

INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DEL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ESPAÑA DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA DEL COVID-19

Periodo 13/03/2020 - 11/05/2020



Informe realizado para el Centro de Referencia Nacional de Artesanía.
Granada, España

Realizado por:

Ana García López. Universidad de Granada. España

Esteban Romero Frías. Universidad de Granada. España

Antonio Suárez Martín. Centro de Referencia Nacional de Artesanía. España

César González Martín. Universidad de Granada. España

María Jesús Cano Martínez. Universidad de Almería. España

Año de publicación: 2020



Proyecto de I+D+i "MAKER ART: propuesta para la transformación digital de la industria cultural relacionada con la artesanía, a través del diseño, los procesos colaborativos y la cultura Maker".
Financiado por FEDER/Junta de Andalucía-Consejería de Economía y Conocimiento / Proyecto B-HUM-407-UGR18



Escuela de formación en artesanía, restauración y rehabilitación de patrimonio histórico, artístico y cultural Albayzín.
CENTRO DE REFERENCIA NACIONAL DE ARTESANÍA



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO



Esta obra está sujeta a la licencia Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Imagen de la portada realizada por Pixel perfect from www.flaticon.com

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	7
RESULTADOS	9
MEDIDAS ADOPTADAS DURANTE LA CRISIS	13
PRESENCIALIDAD Y ACTIVIDAD ONLINE	14
EFFECTOS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	17

AGRADECIMIENTOS

Desde aquí queremos agradecer la inestimable colaboración que hemos tenido de muchas entidades y organizaciones de todo el territorio nacional para difundir por sus medios y redes sociales la encuesta, entre las que podemos destacar EOI Fundesarte; Oficio y Arte, Organización Española de los Artesanos; la Federación de Organizaciones Artesanas de Castilla y León (FOACAL), la Fundación Artesanía de Galicia, FEDAC Canarias, Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya, los Centros de Referencia Nacional de Piedra Natural, de Joyería y Orfebrería; y de Producción de Carpintería y Mueble; la Escuela de Artesanos de Gelves; así como la Federación Red de Artesanos y Artistas de Granada (FRAAG).

También queremos hacer mención a los diferentes servicios de artesanía de las comunidades autónomas, a las federaciones y asociaciones artesanas y a todos aquellos profesionales que nos siguen por redes sociales, por ayudarnos a difundir la encuesta y conseguir que el alcance fuese mayor.

INTRODUCCIÓN

La situación generada por la pandemia del coronavirus Covid-19 en todo el planeta está transformando de forma radical nuestra forma de vivir y está afectando en los países occidentales al denominado estado del bienestar, principalmente como consecuencia de la crisis socioeconómica que la situación sanitaria ha generado. En España vemos como transcurridos más de siete meses desde que en marzo de 2020 se decretase el estado de alarma y el cierre de prácticamente toda actividad económica que no fuese esencial, el paro registrado va en aumento y los problemas que tienen muchas empresas y negocios para poder desarrollar, o incluso mantener, su actividad de forma óptima es muy difícil. En este punto es importante evidenciar la fragilidad de partida a la que se exponía también el sector artesano al inicio del estado de alarma, más aún si tenemos en cuenta que la mayoría de los canales de comercialización son presenciales, principalmente a través de talleres tienda o mediante la participación en ferias y mercados, vinculados en muchos casos al turismo o a la temporalidad estacional, y en paralelo,

la baja participación de profesionales y empresas artesanas en canales online de venta especializados.

Conscientes de esta realidad al inicio del confinamiento, la Universidad de Granada, en el marco del Proyecto del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 “*MAKER ART: propuesta para la transformación digital de la industria cultural relacionada con la artesanía, a través del diseño, los procesos colaborativos y la cultura Maker*”, y con la colaboración del Centro Albayzín, Centro de Referencia Nacional de Artesanía, decide lanzar, a través de medios digitales, una encuesta dirigida a profesionales del sector artesano, con el fin de conocer el alcance real que tenía el cese de toda actividad económica en el sector. De esta manera, podríamos disponer de un instrumento que reflejara las consecuencias directas del confinamiento, las medidas implantadas por los profesionales para mantener la actividad, así como las carencias que tuvieron que afrontar durante dicho periodo.

