026 se sometieron a consulta pública, entre otros, los de Alfarería, Encuadernación artística, Grabado y técnicas de estampación, e Ilustración. Estas novedades responden, en parte, a la carencia de formación en gestión que señala este estudio, aunque se dirigen al alumnado en formación inicial.

Estándares de competencias, INCUAL y SEPE. La tercera pieza es la actualización de los **estándares de competencias profesionales** de los oficios artesanos, en la que se trabaja con el **INCUAL**, responsable del Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales, y con el **SEPE**, que gestiona el Catálogo de Especialidades Formativas del Sistema Nacional de Empleo. Los estándares son el elemento que conecta las enseñanzas artísticas profesionales, la formación profesional y la formación para el empleo, y el que permite acreditar la competencia adquirida por la experiencia. El avance publicado es todavía parcial: el proyecto de orden de actualización de estándares sometido a información pública en 2026 afecta, en la familia Artes y Artesanías y a dos estándares de cerámica artesanal.

Consensos

- La **formación empresarial y de gestión** es la prioridad formativa transversal del sector, por encima de la técnica.
- El formato **modular, presencial y aplicado, con mentoría y casos reales**, es el más eficaz; la formación 100 % online es complemento, no sustituto.
- Los **microtalleres no acceden a financiación bancaria convencional** y dependen estructuralmente de subvenciones y, en menor medida, de microcrédito especializado.

Divergencias y matices

- **Oferta vs. demanda:** los centros se autovaloran bien alineados en lo técnico, pero el sector reclama sobre todo gestión, mercados y comunicación, un ámbito en el que los propios centros reconocen su menor alineación.
- **Formación inicial vs. continua:** el sistema reglado atiende a jóvenes en itinerario inicial, mientras la necesidad más aguda es la **formación continua** de profesionales ya en activo.

- **Seguimiento débil:** la mayoría de los centros (68,8 %) realiza un seguimiento de egresados ocasional, parcial o inexistente, lo que impide medir la inserción y el ajuste al mercado.
- **Docencia y actualización de la oferta:** en la mesa de contraste, las escuelas señalaron que los requisitos de titulación dejan fuera de la docencia a artesanos con experiencia, que el profesorado especialista y el maestro de taller requieren apoyo de la administración para su contratación, que la formación del profesorado en algunos oficios ha sido muy breve y que varios temarios no recogen tecnologías como el láser, la impresión 3D o la inteligencia artificial.

Análisis integrado.

La formación es, probablemente, el hallazgo con mayor convergencia de las tres fuentes y el de mayor potencial de política. Existen **dos planos**: la formación **empresarial y de gestión** y la formación **técnica del oficio** (con problemas de desaparición de escuelas, actualización del profesorado y prácticas demasiado breves). El **desajuste de fondo** es nítido: el sistema reglado forma a jóvenes en itinerario inicial y en lo técnico, mientras el sector, envejecido, necesita gestión y formación **continua** para profesionales en activo; los propios centros reconocen su menor alineación en acceso a mercados. España dispone de la infraestructura para corregirlo (la red de CRN, unas enseñanzas artísticas profesionales recién reordenadas que ya incorporan gestión, emprendimiento y digitalización, y un sistema de estándares que permite acreditar competencias); el reto es extenderla a la formación continua y a la acreditación de quienes ya ejercen el oficio.

7.8. Digitalización

Pregunta de referencia

¿Cuál es el nivel de adopción digital del sector, en qué ámbitos se concentra y qué barreras encuentra?

Hallazgos centrales

La adopción digital es **muy heterogénea**, pero con un patrón claro: la **digitalización del marketing, la comunicación y la gestión** se percibe como casi obligatoria y está razonablemente asumida (redes, tienda online, marketplaces, facturación, CRM), mientras que la **digitalización productiva** (corte láser, impresión 3D, CNC, diseño asistido) se incorpora **con prudencia y como complemento, no como sustituto** —«máquinas para hacerme más cómodo el trayecto, pero al final todo tiene mano»—. La **inteligencia artificial** se vive de forma asimétrica: bienvenida en marketing y comunicación, resistida en la producción —«meter la IA en la parte de producción, yo no lo veo»—. La encuesta a asociaciones precisa las barreras reales: no son de conectividad, sino **operativas, financieras y formativas**: integración entre herramientas y generación de contenido de calidad (44,4 % «bastante» cada una), falta de inversión y de tiempo (38,9 %) y falta de habilidades (33,3 %); la **conectividad es el menor de los problemas**. Las mesas lo resumen: la digitalización «ya entra en la parte de la gestión y de la venta online».

Consensos

- La digitalización de **marketing, comunicación y gestión** es prácticamente obligatoria y está bien asumida; la **productiva**, prudente y complementaria.
- La **barrera ya no es la conectividad**, sino el **tiempo, la inversión, las habilidades y la integración** de herramientas.

- La **IA generativa** entrará en la gestión y la comercialización, pero abrirá debates de fondo sobre el límite entre lo artesano y lo no artesano.

Divergencias y matices

- **Sobre la venta online:** las administraciones la presentan como solución; algunas empresas advierten que el comercio electrónico bajó tras la pandemia y que el cliente ha vuelto parcialmente a la compra presencial.
- **Sobre la impresión 3D y la calificación artesana:** es uno de los principales focos de disenso: Cataluña y Castilla y León, integradoras; Cantabria, La Rioja y Aragón, más restrictivas.

Análisis integrado.

La adopción digital es **muy heterogénea**, pero con un patrón claro: la digitalización de **marketing, comunicación y gestión** está razonablemente asumida, mientras que la **productiva** se incorpora con prudencia y como complemento («todo tiene mano»), y la **IA** se acepta en comunicación, pero se resiste en producción. La clave es que la barrera **ya no es la conectividad**, sino el **tiempo, la inversión, las habilidades y la integración** de herramientas. Su incidencia competitiva depende menos de adoptar muchas herramientas que de integrarlas con criterio.

7.9. Innovación

Pregunta de referencia

¿Qué tipo de innovación está adoptando el sector y qué barreras encuentra para innovar?

Hallazgos centrales

La innovación más potente del sector **no es tecnológica, sino de diseño y de modelo de producto**. Su expresión más valorada es la **cocreación artesano–diseñador** (programa ARDIS en Aragón, cocreación con la industria impulsada por el CCAM en Cataluña, experiencia en ARCO de Castilla-La Mancha) y el **cruce con otros sectores creativos**: moda, interiorismo, arquitectura, arte contemporáneo, que renueva el producto y capta nuevos públicos **sin desnaturalizar el oficio**. A ello se suma la innovación en **materiales** (biomateriales, reciclados) y en **nuevas tipologías** (ediciones limitadas, producto funcional contemporáneo, producto-experiencia). La principal **barrera es estructural**: en la microempresa, una o dos personas asumen todas las funciones, lo que constituye un **techo objetivo a la innovación y el crecimiento**; y existe una **desconexión con el sistema de I+D**: más de la mitad de las asociaciones declara nula relación con centros tecnológicos o laboratorios (entre las asociaciones que respondieron a la encuesta), tal y como se ha mencionado previamente.

Lo que ya se hace: el papel de los centros de referencia nacional. La desconexión con la I+D convive con una capacidad de innovación ya instalada en la red pública de formación. La normativa atribuye a los CRN acciones de innovación y experimentación formativa y el establecimiento de vínculos con las empresas para fomentar la innovación y la investigación aplicada, y sus planes de trabajo anuales, financiados por el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, incluyen proyectos de innovación, digitalización y sostenibilidad. Entre las iniciativas vinculadas a los oficios destacan las siguientes:

- **CRN de Artesanía (Granada):** el Laboratorio de Innovación en Artesanía, Diseño y Arte Contemporáneo, creado con la Universidad de Granada (proyecto ADA), que ha reunido a artesanos

con titulados de Bellas Artes y de escuelas de arte para desarrollar nuevos productos, algunos de ellos comercializados en tiendas de espacios patrimoniales y culturales de la ciudad como la Alhambra o el Centro Federico García Lorca, y que el programa Interreg Europe recoge como buena práctica; y jornadas técnicas como «Oficio y Luz» (septiembre de 2026), sobre la formación en vidrio artesanal, en las que participó el CRN de Vidrio Industrial.

- **CRN de Joyería y Orfebrería (Córdoba):** un programa de aceleración de empresas del sector joyero, cuya segunda edición (septiembre a diciembre de 2026) acompaña a quince proyectos con mentoría en propuesta de valor, estrategia, comercialización, innovación y viabilidad, y una trayectoria de transferencia al sector de la fabricación digital (impresión 3D y modelado asistido).
- **CRN de Piedra Natural (Fines):** StoneLAB, espacio de experimentación didáctica y de perfeccionamiento del profesorado, y la coordinación del grupo de trabajo «Ecosistema Digital CNC», constituido en julio de 2026 con los CRN de carpintería y mueble, madera y corcho, fabricación cerámica, construcciones metálicas y operaciones mecánicas para analizar la evolución del control numérico y de los entornos CAD/CAM y actualizar la oferta formativa.
- **CRN de madera y mueble (Paterna y Encinas Reales) y de cerámica (Castellón):** proyectos de fabricación digital, industria 4.0, observatorios sectoriales y didáctica inmersiva incluidos en sus planes de trabajo.

Estas experiencias sitúan el problema, sobre todo, en la **transferencia**: la innovación que se genera en los CRN, las escuelas y los centros tecnológicos llega de forma limitada al microtaller, que carece de tiempo y de interlocutor para incorporarla. Conectar ambos ámbitos es el objeto de la medida 5.4.

Consensos

- La **cocreación artesano–diseñador** es la vía de innovación mejor valorada para renovar producto y captar públicos.
- La innovación relevante es sobre todo de **diseño, producto y modelo de negocio** (no tecnológica); el tamaño micro limita la capacidad de innovar.
- Hay una **brecha de conexión con centros tecnológicos y de I+D** que frena la innovación de proceso, aunque la red de CRN ya desarrolla proyectos de innovación aplicada, con dificultades para llegar al taller.

Divergencias y matices

- **Integración con la industria:** Cataluña la asume sin reservas; otras comunidades expresan cautela ante el riesgo de desnaturalizar el oficio.
- **Tecnología como innovación o como riesgo:** posiciones integradoras (la máquina es una herramienta más) frente a conservadoras (la tecnología digital masiva desnaturaliza la artesanía).

Análisis integrado.

La innovación más potente del sector **no es tecnológica, sino de diseño y de modelo de producto**: la cocreación artesano-diseñador (ARDIS, ARCO, CCAM) y el cruce con otros sectores creativos renuevan el producto y captan públicos **sin desnaturalizar el oficio**. El freno es estructural y doble: el **tamaño micro** (techo a la capacidad de innovar) y la **desconexión con el sistema de I+D**. Esa desconexión responde, sobre todo, a la ausencia de mecanismos de transferencia al taller, puesto que los CRN ya desarrollan laboratorios, programas de aceleración y proyectos de fabricación digital.

7.10. Sostenibilidad

Pregunta de referencia

¿Qué papel juegan la sostenibilidad y la economía circular en la competitividad del sector y cómo se están capitalizando?

Hallazgos centrales

Existe consenso amplio en que la artesanía es, **por su escala y su proceso, intrínsecamente más sostenible** que la producción industrial: reutilización de materiales (vidrio, madera, etc.), reparación frente al descarte, ecodiseño y materiales de proximidad. Sin embargo, es un **activo poco capitalizado**: las **certificaciones formales de sostenibilidad** (B Corp, ISO ambiental) están muy infrautilizadas porque el **coste-beneficio no compensa al microtaller**, y el sector no traslada su ventaja a la comunicación, el etiquetado ni el acceso a mercados públicos. El mercado, además, exige una **sostenibilidad demostrable, no presupuesta** (véase Capítulo 5), con riesgo de «lavado verde» si no se acredita. El acceso a flujos de residuos reutilizables está limitado más por **barreras informativas y administrativas** que por coste.

Consensos

- La **sostenibilidad y la circularidad** son un activo natural del sector, **infracapitalizado** en comunicación, etiquetado y acceso a compra pública.
- Las **certificaciones formales** están infrautilizadas por una relación coste-beneficio desfavorable para el microtaller.
- La sostenibilidad debe hacerse **demostrable y verificable** para que el cliente la reconozca y la pague.

Divergencias y matices

- **Por perfil:** los artesanos más jóvenes y vinculados a redes contemporáneas (Cataluña, Euskadi, Navarra) la asumen como vector estratégico; los perfiles tradicionales aún no la han incorporado a su narrativa.

Análisis integrado.

La artesanía parte de una **ventaja intrínseca** (escala reducida, proximidad, piezas duraderas y reparables), pero es un **activo poco capitalizado**: las certificaciones formales están infrautilizadas porque su coste-beneficio no compensa al microtaller, y el sector no traslada su ventaja a la comunicación, el etiquetado ni la compra pública. El mercado, además, exige **sostenibilidad demostrable, no presupuesta**, con riesgo de «lavado verde» si no se acredita.

7.11. Relevo generacional y atracción de talento

Pregunta de referencia

¿Cómo se está produciendo el relevo generacional, qué barreras dificultan la incorporación de talento joven y qué medidas resultan más eficaces?

Hallazgos centrales

El relevo generacional aparece, **sin excepción**, como la preocupación estratégica más compartida —«el principal reto al que nos enfrentamos»—. El diagnóstico tiene cuatro componentes. Primero, una

asimetría entre oficios: los tradicionales (forja, alfarería, encaje, esparto, carpintería de ribera) enfrentan riesgo serio de desaparición, mientras los contemporáneos (cerámica, joyería, textil de autor, moda artesana) viven un boom de interés. Segundo, un **haz de barreras** consistente: la **inexistencia de la figura del aprendiz remunerado** en la legislación laboral, el coste fiscal y de cotización del autónomo, la insuficiencia de la formación reglada, la **imagen social** del oficio («es duro, se gana poco») y la reticencia de algunos talleres a abrirse. La encuesta a empresas confirma la gravedad: **más de la mitad no cuenta con un plan de continuidad ni prevé desarrollarlo**, y la atracción de talento joven se vincula al salario, los horarios, la conciliación, la estabilidad y la existencia de **itinerarios reales de aprendizaje**. Tercero, **experiencias en marcha** (aprendices con el SEXPE en Extremadura, máster de artesanía en Castilla-La Mancha, contratos en alternancia en Andalucía, captación de talento joven en Cataluña, DUAL piloto en Galicia). Cuarto, un **modelo de referencia**: el sistema alemán de aprendizaje en taller con cofinanciación pública y remuneración mínima al aprendiz.

Consensos

- El relevo generacional es la **preocupación más unánime** de administraciones, empresas y entidades de formación.
- La **figura del aprendiz remunerado** es la palanca prioritaria reclamada; requiere una reforma normativa laboral que excede las competencias autonómicas.
- La **conexión escuela–taller** es insuficiente (prácticas demasiado breves, sin incentivos a los talleres tutores).
- La **imagen social del oficio** requiere acciones específicas de visibilización y dignificación, incluida la orientación académica y laboral, donde el oficio apenas figura como salida profesional.

Divergencias y matices

- **Por perfil:** las administraciones priorizan ayudas a la inversión y al traspaso; las empresas, incentivos directos al contrato del aprendiz y reformas fiscales; las entidades de formación, la actualización de los itinerarios reglados.
- **Sobre el origen del nuevo perfil:** debate entre quienes ven que «viene de Bellas Artes o diseño» y quienes advierten que ese perfil cualificado es minoritario y que «los jóvenes no vienen del mundo de la FP».

Análisis integrado.

El relevo tiene cuatro componentes: una **asimetría entre oficios** (tradicionales en riesgo de desaparición frente a contemporáneos en auge), un **haz de barreras** (ausencia de aprendiz remunerado, coste del autónomo, formación insuficiente, imagen social, reticencia a abrir el taller), un **catálogo de experiencias autonómicas** del que aprender y un **modelo de referencia** (el alemán). El dato más contundente es que **más de la mitad del tejido carece de plan de continuidad**.

7.12. Protección intelectual, certificaciones y marcas

Pregunta de referencia

¿Qué certificaciones existen y cuál es su valor? ¿Qué vacíos normativos y barreras administrativas dificultan la actividad artesana?

Hallazgos centrales

El sector convive con una **pluralidad de figuras** de reconocimiento: la **calificación administrativa** (carné o documento de artesano, de criterio autonómico y, por tanto, asimétrico); la figura de **maestro artesano** (solo en algunas comunidades); las **marcas regionales** como sellos de calidad y pertenencia; las **Indicaciones Geográficas** no agroalimentarias, figura emergente al amparo del Reglamento (UE) 2023/2411; y las **certificaciones de excelencia** (Homo Faber, Premios Nacionales). La **protección frente a la copia** es una preocupación creciente: es la **demanda emergente principal** en la encuesta a asociaciones (17,5 %), pero los trámites de propiedad intelectual son **desconocidos por la mayoría de los talleres** y apenas el 5,9 % de las asociaciones ofrece protección de marca. En el plano de las **barreras administrativas**, la **fiscalidad** encabeza todas las menciones: el **IVA al 21 % se percibe como lesivo** por la práctica totalidad de las empresas, que reivindican un tipo reducido (10 % o 4 %); a ello se suman la cuota de autónomos, los repertorios de oficios desactualizados y desiguales, la dificultad para incorporar nuevos oficios y la práctica exclusión del microtaller de la **compra pública**.

Consensos

- La **fiscalidad** (tipo de IVA y cuota de autónomo) es, unánimemente, la barrera administrativa de mayor impacto.
- Los **repertorios de oficios** deben actualizarse y homogeneizarse; la inclusión de nuevos oficios es uno de los grandes focos de debate.
- Las **certificaciones** visibilizan, pero no resuelven el problema de coste-beneficio del microtaller; la **propiedad intelectual** es crítica y está gestionada con escaso apoyo institucional.

Divergencias y matices

- **Alcance de las IGP no agroalimentarias:** Andalucía y Castilla-La Mancha aparecen como las más adelantadas; en otras comunidades la figura es aún desconocida.
- **Compra pública:** reconocida como palanca infrautilizada; algunas comunidades empiezan a explorar pliegos específicos, con avances limitados.

Análisis integrado.

El sector convive con una **pluralidad de figuras** de reconocimiento (calificación administrativa, maestro artesano, marcas regionales, indicaciones geográficas, certificaciones de excelencia), pero la **fiscalidad** es, unánimemente, la barrera administrativa de mayor impacto, con la reivindicación transversal de un IVA reducido, y la **protección frente a la copia** es ya la demanda emergente principal, pese a que casi ningún agente ofrece ese servicio. Las **indicaciones geográficas** (Reglamento (UE) 2023/2411) abren una vía nueva.

7.13. Sinergias intersectoriales

Pregunta de referencia

¿Qué sinergias existen entre la artesanía y otros sectores (turismo, moda, diseño, patrimonio, gastronomía) y qué oportunidades de economía circular se están aprovechando?

Hallazgos centrales

El **turismo** es la sinergia más madura y mejor valorada: taller abierto, rutas artesanales, presencia en Fitur e integración en paquetes turísticos funcionan simultáneamente como canal de venta, mecanismo de visibilización y soporte de relato; en el medio rural es «la oferta turística diferencial de la zona». La **moda** ofrece el potencial más alto en prestigio e internacionalización: los oficios son parte estructural de la cadena de valor de la moda de autor y su rasgo diferencial internacional, y atraen perfiles jóvenes. El **diseño, la arquitectura y las industrias creativas** concentran las experiencias más consolidadas (cocreación del CCAM en Cataluña; el distrito creativo BDCC en Euskadi, con 14 subsectores; ARDIS en Aragón). El **patrimonio y la construcción tradicional** ofrecen una salida laboral natural para varios oficios (cantería, carpintería, forja, vidriería), articulada en una red nacional de centros de formación. La **economía circular** posiciona al sector de forma natural, pero es un **activo poco capitalizado**, limitado por barreras informativas y administrativas para acceder a flujos de residuos reutilizables.

Consensos

- La **sinergia con el turismo** es la palanca más madura y la de mayor retorno en visibilidad y facturación.
- La integración con **moda, diseño y arquitectura** ofrece el mayor potencial de prestigio, internacionalización y captación de talento.
- La **economía circular** es un activo competitivo natural que no se está capitalizando adecuadamente.

Divergencias y matices

- **Ritmo de las experiencias en taller:** se critica que los «talleres abiertos» sean puntuales (una vez al año) y se demanda convertirlos en oferta estructural permanente.
- **Integración con la industria:** asumida sin reservas en Cataluña; con mayor cautela en otras comunidades por el riesgo de desnaturalización.

Análisis integrado.

Las sinergias se ordenan por madurez: el **turismo** es la más desarrollada y de mayor retorno (taller abierto, rutas, Fitur, integración en paquetes); la **moda** ofrece el mayor potencial de prestigio e internacionalización; el **diseño, la arquitectura y las ICC** concentran las experiencias más consolidadas (CCAM, BDCC, ARDIS); el **patrimonio** ofrece salida laboral estructurada (red de construcción tradicional); y la **economía circular** es un activo natural infracapitalizado. Para que la colaboración con otros sectores revierta en el taller, la autoría artesana debe quedar visible; de ahí la propuesta de «doble firma» que recoge la hoja de ruta (medida 2.5).

7.14. Efectividad de políticas públicas

Pregunta de referencia

¿Qué políticas y programas se han desplegado en 2015–2025, qué efectos han producido y qué fricciones encuentran los talleres para acceder a las ayudas?

