

# ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

## oficios tradicionales con futuro



cofinancia:



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

# SERIE



## **OFICIOS TRADICIONALES CON FUTURO**

### **Desarrollo del estudio**

PISA, Proyectos de Innovación S.A.

Abril de 2005.

### **Coordinación del estudio:**

Departamento de Nuevos Proyectos.

Agencia Local de Promoción Económica y Empleo.

Ayuntamiento de Gijón.

nuevosproyectos@gijon.es

### **Edita:**

Ayuntamiento de Gijón

Agencia local de Promoción Económica y Empleo.

Paseo de la Infancia s/n.

33207 Gijón (Asturias)

Tel.: 985 18 15 55 Fax: 985 18 15 62

agencialocal@gijon.es

www.gijon.es

## **INDICE**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. PRESENTACIÓN</b>                                       | <b>5</b>  |
| <b>2. OBJETIVOS</b>  | <b>7</b>  |
| <b>3. METODOLOGÍA</b>  | <b>8</b>  |
| 3.1 Cifras y datos del sector                                | 8         |
| 3.2 Cuestionarios: Quiénes                                   | 9         |
| 3.3 Cincuenta entrevistas personales: Quién                  | 9         |
| 3.4 Los expertos opinan                                      | 10        |
| 3.5 La fuerza de ventas opina                                | 11        |
| 3.6 Benchmarking: Cómo lo hacen los demás                    | 11        |
| 3.7 Visita a ferias: Cómo lo hacen los demás                 | 12        |
| 3.8 Matriz DAFO sectorial: Cuándo, Dónde y Por qué           | 12        |
| <b>4. TRABAJO DE CAMPO</b>                                   | <b>13</b> |
| 4.1 Muestra Poblacional                                      | 13        |
| 4.2 Recogida de Información                                  | 15        |
| 4.3 Presentación de los resultados                           | 16        |
| <b>5. CONTENIDO DEL ESTUDIO</b>                              | <b>17</b> |
| <b>6. INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA</b>             | <b>19</b> |
| <b>7. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ASTURIAS</b> | <b>25</b> |
| <b>8. PERFIL DEL ARTESANO</b>                                | <b>26</b> |
| <b>8.1 Datos Generales</b>                                   | <b>26</b> |
| <input type="checkbox"/> Sexo                                | 26        |
| <input type="checkbox"/> Edad                                | 27        |
| <b>8.2 Formación</b>   | <b>28</b> |
| <input type="checkbox"/> Nivel de estudios alcanzado         | 28        |
| <input type="checkbox"/> Formación Profesional               | 29        |
| <input type="checkbox"/> Formación Empresarial               | 31        |
| <input type="checkbox"/> Formación Complementaria            | 32        |
| <b>8.3 Situación laboral</b>                                 | <b>33</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>8.4 Experiencia Profesional / Artesanal</b>   | <b>35</b> |
| <input type="checkbox"/> Familiar artesano   | 35        |
| <input type="checkbox"/> Tiempo de desarrollo de la actividad                                  | 36        |
| <input type="checkbox"/> Economía Sumergida  | 37        |
| <input type="checkbox"/> Registro de Artesanos   | 39        |
| <input type="checkbox"/> Carta de Maestro Artesano   | 40        |
| <br>   |           |
| <b>9. PERFIL DEL TALLER</b>  | <b>41</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.1 Forma Jurídica</b>  | <b>41</b> |
| <input type="checkbox"/> Socios  | 42        |
| <br>   |           |
| <b>9.2 Actividad del taller</b>  | <b>43</b> |
| <input type="checkbox"/> Sector de la empresa  | 43        |
| <br>   |           |
| <b>9.3 Actividad Profesional del artesano</b>  | <b>44</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.4 Maquinaria y herramientas</b>   | <b>47</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.5 Recursos Humanos</b>  | <b>48</b> |
| <input type="checkbox"/> Número de trabajadores  | 48        |
| <input type="checkbox"/> Perfil profesional adecuado   | 49        |
| <input type="checkbox"/> Personas con discapacidad   | 51        |
| <input type="checkbox"/> Búsqueda de trabajadores  | 51        |
| <br>   |           |
| <b>9.6 Centros de actividad</b>  | <b>52</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.7 Fórmulas de comercialización</b>  | <b>53</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.8 Ámbito de actividad</b>   | <b>55</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.9 Facturación</b>   | <b>56</b> |
| <br>   |           |
| <b>9.10 Miscelánea</b>   | <b>59</b> |
| <input type="checkbox"/> Certificaciones   | 59        |
| <input type="checkbox"/> Pertenencia a Asociaciones  | 59        |
| <input type="checkbox"/> Colaboración con otros artesanos                                      | 59        |
| <br>   |           |
| <b>10. VOCACIÓN EMPRESARIAL</b>  | <b>61</b> |
| <br>   |           |
| <b>10.1 Origen de la idea</b>  | <b>61</b> |
| <input type="checkbox"/> Motivación  | 62        |
| <br>   |           |
| <b>10.2 Ayudas</b>   | <b>63</b> |
| <br>   |           |
| <b>10.3 Necesidades y/o carencias</b>  | <b>65</b> |
| <input type="checkbox"/> Necesidad de equipamiento tecnológico                                 | 66        |
| <input type="checkbox"/> Necesidad de nuevos canales de comercialización                       | 67        |
| <input type="checkbox"/> Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación                | 67        |
| <input type="checkbox"/> Materias primas   | 67        |
| <input type="checkbox"/> Otras necesidades / carencias   | 68        |
| <input type="checkbox"/> Acceso a financiación para la mejora de su actividad                  | 68        |
| <input type="checkbox"/> Servicios de logística (mensajería, almacenamiento, transporte, etc.) | 68        |
| <input type="checkbox"/> Información sobre recursos que apoyen su actividad                    | 69        |
| <input type="checkbox"/> Desarrollo de nuevos productos y procesos                             | 69        |
| <br>   |           |
| <b>10.4 El taller artesano como fuente de formación y creación de empleo</b>                   | <b>70</b> |
| <input type="checkbox"/> La oferta formativa   | 70        |
| <input type="checkbox"/> Participación en convenios de formación                               | 71        |

|                          |   |            |
|--------------------------|---|------------|
| <input type="checkbox"/> | Participación como formador en cursos   | 73         |
| <input type="checkbox"/> | Actividades con un mayor potencial creador de empleo                                | 74         |
| <input type="checkbox"/> | Tipo de formación a fomentar en función de la demanda y potencial creador de empleo | 74         |
|                          | <b>10.5 Consolidación de la actividad</b>   | <b>76</b>  |
| <input type="checkbox"/> | Situación actual del taller   | 76         |
| <input type="checkbox"/> | Cumplimiento de las expectativas del artesano                                       | 78         |
| <input type="checkbox"/> | Proyectos empresariales de futuro   | 79         |
|                          | <b>11. CONCLUSIONES</b>   | <b>81</b>  |
|                          | <b>12. PROPUESTA DE ACTUACIÓN</b>   | <b>89</b>  |
|                          | <b>13. FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL</b>   | <b>97</b>  |
|                          | <b>14. ESTUDIOS DE VIABILIDAD</b>   | <b>123</b> |
|                          | <b>14.1 Fabricación artesana de harina de manzana</b>                               | <b>125</b> |
| <input type="checkbox"/> | Descripción y desarrollo del proyecto   | 125        |
| <input type="checkbox"/> | Productos y servicios a comercializar   | 125        |
| <input type="checkbox"/> | Mercado   | 126        |
| <input type="checkbox"/> | Conclusiones  | 127        |
| <input type="checkbox"/> | Previsión económica   | 127        |
|                          | <b>14.2 Despacho de pan y bollería artesanal</b>                                    | <b>129</b> |
| <input type="checkbox"/> | Descripción y desarrollo del proyecto   | 129        |
| <input type="checkbox"/> | Productos y servicios a comercializar   | 129        |
| <input type="checkbox"/> | Mercado   | 129        |
| <input type="checkbox"/> | Conclusiones  | 130        |
| <input type="checkbox"/> | Previsión económica   | 131        |
|                          | <b>14.3 Taller de artesanía en piedra</b>   | <b>133</b> |
| <input type="checkbox"/> | Descripción y desarrollo del proyecto   | 133        |
| <input type="checkbox"/> | Productos y servicios a comercializar   | 133        |
| <input type="checkbox"/> | Mercado   | 134        |
| <input type="checkbox"/> | Conclusiones  | 134        |
| <input type="checkbox"/> | Previsión económica   | 135        |
|                          | <b>14.4 Taller de recuperación de instrumentos musicales</b>                        | <b>137</b> |
| <input type="checkbox"/> | Descripción y desarrollo del proyecto   | 137        |
| <input type="checkbox"/> | Productos y servicios a comercializar   | 137        |
| <input type="checkbox"/> | Mercado   | 138        |
| <input type="checkbox"/> | Conclusiones  | 139        |
| <input type="checkbox"/> | Previsión económica   | 140        |
|                          | <b>14.5 Comercializadora de productos artesanos</b>                                 | <b>142</b> |
| <input type="checkbox"/> | Descripción y desarrollo del proyecto   | 142        |
| <input type="checkbox"/> | Productos y servicios a comercializar   | 142        |
| <input type="checkbox"/> | Mercado   | 143        |
| <input type="checkbox"/> | Conclusiones  | 144        |
| <input type="checkbox"/> | Previsión económica   | 145        |
|                          | <b>15. ANEXO I – REPERTORIO DE OFICIOS ARTESANOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS</b>     |            |
|                          | <b>16. ANEXO II CALENDARIO DE FERIAS Y MERCADOS ARTESANALES</b>                     | <b>150</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>17. ANEXO III CENSO DE ARTESANOS</b>     | <b>153</b> |
| <b>18. ANEXO IV: CUESTIONARIO</b>           | <b>165</b> |
| <b>19. ANEXO V GUIÓN VISITAS A EXPERTOS</b> | <b>173</b> |
| 19.1 Perfil del artesano actual             | 173        |
| 19.2 El taller de artesanía                 | 173        |
| 19.3 Oficios y actividades de futuro        | 173        |
| 19.4 Problemática sectorial                 | 174        |
| 19.5 El papel de la administración          | 174        |
| <b>20. ANEXO VI BIBLIOGRAFÍA</b>            | <b>176</b> |
| 20.1 General                                | 176        |
| 20.2 Asturias                               | 177        |
| 20.3 Otras Comunidades Autónomas            | 177        |
| 20.4 Centros de Artesanía                   | 178        |
| 20.5 Otros                                  | 178        |

## 1. PRESENTACIÓN

Desde 1996, la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón viene desarrollando en la ciudad políticas activas en el mercado de trabajo. Estas políticas son fruto de un programa de gobierno especialmente preocupado con el problema del empleo y la diversificación de la actividad económica, así como de los procesos de concertación realizados con los principales agentes socio-económicos de la ciudad.

Derivado de estos acuerdos surge el denominado **Pacto Gijón Emprende 2004-2007**, continuación del Pacto Gijón por el Empleo 2000-2003, que constituye el marco de referencia en el que se encuadra el presente estudio, así como el resto de actuaciones que se desarrollan desde la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo.

El Estudio **“Oficios tradicionales con futuro”** da respuesta a dos de los Ejes principales del Pacto, el Eje de Formación para el Empleo y el Eje de Promoción Económica e Industrial.

Con relación a la **formación**, se pretende analizar las posibilidades de creación de empleo en las diferentes actividades del sector artesanal, con objeto de orientar los programas de formación para el empleo, en especial, nuestras actuaciones de escuelas taller, casas de oficios y talleres de empleo, para realizar una cualificación profesional útil y de calidad.

Y con relación a la **promoción empresarial**, se pretende analizar la potencialidad de creación de empresas en estas actividades artesanales y hacer un primer esbozo de su viabilidad.

El Ayuntamiento de Gijón ha pretendido con esta nueva iniciativa, realizar un diagnóstico de las características y necesidades de los oficios tradicionales que permita planificar nuevas actuaciones futuras de apoyo al sector artesanal.

Este estudio está dedicado a todos y todas aquellas profesionales y entidades que contribuyen, con su labor diaria al mantenimiento de los oficios artesanales como fuente generadora de empleo y promoción económica en la cultura tradicional.

*En Gijón, a 27 de abril de 2005*

**José Manuel Menéndez Rozada**

*Concejal Delegado de Empleo y Formación*

### **NOTA ACLARATORIA:**

Para la realización del presente informe se tendrá en cuenta la clasificación del repertorio de oficios artesanos del Principado de Asturias publicada en el BOPA el 1 de diciembre de 2001 y que se incluye en el Anexo I.

Asimismo, se entiende el concepto de artesanía, tal y como se hace en el Decreto 88/1994 de 5 de diciembre por el que se regula la actividad artesana y que dice en su artículo 2 “*Se considera Artesanía, a los efectos de esta disposición, la actividad de producción, transformación y reparación de **bienes no alimentarios**, o prestación de servicios, realizada mediante un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, obteniéndose un resultado final individualizado que no se acomoda a la producción industrial, totalmente mecanizada o en grandes series*”.

Sin embargo, y con el afán de incluir en este estudio el más amplio repertorio de oficios artesanales, se ha optado por incluir también la actividad de **artesanía alimentaria**, que se presenta como una importante fuente de recursos y como un nicho de mercado en continua expansión.

## 2.OBJETIVOS

El objetivo final del presente estudio es conocer la **capacidad creadora de empleo y/o capacidad de generar actividad económica de los** oficios considerados del sector tradicional artesano, a través de las diferentes actividades que lo componen—cerámica, cestería y fibras vegetales, instrumentos musicales, joyería, madera, metal, papel y cartón, piedra y mármol, piel y cuero, textil, vidrio, alimentación y otras actividades.—

Para ello, se ha desarrollado una metodología que cubre todos los aspectos que influyen en la creación de empleo y en la viabilidad económica de las propias actividades, incluyendo un análisis detallado de la oferta, de la demanda y de los canales de distribución.

Así, se ofrece a continuación una visión de las diferentes actividades que componen el sector de la artesanía mediante el análisis de la personalidad del artesano —sus características, conocimientos, formación, experiencia— de la evolución de su taller —actividad, forma jurídica, recursos humanos, herramientas y maquinaria, formulas de comercialización, certificaciones—, así como de la vocación y motivación necesarias para desarrollar cada actividad —origen de la idea, ayudas recibidas, motivación, situación actual —.

Todo ello, con el objetivo de obtener una **fotografía de situación** de las diferentes actividades que permita desarrollar las acciones correspondientes de cara a ajustar los itinerarios formativos a la necesidad del sector en función de su capacidad creadora de empleo.

### 3. METODOLOGÍA

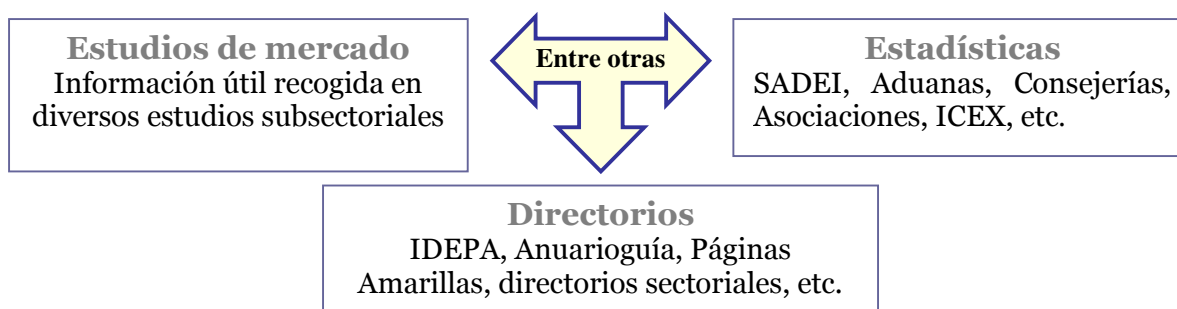
En la realización del presente estudio se han llevado a cabo diferentes acciones metodológicas, tendentes principalmente a la obtención de información cualitativa y cuantitativa que permita alcanzar conclusiones respecto a los dos pilares del estudio:

- 🏠 La realidad del artesano asturiano en su relación con el mercado
- 🏠 Viabilidad económica y capacidad de creación de empleo de las principales actividades artesanales

Concretamente, los pasos seguidos han sido los siguientes:

#### 3.1 Cifras y datos del sector

Recogida previa de cifras y datos del sector, utilizando diversas fuentes —tanto **primarias** como **secundarias**<sup>1</sup>— con el objetivo de adquirir un conocimiento inicial sobre la coyuntura económica del sector y su evolución en el tiempo así como una primera configuración de los subsectores que lo integran.



<sup>1</sup> Véase Anexo VI Bibliografía

### 3.2 Cuestionarios: Quiénes

Dado que se están utilizando fuentes de información secundarias, resulta de gran interés no solo contrastar dicha información sino ampliarla y darle mayor profundidad.

Se elaboró un **cuestionario** (incluido en el Anexo IV) con una extensión ajustada a los objetivos informativos que se pretendían alcanzar. Dichos cuestionarios sirvieron de apoyo en la realización de **entrevistas personales** a los artesanos.

La información recogida a través de los cuestionarios es de gran valor, reflejando tanto la situación actual del taller artesano como las expectativas, problemas y necesidades del sector, además de ser un instrumento de transmisión de sugerencias sobre la materia de estudio.

### 3.3 Cincuenta entrevistas personales: Quién

La realización de entrevistas personales permite un acercamiento que hace que las personas estén más dispuestas a hablar y a compartir sus impresiones. La información que transmite el interlocutor es más directa y da lugar a puntualizaciones, por lo tanto resulta de gran valor.

Para obtener información respecto al sector se elaboró un calendario de visitas personales a una muestra de **50 artesanos** radicados en Asturias, seleccionados a partir de un universo en función de la actividad que desarrollan.

El objetivo de esta acción era alcanzar un conocimiento suficiente del sector en cuanto a diferentes aspectos, tales como el proceso de producción, ventas y toma de decisiones, la formación de los artesanos, la potencial capacidad de creación de empleo de las diferentes actividades, la situación del taller, expectativas, motivaciones y ámbitos de actuación, entre otros.

### 3.4 Los expertos opinan

Se llevaron a cabo diversas entrevistas a expertos por medio de un *check list* (incluido en el Anexo V) de temas a tratar en relación al sector.

La realización de las entrevistas se llevó a cabo en dos tandas, una inicial previa a la elaboración de los cuestionarios destinados a los artesanos con el objetivo de obtener un conocimiento previo del sector.

En esta primera tanda se entrevistó a los siguientes expertos:

**Carmen Suárez Gutiérrez**

Presidenta Asociación  
Grupo Cimadevilla

**África Martínez Mazón**

Directora Escuela Taller  
Jardín Botánico II

En la segunda fase, y una vez elaborados los cuestionarios y realizadas las entrevistas personales a los 50 artesanos de la muestra, se entrevistó a las siguientes personas:

**José Luis Carús**

Dirección General de Comercio,  
Autónomos y Economía Social. Jefe de  
Servicio de la Consejería de Industria y  
Empleo del Gobierno del Principado de  
Asturias

**Manuel Aranda Ribeiro**

Jefe de Servicio Xestión y Cooperación  
Empresarial de la Consellería de  
Innovación, Industria y Comercio de la  
Xunta de Galicia.

**Pedro Martínez Masa**

Secretario Técnico Fundación Cultural  
Española para el Fomento de la  
Artesanía. Madrid

**Salvador Ortí**

Director de la Fundación Mezquita de  
Tornerías. Toledo

**Jasón Martínez García**

Técnico del Proyecto EQUAL “La  
Igualdad Crea Empleo” y de la Casa de  
Comercio. Gijón

**María Meana**

Presidenta del Sindicato de Artesanos  
de Asturias. Gijón

### 3.5 La fuerza de ventas opina

Además, se han realizado visitas a diferentes locales comerciales en los que se distribuye artesanía con el fin de averiguar datos respecto a la demanda, perfil de consumidor final, actividades y artículos con una mayor salida en ventas,

análisis de la oferta, sistemas y formas de pago, desarrollo de los pedidos o la estabilidad sectorial.

### 3.6 *Benchmarking*: Cómo lo hacen los demás

El *Benchmarking* es una herramienta de gestión de la innovación que se fundamenta en el aprendizaje basado en las mejores prácticas llevadas a cabo en el mercado y que se referencia en las experiencias más destacables tanto a nivel regional, como nacional o internacional. En este caso, se ha utilizado para localizar diferentes actuaciones de promoción, desarrollo y cooperación en el sector de la artesanía que por sus características y resultados pudieran ser aplicables en Asturias.

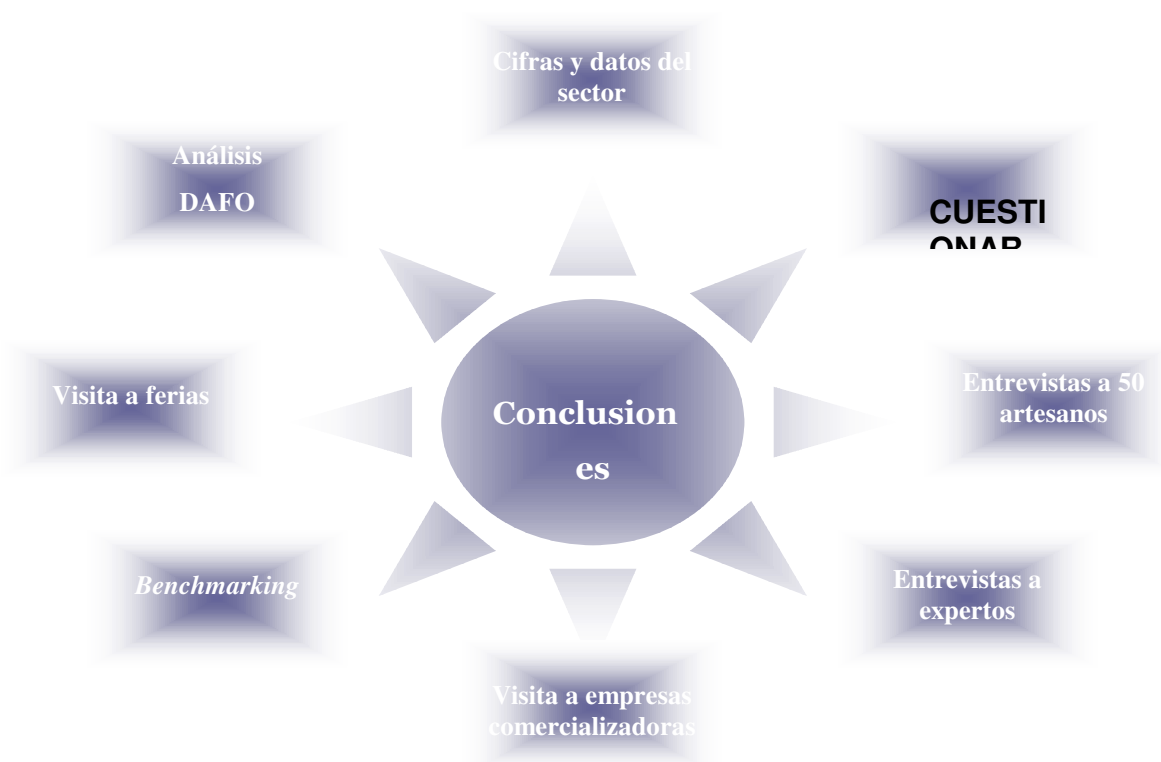
### 3.7 Visita a ferias: Cómo lo hacen los demás

Tanto para la realización de algunas entrevistas personales, como en la elaboración del calendario de ferias y mercados de artesanía se visitaron dos ferias del sector:

- Mercado de artesanía de Arenas de Cabrales (Feria del Queso Cabrales – septiembre)
- Feria de artesanía de verano en Gijón (30 Julio – 8 Agosto)

### 3.8 Matriz DAFO sectorial: Cuándo, Dónde y Por qué

Con toda la información obtenida, se llevó a cabo un análisis DAFO a nivel sectorial y subsectorial, de forma que se definieron cuáles son las **amenazas** más destacables que tiene el sector, así como las **oportunidades** más interesantes. También se detectarán aquellos puntos en los que las empresas deberán mejorar —**debilidades**— y aquellos que deberían potenciar para aprovechar las oportunidades que les brinda el mercado —**fortalezas**—.



## 4. TRABAJO DE CAMPO

### 4.1 Muestra Poblacional

La muestra poblacional está formada por 50 artesanos elegidos a partir de un universo elaborado con datos procedentes de las siguientes fuentes:

- ✚ Registro de actividades artesanas del Principado de Asturias
- ✚ Registro del Servicio de Asesoramiento Empresarial del Ayuntamiento de Gijón
- ✚ Registro de Altas del IAE del municipio de Gijón de los años 2002 a 2004
- ✚ Expositores de la Feria de Artesanía de la Comarca de la Sidra
- ✚ Oficio y Arte OAE (Organización de los Artesanos de España)
- ✚ Sindicato de Artesanos de Asturias
- ✚ Asociación de Ceramistas de Asturias
- ✚ Asociación profesionales de artesanía de Asturias
- ✚ Asociación Azabache
- ✚ [www.portalin.com/artesanos.php](http://www.portalin.com/artesanos.php)
- ✚ <http://artesanos.asturias.deeuropa.net>
- ✚ [www.artesaniaiberica.com](http://www.artesaniaiberica.com)
- ✚ [www.artedehoy.com](http://www.artedehoy.com)
- ✚ [www.uvecomunicacion.com/artesania.html](http://www.uvecomunicacion.com/artesania.html)
- ✚ [www.vivirasturias.com](http://www.vivirasturias.com)
- ✚ [www.idepa.es](http://www.idepa.es)
- ✚ [www.anuarioguia.es](http://www.anuarioguia.es)

## TRABAJO DE CAMPO

La muestra seleccionada presenta las siguientes características:

1. **Premisa inicial:** Se estableció como punto de partida que el 50% de la muestra estuviera representada por sociedades mercantiles y el 50% restante por empresarios individuales. El objetivo de este sesgo muestral era obtener una mejor visión de la potencialidad creadora de empleo en el sector, ya que se intuía que las sociedades mercantiles iban a presentar un mejor perfil al respecto.
2. **Muestreo por estratos:** es decir, la muestra no es aleatoria. Se buscó que todas las actividades quedasen representadas. Aspectos puntuales como, por ejemplo, que algunos artesanos dejaran la actividad, estuvieran de viaje o decidieran no participar en el estudio terminaron por modificar la estructura muestral al elegir aleatoriamente artesanos que sustituyesen a los fallidos de la muestra inicial. El resultando final se presenta en la tercera y cuarta columnas.

| Actividades                 | Universo   | Muestra Inicial        |                        | Muestra final          |                        |
|-----------------------------|------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
|                             |            | Artesanos Individuales | Sociedades Mercantiles | Artesanos Individuales | Sociedades Mercantiles |
| Alimentación                | 20         |                        | 5                      |                        | 4                      |
| Cerámica                    | 75         | 1                      | 3                      | 2                      | 3                      |
| Cestería y Fibras Naturales | 3          | 2                      |                        | 1                      |                        |
| Instrumentos Musicales      | 7          | 4                      |                        | 3                      | 1                      |
| Joyería                     | 59         |                        | 3                      | 3                      | 2                      |
| Madera                      | 74         | 2                      | 3                      | 2                      | 4                      |
| Metal                       | 15         | 1                      | 3                      | 2                      | 2                      |
| Otras actividades           | 37         | 3                      | 1                      | 1                      | 2                      |
| Papel y cartón              | 19         | 2                      | 1                      | 1                      | 1                      |
| Piedra y mármol             | 4          | 3                      |                        | 2                      | 1                      |
| Piel y Cuero                | 51         | 3                      | 2                      | 4                      |                        |
| Servicios                   | 2          | 1                      |                        |                        |                        |
| Textil                      | 30         | 2                      | 2                      | 5                      | 2                      |
| Vidrio                      | 20         | 1                      | 2                      | 0                      | 2                      |
| <b>Total</b>                | <b>416</b> | <b>25</b>              | <b>25</b>              | <b>26</b>              | <b>24</b>              |
| <b>TOTAL Muestra</b>        |            | <b>50</b>              |                        | <b>50</b>              |                        |

3. **Representatividad de la muestra:** se acordó extraer una muestra compuesta por 50 artesanos aceptando que ésta tendría una representatividad relativa en términos estadísticos al suponer un 12% sobre el universo poblacional analizado (que incluye un total de 416 registros). Los resultados que se obtengan del muestreo permitirán revelar tendencias e indicios de éstas, de vital importancia para anticipar necesidades y crear herramientas que den soluciones a las mismas.

## 4.2 Recogida de Información

La recogida de información se llevó a cabo a través de dos métodos:

### A. Entrevistas personales a artesanos






El proceso de recogida de información a través de entrevistas personales a artesanos de Asturias se efectuó a lo largo de tres semanas del mes de septiembre de 2004. Los resultados de esta fase se reflejan en la siguiente tabla:

|   |           |
|---|-----------|
| Artesanos entrevistados   | <b>50</b> |
| Artesanos que no mostraron interés en participar                | 4         |
| Artesanos que ya no existen o no están en la dirección indicada | 1         |
| Contactos que no se consideran artesanos                        | 2         |
| <b>Total de artesanos visitados</b>                             | <b>57</b> |

### **B. Entrevistas a expertos**

Se llevaron a cabo 8 entrevistas a un panel de expertos formado por personas de distintos ámbitos socioeconómicos a nivel nacional.

Estas entrevistas se realizaron siguiendo un *check list* (incluido en el Anexo V) orientado a definir el perfil del artesano en Asturias y el potencial creador de empleo de las diferentes actividades artesanales en base a cinco cuerpos:

-  Perfil del artesano
-  El taller de artesanía
-  Oficios y actividades de futuro
-  Problemática sectorial
-  El papel de la administración

### **4.3 Presentación de los resultados**

La presentación de los resultados se hace bien a través de tablas de valores, gráficos (especialmente en el caso de las respuestas Sí/No) o ambos. En todos los casos se incluye el porcentaje de respuestas dadas para cada opción.

## 5. CONTENIDO DEL ESTUDIO

El contenido del estudio se estructura en función a los siguientes apartados:

### **Introducción al sector de la artesanía**

Una introducción al sector de la artesanía a nivel nacional a través del análisis, comparativa y evolución de datos relativos a número de talleres, empleos y volumen de producción.

### **Descripción del sector de la artesanía en Asturias**

Teniendo en cuenta las actividades incluidas en el Repertorio de Oficios Artesanos del Principado de Asturias publicada en el BOPA el 1 de diciembre de 2001 y que se incluye en el Anexo I, así como la actividad de artesanía alimentaria y realizado a través del análisis de tres puntos clave: el perfil del artesano, el perfil del taller y la vocación artesana.

### **Conclusiones**

En función de los resultados alcanzados a través del análisis descriptivo del sector en Asturias, y teniendo en cuenta aspectos como la realidad del sector, las competencias relacionadas con cada oficio, así como las necesidades y carencias detectadas.

Adicionalmente, y dando respuesta a los problemas y necesidades que se plantean durante la elaboración del presente estudio se incluye un **plan de actuación** que engloba una serie de recomendaciones a llevar a cabo por la Administración en función de su horizonte temporal

### **Perfil profesional**

A partir del análisis del sector se desarrolla una ficha profesional que detalla esquemáticamente las competencias, habilidades, conocimientos, titulaciones y experiencia necesaria para ejercer cada actividad, detallando asimismo las subactividades que aglutina, así como las tareas y productos incluidos y herramientas y maquinaria a utilizar.

## CONTENIDO DEL ESTUDIO

### **Estudios de viabilidad**

En aquellas actividades artesanales en las que se ha detectado una oportunidad de mercado se incluye un estudio de viabilidad previo que facilita a los emprendedores-artesanos potenciales la elaboración de su proyecto empresarial.

### **Anexos**

Anexo I: Repertorio de Oficios Artesanos del Principado de Asturias

Anexo II: Calendario de ferias y mercados artesanales

Anexo III: Censo de artesanos

Anexo IV: Cuestionario

Anexo V: Guión visitas a expertos

Anexo VI: Bibliografía

## 6. INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA

Según la Real Academia Española, la palabra **artesanía** se define como la *clase social constituida por los artesanos*. Esta primera definición nos lleva a buscar una segunda, **artesano**, que nos dice que es la *persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico* puntualizando que el último uso que se le da hoy en día a este concepto —y, por tanto, el que tendremos en cuenta— es el de *quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril*.

Por otro lado, el título del estudio “Oficios tradicionales con futuro”, nos lleva nuevamente a analizar otra palabra **tradicional** que, en la tercera acepción del diccionario de la Lengua Española es definida como *aquello que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado*.

Uniendo los conceptos, podemos aventurar una definición de artesanía como la **actividad económica que supone la creación, producción, restauración o reparación de bienes y objetos llevada a cabo por personas cuya intervención añade características artísticas personales, generando un producto personalizado y distinto a la producción industrial**.

## INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA

Económicamente hablando, la artesanía está respondiendo a una recuperación, basada en una progresiva revalorización de la cultura popular y al aumento de la demanda de bienes y artículos diferenciados y con un valor añadido. Además, este sector mantiene el apoyo de la administración desde los años 90 configurándose como una alternativa válida y real que permite el desarrollo rural ante el retroceso de otras actividades tradicionales<sup>2</sup>.

En cuanto al artesano, éste se inicia en la artesanía en gran parte por una tradición familiar, aunque la renovación generacional en el sector se compone de profesionales que aprenden su oficio en colaboración directa con maestros artesanos o a través de cursos de formación en diferentes entidades, tanto públicas como privadas.

Según datos de la **Fundación Española para la Artesanía** en el año 2003 había en España 16.376 talleres artesanos y 40.284 empleos en actividades artesanales.

Un análisis más detallado de estos datos por Comunidades Autónomas permite observar que Asturias figura en el **puesto número trece en cuanto a número de talleres**, por encima de otras Comunidades como Canarias, Navarra, la vecina Cantabria y la Rioja. En cuanto a número de empleos y a valor de producción, desciende una posición, situándose en decimocuarto lugar y siendo superada por Navarra.

Como se puede observar en la tabla y gráficos siguientes, las Comunidades Autónomas con más talleres son Andalucía (15,35%), Cataluña (13,70%) y Madrid (13,62%). Asturias alcanza un 2,11% sobre el total situándose casi cuatro puntos por debajo de la media nacional.