Dicha encuesta se realizó en el periodo comprendido entre el 11 de mayo al 5

de julio de 2020 (una vez el territorio español hubo salido del confinamiento severo y se encontraba en fase de desescalada, con todas las problemáticas asociadas que se sucedieron: reducción de la movilidad, control del turismo extranjero, disminución del gasto, etc) y contenía preguntas que se centraban en el periodo más severo del confinamiento, el comprendido entre el 13 de marzo y el 11 de mayo de 2020, fecha de inicio de la encuesta. Asimismo, se decidió que el alcance de este estudio fuera nacional y se pudo contar con el apoyo inestimable de muchas entidades e instituciones nacionales y autonómicas con competencias en artesanía así como de las asociaciones y federaciones de artesanos de muchos territorios de nuestro país, a los que les agradecemos desde aquí su colaboración.

Esperamos que los datos que se exponen aquí puedan servir a las administraciones públicas y a todas aquellas instituciones y personas vinculadas con el sector de la artesanía para adecuar o mejorar sus políticas y establecer estrategias de impul-

so a dicho sector, ante una situación que todavía no ha finalizado y necesita de un apoyo y un esfuerzo extraordinario para mantenerlo, pues no podemos olvidar que se trata de una actividad económica que se debe preservar tanto por su alto valor patrimonial como por su capacidad para la vertebración en el territorio.

RESULTADOS

Durante el periodo de vigencia de la encuesta (11/05/2020-05/07/2020), se recibieron 547 respuestas.

Los datos demográficos de los encuestados reflejan una muestra de artesanos y artesanas que alcanzan a las 17 comunidades autónomas españolas, siendo la comunidad autónoma de Andalucía la principal con 145 respuestas, seguida de Castilla y León (78), Galicia (72) y Canarias (69).

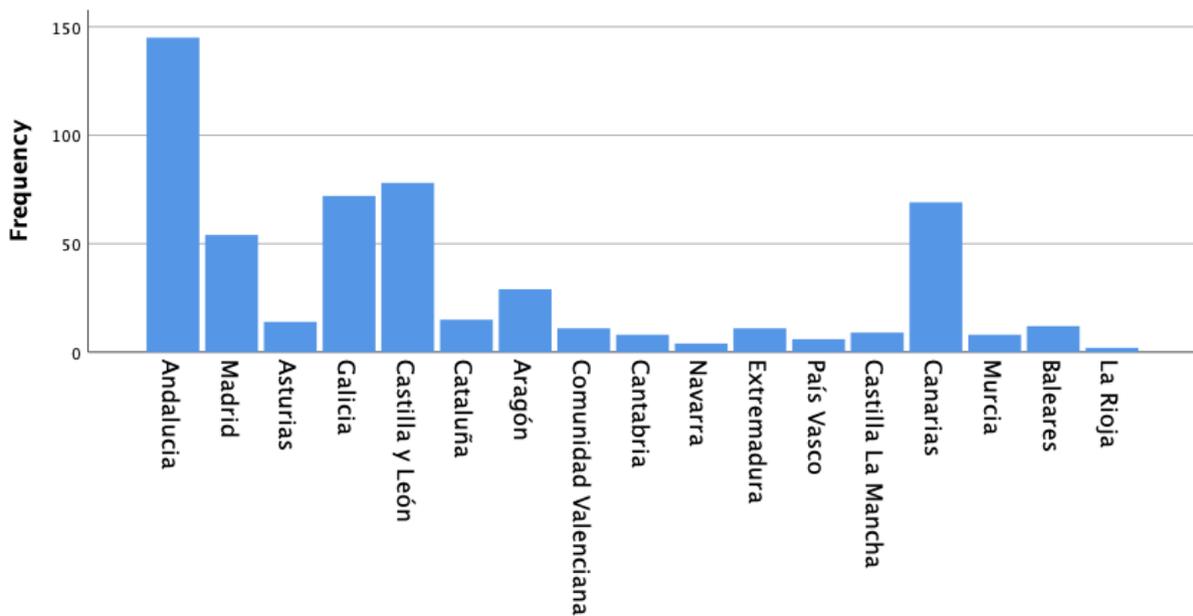


Gráfico 1. Participación en la encuesta por Comunidades Autónomas

La población participante en la encuesta fue mayoritariamente mujeres con un 53,7 %, frente a un 41,5 % de hombres y un 4,6 % que prefieren no indicar su sexo, con una edad media de 55 años.