Hallazgos centrales

Las administraciones autonómicas comparten una **arquitectura similar**: planes de fomento, registros y repertorios de oficios, líneas de subvenciones, marcas regionales y centros públicos. Las líneas convergen en cuatro ámbitos: **inversión en taller, ferias, promoción y formación**, con algunas líneas diferenciales (relevo en Extremadura, digitalización en Castilla-La Mancha, traspaso en Cataluña). Las

dotaciones son muy desiguales por CCAAs, lo que refleja el peso y/o la importancia que se otorga al sector en cada región. Las **fricciones de acceso** son consistentes y las reconoce la propia administración: **exceso de burocracia y lentitud** —«la rapidez en la respuesta no se da»—, necesidad de **adelantar la inversión**, requisitos de cofinanciación, mínimos de participantes para misiones, solapamientos competenciales e **inestabilidad de las convocatorias**. La encuesta a empresas lo cuantifica: una mayoría ha usado algún apoyo público desde 2015, pero **una tercera parte no ha accedido**, y las barreras señaladas son la **tramitación compleja, la falta de información clara, los requisitos difíciles y la necesidad de adelantar dinero**. En el plano estatal, el **Kit Digital** es el programa de mayor penetración (valoración moderada). La mesa de contraste añadió dos fricciones: las denegaciones por agotamiento del crédito de las convocatorias y el coste de la gestoría para tramitar las solicitudes.

Consensos

- Las políticas autonómicas han ganado en **sistematicidad** (planes, marcas), pero siguen siendo **desiguales** en presupuesto y alcance.
- La **carga burocrática** para acceder a las ayudas es percibida como excesiva por todos los perfiles, incluida la propia administración.

Divergencias y matices

- **Papel del Estado:** desde quienes ven las competencias autonómicas exclusivas como «una pérdida de recursos» y piden coordinación estatal más potente, hasta quienes defienden el modelo actual reconociendo la necesidad de homogeneización.
- **Ayudas a ferias:** Hay CCAAs que optan por no subvencionarlas («si la feria no es rentable no debes estar en ella»), frente a comunidades que las consideran eje fundamental: una divergencia de fondo sobre la lógica de la política artesana.

Análisis integrado.

Las políticas autonómicas comparten una **arquitectura similar** (planes, registros, subvenciones, marcas, centros), pero con **fuertes desigualdades** de presupuesto (del orden de 90.000 € a 700.000 € anuales en la línea principal) y una **carga burocrática** reconocida por la propia administración. La encuesta cuantifica la fricción: una **tercera parte del tejido no ha accedido** a ningún apoyo, por tramitación compleja, falta de información, requisitos y necesidad de adelantar dinero. Y persiste un **vacío estatal** de representatividad.

7.15. Síntesis: los factores de competitividad de la empresa artesana

La triangulación de las tres encuestas, las entrevistas y las mesas dibuja un sector en transformación, con una empresa artesana **micro, personalista y polivalente** cuya competitividad ya no depende solo del dominio del oficio, sino de un conjunto de factores que operan más allá del taller. Estos factores constituyen la **base empírica del DAFO** (Capítulo 8) y de la **hoja de ruta** (Capítulo 10), que traducen el diagnóstico en una matriz estratégica y en medidas concretas de política pública.

Los factores críticos que emergen del análisis son:

Tabla 7.1. Factores de competitividad de la empresa artesana.

Factor de competitividad	Diagnóstico
Definición y medición	Sin un marco común, el sector es invisible estadísticamente y débil institucionalmente. Es la condición previa de todo lo demás.
Capacidad empresarial y de gestión	La mayor carencia y la primera prioridad formativa; el sistema formativo formal no la cubre para quienes ya ejercen el oficio.
Captura de valor	El reto no es producir más, sino defender márgenes mediante marca, autoría, origen, trazabilidad y elección de canales.
Relevo generacional	La preocupación más unánime y la condición de continuidad; requiere la figura del aprendiz remunerado y la conexión escuela–taller.
Cooperación	Palanca reconocida pero infrautilizada, lastrada por estructuras asociativas débiles y por la desconexión con cámaras, clústeres y centros tecnológicos.
Digitalización e innovación	Asumidas en marketing y gestión, prudentes en producción; la innovación relevante es de diseño y modelo, no tecnológica.
Sostenibilidad y sinergias	Activos naturales (turismo, moda, patrimonio, economía circular) **infracapitalizados** en comunicación, certificación y acceso a mercados.
Marco fiscal, normativo y de protección	La fiscalidad (IVA, cuota de autónomo), los repertorios desiguales y la débil protección frente a la copia son barreras de primer orden.
Política pública	Más sistemática pero desigual, con carga burocrática excesiva y un vacío estatal de representatividad

Fuente: elaboración propia (triangulación de encuestas, entrevistas y mesas).

Lo que el propio sector pide: prioridades de política

Las demandas del sector son las que se señalan a continuación:

- **Reconocimiento institucional** de la artesanía como actividad económica, cultural y territorialmente relevante.
- **Incentivos fiscales específicos** para la actividad artesana (la demanda más repetida).
- **Campañas y eventos de visibilidad** que acerquen la artesanía al consumidor.
- **Sellos de excelencia** y reconocimiento de calidad.
- Una **estrategia pública integral** para el sector, estable y coordinada.
- **Microfinanciación** adaptada a la escala del taller.
- Apoyo decidido al **relevo generacional** y a la **formación**.
- **Reducción de la burocracia** en el acceso a las ayudas.
- **Lucha contra el intrusismo** y protección frente a la copia.

La coincidencia entre lo que el diagnóstico revela y lo que el sector reclama es casi total. No es un dato menor: significa que las medidas propuestas no se imponen desde fuera, sino que **recogen la voz de quienes viven el oficio**, lo que refuerza tanto su pertinencia como sus probabilidades de aceptación y éxito.

Factores críticos de competitividad y demandas del sector

Lo que revela el diagnóstico

Definición y medición

Sin marco común, el sector es invisible y débil institucionalmente.

Capacidad empresarial y de gestión

La mayor carencia y primera prioridad formativa; el sistema formal no la cubre.

Captura de valor

El objetivo no es producir más: defender márgenes con marca, autoría, origen y canales.

Relevo generacional

Condición de continuidad: aprendiz remunerado y conexión escuela–taller.

Cooperación

Infrautilizada: asociaciones débiles y desconexión con cámaras y clústeres.

Digitalización e innovación

Sí en marketing y gestión, prudente en producción; innovar en diseño y modelo.

Sostenibilidad y sinergias

Turismo, moda, patrimonio y circularidad: activos infracapitalizados.

Marco fiscal, normativo y de protección

IVA, cuota de autónomo, repertorios desiguales y copia: barreras clave.

Política pública

Sistemática pero desigual, burocrática y sin representatividad estatal.

Lo que pide el sector

1. Reconocimiento institucional de la artesanía
2. Incentivos fiscales específicos (la demanda más repetida)
3. Campañas y eventos de visibilidad ante el consumidor
4. Sellos de excelencia y reconocimiento de calidad
5. Estrategia pública integral, estable y coordinada
6. Microfinanciación a la escala del taller
7. Apoyo al relevo generacional y a la formación
8. Menos burocracia en el acceso a las ayudas
9. Lucha contra el intrusismo y protección frente a la copia

COINCIDENCIA CASI TOTAL Las medidas no se imponen desde fuera: recogen la voz de quienes viven el oficio, lo que refuerza su pertinencia y sus probabilidades de aceptación y éxito.

CAPÍTULO 8

8. DAFO del sector artesano

*El siguiente análisis DAFO integra la evidencia de todos los capítulos anteriores: diagnóstico estadístico, tendencias, benchmarking y triangulación cualitativa, en una **matriz estratégica** que ordena las fortalezas y debilidades internas del sector y las oportunidades y amenazas de su entorno. Es la base del cruce estratégico que da paso a la hoja de ruta.*

8.1. Matriz DAFO

FORTALEZAS
INTERNO · POSITIVO

- **Autenticidad, arraigo territorial y valor cultural** reconocido; percepción social creciente de excelencia.
- **Activo internacional diferencial**: combinación de origen, oficio, diseño y sostenibilidad.
- Entrada de **nuevos perfiles cualificados** (Bellas Artes, diseño, arquitectura) que renuevan producto y competencias digitales.
- **Demanda premium y de autor** en crecimiento, con mayores márgenes.
- **Sostenibilidad y circularidad** intrínsecas al proceso y a la escala.
- **Mejora de la productividad y del valor añadido por unidad** (consolidación del tejido).
- **Sinergia madura con el turismo** (taller abierto, rutas, experiencia) y cercanía al cliente final.

DEBILIDADES
INTERNO · NEGATIVO

- **Atomización y tamaño micro**: una o dos personas asumen todo, con techo a la innovación y el crecimiento.
- **Déficit de capacidad empresarial y de gestión** (primera carencia formativa del sector).
- **Baja captura de valor**: dificultad para fijar precio y defender márgenes.
- **Ausencia de relevo**: más de la mitad sin plan de continuidad.
- **Asociacionismo con escasos recursos y capacidades y necesidad de avanzar en la profesionalización**; cooperación efectiva escasa.
- **Digitalización productiva y conexión con la I+D limitadas**; brecha de esfuerzo inversor relativo.
- **Activos infracapitalizados** (sostenibilidad, cultura) y **protección intelectual débil** frente a la copia.
- **Invisibilidad estadística**: sin definición ni medición comunes.

OPORTUNIDADES
EXTERNO · POSITIVO

- Auge del **consumo consciente, de proximidad y de experiencias** con significado.
- **Reglamento (UE) 2023/2411**: indicaciones geográficas para productos artesanales.
- Integración en las **industrias culturales y creativas** (agendas europea y nacional).
- **Sinergias con moda, diseño, arquitectura, patrimonio** y economía circular.
- **Marketing digital, e-commerce y marketplaces** especializados que amplían el alcance.
- **Turismo cultural y de saber hacer**; papel de fijación de población en el medio rural.
- **Lecciones del benchmarking** internacional (ecosistema de instrumentos multinivel).
- **Reforma de las enseñanzas artísticas profesionales**, estándares de competencias y red de Centros de Referencia Nacional.

AMENAZAS
EXTERNO · NEGATIVO

- **Envejecimiento y pérdida de oficios tradicionales** sin relevo.
- **Imitación industrial** que erosiona la confianza y compite por precio.
- **Presión fiscal** (IVA al 21 %, cuota de autónomo) sobre márgenes ya estrechos.
- **Aranceles** (EE. UU.) con impacto severo en subsectores (cuero, joyería, marroquinería).
- **Captura de margen por plataformas e intermediarios**; dependencia de reglas externas.
- **Fragmentación competencial** y repertorios de oficios desiguales entre comunidades.
- **Vacío estatal** de representatividad; coordinación insuficiente y dependencia de subvenciones inestables.

Fuente: elaboración propia

Desarrollo del DAFO

Fortalezas. El principal activo del sector es un conjunto de intangibles que la producción industrial no puede replicar: **autenticidad, arraigo territorial y valor cultural**, hoy socialmente revalorizados (la artesanía ha pasado de percibirse como algo anticuado a asociarse con la excelencia). Esa combinación de **origen, oficio, diseño y sostenibilidad** constituye un **activo diferencial en el mercado internacional**. A ello se suma la entrada de **nuevos perfiles cualificados**, procedentes de las Bellas Artes, el diseño o la arquitectura, que renuevan el producto y aportan competencias digitales; una **demanda premium y de autor en crecimiento**, con mejores márgenes; una **sostenibilidad y circularidad intrínsecas** al proceso y a la escala reducida; una **mejora real de la productividad y del valor añadido por unidad** derivada de la consolidación del tejido; y una **sinergia madura con el turismo** (taller abierto, rutas, experiencia) que acerca al cliente final. Son fortalezas sólidas, pero, conviene subrayarlo, **no se traducen en ventaja de forma automática**: requieren organización, visibilidad y estrategia.

Debilidades. El sector arrastra debilidades estructurales que limitan su competitividad. La más determinante es la **atomización y el tamaño micro**, una o dos personas asumen todas las funciones, que impone un techo a la innovación y al crecimiento. Sobre ella se acumulan un **déficit de capacidad empresarial y de gestión** (la primera carencia formativa que declara el propio sector), una **baja captura de valor** (dificultad para fijar precio y defender márgenes), la **ausencia de relevo** (más de la mitad de los talleres sin plan de continuidad), un **asociacionismo débil y poco profesionalizado** con escasa cooperación efectiva, una **digitalización productiva y una conexión con la I+D limitadas**, unos **activos infracapitalizados** (la sostenibilidad y la cultura no se comunican ni se acreditan) y una **protección intelectual débil** frente a la copia. Todo ello enmarcado en la debilidad de origen: la **invisibilidad estadística** derivada de la falta de una definición y una medición comunes.

Oportunidades. El entorno ofrece una ventana favorable. Crece el **consumo consciente, de proximidad y de experiencias** con significado, que encaja de forma natural con la artesanía. El **Reglamento (UE) 2023/2411** abre por primera vez la vía de las **indicaciones geográficas para productos artesanales**, un instrumento de protección y valor. La **integración en las industrias culturales y creativas** sitúa al sector en las agendas europea y nacional, y multiplica sus **sinergias con la moda, el diseño, la arquitectura, el patrimonio** y la economía circular. El **comercio electrónico, el marketing digital y los marketplaces especializados** amplían el alcance más allá del mercado local. El **turismo cultural y de saber hacer** aporta ingresos y un papel de fijación de población en el medio rural. Y el **benchmarking internacional** ofrece un catálogo de instrumentos contrastados que España puede adaptar. A ello se suman la **nueva ordenación de las enseñanzas artísticas profesionales, la actualización de los estándares de competencias de los oficios y la red de Centros de Referencia Nacional**, que ofrecen una infraestructura de formación, acreditación e innovación sobre la que apoyarse, así como el espacio de diálogo abierto entre el sector y el Ministerio de Industria y Turismo.

Amenazas. Los riesgos son igualmente concretos. El **envejecimiento y la pérdida de oficios tradicionales** sin relevo amenazan la propia continuidad del sector. La **imitación industrial**, productos que replican la estética artesanal, erosiona la confianza del comprador y arrastra a competir por precio. La **presión fiscal** (IVA al 21 %, cuota de autónomo) golpea unos márgenes ya estrechos, y los **aranceles** (EE. UU.) han tenido un impacto severo en subsectores identificados (cuero, joyería, marroquinería). La **captura de margen por plataformas e intermediarios** genera dependencia de reglas que el taller no controla. La **fragmentación competencial** y los repertorios de oficios desiguales entre comunidades dificultan cualquier acción de conjunto. Y persiste un **vacío estatal** de representatividad, con una coordinación insuficiente y una fuerte dependencia de subvenciones inestables.

8.2. Lectura cruzada: de la matriz a la estrategia

El valor del DAFO no está en el inventario, sino en el **cruce** entre sus cuadrantes, que sugiere cuatro tipos de estrategia.

Tabla 8.1. Estrategias derivadas del cruce DAFO.

Tipo de estrategia	Lógica	Orientación estratégica derivada
Ofensiva (F + O)	Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades	Proyectar una **marca-país** de artesanía (marca común con campañas de posicionamiento) basada en «origen + oficio + diseño + sostenibilidad», apoyándose en las indicaciones geográficas y en las industrias culturales y creativas; **escalar** las sinergias con turismo, moda y patrimonio.
Reorientación (D + O)	Superar las debilidades para aprovechar las oportunidades	**Formación continua en gestión y captura de valor**; consolidar el **modelo digital comercial**; **cooperar** para acceder a mercados y a la compra pública; conectar con diseño e I+D.
Defensiva (F + A)	Usar las fortalezas para contrarrestar las amenazas	**Certificar y comunicar** sostenibilidad y origen frente a la imitación industrial; **dignificar el oficio** y darle prestigio para atraer relevo mediante una estrategia de comunicación; presencia **colectiva** en ferias frente a la atomización.
Supervivencia (D + A)	Minimizar debilidades y amenazas	**Reforma fiscal** (IVA), **figura del aprendiz remunerado**, **base común de definición y registro** y **refuerzo de la capacidad estatal** de coordinación; simplificación administrativa.

Fuente: elaboración propia. Estas cuatro orientaciones se operacionalizan en los ejes de la hoja de ruta (Capítulo 10).

De la estrategia a la primera acción

Cada tipo de estrategia puede traducirse en primeras líneas de acción concretas, que anticipan las líneas de actuación para la Hoja de Ruta:

- **Ofensiva (F+O).** Construir una **marca-país de artesanía** apoyada en «origen + oficio + diseño + sostenibilidad», acompañada de campañas de publicidad sostenidas, impulsar las **indicaciones geográficas** de productos con arraigo y **escalar** el turismo de saber hacer y las sinergias con la moda.
- **Reorientación (D+O).** Desplegar **formación continua en gestión**, consolidar el **modelo digital comercial** con acompañamiento y **profesionalizar las asociaciones** para acceder de forma colectiva a mercados y a la compra pública.
- **Defensiva (F+A). Acreditar y comunicar** la sostenibilidad y el origen frente a la imitación, **dignificar el oficio** con una estrategia de comunicación dirigida a jóvenes, sociedad y otros sectores para atraer relevo y organizar la **presencia colectiva** en ferias frente a la atomización.
- **Supervivencia (D+A).** Abordar las **reformas estructurales de ámbito estatal**: revisión de la **fiscalidad** y creación de la **figura del aprendiz remunerado**, junto con la **base común de definición y registro** y el **refuerzo de la coordinación estatal**.

La lectura cruzada revela, además, una **jerarquía de urgencias**: las medidas de la estrategia de *supervivencia* (definición, fiscalidad, relevo, coordinación) son las que condicionan la eficacia de todas las demás, por lo que deben iniciarse cuanto antes, aunque sus efectos se materialicen a medio y largo plazo.

◆ **Idea-fuerza del DAFO**

El sector combina **activos sólidos y en revalorización** (autenticidad, oficio, diseño, sostenibilidad, demanda premium, turismo) con **debilidades estructurales profundas** (tamaño micro, déficit de gestión, falta de relevo, invisibilidad estadística). Su futuro **no depende de conservar lo existente**, sino de su capacidad para **capitalizar sus activos** y **corregir sus debilidades estructurales** aprovechando una ventana de oportunidad: consumo consciente, indicaciones geográficas, industrias creativas, que puede cerrarse si no se actúa sobre el relevo y el marco institucional.

8.3. Del DAFO al CAME: la respuesta estratégica

El análisis DAFO describe la situación; el **CAME** define qué hacer con ella. Traduce cada cuadrante en una orientación estratégica: **M**antener las fortalezas, **C**orregir las debilidades, **E**xplotar las oportunidades y **A**frontar las amenazas. Es el eslabón que conecta el diagnóstico con la hoja de ruta y garantiza que ninguna conclusión quede sin respuesta.

Del DAFO al CAME: la respuesta estratégica

El DAFO describe la situación; el CAME define qué hacer con ella · eslabón entre el diagnóstico y la hoja de ruta: ninguna conclusión queda sin respuesta

E — Explotar las oportunidades (apoyándose en las fortalezas)

- Capitalizar el consumo consciente y el activo diferencial (origen + oficio + diseño + sostenibilidad) construyendo una marca-país de artesanía.
- Aprovechar el Reglamento (UE) 2023/2411 para registrar indicaciones geográficas de productos con arraigo.
- Escalar las sinergias con turismo, moda, diseño y patrimonio, convirtiendo las experiencias puntuales en oferta permanente.
- Explotar el comercio electrónico y los marketplaces especializados para ampliar mercado conservando margen, e importar las lecciones del benchmarking (ecosistema multinivel).

M — Mantener las fortalezas (preservarlas y reforzarlas)

- Preservar la autenticidad y el valor cultural como núcleo de la propuesta, haciéndolos demostrables frente a la imitación.
- Retener y atraer los nuevos perfiles cualificados y consolidar el segmento premium/autor y la mejora de productividad por unidad.
- Mantener y ampliar la sinergia madura con el turismo y la cercanía al cliente final.

C — Corregir las debilidades (superarlas)

- Corregir la invisibilidad estadística con definición, registro y medición comunes; reforzar la capacidad empresarial y de gestión con formación continua.
- Mejorar la captura de valor (precio, marca, prescripción); resolver el relevo (aprendiz remunerado, traspasos, mentoría).
- Profesionalizar el asociacionismo y la cooperación; cerrar la brecha de digitalización productiva e I+D; y proteger los activos (sostenibilidad demostrable, propiedad intelectual).

A — Afrontar las amenazas (neutralizarlas o mitigarlas)

- Afrontar el envejecimiento con políticas de relevo y formación; y la imitación industrial con marca, origen, indicaciones geográficas y protección frente a la copia.
- Afrontar la presión fiscal con una fiscalidad específica (IVA reducido, alivio de cuota); y la dependencia de plataformas con canal propio y captura de margen.
- Afrontar la fragmentación competencial con una base común y coordinación multinivel; y el vacío estatal recuperando capacidad estatal de apoyo.

8.4. Matriz de trazabilidad: del DAFO al CAME y a la hoja de ruta

La siguiente matriz cierra el círculo del diagnóstico: enlaza cada elemento del DAFO con su respuesta CAME y con el **eje concreto de la hoja de ruta** (Capítulo 10) que lo aborda, de modo que se comprueba que **todo el diagnóstico queda alineado con las propuestas** y que ninguna medida es gratuita ni ningún problema queda sin cobertura.

Tabla 8.2. Matriz de trazabilidad DAFO → CAME → hoja de ruta (alineación integral).