---

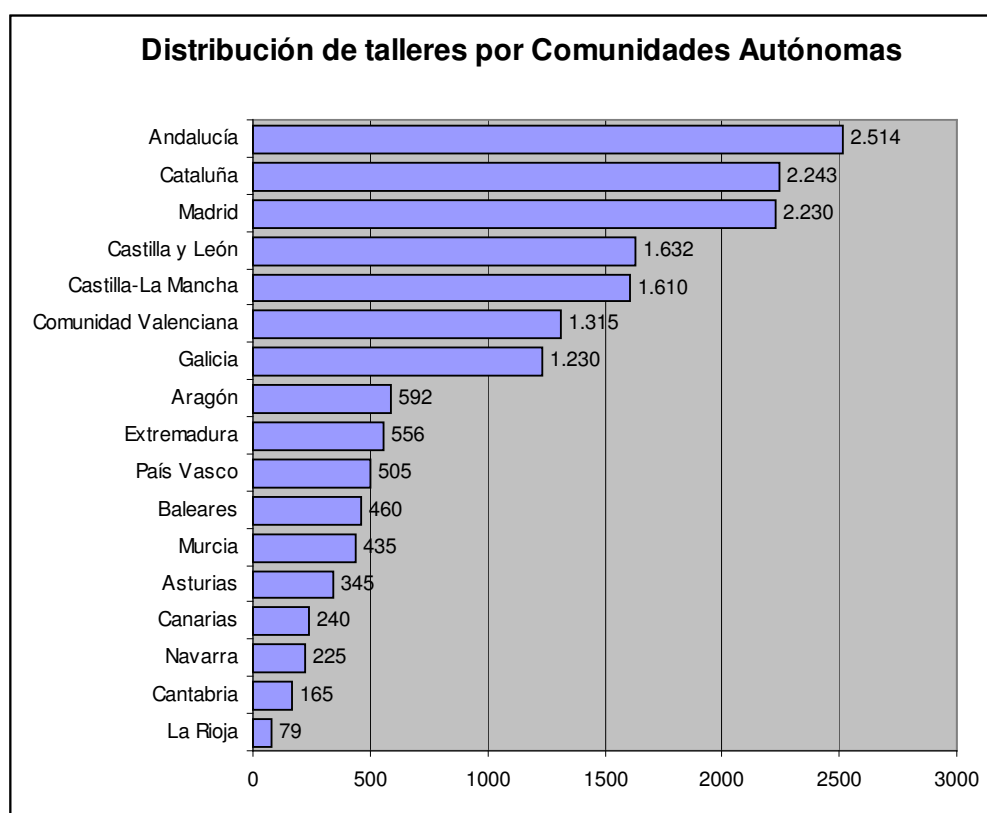
<sup>2</sup> Actualmente sólo subsiste el 25% de las explotaciones ganaderas que había en el municipio de Gijón en 1980. Fuente: El Comercio (2 de octubre de 2004)

## INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA

### EL SECTOR ARTESANO EN ESPAÑA 2003 POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

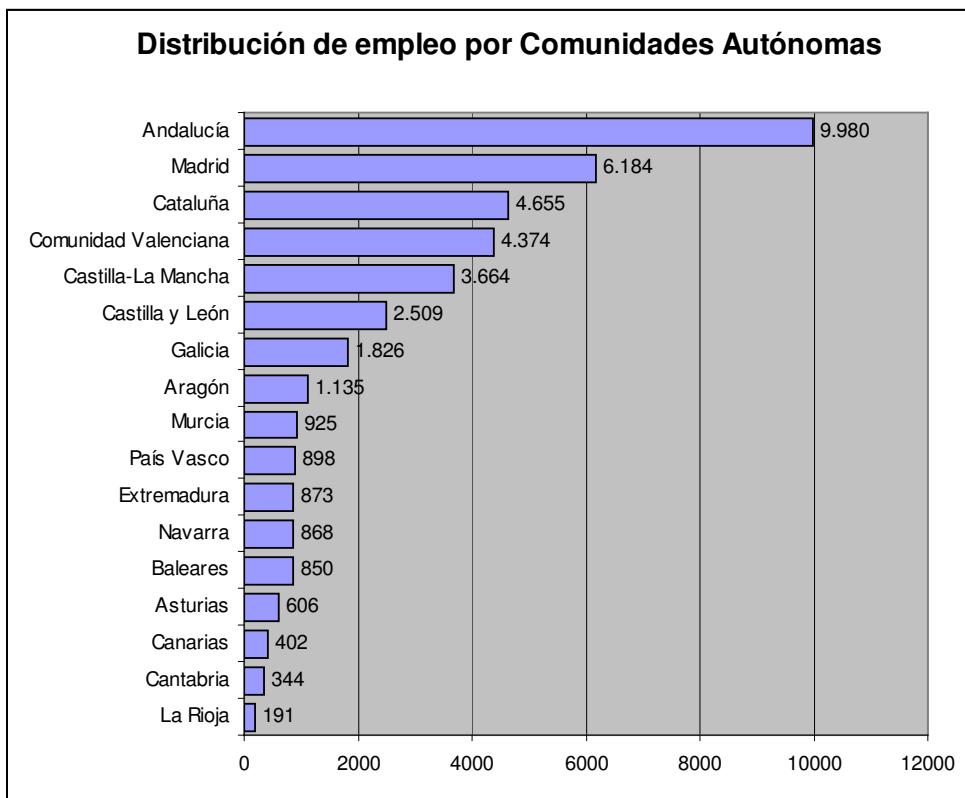
| COMUNIDAD AUTÓNOMA   | Nº Talleres   | Nº Empleos    | Valor de producción (miles de €) |
|----------------------|---------------|---------------|----------------------------------|
| Andalucía            | 2.514         | 9.980         | 238.412                          |
| Aragón               | 592           | 1.135         | 22.532                           |
| Asturias             | 345           | 606           | 12.271                           |
| Baleares             | 460           | 850           | 18.833                           |
| Canarias             | 240           | 402           | 7.231                            |
| Cantabria            | 165           | 344           | 7.564                            |
| Castilla-La Mancha   | 1.610         | 3.664         | 87.980                           |
| Castilla y León      | 1.632         | 2.509         | 44.791                           |
| Cataluña             | 2.243         | 4.655         | 119.317                          |
| Extremadura          | 556           | 873           | 15.591                           |
| Galicia              | 1.230         | 1.826         | 38.999                           |
| Madrid               | 2.230         | 6.184         | 130.204                          |
| Murcia               | 435           | 925           | 22.992                           |
| Navarra              | 225           | 868           | 22.188                           |
| País Vasco           | 505           | 898           | 22.315                           |
| La Rioja             | 79            | 191           | 4.654                            |
| Comunidad Valenciana | 1.315         | 4.374         | 113.400                          |
| <b>TOTAL</b>         | <b>16.376</b> | <b>40.284</b> | <b>929.274</b>                   |

FUENTE: *Fundación Española para la Artesanía*

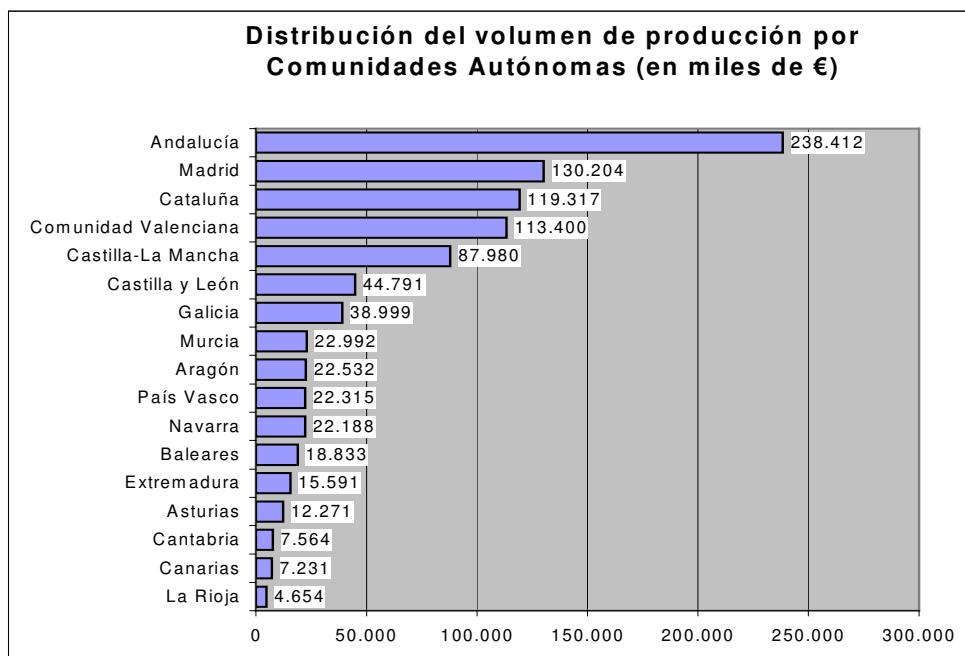


## INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA

En cuanto al empleo, el sector ocupa en Asturias el 1,50% de los trabajadores, muy por debajo de la media nacional situada en el 5,88%.



FUENTE: *Fundación Española para la Artesanía*

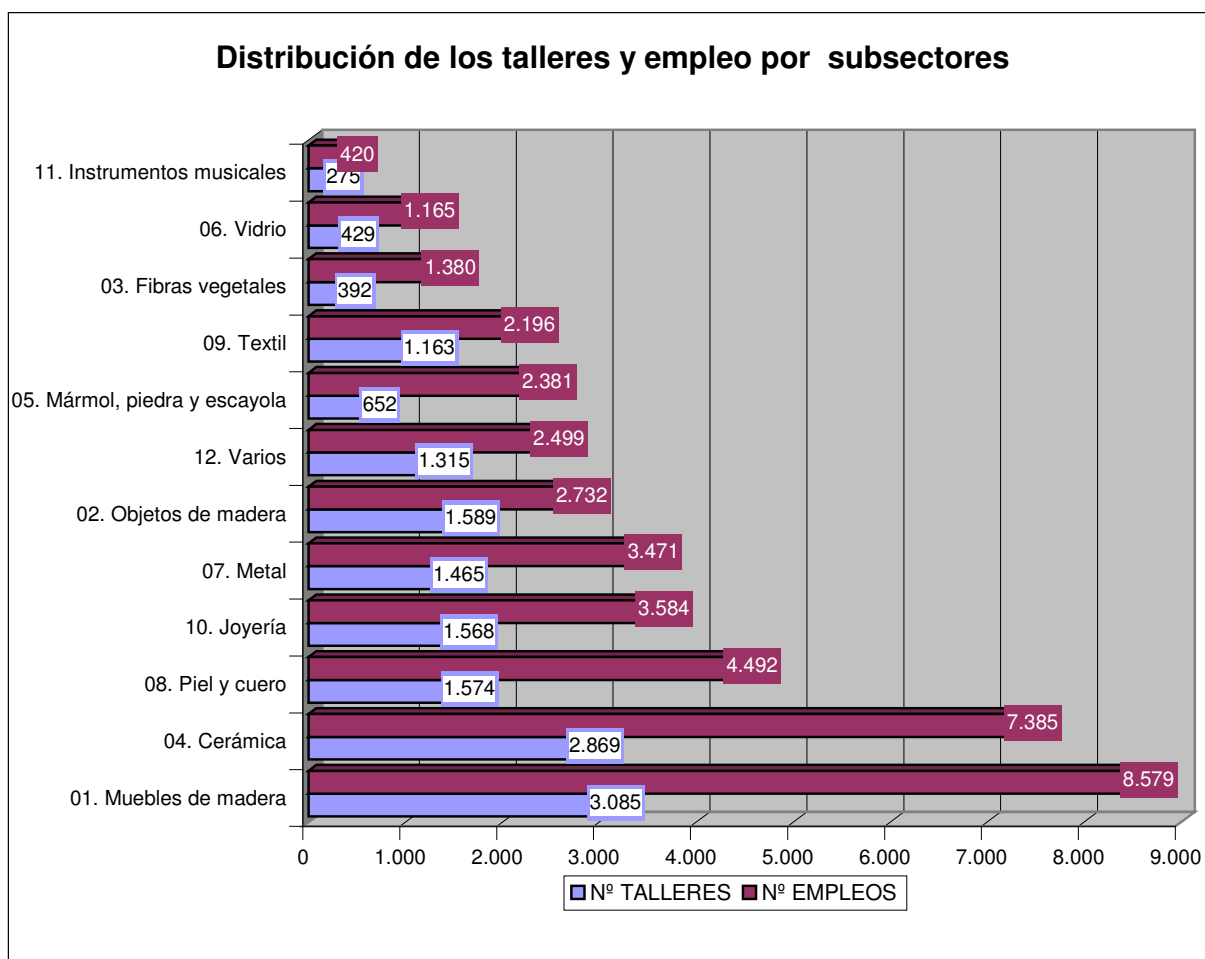


FUENTE: *Fundación Española para la Artesanía*

## INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA

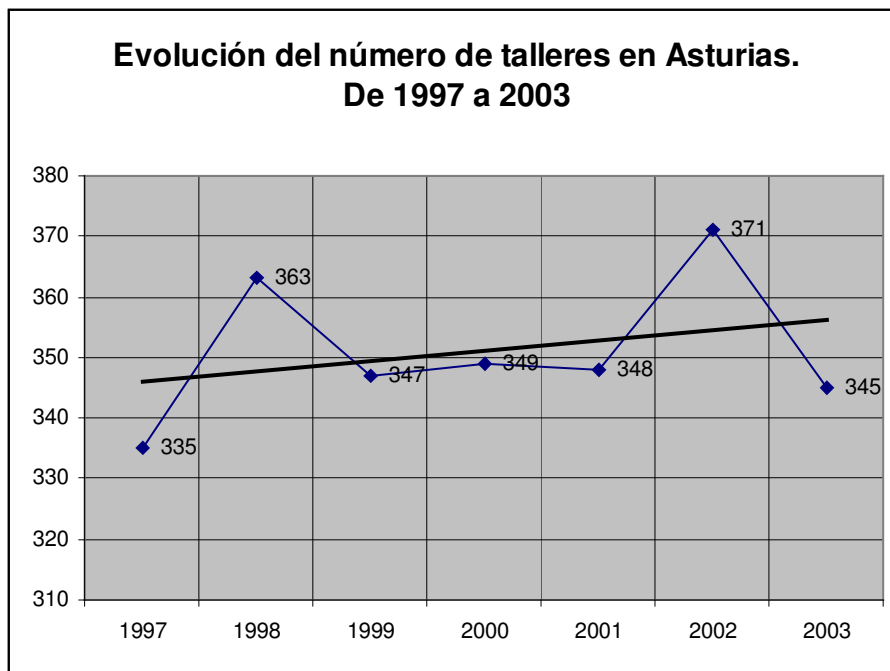
En cuanto a la producción, el valor asturiano alcanza los 12 millones de €, un 1,32% sobre el total nacional; sin embargo, estas cifras podrían no constituir un reflejo de la realidad dado que existe un porcentaje de mercado no controlado constituido por artesanos que desarrollan su actividad en condiciones irregulares.

En cuanto a las actividades artesanales más importantes en España, destacan en número de talleres, muebles de madera (18,84%), cerámica (17,52%), objetos de madera (9,70%) y piel y cuero (9,61%); y en número de empleos las actividades de muebles de madera (21,30%), cerámica (18,33%), piel y cuero (11,15%) y joyería (8,90%).



FUENTE: *Fundación Española para la Artesanía*

## INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA ARTESANÍA



FUENTE: *Fundación Española para la Artesanía*

En cuanto a la evolución del número de talleres en Asturias, como se puede apreciar en el gráfico, la tendencia es suavemente alcista, creciendo un 3% en el periodo considerado.

## **7. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE LA ARTESANÍA EN ASTURIAS**

A continuación, se presentan cada una de las variables que definen socioeconómicamente a los artesanos entrevistados para la realización del presente estudio, agrupadas en tres puntos:

**Perfil del artesano**

**Perfil del taller**

**Vocación empresarial**

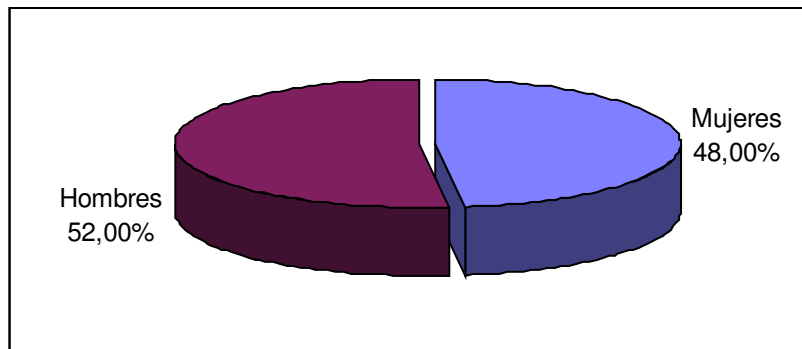
## 8. PERFIL DEL ARTESANO

### 8.1 Datos Generales

#### Sexo

---

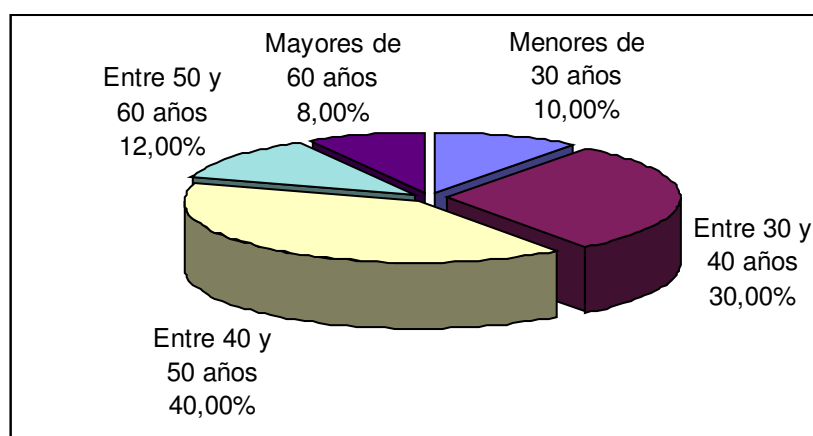
| Segmentación por sexos |         |
|------------------------|---------|
| Mujeres                | 48,00%  |
| Hombres                | 52,00%  |
| Total                  | 100,00% |



Como se puede observar, la diferencia entre el porcentaje de mujeres artesanas y el de hombres es muy reducida, mostrando una equiparación en la representatividad de los sexos sorprendente, especialmente teniendo en cuenta que la muestra no ha sido seleccionada teniendo en cuenta este factor.

 **Edad**

| Segmentación por edad y sexo |         |         |         |
|------------------------------|---------|---------|---------|
|                              | Hombres | Mujeres | Total   |
| Menores de 30 años           | 7,69%   | 12,50%  | 10,00%  |
| Entre 30 y 40 años           | 23,08%  | 37,50%  | 30,00%  |
| Entre 40 y 50 años           | 42,31%  | 37,50%  | 40,00%  |
| Entre 50 y 60 años           | 11,54%  | 12,50%  | 12,00%  |
| Mayor de 60 años             | 15,38%  | 0,00%   | 8,00%   |
| Totales                      | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

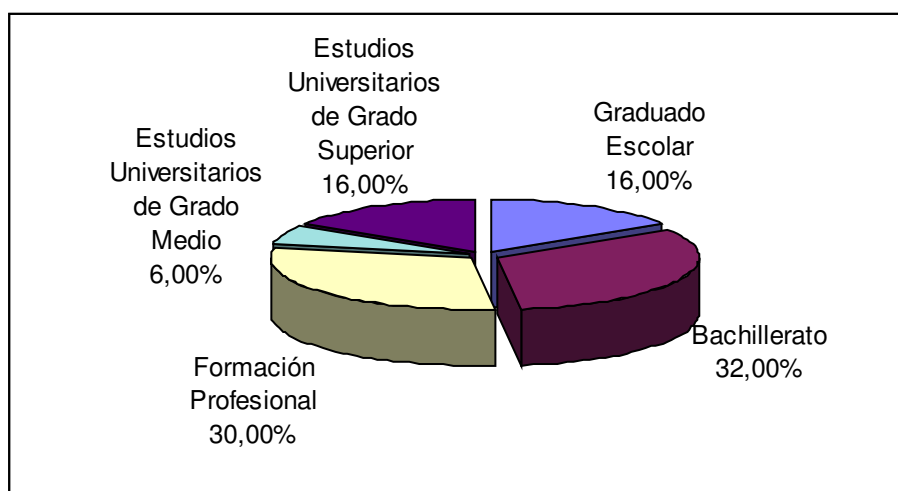


En cuanto a la edad, un 60% de los artesanos se incluye en el segmento de mayores de 40 años, del cual un 20% corresponde a mayores de 50 años y siendo tan sólo un 10% de los artesanos menores de 30 años. Estas cifras presentan un **sector maduro cuya media de edad se sitúa en los 43 años** y que deja entrever el problema de recambio generacional y la amenaza sobre la pérdida de ciertos oficios.

## 8.2 Formación

### 🏠 Nivel de estudios alcanzado

| Nivel de estudios alcanzado               |         |
|---|---------|
| Graduado Escolar                          | 16,00%  |
| Bachillerato                              | 32,00%  |
| Formación Profesional                     | 30,00%  |
| Estudios Universitarios de Grado Medio    | 6,00%   |
| Estudios Universitarios de Grado Superior | 16,00%  |
| Total                                     | 100,00% |

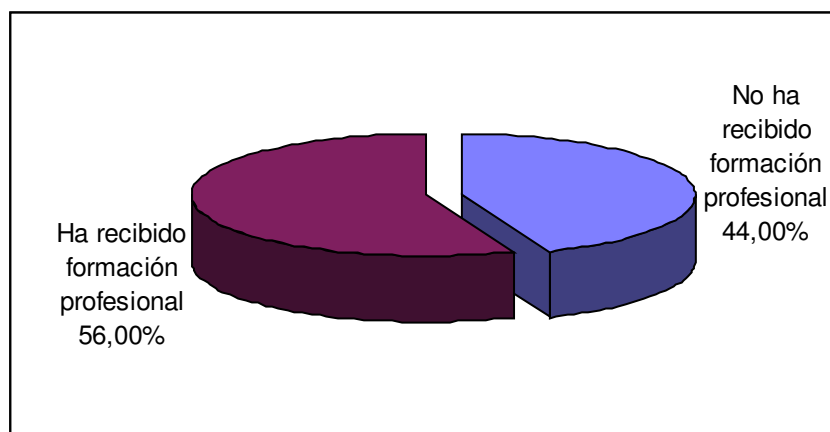


En cuanto a los datos presentados, sorprende el elevado porcentaje de artesanos con Estudios Universitarios, especialmente de Grado Superior, alcanzando este último un 16% sobre un total del 22% de universitarios. Esta cifra puede explicarse por el hecho de la **limitada capacidad de absorción de titulados universitarios que tiene el mercado laboral asturiano**.

El análisis de las respuestas de los artesanos entrevistados en cuanto a la formación recibida, presenta una situación anómala respecto a la **relación formación – actividad desarrollada, presentando únicamente un 6% de los mismos una formación relacionada con la actividad que llevan a cabo**. En estos casos, se trata principalmente de estudios de Formación Profesional<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Tales como Ajuste en metal, fotografía o alimentación

| Formación Profesional recibida       |         |
|--------------------------------------|---------|
| No ha recibido formación profesional | 44,00%  |
| Ha recibido formación profesional    | 56,00%  |
| Total                                | 100,00% |



Hasta un 44% de los artesanos entrevistados manifiestan no haber recibido ningún tipo de formación relacionada con su actividad profesional. En la mayoría de los casos los artesanos habían trabajado en otros talleres, o se encontraban vinculados al sector bien de forma profesional o familiar. Esto implica que nos encontramos con un sector formado por personas que dominan las técnicas tradicionales, pero que presentan carencias en determinados aspectos de la producción como puede ser la propia gerencia o el diseño. Esta situación se ha venido invirtiendo introduciéndose jóvenes artesanos que han seguido algún tipo de formación profesional específica.

En cuanto a los artesanos que sí han recibido formación profesional, ésta ha sido proporcionada en un 39,29% de los casos por el INEM, en un 21,43% por la Escuela de Artes y Oficios y en un 17,88% por cursos ofrecidos en diferentes asociaciones.

Es de destacar el alto porcentaje representado por el apartado “otros” respecto al origen de la formación recibida; las respuestas de los artesanos han sido muy variadas e imposibles de estratificar, incluyendo cursos y seminarios en otras provincias (como Galicia o la Comunidad Valenciana), formación específica y

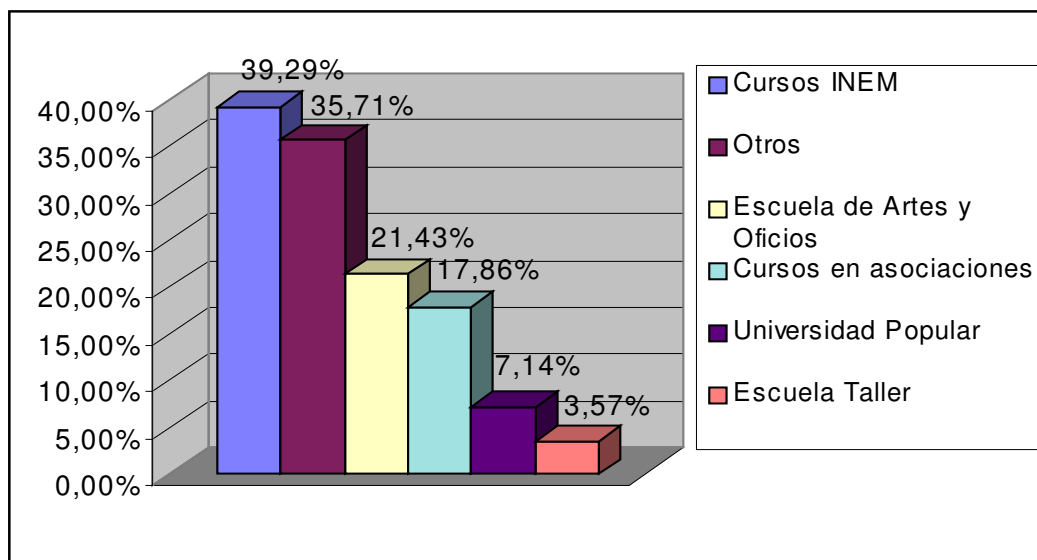
## PERFIL DEL TALLER

congresos en otros países (como Italia o Francia) y formación particular y privada en academias o con otros artesanos.

Otro dato importante es que los artesanos no han recibido formación a través de los talleres de empleo, probablemente por su orientación hacia programas de reinserción social y laboral y no en función de una vocación personal, factor crítico del sector de la artesanía.

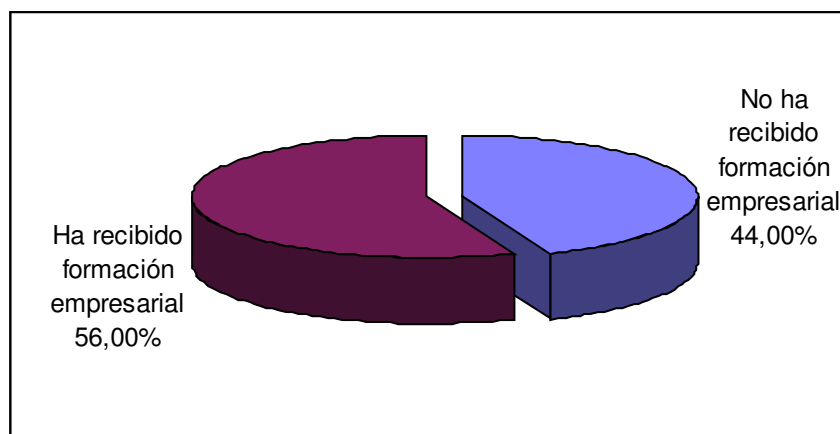
| Origen de la Formación Profesional recibida |         |
|---|---------|
| Cursos INEM                                 | 39,29%  |
| Otros                                       | 35,71%  |
| Escuela de Artes y Oficios                  | 21,43%  |
| Cursos en asociaciones                      | 17,86%  |
| Universidad Popular                         | 7,14%   |
| Escuela Taller                              | 3,57%   |
| Taller de Empleo                            | 0,00%   |
| Total                                       | 125,00% |

## PERFIL DEL TALLER



## Formación Empresarial

| Formación Empresarial Recibida       |         |
|--------------------------------------|---------|
| No ha recibido formación empresarial | 44,00%  |
| Ha recibido formación empresarial    | 56,00%  |
| Total                                | 100,00% |



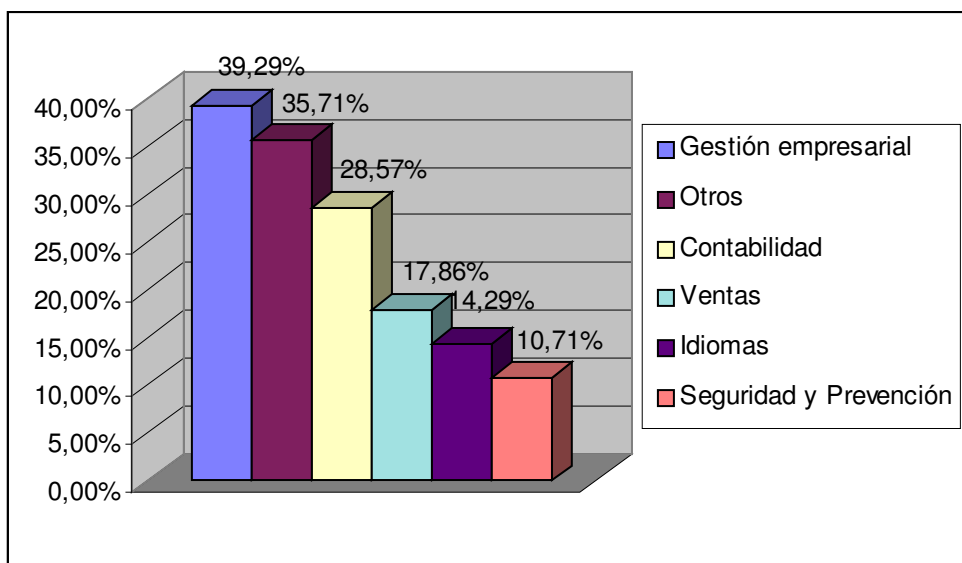
En cuanto a la formación empresarial, se sigue una tendencia similar a la formación profesional, hasta un 44% de los artesanos manifiestan no haber recibido ningún tipo de formación en éste área, presentando carencias importantes en gerencia que en la mayoría de los casos se suplen con la contratación de servicios externos, es decir, cuentan con un amigo o empresa que les realiza tareas de contabilidad, gestión laboral o asesoramiento fiscal.

## PERFIL DEL TALLER

En cuanto al tipo de cursos seguidos por los artesanos que sí han recibido formación en este campo, se trata en general de cursos de gestión y dirección de empresas así como de contabilidad.

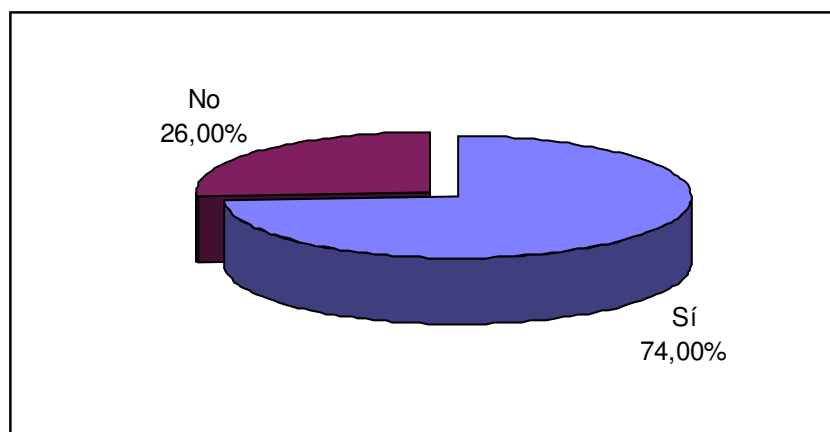
Es de destacar el grado de formación recibida en nuevas tecnologías, incluido bajo el apartado “otros” y que incluye la realización de cursos de informática, ofimática, programas de gestión o Autocad.

| Tipo de la Formación Empresarial recibida |         |
|---|---------|
| Gestión empresarial                       | 39,29%  |
| Otros cursos                              | 35,71%  |
| Contabilidad                              | 28,57%  |
| Ventas                                    | 17,86%  |
| Idiomas                                   | 14,29%  |
| Seguridad y Prevención                    | 10,71%  |
| Total                                     | 146,43% |



## Formación Complementaria

| Necesidad de Formación Complementaria                   |         |
|---|---------|
| Considera necesaria alguna formación complementaria     | 74,00%  |
| No considera necesaria ninguna formación complementaria | 26,00%  |
| Total   | 100,00% |

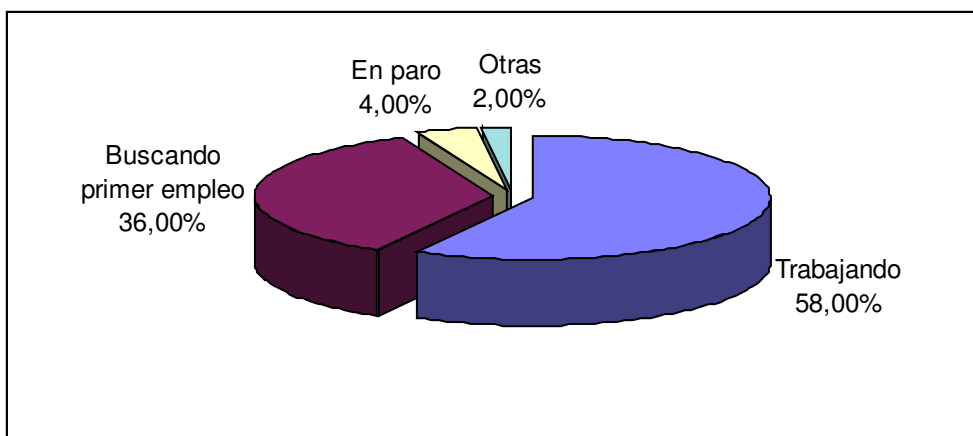


La mayoría de los artesanos considera que la formación complementaria es necesaria para el ejercicio de la actividad artesanal, aunque un 20,51% afirmó que no habían recibido ningún tipo de formación, ni profesional ni empresarial.