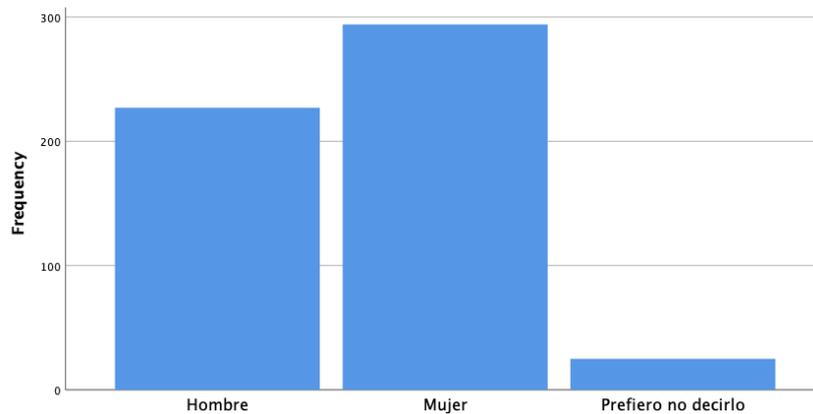


Gráfico 2. Géneros registrados en la muestra

El siguiente gráfico muestra la distribución de edades de la muestra, la cual indica un cierto envejecimiento en la población dedicada a la artesanía, lo cual apunta a la necesidad de estimular el ingreso de nuevas generaciones a la profesión.

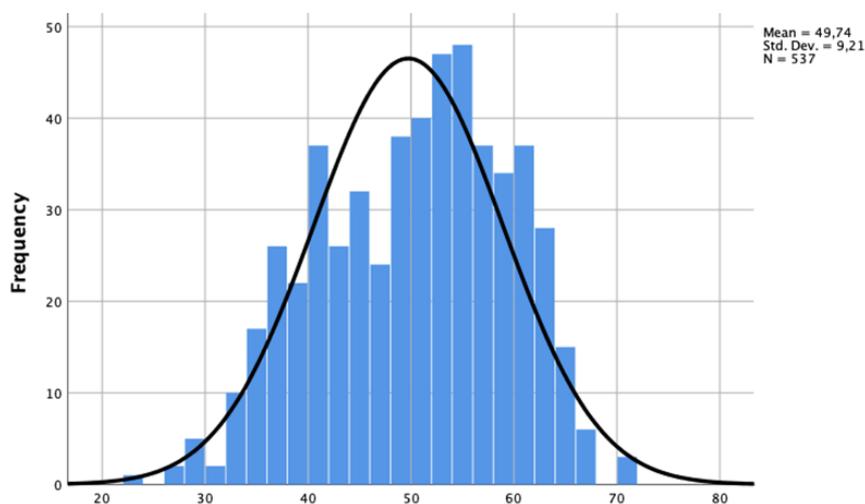


Gráfico 3. Media de edades comprendidas en la muestra

Como disciplinas artesanales con más representación en la encuesta están la joyería y la orfebrería con un 23,4%, la cerámica con un 20,3% y el textil y la fibras vegetales con casi un 20%.