Elemento del DAFO	Tipo	Respuesta CAME	Eje(s) de la hoja de ruta
Invisibilidad estadística; falta de definición	D	Corregir: definición, repertorio, registro y medición comunes	Eje 1
Ausencia de relevo; envejecimiento	D · A	Corregir/Afrontar: aprendiz remunerado, traspasos, mentoría, atracción	Eje 2

Elemento del DAFO	Tipo	Respuesta CAME	Eje(s) de la hoja de ruta
Déficit de gestión empresarial	D	Corregir: formación continua en gestión para activos	Eje 3
Baja captura de valor; imitación industrial	D · A	Corregir/Afrontar: marca, autoría, origen, protección, precio	Eje 4
Indicaciones geográficas (Rgto. UE 2023/2411)	O	Explotar: registro de IG de productos con arraigo	Eje 4
Digitalización productiva e I+D limitadas	D	Corregir: digitalización con acompañamiento, cocreación, conexión I+D	Eje 5
Nuevos perfiles cualificados; diseño	F	Mantener/Explotar: retención de talento y cocreación artesano-diseñador	Ejes 2 y 5
Asociacionismo débil; cooperación escasa	D	Corregir: profesionalizar asociaciones, redes e infraestructuras compartidas	Eje 6
Sinergia con turismo, moda y patrimonio	F · O	Mantener/Explotar: rutas de oficio, integración intersectorial	Eje 7
Sostenibilidad intrínseca infracapitalizada	F · D	Mantener/Corregir: acreditación y comunicación de la sostenibilidad	Eje 7
Presión fiscal (IVA, cuota de autónomo)	A	Afrontar: fiscalidad específica del producto artesano	Eje 8
Fragmentación competencial; vacío estatal	A	Afrontar: coordinación multinivel y recuperación de capacidad estatal	Eje 8
Dependencia de subvenciones inestables	A	Afrontar: simplificación, anticipos y evaluación por resultados	Eje 8
Autenticidad y activo internacional diferencial	F	Explotar: marca-país (marca común) e internacionalización agrupada	Ejes 4 y 7

Fuente: elaboración propia. F = fortaleza · D = debilidad · O = oportunidad · A = amenaza. La correspondencia con los ejes remite al Capítulo 10.

CAPÍTULO 9

9. Conclusiones y recomendaciones

Este capítulo integra las conclusiones de todo el estudio y formula las recomendaciones estratégicas de las que se deriva la hoja de ruta. Las conclusiones ordenan el «qué hemos aprendido»; las recomendaciones, el «qué debería hacerse», que el Capítulo 10 traduce en medidas concretas, niveles competenciales, plazos e indicadores.

9.1. Conclusiones

Del conjunto de evidencias: estadísticas, de tendencias, de benchmarking y de campo, se derivan nueve conclusiones principales:

1. El problema es de definición y medición, antes que de tamaño

La artesanía es un sector económica y culturalmente relevante, pero **estadísticamente opaco**: no existe una categoría propia en las clasificaciones oficiales ni una definición común entre comunidades. Cualquier cifra depende del criterio de delimitación, y ninguna aproximación equivale a un censo. Resolver esta indefinición es la **condición previa** para reconocer, dimensionar, financiar y evaluar la política del sector. La propuesta de definición y clasificación elaborada por OficioyArte, en negociación con el Ministerio de Industria y Turismo (apartado 4.6), puede ser una base de partida para ese consenso.

2. El tejido se consolida por unidad, se modifica el modelo de negocio, pero envejece

El diagnóstico estadístico muestra un sector con **más facturación, valor añadido y productividad por unidad**. Al mismo tiempo, la base empresarial, en líneas generales, está modificando su modelo de negocio y el perfil está **envejecido**. Conviven, por tanto, segmentos dinámicos con oficios en riesgo de discontinuidad, lo que exige instrumentos diferenciados y no medidas homogéneas.

3. La competitividad se ha desplazado del taller al sistema de valor

El dominio técnico del oficio sigue siendo necesario, pero **ya no basta**: el valor se decide cada vez más en el diseño, la marca, la elección de canales, la comunicación del origen y la relación con el territorio. El reto competitivo es, en buena medida, de **posicionamiento y de captura de valor**: no producir más, sino defender márgenes.

4. El relevo generacional es la condición de continuidad

Es la preocupación más unánime del sector y el factor con mayor carácter de **condición previa**: sin relevo, sin trayectorias de aprendizaje viables y sin perfiles capaces de combinar técnica, diseño y gestión, ninguna otra oportunidad puede aprovecharse. La **figura del aprendiz remunerado** y la conexión estable escuela–taller son las palancas prioritarias. La hoja de ruta propone concretarla en programas de aprendizaje de dos años, remunerados para la persona aprendiz y para el taller que la forma, y reforzar la orientación académica y laboral hacia el oficio.

5. El sistema formativo formal no responde a la necesidad real del sector

Existe un **desajuste estructural**: la formación reglada se orienta a jóvenes en itinerario inicial y se percibe alineada en lo técnico, mientras la necesidad más aguda del sector, profesionales ya en activo, es la **formación empresarial y de gestión** y la formación **continua**, precisamente donde los propios centros reconocen su menor alineación. Existe, sin embargo, una base para corregirlo: la red de Centros de Referencia Nacional, la nueva ordenación de las enseñanzas artísticas profesionales, vinculadas ya a estándares de competencias, y la actualización de esos estándares con el INCUAL y el SEPE.

6. El sector tiene activos sólidos, pero infracapitalizados

La autenticidad, el arraigo, la sostenibilidad y las sinergias con turismo, moda y patrimonio son **activos valiosos que no se traducen automáticamente en ventaja**. Requieren organización, comunicación, certificación y visibilidad para convertirse en captura de valor, especialmente la sostenibilidad, que el mercado exige **demostrable**. La falta de una marca común y de una comunicación sostenida sobre el valor del oficio contribuye a esa infracapitalización.

7. El marco fiscal, normativo y de protección penaliza al microtaller

La **fiscalidad** (IVA al 21 %, cuota de autónomo) es la barrera administrativa de mayor impacto según todos los perfiles; los **repertorios de oficios** están desactualizados y son desiguales; la **protección frente a la copia** es una preocupación creciente gestionada con escaso apoyo; y la **compra pública** excluye en la práctica al microtaller.

8. La política pública es más sistemática, pero desigual, burocrática y con un vacío estatal

Las políticas autonómicas han ganado en planes y marcas, pero mantienen **fuertes desigualdades** de presupuesto y alcance y una **carga burocrática** reconocida por la propia administración. Persiste, además, un **vacío en el nivel estatal** de representatividad del sector que ninguna estructura cubre plenamente.

9. La solución es un ecosistema de instrumentos multinivel, no una medida aislada

El benchmarking internacional es concluyente: las políticas más eficaces **combinan ordenación, reconocimiento, transmisión, competitividad y activación territorial**, con una base común nacional y una gestión próxima al territorio. El refuerzo del sector no depende de una única palanca, sino de su **articulación coherente y evaluable**.

9.2. Recomendaciones estratégicas

De las conclusiones se derivan ocho líneas de recomendación, que la hoja de ruta (Capítulo 10) desarrolla en medidas concretas con nivel competencial, plazo e indicadores:

	Línea de recomendación	Dirección estratégica
R1	**Ordenar y medir el sector**	Consensuar una definición operativa y una nomenclatura común; avanzar hacia un registro interoperable y un código o sistema de identificación estadística del sector.
R2	**Asegurar el relevo y el talento**	Impulsar la figura del aprendiz remunerado mediante programas de dos años con retribución para el aprendiz y compensación al taller tutor, itinerarios de maestría, programas de relevo en talleres y la conexión estable escuela–taller;

	Línea de recomendación	Dirección estratégica
		dignificar el oficio con una estrategia de comunicación e implicar a los servicios de orientación.
R3	**Reorientar la formación**	Priorizar la formación **continua en gestión, comercialización y digitalización** para profesionales en activo, en formato modular, aplicado y con mentoría, apoyándose en la red de CRN, en las enseñanzas artísticas profesionales y en los estándares de competencias.
R4	**Reforzar la captura de valor**	Apoyar marca, autoría, origen y trazabilidad; aprovechar las indicaciones geográficas; mejorar la posición en la cadena de valor y la fijación de precios; crear una marca común de la artesanía de España, posicionada con campañas de publicidad.
R5	**Fortalecer la cooperación**	Profesionalizar las estructuras asociativas, impulsar redes entre talleres y espacios compartidos, incluidas fórmulas de economía social, y conectar el sector con cámaras, clústeres y centros tecnológicos y con la red de CRN.
R6	**Activar territorio y sinergias**	Estructurar rutas de oficio y turismo de saber hacer, integrar la artesanía en moda, diseño y patrimonio, y capitalizar la economía circular.
R7	**Reformar el marco fiscal y normativo**	Revisar la fiscalidad (tipo de IVA, cuota de autónomo), actualizar los repertorios, reforzar la protección intelectual y abrir la compra pública al microtaller.
R8	**Mejorar la gobernanza multinivel**	Recuperar capacidad de coordinación estatal, clarificar funciones entre niveles, compartir datos y evaluar por resultados, con participación del sector.

Fuente: elaboración propia. Estas líneas constituyen la arquitectura de la hoja de ruta.

◆ **Prioridades de secuencia**

No todas las medidas tienen el mismo carácter. Conviene **empezar por las que generan base de sistema:** definición y registro comunes, indicadores compartidos, porque condicionan la eficacia del resto. En paralelo, deben abordarse las **reformas estructurales de mayor plazo y ámbito estatal:** fiscalidad y figura del aprendiz remunerado, que ninguna comunidad puede resolver por sí sola, y desplegarse los **apoyos diferenciados** a la competitividad según la madurez de cada empresa. La hoja de ruta ordena esta secuencia en horizontes de corto, medio y largo plazo.

CAPÍTULO 10

10. Hoja de ruta estratégica

*La hoja de ruta traduce el diagnóstico y las recomendaciones en un **plan de acción operativo, multinivel y evaluable**. No plantea una transposición literal de los modelos internacionales, sino una **adaptación selectiva** a la realidad española: un ecosistema de instrumentos complementarios que conecta ordenación, talento, competitividad, territorio y gobernanza. Cada medida se acompaña de su **nivel competencial**, su **horizonte temporal** y un **indicador de seguimiento**.*

10.1. Principios y arquitectura

La hoja de ruta se organiza en **ocho ejes** que desarrollan las ocho líneas de recomendación del Capítulo 9. Su diseño responde a cinco principios:

- **Base de sistema primero:** priorizar las medidas que ordenan y miden el sector, porque condicionan la eficacia de todas las demás.
- **Segmentación:** apoyos diferenciados según la madurez de la empresa (taller de proximidad, profesional emergente, empresa consolidada, pyme con potencial de crecimiento), con medidas de efecto directo también para los talleres unipersonales.
- **Reparto competencial claro:** el Estado aporta marco común, estándares, instrumentos fiscales y coordinación; las CCAA, la gestión operativa y la proximidad; las entidades locales, la activación territorial.
- **Secuencia temporal:** combinar resultados visibles a corto plazo con reformas estructurales de mayor recorrido.
- **Evaluación desde el diseño:** cada eje incorpora indicadores de resultado, no solo de gasto ejecutado, y prevé la participación del sector.

▸ **Cómo leer las tablas de medidas**

Nivel competencial: Estado · CCAA · Local · UE (nivel de despliegue preferente; muchas medidas son compartidas). **Horizonte: C** = corto plazo (0–2 años) · **M** = medio (2–4 años) · **L** = largo (4 años o más). El indicador es una referencia de seguimiento, a concretar en la fase de implementación. Las medidas de competencia autonómica se formulan como recomendaciones o criterios comunes para su adopción por cada comunidad, y el sector participa en todas las medidas y en su gobernanza.

Esquema general de la hoja de ruta: ocho ejes, 43 medidas

corto plazo C C–M M M–L L largo plazo

1 Ordenar, definir y medir el sector
1.1 Definición operativa común de artesanía C
1.2 Código estadístico del sector (INE/DIRCE) M
1.3 Registro artesano interoperable M
1.4 Repertorios de oficios actualizados C–M
1.5 Estadística periódica del sector M

2 Relevo generacional y talento
2.1 Programa de aprendizaje de dos años y figura del aprendiz C / M–L
2.2 Relevo y traspaso de unidades productivas C
2.3 Itinerarios de maestría y talleres-escuela M
2.4 Mentoría para artesanos emergentes C
2.5 Estrategia de comunicación para la dignificación C–M
2.6 Orientación académica y laboral C

3 Formación continua y capacidades de gestión
3.1 Formación continua en gestión C
3.2 Formato modular y microcredenciales C–M
3.3 Actualización del profesorado y de los itinerarios M
3.4 Prácticas en empresa y formación dual M
3.5 Equivalencias mediante estándares de competencias M

4 Captura de valor, marca y protección
4.1 Marca, autoría, origen y trazabilidad C
4.2 Indicaciones geográficas artesanales M
4.3 Marco común de reconocimiento de excelencia M
4.4 Protección intelectual y frente a la copia C
4.5 Fijación de precios y prescripción cualificada C
4.6 Marca común de la artesanía de España C–M

5 Digitalización, innovación y diseño
5.1 Digitalización comercial con acompañamiento C
5.2 Bonos de asesoría en herramientas y contenido C
5.3 Cocreación artesano–diseñador e industria M
5.4 Conexión con centros tecnológicos e I+D M
5.5 Marco sobre tecnología e IA en la artesanía M

6 Cooperación y estructuración del sector
6.1 Profesionalización de las asociaciones C–M
6.2 Redes e infraestructuras compartidas M
6.3 Conexión con cámaras, clústeres y centros M
6.4 Comercialización colaborativa C
6.5 Bancos de buenas prácticas e indicadores C

7 Territorio, sinergias y sostenibilidad
7.1 Rutas de oficio y turismo de saber hacer C
7.2 Moda, diseño, arquitectura y patrimonio M
7.3 Laboratorios territoriales y saberes M
7.4 Capitalización de la sostenibilidad M
7.5 Palanca de desarrollo rural C–M

8 Gobernanza, fiscalidad, financiación y evaluación
8.1 Revisión de la fiscalidad L
8.2 Compra pública al microtaller M
8.3 Capacidad estatal de coordinación M
8.4 Mesa de coordinación multinivel C
8.5 Simplificación de ayudas C
8.6 Cuadro de indicadores y evaluación C–M

10.2. Ejes de actuación, medidas e indicadores

Eje 1. Ordenar, definir y medir el sector

Objetivo. Dotar al sector de una base común de definición, clasificación y medición que permita reconocerlo, dimensionarlo y evaluar las políticas. Es la condición previa del resto de ejes.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Consensuar una **definición operativa común** de artesanía (familias, oficios y especialidades)	Estado + CCAA + sector	C	Definición y repertorio común aprobados
Impulsar un **código o identificador estadístico** del sector en las operaciones del INE / DIRCE	Estado (con INE)	M	Identificador operativo y primera explotación publicada
Registro artesano interoperable: campos comunes y equivalencias entre registros autonómicos	Estado (marco) + CCAA	M	Nº de registros interoperables; % de artesanos registrados
Actualizar y homogeneizar los repertorios de oficios, con procedimiento de alta de nuevos oficios	CCAA + sector	C–M	Repertorios actualizados; procedimiento publicado
Estadística periódica del sector (serie homogénea, cuadro de indicadores)	Estado	M	Informe estadístico anual del sector

▸ Medida 1.1 — Definición operativa común de artesanía

Qué es: Acordar entre el Estado, las CCAA y el sector una definición común de actividad artesana y un núcleo mínimo de criterios de reconocimiento (familias, oficios, especialidades y umbrales de

intervención personal y de mecanización). La propuesta de definición y de clasificación por áreas económicas de OficioyArte (apartado 4.6) puede ser una base de partida para este trabajo, que deberá resolver también el encaje de actividades frontera como la artesanía alimentaria, la restauración del patrimonio, la ilustración o el videoarte.

Por qué: Sin un lenguaje común no hay estadística fiable, ni reconocimiento homogéneo, ni comparación entre territorios; es la condición previa del resto de la hoja de ruta.

Actor: Estado (coordinación) con las CCAA y las organizaciones del sector.

Instrumento: Documento marco consensuado en el Observatorio Nacional de Artesanía y en conferencia sectorial, que parta de la propuesta de OficioyArte, inspirado en la lista oficial francesa de oficios de arte y en la Handwerksordnung alemana.

Resultado esperado: Definición y repertorio común aprobados y adoptados voluntariamente por las CCAA.

Hitos: Grupo de trabajo (año 1) → borrador consensuado → adopción formal (año 2).

▸ Medida 1.2 — Código o identificador estadístico del sector

Qué es: Impulsar, con el INE, un marcador o sistema de identificación que permita aislar la actividad artesana en las operaciones estadísticas (por ejemplo, un distintivo asociado al DIRCE o a las estadísticas estructurales).

Por qué: La inexistencia de un código propio es la causa de la invisibilidad estadística; sin medición, no puede evaluarse ninguna política.

Actor: Estado, en coordinación con el INE.

Instrumento: Convenio con el INE y explotación piloto a partir del registro artesano interoperable (Medida 1.3).

Resultado esperado: Identificador operativo y primera explotación estadística publicada.

Hitos: Estudio de viabilidad con el INE (años 1–2) → prueba piloto → publicación de la primera serie (año 3).

▸ Medida 1.3 — Registro artesano interoperable

Qué es: Definir un conjunto común de campos y equivalencias entre los registros autonómicos de artesanía, sin sustituir su gestión, de modo que la información sea comparable y agregable.

Por qué: Hoy cada comunidad mantiene su registro con criterios distintos, lo que impide agregaciones nacionales y comparaciones territoriales.

Actor: Estado (marco común) y CCAA (gestión).

Instrumento: Norma o acuerdo marco de interoperabilidad y protocolo técnico de intercambio de datos.

Resultado esperado: Registros autonómicos interoperables y porcentaje creciente de artesanos en la base común.

Hitos: Acuerdo de campos comunes (año 1) → adaptación técnica de los registros (años 2–3) → base agregada operativa (año 4).

▸ Medida 1.4 — Actualización y homogeneización de los repertorios de oficios

Qué es: Actualizar los repertorios de oficios artesanos y dotarlos de un procedimiento estable de alta de nuevos oficios (biomateriales, cosmética artesana, oficios híbridos), con fichas técnicas por oficio.

Por qué: Los repertorios están desactualizados y son desiguales; su rigidez deja fuera a los nuevos oficios y genera asimetrías de reconocimiento entre territorios.

Actor: CCAA, con participación del sector y de los centros de formación.

Instrumento: Revisión periódica de los repertorios y procedimiento público de incorporación de oficios.

Resultado esperado: Repertorios actualizados y procedimiento de alta publicado y operativo.

Hitos: Revisión inicial (año 1) → procedimiento de alta aprobado (año 2) → revisiones periódicas.

▸ Medida 1.5 — Estadística periódica del sector

Qué es: Publicar de forma regular un cuadro de indicadores del sector (dimensión, empleo, oficios, territorio, género, evolución) a partir de las fuentes ya disponibles y del nuevo identificador.

Por qué: El seguimiento de las políticas exige una serie homogénea y actualizada que hoy no existe.

Actor: Estado, en coordinación con el INE y las CCAA.

Instrumento: Informe estadístico anual y aplicativo de visualización (Power BI) con actualización periódica.

Resultado esperado: Informe estadístico anual del sector publicado con continuidad.

Hitos: Primer informe (año 2) → periodicidad anual estable.

Eje 2. Relevo generacional y atracción de talento

Objetivo. Garantizar la continuidad del oficio, la condición de continuidad más unánime del diagnóstico, actuando sobre las barreras de acceso de los jóvenes y sobre la transmisión.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Crear un **programa de aprendizaje artesano de dos años**, remunerado para la persona aprendiz y para el artesano o artesana que la forma, con la reforma normativa necesaria (**figura del aprendiz**)	Estado + CCAA	C / M–L	Figura regulada; nº de contratos de aprendiz; nº de talleres tutores; inserción a 12 meses
Programas de relevo y traspaso de unidades productivas (identificación, acompañamiento, apoyo a sucesores)	CCAA + Local	C	Nº de traspasos acompañados
Itinerarios de maestría y talleres-escuela conectados con talleres reales	CCAA + sector	M	Nº de plazas; % de inserción
Mentoría para artesanos emergentes (cohortes reducidas, sesiones individuales, residencia)	CCAA	C	Nº de participantes; supervivencia de proyectos a 2 años
Estrategia de comunicación para la dignificación del sector artesano, dirigida a jóvenes, a la sociedad y a otros sectores económicos, con «doble firma» en las colaboraciones	Estado + CCAA + Local + sector	C–M	Nº de acciones y de alumnos alcanzados; alcance de las campañas; percepción social del oficio; colaboraciones con doble firma
Orientación académica y laboral: la artesanía como salida profesional en los servicios de orientación de ESO, Bachillerato, FP, universidad y servicios públicos de empleo	Estado + CCAA	C	Nº de orientadores formados; centros y oficinas con materiales; matrícula en ciclos de artes plásticas y diseño

▸ Medida 2.1 — Programa de aprendizaje artesano de dos años y figura del aprendiz remunerado

Qué es: Poner en marcha un programa de aprendizaje en taller de dos años, con remuneración a la persona aprendiz y una compensación económica al artesano o artesana que la forma, y crear en el marco laboral una figura de aprendiz artesano remunerada, que permita a un taller incorporar a una persona en formación sin contratarla en condiciones generales. Rasgos del programa propuesto:

- **Duración de veinticuatro meses**, con un plan formativo individual vinculado a los estándares de competencias profesionales del oficio, para que las competencias adquiridas puedan acreditarse al finalizar el programa.
- **Remuneración de la persona aprendiz**, financiada mayoritariamente con fondos públicos y con bonificación de las cotizaciones, de modo que el coste no recaiga sobre el taller.
- **Compensación al artesano o artesana tutor** por el tiempo de tutoría y los materiales, y reconocimiento de su papel como maestro o maestra formador.
- **Selección de los talleres por la administración**, que identifica y acredita los talleres de acogida según su capacidad formativa, sin trasladar esa búsqueda a las escuelas.
- **Fórmulas para talleres unipersonales**, en las que la relación laboral puede asumirla una asociación, un taller-escuela o una entidad pública mientras la formación práctica se realiza en el taller.