### 8.3 Situación laboral

| Situación laboral antes de ponerse por su cuenta |         |
|--|---------|
| Trabajando                                       | 58,00%  |
| Buscando primer empleo                           | 36,00%  |
| En paro  | 4,00%   |
| Otras  | 2,00%   |
| Total  | 100,00% |

## PERFIL DEL TALLER



Un dato a destacar respecto a la situación laboral de los artesanos antes de la puesta en marcha de su taller es que hasta un 36% se encontraba en busca de su primer empleo y un 4% más se encontraba en el paro; es decir, un **40% de los artesanos entrevistados encontraron en el autoempleo una salida a su situación laboral.**

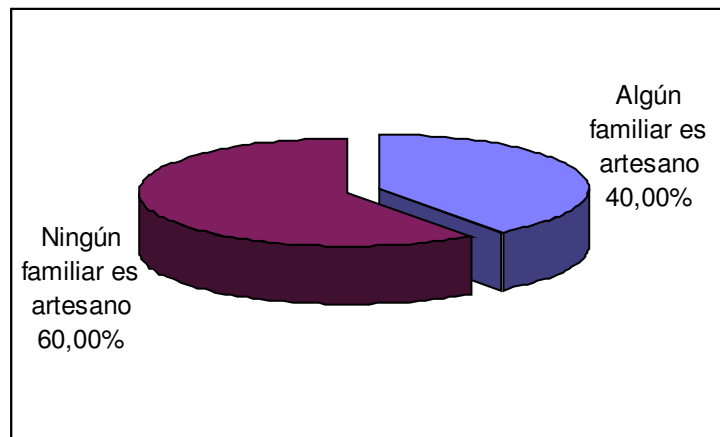
Por otro lado, un 58% de los artesanos se encontraba en activo antes de iniciar su negocio, y en su gran mayoría (55%) estaba desarrollando una actividad diferente a la actual.

| Situación previa: trabajando |         |
|------------------------------|---------|
| Mismo sector                 | 44,83%  |
| Diferente sector             | 55,17%  |
| Total                        | 100,00% |

## 8.4 Experiencia Profesional / Artesanal

### Familiar artesano

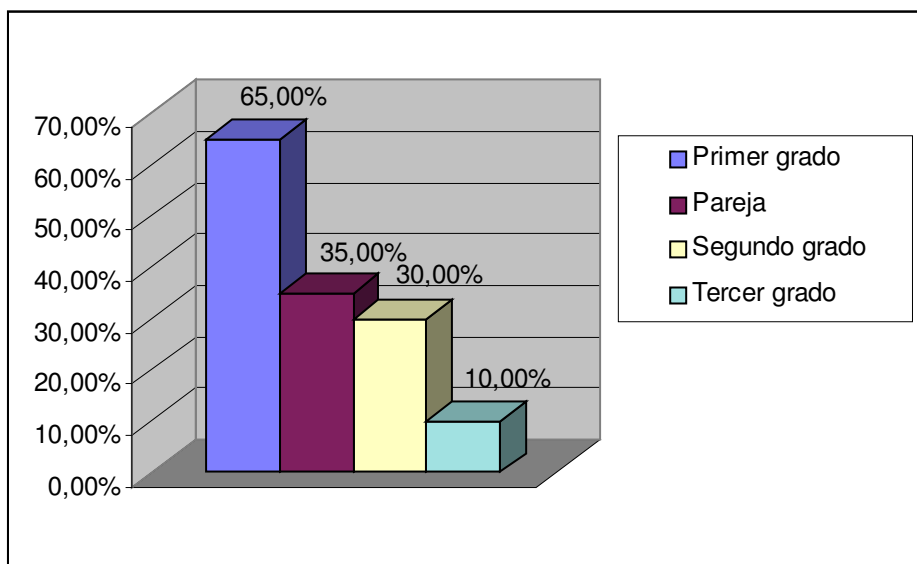
| Familiar artesano |         |
|-------------------|---------|
| Si                | 40,00%  |
| No                | 60,00%  |
| Total             | 100,00% |



Hasta un 40% de los artesanos dispone de un familiar que desarrolla su actividad en este sector. Este dato confirma que en muchos casos éstos se encontraban vinculados de alguna forma a la artesanía, siguiendo el aprendizaje del oficio en base a una relación de parentesco.

| Grado de parentesco |        |
|---------------------|--------|
| Primer grado        | 65,00% |
| Pareja              | 35,00% |
| Segundo grado       | 30,00% |
| Tercer grado        | 10,00% |

## PERFIL DEL TALLER



En cuanto al grado de parentesco, el caso más frecuente es la relación de primer grado (padres e hijos en un 65%) y la de pareja (35% de los casos).

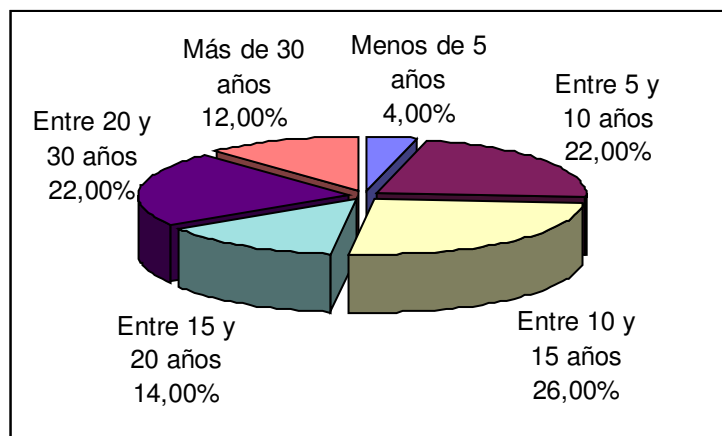
Sin embargo, resulta significativo el 30% alcanzado por las relaciones de segundo grado (abuelos, hermanos), más común en el desarrollo de actividades artesanales tradicionales.

### Tiempo de desarrollo de la actividad

---

| Tiempo de desarrollo de la actividad |        |
|--------------------------------------|--------|
| Menos de 5 años                      | 4,00%  |
| Entre 5 y 10 años                    | 22,00% |
| Entre 10 y 15 años                   | 26,00% |
| Entre 15 y 20 años                   | 14,00% |
| Entre 20 y 30 años                   | 22,00% |
| Más de 30 años                       | 12,00% |

## PERFIL DEL TALLER



Como se observa en la tabla y gráfico anterior, uno de cada cuatro artesanos lleva más de 10 años desarrollando su actividad, mostrando un sector maduro, en el que se dan muestras de renovación y de dinamismo empresarial.

Hasta un 12% de los artesanos lleva desarrollando su actividad más de 30 años, destacando la presencia de un 6% que supera los 45 años de experiencia. En este último caso se trata de artesanos expertos en algún tipo de artesanía tradicional (cestería, madreñas) y que aunque ya están jubilados continúan en activo a efectos de asistencia a demostraciones, ferias y formación.

## Economía Sumergida

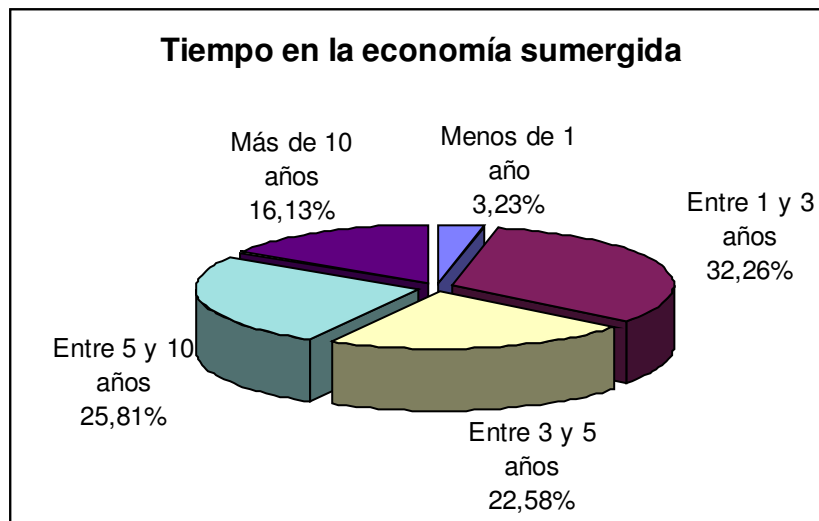


Hasta un 62% de los artesanos reconoce haber desarrollado su actividad en la economía sumergida, lo que deja claro que la artesanía es una actividad que requiere un análisis intenso de su rentabilidad económica “*a priori*”. Este dato es una de las protestas principales del sector, que reclama vigilancia hacia este

## PERFIL DEL TALLER

tipo de competencia, especialmente cuando se trata de situaciones de larga duración.

En el siguiente gráfico se puede observar como un 16% de los artesanos han desarrollado su actividad en la economía sumergida durante más de 10 años, tiempo más que suficiente para comprobar la viabilidad de cualquier negocio.



## Registro de Artesanos

---



Sólo un 32% de los artesanos no se haya inscrito en el registro de artesanos. En estos casos, la falta de inscripción obedece a diversas razones, en unos casos radica en la obligatoriedad de encontrarse dado de alta en la Seguridad Social durante un año previo a la inscripción (para algunas actividades) lo que se ve como un obstáculo, o que algunos artesanos opinan que no les sirve de nada puesto que no asisten a ferias o no lo han visto necesario.

En cuanto a los profesionales que sí están inscritos, la gran mayoría opina que es necesario para estar al día en el sector. Otros opinan en cambio que no es más que un requisito burocrático para poder asistir a algunas ferias y para acceder a las ayudas.

### Carta de Maestro Artesano<sup>4</sup>

---

Un 13% de los artesanos que no están inscritos en el registro estarían interesados en conseguir la Carta de Maestro Artesano, por lo que la puesta en marcha de este reconocimiento pudiera servir como acicate para aumentar el número de artesanos registrados. En general, las razones que se aducen en este caso se basan en una defensa contra el intrusismo en el sector.

Por otro lado, un 85% de los artesanos ya inscritos en el registro se muestran interesados en conseguir la carta de Maestro Artesano, considerándola un reconocimiento muy importante al tiempo dedicado a la actividad, la experiencia y una forma de mejorar el currículum de la empresa y la forma de promocionar los productos, así como una forma de abrir puertas a otros mercados. Sin embargo, en este campo también se muestran muy recelosos al no estar implantados los requisitos a cumplir para obtener la Carta y no conocer en qué circunstancias se concede, lo que les hace mostrarse cautelosos al respecto.

En general, en este sentido se puede afirmar que la Carta de Maestro Artesano sería bien recibida por el sector, tal y como está reconocida en el Decreto 88/94 de 5 de diciembre que regula la actividad artesana en el Principado de Asturias, aunque es preciso esperar a su desarrollo para conocer en detalle los requisitos, plazos o formas de acreditación de la cualificación profesional.

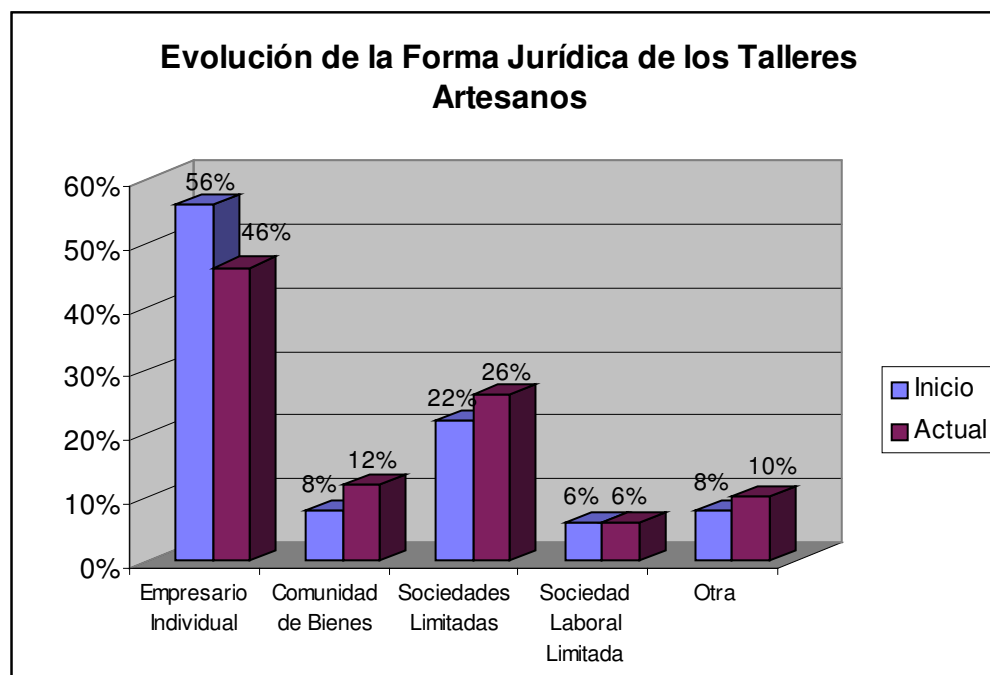
---

<sup>4</sup> La Carta de Maestro Artesano acredita que su titular tiene conocimientos cualificados en el desempeño del oficio artesanal que ejerza. Para obtenerla es necesario cumplir requisitos como haber desempeñado durante un mínimo de quince años el oficio cuyo reconocimiento se pretende, intervenir personal y directamente en la ejecución de los trabajos y poseer cualificación profesional suficiente y acreditada ante el Consejo de Artesanía. Además, obliga al titular a ejercer, en la medida de sus posibilidades, una labor docente destinada a preservar la continuidad y la pervivencia de sus conocimientos.

## 9. PERFIL DEL TALLER

### 9.1 Forma Jurídica

|                           | Evolución de la Forma Jurídica del Taller |                       |
|---------------------------|---|-----------------------|
|                           | Forma Jurídica al Inicio                  | Forma Jurídica Actual |
| Empresario Individual     | 56,00%                                    | 46,00%                |
| Comunidad de Bienes       | 8,00%                                     | 12,00%                |
| Sociedades Limitadas      | 22,00%                                    | 26,00%                |
| Sociedad Laboral Limitada | 6,00%                                     | 6,00%                 |
| Otros                     | 8,00%                                     | 10,00%                |
| Total                     | 100,00%                                   | 100,00%               |



En cuanto a la forma jurídica a través de la cual los artesanos desarrollan su actividad, dado que la muestra ha sido seleccionada intentando que hubiera una representación igualitaria de sociedades mercantiles y empresarios individuales, los datos no son concluyentes. Sin embargo, si se debe resaltar que un 10% de los artesanos entrevistados declaró encontrarse en alguna otra situación, incluyendo a artesanos que se encuentran jubilados (agraria, minería) y que continúan realizando actividades dentro del sector de la artesanía, así como aquellos que desarrollan su actividad de forma irregular.

## PERFIL DEL TALLER

Por otro lado, si es relevante el análisis respecto a la tendencia y la divergencia en la evolución de las formas jurídicas en el tiempo. Como se puede observar en el gráfico anterior, se reduce el número de empresarios individuales, aumentando por otra parte el número de sociedades limitadas y comunidades de bienes, lo que puede ser un síntoma de la evolución del taller hacia una idea de negocio (cambio visión artesano – empresa)

### Socios

---

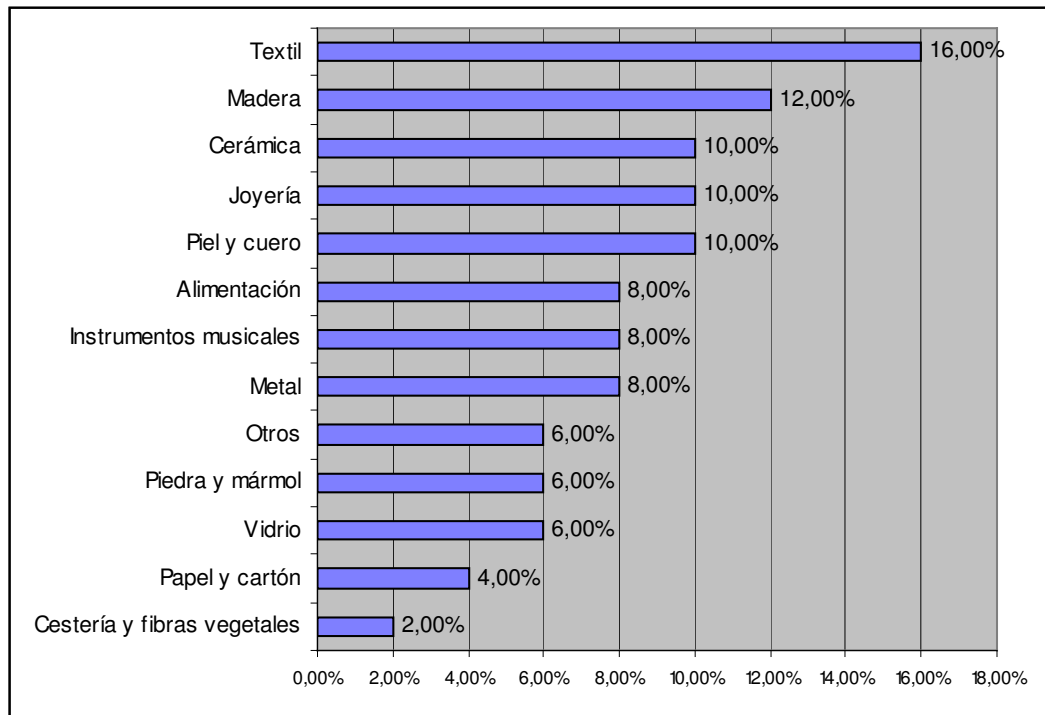
| Tipo y número de socios |                  |                   |
|-------------------------|------------------|-------------------|
| Número de socios        | Socio trabajador | Socio capitalista |
| Ninguno                 | 72,00%           | 72,00%            |
| Uno                     | 20,00%           | 16,00%            |
| Dos                     | 6,00%            | 6,00%             |
| Más de tres             | 2,00%            | 6,00%             |
| Total                   | 100,00%          | 100,00%           |

Hasta en un 72% de los casos el artesano no tiene socios, ni trabajadores ni capitalistas, llevando él mismo la dirección del negocio y el riesgo de la inversión. Este dato resulta interesante en contraposición con los datos de la forma jurídica, por lo que nos encontramos con que hasta un 31% de las sociedades limitadas están compuestas por un único artesano capitalista y trabajador.

Otro dato a tener en cuenta es la divergencia en el número y tipo de socios, reduciéndose el número de empresas que tienen más de un socio de forma progresiva, tanto respecto a los socios capitalistas como a los socios trabajadores, siendo más frecuentes las unidades de producción de tamaño más reducido.

**9.2 Actividad del taller**

**Sector de la empresa**



Respecto a la actividad desarrollada por el artesano dentro del sector, no es posible extraer una conclusión válida dado que la selección de la muestra se llevó a cabo intentando que todas y cada una de las actividades estuvieran representadas de igual forma. Las diferencias en el peso relativo se establecieron a la hora de realizar el trabajo de campo con la sustitución aleatoria de algunos artesanos, y con la inclusión de artesanos que realizan más de una actividad, desvirtuando la clasificación sectorial.

Por lo que se refiere al número de subactividades que desarrollan los artesanos dentro de cada actividad, el 84% de los entrevistados lleva a cabo una única subactividad (en el caso de la madera la talla, el torneado o la ebanistería) y sólo un 16% llevaban a cabo más de una. En éste último caso, las subactividades corresponden mayoritariamente al mismo sector, es decir, es frecuente encontrar artesanos que dentro la actividad textil desarrollen varias subactividades como el tejido, la decoración de telas, el ganchillo o la camisería o que en la actividad de instrumentos musicales fabriquen tanto instrumentos de viento, como de cuerda o percusión.

## PERFIL DEL TALLER

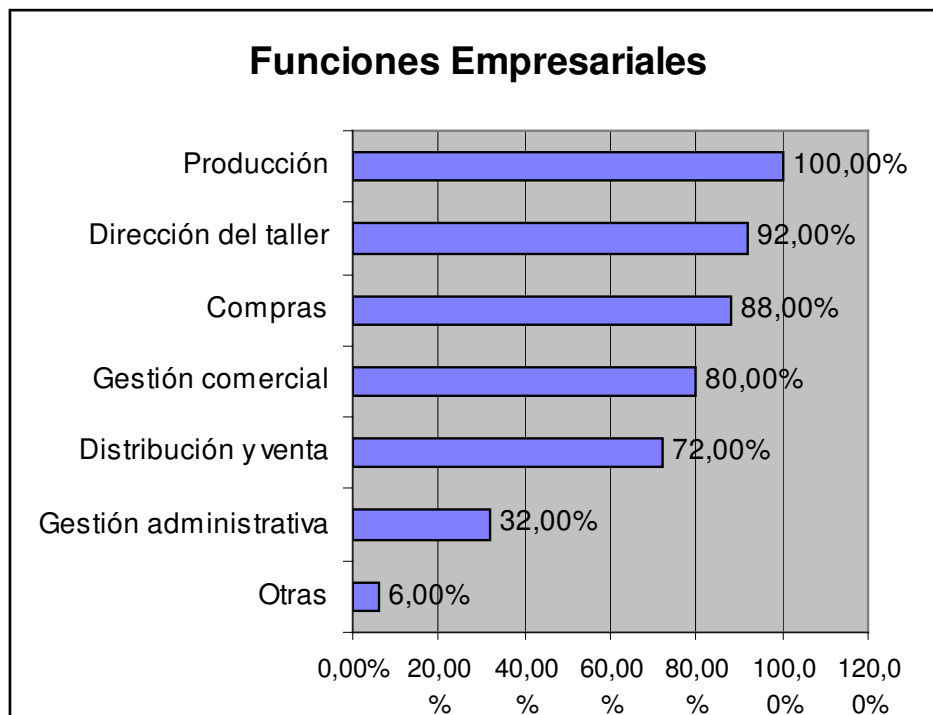
Por otro lado, un 2% de los artesanos trabajan en más de una actividad, es decir, desarrollan simultáneamente actividades de cerámica y textil, o madera y joyería, por ejemplo.

### 9.3 Actividad Profesional del artesano

| Funciones empresariales asumidas por el artesano |         |
|--|---------|
| Tareas   | %       |
| Producción                                       | 100,00% |
| Dirección del taller                             | 92,00%  |
| Compras  | 88,00%  |
| Gestión comercial                                | 80,00%  |
| Distribución y venta                             | 72,00%  |
| Gestión administrativa                           | 32,00%  |
| Otras  | 6,00%   |

Como se puede observar en la tabla anterior, en general los artesanos se responsabilizan de aquellas tareas y funciones que requieren una mayor formación y responsabilidad, como la producción o la dirección del taller, siendo muy frecuente que deleguen o subcontraten el desarrollo de otro tipo de tareas como la gestión administrativa a empresas o personas ajenas al taller.

## PERFIL DEL TALLER



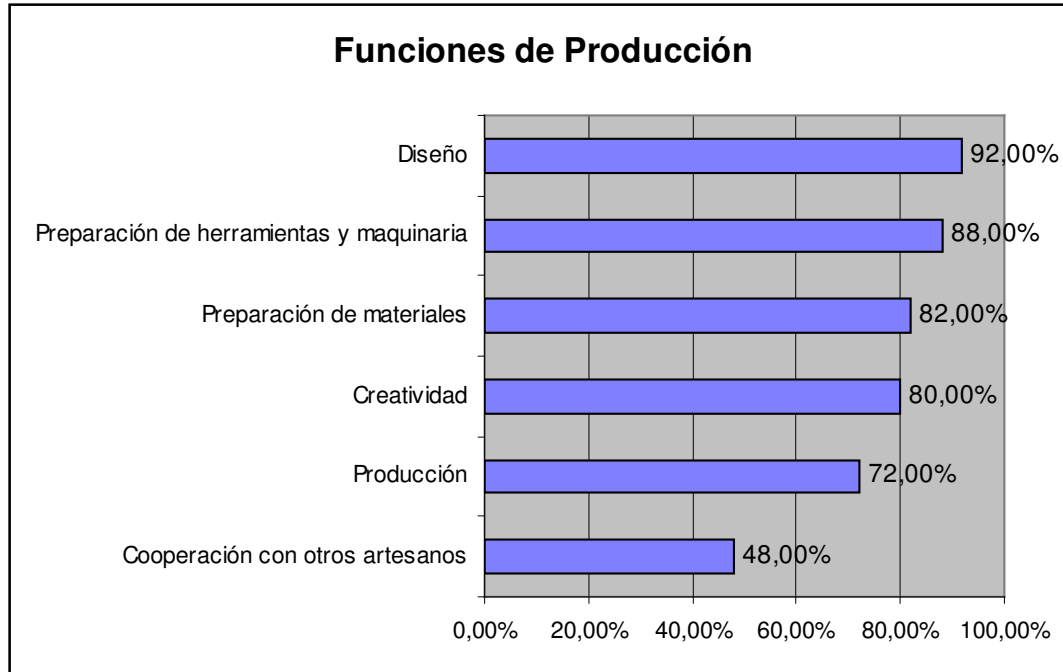
En cuanto a otras funciones como las compras o la gestión comercial, es el artesano quien lleva a cabo buena parte de ellas aunque como se puede apreciar en la tabla y gráfico anteriores, el peso de su participación se ha reducido, debiéndose principalmente a que son tareas asumidas por parte de algún socio trabajador o capitalista.

| Funciones de producción asumidas por el artesano |        |
|--|--------|
| Tareas   | %      |
| Diseño   | 92,00% |
| Preparación de herramientas y maquinaria         | 88,00% |
| Preparación de materiales                        | 82,00% |
| Creatividad                                      | 80,00% |
| Producción                                       | 72,00% |
| Cooperación con otros artesanos                  | 48,00% |

La figura del artesano abarca casi todas las tareas y funciones de producción, delegando aquellas de carácter auxiliar en los empleados (si los hubiese). Se da la circunstancia de que no es frecuente que desde el taller se recurra al diseño externo o a la búsqueda de nuevas ideas a través de personas ajenas al taller, siendo en el propio negocio desde donde se llevan a cabo todas y cada una de las funciones de producción, desde la idea hasta la preparación del producto.

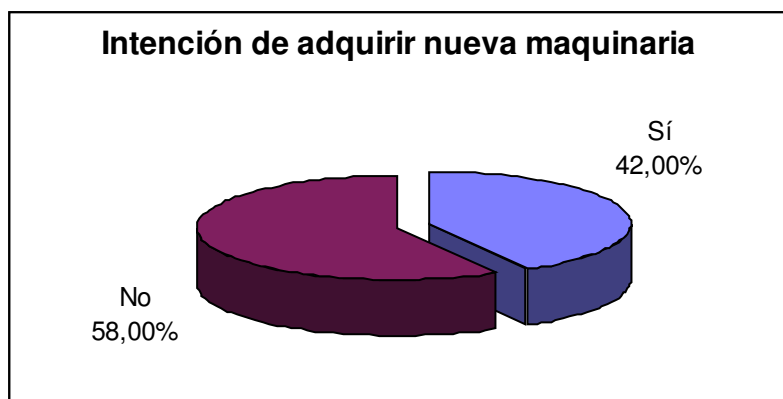
## PERFIL DEL TALLER

En el caso de la alimentación sí es más frecuente observar la subcontratación de funciones y áreas de la producción como el análisis alimentario o el empaquetado, dada la importancia de las condiciones fitosanitarias y de la alta inversión necesaria.



## 9.4 Maquinaria y herramientas

| Intención de adquirir nueva maquinaria |         |
|--|---------|
| Sí                                     | 42,00%  |
| No                                     | 58,00%  |
| Total                                  | 100,00% |



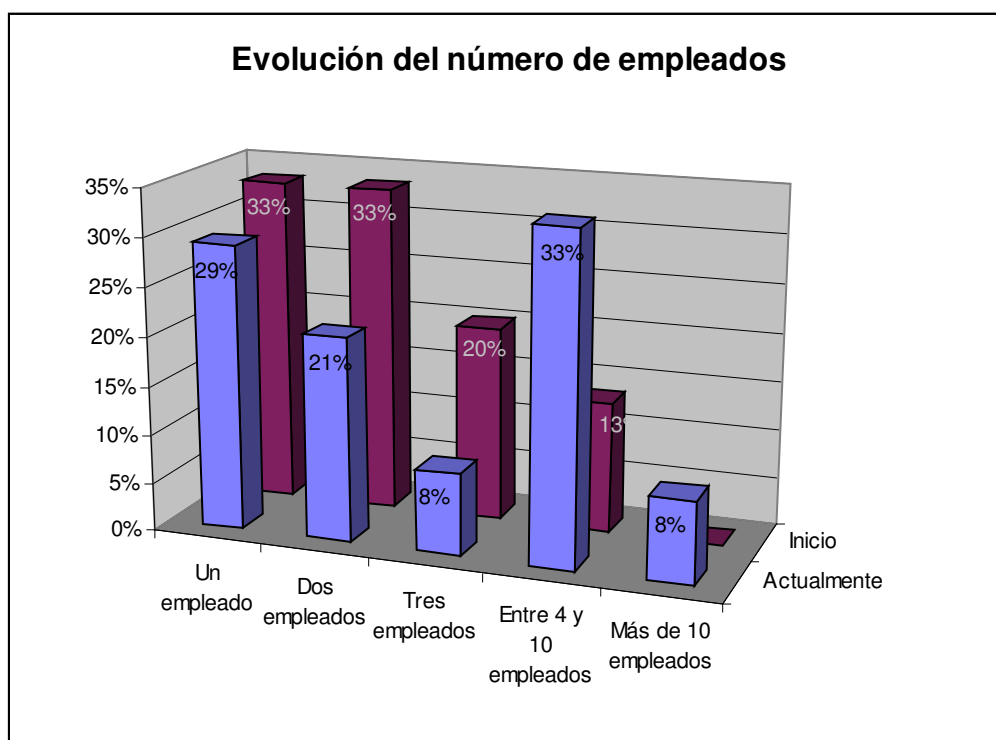
El sector mantiene un ánimo de renovación y de crecimiento; hasta dos de cada cinco artesanos tienen intención de adquirir nueva maquinaria con el objetivo de aumentar su capacidad de producción o de diversificar las actividades de los talleres.

En cuanto a la utilización de maquinaria, este es un ámbito de controversia en el propio gremio de artesanos, en el que se mezclan la pasión y los conceptos subjetivos respecto a lo que es y lo que no es artesanía. Por un lado, se encuentran los que opinan que la utilización de maquinaria impide que los artículos se puedan denominar artesanía, llevando ese nombre únicamente las piezas elaboradas completamente a mano; otros, en cambio, opinan que la definición de artesanía abarca todo aquel producto que se personaliza y se adapta a las necesidades del consumidor final, manteniendo unas características individuales.

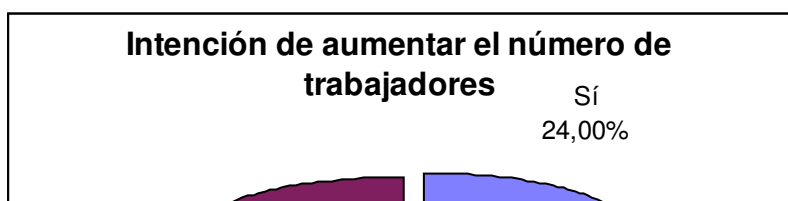
## 9.5 Recursos Humanos

### 🏠 Número de trabajadores

|                        | Evolución del número de empleados |             |
|------------------------|-----------------------------------|-------------|
|                        | Inicio                            | Actualmente |
| No tengo empleados     | 68,00%                            | 52,00%      |
| Si tengo empleados     | 32,00%                            | 48,00%      |
| Un empleado            | 33,33%                            | 29,17%      |
| Dos empleados          | 33,33%                            | 20,83%      |
| Tres empleados         | 20,00%                            | 8,33%       |
| Entre 4 y 10 empleados | 13,33%                            | 33,33%      |
| Más de 10 empleados    | 0,00%                             | 8,33%       |
| Subtotal               | 100,00%                           | 100,00%     |
| Total                  | 100,00%                           | 100,00%     |



La artesanía se compone principalmente de unidades de producción de reducido tamaño donde sólo el 8% de las empresas disponen de más de 10 empleados. Sin embargo, los talleres evolucionan y crecen en número de trabajadores, observándose un desplazamiento del número de empresas con menos empleados al inicio hacia segmentos con un mayor número de empleados en la actualidad.



**Uno de cada cuatro artesanos tiene intención de ampliar la plantilla** debido principalmente a exigencias del mercado por aumento de los pedidos. Un dato significativo es que el total de los artesanos que han manifestado su intención de contratar personal ya disponen de una cierta organización empresarial y trabajadores a su cargo.

Ello confirma la dualidad existente en el mercado respecto al artesano con vocación empresarial y el artesano tradicional o artístico, desarrollando éste último su actividad de forma solitaria y sin recurrir a la contratación de personal.

Por otro lado, en el caso de los talleres que han manifestado su negativa a aumentar el número de trabajadores, los motivos varían desde la ausencia de espacio material para incluir un trabajador más en la empresa hasta la falta de necesidad, dado que disponen de una plantilla suficiente para el trabajo requerido.

### Perfil profesional adecuado

---

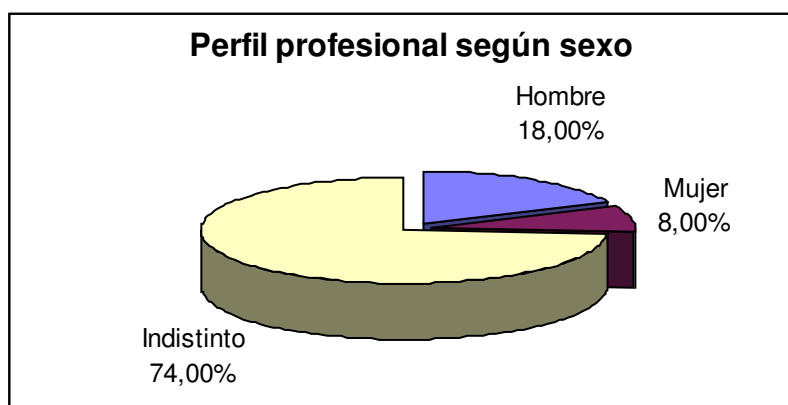
|             | PERFIL PROFESIONAL |              |
|-------------|--------------------|--------------|
|             | Requerido          | No requerido |
| Sexo        | 26,00%             | 74,00%       |
| Experiencia | 42,00%             | 58,00%       |
| Formación   | 62,00%             | 38,00%       |
| Habilidades | 70,00%             | 30,00%       |
| Actitudes   | 78,00%             | 22,00%       |

En la tabla anterior se recogen las respuestas de los artesanos en cuanto a las variables que caracterizan el perfil profesional que requerirían en caso de

## PERFIL DEL TALLER

aumentar su plantilla. En general y como se puede observar la **delimitación del perfil profesional se realiza en función de variables no cuantificables como la actitud o la habilidad**, en detrimento de otras características como la formación o la experiencia, a pesar de que éstas también se consideran importantes.

Respecto al sexo, únicamente un 26% ha mostrado algún tipo de preferencia al respecto, y en aquellos casos en que el artesano se decantó por hombres, razonó la decisión en base a la tradición del oficio (cantería, por ejemplo), a la dificultad del trabajo o a la necesidad de fuerza física. En otras ocasiones, la preferencia sobre un sexo u otro se basó en función de la composición de su plantilla actual.



Por su parte, un 42% de los talleres requieren o buscarían una persona con **experiencia previa** en el oficio. El 58% restante le resulta indiferente este dato, llegando a preferir trabajadores sin experiencia para poder incluirlos en su plantilla bajo la figura de aprendiz.

En el primer caso, se demanda experiencia profesional o en ventas, dado que es un campo un poco abandonado por los artesanos. En otros casos la experiencia se concibe como un mínimo conocimiento del sector, por lo que se exigiría el seguimiento previo de algún curso o taller relativo a la actividad a desarrollar.

En cuanto a las **habilidades** requeridas, un 70% considera que son indispensables para desarrollar el trabajo. En general, se menciona una cierta destreza o habilidad manual, delicadeza y creatividad, así como sensibilidad al

utilizar los colores. También, en ocasiones, se requiere un nivel cultural alto, dado el perfil del cliente al que se dirige la empresa.

### **Personas con discapacidad**

---



El 90% de los artesanos entrevistados no tendría inconveniente en contratar a una persona con discapacidad, siempre y cuando ésta pudiera desarrollar su labor y su trabajo con total normalidad. Sin embargo únicamente un 4% de los artesanos entrevistados ya emplea personas discapacitadas.

Los artesanos que no incluirían a un discapacitado en su plantilla razonan su decisión considerando que no sería fácil que desarrollen el trabajo de igual forma que un no discapacitado.

### **Búsqueda de trabajadores**

---

En general, la búsqueda de nuevos trabajadores en este sector se realiza por el método tradicional de contactos, conocidos o amigos (44% de las respuestas). No son muchos los artesanos que han declarado que se dirigirían a las escuelas taller u otras entidades para localizar potenciales trabajadores, apenas un 24%.