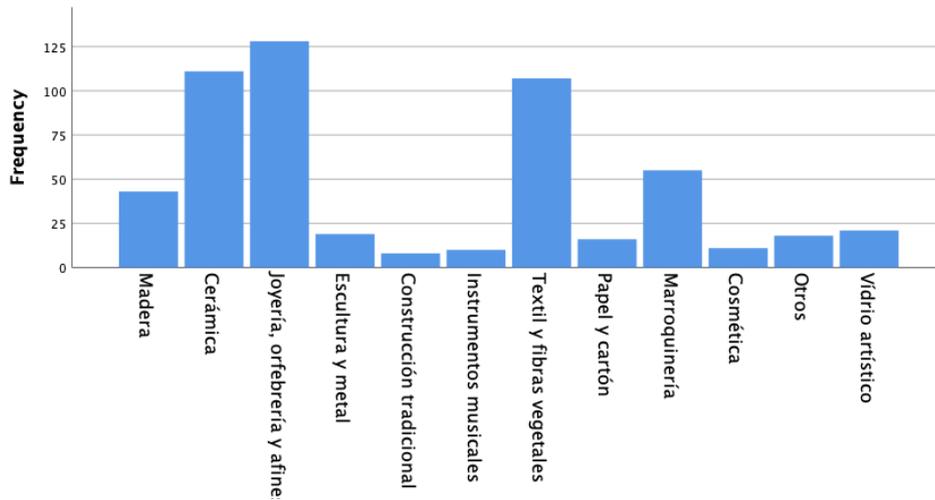


Gráfico 4. Disciplinas artesanales

La forma jurídica más generalizada entre las respuestas a la encuesta es el empresario individual (autónomo) con más del 87%, pero se señalan otras formas minoritarias como la Sociedad Limitada y las Cooperativas.

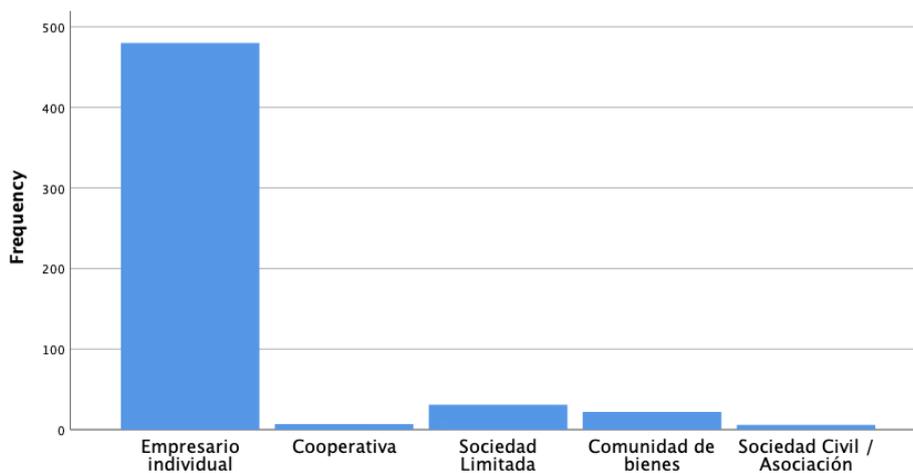


Gráfico 5. Formas jurídicas registradas

MEDIDAS ADOPTADAS DURANTE LA CRISIS

En la encuesta se consultó a los artesanos y artesanas sobre las medidas adoptadas durante el estado de alarma en el periodo comprendido entre el 13 de marzo de 2020 al 11 de mayo de 2020, en lo referente a su situación laboral, destacándose el uso de los Expediente de Regulación de Empleo Temporal (ERTE), la finalización de contratos y el cese de la actividad, aunque en un gran número de respuestas, se ha señalado que no han tomado ninguna acción al respecto (33,3%), lo que concuerda con el porcentaje del 50% de los encuestados, que reconocen haber continuado con su producción.

De entre las razones señaladas para continuar con la producción durante el periodo de confinamiento, se destaca la búsqueda de nuevas ideas y diseños, y la realización de encargos atrasados o recibidos vía Internet. Por lo contrario, los que no continuaron con su producción señalan como principales obstáculos, las dificultades por la falta de proveedores, los impedimentos de movilidad marcados por la situación de emergencia o la imposibilidad de vender.

PRESENCIALIDAD Y ACTIVIDAD ONLINE

Debido a las limitaciones de movilidad y al cierre de comercios, el comercio *online* se convirtió en la herramienta para sortear y sobrevivir a la situación de confinamiento para la mayoría de empresas.

Por ello, en la encuesta se consultaron diferentes aspectos relacionados con la actividad y presencia *online* de los artesanos y artesanas.