Por qué: Es la palanca prioritaria y más unánimemente reclamada por el sector; su ausencia es la principal barrera al relevo (el taller «no puede contratar»). Sin apoyo al taller, el aprendizaje no es viable para la mayoría de los microtalleres: los costes salariales y de cotización dificultan la formación dual en talleres pequeños y, donde el aprendiz percibe una ayuda, pero el taller no recibe ninguna, este asume en solitario el tiempo de tutoría y los materiales. Un periodo de dos años permite completar el aprendizaje de oficios de complejidad técnica, frente a prácticas actuales de duración muy inferior.

Actor: Estado (competencia laboral), con diálogo social y las CCAA. Las CCAA gestionarían y cofinanciarían el programa, con la colaboración de los CRN y de las asociaciones en el diseño de los planes formativos.

Instrumento: Reforma normativa laboral y, en su caso, incentivo a la contratación formativa; referencia en el modelo alemán de aprendizaje cofinanciado. El vehículo laboral más próximo es el contrato para la formación en alternancia (artículo 11.2 del Estatuto de los Trabajadores), cuya duración máxima, dos años, coincide con la del programa. Las adaptaciones normativas necesarias son tres: crear itinerarios de aprendizaje artesano en taller, vinculados a estándares de competencias, que puedan actuar como formación asociada al contrato (por ejemplo, como especialidades del Catálogo de Especialidades Formativas que gestiona el SEPE o como certificados profesionales); regular la compensación al taller tutor y su compatibilidad con la actividad del trabajador autónomo; y establecer la financiación pública de la retribución del aprendiz y la bonificación de sus cotizaciones.

Resultado esperado: Figura regulada y número creciente de contratos de aprendiz artesano. Número de talleres tutores, tasa de finalización y tasa de inserción o instalación a los doce meses.

Hitos: Programa piloto en varias comunidades con los instrumentos actuales y, en paralelo, estudio jurídico y diálogo social (años 1–2) → reforma normativa (años 2–3) → despliegue en todo el Estado (año 4).

▸ Medida 2.2 — Programas de relevo y traspaso de unidades productivas

Qué es: Identificar talleres en riesgo de cierre por falta de sucesión y acompañar el traspaso (valoración, búsqueda de sucesores, apoyo a la compra y a la continuidad del oficio).

Por qué: Buena parte del tejido carece de plan de continuidad; el cierre de un taller supone la pérdida de un oficio y de su clientela.

Actor: CCAA y entidades locales, con cámaras de comercio y asociaciones.

Instrumento: Programa de relevo con acompañamiento y, en su caso, contratos de relevo con derecho a compra.

Resultado esperado: Número de traspasos acompañados con continuidad del oficio.

Hitos: Mapa de talleres en riesgo (año 1) → programa de acompañamiento (años 2–3).

▸ Medida 2.3 — Itinerarios de maestría y talleres-escuela

Qué es: Desarrollar itinerarios de especialización y maestría conectados con talleres reales, que reconozcan la figura del maestro artesano y el papel del taller como espacio formativo.

Por qué: La transmisión maestro–aprendiz, cada vez menos frecuente, es insustituible para los oficios de mayor complejidad técnica.

Actor: CCAA (educación y artesanía) con el sector y los CRN vinculados a los oficios.

Instrumento: Talleres-escuela, reconocimiento de talleres formadores y becas de especialización.

Resultado esperado: Número de plazas e itinerarios y porcentaje de inserción de las personas formadas.

Hitos: Diseño de itinerarios (años 1–2) → primeras promociones (años 3–4).

▸ Medida 2.4 — Mentoría para artesanos emergentes

Qué es: Programa de acompañamiento a proyectos emergentes con cohortes reducidas, sesiones individuales, residencia intensiva y mentoría posterior.

Por qué: La consolidación de un negocio artesanal requiere itinerarios intensos y personalizados, no formaciones puntuales.

Actor: CCAA, con centros de referencia y profesionales del sector.

Instrumento: Programa tipo COMPASS (Escocia): selección, formación empresarial, residencia y tutoría.

Resultado esperado: Número de participantes y tasa de supervivencia de los proyectos a dos años.

Hitos: Primera cohorte piloto (año 1) → evaluación y escalado (años 2–3).

▸ Medida 2.5 — Estrategia de comunicación para la dignificación del sector artesano

Qué es: Diseñar y sostener en el tiempo una estrategia de comunicación que presente la artesanía como una actividad profesional cualificada, culturalmente valiosa y económicamente viable. Se dirige a tres públicos, con mensajes y canales propios:

- **Jóvenes:** acercar el oficio como salida profesional (centros educativos, ferias, rutas, redes sociales y creadores de contenido), con personas artesanas jóvenes como referentes y con artesanos que expliquen su oficio en las aulas.
- **Sociedad en su conjunto:** campañas de valorización cultural del oficio y de educación del consumidor sobre el valor y el precio del producto artesano, comparables a las que han situado la alta cocina o el reciclaje en la agenda social, que refuercen también su dimensión de patrimonio vivo.
- **Resto de sectores económicos:** dar a conocer las soluciones tecnológicas, de diseño y de materiales que la artesanía puede aportar a la arquitectura, el interiorismo, la moda, la hostelería o la industria, y promover colaboraciones bajo el principio de **«doble firma»**: la pieza o colección resultante identifica de forma conjunta al taller artesano y a la empresa o al diseñador, de modo que la autoría del oficio no se diluya en la marca del socio y el reconocimiento revierta en ambos.

Por qué: La imagen del oficio entre la juventud («es duro, se gana poco») frena el relevo; pasar tiempo en talleres reales es una palanca eficaz de atracción. La imagen social del oficio condiciona a la vez el relevo, la disposición a pagar el sobrecoste del producto artesano y el interés de otras industrias por

colaborar con el sector. En la mesa de contraste, las entidades pidieron expresamente una campaña de educación del consumidor y de valorización cultural del oficio.

Actor: Estado (Ministerio de Industria y Turismo, a través de la Fundación EOI–Fundesarte), CCAA y entidades locales, con centros educativos, asociaciones y CRN, en coordinación con la marca común (medida 4.6).

Instrumento: Programas en colegios (referencia Escolart de Aragón), creadores de contenido y ferias. Plan de comunicación plurianual con campañas en medios generalistas y digitales; programa de referentes del oficio; presencia de artesanos en los centros educativos; y protocolo de «doble firma», incorporado como cláusula tipo en los convenios de colaboración y como requisito en los programas públicos de cocreación (medida 5.3).

Resultado esperado: Número de acciones y de alumnos alcanzados y mejora de la percepción del oficio. Alcance de las campañas, evolución de la percepción social del oficio respecto de una línea de base y número de colaboraciones intersectoriales con doble firma.

Hitos: Diseño de la estrategia y medición de la línea de base (año 1) → campañas anuales con evaluación de impacto (años 2–4).

▸ Medida 2.6 — Orientación académica y laboral: la artesanía como salida profesional

Qué es: Incorporar los oficios artesanos y las enseñanzas artísticas profesionales a los sistemas de orientación académica y profesional (departamentos de orientación de ESO y Bachillerato, orientación de FP, servicios de orientación universitarios y orientadores de los servicios públicos de empleo), para que el oficio se presente como una salida formativa y laboral real.

Por qué: El relevo depende de que jóvenes y personas en búsqueda de empleo conozcan el oficio como opción. En la mesa de contraste se señaló que parte del profesorado orientador desconoce el carácter oficial de los ciclos de artes plásticas y diseño, que estos no figuran en los mismos listados que la FP y que las enseñanzas artísticas no reciben una promoción estatal comparable.

Actor: Estado (Educación, Formación Profesional y Deportes; Trabajo y Economía Social) y CCAA (educación y empleo), con los CRN, las escuelas de arte y las asociaciones.

Instrumento: Guías y materiales de orientación por familias de oficios; formación específica de orientadores, con visitas a talleres y a CRN; inclusión de los ciclos de artes plásticas y diseño en los mismos canales y listados que la FP; incorporación de los oficios artesanos a los itinerarios de orientación e intermediación de los servicios públicos de empleo y a los programas de aprendizaje de la medida 2.1; y presencia de personas artesanas en los centros educativos.

Resultado esperado: Número de orientadores formados, de centros educativos y oficinas de empleo con materiales, y evolución de la matrícula en ciclos de artes plásticas y diseño y de las solicitudes a los programas de aprendizaje.

Hitos: Materiales y primera acción formativa (año 1) → integración en los canales de orientación (año 2) → evaluación y actualización periódica.

Eje 3. Formación continua y capacidades de gestión

Objetivo. Cerrar la brecha entre la oferta formativa (inicial y técnica) y la necesidad real del sector: formación continua en gestión para profesionales en activo.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Formación continua en gestión, precios, fiscalidad, marketing digital y comercio exterior para activos	Estado + CCAA	C	Nº de acciones y de participantes

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Formato **modular, presencial/mixto, con mentoría en taller** y casos reales; **microcredenciales**	CCAA	C–M	Nº de microcredenciales emitidas
Actualización del profesorado y de los itinerarios reglados; oferta técnica en oficios en riesgo; títulos y certificados pendientes; docencia de artesanos con experiencia	Estado + CCAA (educación)	M	Nº de docentes actualizados; oficios con oferta
Mejorar las prácticas en empresa (duración, incentivos a talleres tutores) y la formación dual	CCAA + sector	M	Horas de práctica; nº de talleres tutores
Equivalencias entre enseñanzas artísticas profesionales, FP y experiencia profesional acreditada mediante **estándares de competencias** (medida ya iniciada)	Estado + CCAA	M	Sistema de convalidación operativo; estándares de oficios artesanos actualizados o creados; personas con competencias acreditadas

▸ Medida 3.1 — Formación continua en gestión para profesionales en activo

Qué es: Programa estable de formación en precios y costes, fiscalidad, marketing digital, comercialización, marca, propiedad intelectual y comercio exterior, dirigido a artesanos ya en activo.

Por qué: Es la prioridad formativa transversal del sector y la mayor carencia detectada; el sistema reglado no la cubre y se dirige a jóvenes en formación inicial.

Actor: Estado y CCAA con la red de CRN, la Fundación EOI–Fundesarte (incluido su CRN de Comercio Electrónico y Marketing Digital), los centros de formación y las asociaciones.

Instrumento: Itinerarios modulares con mentoría en taller; el estudio de necesidades de Andalucía confirma la demanda de gestión, marketing e idiomas. La formación empresarial debe acompañar las distintas fases del proyecto (creación, consolidación y crecimiento); conviene difundir en escuelas de arte y centros de FP los programas de emprendimiento y de consolidación de empresas de EOI–Fundesarte, y extender la formación emprendedora a la ESO, el Bachillerato y la universidad.

Resultado esperado: Número de acciones y de participantes y mejora declarada de capacidades de gestión.

Hitos: Diseño del programa (año 1) → despliegue anual.

▸ Medida 3.2 — Formato modular, aplicado y microcredenciales

Qué es: Impartir la formación en módulos cortos, presenciales o mixtos, con casos reales y tutorización en el propio taller, y reconocerla mediante microcredenciales.

Por qué: Es el formato que mejor resultados produce; la formación 100 % en línea se valora como complemento, no como sustituto.

Actor: CCAA, con centros de formación.

Instrumento: Catálogo de microcredenciales y red de talleres-tutores.

Resultado esperado: Número de microcredenciales emitidas y de talleres que actúan como tutores.

Hitos: Catálogo inicial (años 1–2) → ampliación progresiva.

▸ Medida 3.3 — Actualización del profesorado y de los itinerarios reglados

Qué es: Actualizar la formación del profesorado de FP y escuelas de arte y recuperar o reforzar la oferta técnica en oficios en riesgo de desaparición. Incluye completar la actualización de los títulos de enseñanzas artísticas profesionales y de sus temarios (incorporando tecnologías como el láser, la impresión 3D o la inteligencia artificial), poner en marcha los certificados profesionales ya diseñados

y facilitar la docencia de artesanos con experiencia acreditada mediante las figuras de profesorado especialista y maestro de taller.

Por qué: El sector señala la desaparición de Escuelas de Artes y Oficios y la insuficiente actualización del profesorado como debilidades estructurales. En la mesa de contraste se añadió que los requisitos de titulación dejan fuera de la docencia a profesionales con experiencia y que hay certificados diseñados que nunca se han impartido.

Actor: CCAA (educación), con el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (títulos y certificados) y los CRN (formación del profesorado).

Instrumento: Planes de actualización docente y convenios con talleres de referencia.

Resultado esperado: Número de docentes actualizados y oficios en riesgo con oferta formativa.

Hitos: Diagnóstico de oferta (año 1) → planes de actualización (años 2–3).

▸ Medida 3.4 — Mejora de las prácticas en empresa y de la formación dual

Qué es: Ampliar la duración y la calidad de las prácticas en empresa e incentivar a los talleres tutores, extendiendo la formación dual a los oficios artesanos.

Por qué: Las prácticas actuales son demasiado breves (en algún caso, 70 horas) para alcanzar competencia real y no hay incentivos suficientes al taller que forma.

Actor: CCAA (educación) con el sector.

Instrumento: Formación dual y bonificación o compensación a los talleres tutores.

Resultado esperado: Horas de práctica por alumno y número de talleres tutores.

Hitos: Piloto dual (años 1–2) → generalización (años 3–4).

▸ Medida 3.5 — Equivalencias entre enseñanzas artísticas profesionales, FP y experiencia mediante estándares de competencias

Qué es: Establecer un sistema de convalidación y reconocimiento entre las enseñanzas artísticas profesionales, la FP y la experiencia profesional acreditada, utilizando como pasarela común los estándares de competencias profesionales, y completar los estándares que faltan en los oficios artesanos para que el artesanado pueda acreditar su competencia.

Por qué: La insuficiente convalidación penaliza tanto a los titulados como a los profesionales con experiencia sin título. La Ley 1/2024 y el Real Decreto 452/2026 ya vinculan las enseñanzas artísticas profesionales a los estándares de competencias y prevén convalidaciones y el reconocimiento de la experiencia; según expuso el CRN de Artesanía en la mesa de contraste, la homologación entre estas enseñanzas y la FP mediante estándares está en marcha. El reto es completar los estándares de los oficios artesanos, todavía escasos, y hacer operativo el procedimiento.

Actor: Estado y CCAA (educación), con el INCUAL, el SEPE, los CRN y el sector.

Instrumento: Procedimiento de reconocimiento de competencias y acreditación de la experiencia. Solicitud y elaboración, con el INCUAL, de los estándares que faltan en los oficios artesanos y convocatorias de acreditación de competencias específicas para el sector.

Resultado esperado: Sistema de convalidación operativo.

Hitos: Diseño del procedimiento (años 1–2) → puesta en marcha (año 3).

Eje 4. Captura de valor, marca y protección del producto

Objetivo. Mejorar la posición del taller en la cadena de valor y proteger el producto artesano frente a la imitación, convirtiendo los atributos en valor reconocible y demostrable.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Apoyo a **marca, autoría, relato de origen y trazabilidad** (catálogo, fotografía, web, narrativa)	CCAA + Local	C	Nº de talleres apoyados
Impulso a las **Indicaciones Geográficas artesanales** (Rgto. UE 2023/2411): candidatas y registro EUIPO	Estado + CCAA	M	Nº de IG artesanales registradas
Marco común de reconocimiento de excelencia (sello con criterios públicos, verificación y renovación)	Estado + CCAA	M	Sello operativo; nº de empresas acreditadas
Protección intelectual y frente a la copia (asesoría, registro de diseños, vigilancia)	CCAA + sector	C	Nº de consultas y registros gestionados
Apoyo a la **fijación de precios** y a la **prescripción cualificada** (galerías, ferias, contract)	CCAA + sector	C	Nº de talleres en programas de comercialización
Crear una **marca común de la artesanía de España**, compatible con las marcas territoriales, con **campañas de publicidad** sostenidas que la posicionen como referencia internacional	Estado + CCAA + sector	C–M	Marca registrada con reglamento de uso; nº de talleres adheridos; alcance de las campañas; notoriedad

▸ Medida 4.1 — Apoyo a marca, autoría, origen y trazabilidad

Qué es: Ayudar a los talleres a construir marca (identidad visual, relato, fotografía, web), firmar y documentar el origen y la trazabilidad de sus piezas.

Por qué: Los atributos que antes se daban por supuestos (singularidad, origen, calidad) ya no se reconocen automáticamente frente a la imitación industrial y deben hacerse explícitos.

Actor: CCAA y entidades locales.

Instrumento: Líneas de apoyo a promoción y comunicación y formación específica en marca.

Resultado esperado: Número de talleres apoyados y mejora de su posición de precio.

Hitos: Convocatoria anual con acompañamiento.

▸ Medida 4.2 — Impulso a las indicaciones geográficas artesanales

Qué es: Acompañar la identificación de productos candidatos y su registro como indicaciones geográficas al amparo del Reglamento (UE) 2023/2411 y del RD 1190/2025.

Por qué: Es la primera vía europea para proteger el vínculo de un producto artesano con su territorio; existen candidatos claros (damasquinado, encajes, cerámicas con arraigo).

Actor: Estado (procedimiento nacional) y CCAA (acompañamiento).

Instrumento: Registro ante la EUIPO, con apoyo a la elaboración de pliegos de condiciones y a la organización colectiva de productores.

Resultado esperado: Número de indicaciones geográficas artesanales registradas.

Hitos: Identificación de candidatos (años 1–2) → primeros registros (años 3–4).

▸ Medida 4.3 — Marco común de reconocimiento de excelencia

Qué es: Crear un sello de excelencia con criterios públicos, verificación y renovación, compatible con las marcas regionales, que reconozca a las empresas con saber hacer singular.

Por qué: Un distintivo de excelencia solo es sólido si tiene criterios, auditoría y consecuencias prácticas, como demuestra el sello EPV francés.

Actor: Estado y CCAA.

Instrumento: Sello con expediente, auditoría y renovación, y ventajas asociadas (ferias, promoción, directorios).

Resultado esperado: Sello operativo y número de empresas acreditadas.

Hitos: Diseño de criterios (años 1–2) → primeras acreditaciones (año 3).

▸ Medida 4.4 — Protección intelectual y frente a la copia

Qué es: Ofrecer asesoría en propiedad intelectual, apoyo al registro de diseños y marcas y vigilancia frente a la copia y el intrusismo.

Por qué: La protección frente a la copia es ya la demanda emergente principal del sector, pero los trámites son desconocidos para la mayoría de los talleres.

Actor: CCAA con el sector y la OEPM.

Instrumento: Servicio de asesoría, registro de diseños/marcas y campañas frente al intrusismo.

Resultado esperado: Número de consultas y de registros gestionados.

Hitos: Servicio operativo (año 1) → consolidación.

▸ Medida 4.5 — Apoyo a la fijación de precios y a la prescripción cualificada

Qué es: Acompañar a los talleres en la gestión del margen y la fijación de precios y facilitar su entrada en circuitos de prescripción (galerías, ferias de referencia, contract).

Por qué: El reto competitivo no es vender más, sino capturar valor y defender márgenes; la gestión deliberada del precio es una asignatura pendiente.

Actor: CCAA con el sector.

Instrumento: Programas de comercialización, showrooms y presencia agrupada ante la prescripción.

Resultado esperado: Número de talleres en programas de comercialización y de acceso a prescripción.

Hitos: Programa piloto (años 1–2) → ampliación.

▸ Medida 4.6 — Marca común de la artesanía de España y campañas de posicionamiento

Qué es: Crear una marca única y común de la artesanía española que actúe como referencia en el mercado nacional y, sobre todo, en el internacional, y que conviva con las marcas autonómicas y locales, las indicaciones geográficas y el sello de excelencia. La marca se acompaña de un plan plurianual de campañas de publicidad y comunicación, con inversión suficiente para posicionarla. Para no multiplicar distintivos, la marca común actúa como paraguas de identidad y comunicación del sector, mientras que el sello de excelencia (medida 4.3) y las indicaciones geográficas (medida 4.2) acreditan niveles o vínculos específicos dentro de ella.

Por qué: El activo competitivo internacional del sector (origen, oficio, diseño y sostenibilidad) está infrautilizado como marca-país, y la fragmentación de marcas territoriales impide una presencia reconocible fuera de España. El benchmarking muestra que los distintivos generan valor cuando tienen criterios claros y consecuencias prácticas, y el caso del Made in Italy ilustra el efecto de integrar la artesanía en una política país; la notoriedad de una marca, además, depende de una inversión sostenida en comunicación.

Actor: Estado (Ministerio de Industria y Turismo, a través de la Fundación EOI–Fundesarte), con las CCAA y las organizaciones del sector y, para la proyección exterior, ICEX y Turespaña.

Instrumento: Registro de la marca como marca colectiva o de garantía (Ley 17/2001, de Marcas), con un reglamento de uso ligado a la definición común (medida 1.1) y al registro interoperable (medida 1.3); reglas de convivencia con las marcas territoriales, que permitan la doble identificación;

escaparate digital común bajo la marca (medida 6.4); pabellones colectivos bajo la marca en las ferias internacionales de referencia; y plan de medios plurianual, nacional e internacional.

Resultado esperado: Marca registrada y operativa, número de talleres adheridos, inversión y alcance de las campañas y notoriedad de la marca en los mercados objetivo, medida periódicamente.