## 9.6 Centros de actividad

| Centro de actividad        |        |
|----------------------------|--------|
| Trabajo en casa            | 6,00%  |
| Dispongo de taller         | 94,00% |
| Dispongo de punto de venta | 40,00% |

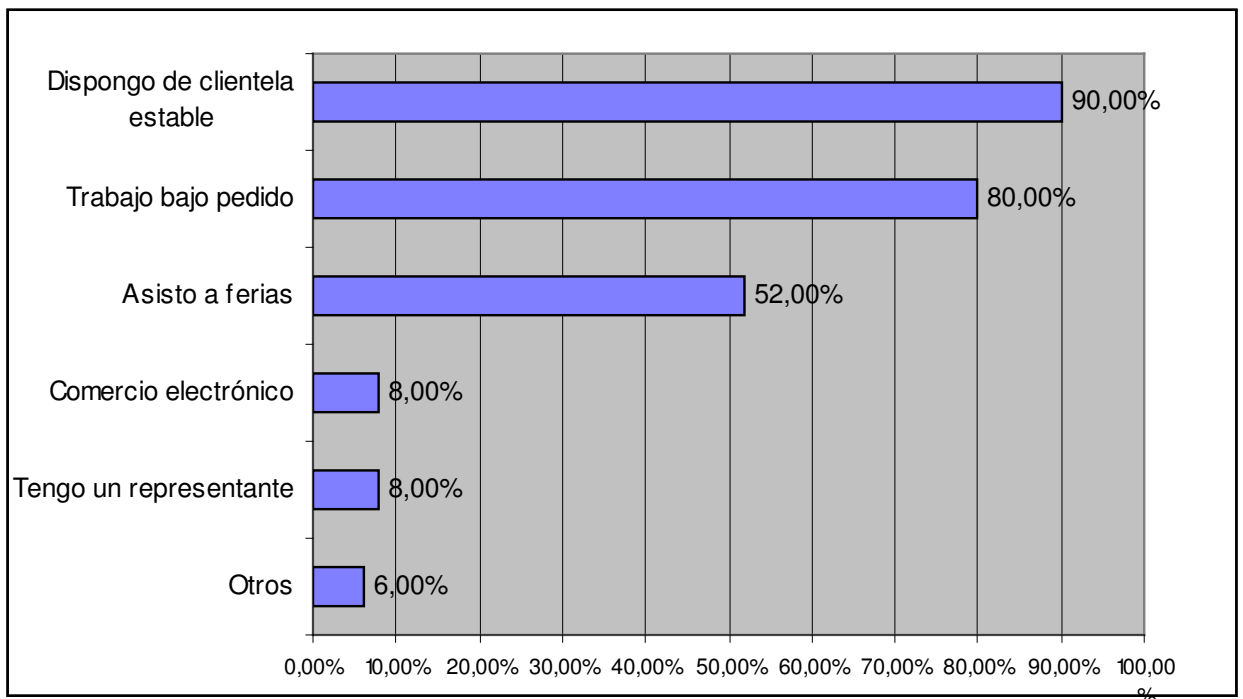


En general, los artesanos desarrollan su trabajo en talleres equipados al efecto, excepto un 6% que trabaja en casa, siendo el caso de aquellos que realizan su actividad de forma irregular o los jubilados que trabajan el campo de la artesanía tradicional.

En cuanto al resto, es de destacar que el 40% dispone de un punto de venta propio, es decir, un local donde comercializar sus productos; en ocasiones el punto de venta se sitúa en el mismo taller donde realiza su actividad, pero diferenciando espacialmente las funciones de producción y de comercialización.

## 9.7 Fórmulas de comercialización

| Fórmulas de comercialización  |        |
|-------------------------------|--------|
| Dispongo de clientela estable | 90,00% |
| Particulares                  | 26,67% |
| Comercio                      | 17,78% |
| Ambos                         | 55,56% |
| Trabajo bajo pedido           | 80,00% |
| Asisto a ferias               | 52,00% |
| Visitante                     | 15,38% |
| Expositor                     | 88,46% |
| Mercados generales            | 30,77% |
| Ferias de artesanía           | 53,85% |
| Ferias especializadas         | 57,69% |
| Comercio electrónico          | 8,00%  |
| Tengo un representante        | 8,00%  |
| Otros                         | 6,00%  |



## PERFIL DEL TALLER

En la artesanía los canales de comercialización son cortos, la mayoría de las ventas se realizan de forma directa; un 27% de los artesanos se dirige directamente al cliente particular, siendo inexistente la figura del intermediario y produciéndose las ventas en el propio taller, en la tienda anexa o en una feria o mercado.

Sin embargo, en el sector también se contempla la posibilidad de comercializar los productos a través de intermediarios (un 55% de los artesanos se dirigen a ambos segmentos, particulares y comercios), especialmente en el caso de los talleres que han iniciado un proceso de expansión y más concretamente en aquellos relacionados con la alimentación, en los que la distribución del producto se realiza a través del comercio detallista.

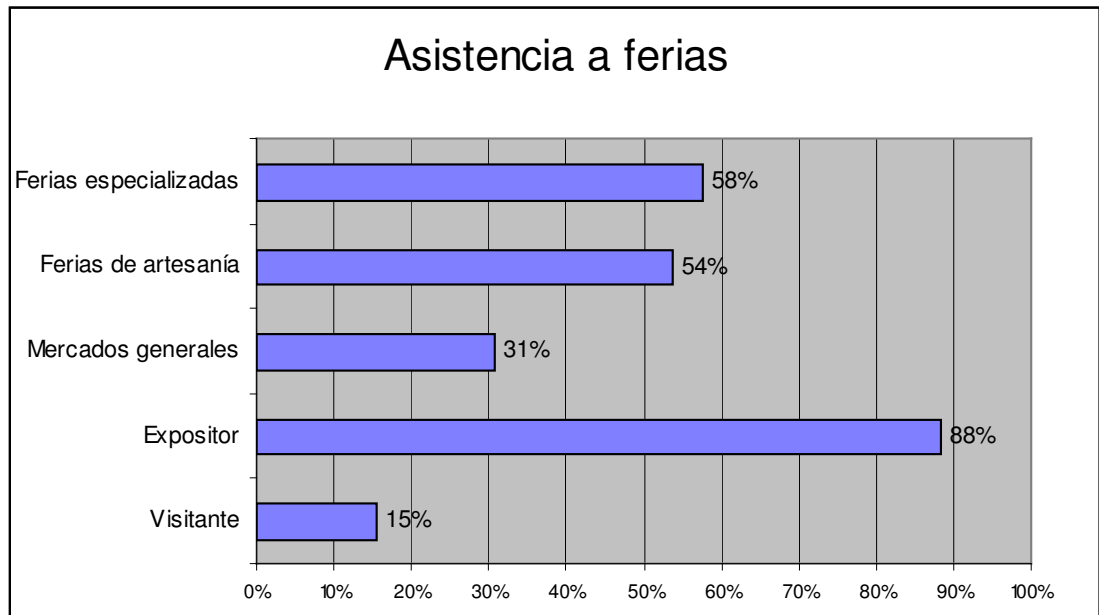
En general, los artesanos consideran que disponen de una clientela estable llegando a trabajar bajo pedido en un 80% de los casos.

La asistencia a ferias y mercados es uno de los recursos de los que se dispone para la promoción y realización de ventas, siendo cada vez más importante dada la proliferación de mercados y ferias tradicionales y medievales, en los que el trabajo artesano es uno de los principales exponentes.

Así, la asistencia a ferias es una fórmula que sigue hasta un 52% de los entrevistados, principalmente de actividades como la piel y el cuero, la cerámica, la alimentación y el textil.

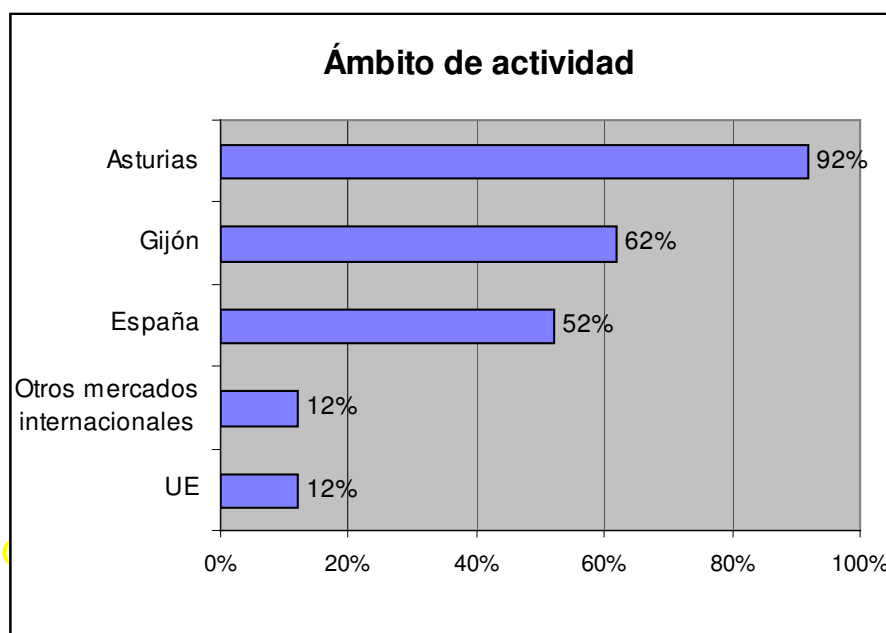
En cuanto al tipo de feria, se asiste en mayor medida a ferias especializadas, tipo FIDMA o Agropec, y ferias de artesanía. Resulta menor la asistencia a mercados generales o ferias de verano, siendo ésta opción seguida por artesanos individuales y no por empresas.

La asistencia a ferias se realiza principalmente como expositor (88%), aunque en ocasiones los artesanos acuden como visitantes.



## 9.8 Ámbito de actividad

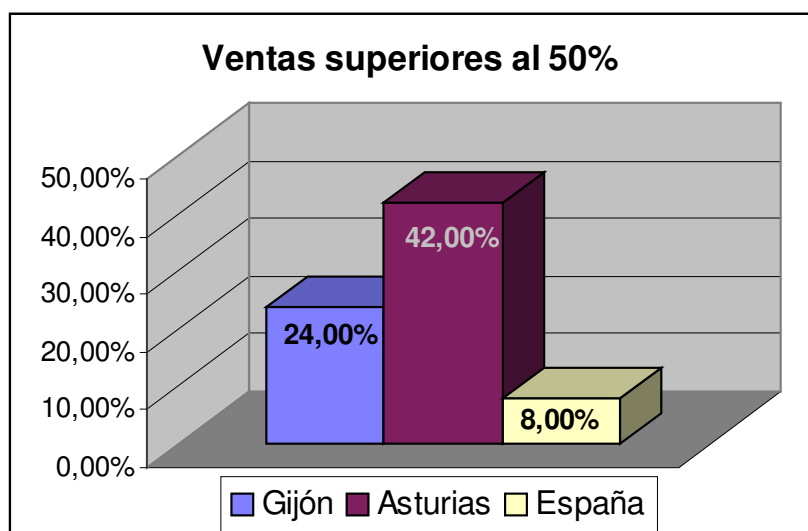
Un 52% de los artesanos realiza ventas a nivel nacional y hasta un 12% comercializa sus productos en la Unión Europea y en otros mercados internacionales (únicamente se han contemplado aquellos casos en los que la venta tenía lugar efectivamente en los mercados de destino, desechando las situaciones en las que el artesano manifestaba realizar ventas en países de la Unión Europea en función de la nacionalidad de sus clientes, habitualmente turistas de paso por la región).



## PERFIL DEL TALLER

Es de destacar el hecho de que son las actividades tradicionales las que realizan ventas en mercados internacionales, y más concretamente en el caso de la fabricación de instrumentos musicales (gaitas, tambores, castañuelas, etc.) teniendo como destino principal las asociaciones y casas de Asturias en el extranjero.

En lo que respecta al grado de implantación en los mercados de destino, hasta un 8% de los artesanos realiza más de un 50% de su facturación en el área nacional, desmitificando la creencia de que nos encontramos ante un sector de vocación localista o regionalista y mostrando la capacidad de expansión de los productos artesanos a nivel nacional.

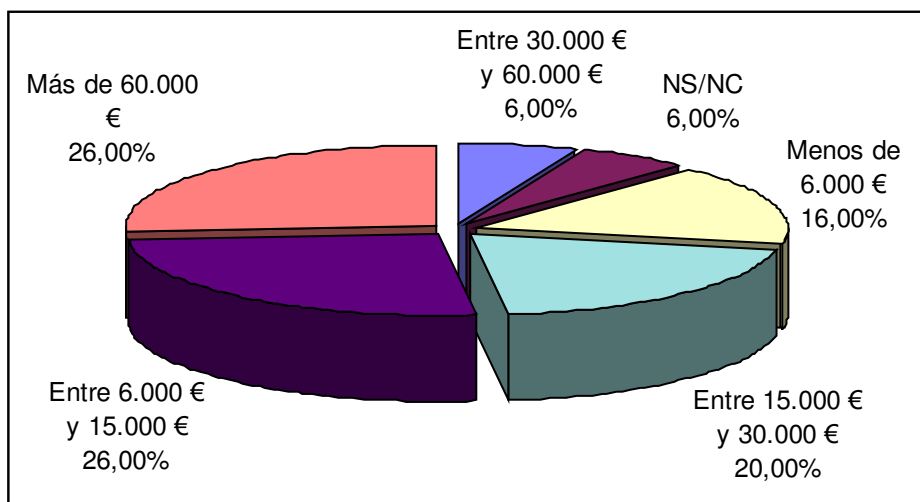


## 9.9 Facturación

| RANGOS DE FACTURACIÓN     |        |
|---------------------------|--------|
| Menos de 6.000 €          | 16,00% |
| Entre 6.000 € y 15.000 €  | 26,00% |
| Entre 15.000 € y 30.000 € | 20,00% |
| Entre 30.000 € y 60.000 € | 6,00%  |
| Más de 60.000 €           | 26,00% |
| NS/NC                     | 6,00%  |

## PERFIL DEL TALLER

## PERFIL DEL TALLER



Como era de esperar, el 32% de los artesanos que facturan más de 30.000 € lo hacen bajo la forma jurídica de una sociedad mercantil. Los artesanos individuales se sitúan en los tramos de facturación más reducidos, donde también se encuentran aquellas sociedades mercantiles sin trabajadores o de muy reciente creación.

Esta diferencia responde a la lógica de la capacidad de producción, evolución temporal de la empresa y al desarrollo de la iniciativa empresarial, que provoca que unos artesanos se decanten por el crecimiento, corriendo los riesgos que ello implica, realizando inversiones, ampliando el local, adquiriendo maquinaria y contratando personal y que otros se estanquen manteniendo una producción de subsistencia personal.

## 9.10 Miscelánea

### **Certificaciones**

---

Tan solo un 16% de los artesanos y talleres entrevistados disponen de algún tipo de certificación, siendo esta principalmente relativa a la calidad y otorgada principalmente por asociaciones profesionales. Asimismo, algunos artesanos disponen de certificados que garantizan la procedencia de los materiales o sus características como la rigidez o la flexibilidad.

### **Pertenencia a Asociaciones**

---

Un 72% de los artesanos entrevistados reconoce pertenecer a algún tipo de asociación en relación con el desarrollo de su actividad. Este dato no es concluyente dado que la muestra se realizó a partir de un censo elaborado en parte a partir de listados de socios de diferentes asociaciones de artesanos, por lo que es lógico que un elevado número de los artesanos entrevistados pertenezcan a alguna de ellas.

Sin embargo, sí se ha detectado una gran diversidad en el asociacionismo del sector, con la presencia de múltiples asociaciones profesionales o sectoriales, no existiendo un predominio de ninguna.

### **Colaboración con otros artesanos**

---

En general, la **relación intrasectorial** es buena, un 86% de los artesanos declara que coopera y colabora con otros de forma intermitente. Los ámbitos en los que se llevan a cabo estas relaciones varían en función de las necesidades, incluyendo el acabado de piezas y productos, apoyo a la entrada a nuevos mercados, captación de clientes y comercialización de productos o el desarrollo de acuerdos de compra de materias primas.

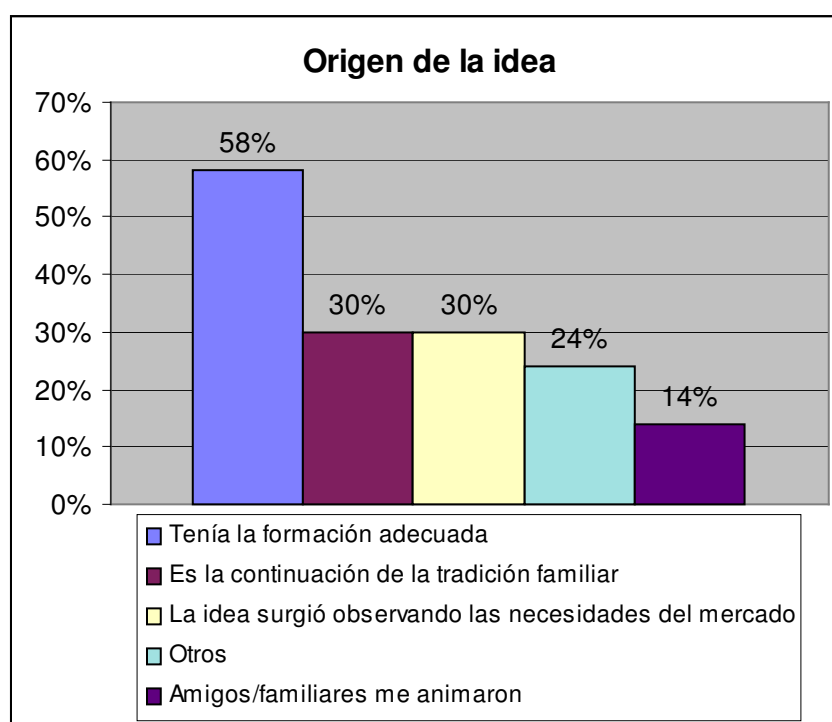
## PERFIL DEL TALLER

Además, esta cooperación funciona en muchos casos como una **red de comunicación intrasectorial** con una finalidad principalmente informativa. Es decir, facilita el flujo de la información, tanto respecto a formación, como a convocatoria de ferias o al desarrollo y aprendizaje de nuevas técnicas, o conocimientos.

## 10. VOCACIÓN EMPRESARIAL

### 10.1 Origen de la idea

| Origen de la idea                             |        |
|---|--------|
| Tenía la formación adecuada                   | 58,00% |
| Era la continuación de la tradición familiar  | 30,00% |
| Surgió observando las necesidades del mercado | 30,00% |
| Otros   | 24,00% |
| Amigos / familiares me animaron               | 14,00% |

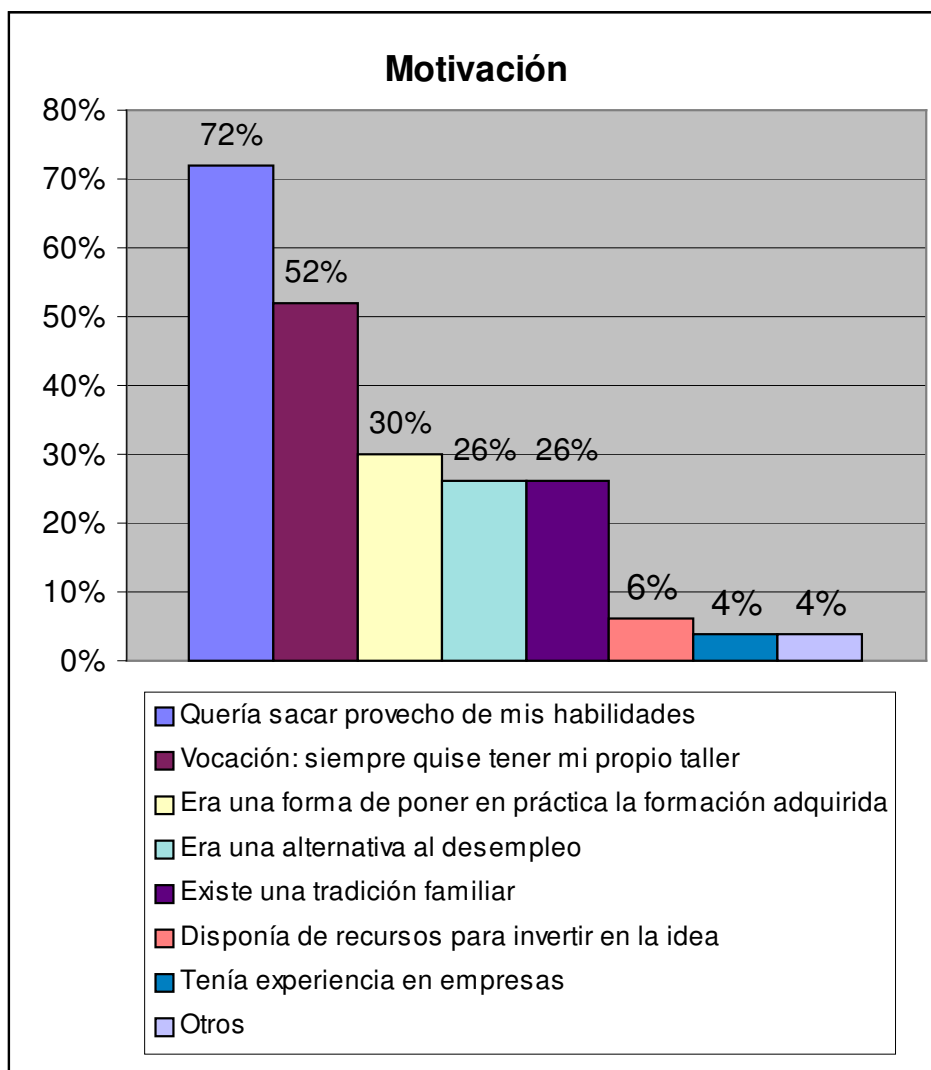


En una gran mayoría de ocasiones, se conjugaban dos circunstancias: formación adecuada y una tradición familiar ya existente o un empujón del mercado en forma de oportunidad de negocio clara y que supusiera una salida profesional viable.

## CONCLUSIONES

Un 14% de los artesanos declararon como origen de la idea: interés por la actividad, cierre de la empresa en la que trabajaban, llevar una vida en el campo, el disfrutar con el trabajo manual, los conocimientos del sector, el desarrollo de algo que consideraban una afición o la casualidad.

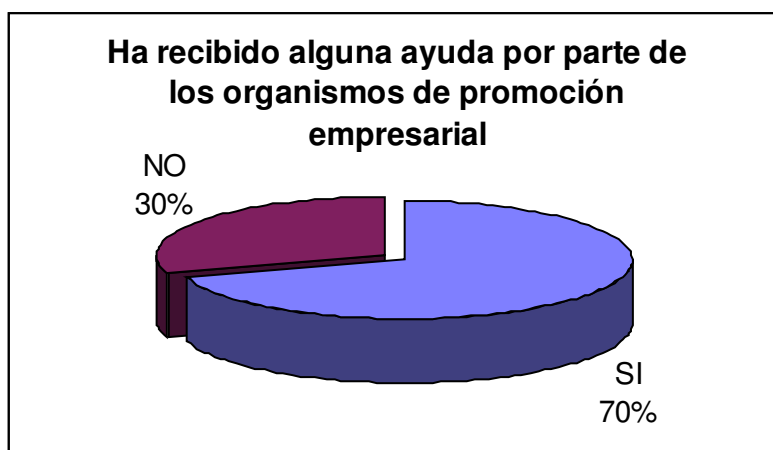
### Motivación



Si se analizan los motivos que llevaron al artesano a desarrollar su actividad como empresa, un 72% manifestó que quería sacar provecho de sus habilidades, y uno de cada dos su vocación personal fue la que les animó a trabajar poniendo en marcha un taller.

## 10.2 Ayudas

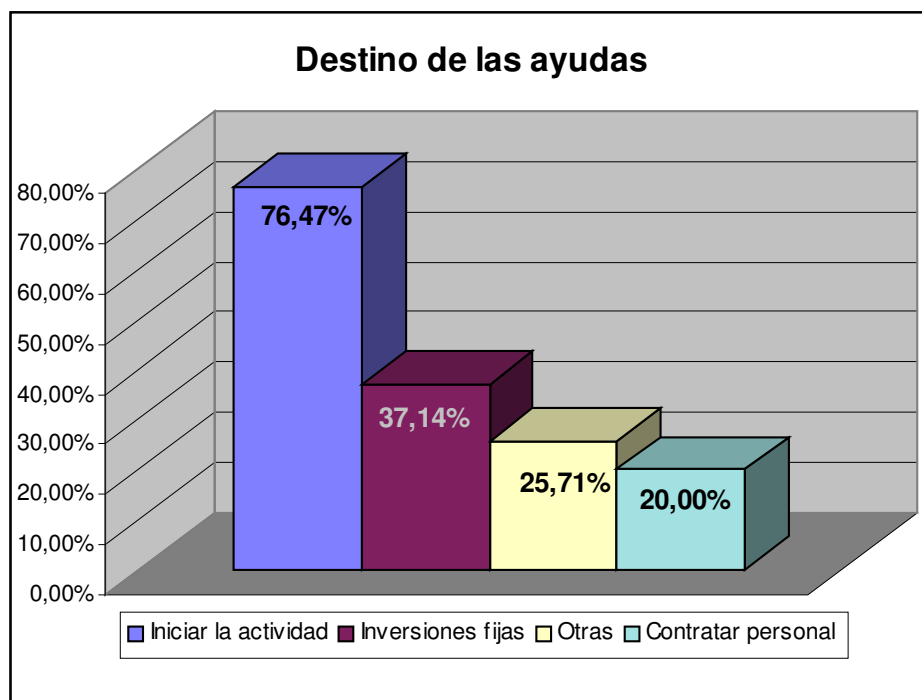
| Ha recibido ayudas |         |
|--------------------|---------|
| No                 | 30,00%  |
| Si                 | 70,00%  |
| Total              | 100,00% |



Hasta un 70% de los artesanos entrevistados ha recibido algún tipo de ayuda para el desarrollo de su actividad; el resto se debe en gran parte a talleres sin legalizar o artesanos que trabajan de forma puntual (caso de jubilados que participan en ferias y exposiciones a falta de una continuidad generacional).

| Destino de las ayudas |        |
|-----------------------|--------|
| Iniciar la actividad  | 76,47% |
| Inversiones fijas     | 37,14% |
| Otras                 | 25,71% |
| Contratar personal    | 20,00% |

## CONCLUSIONES

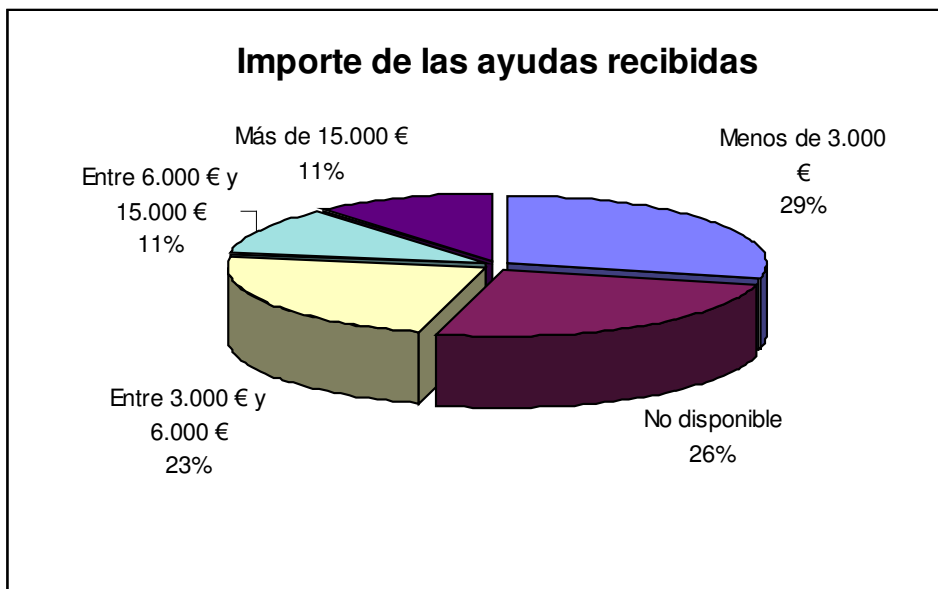


La mayor parte de los artesanos (76%) ha recibido ayudas para el inicio de la actividad, figurando la realización de inversiones fijas como segundo destino de las ayudas recibidas (37%). En el apartado otras, se incluyen ayudas para crear la página web, asistir a ferias, capital semilla o créditos a bajo interés y ayudas para la ampliación del taller, concedidas por ser mujer, discapacitado, o parado de larga duración o por la realización de algún trabajo de investigación.

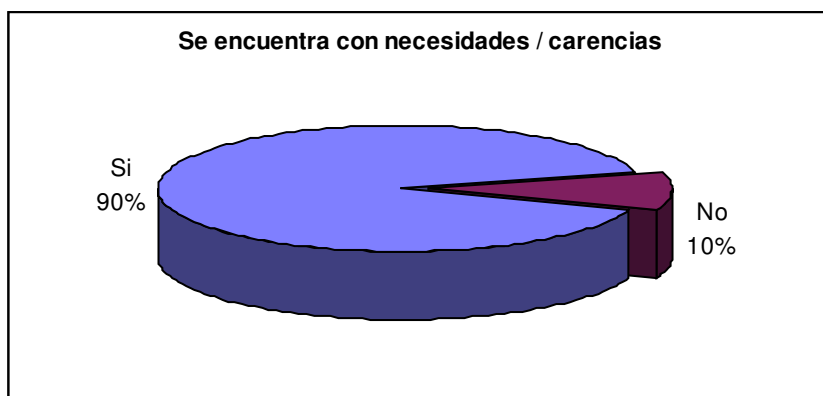
| Importe de las ayudas    |         |
|--------------------------|---------|
| Menos de 3.000 €         | 28,57%  |
| No sabe                  | 25,71%  |
| Entre 3.000 € y 6.000 €  | 22,86%  |
| Entre 6.000 € y 15.000 € | 11,43%  |
| Más de 15.000 €          | 11,43%  |
| Total                    | 100,00% |

## CONCLUSIONES

Dos son los datos más significativos en la tabla anterior: un 25% de los que recibieron ayudas desconocían su importe por tener delegada la gestión administrativa en una gestoría y un 28% recibieron menos de 3.000 euros.



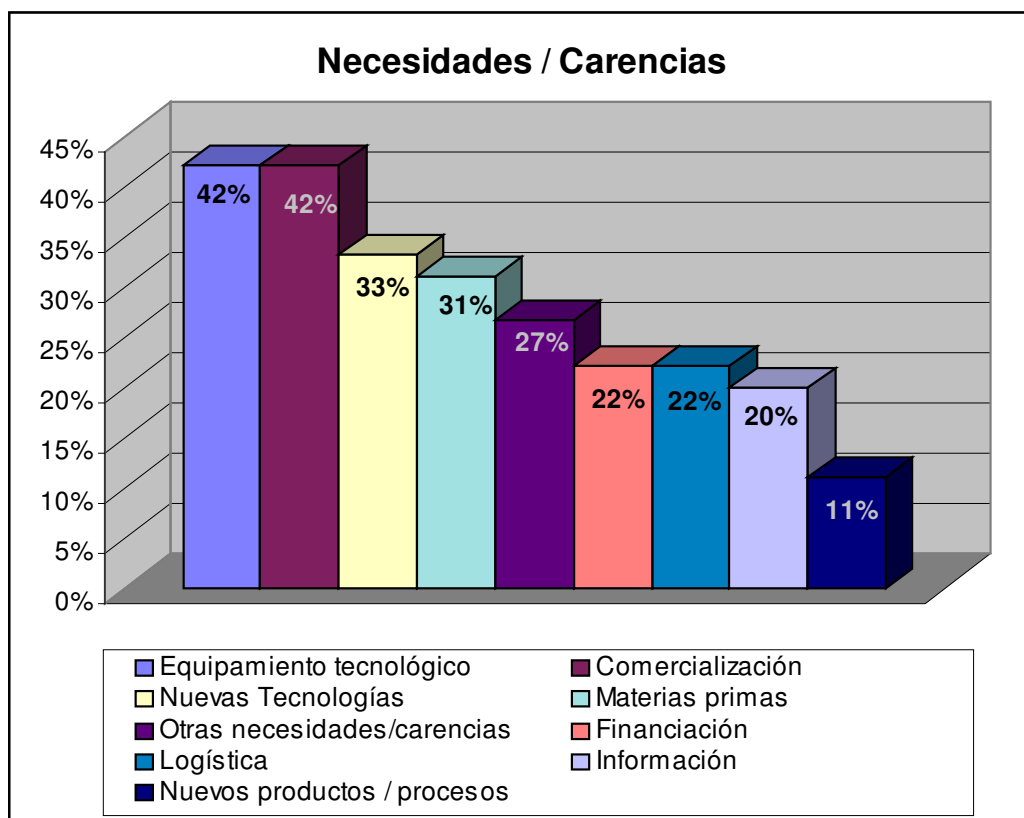
### 10.3 Necesidades y/o carencias



Sólo un 10% de los artesanos entrevistados ha declarado que no se encuentra con ningún tipo de carencia. En el lado opuesto, las necesidades más frecuentes fueron:

## CONCLUSIONES

| Necesidades y/o carencias   |        |
|---|--------|
| Equipamiento tecnológico (maquinaria, vehículos, etc.)                | 42,22% |
| Nuevos canales de comercialización                                    | 42,22% |
| Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación                   | 33,33% |
| Materias primas (nuevos materiales, poder de negociación)             | 31,11% |
| Otras necesidades / carencias   | 26,67% |
| Acceso a financiación para la mejora de su actividad                  | 22,22% |
| Servicios de logística (mensajería, almacenamiento, transporte, etc.) | 22,22% |
| Información sobre recursos que apoyen su actividad                    | 20,00% |
| Desarrollo de nuevos productos y procesos                             | 11,11% |



### Necesidad de equipamiento tecnológico

Se busca hacer frente a los pedidos en un plazo de tiempo más reducido y mejorar la distribución de los mismos o simplemente renovar la maquinaria disponible en el taller.

## CONCLUSIONES

El tipo de equipamiento tecnológico deseado por cada artesano varía en función de la actividad que desarrolla.

### **Necesidad de nuevos canales de comercialización**

---

Se trata del eterno dilema de la pequeña empresa: “o vendes o produces”.

Más concretamente el sector muestra carencias en lo que respecta a la **promoción**, tanto a nivel local y regional como a nivel nacional. Si bien es cierto que desde la Consejería de Industria se lleva a cabo una campaña anual de promoción de la artesanía, ésta se desarrolla de forma estacional y puntual de cara a la temporada de otoño-Navidad, acentuando además la estacionalidad del sector.

Es un hecho que la comercialización de los productos incluye pocos intermediarios, haciendo la labor de venta principalmente el propio artesano, bien a través del taller, una tienda o minorista o ferias. Este campo de actuación es limitado, por lo que se muestran interesados en conocer y contactar con **distribuidores** de productos artesanos que amplíen su mercado.

### **Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación**

---

Las demandas van desde el desarrollo de una página web —un 42% de los entrevistados ya dispone de página web y recibe los pedidos por correo electrónico— a renovar el equipamiento informático, permitir el acceso a internet desde el taller o traducir la página web actual a otros idiomas para facilitar la internacionalización de la empresa.

Otra necesidad en este campo pasa por la utilización de programas informáticos que faciliten el uso de nuevos materiales y técnicas de creatividad o el diseño de nuevas líneas, productos y artículos.

### **Materias primas**

---

## CONCLUSIONES

Al igual que ocurre con los distribuidores, tampoco existe un listado o catálogo de proveedores de materiales en Asturias que podría facilitar las compras, así como conocer qué tipo de calidades o materiales hay disponibles, o reducir los costes de transporte.