La muestra refleja que entre las 547 respuestas obtenidas, la mayoría de los artesanos y artesanas tienen página web propia en un 61%, sin embargo más de la mitad no poseen tienda online propia integrada.

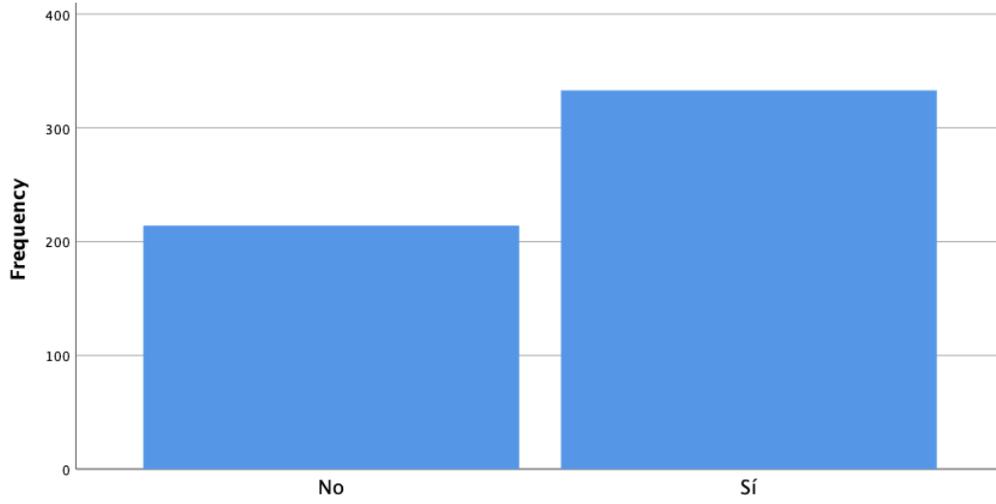


Gráfico 6. Página web propia

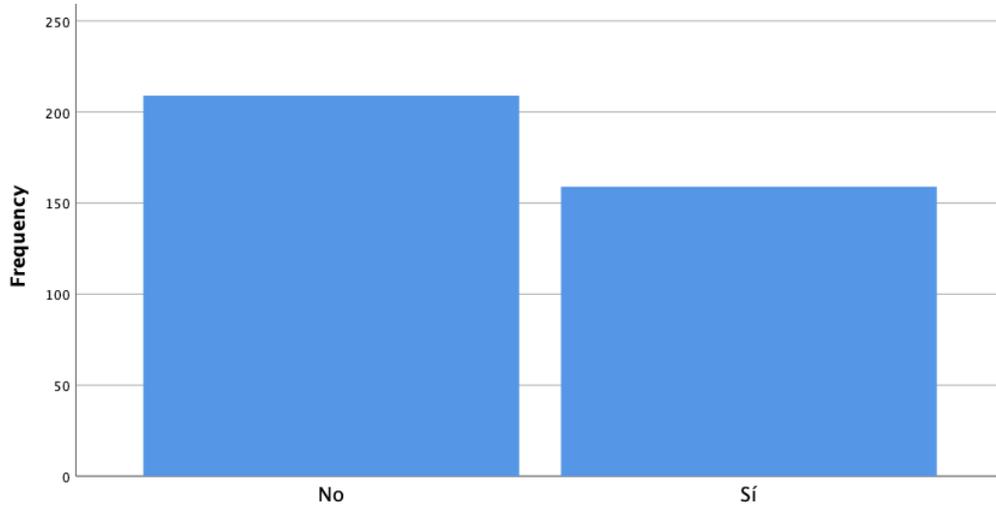


Gráfico 7. Página web propia con tienda online

De los datos registrado que indican no tener página web, más de la mitad de respuestas reconocen que hubiera sido útil tener esta herramienta durante la situación de confinamiento.

Por otra parte, se destaca el uso mayoritario de las redes sociales en un 61%, predominando el uso de Facebook (76,4%), Instagram (65,8%) y Whatsapp (39,5%) como herramientas en sus estrategias digitales.