Hitos: Diseño, registro y reglamento de uso (año 1) → adhesión de talleres y primera campaña (año 2) → campañas plurianuales y evaluación de notoriedad (años 3–4).

Eje 5. Digitalización, innovación y diseño

Objetivo. Consolidar un modelo digital comercial estable e impulsar la innovación de producto —de diseño y de modelo, más que tecnológica— y la conexión con la I+D.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Digitalización comercial con acompañamiento (tienda online, marketplaces, contenido, reputación), no solo dotación	Estado + CCAA	C	Nº de talleres con modelo digital estable
Bonos de asesoría en integración de herramientas (stock-facturación-envíos) y generación de contenido	CCAA	C	Nº de bonos concedidos
Cocreación artesano–diseñador y con la industria (modelo tipo ARDIS)	CCAA + sector	M	Nº de cocreaciones y de productos nuevos
Conexión con centros tecnológicos e I+D (proceso, materiales, biomateriales)	CCAA + centros tecnológicos + CRN	M	Nº de proyectos conjuntos
Marco de referencia sobre uso de tecnología e IA y su compatibilidad con la calificación artesana	Estado + CCAA + sector	M	Criterios publicados

▸ Medida 5.1 — Digitalización comercial con acompañamiento

Qué es: Apoyar la puesta en marcha de un modelo digital comercial estable (tienda online, marketplaces, contenido, reputación), con acompañamiento y no solo dotación de equipos.

Por qué: La barrera no es tecnológica sino de tiempo, formación e integración; un programa de solo dotación (como en parte el Kit Digital) resulta insuficiente.

Actor: Estado (mejora del Kit Digital) y CCAA.

Instrumento: Bonos de digitalización con acompañamiento y formación aplicada.

Resultado esperado: Número de talleres con un modelo digital estable de venta y gestión.

Hitos: Rediseño del apoyo (año 1) → despliegue anual.

▸ Medida 5.2 — Bonos de asesoría en herramientas y contenido

Qué es: Financiar asesoría para integrar herramientas (tienda–stock–facturación–envíos) y para generar contenido de calidad (fotografía, vídeo, catálogo).

Por qué: Las asociaciones señalan la integración de herramientas y la generación de contenido como las mayores barreras de digitalización.

Actor: CCAA.

Instrumento: Bono de asesoría con proveedores acreditados.

Resultado esperado: Número de bonos concedidos y de talleres con sistemas integrados.

Hitos: Convocatoria anual.

▸ Medida 5.3 — Programas de cocreación artesano–diseñador y con la industria

Qué es: Emparejar artesanos con diseñadores y con empresas industriales para desarrollar producto diferencial y abrir nuevos mercados.

Por qué: La cocreación es la vía de innovación mejor valorada; renueva producto y capta públicos sin desnaturalizar el oficio.

Actor: CCAA con el sector y escuelas de diseño.

Instrumento: Programas tipo ARDIS (Aragón) y cocreación con la industria (CCAM, Cataluña), con un protocolo de «doble firma» que preserve la autoría del taller (medida 2.5).

Resultado esperado: Número de cocreaciones y de productos nuevos desarrollados.

Hitos: Convocatoria anual con muestra de resultados.

▸ Medida 5.4 — Conexión con centros tecnológicos e I+D

Qué es: Tender puentes estables entre los talleres y el sistema de I+D para la innovación de proceso, de materiales y de biomateriales, apoyándose en los CRN vinculados a los oficios como nodos de transferencia hacia los talleres en activo.

Por qué: Más de la mitad de las asociaciones que respondieron a la encuesta no tiene ninguna relación con centros tecnológicos, lo que frena la innovación de proceso. Al mismo tiempo, los CRN ya desarrollan laboratorios, programas de aceleración y proyectos de fabricación digital cuyo alcance sobre el taller es todavía limitado.

Actor: CCAA con centros tecnológicos y con los CRN.

Instrumento: Convenios, proyectos conjuntos y vales de innovación. Apertura de los laboratorios y programas de los CRN a talleres en activo (demostradores de fabricación digital, programas de aceleración, ecodiseño).

Resultado esperado: Número de proyectos conjuntos artesanía–I+D.

Hitos: Primeros convenios (años 1–2) → proyectos (años 3–4).

▸ Medida 5.5 — Marco de referencia sobre tecnología e IA en la artesanía

Qué es: Acordar criterios sobre el uso de tecnología (incluida la IA) y su compatibilidad con la calificación artesana, para dar seguridad a talleres y administraciones.

Por qué: La impresión 3D y la IA son focos de disenso que condicionan qué talleres pueden inscribirse y acceder a ayudas y marcas.

Actor: Estado y CCAA con el sector.

Instrumento: Documento de criterios compartidos, revisable.

Resultado esperado: Criterios publicados y adoptados en los repertorios.

Hitos: Grupo de trabajo (años 1–2) → criterios publicados (año 3).

Eje 6. Cooperación y estructuración del sector

Objetivo. Fortalecer unas estructuras asociativas débiles y activar la cooperación entre talleres y con el ecosistema empresarial y tecnológico.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Profesionalización de las asociaciones (financiación estable, capacidades técnicas)	Estado + CCAA	C–M	Nº de asociaciones con estructura profesional

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Redes entre talleres e infraestructuras compartidas (coworking de oficio, prototipado, maquinaria común) y fórmulas de economía social	CCAA + Local	M	Nº de nodos; nº de talleres en red
Conexión estable con cámaras, clústeres y centros tecnológicos	CCAA	M	Nº de convenios y proyectos
Comercialización colaborativa (marca de territorio, presencia agrupada en ferias, showrooms); plataforma pública de venta en línea	CCAA + sector	C	Nº de acciones colectivas
Bancos de buenas prácticas e indicadores compartidos entre territorios	Estado + CCAA	C	Repositorio operativo

▸ Medida 6.1 — Profesionalización de las asociaciones

Qué es: Reforzar la capacidad técnica y la financiación estable de las estructuras asociativas del sector.

Por qué: El asociacionismo está debilitado por la falta de financiación y de profesionalización, lo que limita toda la política de cooperación.

Actor: Estado y CCAA.

Instrumento: Financiación plurianual condicionada a capacidades y servicios.

Resultado esperado: Número de asociaciones con estructura profesional estable.

Hitos: Convocatoria plurianual (años 1–2) → consolidación.

▸ Medida 6.2 — Redes entre talleres e infraestructuras compartidas

Qué es: Impulsar redes de cooperación entre talleres y espacios compartidos (coworking de oficio, prototipado, maquinaria común) y fórmulas de economía social (cooperativas de trabajo o de servicios, grupos de gestión de compra, sociedades laborales).

Por qué: Las redes entre talleres son la solución descentralizada que las asociaciones consideran más eficaz, pero la infraestructura compartida es hoy la prestación menos habitual.

Actor: CCAA y entidades locales.

Instrumento: Nodos locales, viveros y espacios de oficio compartidos.

Resultado esperado: Número de nodos y de talleres en red.

Hitos: Primeros nodos piloto (años 1–2) → despliegue (años 3–4).

▸ Medida 6.3 — Conexión con cámaras, clústeres y centros tecnológicos

Qué es: Conectar de forma estable al sector con el ecosistema empresarial y tecnológico.

Por qué: La mitad de las asociaciones declara nula relación con cámaras y clústeres, una brecha que aísla al sector de servicios de competitividad.

Actor: CCAA.

Instrumento: Convenios y proyectos con cámaras, clústeres y centros tecnológicos.

Resultado esperado: Número de convenios y proyectos activos.

Hitos: Convenios marco (año 1) → proyectos (años 2–3).

▸ Medida 6.4 — Comercialización colaborativa

Qué es: Facilitar la presencia agrupada en ferias, las marcas de territorio y los showrooms compartidos, y desarrollar una plataforma pública de comercialización en línea, vinculada a la marca

común (medida 4.6), que ofrezca al taller una alternativa a los grandes mercados digitales internacionales.

Por qué: La presencia colectiva es la fórmula más eficaz para el microtaller, que no puede acceder individualmente a los grandes canales.

Actor: CCAA con el sector.

Instrumento: Estands colectivos, marcas de territorio y showrooms.

Resultado esperado: Número de acciones colectivas de comercialización.

Hitos: Calendario colectivo anual.

▸ Medida 6.5 — Bancos de buenas prácticas e indicadores compartidos

Qué es: Crear un repositorio común de buenas prácticas y un cuadro de indicadores compartido entre territorios.

Por qué: Las mesas reclaman expresamente indicadores compartidos, calendarios coordinados y bancos de buenas prácticas para aprender entre comunidades.

Actor: Estado y CCAA.

Instrumento: Repositorio digital y foro de intercambio.

Resultado esperado: Repositorio operativo y grado de uso entre comunidades.

Hitos: Puesta en marcha (año 1) → alimentación continua.

Eje 7. Territorio, sinergias intersectoriales y sostenibilidad

Objetivo. Capitalizar los activos infrautilizados del sector: turismo de saber hacer, sinergias con moda, diseño y patrimonio, sostenibilidad demostrable y desarrollo rural.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Rutas de oficio y turismo de saber hacer; talleres abiertos como oferta estructural permanente	CCAA + Local	C	Nº de rutas/experiencias; visitantes
Integración en **moda, diseño, arquitectura y patrimonio** (cadenas de valor, restauración patrimonial)	Estado + CCAA	M	Nº de proyectos intersectoriales
Laboratorios territoriales y repositorio de saberes (documentación de oficios y técnicas)	CCAA + Local	M	Nº de laboratorios; fichas documentadas
Capitalizar la sostenibilidad: certificación/etiquetado de origen y sostenibilidad demostrable; acceso a residuos reutilizables	CCAA + Estado	M	Nº de talleres con acreditación de sostenibilidad
Artesanía como **palanca de desarrollo rural** y fijación de población (alianzas LEADER)	CCAA + Local	C–M	Nº de proyectos en el medio rural

▸ Medida 7.1 — Rutas de oficio y turismo de saber hacer

Qué es: Estructurar rutas artesanales y experiencias de taller (visitas, demostraciones, cursos) como oferta estructural permanente, integrada con el turismo.

Por qué: El turismo es la sinergia más madura y de mayor retorno, pero se critica que los talleres abiertos sean puntuales («una vez al año»).

Actor: CCAA y entidades locales, con turismo.

Instrumento: Rutas de oficio, señalética, integración en Fitur y en la oferta turística.

Resultado esperado: Número de rutas y experiencias y de visitantes.

Hitos: Diseño de rutas (año 1) → oferta permanente (años 2–3).

▸ Medida 7.2 — Integración en moda, diseño, arquitectura y patrimonio

Qué es: Articular la artesanía con las cadenas de valor de la moda, el diseño, la arquitectura y la restauración del patrimonio.

Por qué: Estas sinergias ofrecen el mayor potencial de prestigio, internacionalización y captación de talento joven.

Actor: Estado y CCAA.

Instrumento: Programas intersectoriales y participación en la restauración patrimonial (red de construcción tradicional).

Resultado esperado: Número de proyectos intersectoriales.

Hitos: Convocatorias específicas (años 1–3).

▸ Medida 7.3 — Laboratorios territoriales y repositorio de saberes

Qué es: Crear laboratorios territoriales y un repositorio que documente oficios y técnicas, tratando la artesanía como patrimonio vivo, y explorar líneas de apoyo vinculadas a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (Ley 10/2015), ya que cada oficio que desaparece arrastra técnicas y procesos que forman parte de ese patrimonio.

Por qué: La documentación y la transmisión son la base de la continuidad; el programa Saber Fazer (Portugal) muestra su valor.

Actor: CCAA y entidades locales, con las administraciones de cultura.

Instrumento: Repositorio, laboratorios y actividades pedagógicas (referencia Saber Fazer).

Resultado esperado: Número de laboratorios y de fichas de oficio documentadas.

Hitos: Repositorio inicial (años 1–2) → laboratorios (años 3–4).

▸ Medida 7.4 — Capitalización de la sostenibilidad

Qué es: Apoyar la acreditación y el etiquetado de origen y sostenibilidad demostrable y facilitar el acceso a flujos de residuos reutilizables.

Por qué: La sostenibilidad es un activo natural infracapitalizado; el mercado la exige demostrable y las certificaciones formales no compensan al microtaller.

Actor: CCAA y Estado.

Instrumento: Sistemas de acreditación asequibles y acuerdos de acceso a materiales recuperados.

Resultado esperado: Número de talleres con acreditación de sostenibilidad.

Hitos: Marco de acreditación (años 1–2) → despliegue.

▸ Medida 7.5 — Artesanía como palanca de desarrollo rural

Qué es: Utilizar la artesanía para fijar población y dinamizar economías rurales, en alianza con los grupos de acción local.

Por qué: El medio rural ofrece ventajas comparativas (costes, identidad, turismo) que pueden activarse con políticas específicas.

Actor: CCAA y entidades locales, con LEADER.

Instrumento: Proyectos rurales con grupos de acción local y apoyo a la instalación.

Resultado esperado: Número de proyectos artesanos en el medio rural.

Hitos: Convocatorias con LEADER (años 1–4).

Eje 8. Gobernanza, marco fiscal-normativo, financiación y evaluación

Objetivo. Ordenar la gobernanza multinivel, reformar el marco fiscal y normativo que penaliza al microtaller y evaluar por resultados, recuperando capacidad de coordinación estatal.

Medida	Nivel	Plazo	Indicador de seguimiento
Revisar la **fiscalidad**: tipo de **IVA reducido** para el producto artesano y alivio de la **cuota de autónomo** inicial	Estado	L	Reforma tramitada
Abrir la **compra pública** al microtaller (pliegos adaptados, lotes, compra responsable)	Estado + CCAA + Local	M	Nº de licitaciones con criterios artesanos
Recuperar y reforzar una capacidad estatal de coordinación y apoyo (cubrir el vacío tras el debilitamiento de Fundesarte)	Estado	M	Estructura operativa en funcionamiento
Mesa de coordinación multinivel (Estado-CCAA-Local-sector), con funciones claras y datos compartidos; mesa multiministerial (Industria y Turismo, Cultura, Educación, Trabajo)	Estado + CCAA + Local + sector	C	Mesa constituida; nº de acuerdos
Simplificación administrativa del acceso a ayudas (menos carga, anticipos, estabilidad de convocatorias, crédito suficiente, acompañamiento en la tramitación)	CCAA + Estado	C	Reducción de plazos; % de ayudas con anticipo
Cuadro común de indicadores y evaluación por resultados (no solo por gasto)	Estado + CCAA	C–M	Cuadro operativo; evaluación periódica

▸ Medida 8.1 — Revisión de la fiscalidad (IVA y cuota de autónomo)

Qué es: Estudiar y tramitar un tipo de IVA reducido para el producto artesano y un alivio de la cuota de autónomo en los primeros años de actividad. Conviene revisar también, como planteó el sector en la mesa de contraste, la prolongación de la tarifa plana inicial y la adecuación de los tramos de cotización por rendimientos a la realidad del microtaller.

Por qué: La fiscalidad es, unánimemente, la barrera administrativa de mayor impacto sobre un sector de márgenes estrechos; la reivindicación del IVA reducido es transversal.

Actor: Estado (competencia fiscal).

Instrumento: Reforma tributaria, previo estudio de impacto y encaje en la normativa del IVA.

Resultado esperado: Reforma tramitada y su efecto sobre márgenes y altas.

Hitos: Estudio de impacto (años 1–2) → tramitación (años 3–5).

▸ Medida 8.2 — Apertura de la compra pública al microtaller

Qué es: Adaptar la contratación pública (pliegos, división en lotes, criterios de calidad y de proximidad) para que el microtaller pueda concurrir.

Por qué: La compra pública es una palanca infrautilizada que hoy excluye al microtaller por tamaño, plazos y garantías.

Actor: Estado, CCAA y entidades locales.

Instrumento: Pliegos adaptados y compra pública de innovación y responsable.

Resultado esperado: Número de licitaciones con criterios artesanos.

Hitos: Guía de contratación (año 1) → pliegos piloto (años 2–3).

Medida 8.3 — Recuperación de la capacidad estatal de coordinación y apoyo

Qué es: Reforzar una estructura estatal de coordinación, servicios y apoyo al sector.

Por qué: Persiste un vacío en el nivel estatal que ninguna estructura cubre plenamente y que resta coherencia al conjunto del sistema.

Actor: Estado.

Instrumento: Refuerzo de la capacidad técnica estatal y del Observatorio Nacional de Artesanía. Requiere una financiación estable y suficiente de los organismos de apoyo, estatales y autonómicos; el sector propuso explorar fuentes complementarias, como una participación en los recursos de Loterías y Apuestas del Estado similar a la que existe en el ámbito deportivo.

Resultado esperado: Estructura operativa en funcionamiento.

Hitos: Definición del modelo (años 1–2) → puesta en marcha (año 3).

Medida 8.4 — Mesa de coordinación multinivel

Qué es: Constituir un órgano estable de gobernanza con el Estado, las CCAA, las entidades locales y el sector, con funciones de planificación, seguimiento e intercambio de datos. Debe partir de los espacios ya iniciados (el diálogo abierto por el Ministerio de Industria y Turismo con las organizaciones del sector, con el compromiso de crear una Mesa Nacional de la Artesanía, y la mesa intersectorial de entidades) e integrar como mesa multiministerial a los departamentos con competencias concurrentes: Industria y Turismo; Cultura; Educación, Formación Profesional y Deportes; Trabajo y Economía Social; y Hacienda, en lo relativo a la fiscalidad.

Por qué: La eficacia de la hoja de ruta depende de una gobernanza clara y de la coordinación entre niveles competenciales.

Actor: Estado, CCAA, entidades locales y sector.

Instrumento: Mesa de coordinación con calendario y grupos de trabajo.

Resultado esperado: Mesa constituida y número de acuerdos adoptados.

Hitos: Constitución (año 1) → funcionamiento regular.

Medida 8.5 — Simplificación administrativa del acceso a las ayudas

Qué es: Reducir la carga burocrática, introducir anticipos y dar estabilidad a las convocatorias para que las ayudas lleguen realmente al microtaller.

Por qué: La carga burocrática y la necesidad de adelantar la inversión son barreras reconocidas por la propia administración («la rapidez no se da»).

Actor: CCAA y Estado.

Instrumento: Simplificación de procedimientos, pagos anticipados y convocatorias plurianuales.

Resultado esperado: Reducción de plazos y porcentaje de ayudas con anticipo.

Hitos: Rediseño de convocatorias (años 1–2).

Medida 8.6 — Cuadro común de indicadores y evaluación por resultados

Qué es: Establecer un cuadro de indicadores de resultado (no solo de gasto) y una evaluación periódica que permita reorientar las medidas.

Por qué: Las políticas ganan calidad cuando se evalúan por transmisión, consolidación, mercado y territorio, y no solo por el gasto ejecutado.

Actor: Estado y CCAA.

Instrumento: Cuadro de indicadores compartido y evaluaciones periódicas.

Resultado esperado: Cuadro operativo y evaluación periódica realizada.

Hitos: Definición de indicadores (año 1) → primera evaluación (años 2–3).