Por otro lado, dado el reducido tamaño de los talleres el acceso al mercado de materias primas de calidad es limitado, estando reservado para empresas industrializadas o grandes consumos.

En ocasiones, los propios artesanos se agrupan para realizar pedidos con mejores condiciones de entrega, precio y pago. Esto se lleva a cabo de forma espontánea y puntual y entre artesanos conocidos, sin llegar a crear un grupo de presión.

### **Otras necesidades / carencias**

---

Un 27% de los artesanos ha detectado además algún tipo de necesidad que no se agrupa en el resto de las categorías: suelo industrial y disponibilidad de naves en las que desarrollar la actividad, conocimiento del mercado de segunda mano en relación a la maquinaria, ayuda profesional en la selección de personal, apoyo en la creación de nuevos departamentos que reduzcan la necesidad de externalizar servicios y especialmente en relación con el desarrollo de medidas de protección al diseño de los productos.

### **Acceso a financiación para la mejora de su actividad**

---

En cuanto a la financiación los artesanos se muestran interesados en los créditos blandos de cara a la adquisición de maquinaria, así como en las ayudas disponibles para realizar reformas y ampliaciones.

### **Servicios de logística (mensajería, almacenamiento, transporte, etc.)**

---

## CONCLUSIONES

Las necesidades de logística se reducen principalmente a la capacidad de almacenamiento, especialmente en el caso de actividades como el metal, en la que es preciso disponer de materia prima abundante.

### **Información sobre recursos que apoyen su actividad**

---

La necesidad de información se puede agrupar en:

- **Orientación y seguimiento** en cuanto a las acciones a llevar a cabo para conseguir un objetivo (por ejemplo, apertura a nuevos mercados).
- **Centralización**, respecto a todos los temas relacionados con el sector en general, principalmente respecto a dónde acudir para solicitar ayudas y subvenciones, información respecto a ferias, y en cuanto a la oferta formativa existente.

### **Desarrollo de nuevos productos y procesos**

---

En este punto concreto, se detectan carencias en dos campos: maquinaria y productos.

En estos, los artesanos se muestran preocupados principalmente por la falta de protección de sus diseños, siendo muy pocos los que protegen legalmente sus artículos y por ello, resultan fácilmente imitables.

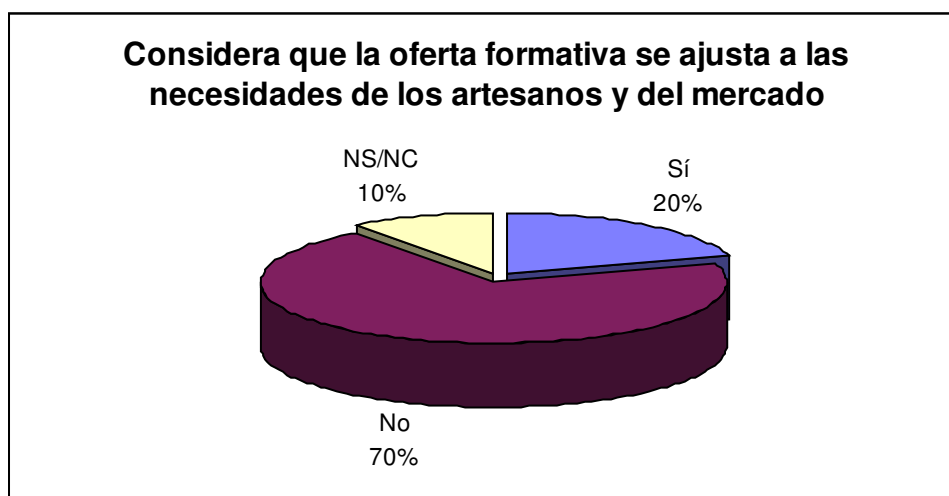
En cuanto a la maquinaria, se hace patente de nuevo la diferente percepción del concepto “artesanía” dentro del propio sector, mostrándose algunos interesados en la adquisición de equipos y maquinaria para acortar el proceso productivo y ser más competitivos.

## CONCLUSIONES

### 10.4 El taller artesano como fuente de formación y creación de empleo

#### La oferta formativa

| Considera que la oferta formativa se ajusta a las necesidades de los artesanos y del mercado |         |
|--|---------|
| No   | 70,00%  |
| Si   | 20,00%  |
| NS/NC  | 10,00%  |
| Total  | 100,00% |



Únicamente un 20% de los artesanos considera que la oferta formativa actual está diseñada de forma ajustada a sus necesidades y a los requisitos del mercado. Este dato es relevante, especialmente teniendo en cuenta que en un gran número de casos el origen de la idea está en que el propio artesano consideraba que tenía la formación adecuada para la actividad.

En general, la opinión que tienen los artesanos sobre la oferta formativa se centra siempre en los cursos propiamente dichos y los profesores que imparten la formación.

En cuanto al **tipo y contenido de los cursos**, en general se opina que la formación se limita a una iniciación a la actividad seleccionada, existiendo muy pocos cursos de perfeccionamiento o de aprendizaje de nuevas técnicas. Por su parte, los contenidos incluyen demasiada teoría y poca práctica y se muestran

## CONCLUSIONES

partidarios de desarrollar un sistema de formación “in situ”, incorporando aprendices en prácticas en sus talleres.

Respecto a los **formadores**, se considera que no están especializados o capacitados para dar los cursos que imparten, y existe la creencia de que no comparten la información de la que disponen al ser el formador consciente de que está enseñando a su propia competencia.

Por otro lado, algunos artesanos han mostrado su contrariedad por la necesidad de estar empadronados para poder acceder a los cursos ofertados por entidades locales.

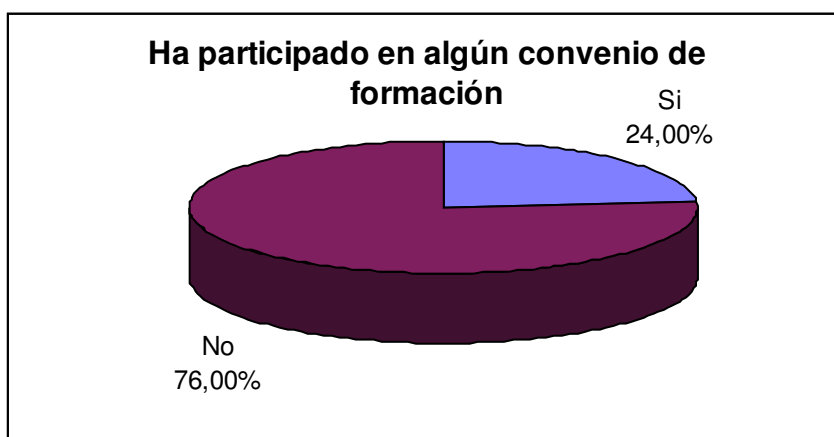
En general, respecto a la propia formación continua, consideran que son ellos mismos quienes tienen que localizar los cursos que les interesan, a pesar de que en una gran medida son impartidos en el extranjero, ante lo que se encuentran de nuevo con el dilema de la pequeña empresa —¿formación o producción? — con el consiguiente coste añadido.

### Participación en convenios de formación

---

| Ha participado en algún convenio de formación |         |
|---|---------|
| No  | 76,00%  |
| Si  | 24,00%  |
| Total   | 100,00% |

## CONCLUSIONES



El 24% de los entrevistados ha participado en convenios de formación con centros educativos para acoger alumnos en prácticas en su taller. En general, la respuesta a este tipo de acciones es muy positiva y se considera la mejor forma de aprendizaje para los alumnos. Sin embargo, los artesanos también comentan al respecto que no reciben información suficiente sobre el tipo de contrato formativo al que se someten y mucho menos respecto a las subvenciones o ayudas que podrían solicitar si quisieran hacer algún tipo de contrato posterior.

En general, la percepción respecto a la experiencia es buena y los alumnos se integran en el entorno empresarial y desarrollan las técnicas que han aprendido.

El resto de artesanos (76%), en la gran mayoría de los casos no se trata de falta de interés por su parte, sino su convencimiento de la ausencia de una oferta formativa relacionada con su actividad.

En ocasiones puntuales, algunos artesanos sí llevan a cabo tareas de formación práctica en su taller, pero no dentro de programas formativos ya establecidos sino de forma independiente.

**Participación como formador en cursos**

| ¿Ha sido profesor? |         |
|--------------------|---------|
| No                 | 60,00%  |
| Si                 | 40,00%  |
| Total              | 100,00% |



Un 40% de los artesanos entrevistados ha participado como formador en algún curso y considera que la experiencia ha sido muy buena, estando dispuesto a repetirla. En general es una actividad en la que están interesados la mayoría de los artesanos pues consideran que está bien remunerada.

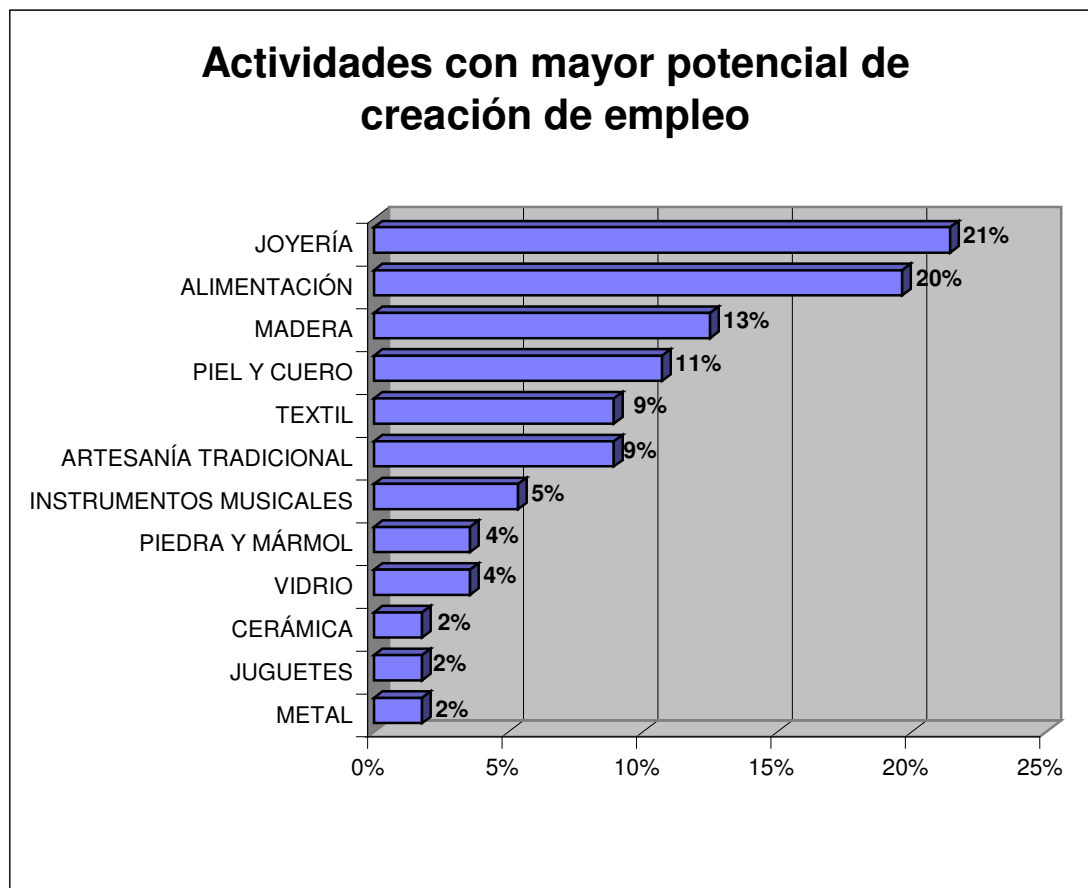
Entre las razones que justifican la no participación como formador en cursos para el 60% de los artesanos se incluye la incompatibilidad entre el ejercicio de su profesión y la actividad como formador y la falta de oportunidad o de tiempo.

## CONCLUSIONES

### 🏠 Actividades con un mayor potencial creador de empleo

---

En cuanto a las actividades que los artesanos, por su conocimiento del mercado y del sector consideraban que tenían un mayor potencial de empleo, todas han sido mencionadas de una forma u otra.



En general, cada artesano considera que su propia actividad tiene potencial, y confía en su crecimiento, aunque como se puede observar la joyería y la alimentación son las dos actividades seleccionadas de forma mayoritaria.

### 🏠 Tipo de formación a fomentar en función de la demanda y potencial creador de empleo






















---

No hay unanimidad al respecto, puesto que como ya se ha mencionado cada artesano confía en el desarrollo de su propia actividad. +








## CONCLUSIONES

Se puede concluir que existe un **desconocimiento de la oferta formativa existente**, lo que implica que en ocasiones se solicite una formación que ya se imparte (caso de la ebanistería, calzado o joyería, por ejemplo).

El interés mostrado para cada actividad se muestra a continuación:

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Cerámica</b>                    |  Especialidades en cerámica (como en Valencia)  |
| <b>Cestería y fibras vegetales</b> |  Formación genérica   |
| <b>Joyería</b>                     |  Innovación en joyería<br> Joyería en general  |
| <b>Instrumentos musicales</b>      |  Instrumentación<br> Fabricación de instrumentos musicales<br> Instrumentos tradicionales   |
| <b>Metal</b>                       |  Forja artística<br> Decoración del mueble  |
| <b>Madera</b>                      |  Nuevas técnicas de carpintería<br> Ebanistería<br> Mueble y decoración   |
| <b>Piedra y mármol</b>             |  Cantería<br> Manejo de instrumentos y herramientas  |
| <b>Otras actividades</b>           |  Juguetería   |
| <b>Piel y cuero</b>                |  Perfeccionamiento de técnicas<br> Repujado y grabado<br> Calzado<br> Innovación (diseño y materiales)   |
| <b>Textil</b>                      |  Telas<br> Trajes tradicionales<br> Recuperación del cáñamo y del lino<br> Trabajo con lana (desde esquilado)<br> Nuevos materiales |
| <b>Vidrio</b>                      |  Vidriería en general<br> Emplomado<br> Fusing  |

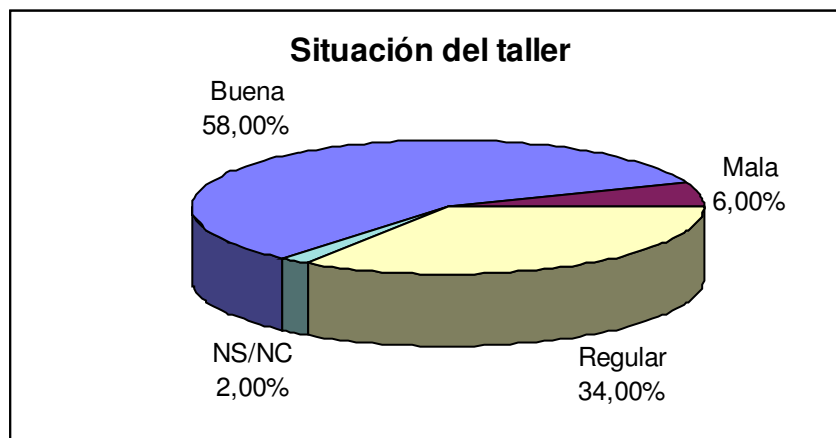
## CONCLUSIONES

|   |   |
|---|---|
| <b>Alimentación</b>   |   |
|  | Gastronomía en general  |
|  | Alimentación artesanal  |
|  | Elaboración y envasado tradicional  |
| <b>Otras</b>  |   |
|  | Artesanía tradicional   |
|  | Gestión empresarial (comercialización, ventas, creación de empresas, gestión en general, negociación) |
|  | Cooperación entre talleres  |
|  | Diseño (dibujo, creatividad, software, etc.)  |

### 10.5 Consolidación de la actividad

#### Situación actual del taller

| Situación actual del taller |         |
|-----------------------------|---------|
| Buena                       | 58,00%  |
| Regular                     | 34,00%  |
| Mala                        | 6,00%   |
| NS/NC                       | 2,00%   |
| Total                       | 100,00% |



Tan solo un 6% de los artesanos entrevistados considera que la situación de su taller es mala. Se trata de casos en los que se ha realizado una gran inversión o se encuentran al inicio de la actividad, por lo que la situación económica en cuanto a liquidez sí es mala, pero no falta ilusión y ganas de trabajar.

En cuanto al resto de los artesanos, un 34% pone de manifiesto la situación de crisis que se está viviendo en general, con una bajada en las ventas muy acentuada y generalizada en el sector.

## CONCLUSIONES

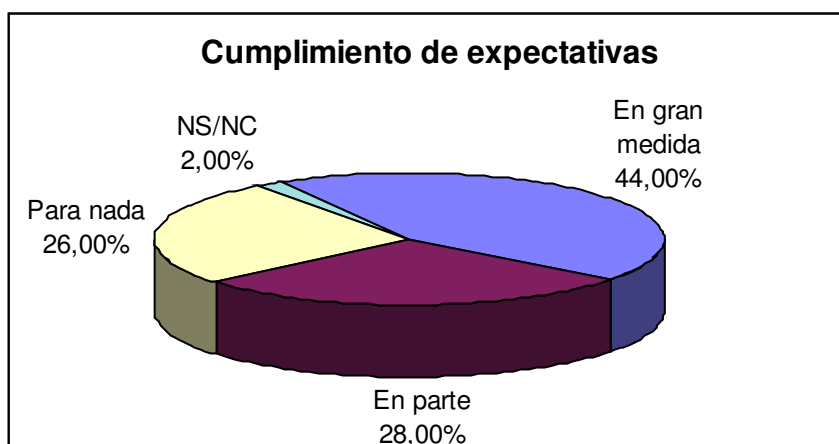
Sin embargo, el 58% de los artesanos consideran que su situación —a pesar de la crisis— es buena, disponiendo incluso de una lista de espera (por ejemplo, en el ámbito de la fabricación de instrumentos musicales), aumentando su mercado, ampliando la nave o local en que trabajan, abriendo nuevos puntos de venta o adquiriendo maquinaria.

## CONCLUSIONES

### Cumplimiento de las expectativas del artesano

---

| Cumplimiento de expectativas |         |
|------------------------------|---------|
| En gran medida               | 44,00%  |
| En parte                     | 28,00%  |
| Para nada                    | 26,00%  |
| NS/NC                        | 2,00%   |
| Total                        | 100,00% |

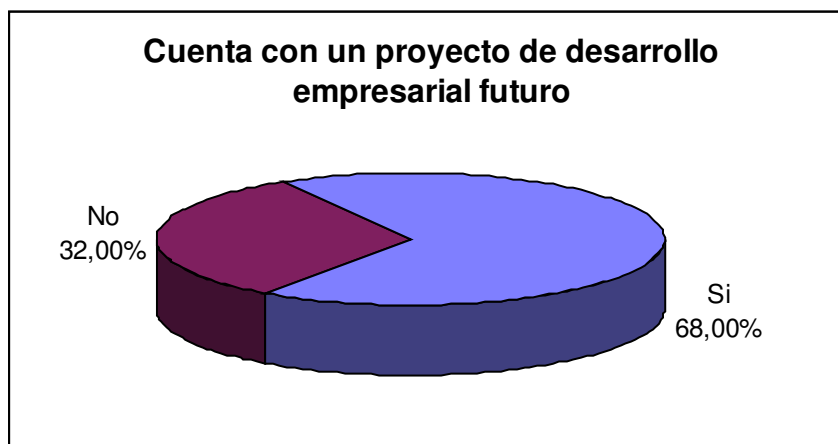


A pesar de que un 58% de los artesanos consideran que la situación de su taller es buena, tan solo en un 44% de los casos se han cumplido sus expectativas, recibiendo un volumen de pedidos mayor de lo que esperaban. Sin embargo, es preciso recalcar que en el caso del 28% que ha respondido que sus expectativas se han cumplido en parte, esta respuesta se basa en un profundo conocimiento del sector, la actividad y la profesión, que les ha hecho ser muy cautelosos a la hora de proponerse objetivos.

Únicamente un 26% de los artesanos considera que sus expectativas no se han cumplido para nada, decepcionados por una falta de estabilidad o sencillamente porque no se habían planteado su futuro profesional en este campo (es el caso de algunos artesanos con formación universitaria).

**Proyectos empresariales de futuro**

| Cuenta con un proyecto de desarrollo empresarial futuro |         |
|---|---------|
| Si  | 68,00%  |
| No  | 32,00%  |
| Total   | 100,00% |



Dos de cada tres artesanos tiene intención de desarrollar un proyecto empresarial. El campo de actuación es muy amplio y abarca desde la ampliación de las instalaciones, a la compra de maquinaria, el desarrollo de nuevos productos, la implantación del comercio electrónico, la realización de alguna patente, el desarrollo de una campaña de promoción, la introducción en otras actividades y la ejecución de acciones destinadas a ampliar el mercado.



## 11. CONCLUSIONES

La actividad artesanal en Asturias no engloba un único sector económico definido, sino que está **presente en diversas industrias** —como la agroalimentaria, textil o metal— a las que aporta además un valor añadido identificado y aceptado de manera clara por el mercado de consumo.

Sin embargo, se trata de un sector que aún se encuentra en un proceso de evolución, manteniendo un **valor potencial productivo y comercial** que no se ajusta a la realidad, por lo que las expectativas que genera son elevadas.

El **registro de artesanos del Principado de Asturias** tiene un total de 203 inscritos<sup>5</sup>, mientras que los datos de la Fundación Española para la Artesanía incluyen un total de 345 talleres<sup>6</sup>. Esta divergencia en las fuentes o criterios para incluir o no a los artesanos en registros y censos no permite establecer una cifra clara de las personas que llevan a cabo su actividad en el Principado de Asturias. A esto se deben añadir los artesanos que trabajan de forma irregular, no estando incluidos en las estadísticas oficiales, ni respecto al número de talleres ni al volumen de producción.

Así, nos encontramos con un sector en el que el **peso de la economía sumergida** es elevado, especialmente en el caso de los jóvenes artesanos, que prueban la viabilidad de su idea de negocio intentando darse a conocer y conseguir una cartera de clientes de forma previa al establecimiento de la actividad legalmente.

El sector de la artesanía se caracteriza además por estar formado por **unidades productivas de reducido tamaño**, principalmente artesanos que trabajan solos o con la ayuda de algún familiar o amigo y talleres que ocupan a un número reducido de personas. Es decir, se trata de un sector excesivamente atomizado.

---

<sup>5</sup> Datos a agosto de 2004

<sup>6</sup> Datos a diciembre de 2003

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

Otra característica intrínseca al sector es la práctica **inexistencia de intermediarios entre las unidades de producción y el consumidor final** (si exceptuamos el caso de la artesanía alimentaria, principalmente distribuida a través de pequeños comercios), es decir, el propio artesano es el que realiza las ventas, bien en su propio taller, en puntos de venta o durante su asistencia a ferias y mercados generales —que se configura además como la principal vía de promoción y comercialización del sector—. Esta situación provoca que el crecimiento y la evolución del sector sea lento y limitado, presentando una especial necesidad en cuanto a la difusión de las actividades de cara a un mejor posicionamiento.

La realización de las ventas de forma directa artesano-cliente y dirigiéndose principalmente al particular caracteriza la **forma de pago** al contado. En pocas ocasiones el cliente son empresas o instituciones públicas que adquieren artesanía como regalo promocional, en cuyo caso se suele aplazar el pago a 30, 60 o incluso 90 días, con la consiguiente merma en la liquidez del artesano y su capacidad de producción.

En cuanto al producto, la principal amenaza del sector es la introducción en el mercado de **productos industriales de apariencia artesanal** (especialmente en actividades como el vidrio o la piel y el cuero). Esta situación tiene su origen en la confusión respecto a qué es y qué no es artesanía, concepto subjetivo poco claro dentro del sector, y cuyos matices se extrapolan a la sociedad que no reconoce, ni valora el proceso de elaboración, la calidad y la característica de pieza única que define la producción artesanal.

Adicionalmente la situación de la artesanía se muestra amenazada por la percepción que el cliente recibe del producto artesanal, identificando la **relación calidad/precio** descompensada a favor de la segunda variable, siendo preciso el desarrollo de acciones de marketing que conciencien al consumidor.

Respecto al **margen comercial**, éste es un tema difícil de analizar dado que los propios artesanos no conocen en su mayoría el coste de las piezas que comercializan, no tanto por los materiales utilizados, sino especialmente por el coste de la mano de obra.

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

En el siguiente cuadro se presentan las principales características del artesano – tipo.

| PERFIL DEL ARTESANO – TIPO |   |
|----------------------------|---|
| <b>Forma jurídica</b>      | Empresario Individual o Sociedad Limitada (en el caso de los talleres de artesanía, en menor medida Comunidades de Bienes o Sociedades Laborales Limitadas)   |
| <b>Edad media</b>          | 43 años – Falta relevo generacional.  |
| <b>Personal</b>            | Trabaja solo, en ocasiones con la ayuda de algún familiar o amigo en el caso del artesano.<br>Media de tres personas, el artesano y dos empleados en el caso de los talleres.   |
| <b>Instalaciones</b>       | Taller de producción en la vivienda (menor de 100 m <sup>2</sup> ) que también hace las veces de punto de venta en el caso de los artesanos.<br>Taller de producción (mayor de 100 m <sup>2</sup> ) y punto de venta independiente en el caso del taller. |
| <b>Clientes</b>            | Principalmente particulares y algunos comercios, en el último caso se trabaja bajo pedido.  |
| <b>Promoción</b>           | Asistencia a ferias y mercados. Tarjetas o folletos promocionales o a través de amigos.   |
| <b>Formación</b>           | Conocimiento de la actividad por tradición familiar o por contactos con otros maestros artesanos.<br>En menor medida (los artesanos más jóvenes) asistencia a la Escuela de Artes y Oficios y seguimiento de cursos de formación y perfeccionamiento.     |

El sector lo forman **dos tipos de artesanos**, por un lado el **artesano vocacional** que desarrolla su actividad en función de un determinado estilo de vida y que se muestra orgulloso de serlo y de mantener su independencia. Por otro lado, el **artesano emprendedor**, que concibe su actividad como empresarial y en muchos casos no tiene conciencia de estar incluido en el concepto de artesanía.

Generalmente es el segundo tipo de artesano el que constituye sociedades mercantiles para el desarrollo de su actividad y crea un mayor número de puestos de trabajo, con una vocación de crecimiento dentro de una visión más empresarial de la artesanía.

Esto implica que es preciso **desarrollar la conciencia empresarial** en los nuevos artesanos, puesto que sin ella, el crecimiento y la generación de empleo

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

es nula. Únicamente aquellos que conciben su actividad como el desarrollo de una idea de negocio con una cierta potencialidad lucrativa y no como una forma de vida crece dentro del sector.

Un factor que caracteriza al artesano es la **elevada edad media**, superando en un 60% los 40 años y con una reducida renovación generacional. Este factor, junto con la escasa valoración del oficio artesanal pone en **peligro** la **continuidad** de algunos oficios de especial tradición en la región, como la cestería o la fabricación de madreñas, que no mantienen un recambio generacional.

Por otro lado, deben valorarse también las **carencias formativas** que se muestran en el sector, tanto en relación con el dominio de las técnicas como respecto a la gestión empresarial.

Así, la mayoría de las personas ha adquirido sus conocimientos por **tradición familiar**, y no han seguido ningún tipo de formación profesional dedicada al perfeccionamiento de las técnicas, aunque en el caso de los **nuevos artesanos** se ha detectado una cierta asistencia a cursos organizados por asociaciones o de formación ocupacional, mejorando ligeramente la situación al respecto.

La falta de formación alude también al desconocimiento respecto a la aparición de nuevas técnicas de producción o materiales, maquinaria o herramientas, presentando una clara necesidad de renovación al respecto.

Frente a esta situación, el sector mantiene un elevado conocimiento de las técnicas tradicionales, adquirido a través de la cooperación y aprendizaje con familiares y maestros artesanos.

En cuanto a la **formación empresarial**, el desconocimiento de las herramientas de gestión o de las técnicas de marketing limita el desarrollo competitivo de los artesanos y talleres, tanto respecto a la adecuación de la oferta al mercado como a estrategias comerciales, o a la fijación de precios y determinación de márgenes comerciales. Además, existe una clara dejadez en lo

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

que a la gestión administrativa se refiere, desvinculándose el artesano de la misma y poniéndola en manos de una tercera persona o empresa.

Respecto a los talleres, dada la **atomización del sector**, predominan formas jurídicas como la sociedad limitada o comunidad de bienes en el caso de las sociedades mercantiles y los empresarios individuales, aunque es preciso tener en cuenta una **tercera figura** formada por aquellos artesanos que llevan a cabo su actividad de forma irregular.

Respecto a los **recursos humanos**, se observa en el sector un aumento en el número de empleados, mostrando un **crecimiento paulatino y una evolución positiva** en cuanto a creación de empleo, requiriendo los talleres un **perfil profesional** basado en variables no cuantificables como la habilidad o actitud aunque valorando también la experiencia profesional o la formación — éstas en menor medida—, y enfocando principalmente la búsqueda de personal a través de contactos o conocidos y no a través de escuelas taller u otras entidades. Este último dato se añade al desconocimiento por parte de los artesanos de los ciclos formativos existentes y las posibilidades de cooperación posibles en cuanto a realización de prácticas o selección de personal.

Las **responsabilidades asumidas por el artesano** frente al taller, la dirección del negocio y el riesgo de la inversión son asumidos por el mismo **en solitario**, siendo poco habitual la presencia de socios en los talleres; esta situación puede reducirse con el enfoque del sector hacia una visión más empresarial.

En lo que respecta a las **tareas** que se llevan a cabo, se asumen de forma general en la artesanía todas aquellas **relacionadas directamente con la producción**, delegando únicamente las que tienen un carácter más auxiliar o accesorio a terceros, como es la gestión administrativa. La excepción se presenta en el caso de la artesanía alimentaria en el que la subcontratación de partes del proceso productivo es más habitual.

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

Por otro lado, la **especialización en el sector** es el factor dominante, y los talleres llevan a cabo su actividad dentro de un ámbito concreto, lo que limita en parte el desarrollo de relaciones de cooperación.

La **maquinaria** se configura como un **concepto polémico** en el que convergen las diferentes opiniones sobre lo que es o no es artesanía —¿la utilización de maquinaria permite denominar al producto como artesano?— pero evitando entrar en disquisiciones filosóficas el sector muestra una necesidad e intención de renovación, probablemente causada por su madurez.

El sector actúa en un ámbito de **carácter regional** en la mayoría de los casos, destacando la situación del sector “instrumentos musicales” y su proyección internacional teniendo como mercado de destino asociaciones y centros asturianos en el extranjero, pudiendo llevarse a cabo actuaciones que permitan la entrada de otros sectores a través de este canal.

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

En cuanto al **origen de la idea** el sector se caracteriza por la combinación de dos circunstancias, la formación adecuada y la tradición familiar, basándose la motivación en una vocación personal y en el deseo de sacar provecho de las habilidades personales.

En lo tocante a las **ayudas**, son utilizadas por la mayoría de los artesanos que llevan a cabo su actividad de forma regular y se destinan como apoyo al inicio de la misma, la realización de inversiones o la contratación de personal.

Por otro lado, a pesar de que se trata de un sector en el que abundan las asociaciones, no se encuentra una **representatividad** dentro del mismo a efectos de configurarse como interlocutor o transmisor de las necesidades o carencias del sector. Una razón que explica en parte esa situación es la dicotomía artesano artista-empresario, que limita en gran medida el desarrollo del asociacionismo.

En cuanto a las **necesidades** que presenta el sector, éstas se enfocan directamente hacia el desarrollo, establecimiento y ampliación de los canales de distribución utilizados —y consiguiente aumento del mercado objetivo y la producción—, así como hacia la introducción de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en el sector, siendo necesario apoyar a los artesanos en la implantación del Comercio Electrónico, que se configura como una nueva vía de comercialización.

El **desconocimiento del sector en cuanto a la oferta formativa** existente y a las entidades relacionadas con la misma limita el desarrollo y la adquisición de nuevos conocimientos o la incorporación de personal en prácticas en los talleres, a pesar de que ésta última acción se configura como la piedra angular de la formación de nuevos artesanos. Asimismo, esta situación fomenta la demanda de ciclos formativos ya existentes limitando el desarrollo de acciones formativas especializadas y adaptadas a las necesidades reales del sector.

Por otro lado, la **percepción del sector** por parte de sus integrantes es muy **positiva**, existiendo una corriente optimista que valora el **potencial de**

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

**crecimiento** de la propia actividad, fundamentando la opinión en el profundo conocimiento de la profesión y del sector. Al respecto, destaca por ejemplo el potencial de futuro que los propios artesanos encuentran en actividades como la joyería y la alimentación, a pesar de la enorme competencia a la que es preciso hacer frente para introducirse en el mercado, así como en otras actividades que cuentan con un menor número unidades de producción en el mercado dada la existencia de barreras de entrada —especialmente ligadas al conocimiento del sector— tales como instrumentos musicales o piedra y mármol.


## **12. PROPUESTA DE ACTUACIÓN**


Tras el análisis del sector de la artesanía resulta oportuno trazar un plan de actuación a partir de las conclusiones extraídas y de las necesidades detectadas y manifestadas por los propios artesanos durante la ejecución del trabajo de campo.


El enfoque del mismo se orienta hacia dos puntos, las políticas de formación y puesta en marcha de planes formativos y al propio desarrollo de las actividades integradas en el sector de la artesanía tomando como objetivo el potencial creador de empleo.


El plan de actuación incluye una serie de acciones, soluciones y recomendaciones que se presentan en una primera parte en función de su horizonte temporal y en una segunda parte de cara al desarrollo de estrategias y planes formativos.

## ACCIONES A CORTO PLAZO

 Creación de un **foro de comunicación Administración – Artesanos** que facilite el flujo de información respecto a ayudas, ferias y oferta formativa y se configure como punto de intercambio y exposición entre las diferentes actividades. El foro puede incluir la invitación a artesanos de otras regiones o países, así como empresas que destaquen en aspectos como la **innovación**, o el diseño<sup>7</sup>.

 Puesta en marcha de un **servicio de seguimiento** a través de las Agencias de Promoción Empresarial que informe, guíe y acompañe al artesano en la ampliación de su mercado objetivo. Es decir, proporcionar un servicio de apoyo y asistencia que vaya más allá de la creación de la empresa.


 Apoyo y fomento a la agrupación de artesanos para la **asistencia conjunta a ferias especializadas** de tipo nacional e internacional facilitando el acceso a las ayudas correspondientes, que en otro caso, al ir de forma individual no se podrían obtener por ser gastos inferiores a los mínimos que se recogen en la normativa de subvenciones. La asistencia puede realizarse bajo una denominación común (“artesanía de Asturias” ó “hecho en Gijón”).


 Apertura de un canal de comunicación y promoción de la artesanía a través de **centros asturianos** afincados en otras regiones y países, configurándose como una puerta de entrada a nuevos mercados.


---


<sup>7</sup> Al estilo de la organización de la Semana Nacional de Arte Contemporáneo, intentando configurar Asturias como punto de encuentro de la artesanía, y facilitando el acceso de los artesanos de la región al conocimiento de las mejores prácticas en cada actividad.


## PROPUESTA DE ACTUACIÓN


 Apoyo al desarrollo del **comercio electrónico**. La comercialización de productos a través de internet es una asignatura pendiente en el sector, que sin embargo muestra interés por las nuevas tecnologías y que utiliza habitualmente el correo electrónico para sus comunicaciones con clientes y proveedores.