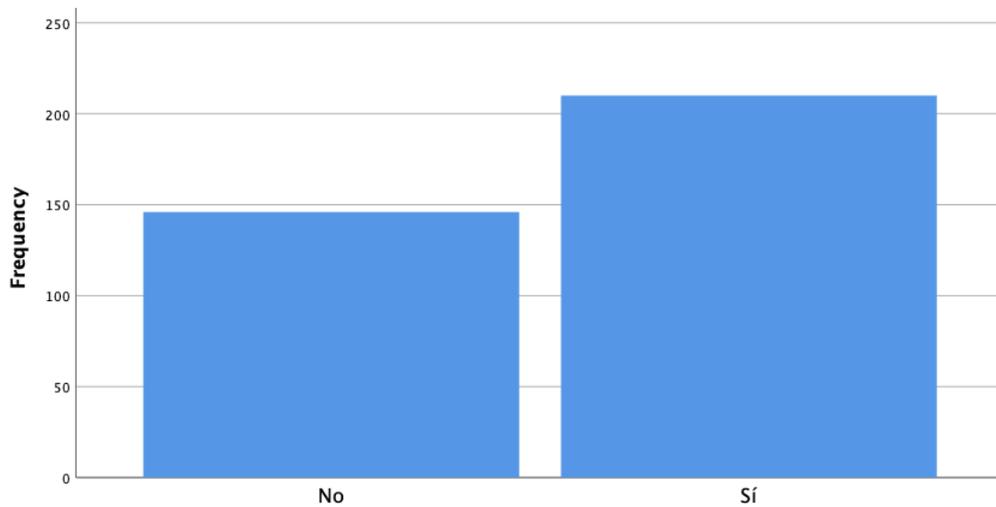


Gráfico 8. Utilidad de tener página web propia

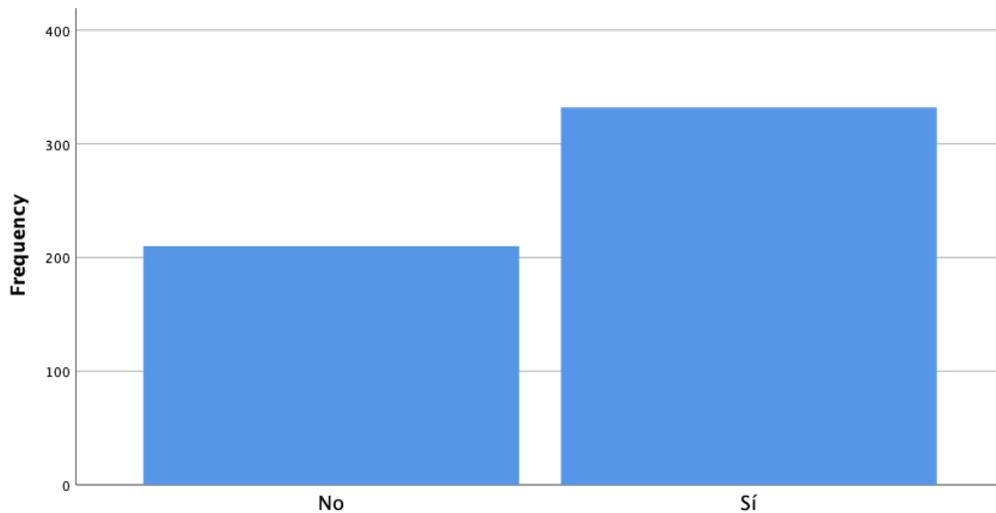


Gráfico 9. Utilización de redes sociales

EFECTOS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Una de las principales actividades comerciales del sector artesanal es la asistencia a ferias y mercados.

Los datos obtenidos en la encuesta reflejan que los artesanos y artesanas han perdido una media de 3 eventos durante los dos meses de periodo de confinamiento, suponiendo unas pérdidas económicas de 2.500 € de media.

La población encuestada estima unas pérdidas generales de 3.000 € durante este periodo de confinamiento, reconociendo en el momento de realización de la encuesta, que solo podrían haber soportado esta situación durante dos meses más de media de haberse extendido esta medida.