10.3. Secuencia temporal y priorización

Cód.	Medida	Nivel	Plazo	1	2	3	4	5	6
EJE 1	**Ordenar, definir y medir el sector**								
1.1	Definición operativa común de artesanía	E+A+S	C	■	■				
1.2	Código o identificador estadístico (INE/DIRCE)	E	M	■	■	■			
1.3	Registro artesano interoperable	E+A	M	■	■	■	■		
1.4	Repertorios de oficios actualizados	A+S	C-M	■	■	▪	▪	▪	▪
1.5	Estadística periódica del sector	E	M		■	▪	▪	▪	▪
EJE 2	**Relevo generacional y atracción de talento**								
2.1	Programa de aprendizaje de dos años y figura del aprendiz	E+A	C / M-L	■	■	■	■	▪	▪
2.2	Relevo y traspaso de unidades productivas	A+L	C	■	■	■			
2.3	Itinerarios de maestría y talleres-escuela	A+S	M	■	■	■	■		
2.4	Mentoría para artesanos emergentes	A	C	■	■	■			
2.5	Estrategia de comunicación para la dignificación	E+A+L+S	C-M	■	■	■	■	▪	▪
2.6	Orientación académica y laboral	E+A	C	■	■	▪	▪	▪	▪
EJE 3	**Formación continua y capacidades de gestión**								
3.1	Formación continua en gestión	E+A	C	■	▪	▪	▪	▪	▪
3.2	Formato modular y microcredenciales	A	C-M	■	■	▪	▪	▪	▪
3.3	Actualización del profesorado y de los itinerarios	E+A	M	■	■	■			
3.4	Prácticas en empresa y formación dual	A+S	M	■	■	■	■		
3.5	Equivalencias mediante estándares de competencias	E+A	M	■	■	■			
EJE 4	**Captura de valor, marca y protección del producto**								
4.1	Marca, autoría, origen y trazabilidad	A+L	C	▫	▫	▫	▫	▫	▫
4.2	Indicaciones geográficas artesanales	E+A	M	■	■	■	■		
4.3	Marco común de reconocimiento de excelencia	E+A	M	■	■	■			
4.4	Protección intelectual y frente a la copia	A+S	C	■	▫	▫	▫	▫	▫
4.5	Fijación de precios y prescripción cualificada	A+S	C	■	■	▫	▫	▫	▫
4.6	Marca común de la artesanía de España	E+A+S	C-M	■	■	■	■	▫	▫
EJE 5	**Digitalización, innovación y diseño**								
5.1	Digitalización comercial con acompañamiento	E+A	C	■	▫	▫	▫	▫	▫
5.2	Bonos de asesoría en herramientas y contenido	A	C	▫	▫	▫	▫	▫	▫
5.3	Cocreación artesano-diseñador e industria	A+S	M	▫	▫	▫	▫	▫	▫
5.4	Conexión con centros tecnológicos e I+D	A+CT+CRN	M	■	■	■	■		
5.5	Marco sobre tecnología e IA en la artesanía	E+A+S	M	■	■	■			
EJE 6	**Cooperación y estructuración del sector**								
6.1	Profesionalización de las asociaciones	E+A	C-M	■	■	▫	▫	▫	▫
6.2	Redes entre talleres e infraestructuras compartidas	A+L	M	■	■	■	■		
6.3	Conexión con cámaras, clústeres y centros	A	M	■	■	■			
6.4	Comercialización colaborativa	A+S	C	▫	▫	▫	▫	▫	▫
6.5	Bancos de buenas prácticas e indicadores	E+A	C	■	▫	▫	▫	▫	▫
EJE 7	**Territorio, sinergias intersectoriales y sostenibilidad**								
7.1	Rutas de oficio y turismo de saber hacer	A+L	C	■	■	■			
7.2	Integración en moda, diseño, arquitectura y patrimonio	E+A	M	■	■	■			
7.3	Laboratorios territoriales y repositorio de saberes	A+L	M	■	■	■	■		
7.4	Capitalización de la sostenibilidad	A+E	M	■	■	▫	▫	▫	▫
7.5	Artesanía como palanca de desarrollo rural	A+L	C-M	■	■	■	■		
EJE 8	**Gobernanza, marco fiscal-normativo, financiación y evaluación**								
8.1	Revisión de la fiscalidad (IVA y cuota de autónomo)	E	L	■	■	■	■	■	
8.2	Apertura de la compra pública al microtaller	E+A+L	M	■	■	■			
8.3	Recuperación de la capacidad estatal de coordinación	E	M	■	■	■			
8.4	Mesa de coordinación multinivel	E+A+L+S	C	■	▫	▫	▫	▫	▫
8.5	Simplificación administrativa del acceso a las ayudas	A+E	C	■	■				
8.6	Cuadro común de indicadores y evaluación	E+A	C-M	■	■	■			

Nivel preferente: E Estado · A CC. AA. · L local · S sector · CT centros tecnológicos · CRN centros de referencia nacional

infyde iD

10.3.1. Matriz de priorización: impacto × esfuerzo

Además de la secuencia temporal, conviene priorizar las medidas según su **impacto esperado** sobre la competitividad del sector y el **esfuerzo** que exige su puesta en marcha (recursos, complejidad técnica, necesidad de reforma normativa y de consenso). El cruce de ambos criterios ordena la acción en cuatro cuadrantes:

Matriz de priorización: impacto × esfuerzo

	Esfuerzo bajo o medio	Esfuerzo alto
IMPACTO ALTO	**VICTORIAS TEMPRANAS** (empezar aquí) 3.1 Formación continua en gestión 5.1 Digitalización comercial con acompañamiento 8.4 Mesa de coordinación multinivel 8.5 Simplificación administrativa 1.5 Estadística periódica 2.4 Mentoría a emergentes 7.1 Rutas de oficio y turismo 2.2 Relevo y traspaso de talleres 3.2 Formato modular y microcredenciales 4.5 Fijación de precios y prescripción 8.6 Cuadro de indicadores y evaluación 2.6 Orientación académica y laboral	**APUESTAS ESTRATÉGICAS** (en paralelo, por su lentitud) 2.1 Programa de aprendizaje de dos años 8.1 Reforma de la fiscalidad 1.1 Definición común 1.3 Registro interoperable 8.3 Recuperación de capacidad estatal 4.2 Indicaciones geográficas 1.2 Código estadístico del sector (INE) 3.4 Prácticas en empresa y formación dual 7.2 Moda, diseño, arquitectura y patrimonio 8.2 Compra pública abierta al microtaller 2.5 Estrategia de comunicación y dignificación 4.6 Marca común de la artesanía de España
IMPACTO MEDIO	**MEJORAS INCREMENTALES** (cuando haya margen) 4.1 Apoyo a marca y origen 4.4 Protección frente a la copia 6.5 Bancos de buenas prácticas 5.2 Bonos de asesoría digital 6.4 Comercialización colaborativa 1.4 Repertorios de oficios actualizados 6.3 Conexión con cámaras, clústeres y centros 7.5 Artesanía como palanca de desarrollo rural	**MADURACIÓN / SEGUNDA OLA** (planificar a medio plazo) 4.3 Sello de excelencia 2.3 Itinerarios de maestría 5.3 Cocreación 5.4 Conexión con la I+D 6.1 Profesionalización de asociaciones 7.3 Laboratorios territoriales y repositorio 3.3 Actualización del profesorado y de los itinerarios 3.5 Equivalencias por estándares de competencias 5.5 Marco sobre tecnología e IA 6.2 Redes e infraestructuras compartidas 7.4 Capitalización de la sostenibilidad

.

La lectura estratégica de la matriz es la siguiente. Las **victorias tempranas** deben iniciarse de inmediato: generan resultados visibles, crean confianza en el proceso y son ejecutables con los recursos e instrumentos actuales. Las **apuestas estratégicas**, pese a su alto esfuerzo, deben **lanzarse también desde el principio** —aunque sus efectos tarden— porque son las que resuelven los problemas de fondo (definición, relevo, fiscalidad, capacidad estatal) y condicionan la eficacia de todo lo demás; posponerlas equivale a perpetuar las debilidades estructurales. Las **mejoras incrementales** se ejecutan de forma continua a medida que haya margen, y la **segunda ola** se planifica a medio plazo, una vez asentada la base del sistema. El error a evitar es concentrar el esfuerzo solo en lo fácil y visible, dejando sin abordar las reformas estructurales que son, precisamente, las de mayor impacto.

Asimismo, la eficacia de la hoja de ruta depende de una **gobernanza clara y de una evaluación consistente**. El benchmarking internacional muestra que los instrumentos ganan calidad cuando se diseñan con el sector, se ejecutan con operadores competentes y se evalúan con indicadores que miden **transmisión, visibilidad, consolidación empresarial, acceso a mercados y activación territorial**, y no solo el gasto ejecutado.

- **Mesa de coordinación multinivel** como órgano estable de gobernanza, con representación del Estado, las CCAA, las entidades locales y las organizaciones del sector, y con funciones definidas de planificación, seguimiento e intercambio de datos.
- **Cuadro común de indicadores** de output, resultado e impacto (nº de artesanos y unidades reconocidas, traspasos, participación en formación, ventas, exportación, digitalización, empleo, relevo, presencia territorial).

- **Participación del sector** en el diseño, la implementación y la revisión de las medidas, especialmente en repertorios, sellos, programas de relevo y líneas de competitividad.
- **Evaluación periódica** que permita reorientar las medidas, con reparto claro entre el marco común estatal y la gestión de proximidad autonómica y local.

◆ Idea-fuerza de la hoja de ruta

El refuerzo del sector artesano **no depende de una única medida**, sino de la articulación coherente de un ecosistema de instrumentos: una **base común de reconocimiento**, una política activa de **relevo y formación**, apoyos **diferenciados** a la competitividad, la **capitalización de los activos** (marca, origen, sostenibilidad, territorio) y una **gobernanza multinivel** evaluable. La ventana de oportunidad está abierta; aprovecharla exige empezar por la base de sistema y abordar, en paralelo, las reformas estructurales que solo el Estado puede liderar.

Anexos

Material técnico de soporte: síntesis estadística, listados de clasificación y documentación normativa.

ANEXO A

Anexo A. Síntesis del diagnóstico estadístico con CNAE a tres dígitos

*Este anexo sintetiza la explotación estadística estructural del sector realizada con **CNAE a tres dígitos** y filtrada a **empresas de 0 a 9 trabajadores** (fuente INE, 2020–2024). Es la aproximación más adecuada para leer la **estructura y la evolución reciente** del tejido artesano de pequeña dimensión, con las cautelas que se detallan a continuación. Su relación con el perímetro IAE se explica en el apartado 4.5 del informe.*

A.1. Objeto, encuadre y cautelas del perímetro CNAE

El perímetro CNAE traduce los 65 epígrafes IAE en **44 clases CNAE-2009 de cuatro dígitos**, posteriormente agregadas en **30 grupos de tres dígitos**. La agregación a tres dígitos no es una elección estética: es la **condición necesaria** para cruzar las magnitudes económicas del INE con el estrato de tamaño (0–9 trabajadores), cruce que no está disponible a cuatro dígitos. Su valor es la comparabilidad; su coste, una menor precisión del perímetro.

⚠ **Cautelas metodológicas del perímetro CNAE**

- **Sobredimensiona el sector.** Cada grupo de tres dígitos agrupa varias clases, por lo que el perímetro incorpora actividades ajenas a la artesanía. El recuento debe leerse como **cota superior** del tejido *potencialmente* artesano, no como número de empresas artesanas.
- **Empresa, no establecimiento.** La unidad es la empresa clasificada por su actividad principal; la asignación territorial puede no coincidir con la localización efectiva de la producción.
- **Euros corrientes.** Las magnitudes económicas no están deflactadas: parte del crecimiento nominal 2020–2024 corresponde a inflación, no a aumento real.
- **Inversión estimada.** Las cifras de inversión son **valores estimados** (se aproxima el tramo 0–9 mediante el peso de la cifra de negocios del CNAE 3 díg.), no datos observados directamente.
- **Secreto estadístico.** Algunos grupos (321, 322, 324, 329) aparecen bajo secreto estadístico en 2024 para determinadas magnitudes; se mantienen para preservar la trazabilidad del perímetro.
- **Magnitudes vs. indicadores.** Las magnitudes absolutas se suman; los indicadores y tasas **no son sumables** y se calculan como ratios agregados de las variables base.

A.2. Tejido empresarial y distribución territorial

El conjunto del perímetro pasa de **70.626 empresas en 2020 a 60.052 en 2024**, una reducción de **10.574 empresas (–15,0 %)**. La contracción es **generalizada y transversal**: 28 de los 30 grupos registran descensos y solo dos crecen levemente —instrumentos musicales (322) y juegos y juguetes (324)—. Los mayores retrocesos absolutos se concentran en muebles (310), artes gráficas (181), madera y corcho (162) y confección (141).

Territorialmente, la contracción también es general: **todas las comunidades autónomas y Melilla pierden empresas** entre 2020 y 2024 (la única excepción es Ceuta, con una empresa más sobre una base de 23). En 2024, **cuatro comunidades concentran el 60,2 %** del perímetro; y la concentración **no aumenta** (era del 60,5 % en 2020), lo que descarta un desplazamiento geográfico del tejido: lo que hay es una contracción de intensidad similar en casi todo el territorio.

Tabla A.1. Empresas por Comunidad Autónoma (0–9 trabajadores, CNAE 3 díg.). 2020–2024.

Comunidad Autónoma	2020	2024	Var. (%)
Cataluña	13.451	11.495	−14,5 %
Andalucía	10.499	9.655	−8,0 %
Comunitat Valenciana	10.207	8.437	−17,3 %
Comunidad de Madrid	8.550	6.559	−23,3 %
Galicia	4.418	3.679	−16,7 %
Castilla-La Mancha	3.876	3.395	−12,4 %
País Vasco	3.189	2.801	−12,2 %
Castilla y León	3.153	2.695	−14,5 %
Región de Murcia	2.504	2.235	−10,7 %
Canarias	1.977	1.638	−17,1 %
Illes Balears	1.850	1.624	−12,2 %
Aragón	1.874	1.524	−18,7 %
Extremadura	1.530	1.345	−12,1 %
Principado de Asturias	1.306	1.058	−19,0 %
Comunidad Foral de Navarra	833	702	−15,7 %
Cantabria	684	578	−15,5 %
La Rioja	637	553	−13,2 %
Melilla	65	55	−15,4 %
Ceuta	23	24	+4,3 %
Total nacional	**70.626**	**60.052**	**−15,0 %**

Fuente: elaboración propia a partir del INE (empresas activas por CCAA, actividad principal y estrato de asalariados).

A.3. Actividad y generación de valor: la paradoja del sector

El hallazgo central del diagnóstico estadístico es una **aparente paradoja**: mientras el número de empresas y el empleo se reducen, **todas las magnitudes de actividad y valor crecen con intensidad**. El sector, dentro de este perímetro, tiene **menos unidades pero económicamente más fuertes**.

Tabla A.2. Magnitudes económicas del perímetro CNAE (miles de euros expresados en M€). 2020–2024.

Magnitud agregada (0–9 trab.)	2020	2024	Variación
Cifra de negocios (M€)	9.531,7	12.019,2	+26,1 %
Valor de la producción (M€)	9.268,9	11.965,6	+29,1 %
Valor añadido a coste de factores (M€)	3.275,5	4.374,3	+33,5 %
Excedente bruto de explotación (M€)	926,7	1.348,3	+45,5 %
Compras de bienes y servicios (M€)	6.368,6	7.736,8	+21,5 %
Gastos de personal (M€)	2.348,8	3.026,0	+28,8 %
Inversión total (M€, estimada)	172,1	227,0	+31,9 %
— Inversión en activos materiales (M€)	155,7	203,3	+30,6 %
— Inversión en activos intangibles (M€)	16,4	23,7	+44,3 %

Fuente: elaboración propia a partir del INE. Valores en euros corrientes (no deflactados). La inversión son valores estimados para el tramo 0–9 trabajadores.

La actividad se **concentra en pocas ramas**. En cifra de negocios de 2024 destacan artes gráficas (181; 14,9 %), madera y corcho (162; 13,7 %) y muebles (310; 13,0 %); junto a confección (141), hormigón/cemento/yeso (236), otros textiles (139) y otros productos metálicos (259) explican el 64,8 % del total. La misma concentración se reproduce en el valor añadido (181, 310, 162, 141, 325 e 259 suman el 61,5 %) y, además, **las ramas líderes crecen más que el resto**, de modo que la mejora del valor se concentra en los segmentos de mayor peso.

A.4. Empleo e indicadores de rendimiento

En coherencia con la caída del número de empresas, el **empleo se reduce**: el personal ocupado pasa de 136.714 a 123.893 personas (−9,4 %) y el personal remunerado de 92.519 a 85.715 (−7,4 %). Ahora bien, los **indicadores de rendimiento mejoran de forma clara**, lo que confirma un proceso de **consolidación por unidad**:

Tabla A.3. Empleo e indicadores de rendimiento del perímetro CNAE. 2020–2024.

Indicador (ratio agregado)	2020	2024	Variación
Empresas (nº)	70.626	60.052	−15,0 %
Personal ocupado (nº)	136.714	123.893	−9,4 %
Personal remunerado (nº)	92.519	85.715	−7,4 %
Productividad (VA / persona ocupada, €)	23.959	35.307	+47,4 %
Gastos de personal medios (€/asalariado)	25.388	35.304	+39,1 %
Tasa de valor añadido (VA / producción)	35,3 %	36,6 %	+3,5 %
Tasa de gastos de personal (s/ VA)	71,7 %	69,2 %	−3,5 %
Tasa bruta de explotación (EBE / cifra neg.)	9,7 %	11,2 %	+15,4 %
Tasa de inversión (s/ base económica)	8,7 %	8,0 %	−8,2 %
Participación femenina (personal remunerado)	31,3 %	34,0 %	+8,7 %

Fuente: elaboración propia a partir del INE. Los indicadores se calculan como ratios agregados de las variables base, no como suma de valores sectoriales.

La lectura conjunta es nítida: el tejido **gana eficiencia** (productividad +47,4 %, margen bruto +15,4 %, ligera mejora de la tasa de valor añadido y menor presión relativa de los costes laborales) al tiempo que **sube el coste laboral medio** (+39,1 %) y crece moderadamente la **presencia femenina**. En cambio, el **esfuerzo inversor relativo se reduce** (la inversión crece en términos absolutos, pero menos que la base económica), lo que anticipa una posible **brecha de inversión** en digitalización, diseño y desarrollo de marca que las fases cualitativas del estudio deberán confirmar.

A.5. Lectura estratégica del diagnóstico estadístico

El comportamiento del sector es **desigual y selectivo**: conviven actividades en crecimiento, segmentos que pierden base empresarial y oficios muy dependientes del relevo y la cualificación. Esta heterogeneidad tiene una implicación de política directa: **las medidas homogéneas para todo el sector pueden resultar insuficientes**. El propio diagnóstico ordena la respuesta en tres planos complementarios:

Plano	Orientación
1. Previo y estructural	**Delimitación homogénea del sector**: registro único de ámbito nacional coordinado con los autonómicos, o incorporación de un código/sistema de identificación específico en las clasificaciones del INE. Condición indispensable para disponer de estadística periódica, comparable y para evaluar políticas.
2. Sostener el tejido de menor dimensión	Talleres, personas autónomas y oficios con mayor riesgo de discontinuidad: relevo generacional, cualificación técnica, transmisión del conocimiento y visibilidad comercial.
3. Reforzar las capacidades de crecimiento	En las actividades con mayor tracción económica: profesionalización, inversión, digitalización, comercialización y generación de valor.

Fuente: elaboración propia a partir de las conclusiones del diagnóstico estadístico.

> ◆ **Del dato a la interpretación**
> El diagnóstico estadístico es un **punto de partida, no de llegada**. Constata la recomposición del tejido, el cambio en la estructura del empleo (mayor peso del trabajo asalariado), la heterogeneidad entre ramas y las brechas territoriales, pero **no explica sus causas**.

ANEXO B

Anexo B. Listado de epígrafes IAE utilizados

Se recogen los **65 epígrafes de las Tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas** (Real Decreto Legislativo 1175/1990) empleados para delimitar el perímetro IAE del sector artesano, agrupados en los seis bloques de oficio utilizados en el Capítulo 4. Este listado constituye la base de la contextualización histórica y de la comparación con el informe de 2014, y el punto de partida de la correspondencia IAE–CNAE.

▸ **Nota metodológica sobre este listado**
La selección responde a un criterio de **comparabilidad y continuidad** con el informe EOI-Fundesarte (2015). Algunos epígrafes están formulados con cercanía directa al oficio artesano (452.1, 454.1, 464.2, 491.1…), mientras que otros pueden incorporar **producción industrial relevante**; por ello el perímetro IAE cumple una función de encuadre sectorial y trazabilidad histórica, no de explotación estadística directa plenamente comparable.

Bloque 1 · Cerámica, vidrio, piedra y escayola

Epígrafe	Denominación
241.2	Tejas, baldosas y otros materiales de tierras cocidas para la construcción
243.5	Fabricación de artículos derivados del yeso y escayola
244.2	Piedra natural simplemente tallada y aserrada
244.3	Piedra elaborada
246.2	Fabricación de vidrio hueco
246.5	Manipulado de vidrio
247.2	Fabricación de baldosas para pavimentación o revestimiento sin barnizar ni esmaltar
247.3	Fabricación de baldosas para pavimentación o revestimiento barnizadas o esmaltadas
247.4	Fabricación de vajillas, artículos del hogar y objetos de adorno, de material cerámico
247.9	Fabricación de otros artículos cerámicos n.c.o.p.

Bloque 2 · Metal, forja y relojería

Epígrafe	Denominación
255.3	Fabricación de derivados de ceras y parafinas
255.5	Fabricación de artículos pirotécnicos, cerillas y fósforos
311.2	Fundición de piezas de metales no férreos y sus aleaciones
312.1	Piezas forjadas
316.2	Fabricación de artículos de ferretería y cerrajería
316.9	Fabricación de otros artículos acabados en metales n.c.o.p.
399.1	Relojes y cronógrafos de pulsera y bolsillo
399.3	Relojes de pared y sobremesa

Epígrafe	Denominación
399.5	Relojes de torre, fachada, estación y análogos y relojes para unificación horaria
399.8	Cajas de relojes
399.9	Accesorios, partes y piezas sueltas de relojes y otros instrumentos n.c.o.p.

Bloque 3 · Textil y confección

Epígrafe	Denominación
432.3	Tejido de la lana y de sus mezclas
433.1	Productos de la industria de la seda natural y sus mezclas
433.2	Preparación, hilado y tejido de las fibras artificiales y sintéticas
436.3	Textiles estampados
437.1	Fabricación de alfombras y tapices
439.1	Cordelería
439.2	Fabricación de fieltros, tules, encajes, pasamanería, etc.
454.1	Prendas de vestir hechas a medida
454.2	Sombreros y accesorios para el vestido hechos a medida
455.1	Confección de artículos textiles para el hogar y tapicería
455.9	Confección de otros artículos con materias textiles n.c.o.p.

Bloque 4 · Cuero, marroquinería, peletería y calzado

Epígrafe	Denominación
442.1	Fabricación de artículos de marroquinería y viajes
442.2	Fabricación de guantes de piel
442.9	Fabricación de otros artículos de cuero n.c.o.p.
452.1	Calzado de artesanía y a medida
452.2	Calzado ortopédico
456.1	Peletería natural

Bloque 5 · Madera, corcho, fibras vegetales y mueble

Epígrafe	Denominación
371.2	Buques y embarcaciones de casco de madera
464.2	Tonelería
464.3	Estuches, baúles, maletas y otros envases de madera
465.1	Objetos de madera de uso doméstico y decorativo
465.2	Herramientas, mangos, monturas y artículos similares de madera

Epígrafe	Denominación
465.3	Artículos de madera para la fabricación y conservación del calzado
465.4	Artículos de madera para la industria textil
465.5	Calzado de madera
465.9	Otros objetos diversos de madera —excepto muebles— n.c.o.p.
466.1	Productos de corcho
467.1	Artículos de materias trenzables
468.1	Fabricación de mobiliario de madera para el hogar
468.3	Fabricación de muebles diversos de madera, junco, mimbre y caña
468.5	Actividades anexas a la industria del mueble (acabado, barnizado, tapizado, dorado, etc.)