 Implicación de la Administración Local con los artesanos locales mediante la adquisición de productos de manufactura para su comercialización a través de las empresas municipales o como regalo institucional (*merchandising* del Ayuntamiento de Gijón, Jardín Botánico Atlántico, Acuario, Balneario, etc.)

 Utilización del *Benchmarking* para dinamizar las estrategias de comercialización del sector.

 Desarrollo de una **guía de cooperación** que permita a los artesanos conocer las diferentes modalidades de cooperación y sus objetivos, fomentando el establecimiento de una interrelación artesanal continua y no intermitente.

 Fomento del asociacionismo como vía canalizadora de las necesidades del sector, problemas detectados y propuestas de acción, a través de la potenciación de asociaciones locales y regionales con capacidad de convocatoria y de interlocución.

 Difusión de aspectos relacionados con la **protección de los modelos y diseños**, coste, trámites y plazos a través de la cooperación con la Oficina de Armonización del Mercado Interior.

## ACCIONES A MEDIO PLAZO

🏠 Recogida y **publicación de la red de distribuidores** de productos artesanos en Asturias, facilitando la comunicación y el acceso a los mismos por parte de las nuevas generaciones de artesanos y permitiéndoles ampliar su ámbito de comercialización.


🏠 Contribución y **apoyo a la creación de una distribuidora de productos artesanos** que facilite la entrada de los mismos a puntos de venta de difícil acceso para pequeños talleres (objetivo: introducir el producto artesano en las líneas de venta de grandes superficies tipo El Corte Inglés con un mínimo de estabilidad y no como una operación puntual de promoción de la artesanía).


🏠 Recopilación y publicación de un **catálogo de proveedores de materias primas y maquinaria para el sector**, que incluya información sobre precios, calidades, formas y facilidades de pago, localización, disponibilidad y plazos de entrega, entre otros.


🏠 Desarrollo de un estudio que analice la **disponibilidad de materia prima y los recursos sustitutivos** (solución de futuro a la extracción de azabache).


🏠 Apoyo y promoción de la agrupación de artesanos de cara al acceso de los mismos al mercado de las materias primas reservado al sector industrial, **umentando su capacidad de negociación** y de compra respecto al precio, calidad y formas de pago.


## ACCIONES A LARGO PLAZO

 Desarrollo de acciones de promoción de la artesanía tendentes a **concienciar al cliente final** respecto a la valoración del trabajo, calidad y precio de los productos, desmitificando la imagen de precio excesivo del producto artesanal frente al industrial.

 Unificación en la gestión y determinación de criterios para la asistencia a las **ferias** de artesanía locales y regionales, permitiendo una rotación en la participación.

 Diseño y desarrollo de una **campana de promoción de la artesanía a nivel local**. Para ello, es preciso analizar la estacionalidad de la campaña regional (habitualmente en noviembre de cara a la Navidad) estableciéndose la promoción local como contrapunto preferentemente en primavera, amortiguando en parte los efectos de la estacionalidad en el sector.


 Desarrollo de un **mercado sectorial de segunda mano** que facilite el traspaso de maquinaria entre artesanos en función de su crecimiento y necesidades e incluyendo éstas en el marco de las ayudas a la inversión en maquinaria.


 Importación del **Proyecto Mentoring**<sup>8</sup> llevado a cabo en Florencia de cara a promover la recuperación generacional de oficios artesanales tradicionales.


---

<sup>8</sup> El Ayuntamiento de Florencia (Italia) ha desarrollado un proyecto innovador que permite la formación práctica de jóvenes artesanos y su sucesión al frente del taller (maquinaria, clientela, gama de productos, etc.) en los casos de jubilación del artesano titular. Proporciona una continuidad de la actividad, garantiza al joven artesano un mercado mínimo, y facilita al maestro artesano una compensación económica con la que acceder a la jubilación. [fundesarte.org](http://fundesarte.org)

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

 Desarrollo de un sistema que garantice al cliente la procedencia artesanal del producto que adquiere, a través del control y análisis de los procesos utilizados por los artesanos en su fabricación (**distintivo de reconocimiento de producto artesanal**).


 Creación de un **Centro de Artesanía** (tipo Galicia y Cataluña) que actúe como canalizador de los recursos y de la información (aglutinando la oferta formativa, apoyando en el desarrollo de estrategias de comercialización, gestionando la organización de exposiciones y ferias, por ejemplo).

 **Promoción de la artesanía local entre el mercado turístico**, por ejemplo, los cruceros que hacen escala en Gijón.<sup>9</sup>


---


<sup>9</sup> Hasta 4.265 turistas hicieron escala en Gijón durante el año 2004. Fuente: El Comercio 29 de septiembre de 2004. Los cruceros se configuran como un mercado de gran potencial comercial para las actividades artesanas.


## ESTRATEGIA FORMATIVA

 Elaboración de un plan formativo para la **alfabetización digital avanzada** apoyado especialmente en dos puntos:


- Implantación efectiva del **comercio electrónico** en el sector.
- Inclusión de formación en **diseño y creatividad** a través de diferentes programas en función de cada actividad.


 Desarrollo de cursos formativos para personas en activo a través de **módulos independientes**, incluyendo la posibilidad de asistir a un único módulo, en función de los intereses del artesano (por ejemplo, en el caso de cursos de gestión empresarial los artesanos muestran interés por los módulos de marketing pero no por contabilidad ya que externalizan ese servicio).


 Contratación temporal de **formadores de otras regiones** o países, que no se muestren reticentes a compartir sus conocimientos y que aporten nuevas técnicas y formas de trabajar, así como la posibilidad de comparar la situación de la artesanía en diferentes áreas, importar ideas, o desarrollar algún tipo de cooperación interregional o transnacional.


 Fomento de **intercambios entre artesanos** de otras zonas o regiones, permitiendo la ampliación de conocimientos prácticos en técnicas y procesos de producción así como la realización de contactos que faciliten una futura introducción en mercados de destino.

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

 Cooperación con instituciones de otros países de cara a la realización de **acuerdos de colaboración bilateral** con el objetivo de mejorar la formación práctica de los alumnos a través de la realización de prácticas en talleres de otros países.

 Mayor **difusión de la oferta formativa existente** actualmente, dado el grado de desconocimiento de la misma dentro del sector.

 Desarrollo de **módulos formativos para personas en activo** (teniendo en cuenta horario de trabajo, periodos de producción intensiva, desplazamientos o costes) que permita a los artesanos ponerse al día en técnicas de producción.

 **Oferta de cursos on-line** a través de los centros de formación locales y firma de acuerdos con centros especializados (nacionales e internacionales) para acceder a una formación a distancia o semipresencial.

### 13. FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

Con el objetivo de conocer las competencias y habilidades necesarias para ejercer el oficio de forma que se obtenga información de utilidad al efecto de adaptar y mejorar los nuevos proyectos de Formación-Empleo se han elaborado y se incluyen a continuación una serie de fichas esquemáticas referidas a diferentes sectores de actividad.













Cada ficha incluye datos relativos a la actividad a que se refiere, subactividades que engloba, tareas a realizar, productos desarrollados, mercado de actuación, herramientas y maquinaria necesaria, conocimientos básicos, técnicas o habilidades requeridas, así como una referencia a la oferta formativa existente.

Se incluye una ficha de perfil profesional para los siguientes sectores de actividad:

- Cerámica
- Cestería y Fibras Vegetales
- Instrumentos Musicales
- Joyería
- Madera
- Metal
- Papel y Cartón
- Piedra y Mármol
- Piel y Cuero
- Textil
- Vidrio
- Alimentación







## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |   |  |
|-----------------------|---|---|--|
| <b>Actividad</b>      | Diseño, elaboración y decoración de objetos de cerámica con la ayuda de moldes o a mano   | <b>Maquinaria</b>   | Torno, horno, compresor, taladro, fresadora, extrusidora, prensa, amasadora  |
| <b>CERÁMICA</b>       |   |   |  |
| <b>Subactividades</b> | Cerámica ceramista (decorador(a), muralista, esmaltista, modelador(a), Alfarería, ollería, alfarero(a), ollero(a) Tejería, tejero(a)  | <b>Herramientas</b>   | Espátula, tamiz, bandeja de yeso, hilo cortante, pincel, punzón, cuchillos, palillería, tablas, rodillos, sierra, cepillo, lija, esmeril, laminadora, alambres.  |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dibujo y representación gráfica de modelos y bocetos</li> <li>2. Preparación de materiales y herramientas</li> <li>3. Elaboración de moldes para reproducciones</li> <li>4. Amasado y moldeado de barro</li> <li>5. Cocción en horno</li> <li>6. Decoración de piezas (esmalte, barniz, pintura, esgrafiado)</li> </ol>   | <b>Materiales</b>   | Barro, arcilla, sílice, arena, escayolas   |
|                       |   | <b>Conocimientos</b>  | Dibujo técnico y artístico<br>Teoría del color<br>Geometría<br>Materiales (cerámicas, refractarios, aislantes)<br>Química aplicada a la cerámica<br>Útiles y herramientas de trabajo<br>Cálculo de tiempo y presupuestos   |
|                       |   | <b>Técnicas</b>   | Englobe<br>Esgrafiado<br>Cuerda seca   |
| <b>Productos</b>      | Objetos de decoración<br>Trofeos, regalo de empresa, souvenir.<br>Innovación con otros materiales (vidrio, madera, espejo)<br>Murales, piezas artísticas, esculturas<br>Alfarería   | <b>Habilidades</b>  | Destreza manual<br>Paciencia<br>Creatividad  |
| <b>Mercado</b>        | Tradición ceramista Asturiana (Faro en Oviedo, Llamas del Mouro en Cangas de Narcea y Miranda en Avilés). Museo Escuela de Cerámica de Avilés   |   |  |
| <b>Formación</b>      | <b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Alfarería<br> Decoración Cerámica<br> Moldes y Reproducciones Cerámicas<br><b>Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Cerámica Artística<br> Pavimentos y Revestimientos Cerámicos | <b>Formación Profesional: Vidrio y Cerámica</b><br> Operaciones de Fabricación de Productos Cerámicos<br> Desarrollo y Fabricación de Productos Cerámicos | <b>Formación ocupacional</b><br> Alfarero ceramista<br> Decoración cerámica<br> Dibujo y pintura<br> Monitor de manualidades<br> Cerámica artística |



## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                                    |  |  |   |
|------------------------------------|--|--|---|
| <b>Actividad</b>                   | Diseño y realización artesanal de objetos a partir de fibras vegetales elásticas y rígidas   | <b>Herramientas</b>  | Tijeras, lijas, moldes, punzones.   |
| <b>CESTERÍA Y FIBRAS VEGETALES</b> |  |  |   |
| <b>Subactividades</b>              | Cestería, cestero  | <b>Materiales</b>  | Esparto, junco, mimbre, madera, colorantes, barnices, tintas  |
| <b>Tareas</b>                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realización de bocetos y representación gráfica del objeto</li> <li>2. Definición de la composición, color, características de tejidos e hilos</li> <li>3. Tratamiento de materia prima con colorantes</li> <li>4. Preparación de materiales y herramientas</li> <li>5. Tejido y acabado (ver técnicas y materiales)</li> </ol>        | <b>Conocimientos</b>   | Dibujo técnico y artístico<br>Teoría del color<br>Conocimiento de colorantes y tintes<br>Dominio de técnicas de cosido y trenzado |
|                                    |  | <b>Técnicas</b>  | Anudado<br>Cortado<br>Trenzado<br>Cosido en espiral<br>Tejido   |
| <b>Mercado</b>                     | Actividad transmitida habitualmente por tradición familiar. Amplio mercado dada la posibilidad para realizar productos en actividades transversales (tejido de alfombras o moquetas de coco, yute, algas)  | <b>Habilidades</b>   | Creatividad<br>Destreza manual<br>Precisión en corte y pelado   |
|                                    |  |  |   |
| <b>Formación</b>                   | <b>Técnico en Artes Plásticas y Diseño</b><br> Artesanía en Fibras Vegetales<br> Espartería artística<br> Tapices y alfombras | <b>Formación Ocupacional</b><br> Elaboración de objetos de fibras vegetales |   |

## PROPUESTA DE ACTUACIÓN

## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

| <b>Actividad</b>       | Fabricación y afinación de instrumentos musicales de cuerda, viento, percusión y tradicionales.   | <b>Maquinaria</b>    | Torno, taladro, cepilladora,  |
|------------------------|---|----------------------|---|
| INSTRUMENTOS MUSICALES |   |                      |   |
| <b>Subactividades</b>  | Productor de instrumentos de cuerda o luthiers<br>Productor de instrumentos tradicionales de viento<br>Productor de instrumentos de percusión<br>Producción de instrumentos musicales tradicionales   | <b>Herramientas</b>  | Sierra, lija, brocas, agujas, escariadores, navaja, cuña, cuchillos, esmeriladora..                       |
| <b>Tareas</b>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño y representación gráfica</li> <li>2. Planificación de materiales y tiempo</li> <li>3. Preparación de materiales y herramientas</li> <li>4. Preparación de piezas</li> <li>5. Ensamblaje</li> <li>6. Ajuste sonoro</li> </ol> | <b>Materiales</b>    | Madera, piel, textil, colas y barnices.   |
|                        |   | <b>Conocimientos</b> | Formación en actividades transversales (maderas, textil, pintura)<br>Conocimientos de música, sonoridad.. |
|                        |   | <b>Técnicas</b>      | Corte y preparación de madera<br>Preparado de marquetería<br>Ensamblaje<br>Afinación                      |
| <b>Productos</b>       | Gaitas, flautas<br>Panderetas, tambores, castañuelas<br>Bandurrias, violines, violas, violonchelos<br>Instrumentos barrocos   | <b>Habilidades</b>   | Destreza manual<br>Oído   |








## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
|-----------------------|---|----------------------|--|-----------|-------|--------|---------|--------|-----------|---------|---------|-----------|--------|-------------|-----------|
| <b>Actividad</b>      | Diseño, elaboración, ensamblaje y acabado de joyas  | <b>Maquinaria</b>    | Fundidora, inyectora, baño electrolítico, laminadora, horno, torno, pulidora, microfusión..  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| <b>Subactividades</b> | Joyería, joyero<br>Talla de azabache, azabachero  | <b>Herramientas</b>  | Pinzas, martillo, soplete, esmeril, limas, lija,   |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| <b>JOYERÍA</b>        |   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dibujo y representación gráfica del producto</li> <li>2. Preparación de materiales y herramientas</li> <li>3. Preparación de moldes o prototipos</li> <li>4. Estirado, laminado y mecanizado</li> <li>5. Talla (piedras preciosas)</li> <li>6. Soldadura y engarce</li> <li>7. Acabado</li> </ol> | <b>Materiales</b>    | Oro, plata, platino, cobre, piedras preciosas y semipreciosas, corales, esmaltes..   |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| <b>Productos</b>      | Joyas (anillos, collares, pendientes, pulseras.)<br>Artículos de decoración   | <b>Conocimientos</b> | Dibujo artístico y técnico<br>Teoría del color<br>Tipología y características de metales nobles, materiales y tecnología de joyería<br>Química básica<br>Fundición de metales, preparación de aleaciones<br>Estirado, laminado y trefilado de metales nobles<br>Microfusión                                      |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| <b>Otros</b>          | Es preciso mantenerse al día en técnicas y materiales así como en temas de diseño y seguimiento de la moda  | <b>Técnicas</b>      | <table border="0"> <tr> <td>Soldadura</td> <td>Corte</td> </tr> <tr> <td>Picado</td> <td>Forjado</td> </tr> <tr> <td>Lijado</td> <td>Cincelado</td> </tr> <tr> <td>Taladro</td> <td>Grabado</td> </tr> <tr> <td>Esmaltado</td> <td>Pulido</td> </tr> <tr> <td>Microfusión</td> <td>Engastado</td> </tr> </table> | Soldadura | Corte | Picado | Forjado | Lijado | Cincelado | Taladro | Grabado | Esmaltado | Pulido | Microfusión | Engastado |
| Soldadura             | Corte   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| Picado                | Forjado   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| Lijado                | Cincelado   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| Taladro               | Grabado   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| Esmaltado             | Pulido  |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
| Microfusión           | Engastado   |                      |  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |
|                       |   | <b>Habilidades</b>   | Creatividad<br>Habilidad para el dibujo<br>Destreza manual<br>Pulso y precisión  |           |       |        |         |        |           |         |         |           |        |             |           |

## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

| JOYERÍA          |  |   |  |
|------------------|--|---|--|
| <b>Formación</b> | <b>Técnico en Artes Plásticas y Diseño</b><br> Engastado<br> Esmaltado sobre metales<br> Grabado artístico sobre metal<br> Moldeado y fundición de objetos de orfebrería, joyería y bisutería<br> Procedimientos de joyería artística | <b>Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Bisutería artística<br> Joyería artística<br> Orfebrería y platería artística | <b>Formación Ocupacional</b><br> Joyero<br> Platero<br> Fundidor artesano |
|                  | <b>Universidad de Oviedo</b><br> Joyería y gemología   |   |  |

## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |  |   |   |
|-----------------------|---|--|---|---|
| <b>Actividad</b>      | Diseño y fabricación de objetos de madera   |  | <b>Maquinaria</b>   | Control numérico, torno, lijadora, taladro, fresadora, sierra, prensa, clavadora                                |
| <b>MADERA</b>         |   |  |   |   |
| <b>Subactividades</b> | Tornería de madera, tornero<br>Talla, tallista  |  | <b>Herramientas</b>   | Hacha, azuela, taladro, horma, gubia, cepillo, lija, cuchillos, prensillas, martillo                            |
|                       | Ebanistería<br>Construcción de madreñas, madreño  |  | <b>Materiales</b>   | Madera, pinturas, barnices  |
| <b>Tareas</b>         | 1. Diseño del producto y dibujo de los planos<br>2. Elaboración del presupuesto<br>3. Marcado y trazado de piezas<br>4. Ensamblaje y montaje de los elementos<br>5. Tratamientos de superficie y acabado<br>6. Marquetería (marcado, corte y decoración)  |  | <b>Conocimientos</b>  | Planos y croquis de carpintería<br>Trazado, marcado y mecanizado<br>Ensamblaje y montaje<br>Instalación en obra |
|                       | <b>Productos</b><br>Mueble, mueble auxiliar<br>Puertas, ventanas, escaleras<br>Revestimientos<br>Piezas decorativas<br>Madreñas   |  | <b>Técnicas</b>   | Restauración de muebles<br>Acabado artesanal<br>Taracea<br>Marquetería<br>Revestimientos                        |
| <b>Habilidades</b>    |   |  | Creatividad<br>Destreza manual<br>Fuerza física   |   |
| <b>Formación</b>      | <b>Formación profesional: madera y mueble</b><br> Fabricación a medida de carpintería y mueble<br> Fabricación industrial de carpintería y mueble | <b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Ebanistería Artística<br> Carpintería de ribera<br> Talla artística en madera | <b>Programas de empleo y formación</b><br>(Escuelas taller, casas de oficio y talleres de empleo) |   |



## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |                      |   |   |
|-----------------------|---|----------------------|---|---|
| <b>Actividad</b>      | Diseño y elaboración de productos en metal  | <b>Maquinaria</b>    | Sierra, compresor, cepillo eléctrico, radial, fragua.   |   |
| <b>METAL</b>          |   |                      |   |   |
| <b>Subactividades</b> | Forja y herrería, herrero<br>Metalistería, metalistero<br>Cerrajería decorativa o artística. Cerrajero<br>Cuchillería y navajería (cuchillero y navajero)   | <b>Herramientas</b>  | Martillo, muelas de afilar, lijadora, escobina, formón, gubia, limas, soldador, taladro, esmeril, cepillos.                                       |   |
|                       |   | <b>Materiales</b>    | Hierro, acero, pinturas.  |   |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño de producto</li> <li>2. Planificación de trabajo y elaboración de presupuestos</li> <li>3. Preparación de material</li> <li>4. Realización de moldes o plantillas</li> <li>5. Fundición / corte y soldadura</li> <li>6. Acabado con esmeril</li> <li>7. Pintado</li> </ol> | <b>Conocimientos</b> | Materiales<br>Interpretación de planos<br>Química básica<br>Revestimientos  |   |
|                       |   | <b>Técnicas</b>      | Corte<br>Ensamblaje<br>Machihembrado<br>Taladrado   | Modelado<br>Soldadura<br>Fabricación de estructuras |
| <b>Productos</b>      | Muebles (cabeceros, mesas, sillas.)<br>Verjas, portones, persianas, balcones, barandillas, pasamanos, cierres de fincas.<br>Números de portal, escudos en hierro, esculturas<br>Cuchillos y navajas.  | <b>Habilidades</b>   | Creatividad<br>Fuerza física<br>Destreza manual<br>Pulso y precisión  |   |
| <b>Formación</b>      | <b>Formación Profesional Fabricación Mecánica</b><br> Soldadura y calderería<br> Construcciones metálicas   |                      | <b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Forja artística |   |





## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |  |  |
|-----------------------|---|--|--|
| <b>Actividad</b>      | Diseño y elaboración de artículos y manipulados de papel y cartón   | <b>Maquinaria</b>  | Prensa, máquina de coser, estampador                             |
| <b>PAPEL Y CARTÓN</b> |   |  |  |
| <b>Subactividades</b> | Manipulados de papel y cartón, manipulador<br>Encuadernación, encuadernador   | <b>Herramientas</b>  | Guillotina, brochas, tijeras, bandejas,                          |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño y preparación de materiales</li> <li>2. Realización de bocetos e ilustraciones</li> <li>3. Revisión y preparado</li> <li>4. Cosido, encolado</li> <li>5. Guillotinado, enlomado</li> <li>6. Acabado</li> </ol>                                       | <b>Materiales</b>  | Papel, cartón, colas, tintes y pinturas, hilos, cintas, hierros. |
|                       |   | <b>Conocimientos</b>   | Máquinas<br>Química básica<br>Dominio del color                  |
|                       |   | <b>Técnicas</b>  | Cosido<br>Embuchado<br>Encolado<br>Alzado<br>Encuadernación      |
| <b>Productos</b>      | Encuadernación de libros, cajas y manipulados<br>Adornos y objetos decorativos<br>Cartelería  | <b>Habilidades</b>   | Precisión<br>Limpieza  |
| <b>Formación</b>      | <b>Formación profesional en artes gráficas</b><br> Producción en industrias de artes gráficas<br> Grabado y técnicas de estampación | <b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Encuadernación artística | Cursos en <b>escuelas taller y talleres de empleo</b>            |
















## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                        |   |  |  |                       |
|------------------------|---|--|--|-----------------------|
| <b>Actividad</b>       | Diseño y elaboración de artículos en piedra y mármol  | <b>Maquinaria</b>  | Pulidora, radial, compresor, pala mecanizada.  |                       |
| <b>PIEDRA Y MÁRMOL</b> |   |  |  |                       |
| <b>Subactividades</b>  | Cantería, cantero<br>Talla de piedra o mármol   | <b>Herramientas</b>  | Navaja, punzón, escalpelo, martillo, cincel, maza, barra, cuñas, pico cantero, poleas, cuerdas.      |                       |
| <b>Tareas</b>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseño y representación gráfica de producto</li> <li>Selección y preparación de materiales y herramientas</li> <li>Decapado, labrado (talla), perfilado</li> <li>Encajado y acabado</li> </ol> | <b>Materiales</b>  | Piedra y roca (caliza, arenisca.)  |                       |
|                        |   | <b>Conocimientos</b>   | Dibujo artístico<br>Tipos de rocas, piedras, materiales<br>Interpretación de planos<br>Ornamentación |                       |
|                        |   | <b>Técnicas</b>  | Labrado<br>Enlosado<br>Utilización de molduras   | Adovelado<br>Repicado |
| <b>Productos</b>       | Piezas para arquitectura (ornamental o no)<br>Escultura (bustos, talla en relieve.)<br>Piezas funcionales (fuentes, mesas, bancos)  | <b>Habilidades</b>   | Destreza manual<br>Fuerza física<br>Pulso firme  |                       |
| <b>Formación</b>       | <b>Técnico de artesa plásticas y diseño</b><br> Talla artística en piedra  | <b>Escuela Taller y Formación Ocupacional (Fundación Laboral de la Construcción)</b><br> Cantería |  |                       |



## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL












|                       |  |   |   |
|-----------------------|--|---|---|
| <b>Actividad</b>      | Diseño, preparación y fabricación de productos de piel y cuero   | <b>Maquinaria</b>   | Maquinaria de corte, marcado, coser, taladro.   |
| <b>PIEL Y CUERO</b>   |  |   |   |
| <b>Subactividades</b> | Repujado y decorado del cuero, repujador<br>Marroquinería, marroquintero   | <b>Herramientas</b>   | Troqueles, cuchillas, flejes, agujas, tijeras, hormas, punzón, gubia, cutter, rebajador, tijeras, regla, cortatiras, cuchillas, compás, sacabocaos.   |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño y representación gráfica del producto</li> <li>2. Patronaje</li> <li>3. Marcado, troquelado y corte</li> <li>4. Tintado de piezas</li> <li>5. Ensamblado, cosido o encolado</li> <li>6. Acabado (abrillantado, pulido de cantos.)</li> </ol>  | <b>Materiales</b>   | Piel, tejidos, cola, hilos,   |
|                       |  | <b>Conocimientos</b>  | Metrología<br>Patronaje y confección<br>Identificación de pieles, fibras textiles, tejidos.<br>Procesos de curtido<br>Procesos, técnicas y sistemas de corte  |
|                       |  | <b>Técnicas</b>   | Corte (a mano, troquel, mecanizado)<br>Marcado<br>Rebajado y ensamblaje<br>Montaje y acabado<br>Bordado, grabado.<br>Fruncido cosido encolado.  |
| <b>Productos</b>      | Calzado<br>Marroquinería<br>Guantería  | <b>Habilidades</b>  | Creatividad<br>Agudeza visual<br>Destreza manual (discriminación táctil)<br>Precisión y exactitud   |
| <b>Formación</b>      | <b>Formación Profesional Textil, confección y piel</b><br> Calzado y marroquinería<br> Curtidos<br> Procesos de confección industrial<br><b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Artesanía de Complementos de Cuero | <b>Otros cursos</b><br> Cortador de cuero, ante y napa<br> Patronista-escalador<br> Maquinista de peletería<br> Serigrafía textil<br> Corte y confección |  Patronista de calzado<br> Marroquintero industrial<br> Curtidor<br> Aparado, montado, escalado y corte de calzado |







## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                     |  |                      |  |
|---------------------|--|----------------------|--|
| <b>Actividad</b>    | Diseño y elaboración de alfombras, tapices y tejidos variados mediante telar manual  | <b>Maquinaria</b>    | Telar de bajo y alto lizo, máquina de urdimbre, telar de calada, máquina de coser, plancha, máquina de fijar el color, bordadora, remalladora, |
| <b>Subactividad</b> | Tejidos, tejedor<br>Decoración de telas, decorador de telas  |                      |  |
| <b>TEXTIL</b>       |  |                      |  |
|                     | Camisería, camisero  | <b>Herramientas</b>  | Urdimbres y lizos, filetas, lanzaderas, canillas, agujas, husillos, tijeras, peines, agujas, troqueles.  |
|                     |  | <b>Materiales</b>    | Hilos, tintes y colorantes   |
| <b>Tareas</b>       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño de producto. Representación gráfica</li> <li>2. Preparación de boceto a cartón (escala 1:1)</li> <li>3. Tintado de hilos, fibras y telas</li> <li>4. Preparación del telar</li> <li>5. Hilado, bobinado, urdido</li> <li>6. Pasado y repasado de hilos y fibras en telar</li> <li>7. Remate, planchado</li> </ol> | <b>Conocimientos</b> | Dibujo artístico<br>Teoría del color<br>Colorantes de fibras textiles (teñido)<br>Análisis de hilos y tejido                                   |
|                     |  | <b>Técnicas</b>      | Tintura<br>Hilatura<br>Tejido<br>Urdido<br>Tisaje  |
| <b>Productos</b>    | Alfombras, tapices, tejidos, cortinas,<br>Camisas, trajes, chalets, bordados<br>Ropa del hogar<br>Indumentaria tradicional   | <b>Habilidades</b>   | Creatividad<br>Destreza manual<br>Habilidad para el dibujo   |
| <b>Mercado</b>      | Tradición en Asturias en productos de lino, cáñamo y lana (malla de Luanco, alfombras de Taramundi o Grandas de Salime), trajes regionales (Llanes).   |                      |  |

# FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

| TEXTIL           |   |  |
|------------------|---|--|
| <b>Formación</b> | <p><b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Tejeduría en Bajo Lizo</li> <li> Tapices y alfombras</li> </ul> <p><b>Técnico Superior de Artes Plásticas y diseño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Tejidos en Bajo Lizo</li> <li> Estilismos tejidos de calada</li> </ul> | <p><b>Formación Ocupacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Tejedor de telar manual</li> <li> Adornista textil</li> <li> Sastre</li> <li> Modisto/a</li> <li> Estampación textil</li> <li> Telar artesano</li> <li> Dibujo y pintura</li> </ul> |

## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

|                       |   |  |  |   |
|-----------------------|---|--|--|---|
| <b>Actividad</b>      | Diseño y decoración artesanal de objetos de vidrio mediante técnicas de grabado, tallado y esmaltado  | <b>Maquinaria</b>  | Torno de talla, horno de fusión, pulidora, taladro, horno de fundido, máquina de chorro.   |   |
| <b>VIDRIO</b>         |   |  |  |   |
| <b>Subactividades</b> | Vidriería, vidriero<br>Decoración de vidrio, decorador de vidrio<br>Tallista de vidrio  | <b>Herramientas</b>  | Ruedas (talla), ruletas, pinceles, paletas   |   |
|                       |   | <b>Materiales</b>  | Ácidos, pinturas, esmaltes   |   |
| <b>Tareas</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseño de la pieza, presupuesto y plantilla</li> <li>Preparación de materiales</li> <li>Talla (mateado y abrillantado)</li> <li>Soplado (mezcla y fundido de materiales, decoración y acabado)</li> <li>Grabado, emplomado, pintura y esmaltado</li> <li>Acabado</li> </ol>                | <b>Conocimientos</b>   | Dibujo técnico y artístico<br>Teoría del color<br>Técnicas de grabado, talla, pintura y esmaltado  |   |
|                       |   | <b>Técnicas</b>  | Grabado con ácido o chorro de arena<br>Talla<br>Esmaltado<br>Técnicas de vidrio en caliente  | Emplomado<br>Pintura<br>Tiffany<br>Grisalla |
|                       |   | <b>Habilidades</b>   | Destreza manual<br>Dibujo artístico<br>Pulso y precisión   |   |
| <b>Productos</b>      | Objetos de regalo<br>Vidrieras<br>Menaje<br>Objetos de decoración (puertas, espejos)  |  |  |   |
| <b>Formación</b>      | <b>Formación Profesional Vidrio y Cerámica</b><br> Operaciones de fabricación de vidrio y transformados<br> Fabricación y transformación de productos de vidrio | <b>Técnico de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Pintura sobre vidrio<br> Técnicas del vidrio en frío<br> Procedimientos de vidrio en caliente<br><b>Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño</b><br> Artes del Vidrio<br> Procedimientos de vidrio en frío | <b>Otros cursos</b><br> Decorador de objetos de vidrio<br> Vidriero artístico<br> Soplador de vidrio<br> Barnizador o lacador<br> Dibujo artístico |   |



## FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL























| ALIMENTACIÓN          |   |                      |   |
|-----------------------|---|----------------------|---|
| <b>Actividad</b>      | Elaboración de productos alimenticios terminados y semiterminados   | <b>Maquinaria</b>    | Picadora, amasadora, embutidora, envasadora, prensa, caldera, tanque de frío, cámara de maduración, termoselladora, pastizador.       |
| <b>Subactividades</b> | Preparados precocinados<br>Preparación de dulces<br>Fabricación de quesos y productos lácteos<br>Preparación de conservas y semiconservas       | <b>Herramientas</b>  | Utensilios de cocina, marmitas, ollas, cuchillos, moldes, dosificadores, termómetro, acetímetro.                                      |
| <b>Tareas</b>         | 1. Formulación de preparados<br>2. Preparación de materia prima.<br>3. Elaboración<br>4. Cocción / maduración<br>5. Envasado<br>6. Conservación | <b>Conocimientos</b> | Formulación<br>Conocimiento de ingredientes<br>Manipulación de alimentos<br>Despiece, picado, fileteado<br>Amasado, moldeado, cocción |
| <b>Productos</b>      | Empanados y precocinados de carnes y pescados<br>Dulces, casadiellas, pastas<br>Platos preparados enlatados<br>Quesos                           | <b>Habilidades</b>   | Pulcritud<br>Meticulosidad<br>Destreza manual<br>Trabajo en cadena  |

### NOTA

La artesanía alimentaria abarca varias actividades en función del tipo de materia prima utilizada (cárnicos, pescados, dulces, panes, platos preparados tradicionales.) por lo que no es posible aglutinar todas y cada una de las tareas y técnicas que se deben dominar en este campo, incluyendo una denominación genérica.

Se apunta, sin embargo, el conjunto de cursos e itinerarios formativos a seguir para cada una de las especialidades

FICHAS DE PERFIL PROFESIONAL

| ALIMENTACIÓN |  |   |   |
|--------------|--|---|---|
| Formación    | Formación profesional:   | Otros cursos  |   |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li> Matadero y carnicería-charcutería</li> <li> Conservería vegetal, cárnica y de pescado</li> <li> Elaborador de productos lácteos</li> <li> Panificación y repostería</li> </ul> | <p><b>Pescados y mariscos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Elaborador de conservas de productos de la pesca</li> <li> Técnico de semiconservas de pescado</li> <li> Procesador de productos congelados</li> </ul> <p><b>Lácteos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Procesador de leche</li> <li> Elaboración de quesos artesanos, yogur y leches fermentadas</li> </ul> | <p><b>Cárnicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Carnicero</li> <li> Matarife</li> <li> Elaborador de productos cárnicos</li> </ul> <p><b>Dulces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Elaborador de caramelos y dulces</li> <li> Elaborador de cacao y chocolate</li> <li> Pastelero</li> <li> Elaborador de galletas</li> <li> Panadería</li> <li> Repostería</li> </ul> |
|              | Formación General  |   |   |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li> Técnicas de nutrición</li> <li> Microbiología de los alimentos</li> <li> Procesador de catering</li> <li> Limpieza y desinfección en industrias alimentarias</li> </ul>        |   |   |

## 14. ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Durante la realización del trabajo de campo se ha llevado a cabo un proceso de detección de oportunidades de negocio que ha seguido a la realización de un análisis inicial de su viabilidad económica.

Es preciso remarcar el carácter orientativo de los Planes de Empresa iniciales que se presentan en este documento, y que aquellas personas interesadas en el desarrollo posterior de una idea de negocio similar deben realizar un análisis o Plan de Empresa más riguroso y adaptado a la realidad socioeconómica del momento y lugar.

El desarrollo de alguno de estos proyectos de forma más meticulosa requiere al menos la realización en detalle de los siguientes pasos:

- **Definición del proyecto**, detallando los productos y servicios que incluye, así como sus características técnicas y elementos diferenciadores
- Desarrollo del **Plan de Producción**: incluyendo la previsión de inversiones en instalaciones, equipamiento necesario, número y cualificación de la mano de obra, cantidades, calidades y tipos de materia prima, herramientas o maquinaria, etc.
- Realización del **Análisis de Mercado**: segmentando y tomando decisiones respecto al posicionamiento del proyecto/productos o servicios, así como recopilando información respecto a la competencia, clientes potenciales o sobre la evolución del sector, entre otros.
- Elaboración del **Plan de Marketing**, tomando decisiones respecto al producto, precio, estrategia de promoción, y canales de distribución adecuados así como en relación con la política de ventas.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

- Análisis de la información a través de la Matriz DAFO (Oportunidades y Amenazas del entorno y Debilidades y Fortalezas del proyecto)
- Desarrollo de la **Previsión Económico-Financiera**, teniendo en cuenta al menos los gastos generales, ventas estimadas y la inversión a realizar.