Bloque 6 · Papel, artes gráficas, joyería, instrumentos musicales y otros

Epígrafe	Denominación
473.4	Fabricación de artículos de decoración y de uso doméstico de papel y cartón
475.4	Encuadernación
491.1	Joyería
491.2	Bisutería
492.1	Instrumentos de cuerda de teclado
492.2	Instrumentos de viento de teclado
492.3	Instrumentos de cuerda
492.4	Instrumentos de viento
492.5	Instrumentos de percusión
492.7	Otros instrumentos musicales
492.8	Partes, piezas sueltas y accesorios de instrumentos musicales
494.1	Fabricación de juegos, juguetes y artículos de puericultura
495.9	Fabricación de otros artículos n.c.o.p.

Fuente: elaboración propia a partir de las Tarifas del IAE (RDL 1175/1990). Total: 65 epígrafes agrupados en 6 bloques de oficio.

ANEXO C

Anexo C. Síntesis del marco normativo y de políticas

*Este anexo sintetiza el marco normativo y de políticas que ordena la artesanía en España en sus **tres niveles** —europeo, estatal y autonómico—, a partir de la revisión de fuentes oficiales (diarios oficiales, bases reguladoras, convocatorias, registros, repertorios y planes). No reproduce el análisis completo, sino los instrumentos con mayor incidencia sobre el sector y las claves que refuerzan la hoja de ruta del Capítulo 10.*

C.1. Marco europeo

El instrumento europeo más directamente vinculado con la artesanía es el nuevo **sistema de indicaciones geográficas para productos artesanales e industriales**, que por primera vez permite proteger a escala de la Unión el vínculo entre un producto no agroalimentario y su territorio de origen. A su alrededor, varios marcos horizontales condicionan la capacidad de adaptación del sector.

Tabla C.1. Principales instrumentos del marco europeo.

Instrumento	Ámbito	Relevancia para la artesanía
Reglamento (UE) 2023/2411	Indicaciones geográficas artesanales	Crea el primer sistema común de la UE para proteger el origen de productos artesanales e industriales (gestión EUIPO).
Rgto. Delegado (UE) 2025/1955 y **Rgto. de Ejecución (UE) 2025/1956**	Desarrollo del sistema de IG	Concretan la documentación, el procedimiento, el registro de la Unión y el sistema digital que hacen operativo el régimen de IG.
Reglamento (UE) 2024/1781 (ecodiseño)	Sostenibilidad y circularidad	Introduce requisitos de durabilidad, reparabilidad y trazabilidad (pasaporte digital) que afectan a oficios de producto físico (textil, cuero, mueble, cerámica).
Europa Creativa (Rgto. UE 2021/818)	Cultura y sectores creativos	Financia cooperación, creación y visibilidad cuando la artesanía se vincula a cultura, diseño y patrimonio.
Erasmus+ (Rgto. UE 2021/817) y **FSE+** (Rgto. UE 2021/1057)	Formación y empleo	Sostienen movilidad, cualificación, recualificación e inserción, relevantes para la transmisión de oficios.
Europa Digital (Rgto. UE 2021/694) y **Mercado Único** (Rgto. UE 2021/690)	Digitalización y competitividad	Refuerzan capacidades digitales y acceso a mercado de microempresas y pymes.
Guía CulturEU · **Nueva Bauhaus Europea**	Orientación y financiación	Mapean vías de financiación para proyectos que unen artesanía, diseño, sostenibilidad y territorio.

C.2. Marco estatal

En el nivel estatal, la artesanía carece de una ley sectorial propia, pero se ve afectada por un conjunto de instrumentos de promoción específica, competitividad empresarial, propiedad industrial e intelectual y salvaguardia del patrimonio inmaterial. Destaca el **Real Decreto 1190/2025**, que regula los procedimientos nacionales para la inscripción de las indicaciones geográficas, articulando en España el sistema europeo.

Tabla C.2. Principales instrumentos del marco estatal.

Ámbito	Instrumentos estatales de referencia
Promoción y protección específica	Premios Nacionales de Artesanía (Orden ICT/408/2019, convocatorias de la Fundación EOI); **RD 1190/2025** (procedimientos nacionales de inscripción de indicaciones geográficas).
Digitalización, emprendimiento e internacionalización	Plan de Digitalización de PYMEs 2021-2025 y Kit Digital (Orden ETD/1498/2021); España Digital 2026; Ley 14/2013 (emprendedores e internacionalización); Ley 18/2022 (creación y crecimiento de empresas); Ley 28/2022 (empresas emergentes); Ley 20/2007 (Estatuto del trabajo autónomo); Estrategia de Internacionalización 2017-2027.
Propiedad industrial e intelectual	Ley 17/2001 (Marcas, incluidas colectivas y de garantía); Ley 20/2003 (Diseño Industrial); Ley 24/2015 (Patentes); Ley 1/2019 (Secretos Empresariales); RDL 1/1996 (Propiedad Intelectual).
Patrimonio cultural inmaterial	Ley 16/1985 (Patrimonio Histórico); Ley 10/2015 (Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial).
Formación y cualificación	Ley Orgánica 3/2022 (ordenación e integración de la Formación Profesional) y Real Decreto 659/2023; Real Decreto 229/2008 (Centros de Referencia Nacional); Ley 1/2024 (enseñanzas artísticas superiores y organización y equivalencias de las enseñanzas artísticas profesionales) y Real Decreto 452/2026 (ordenación de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño); Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales (INCUAL); Estatuto de los Trabajadores, art. 11.2 (contrato para la formación en alternancia).
Marcos horizontales	Ley 20/2013 (garantía de la unidad de mercado) y normativa de procedimiento y gestión pública.

C.3. Marco autonómico

El nivel autonómico constituye el **núcleo operativo** del reconocimiento, el registro, el apoyo y la promoción del sector. La mayoría de las comunidades comparte una arquitectura común: **ley de artesanía + repertorio de oficios + registro + carné o carta de artesano + figura de maestro artesano + marca regional + plan de fomento**—, pero con **grados de desarrollo y actualización muy desiguales**: desde comunidades con planes integrales y marcas consolidadas hasta otras con normativa muy antigua o sin ley específica. El detalle por comunidad autónoma se recoge en el **Anexo D (fichas por comunidad autónoma)**.

C.4. Claves normativas para la hoja de ruta

El análisis normativo concluye que **España dispone de una base institucional suficiente** para construir una hoja de ruta de alcance estatal y despliegue territorial; el reto no es crear instrumentos desde cero, sino **ordenarlos, actualizarlos y conectarlos** para que el reconocimiento administrativo se traduzca en apoyo efectivo. Estas claves refuerzan y validan los ejes del Capítulo 10:

Tabla C.3. Claves normativas y su traducción a la hoja de ruta.

Clave de conclusión	Traducción para la hoja de ruta
Base institucional amplia	Definir un núcleo común de sistema que mejore interoperabilidad, claridad y comparación entre territorios.
Reconocimiento como puerta de entrada	Simplificar procedimientos, clarificar efectos y vincular la acreditación con servicios concretos.
Repertorio como pieza técnica	Impulsar repertorios actualizados, revisables y compatibles entre territorios, con procedimiento de alta de nuevos oficios.

Clave de conclusión	Traducción para la hoja de ruta
Registro con valor operativo	Convertir el registro en herramienta de inteligencia sectorial: interoperable, actualizado y conectado con ayudas, marcas e indicadores.
Apoyos y promoción consolidados	Organizar los apoyos como itinerarios de competitividad adaptados a la madurez de cada empresa.
Transmisión y relevo como prioridad	Crear un eje de transmisión con presupuesto propio (aprendizaje en taller, tutoría, maestría, becas, contratación formativa).
Conexión intersectorial	Integrar la artesanía en turismo, patrimonio, comercio, diseño, ICC y desarrollo territorial mediante una estrategia de demanda cualificada.
Planificación y evaluación	Establecer gobernanza, calendario, responsables, presupuesto orientativo e indicadores de seguimiento.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de normativa y políticas de artesanía.

ANEXO D

Anexo D. Fichas por comunidad autónoma

*El nivel autonómico es el **núcleo operativo** de la política artesana: reconoce a los profesionales, ordena los oficios, gestiona los registros y despliega las ayudas y las marcas. La mayoría de las comunidades comparte una **arquitectura común** —ley de artesanía, repertorio de oficios, registro, carné o carta de artesano, figura de maestro artesano, marca regional y plan de fomento—, pero con **grados de desarrollo y actualización muy desiguales**. Las fichas siguientes recogen, comunidad por comunidad, los instrumentos vigentes ordenados por su función dentro del sistema.*

D.1. Andalucía

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento y gobernanza del sector	Ley 15/2005, de Artesanía de Andalucía; Decreto 4/2008, Repertorio de Oficios Artesanos; Decreto 475/2008, del Registro de Artesanos; órdenes de 31 de enero de 2008 y 20 de junio de 2012	Ley 2015: creación de repertorio, registro, cartas profesionales, los planes integrales, las zonas de interés. Decreto 2008: definición de oficios, CNAE. Decreto 2008: integra nuevos oficios artesanos Órdenes: 2008 y 2012 regulación de inscripción, cartas artesanas	El repertorio del sector e integración de oficios
2. Programas e instrumentos de apoyo y financiación	Reconocimiento, diferenciación, promoción y digitalización	Orden de 8 de septiembre de 2011, sobre Zonas y Puntos de Interés Artesanal; Orden de 23 de enero de 2015, distintivo Andalucía, Calidad Artesanal; Orden de 24 de marzo de 2021, marca Artesanía hecha en Andalucía; Orden de 3 de octubre de 2024, bases reguladoras de subvenciones	Orden 2011: reconocimiento de talleres artesanos Orden 2015: concesión de sello de calidad en productos Orden 2021: identificación de marca de origen, promoción de productos andaluces. Orden 2024: financia soluciones digitales y, ciberseguridad, web y venta online.	Visibilidad territorial y comercial, acreditación de artesanías, distinción, inversión tecnológica
3. Documentos de programación, convocatoria y desarrollo operativo	Activación de ayudas al sector	Resolución de 25 de abril de 2025 y procedimiento de declaración de Zonas y Puntos de Interés Artesanal	Resolución 2025: financia seguridad digital, gestión empresarial, venta online por medio e la modalidad B (7 millones de euros)	Financiación a acciones de promoción, comercialización artesanal
4. Marcos estratégicos y documentos de orientación	Planificación y orientación de la política autonómica	IV Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía 2023–2026	Plan Integral 2023-26: organización de política en 7 líneas en formación, simplificación administrativa, marca común, digitalización, promoción e internacionalización.	Actuaciones de competitividad, modernización, digitalización del sector

D.2. Aragón

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento y participación del sector	Ley 1/1989; Decreto 169/1997; Registro general calificación artesanal, registro, Actualización del censo (2001)	Ley 1989: define la actividad artesana Decreto 1997: regula al Consejo de artesanía; Registro: calificación artesanal Registro general: regula las inscripciones. Actualización 2001: censo de oficios y actividades artesanas	Reconoce a artesanos y empresas, actualiza el censo, organiza, la participación.
2. Programas e instrumentos de apoyo y financiación	Promoción colectiva, inversión y competitividad	Orden de 29 de mayo de 2024; Orden PEJ/595/2025	Orden 2024: financiación de asociaciones profesionales Orden 2025: convocatorias de ayudas para inversión, nuevos artesanos, ferias	Modernización de talleres y mejora competitiva
3. Documentos de programación, convocatoria y desarrollo operativo	Clasificación de las actividades artesanas	Repertorio de actividades artesanas	Repertorio: clasificación de oficios y especialidades artesanas	Bases para la calificación, registro y censo
4. Marcos estratégicos y documentos de orientación	Identidad y valoración del producto artesanía	Promueve la marca aragonesa de artesanías	Consulta: proponer una marca común de artesanía aragonesa	Orienta el reconocimiento de origen y posición comercial

D.3. Principado de Asturias

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento, acreditación sectorial	Decreto 88/1994; resoluciones de 31 de octubre de 2001, 10 de febrero de 2003 y 22 de marzo de 2012	Decreto 1994: definición de la actividad artesana Resolución 2001: desarrollo repertorio de calificación, la Carta de Maestro Artesano Resolución: 2003 Acreditación de las actividades artesanas Resolución 2012: actualización del repertorio	Reconoce el sector, acredita oficios, delinea actividades, fortalece la identidad y protección de la marca
2. Instrumentos autonómicos de identidad, distintivo y promoción sectorial	Identidad, modernización, formación y promoción	Decreto 5/2024; Resolución de 18 de julio de 2025.	Decreto 2025: Promociona la marca común de artesanías asturianas Resolución 2025: Regula las condiciones de uso de la marca	Identifica el origen de los productos y su protección de uso. Innovación productiva

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
3. Programas e instrumentos autonómicos de apoyo y financiación	Modernización productiva, formación, internacionalización	Bases de 5 de julio de 2024; Bases de 2 de octubre de 2024; Bases de 21 de noviembre de 2024	Base 5-2024: regulación ayudas para modernización de talleres artesanos. Base 2-2024: regulación de ayudas para asociaciones, ferias y formación Base 21-2024: regulación de ayudas para ferias y formación	Reúne a agentes el sector para mejora de equipamiento, formación, acceso a mercados
4. Documentos de convocatoria y desarrollo operativo	Activación líneas de ayudas anuales	Convocatoria de 19 de noviembre de 2025; Convocatorias de 16 de febrero de 2026	Convocatorias 2025: financia ayudas para asociaciones Convocatorias 2026: financia ayudas para asistencia a ferias y cursos en otras regiones, mejoras en talleres artesanos	Acceso a financiación para actividades asociativas, ferias, formaciones.

D.4. Illes Balears

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación	
1. Normativa autonómica específica	Ordenación y reconocimiento sectorial		Ley 8/1999; Decretos 80/2010, 103/2000 y 41/2014; Ordenes del Repertorio de Oficios de 1985, 2015 y Orden 5/2023	Ley 1999: Competencias a los Consejos Insulares sobre la artesanía. Decreto 2010,2000,2014: Acreditación, registros Órdenes 1985, 2015 Regulación de la Comisión de artesanía Órdenes 2023: repertorios de oficios artesanos, regula las Cartas de artesano, acredita cualificación	Coordina de manea general y los consejos insulares gestiona cualificación y registros
2. Instrumentos de identidad, distintivo y promoción sectorial	Diferenciación territorial y visibilidad comercial		Marca Artesana de Mallorca y bases de participación en el mercado del Día de las Illes Balears 2026	Establece condiciones de distinción por origen y calidad y participación en mercados	Diferenciación de los productos locales, espacio de promoción y comercio
3. Programas e instrumentos de apoyo y financiación	Competitividad, modernización, formación y		Ayudas para marcas, líneas de emprendimiento e industrias culturales	Financian formación, difusión, ferias, proyectos de innovación y emprendimiento.	Los consejos ejecutan líneas específicas de ayudas
4. Trámites de acreditación y desarrollo	Reconocimiento sectorial		Cartas de artesano, cualificación profesional, procedimientos para	Ordena condiciones, requisitos, documentación de	Diferenciación en acreditación y gestiones operativas en

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación	
operativo insular			Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera, Eivissa	acreditaciones para los oficios	cada consejo insular

D.5. Canarias

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, gobernanza, registro del sector	Ley 3/2001; Ley 10/2009; Decreto 99/2002 y Decreto 124/2010	Ley 2001: Competencias de la artesanía a los Consejos insulares. Ley 2009: diferenciación de la figura del maestro artesano Decreto 2002: regula la Comisión Artesana Decreto 2010: El reglamento de registro	Promoción del reconocimiento del ecosistema sectorial
2. Instrumentos de acreditación, reconocimiento y repertorio	Delineación y reconocimiento de oficios	Orden de 21 de mayo de 1999; Decreto 176/2005; Orden de 7 de noviembre de 2006 y Decreto 84/2025	Orden 199: regulación del carné artesano Decreto 2005: reconocimiento de artesanos, empresas, maestros artesanos Orden 2026: regulación de la acreditación y cualificación Orden 2025: actualización del repertorio y promoción de ferias	Acreditación de oficios y del sector. El repertorio de oficios facilita el acceso a los apoyos económicos.
3. Instrumentos de calidad, marca y promoción sectorial	Identificación, diferenciación comercial y protección del sector	Orden de 25 de mayo de 2007 y Orden de 5 de marzo de 2010, la marca Artesanía Canaria	Orden 2007: regulación el uso de la marca de artesanía canaria Orden 2010: coordinación del uso de la marca	Identifica y controla el uso de la marca de artesanías canarias
4. Bases reguladoras e instrumentos marco de apoyo económico	Financiación, modernización, formación y comercio	Orden de 13 de junio de 2024, de bases reguladoras y convocatoria de subvenciones de 2024	Orden 2024: regulación de la convocatoria para formación, comercialización y modernización.	Financia necesidades productivas y actuaciones colectivas del sector
5. Convocatorias y desarrollo operativo de ayudas	Actuaciones subvencionables	Extracto de la Resolución de 6 de mayo de 2025 y Resolución 307/2025	Resolución 2025: Activan las ayudas a actuaciones del sector	Proporciona recursos para ferias, formación, modernización de la producción artesana

D.6. Cantabria

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento, gobernanza y delineación sectorial	Ley 7/1998, de Artesanía de Cantabria; Decreto 54/2004, del Consejo de Artesanía; Orden IND/32/2005, del	Ley 1998: regulación de la artesanía, creación del Consejo Artesano Decreto 2004: regulación la función del Consejo	Calificación e inscripción de artesanos, repertorio de a actividades

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
		Repertorio de Actividades Artesanas	Orden 2005: repertorio de actividades	
2. Instrumentos de apoyo económico y bases reguladoras	Modernización, formación, comercialización	Orden INN/33/2017, de bases reguladoras de las ayudas a la artesanía; Orden IND/63/2021, de modificación	Orden 2017: regula las bases de las ayudas para formación, ferias, inversiones Orden 2021: modificación de ayudas limita las ferias	Financiación de ayudas para digitalización, equipamiento instalaciones, formación y ferias
3. Convocatorias y desarrollo operativo de ayudas	Actuaciones subvencionables	Convocatoria de 2024 —Orden IND/63/2023—; convocatoria de 2025 —Orden IND/57/2024—; convocatoria de 2026 —Orden IND/55/2025—	Convocatoria 2024: ayudas para inversión, ferias, formación Convocatoria 2025: ferias Convocatoria 2026: mantiene el régimen de financiación	Acceso a ayudas, en especial promoción comercial y formación

D.7. Castilla-La Mancha

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento y delineación del sector	Ley 14/2002, Ordenación y Fomento de la Artesanía; Decreto 119/2009, sobre el Carné de Artesano y el Título de Empresa Artesana; Decreto 9/2010, Repertorio de Actividades y Oficios Artesanos	Ley 2002. Definición de la artesanía Decreto 2009: regulación de la carne artesano y tirulo de empresas Decreto 2010: repertorio de actividades artesanas	Reconocimiento de agentes del sector para acceso a medidas de promoción
2. Planificación estratégica del sector artesano	Orientación, coordinación de política artesanal	Plan Estratégico de Artesanía de Castilla-La Mancha 2023-2027	Plan 2023-2027: define la estrategia regional,	Orienta las actuaciones de las administraciones y otros agentes del sector
3. Reconocimientos territoriales, comerciales y de promoción sectorial	Fortalecimiento de los canales de promoción y comercialización del sector	Decretos 1/2010, de áreas y talleres de especial interés artesanal; Orden 16/2010, de Tienda Artesana y Red de Tiendas Artesanas; y Resolución 190/2010, de Evento de Interés Artesano	Decreto 2020: regulación de talleres artesanos Orden 2010: bases de los premios regionales de artesanía Resolución: convocatoria a los premios	Visualización de talleres, identificación de comercios, ordena ferias
4. Premios, distinciones y reconocimiento de la excelencia	Reconocimiento profesional	Decreto 145/2008, sobre Maestro Artesano y distinciones al Mérito Artesano; Orden 55/2017, de los Premios Regionales de Artesanía; Resolución de 4 de abril de 2025	Decreto 2008: crea el título de Maestreo Artesano Orden 2017: establece premios para productos y emprendimiento. Resolución 2025: premios regionales de artesanía (16.000)	Fortalecimiento de la reputación y posicionamiento de agentes del sector
5. Ayudas al diseño aplicado, digitalización, promoción e inversión	Competitividad, innovación comercialización y modernización en formación	Orden 205/2023 y Resolución de 28 de mayo de 2024, sobre diseño aplicado; Orden 80/2025 y Resolución de 27 de junio de 2025, sobre digitalización, promoción e inversión	Orden 2023: modificación de acceso a ayudas. Resolución 2024: financia (80%) euros para actividades comerciales y marketing	Financiación de proyectos en producción y promoción comercial

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
			Orden 2025: financia equipos, páginas web, reformas de talleres Resolución 2025: activa tres líneas de ayudas (70%)	
6. Artesanía, turismo y restauración	Enlace entre la artesanía y el turismo	Orden 127/2024; Resolución de 11 de junio de 2025, sobre incorporación de artesanía regional en restaurantes	Orden 2024: financia (70%) para reformas en restaurantes artesanos Resolución 2025: convocatoria de ayudas para apoyo de actuaciones	Integración de productos artesanos en restaurantes

D.8. Castilla y León

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento y registro del sector	Decreto 16/2021, de ordenación y fomento de la Artesanía; Orden EEI/1057/2021, los procedimientos de reconocimiento	Decreto 2021: definición de artesanías, organiza 17 subsectores, registro talleres artesano, zonas Orden 2021: acreditación de formación, proceso productos y descripción del taller	Registro y acreditación de los agentes del sector
2. Repertorio artesano y actualización de actividades y oficios	Clasificación y delineación de las actividades artesanas	Orden EYE/604/2008; Orden EYE/408/2011 y Orden EYE/103/2014; repertorio incorporado al Decreto 16/2021	Orden 2008: creación e repertorio en 14 subsectores Orden 2011: adapta los oficios al CNAE-2009 Orden 2014: incluye productos de piedra	Identificación de las actividades económicas y administrativas del sector
3. Repertorio artesano y actualización de actividades y oficios	Competitividad empresarial, mejorar productiva y acceso a mercados	Orden IEM/543/2023; Orden IEM/311/2025; convocatoria de 13 de mayo de 2025	Orden 2023: financia reformas a talleres artesano, maquinaria, servicios de gestión digital, venta online Orden 2025: refuerza la web, redes sociales y marketing Convocatoria 2025: activa las ayudas (75%)	Financiación para pymes reconocimiento para actividades formativas

D.9. Cataluña

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento, delineación de los oficios artesanos	Decreto 182/2014, sobre la actividad artesanal; Orden EMO/323/2015; Orden EMO/292/2015; Orden EMC/207/2020	Decreto 2014: definición de artesanía regulación del repertorio, distintos productos, comercios y zonas de interés Orden 2015: regulación del uso del carné Orden 2015: incorporación de	Actualización de oficios artesanos, identificación de productos, comercios, zonas y puntos de interés artesano

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
			construcciones artesanales Orden 2020 : integración de la familia de la pesca	
2. Ayudas y apoyo económico al sector artesano	Impulso del crecimiento y competitividad empresarial	Convocatoria de subvenciones en el ámbito de la artesanía para 2025	Convocatoria 2025: (47.000 euros) Realiza dos programas: para el crecimiento y competitividad de las empresas artesanas, y apoyo a actuaciones para municipios.	Financian de actuaciones empresariales y municipales para el sector
3. Planificación estratégica, competitividad y gobernanza	Orientación de la política artesanal	Plan de Acción de Comercio, Artesanía y Moda 2022-2025; Plan de competitividad, crecimiento e innovación 2024-2028	Plan 2022-2025 : impulsa transformación digital, cualificación y formación intergeneracional, y comercialización. Plan 2024-2028: asesoramiento empresarial, difusión comercial.	Integración del sector artesano en actuaciones de comercio y la moda.