Se incluye a continuación la información relacionada con los siguientes proyectos cuyos resultados han sido positivos:

**FABRICACIÓN ARTESANA DE HARINA DE MANZANA**

**DESPACHO DE PAN Y BOLLERÍA ARTESANAL**

**TALLER DE ARTESANÍA EN PIEDRA**

**TALLER DE RECUPERACIÓN DE INSTRUMENTOS MUSICALES**

**COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS ARTESANOS**

## 14.1 Fabricación artesana de harina de manzana

### Descripción y desarrollo del proyecto

---

A través de este proyecto se pretende la producción y comercialización de HARINA DE MANZANA, tomando como materia prima para la misma los restos de la manzana ya prensada y utilizada precisamente, para hacer la sidra natural en Asturias. Esta materia normalmente se desecha bien para alimentar a los animales, o abonar la tierra.

La comercialización de la harina de manzana permitirá aprovechar estos residuos, así como poner en el mercado un producto nutritivo, sano y natural, con alto contenido en fibras y adecuado para el consumo en cualquier tipo de plato.

Es más, la elección de la manzana como origen de la harina se basa en la presencia de esta fruta en la gastronomía tradicional a nivel internacional, incluyendo países como Argentina o Turquía.

### Productos y servicios a comercializar

---

#### Harina de manzana

Producto rico en nutrientes y con alto contenido en fibra que permite la elaboración de diferentes platos, bien como ingrediente adicional aromatizante para purés, salsas o bizcochos, bien como ingrediente principal para la preparación de masas y pasteles.

La comercialización se realiza en envases de 1 Kg. En el etiquetado del producto se incluyen, además de la información nutricional y otros requisitos exigidos por la ley, diversas posibilidades de utilización a través de recetas e ideas culinarias, que permitirán al cliente conocer nuevas posibilidades de uso y facilitarán su introducción paulatina en las cocinas asturianas y españolas.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Una de las principales características del producto, además de su aroma, sabor y calidad, es su idoneidad como sustitutivo de la harina de trigo para celíacos (personas que no toleran el gluten presente en los cereales como el trigo o la avena) Para ello, será necesario ponerse en contacto con la Federación de Asociaciones de Celíacos de España y estudiar la posibilidad de incluir en el etiquetado (tras los análisis pertinentes) la marca “Controlado por FACE”.

### Mercado

---

Según datos del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA) Asturias es la cuarta productora de sidra mundial, por detrás de Inglaterra, Francia e Irlanda. Actualmente existen alrededor de 115 establecimientos que se dedican a la obtención de sidra, y su producción aumenta no solo en volumen sino también en calidad, debido al desarrollo de la denominación de origen, que obliga a mantener elevados y estrictos niveles de control de la calidad en productos, procesos y gestión.



Las perspectivas del sector, dado que se trata de un producto con un mercado básicamente regional (el 90% de la producción se consume en Asturias) pasan por diversificar la industria lagarera, a partir de la producción y comercialización de otros productos agroalimentarios.

Uno de estos productos es la HARINA DE MANZANA, que además de aprovechar como materia prima los residuos de la manzana ya prensada, permite introducir en el mercado un producto innovador, saludable y de alto valor nutricional.



La manzana es la fruta más extendida del mundo e ingrediente básico en la dieta, que además forma parte de platos tan tradicionales como el panqueque argentino, el haroset judío, el strudel austriaco, la baclava turca, y el pastel de manzana americano.

## Conclusiones

### Puntos Fuertes






-  Es un producto innovador, que permite añadir aroma y sabor a platos elaborados, salsas, pastelería y bollería, etc, y que tiene aplicación en el mercado general, no limitándose la comercialización del mismo a un segmento en particular.
-  Actualmente no existe ninguna empresa que comercialice un producto similar, por lo que existe una ausencia inicial de competidores en el sector.

### Puntos débiles

-  Aunque el coste de la inversión parece elevado, debe tenerse en cuenta que el precio de las materias primas es muy reducido dado que se basa en residuos de la producción de sidra, lo que permite obtener un margen de beneficios mayor.
-  Se trata de un producto sustitutivo de la harina de trigo tradicional, la gran competencia directa. Sin embargo, se puede comercializar poniendo especial énfasis en el mercado existente entre las personas que no toleran el gluten, denominadas comúnmente, celíacas


## Previsión económica

| Inversión Inicial  | Inversión |
|--|-----------|
| Maquinaria (horno secadero, mezclador, molino, envasadora, etiquetadora) | 26.000 €  |
| Total  | 26.000 €  |

| Previsión de Gastos   | Gastos   |
|---|----------|
|  Nave industrial de 80 m <sup>2</sup> en régimen de alquiler (2 €/m <sup>2</sup> ) | 1.920 €  |
|  Amortización maquinaria   | 1.300 €  |
|  Suministro y transporte de manzana prensada (0.05 €/Kg)                           | 700 €    |
|  Leasing camión recogida materia prima y distribución del producto                 | 6.000 €  |
|  Gastos Generales Primer Año <sup>10</sup>   | 40.000 € |
| Total   | 49.920 € |

<sup>10</sup> Incluye gastos de constitución, salarios y seguridad social para dos personas (socio y ayudante), comunicaciones, publicidad, primas seguros, suministros, etc.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

| Previsión de Ingresos Primer Año   |          |               | Ingresos |
|--|----------|---------------|----------|
| Producto/Servicio  | Unidades | Precio/Unidad | Total    |
|  Harina de manzana<br>A comercializar en envases de 1 Kg. | 10.000   | 3,90 €        | 39.000 € |
| Total  |          |               | 39.000€  |

A la hora de hacer la previsión del volumen de producción e ingresos, se ha tenido en cuenta que se trata de un producto nuevo en el mercado, y que se necesita un período de introducción y adaptación que permita al consumidor conocer sus características y utilidades, por lo que la labor de marketing resulta de gran importancia y requiere la realización de gastos importantes. Se prevé que la producción y los ingresos se dupliquen el tercer año.

## 14.2 Despacho de pan y bollería artesanal

### Descripción y desarrollo del proyecto

---

Elaboración y venta al por menor de productos de panadería y bollería artesanos. El rasgo diferencial de este tipo de productos es su condición de artesanal, frente a aquellos de origen industrial que constituyen su principal competencia.

La oferta básica de este negocio se compone tanto de productos de panadería y bollería dulces y salados elaborados de forma artesanal como por otros productos y servicios adicionales como frutos secos o bombones y servicios de cafetería, *catering* y reparto a domicilio.

### Productos y servicios a comercializar

---

#### Productos

Además de una gran variedad de productos de panadería, se completaría su oferta con la elaboración de bollería dulce (pasteles, helados), bollería salada (empanadas, bocadillos), refrescos, servicio de cafetería, y *catering*.

#### Servicios

Implantación de un servicio de cafetería y *catering*, así como el reparto a domicilio. Estos dos últimos cobran mayor relevancia en relación con servicios a organismos y empresas y de cara a su desarrollo en entornos industriales.

### Mercado

---

El consumo de pan y bollería ha crecido a pesar del incremento de los precios de las distintas materias primas. Este dato, junto con la mejor valoración que tiene el producto alimentario artesanal frente al industrial garantizan la existencia de un mercado al que acceder con una cierta ventaja competitiva.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Otro dato a tener en cuenta es el rápido crecimiento de las ciudades a través del desarrollo de nuevos barrios residenciales en los que aún no se han implantado este tipo de negocios, facilitando la búsqueda de un local adecuado y sin competencia próxima.

En cuanto al tipo de clientes, este puede ser de dos tipos, cliente particular (principalmente amas de casa, aunque también niños, jóvenes o personas que viven solas) y empresas. Dentro de este último grupo de clientes potenciales destacan tanto las de hostelería (restaurantes, hoteles o bares), centros educativos (comedores escolares) o las residencias de estudiantes.




En general, productos sustitutivos los constituyen la panadería y bollería industrial, provenientes de empresas con una mayor capacidad de producción que comercializan los productos a un precio menor.

Otro tipo de productos sustitutivos son los snacks, dulces, frutos secos puesto que este tipo de productos ejercen una fuerte presión sobre el producto artesanal, especialmente entre los clientes de menor edad., si bien este tipo de productos se podría incluir en la oferta para que sirva de gancho en la venta de productos artesanos.

### Conclusiones

---

#### **Puntos Fuertes**

-  Los clientes potenciales valoran y perciben la calidad de los productos, elaborados con materias primas naturales, y combinando un proceso productivo con técnicas modernas y artesanales.
-  La diversificación de la oferta a través de servicios complementarios permite implantarse en el mercado a través de diferentes estrategias.
-  Existe disponibilidad de personal cualificado en la región.

#### **Puntos Débiles**

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

- ✚ Es preciso realizar una inversión elevada para poner en marcha el negocio, y es posible encontrar con dificultades a la hora de seleccionar el local adecuado para llevar a cabo la actividad.
- ✚ La gran competencia directa en cuanto al producto la constituyen aquellos precocinados y congelados de producción industrial para lo que será preciso desarrollar y adecuar la producción de artículos al cliente (sin sal, de harina de maíz, de verduras, integral, etc.)
- ✚ La competencia la constituyen tanto empresas del sector de alta calidad (tipo tahonas o boutiques del pan) como empresas ajenas al mismo que comercializan este tipo de productos (pensemos en las gasolineras), y por último las grandes superficies, ofreciendo un producto competitivo en precio pero no en calidad.

### ✚ Previsión económica

| Inversión Inicial  | Inversión |
|--|-----------|
| Acondicionamiento del local, maquinaria (horno, mezclador, amasadora), y mobiliario, | 65.050 €  |
| Total  | 65.050 €  |

| Previsión de Gastos   | Gastos   |
|---|----------|
| ✚ Alquiler de local (120 m <sup>2</sup> ) (2€/ m <sup>2</sup> ) | 2.880 €  |
| ✚ Amortización inversión  | 3.253 €  |
| ✚ <i>Leasing</i> vehículo transporte                            | 4.800 €  |
| ✚ Gastos generales primer año <sup>11</sup>                     | 40.000 € |
| Total   | 50.933 € |

| Previsión de Ingresos Primer Año                          |          |               | Ingresos |
|---|----------|---------------|----------|
| Producto/Servicio   | Unidades | Precio/Unidad | Total    |
| ✚ Ventas de productos                                     | 60.000   | 0,60 (aprox)  | 36.000 € |
| ✚ Prestación de servicios (catering, entrega a domicilio) | 35.000   | 0,67 (aprox)  | 23.450€  |
| Total   |          |               | 59.450 € |

<sup>11</sup> Incluye gastos de constitución, salarios y seguridad social para dos personas, comunicaciones, publicidad, primas seguros, suministros, etc.



## 14.3 Taller de artesanía en piedra

### Descripción y desarrollo del proyecto

---

La difusión del turismo rural es uno de los factores que más influyen en la reconstrucción de casas rurales a través de la recuperación de sus materiales originales. Otro aspecto que facilita la viabilidad de la idea que se propone es la mayor protección y la rehabilitación del patrimonio monumental, generando una demanda estable y continua de productos en piedra.

El desarrollo de un proyecto basado en artesanía en piedra supone la creación, producción, restauración o reparación de bienes artísticos y populares, a través de productos como cornisas, capiteles, figuras escultóricas o mobiliario.

### Productos y servicios a comercializar

---

En cuanto al producto es preciso analizar y estandarizar la producción lo máximo posible, manteniendo las características de producción artesanal, pero intentando especializarse en una gama concreta de productos, obteniendo un resultado final de menor coste y mayor calidad. Además, es preciso introducir una estrategia diferenciadora de la competencia a través de la incorporación de otros materiales (vidrio, madera o piel, por ejemplo) y la recuperación de motivos y diseños tradicionales, así como de la incorporación de nuevas técnicas de trabajo.

En cuanto a la gama de productos, estos pueden ser:

#### **Productos arquitectónicos**

Restauraciones generales o productos concretos como fachadas, columnas, cornisas o vigas.

#### **Productos escultóricos**

De tipo artístico, esculturas, tallas, figuras o escudos.

Como fuentes, chimeneas, mesas y bancos o relojes de sol.

### Mercado

---

La demanda de productos en piedra ha crecido en los últimos años a causa del empuje de la recuperación de viviendas rurales, la mejor valoración del producto artesano por parte de la sociedad y del apoyo de la Administración a través de las acciones de conservación del patrimonio tradicional.


El mercado para este producto es amplio, pudiendo dirigirse a la construcción, especialmente en el caso de la segunda vivienda o de la restauración y en parte a causa del auge de la arquitectura popular. Otro cliente potencial lo constituye la Administración, a través de dos vías, por un lado el mantenimiento, rehabilitación y recuperación del patrimonio y por otro mediante la inversión en mobiliario urbano (fuentes, bancos y macetas por ejemplo). Por último, es posible dirigir la oferta hacia un cliente en busca de piezas personales y únicas, de alto valor artístico a través de los productos escultóricos y decorativos.

Dada la amplia gama de clientes objetivo es preciso definir la estrategia de comercialización, dirigiendo el producto a constructores, a empresas de materiales para la construcción, tiendas de mobiliario exterior, estudios de decoración o arquitectura u otros en función de los objetivos marcados y de la estrategia de diferenciación elegida.

### Conclusiones

---

#### Puntos Fuertes

 Existen una clara demanda de productos en piedra, tanto en cuanto a la restauración de edificios respetando la arquitectura popular como respecto a artículos personalizados, escultóricos o artísticos en piedra, y productos funcionales.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

- ✚ La inversión inicial no es muy fuerte, aunque sí es precisa una formación específica en el sector y el dominio de las diferentes técnicas de trabajo.

### Puntos Débiles

- ✚ La principal amenaza reside en la fuerte competencia de los productos industriales existentes en el mercado, que por sus características estéticas, funcionales y de calidad–precio limitan la demanda potencial del producto artesano. Es preciso que el desarrollo comercial del negocio se realice teniendo en cuenta una distinción comercial, enfocando la actividad hacia productos personalizados y añadiendo valor a los mismos.
- ✚ Es necesaria una fuerte estrategia comercial que permita incorporarse en el mercado y darse a conocer dado que se trata de un sector en el que es complicado identificar al cliente final.

### ✚ Previsión económica

| Inversión Inicial  | Inversión |
|--|-----------|
| Acondicionamiento local, mobiliario, maquinaria (taladro, torno, rebarbadora) y herramientas (punzones, limas, lijas, poleas.) | 19.300 €  |
| Total  | 19.300 €  |

| Previsión de Gastos  | Gastos   |
|--|----------|
| ✚ Nave industrial en régimen de alquiler (2 €/m <sup>2</sup> ) de 80m <sup>2</sup> con espacio para exposición (anexo de 100m <sup>2</sup> ) | 4.320 €  |
| ✚ Leasing camión con grúa pluma para traslado de piezas  | 3.000 €  |
| ✚ Amortización de inversión y maquinaria   | 615 €    |
| ✚ Reparaciones y repuestos   | 10.200 € |
| ✚ Materia prima  | 6.000 €  |
| ✚ Gastos generales primer año <sup>12</sup>  | 44.000 € |
| Total  | 68.135 € |

<sup>12</sup> Incluye gastos de constitución, salarios y seguridad social para dos personas, comunicaciones, publicidad, primas seguros, suministros, etc.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

| <b>Previsión de Ingresos Primer Año</b> |                 |                        | <b>Ingresos</b> |
|---|-----------------|------------------------|-----------------|
| <b>Producto/Servicio</b>                | <b>Unidades</b> | <b>Precio/Unidad</b>   | <b>Total</b>    |
| Productos arquitectónicos               | 14              | 4.000 € (precio medio) | 56.000 €        |
| Productos escultóricos                  | 17              | 1.000 €(precio medio)  | 17.000 €        |
| Productos funcionales                   | 22              | 700 € (precio medio)   | 15.400 €        |
|   |                 | Total                  | 88.400 €        |

## 14.4 Taller de recuperación de instrumentos musicales



### Descripción y desarrollo del proyecto

---

En los últimos años se ha intensificado la tendencia a recuperar costumbres, objetos, diseños y tradiciones populares de cada región. En Asturias este proceso ha fomentado el interés no sólo por la simple recuperación de textos, tradiciones o vestimenta tradicional sino también a través de la música.

Así, puede afirmarse que existe una corriente que pugna por rescatar no sólo canciones y melodías antiguas sino también por recuperar los instrumentos que se utilizaban entonces.

Este proyecto trata de dar forma a la recuperación de esos instrumentos antiguos a partir de dos estrategias bien definidas:

-  Por un lado, se trata de **restaurar los instrumentos tradicionales**, manteniendo el espíritu y los materiales con los que fueron fabricados.
-  Por otro lado, se trata de proseguir una investigación que permita obtener datos históricos de cara a la **recuperación real de instrumentos desaparecidos**, ajustando su fabricación a las técnicas tradicionales.

### Productos y servicios a comercializar

---

Para el desarrollo del presente proyecto es preciso contar con personal muy especializado, así como llevar a cabo una intensa colaboración con diversas instituciones, tanto etnográficas como culturales.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Otro dato a tener en cuenta es que la especialización es una de las características diferenciadoras que definen el desarrollo de este proyecto de recuperación histórica y artesanal de instrumentos musicales, por lo que no se contempla la realización de otro tipo de fabricación de instrumentos.

### Recuperación

Entendida como recuperación histórica y fabricación artesanal de instrumentos olvidados y perdidos.

### Restauración

Restauración de instrumentos musicales antiguos, a través de las técnicas tradicionales y respetando las materias primas originales. En este caso se incluyen dos tipos de restauración: puntual, de cara al establecimiento de contactos con clientes particulares y continuada, a través de la realización de contratos de mantenimiento y restauración con instituciones.

Aunque el ámbito de actuación para este proyecto a corto plazo es puramente regional, dada la especialización y el tipo de trabajo a llevar a cabo es posible una ampliación a mercados nacionales e internacionales a medio y largo plazo.

## Mercado

---

En los últimos años se ha venido desarrollando una cierta tendencia a recuperar antiguas costumbres y tradiciones. Esto incluye no solo el conocimiento sobre hábitos y útiles, sino también respecto a un pilar cultural básico: la música. La recuperación en este ámbito se circunscribe además de al análisis de melodías y letras al conocimiento de los instrumentos utilizados para tocarlas. Esto crea una **expectativa potencial** respecto a la posibilidad de recuperar estos instrumentos que se cubre con el presente proyecto.

Por otro lado, en esta región han proliferado diferentes museos etnográficos e históricos que incorporan en sus exhibiciones instrumentos antiguos, precisando la realización de un mantenimiento especializado.



Ambos aspectos configuran el mercado al que se dirige el presente proyecto.

Adicionalmente, se puede dirigir la oferta de servicios hacia el sector formado por anticuarios y establecimientos de compraventa de antigüedades, configurándose como un punto de contacto con un tercer tipo de cliente final: el coleccionista.


### Conclusiones

---

#### **Puntos Fuertes**

-  Hoy día, no existe competencia directa en la realización de este tipo de trabajos, sin embargo, algunos fabricantes artesanales de instrumentos musicales pueden llevar a cabo de forma puntual esta labor, por lo que la estrategia de marketing y la creación de una red de contactos son los pilares del proyecto.
-  Es de destacar que existe un mercado amplio, potenciado por el auge de la cultura musical y del interés creciente por la música tradicional en la sociedad actual.

#### **Puntos Débiles**

-  Para el desarrollo del presente proyecto es preciso contar con una formación cultural amplia y conocer las técnicas de fabricación tradicionales así como los materiales utilizados.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Además, es necesario desarrollar una red de contactos y llevar a cabo una amplia labor de marketing orientada a darse a conocer en los puntos adecuados (universidades, asociaciones culturales, fundaciones de recuperación histórica y museos, entre otros)

### Previsión económica

| Inversión Inicial  | Inversión |
|--|-----------|
| Maquinaria y utillaje (torno, sierras, taladros, esmeriladoras, gubias, cepillos, lijas, escariadores, brocas) | 8.000 €   |
| Total  | 8.000 €   |

| Previsión de Gastos  | Gastos   |
|--|----------|
| Alquiler de local de aproximadamente 60 m <sup>2</sup> (2€/ m <sup>2</sup> )     | 1.440 €  |
| Mantenimiento, reparación, repuestos y amortización de maquinaria y herramientas | 5.000 €  |
| Gastos relativos a documentación, bibliografía y formación específica            | 8.000 €  |
| Gastos relativos a la estrategia comercial, realización de contactos             | 9.000 €  |
| Gastos generales primer año <sup>13</sup>  | 36.000 € |
| Total  | 59.440 € |

| Previsión de Ingresos Primer Año |          |                 | Ingresos |
|----------------------------------|----------|-----------------|----------|
| Producto/Servicio                | Unidades | Precio/Unidad   | Total    |
| Recuperación de instrumentos     | 2        | 3.700 € (aprox) | 7.400 €  |
| Restauración de instrumentos     | 16       | 2.000 € (aprox) | 32.000 € |
| Total                            |          |                 | 39.400 € |

De cara a la estimación de los ingresos se incluye un precio aproximado medio de la fabricación de un único instrumento, pudiendo abaratare el coste una vez que se reciban mayores pedidos por tipo de producto, lo que se espera que suceda en años próximos.

<sup>13</sup> Incluye gastos de constitución, salarios y seguridad social para una persona, comunicaciones, publicidad, primas seguros, suministros, etc.

## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

En cuanto al precio en el caso de la recuperación de instrumentos, se incluye una estimación aproximada por unidad, sin tener en cuenta el posible establecimiento de contratos de mantenimiento con instituciones.

En cuanto al resultado final del ejercicio, debe tenerse en cuenta que es preciso realizar una intensa labor comercial al inicio, dedicando gran parte de los esfuerzos económicos a darse a conocer en el mercado, por lo que la llegada de pedidos se espera a partir de un segundo semestre.

## 14.5 Comercializadora de productos artesanos

### Descripción y desarrollo del proyecto

---

Dada la estructura de producción del sector de la artesanía y su composición a base de unidades productivas de reducido tamaño, se demanda siempre un servicio externo de comercialización, directa o indirecta.

Esta es la raíz o la base de la que parte el presente proyecto, dada una necesidad clara del sector de la artesanía respecto a la comercialización de sus productos, existe un amplio mercado de cara a la creación de una central de ventas de artesanía.

Es decir, este proyecto pretende facilitar la introducción en el mercado y el acceso a los intermediarios, a través de la creación de una central de gestión, especializada en artesanía y que canalice tanto la demanda como la oferta de artículos.

### Productos y servicios a comercializar

---

#### Artesano

A partir de una serie de reuniones con diferentes profesionales, se puede elaborar un catálogo general con la información proporcionada por cada artesano y englobarla en función del cliente final al que va dirigido y del perfil de intermediario adecuado a cada producto.

Para el inicio del trabajo se establecería un acuerdo de exclusividad en la representación de los productos entre el Artesano y la Comercializadora, pasando a llevar a cabo las acciones de promoción, contactos y recepción de pedidos. Es decir, iniciando el proceso de conexión oferta-demanda.

**Objetivo:  
intermediario  
(minorista,  
distribuidor,..)**

El cliente-destinatario lo representan todos aquellos comercios susceptibles de incorporar en su línea de ventas artículos artesanales, teniendo en cuenta a éstos en función de su destino o función (venta de artículos cerámicos en estanterías de menaje por ejemplo en el caso de juegos de café artesanales).

El objetivo es que el intermediario canalice los pedidos a través de un único contacto, pudiendo diversificarse la demanda en función de la capacidad de producción y de respuesta de cada artesano.

### Mercado

---

Uno de los aspectos a tener en cuenta en el desarrollo del presente proyecto es la doble figura de cliente. Es decir, es posible enfocar el negocio hacia el cliente-proveedor, formado por todos aquellos artesanos que desean ampliar su campo de actuación e iniciar la comercialización no sólo de forma directa sino también a través de esta segunda vía. Por otro lado, se encuentra un cliente-destinatario, compuesto por diferentes comercios —bien especializados en artesanía, tiendas de menaje, decoración, antigüedades o regalo— o grandes superficies a las que sólo es posible introducir el producto artesanal a través de una cierta garantía y capacidad de producción a la que un único artesano no puede hacer frente.

Actualmente no existe en el mercado una gran tradición en cuanto a este tipo de actuaciones, existiendo empresas que llevan a cabo su actividad de forma subsectorial (distribuidoras de productos alimenticios, principalmente) o pequeñas agrupaciones de artesanos que comercializan sus productos de forma conjunta. Por otro lado, instituciones como por ejemplo la Fundación Mezquita de las Tornerías<sup>14</sup>, de Toledo, han iniciado una serie de actuaciones de apoyo a la comercialización con este mismo fin y podrían en un momento dado configurarse como competencia.

---

<sup>14</sup> <http://www.fundarte.com> Programa "Oficios por encargo" con la participación del Gobierno del Principado de Asturias



## ESTUDIOS DE VIABILIDAD

Adicionalmente es posible que las asociaciones o agrupaciones de artesanos decidan iniciar una actividad similar, por lo que es importante realizar una entrada firme en el mercado y posicionarse correctamente frente a sendos tipos de clientes.

### Conclusiones

---

#### **Puntos Fuertes**

-  En cuanto al cliente destinatario, este se circunscribe en un mercado muy amplio y altamente receptivo dada la creciente valoración por la sociedad del producto artesanal.
-  El hecho de representar múltiples campos en la artesanía (cerámica, vidrio, madera, etc.) permite acceder y analizar el mercado de forma general y posicionarse y especializarse en función de los resultados.

### Puntos Débiles

- ✚ La principal amenaza sobre este proyecto se basa en la reducida inversión necesaria para iniciar la actividad, que facilita la entrada en un futuro de potenciales competidores.
- ✚ Existe el riesgo de que las propias asociaciones de artesanos decidan llevar a cabo esta misma actividad, limitando el campo de acción de la empresa.
- ✚ Es preciso analizar cuidadosamente el tipo de producto y capacidad de respuesta y de producción que tiene cada artesano, de cara a ofrecer al cliente destinatario información ajustada y mantener la satisfacción tanto en cuanto a calidad, como respecto a cumplimiento de plazos.

### ✚ Previsión económica

| Inversión Inicial   | Inversión |
|---|-----------|
| Equipo informático, comunicaciones y material promocional (catálogo, tarjetas, página web y otros) para captación de cliente-proveedor y cliente-destinatario | 15.900 €  |
| Total   | 15.900 €  |

| Previsión de Gastos  | Gastos   |
|--|----------|
| ✚ Leasing de elementos de transporte                                 | 3.000 €  |
| ✚ Gastos de representación, asistencia a ferias y viajes comerciales | 9.000 €  |
| ✚ Gastos generales primer año <sup>15</sup>                          | 30.000 € |
| Total  | 42.000 € |

| Previsión de Ingresos Primer Año |                  | Ingresos |
|----------------------------------|------------------|----------|
| Producto/Servicio                | Modalidad        | Total    |
| Ingresos sobre ventas            | 7 % sobre ventas | 25.770 € |
|                                  |                  | 25.770 € |

En cuanto a la previsión de los ingresos, se estima que en el primer año se pueden alcanzar unas ventas cercanas al 3% del valor de la producción anual en Asturias (valorada por la Fundación Española para la Artesanía en el año 2003 en 12.271 miles de euros) y que esta cifra se duplique a partir del segundo año.

<sup>15</sup> Incluye gastos de constitución, salarios y seguridad social para una persona, comunicaciones, publicidad, primas seguros, etc.



ANEXO I  
 REPERTORIO DE OFICIOS ARTESANOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

**15. ANEXO I – REPERTORIO DE OFICIOS  
 ARTESANOS DEL PRINCIPADO DE  
 ASTURIAS**

| Nº orden        | Denominación  | Código CNAE 93        | A        | B        | C        | D        |
|-----------------|---|-----------------------|----------|----------|----------|----------|
| <b>1.</b>       | <b>CERÁMICA</b>   |                       |          |          |          |          |
| 1.1.            | Cerámica, ceramista (decorador(a), muralista, esmaltista, modelador(a), etc.) | 26.2                  | X        |          | X        |          |
| 1.2.            | Alfarería, ollería, alfarero(a), ollero(a)                                    | 26.2                  |          | X        |          |          |
| 1.3.            | Tejería, tejero(a)  | 26.4                  | X        |          | X        |          |
| <b>2.</b>       | <b>CESTERÍA Y FIBRAS VEGETALES</b>  |                       |          |          |          |          |
| 2.1.            | Cestería, cester(a)   | 20.5                  | X        | X        | X        |          |
| 2.2.            | Labores de paja, productor(a) de labores de paja                              | 20.5                  | X        |          | X        |          |
| 2.3.            | Arreglos florales con flores naturales o secas                                | 52.4                  | X        |          | X        |          |
| <b>3.</b>       | <b>INSTRUMENTOS MUSICALES</b>   |                       |          |          |          |          |
| 3.1.            | Productor(a) de instrumentos musicales de cuerda o Luthier                    | 36.3                  | X        |          | X        |          |
| 3.2.            | Productor(a) de instrumentos musicales de viento                              | 36.3                  | X        |          | X        |          |
| 3.3.            | Productor(a) de instrumentos musicales de percusión                           | 36.3                  | X        |          | X        |          |
| 3.4.            | Productor(a) de instrumentos musicales tradicionales asturianos               | 36.3                  |          | X        |          |          |
| 3.5.            | Afinación de instrumentos musicales, afinador(a)                              | 36.3                  |          |          |          | X        |
| <b>4.</b>       | <b>JOYERÍA</b>  |                       |          |          |          |          |
| 4.1.            | Joyería, joyero(a)  | 36.2                  | X        |          | X        |          |
| 4.2.            | Orfebrería, orfebre   | 36.2                  | X        |          | X        |          |
| 4.3.            | Platería, platero(a)  | 36.2                  | X        |          | X        |          |
| 4.4.            | Talla de piedras preciosas o semipreciosas, lapidario(a)                      | 36.2                  | X        |          | X        |          |
| 4.5.            | Talla de azabache, azabachero(a)  | 36.2                  |          | X        |          |          |
| <b>5.</b>       | <b>MADERA</b>   |                       |          |          |          |          |
| 5.1.            | Tornería, de madera, tornero(a)   | 20.1                  | X        |          | X        |          |
| 5.1.1.          | Tornería con torno de media vuelta, torneiro(a) o cunqueiro(a)                |                       |          |          |          |          |
| 5.2.            | Carpintería, carpintero(a)  | 20.3                  | X        |          | X        |          |
| 5.3.            | Tonelería, tonelero(a), sellero(a)  | 20.4                  | X        |          | X        |          |
| 5.4.            | Talla, tallista   | 20.5                  | X        |          | X        |          |
| 5.5.            | Marquetería, marquetero(a), taracea, taraceador(a)                            | 20.5                  | X        |          | X        |          |
| 5.6.            | Imaginería, imaginero(a)  | 20.5                  | X        |          | X        |          |
| 5.7.            | Ebanistería, ebanista   | 36.1                  | X        |          | X        |          |
| 5.8.            | Construcción de madreñas, madreño(a)  | 20.5                  |          | X        |          |          |
| 5.9.            | Carpintería de ribera, carpintero(a) de ribera                                | 35.1                  |          | X        |          |          |
| 5.10.           | Fabricación de aperos de labranza   | 20.5                  |          | X        |          |          |
| <b>Nº orden</b> | <b>Denominación</b>   | <b>Código CNAE 93</b> | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> |
| <b>6.</b>       | <b>METAL</b>  |                       |          |          |          |          |
| 6.1.            | Fundición, fundidor(a)  | 27.5                  | X        |          | X        |          |

ANEXO I

REPERTORIO DE OFICIOS ARTESANOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

|       |  |      |   |   |   |  |
|-------|--|------|---|---|---|--|
| 6.2.  | Fundición de campanas, campanero(a)  | 27.5 | X |   | X |  |
| 6.3.  | Forja y herrería, herrero(a)   | 28.4 | X |   | X |  |
| 6.4.  | Hojalatería, hojalatero(a)   | 28.5 | X |   | X |  |
| 6.5.  | Metalistería, metalistero(a)   | 28.5 | X |   | X |  |
| 6.6.  | Cerrajería decorativa o artística, cerrajero(a) decorativo(a) o artístico(a) | 28.6 | X |   | X |  |
| 6.7.  | Calderería, calderero(a)   | 28.7 |   | X |   |  |
| 6.8.  | Cuchillería y navajería, cuchillero(a)-navajero(a)                           | 28.6 |   | X |   |  |
| 6.9.  | Afilado, afilador(a)   | 28.6 |   |   | X |  |
| 6.10. | Vaciado, vaciador(a)   | 28.6 |   |   | X |  |

|           |   |      |   |  |   |  |
|-----------|---|------|---|--|---|--|
| <b>7.</b> | <b>PAPEL Y CARTÓN</b>   |      |   |  |   |  |
| 7.1.      | Papel, papeler(a)   | 21.1 | X |  | X |  |
| 7.2.      | Manipulados de papel y cartón, manipulador(a) de papel y cartón     | 21.2 | X |  | X |  |
| 7.3.      | Encuadernación, encuadernador(a)                                    | 22.2 | X |  | X |  |
| 7.4.      | Cartón piedra, productor(a) de objetos de cartón piedra y similares | 21.1 | X |  | X |  |
| 7.5.      | Técnicas de estampación   | 22.2 | X |  | X |  |

|           |   |      |   |  |   |  |
|-----------|---|------|---|--|---|--|
| <b>8.</b> | <b>PIEDRA Y MÁRMOL</b>                                |      |   |  |   |  |
| 8.1.      | Cantería, cantero(a)                                  | 26.7 | X |  | X |  |
| 8.2.      | Talla de piedra o mármol, tallista de piedra o mármol | 26.7 | X |  | X |  |

|           |  |      |   |   |   |   |
|-----------|--|------|---|---|---|---|
| <b>9.</b> | <b>PIEL Y CUERO</b>  |      |   |   |   |   |
| 9.1.      | Curtición, curtidor(a)   | 19.1 |   |   |   | X |
| 9.2.      | Guarnicionería y talabartería, guarnicionero(a) y talabardero(a) | 19.2 | X |   | X |   |
| 9.3.      | Repujado y decorado del cuero, repujador(a)                      | 19.2 | X |   | X |   |
| 9.4.      | Marroquinería, marroquiner(a)                                    | 19.2 | X |   | X |   |
| 9.5.      | Zapatería, zapatero(a)   | 19.3 | X |   | X | X |
| 9.6.      | Peletería, peletero(a)   | 18.3 | X |   | X | X |
| 9.7.      | Abarquero(a)   | 19.3 |   | X |   |   |
| 9.8.      | Botería, botero(a)   | 19.1 |   |   | X |   |

|            |  |                       |          |          |          |          |
|------------|--|-----------------------|----------|----------|----------|----------|
| <b>10.</b> | <b>TEXTIL</b>  |                       |          |          |          |          |
| 10.1.      | Tejidos, tejedor(a) (alto y bajo lizo, alfombras, tapices, etc.) | 17.2/4/5              | X        |          | X        |          |
| 10.2.      | Decoración de telas, decorador(a) de telas                       | 17.3                  | X        |          | X        |          |
| 10.3.      | Encajes, encajero(a), palillero(a), picador(a) de cartones       | 17.5                  | X        |          | X        |          |
| 10.4.      | Calceta, calcetero(a), ganchillo, ganchillero(a)                 | 17.7                  | X        |          | X        |          |
| 10.5.      | Bordados, bordador(a)  | 17.5                  | X        |          | X        |          |
| 10.6.      | Productor y reparador de redes, redero(a)                        | 17.5                  |          |          | X        | X        |
| 10.7.      | Malla bordada, mallero(a)  | 17.5                  |          | X        |          |          |
| 10.8.      | Sastrería, sastrer(a)  | 18.2                  | X        |          |          | X        |
| <b>Nº</b>  | <b>Denominación</b>  | <b>Código CNAE 93</b> | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> |

|        |  |      |   |   |  |   |
|--------|--|------|---|---|--|---|
| 10.9.  | Modisto(a)   | 18.2 | X |   |  | X |
| 10.10. | Trajes tradicionales, productor(a) de trajes tradicionales | 18.2 |   | X |  |   |
| 10.11. | Camisería, camiser(a)                                      | 18.2 | X |   |  | X |

|            |  |      |   |  |   |  |
|------------|--|------|---|--|---|--|
| <b>11.</b> | <b>VIDRIO</b>                                |      |   |  |   |  |
| 11.1.      | Vidriería, vidriero(a)                       | 26.1 | X |  | X |  |
| 11.2.      | Estirador(a) de vidrio                       | 26.1 | X |  | X |  |
| 11.3.      | Soplador(a) de vidrio                        | 26.1 | X |  | X |  |
| 11.4.      | Decoración de vidrio, decorador(a) de vidrio | 26.1 | X |  | X |  |
| 11.5.      | Tallista de vidrio                           | 26.1 | X |  | X |  |

|            |                          |  |  |  |  |  |
|------------|--------------------------|--|--|--|--|--|
| <b>12.</b> | <b>OTRAS ACTIVIDADES</b> |  |  |  |  |  |
|------------|--------------------------|--|--|--|--|--|