D.10. Ciudad de Ceuta

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Emprendimiento y autoempleo		Base reguladora de subvenciones para autoempleo. Programa Operativo FSE para Ceuta 2014-2020	Base reguladora: Regulación para ayudas al autoempleo, en especial colectivos vulnerables	Apoyo a actuaciones artesanas de pymes
2. Comercialización y venta fuera de establecimiento permanente	Ordenación de actividad comercial	Ordenanza que regula la venta informal	Ordenanza: Regulación las condiciones de funcionamiento del sector	Identificación de comercios y mercados

D.11. Extremadura

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Normativa autonómica específica	Ordenación, reconocimiento, delineación sectorial	Ley 3/1994, de Artesanía de Extremadura; Decreto 123/2012, del Registro y del título de Maestro Artesano; Decreto 124/2012, del Repertorio de Oficios Artesanos; Orden de 23 de mayo de 2019, de actualización del repertorio	Ley 1994: creación de un marco, registro Decreto 2021: inscripción artesana, empresas, certificación para los oficios Decreto 2012: clasificación de los oficios en creación, servicios y bienes de consumo Orden 2019: actualización del repertorio en 11 subsectores.	Registro de oficios, acceso a ayudas para promoción de marcas
2. Promoción, comercialización y valorización	Identificación de origen, diferenciación	Orden de 15 de septiembre de 2022, regulación de marca Artesanía de Extremadura	Orden 2022: regulación del uso de la marca de artesanías extremeñas, en	Identificación de productos artesano, promoción de marca para los agentes del

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
	u proyección de marca		tanto web, ferias, puntos de venta.	sector y establecimientos comerciales
3. Ayudas y apoyo económico al sector	Modernización productiva y mejora comercial	Decreto 164/2022, de bases reguladoras; convocatoria de 2023; Resolución de 5 de diciembre de 2025, de convocatoria para 2026	Decreto 2022: financia (60%) mejoras e instalaciones, innovación del proceso productivo, web, software, equipamiento. Convocatorias 2023: (350.000) para inversiones en talleres, (60.000) para inversión y apoyo a mujeres y jóvenes Resolución 2025: financia equipos, catálogo, web, software, nuevos artesanos.	Financiamiento para el sector
4. Formación, transmisión y relevo generacional	Continuidad de oficios y nuevas generaciones	Decreto 161/2024, de bases reguladoras y primera convocatoria 2024-2025	Decreto 2024: financia en tres anualidades (12.000, 10.000, 8.000 euros) para la contratación y formación de jóvenes en talleres artesanos.	Formación en oficios artesano e incorporación laboral
5. Planificación, coordinación y gobernanza	Orientación de la política artesanal	Plan Integral para el Fomento de la Artesanía de Extremadura 2024-2027	Plan 2024-2027: Impulsa medidas de competitivas, promoción comercialización, formación.	Comisión de representación institucional que da seguimiento a las actuaciones artesanales
6. Entorno general de apoyo empresarial	Apoyo económico a micropymes y autónomos	Resolución de 23 de diciembre de 2025, de ayudas generales a la modernización de autónomos y micropymes para 2026	Resolución 2025: financia (25.000 euros) para maquinaria y herramientas, aunque excluye al sector artesano	Medidas de diferenciación del sector artesano dentro de las convocatorias a empresas

D.12. Galicia

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, registro, delineación del sector	Decreto 218/2001; Orden de 12 de abril de 2017; Ley 8/2023, de Artesanía de Galicia	Decreto 2001: regulación del registro, la Comisión Gallega de Artesanía, carta artesanos, cualificación de talleres Orden 2017: actualiza el catálogo de actividades artesanas Ley 2023: definición de artesanías, maquinaria, creación de las modalidades profesionales (profesional y divulgativa)	Identificación de agentes artesanos, acceso a la marca, ayudas
2. Promoción, comercialización y reconocimiento	Diferenciación comercial,	Orden de 4 de enero de 2017, sello de Mercado Excelente; Orden de 26 de	Orden 2017: acreditación de calidad del mercado, plazas, no solo artesanías.	Fortalecimiento de la marca, actividades

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
	acceso a mercado	octubre de 2018, marca Artesanía de Galicia; Ordenes de 30 de mayo y 17 de junio de 2025	Orden 2018: identificación de productos de talleres Ordenes 2025: financia (80%) para ferias, convoca premios para productos y una bolsa (4.000 euros) para formación.	promocionales y comerciales
3. Ayudas y apoyo a la competitividad	Sostenibilidad, modernización , e innovación	Orden de 30 de julio de 2024, Programa de comercio circular; Orden de 29 de diciembre de 2025, ayudas para innovación y sostenibilidad del comercio local y artesanal	Orden 2024: financia (80%) para comercio circular Orden 2025: financia web, venta online, ciberseguridad, software, y reformas en establecimiento	Integración de modernización en comercios y mercados, reducción de impacto ambiental
4. Entorno de industrias culturales y creativas y políticas transversales	Relación del sector artesano	Ley 4/2008, de creación de la Agencia Gallega de las Industrias Culturales	Ley 2008: Creación de Agradic para apoyo en producción, comercialización de actividades culturales y creativas, no exclusivo para artesanía	Programación de espacios culturales y de creación artística

D.13. Comunidad Foral de Navarra

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, registro, delineación de las actividades artesanas	Decreto Foral 188/1988, del sector artesano navarro; Decreto Foral 103/1994, de artesanía agroalimentaria	Decreto 1988: regula el repertorio, registro y empresas. Decreto 1994: Enfocado agroalimentario	Reconocimiento de empresas artesanas, uso de marca artesanía agroalimentaria Navarra
2. Promoción, comercialización y reconocimiento	Acceso al mercado, difusión, impulso comercial	Resolución 13E/2025, promoción de empresas artesana	Resolución 2025: Financiación (75%) de ferias, formación, cuotas a plataforma de venta online, publicidad	Apoyo (14.000 euros) para productos en ferias, imagen y espacios comerciales
3. Ayudas y apoyo a la competitividad	Modernización productiva	Resolución 5E/2025, inversiones de empresas artesanas	Resolución 2025: Financiación (75%) reformas para talleres, herramientas, maquinaria, software de gestión.	Convocatórias competitiva (12.000 euros), para microempresas y provectos de modernización
4. Gobernanza, planificación y coordinación	Orientación estratégica	Plan Estratégico de Cultura de Navarra 2024-2028	Plan 2024-2028: establece un marco cultural (10 líneas, 132 acciones), no especifica artesanía	Digitalización (difusión de oficios), profesionalización, acceso a actividades artesanas a territorios con menos oferta cultural
5. Entorno de industrias culturales y creativas y políticas transversales	Articulación de la artesanía en políticas culturales y patrimoniales	Ley Foral 1/2019, Derechos Culturales de Navarra	Ley 2019: Regula al Consejo navarra de cultura y arte, acceso cultura, patrimonio y participación ciudadana	Inclusión de la artesanía en programas culturales de difusión, formación y

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
				patrimonio, sin medidas específicas para artesanía

D.14. La Rioja

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, calificación, registro, delineación	Ley 2/1994, Artesanía; Decreto 53/2006; Resolución de 23 de enero de 2007; Orden 6/2013	Ley 1994: clasifica en cuatro grupos, el registro para acceso a ayudas. Decreto 2006: renueva la calificación, integra artesanía agroalimentaria. Resolución 2007: reconoce título profesional. Orden 2013: para repertorio de oficios CNAE-2009	Reconoce agentes del sector, denominación de origen para las ayudas. La artesanía agroalimentaria utiliza máquina, pero conserva su carácter artesanal
2. Promoción, comercialización y reconocimiento	Visibilidad, formación, comercialización,	Resolución 47/2025, subvenciones a la artesanía	Resolución 2025: Financiamiento (70%) ferias y mercado; (50%) formación, modernización de talleres, plataformas de venta online	Apoya a la realización de ferias, publicidad, formación, mejora de talleres, comercio
3. Ayudas y apoyo a la competitividad	Modernización del proceso productivo	ADER: Cheque Digitalización 2025; Cheque de Innovación Micro-Proyectos 2025	Digitalización sistema operativo: cheque para gestión comercial, ciberseguridad, no equipamiento. Innovación financiera: Cheque prototipos, proyectos piloto, diseño de productos	Programa para mejora de gestión de negocio, venta online, nuevos productos, no específico para artesanía
4. Gobernanza, planificación y coordinación	Coordinación entre la administración y el sector artesano	Decreto 51/1994, Consejo Riojano de Artesanía	Decreto 1994: Regulación del consejo, requisitos de calificación artesanos, actualizaciones del repertorio de oficios, no especifico de artesanía	Participación del sector, comercio, salud, empleo, cultural, turismo, agroalimentación.

D.15. País Vasco

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y reconocimiento sectorial	Reconocimiento, registro, delineación de los focios artesanos	Decreto Foral 51/2013, Álava; Decreto Foral 157/2021 y Orden Foral 11120/2021, Bizkaia; Decreto Foral 4/2023 y convocatoria registral de 2026, Gipuzkoa	Decreto (Álava) 2013: une definición, repertorio, registro y el consejo. Decreto y orden (Bizkaia) 2021: separa registro y repertorio. Decreto y convocatoria (Gipuzkoa) 2026: une registro, acreditación artesana, consejo	Inscripción de agentes artesano en cada Diputación territorial,

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
2. Programas e instrumentos de apoyo y financiación	Modernización del proceso productivo	Decreto Foral 36/2025, Bizkaia; Programa de Fomento del Sector Artesanal 2024, Gipuzkoa; Orden Foral 150/2025, Álava	Decreto (Bizkaia) 2025: financia de digitalización, alquiler, formación, equipamiento, ferias. Programa (Gipuzkoa) 2024: financia para ferias y venta online. Orden (Álava) 2025: financia venta online, difusión, ferias	Ayudas para actuaciones en cada territorio, Bizkaia para herramientas digitales; Gipuzkoa para comercialización; Álava: para mejoras en comercios y promoción
3. Gobernanza, planificación y coordinación	Gestión de ayudas y participación del sector	Decreto Foral 49/2019, Álava; consejos y registros regulados por las normas forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa	Decreto (Álava) 2019: gestiona subvenciones. Bizkaia: controla el repertorio y el registro Gipuzkoa: dispone de un Consejo para el contacto con el sector.	Gestión de convocatorias por cada Diputación, no específico para el sector artesano
4. Entorno de industrias culturales y creativas y políticas transversales	Asesoría para la industria culturales y creativas	Basque District of Culture and Creativity ; Programa KSI Berritzaile+; Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación Euskadi 2030	Distric: financia modelos de negocio y herramientas digitales. Programa Berritzaile+: (89%) financia proyectos, prototipos. No ventas online. Plan Euskadi 2030: une artesanía con innovación, tecnología, cooperación empresarial	Promoción de talleres que conecten alas empresas creativas y apoyo a proyectos innovadores.

D.16. Comunitat Valenciana

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco autonómico y de reconocimiento sectorial	Ordenación, delineación de los oficios artesanos	Ley 1/1984, Artesanía; Ordenes de actualización del repertorio, 2007, 2014, 2019 y 2022	La Ley 1984: calificación artesanal para acceso a ayudas. Las Órdenes 2007,2014,2019, 2022: integra oficios tradicionales, patrimoniales y alimentarios	Reconcomiendo de oficios y talleres para el directorio público.
2. Promoción, comercialización y reconocimiento	Prestación de servicios de difusión para el sector	Memoria 2024 Artesanía amb visió de futur; XII Premios Artesanía Comunitat Valenciana	Memoria 2024: El centro de artesanías gestiona el directorio, formación, redes. Los premios: reconocen trayectorias, tradición artesana.	Acreditación de talleres, formación, exposiciones, difusión. Y los premios conceden reconocimiento público y económico.
3. Ayudas y apoyo a la competitividad	Modernización del proceso productivo	Decreto 242/2022; Resolución DANA, 31 de julio de 2025; bases generales de subvenciones de 31 de julio de 2025	Decreto 2022: (75%) para equipamiento. Resolución 2025: La ayuda Dana cubre digitalización (página web, ciberseguridad) para pymes. Las bases generales 2025: financian ferias, uso de marcas, formación	Recuperación de municipios afectados, protección de marcas, crea comercios. Mejoras en maquina y herramientas,

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
4. Gobernanza, planificación y coordinación	Gestión del servicio de artesanos	Decreto 172/2013, Comisión de Artesanía; Resolución de 11 de abril de 2019, estatutos del Centro de Artesanía	Decreto 2013: Repertorio, programas de formación, actuaciones municipales Resolución 2019: regulación de la dirección, persona l y programas del Centro e Artesanías	Un espacio de decisión pública entre asociaciones, profesionales y la Comisión. Y trámites, formación y promoción en el Centro
5. Entorno de industrias culturales y creativas y políticas transversales	Enlace entre artesanía con creación, patrimonio y desarrollo patrimonial	Plan Estratégico Cultural Valenciano «Fes Cultura 2016-2020	Plan 2016-2020: Espacios para creación, uso de edificios patrimoniales, residencias, emprendimiento para actividades creativas, no especifica para artesanía	Espacios compartidos para formación y producción parala mejora de técnicas

D.17. Comunidad de Madrid

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, delineación de oficios	Ley 21/1998; Repertorio de Actividades y Oficios Artesanos; Registro de Actividades Artesanas; Carné de Artesano y Carta de Empresa Artesana	La Ley 1998: definición y reconocimiento del sector artesano. Repertorio: reconocimiento de oficios tradicionales y nuevo Registro: inscripción de agentes, acceso ayudas. Carné: acredita agentes artesanos.	Utilización de acreditaciones, solicitud de ayudas, reconocimiento del oficio artesano
2. Promoción, comercialización y reconocimiento	Comercializaci ón y difusión	Ayudas a empresas artesanas para promoción y formación; Feria Mercado de Artesanía; Días Europeos de la Artesanía; ayudas a municipios para promoción ferial	Ayudas: financia difusión, formación, ferias. Feria mercado: mercados navideños. Días Europeos: visitas a talleres abiertos. Ayudas municipales: ferias y campañas locales de artesanía.	Espacios de comercio artesano y realización de talleres al aire libre
3. Ayudas y apoyo a la competitividad	Modernización del proceso productivo	Ayudas a proyectos de inversión para modernización, digitalización e innovación tecnológica, convocatoria 2026	Ayudas: Financiación de equipamiento y tecnología en la producción. No específica para artesanía	Exposición de talleres procesos productivos artesanos al aire libre
4. Gobernanza, planificación y orientación estratégica	Participación sectorial, coordinación de instrumentos	Consejo Madrileño para la Promoción de la Artesanía; Registro de Asociaciones Artesanas; planes de subvenciones	Consejo: promueve nuevos oficios y difusión. Registro: identifica asociaciones del sector. Planes: ordena las convocatorias, ferias.	Participación del sector en la actualización del repertorio.

D.18. Ciudad de Melilla

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, clasificación y acceso a apoyo	Registro General de la Artesanía Tradicional y Popular; Reglamento de la Actividad Artesana de Melilla	Registro: clasifica actividades (artesanos con taller o empresa y lo que no). Reglamento: regula la calidad de los oficios y la protección de la artesanía tradicional	Identificación de actividades artesanas y acceso a ayudas para creación de talleres o empresas.
2. Ayudas y apoyo a la competitividad	Promoción de pequeños productos artesanos	Orden 1853/2025; línea de ayudas al sector artesano del Plan Estratégico de Subvenciones 2024-2026	Orden 2025: financia catálogos, difusión páginas web, programas informáticos, creación de talleres. Plan de subvenciones: promoción traslado de talleres al Centro Modernista.	Ayudas a talleres existentes para compra de equipos y ayudas para ferias
3. Gobernanza, planificación y coordinación	Programación plurianual y ayudas	Plan Estratégico de Subvenciones 2024-2026 y modificación de 25 de abril de 2025	Plan 2024-2026: Define las condiciones del sector de las convocatorias, sin específico para artesanía	Convocatorias para ayudas a artesanos

D.19. Región de Murcia

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
1. Marco normativo y de reconocimiento sectorial	Ordenación, identificación de oficio artesano	Ley 1/2014, modificada por Ley 9/2015; Decreto 101/2002; Registro Artesano de la Región de Murcia	Ley 2014: regula el reconocimiento de la artesanía. Decreto 2015: desarrollo administrativo Registro: con declaración responsable	Acceso a ayudas, premios, promoción pública.
2. Clasificación oficial de oficios artesanos reconocidos	Delineación de las actividades artesanas	Orden de 15 de septiembre de 2004; Orden de 4 de octubre de 2005 y actualizaciones posteriores del Repertorio de Artesanía Regional	Orden 2024: aprobación de un repertorio de artesanías. Orden 2025: realiza adaptaciones de los focios en catálogos.	Determinas las actividades artesanas y sus prácticas de elaboración (especialmente la artesanía alimentaria)
3. Promoción, comercialización y valorización	Identificación del origen y comercialización	Orden de 25 de enero de 2008, denominación Artesanía de la Región de Murcia; áreas, puntos y acontecimientos de interés artesano; portal sectorial y tienda online	Orden 2008: distinción de productos artesanos, Áreas y puntos: reconoce talleres. Acontecimientos: eventos e innovación. Portal: productos y venta online.	Promoción de eventos, ferias, plataformas digitales comunes para los productos, señalética de los talleres
4. Ayudas y apoyo económico al sector	Modernización del proceso productivo	Subvenciones 2025 a artesanos y empresas artesanas; subvenciones 2025 a asociaciones artesanas	Subvenciones: Apoyo a Talleres y micro pymes: (80%) financia innovación de producto o proceso.	Mejora de productos y procesos y venta colaborativa en formatos de asociación
5. Premios, formación y relevo	Reconocimiento de los oficios artesanos	Premios de Artesanía de la Región de Murcia; Carta de Maestro Artesano; medidas de docencia y cualificación previstas en la Ley 1/2014	Premios: para productos, emprendimientos y nuevos talentos. Maestro artesano: acreditación de trayecto. Medidas de	Visibilidad de artesanos y sus productos y talleres demostrativos

Bloque	Función dentro del sistema	Instrumentos	Qué establecen	Aplicación
			docencia y cualificación 2024: formaciones	
6. Planificación, innovación y protección del origen	Orientación estratégica	Plan integral previsto en la Ley 1/2014; Líneas de Innovación y Modernización de la Artesanía; Proyecto de decreto de 2025 sobre indicaciones geográficas	Plan integral 2014: incluye estrategias, actuaciones. Líneas de innovación: modernización, innovación, competitivas Proyecto 2025: regulación de nombres de productos artesanos	Protección de productos locales y ayudas para formación y promoción

Fuente: elaboración propia a partir de la normativa autonómica y foral vigente. Cada ficha ordena los instrumentos por función dentro del sistema.

◆ **Lectura de conjunto**

El mapa autonómico confirma dos rasgos: una **base normativa muy extendida:** casi todas las comunidades disponen de ley o decreto de artesanía, registro y repertorio y, al mismo tiempo, una **fuerte heterogeneidad** en su actualización, su dotación y su nivel de planificación. Las comunidades con **planes integrales y marcas consolidadas** (Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia) han generado experiencias replicables; otras operan con normativa más antigua o sin ley específica. Esta diversidad es, precisamente, la que justifica un **núcleo común estatal** que mejore la interoperabilidad y la comparabilidad sin sustituir la gestión autonómica (Eje 1 y Eje 8 de la hoja de ruta).