ANEXO I  
**REPERTORIO DE OFICIOS ARTESANOS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS**

|        |   |        |   |  |   |   |
|--------|---|--------|---|--|---|---|
| 12.1.  | Sombrerería, sombrerero(a)                                  | 18.24  | X |  | X |   |
| 12.2.  | Esmaltes, esmalista   | 28.5   | X |  | X |   |
| 12.3.  | Construcción y reparación de relojes, relojero(a)           | 33.5   | X |  | X | X |
| 12.4.  | Tapicería, tapicero(a)                                      | 36.1   | X |  | X | X |
| 12.5.  | Dorado, dorador(a)  | 36.1   | X |  | X |   |
| 12.6.  | Fabricación de colchones, colchonero(a)                     | 36.15  |   |  | X | X |
| 12.7.  | Manufacturero(a) de artículos deportivos                    | 36.4   | X |  | X |   |
| 12.8.  | Juguetes, juguetero(a), muñecos, muñequero(a)               | 36.5   | X |  | X |   |
| 12.9.  | Modelos o maquetas, modelista o maquetista                  | 36.6   | X |  | X |   |
| 12.10. | Miniaturas, miniaturista                                    | 36.6   | X |  | X |   |
| 12.11. | Paraguas y bastones, paraguero(a) o bastonero(a)            | 36.6   | X |  | X | X |
| 12.12. | Productor(a) de pelucas o postizos                          | 36.6   |   |  | X | X |
| 12.13. | Cerería, cerero(a)  | 36.6   | X |  | X |   |
| 12.14. | Bisutería, bisutero(a)                                      | 36.61  | X |  | X |   |
| 12.15. | Mosaicos, productor(a) de mosaicos                          | 45.4   | X |  | X | X |
| 12.16. | Fabricación de flores de papel o telas                      | 52.4   | X |  | X |   |
| 12.17. | Rotulación, rotulista                                       | 74.8   | X |  | X |   |
| 12.18. | Escultura, escultor(a)                                      | 92.3   | X |  | X |   |
| 12.19. | Dibujo, dibujante   | 92.3   | X |  | X |   |
| 12.20. | Restauración, restaurador(a)                                | 92.3   |   |  |   | X |
| 12.21. | Escenografía, escenógrafo(a)                                | 92.3   | X |  | X |   |
| 12.22. | Cartelismo, cartelista                                      | 92.3   | X |  | X |   |
| 12.23. | Pirograbado, pirograbador(a)                                | 92.3   | X |  | X |   |
| 12.24. | Pinturas y revestimientos artísticos decorativos, pintor(a) | 45.442 | X |  | X | X |
| 12.25. | Caligrafía, calígrafo(a)                                    |        | X |  | X |   |
| 12.26. | Alpargatero   | 19.300 |   |  | X | X |
| 12.27. | Restaurador(a) y decorador(a)                               |        |   |  |   |   |

|           |  |      |  |  |  |   |
|-----------|--|------|--|--|--|---|
| <b>13</b> | <b>SERVICIOS</b>                                   |      |  |  |  |   |
| 13.1.     | Creador de productos pirotécnicos, pirotécnico(a)  | 24.6 |  |  |  | X |
| 13.2.     | Taxidermia, taxidermista                           | 36.6 |  |  |  | X |
| 13.3.     | Fotografía, fotógrafo(a) (proceso no automatizado) | 74.8 |  |  |  | X |
| 13.4.     | Escaparatismo, escapatista                         | 74.8 |  |  |  | X |
| 13.5.     | Decoración, decorador(a)                           | 74.8 |  |  |  | X |

**LEYENDA**

- A Artesanía artística o de creación
- B Artesanía de carácter tradicional, de interés histórico o antropológico
- C Artesanía de producción de bienes de consumo no alimentarios
- D Artesanía de servicios

ANEXO II  
CALENDARIO DE FERIAS Y MERCADOS ARTESANALES

**16. ANEXO II CALENDARIO DE FERIAS Y MERCADOS ARTESANALES**

| LOCALIDAD                 | FECHA                   | NOMBRE  |
|---------------------------|-------------------------|---|
| Morcín                    | 18 de Enero             | Certamen Queso Afuega'l Pitu                                    |
| Proaza                    | Enero                   | Feria del queso de Urbiés                                       |
| Villaviciosa              | 15-17 de Marzo          | Semana de las Fabes   |
| Grado                     | 19-22 de Marzo          | Feria de Muestras   |
| Avilés                    | Bienal - marzo          | EQUIPALIA   |
| Avilés                    | 18-20 de Marzo          | SATECMMA  |
| Santa Eulalia de Oscos    | 5-11 de Abril           | Feria de Artesanía  |
| San Tirso de Abres        | Semana Santa            | Feria de Artesanía y Productos Agrícolas                        |
| Santo Adriano             | Semana Santa            | Mercau Atlántico y Xuntanza Astur                               |
| Degaña                    | Semana Santa            | Feria de Artesanía  |
| Taramundi                 | 10 de Abril             | Certamen de Quesos Artesanos Astur-Galaicos y productos locales |
| Cangas de Narcea          | 23-25 de Abril          | Feria de Artesanía  |
| Salas                     | 25 de Abril             | Certamen de Quesos Asturianos                                   |
| Tineo                     | Semana Santa            | Feria de Muestras   |
| Rioasa                    | 13 de Mayo              | Mercado Tradicional   |
| Santa Eulalia de Cabranes | 9 de Mayo               | Feria de Artesanía y Productos Asturianos                       |
| Treviás                   | 9 de Mayo               | Feria de San Isidro   |
| Avilés                    | 22-24 de Mayo           | Feria del Queso y el Vino                                       |
| Avilés                    | 22-24 de Mayo           | Feria de la Cerámica  |
| Grado                     | Mayo - Junio            | Mercadón de Primavera   |
| Oviedo y Llanera          | 21-23 de Mayo           | Feria de la Ascensión   |
| Cabañaquinta              | Semana Santa            | Feria de la Ascensión   |
| Gijón                     | Mayo                    | Salón del Mueble y la Decoración                                |
| Cangas de Narcea          | 4-6 de Junio            | Narcenatur. Feria de Caza, Pesca y Naturaleza                   |
| Amieva                    | Primer sábado de Junio  | Certamen del Queso de los Beyos                                 |
| Candamo                   | Primer domingo de Junio | Festival de la Fresa  |
| Cabranes                  | 6 de Junio              | Festival de la Boroña y mercau tradicional                      |
| Vegadeo                   | 9-13 de Junio           | Feria de Muestras   |
| Luanco                    | 25 de Julio             | Ferias y Exposiciones Agropecuarias                             |
| Nava                      | 2ª semana de Julio      | Festival de la Sidra  |
| Panes                     | Julio                   | Certamen de los Quesos  |
| Luanco                    | Julio                   | Feria de Artesanía  |

**ANEXO II**  
**CALENDARIO DE FERIAS Y MERCADOS ARTESANALES**

| <b>LOCALIDAD</b>                         | <b>FECHA</b>                        | <b>NOMBRE</b>                                      |
|--|-------------------------------------|--|
| El Franco                                | Julio                               | Artenatur  |
| Gijón                                    | Julio                               | Feria de Artesanía de Verano de Gijón              |
| Candás                                   | 30-31 de Agosto                     | Mercado Clariniano                                 |
| Gijón                                    | 7-22 de Agosto                      | FIDMA  |
| Infiesto                                 | 7-8 de Agosto                       | Mercau Astur                                       |
| Degaña                                   | 8 de Agosto                         | Mercado Cunqueiro                                  |
| Grandas de Salime                        | 8 de Agosto                         | Ferión de Agosto                                   |
| Llanes                                   | 8 de Agosto                         | Muestra de los Quesos del Oriente                  |
| Llanes                                   | 21-22 de Agosto                     | Mercau Astur Medieval de Porrúa                    |
| Campo de Caso                            | Agosto                              | Certamen del queso Casín                           |
| Cabrales                                 | Agosto                              | Certamen del queso de Cabrales                     |
| Taramundi                                | Primer Miércoles de Agosto          | Mercado Tradicional                                |
| Bermiego                                 | Agosto                              | Feria del queso de bota                            |
| Llanera                                  | Agosto                              | FAPEA  |
| Pola de Laviana                          | Segundo fin de semana de Septiembre | Certamen de la Huerta del Valle Minero del Nalón   |
| La Foz                                   | Segundo Domingo de Septiembre       | Feria de los Quesos Artesanos de Asturias          |
| Allande, Cudillero, Salas, Valdés, Tineo | Verano                              | Mercado Vaqueiro                                   |
| San Martín del Rey Aurelio               | 10-13 de Septiembre                 | FEMEX  |
| Pola de Siero                            | 18-19 de Septiembre                 | Agrosiero  |
| Sobrescobio                              | 26 de Septiembre                    | Feria de Artesanía                                 |
| Felechosa                                | 2º Sábado de Septiembre             | Feria Felechosa                                    |
| Avilés                                   | 13-15 de Junio                      | Expoalimen (Alimentación y Bebidas)                |
| Gijón                                    | Septiembre                          | Agropec  |
| Cangas de Onís                           | 12 de Octubre                       | Certamen de los Quesos de los Picos de Europa      |
| Avilés                                   | 8-12 de Octubre                     | FEMAC Feria de Muestras de Avilés y Comarca        |
| Cangas de Narcea                         | 8- 10 de Octubre                    | Fiesta de la Vendimia                              |
| Campo de Caso                            | 9 de Octubre                        | Muestra regional de la madera                      |
| Lena                                     | Octubre                             | Feria de ganado y mercado tradicional              |
| Grado                                    | 10 de Octubre                       | Mercadón de Otoño                                  |
| Belmonte de Miranda                      | 16-17 de Octubre                    | Festival de la Huerta y el Pan de escanda          |
| Boal                                     | Octubre - Noviembre                 | Feria de la Artesanía y Productos Agroalimentarios |
| Boal                                     | Octubre - Noviembre                 | Feria de la Miel                                   |
| Grandas de Salime                        | Octubre                             | Magosto Tradicional                                |
| Gijón                                    | 9-12 de Octubre                     | Feria Desembalaje de Antigüedades                  |

ANEXO II  
CALENDARIO DE FERIAS Y MERCADOS ARTESANALES

| <b>LOCALIDAD</b>   | <b>FECHA</b>                      | <b>NOMBRE</b>                         |
|--------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Benia de Onís      | Tercer Domingo de Octubre         | 22 Certamen del Queso de Gamonedo     |
| Gijón              | 21-24 de Octubre                  | Turicom                               |
| San Juan de Beleño | Diciembre                         | Certamen del Queso de los Beyos       |
| Taramundi          | Diciembre                         | Muestra de Oficios Tradicionales      |
| Mieres             | Diciembre                         | Feria Navideña de Artesanía           |
| Vegadeo            | Diciembre - Enero                 | Mercado artesanal navideño de Vegadeo |
| Oviedo             | Diciembre                         | Feria de Artesanía de Navidad         |
| Gijón              | Navidad                           | Mercaplana                            |
| Gijón              | Diciembre-Enero                   | Artegijón (Feria de Navidad)          |
| Gijón              | Segundo fin de semana de cada mes | Mercado ecológico y artesano de Gijón |

## 17. ANEXO III CENSO DE ARTESANOS

Se dan las gracias a todos los artesanos que accedieron a ser entrevistados por el equipo de trabajo ya que, sin su colaboración, este estudio no hubiera podido ser elaborado.

A continuación, se incluyen los datos de contacto de los 50 artesanos entrevistados para la realización del presente estudio,

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>M<sup>a</sup> VICTORIA GÓMEZ TEJADA</b>                                 |
| Sector Actividad   | METAL  |
| Actividad          | FORJA Y HERRERÍA   |
| Productos          | MUEBLES, VERJAS, PORTONES, PERSIANAS, BALCONES, BARANDILLAS                |
| Nombre comercial   | ARTESANÍA EN HIERRO JOSÉ LUIS, S.L.  |
| Dirección          | C/ CIENFUEGOS, 56<br>33205 GIJÓN   |
| Web                | <a href="http://www.artesaniaenhierro.com">www.artesaniaenhierro.com</a>   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:info@artesaniaenhierro.com">info@artesaniaenhierro.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>CARMEN SUÁREZ GUTIÉRREZ</b>                                     |
| Sector Actividad   | PIEL Y CUERO   |
| Actividad          | MARROQUINERÍA  |
| Productos          | TODO TIPO DE ARTÍCULOS DE CUERO EXCEPTO ZAPATOS                    |
| Nombre comercial   | LAVANDERA & CÍA  |
| Dirección          | SUBIDA DEL CERRO, 6 BAJO<br>33201 GIJÓN                            |
| Web                | <a href="http://www.lavanderaycia.com">www.lavanderaycia.com</a>   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:lavandera@telecable.es">lavandera@telecable.es</a> |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Nombre             | <b>MIGUEL RUBIO GONZÁLEZ</b>  |
| Sector Actividad   | JOYERÍA   |
| Actividad          | TALLA DE AZABACHE   |
| Productos          | PIEZAS TRADICIONALES, AMULETOS, PENDIENTES, PIEZAS DE DISEÑO PROPIO |
| Nombre comercial   | AZABACHE REY DE ASTURIAS  |
| Dirección          | C/ RAMIRO I, 16 BAJO<br>33209 GIJÓN                                 |
| Correo electrónico | <a href="mailto:azabache@wanadoo.es">azabache@wanadoo.es</a>        |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>CARLOS MORENO GARCÍA</b>                        |
| Sector Actividad | INSTRUMENTOS MUSICALES                             |
| Actividad        | PRODUCCIÓN DE INSTRUMENTOS MUSICALES TRADICIONALES |
| Productos        | GAITAS   |
| Nombre comercial | CARLOS MORENO GARCÍA                               |
| Dirección        | SUBIDA DEL CERRO, 6 BAJO DRCHA<br>33201 GIJÓN      |

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>ÁNGEL VEGA BLANCO</b>                          |
| Sector Actividad | INSTRUMENTOS MUSICALES                            |
| Actividad        | PRODUCCIÓN DE INSTRUMENTOS DE PERCUSIÓN, VIENTO Y |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
|                    | <b>CUERDA</b>  |
| Productos          | PANDERETAS, TAMBORES, CASTAÑUELAS, FLAUTAS, BANDURRIAS             |
| Nombre comercial   | VEZOS Y COSTUMBRES   |
| Dirección          | C/ VIZCAÍNA, 43<br>33207 GIJÓN                                     |
| Web                | <a href="http://www.vezosycostumes.com">www.vezosycostumes.com</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:vezos@telecable.es">vezos@telecable.es</a>         |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>VICENTA SANZ FERNÁNDEZ</b>                            |
| Sector Actividad | CERÁMICA   |
| Actividad        | CERÁMICA, (CERAMISTA, MURALISTA, ESMALTISTA, MODELADORA) |
| Productos        | MUEBLE AUXILIAR Y OBJETOS DE DECORACIÓN EN CERÁMICA      |
| Nombre comercial | VICENTA SANZ FERNÁNDEZ                                   |
| Dirección        | LG/ TORREBLANCA- GRANDA<br>33391 GIJÓN                   |

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>JOSÉ JOAQUÍN DÍAZ MORI</b>           |
| Sector Actividad | METAL                                   |
| Actividad        | METALISTERÍA, (METALISTERO)             |
| Productos        | ESCULTURAS, N° DE PORTAL, ESCUDOS, ETC. |
| Nombre comercial | BRONCE Y MODELO FELGUERÉS               |
| Dirección        | C/ LAS MERCEDES, 9<br>33212 GIJÓN       |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>BELÉN VEGA LASTRA</b>   |
| Sector Actividad   | TEXTIL   |
| Actividad          | TELAR DE ALTO Y BAJO LIZO Y TODO TIPO DE ARTESANÍA TEXTIL                              |
| Productos          | CHALES, ALFOMBRAS, CORTINAS, TAPICES, BOLILLOS, MALLA, MACRAMÉ                         |
| Nombre comercial   | TALLER ESCUELA NEZCLA  |
| Dirección          | C/ ROSARIO, 38 BAJO<br>33201 GIJÓN   |
| Web                | <a href="http://www.igijon.com/personales/nezcla">www.igijon.com/personales/nezcla</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:nezcla@igijon.com">nezcla@igijon.com</a>                               |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>ELENA M<sup>a</sup> FEITO GARCÍA</b>                      |
| Sector Actividad | MADERA   |
| Actividad        | TORNERÍA DE MADERA   |
| Productos        | PIEZAS PARA FABRICAS DEL MUEBLE (TIRADORES, ASAS, TORNEADOS) |
| Nombre comercial | HIJOS DE DELFÍN SÁNCHEZ, S.L                                 |
| Dirección        | AVDA. DE MANUEL SIRGO S/N TREMAÑES<br>33201 GIJÓN            |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>ESTHER COSME PEÑA</b>                                       |
| Sector Actividad   | ALIMENTACIÓN   |
| Actividad          |  |
| Productos          | CASADIELLAS Y PASTAS ELABORADAS CON MATERIAS PRIMAS NATURALES  |
| Nombre comercial   | LA BOUTIQUE DE CAFÉ VERACRUZ                                   |
| Dirección          | C/ ASTURIAS, 4 BAJO<br>33004 OVIEDO                            |
| Web                | <a href="http://www.cafeveracruz.com">www.cafeveracruz.com</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:escospe@telecable.es">escospe@telecable.es</a> |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>CESAR GONZÁLEZ</b>                        |
| Sector Actividad | PIEDRA Y MÁRMOL                              |
| Actividad        | TALLA DE PIEDRA O MÁRMOL                     |
| Productos        | TALLA PIEZAS, ESCULTURAS                     |
| Nombre comercial | CESAR GONZÁLEZ                               |
| Dirección        | C/ GENERAL ZUBILLAGA, 9 - 7º<br>33005 OVIEDO |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>VICENTE PRADO SUÁREZ</b>  |
| Sector Actividad   | INSTRUMENTOS MUSICALES   |
| Actividad          | PRODUCTOR DE INSTRUMENTOS TRADICIONALES DE VIENTO                              |
| Productos          | GAITAS   |
| Nombre comercial   | VICENTE PRADO SUÁREZ   |
| Dirección          | CARRETERA DE VIELLA, 15<br>33420   |
| Web                | <a href="http://www.geocities.com/elpravianu">www.geocities.com/elpravianu</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:elpravianu@yahoo.es">elpravianu@yahoo.es</a>                   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>SUSANA SUÁREZ RODRÍGUEZ</b>   |
| Sector Actividad   | TEXTIL   |
| Actividad          | DECORACIÓN DE TELAS  |
| Productos          | TEJIDOS NATURALES, ALGODÓN Y SEDA, ELABORACIÓN DE PARAGUAS Y ARTÍCULOS DE DECORACIÓN |
| Nombre comercial   | SUSANA SUÁREZ ARTESANA TEXTIL  |
| Dirección          | AVDA. GIJÓN 121 - 1º C<br>33930 LA FELGUERA  |
| Web                | <a href="http://www.susanasuarez.com">www.susanasuarez.com</a>                       |
| Correo electrónico | <a href="mailto:textil@susanasuarez.com">textil@susanasuarez.com</a>                 |

|                  |                                |
|------------------|--------------------------------|
| Nombre           | <b>JOSÉ FERNÁNDEZ GALLINAR</b> |
| Sector Actividad | MADERA                         |
| Actividad        | CONSTRUCCIÓN DE MADREÑAS       |
| Productos        | MADREÑAS                       |
| Nombre comercial | JOSÉ FERNÁNDEZ GALLINAR        |
| Dirección        | BEZANES<br>33930 LANGREO       |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>ÁNGEL ACEBAL MONTES</b>   |
| Sector Actividad   | ALIMENTACIÓN   |
| Actividad          |  |
| Productos          | EMPANADOS Y PRECOCINADOS, INNOVACIÓN CON CARNE DE AVESTRUZ             |
| Nombre comercial   | PRECOCINADOS DEL NALÓN   |
| Dirección          | CIUDAD TECNOLÓGICA VALNALÓN<br>C/ HORNOS ALTOS NAVE 8<br>33930 LANGREO |
| Web                | <a href="http://www.yerbastruz.com">www.yerbastruz.com</a>             |
| Correo electrónico | <a href="mailto:info@yerbastruz.com">info@yerbastruz.com</a>           |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>JOSÉ ANDRÉS DE LOS BUEIS</b>                                  |
| Sector Actividad   | OTROS SECTORES   |
| Actividad          | MANUFACTURERO DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS                            |
| Productos          | SEÑUELOS ARTIFICIALES PARA PESCA DE CURRICÁN                     |
| Nombre comercial   | REPNAVAL, S.L.   |
| Dirección          | CAMINO DEL LUCERO, 6<br>33212 GIJÓN                              |
| Web                | <a href="http://www.repnaval.net">www.repnaval.net</a>           |
| Correo electrónico | <a href="mailto:repnaval@repnaval.net">repnaval@repnaval.net</a> |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>VICTORIA GUTIÉRREZ SÁNCHEZ</b>                                      |
| Sector Actividad | VIDRIO   |
| Actividad        | VIDRIERÍA, DECORACIÓN DE VIDRIO, TALLA DE VIDRIO                       |
| Productos        | TALLA, OBJETOS DE REGALO, PUERTAS FUCSING, LAVABOS, MAMPARAS           |
| Nombre comercial | KAPITEL VIDRIERA & FUSING, S.L.  |
| Dirección        | POL. MÁXIMO VEGA NAVE 9<br>33201 GIJÓN                                 |
| Web              | <a href="http://www.kapitelvidrieras.com">www.kapitelvidrieras.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>MARIA DEL CARMEN GARCÍA SUÁREZ</b>                                |
| Sector Actividad   | PAPEL Y CARTÓN   |
| Actividad          | ENCUADERNADOR  |
| Productos          | ENCUADERNACIÓN DE LIBROS, CAJAS Y MANIPULADOS                        |
| Nombre comercial   | ENCORREST, S.L.  |
| Dirección          | EL FONDO - GUIMARAN<br>33438 CARREÑO                                 |
| Correo electrónico | <a href="mailto:encorrest@navegalia.com">encorrest@navegalia.com</a> |

|                  |                                  |
|------------------|----------------------------------|
| Nombre           | <b>VICTORIA BLANCO FERNÁNDEZ</b> |
| Sector Actividad | OTROS SECTORES                   |
| Actividad        | FABRICACIÓN DE JUGUETES          |
| Productos        | JUGUETES Y ARTÍCULOS INFANTILES  |
| Nombre comercial | VICTORIA BLANCO FERNÁNDEZ        |
| Dirección        | C/ GABITOS, 3<br>33468 CORVERA   |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>ENRIQUETA CLEMARES MÉNDEZ</b>                                     |
| Sector Actividad | PIEL Y CUERO   |
| Actividad        | MARROQUINERÍA  |
| Productos        | LLAVEROS, CARTERAS, BOLSOS, MOCHILAS, MALETAS, AGENDAS, FUNDAS, ETC. |
| Nombre comercial | ARTESANÍA CLEMARES   |
| Dirección        | C/ SCHULD, 151 BAJO<br>33209 OVIEDO                                  |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>PABLO BARANDA DE ROZAS</b>  |
| Sector Actividad   | TEXTIL   |
| Actividad          | ARTESANÍA TEXTIL, DECORACIÓN DE TELAS, CALCETA O GANCHILLO, CAMISERÍA        |
| Productos          | TEJIDOS ARTESANOS, ESTAMPACIONES, BORDADOS, LÍNEA HOGAR, DECORACIÓN Y DISEÑO |
| Nombre comercial   | TEXEDURÍA  |
| Dirección          | C/ ELADIO CARREÑO,12<br>33202 GIJÓN  |
| Web                | <a href="http://www.texeduria.com">www.texeduria.com</a>                     |
| Correo electrónico | <a href="mailto:texeduria@teleline.es">texeduria@teleline.es</a>             |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>JUAN CARLOS QUINTANA LÓPEZ</b>  |
| Sector Actividad   | METAL  |
| Actividad          | CUCHILLERÍA  |
| Productos          | CUCHILLOS Y NAVAJAS  |
| Nombre comercial   | C.Q  |
| Dirección          | JARDIÑAS S/N<br>33775 TARAMUNDI  |
| Web                | <a href="http://www.artesania.taramundi.net">www.artesania.taramundi.net</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:xantaramundi@yahoo.es">xantaramundi@yahoo.es</a>             |

|                  |                                       |
|------------------|---------------------------------------|
| Nombre           | <b>DAVID MARTÍN CISNERO</b>           |
| Sector Actividad | MADERA                                |
| Actividad        | CONSTRUCCIÓN DE MADREÑAS              |
| Productos        | MADREÑAS                              |
| Nombre comercial | DAVID MARTÍN CISNEROS                 |
| Dirección        | CASA MELEIRO - BUSECO<br>33707 VALDÉS |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>JOSÉ MANUEL MUÑIZ CUERVO</b>                  |
| Sector Actividad | CESTERÍA Y FIBRAS VEGETALES                      |
| Actividad        | CESTERÍA   |
| Productos        | CESTOS DE TODAS LAS CLASES EN CASTAÑO Y AVELLANA |
| Nombre comercial | JOSÉ MANUEL MUÑIZ CUERVO                         |
| Dirección        | C/ DE ARRIBA, 35 - 1º IZDA - ARRIANO<br>MIERES   |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>PAULA VILLA SÁNCHEZ</b>   |
| Sector Actividad | ALIMENTACIÓN   |
| Actividad        |  |
| Productos        | CALLOS AL VACÍO O ENLATADOS, POTE ASTURIANO, CALLOS CON GARBANZOS, CHORIZOS A LA SIDRA, OREJA DE CERDO, CARNE GUISADA, POTE DE NABOS, ETC. |
| Nombre comercial | O'VILLA, S.L. Y LLARONES   |
| Dirección        | ALTO DE LAS CABAÑES - LAVANDERA<br>33950 GIJÓN   |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>MARCOS GONZÁLEZ GARCÍA</b>                      |
| Sector Actividad | VIDRIO   |
| Actividad        | DECORACIÓN DEL VIDRIO                              |
| Productos        | TALLA DE VIDRIO Y FUCSING, DECORACIÓN EN VINILO    |
| Nombre comercial | TAYCRIS S.L.L.                                     |
| Dirección        | TRAVESÍA DE MARIE CURIE, 7-TREMAÑES<br>33211 GIJÓN |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>NOE BARANDA FERRERO</b>   |
| Sector Actividad   | TEXTIL   |
| Actividad          | DECORACIÓN EN TELAS  |
| Productos          | ESTAMPACIONES EN GENERAL, CORTINAS MANTELES, TRÍPTICOS, CARTELES         |
| Nombre comercial   | NOE BARANDA FERRERO  |
| Dirección          | C/ LA CARIDAD, 7<br>33202 GIJÓN  |
| Web                | <a href="http://www.noebaranda.com">www.noebaranda.com</a>               |
| Correo electrónico | <a href="mailto:noebaranda@noebaranda.com">noebaranda@noebaranda.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>SECUNDINO LÓPEZ FERNÁNDEZ</b>                             |
| Sector Actividad   | CERÁMICA   |
| Actividad          | CERÁMICA (CERAMISTA)   |
| Productos          | TROFEOS, REGALOS DE EMPRESA, SOUVENIR, DECORACIÓN DE ESPEJOS |
| Nombre comercial   | ARTEASTUR SIGLO XXI, S.L.                                    |
| Dirección          | POL. PUENTE NORA C/A, 14<br>33920 LUGONES                    |
| Web                | <a href="http://www.arteastur.com">www.arteastur.com</a>     |
| Correo electrónico | <a href="mailto:arteastur@fade.es">arteastur@fade.es</a>     |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>FRANCISCO JAVIER MUÑOZ MUÑOZ</b>                                      |
| Sector Actividad   | CERÁMICA   |
| Actividad          | CERÁMICA, (CERAMISTA, MURALISTA)   |
| Productos          | FIGURAS, TODO TIPO DE MURALES EN CERÁMICA Y DETALLES DE REGALO           |
| Nombre comercial   | CARRIÓ ARTE  |
| Dirección          | C/ SANTA CECILIA, 26 BAJO-TREMAÑES<br>33211 GIJÓN                        |
| Web                | <a href="http://www.carrioceramica.com">www.carrioceramica.com</a>       |
| Correo electrónico | <a href="mailto:carrio@carrioceramica.com">carrio@carrioceramica.com</a> |

|                  |                                 |
|------------------|---------------------------------|
| Nombre           | <b>EVA LÓPEZ NÚÑEZ</b>          |
| Sector Actividad | TEXTIL                          |
| Actividad        | TRAJES TRADICIONALES            |
| Productos        | INDUMENTARIA TRADICIONAL        |
| Nombre comercial | EVA LÓPEZ MUÑOZ                 |
| Dirección        | C/ ANDALUCÍA, 29<br>33210 GIJÓN |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>MARÍA BELÉN ALONSO GONZÁLEZ</b>                               |
| Sector Actividad | PIEDRA Y MÁRMOL  |
| Actividad        | TALLA DE PIEDRA O MÁRMOL   |
| Productos        | ESCULTURAS, HERÁLDICA, FUENTES, RESTAURACIONES, BUSTOS, RELIEVES |
| Nombre comercial | MARÍA BELÉN ALONSO GONZÁLEZ                                      |
| Dirección        | FERRERÍA - CAMOCA<br>33300 VILLAVICIOSA                          |

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>SONIA ORTEGA RUÍZ</b>                            |
| Sector Actividad | PIEL Y CUERO  |
| Actividad        | REPUJADO, MARROQUINERÍA, TALLA                      |
| Productos        | BOLSOS, CARTERAS, PITILLERAS, FUNDAS DE GAFAS, ETC. |
| Nombre comercial | BURBRUJAS   |
| Dirección        | C/ CABANILLES, 42<br>33300 VILLAVICIOSA             |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>TEODORO MORÍS COSTALES</b>                        |
| Sector Actividad | PIEDRA Y MÁRMOL                                      |
| Actividad        | CANTERÍA   |
| Productos        | PIEDRA PARA CHALETS, TALLA, ESCULTURA Y RESTAURACIÓN |
| Nombre comercial | CANTERA LOS GEMELOS C.B.                             |
| Dirección        | QUINTUELES<br>33314 VILLAVICIOSA                     |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>M<sup>a</sup> ELENA MONTES VIDE</b>   |
| Sector Actividad   | METAL  |
| Actividad          | FORJA INDUSTRIAL Y ARTÍSTICA, CERRAJERÍA ARTÍSTICA Y CREATIVA, METALISTERÍA EN HIERRO Y ACERO INOXIDABLE                                       |
| Productos          | PUERTAS, PORTONES, REJAS, BARANDILLAS, PASAMANOS, CIERRE DE FINCAS, CABECEROS, MESAS, SILLAS, INSTALACIONES COMERCIALES, MUEBLE AUXILIAR, ETC. |
| Nombre comercial   | TALLERES MONTES  |
| Dirección          | C/ PABLO PICASSO, 2<br>33930 LA FELGUERA   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:talleresmontes@fade.es">talleresmontes@fade.es</a>   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>CARLOS VALLADO ALONSO</b>                                 |
| Sector Actividad   | OTROS SECTORES   |
| Actividad          | TAPICERÍA  |
| Productos          | TAPIZADO DE MUEBLE ANTIGUO Y MODERNO, CORTINAJE              |
| Nombre comercial   | TAPICERÍA Y DECORACIÓN GIGIA.                                |
| Dirección          | C/ EXTREMADURA, 13<br>33210 GIJÓN                            |
| Correo electrónico | <a href="mailto:gigiao2@hotmail.com">gigiao2@hotmail.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>ALFREDO ESCALADA GONZÁLEZ</b>   |
| Sector Actividad   | JOYERÍA  |
| Actividad          | JOYERÍA, TALLA DE AZABACHE   |
| Productos          | TRABAJOS EN ORO, PLATA Y AZABACHE  |
| Nombre comercial   | ESCALADA   |
| Dirección          | AVDA. CONSTITUCIÓN, 73 BAJO<br>33208 GIJÓN                                   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:alfredoescalada@eresmas.com">alfredoescalada@eresmas.com</a> |

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>MARÍA DE LAS NIEVES ALONSO IGLESIAS</b>                |
| Sector Actividad | CERÁMICA  |
| Actividad        | CERÁMICA, (MURALISTA, ESMALTISTA, MODELADOR)<br>ALFARERÍA |
| Productos        | PIEZAS ARTÍSTICAS, MURALES, ALFARERÍA                     |
| Nombre comercial | MARÍA NIEVES ALONSO IGLESIA                               |
| Dirección        | CARRETERA DE VIELLA, 87<br>33309 LUGONES                  |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>MARÍA SCHUDTZ SCHUDTZ</b>                                   |
| Sector Actividad   | INSTRUMENTOS MUSICALES   |
| Actividad          | FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE CUERDA O LUTHIER                |
| Productos          | VIOLINES, VIOLAS, VIOLONCHELOS, INSTRUMENTOS BARROCOS          |
| Nombre comercial   | PAVEL SCHUDTZ E HIJOS  |
| Dirección          | C/ TITO BUSTILLO, 6<br>33012 OVIEDO                            |
| Web                | <a href="http://www.asviolinshop.com">www.asviolinshop.com</a> |
| Correo electrónico | <a href="mailto:maruschutz@yahoo.es">maruschutz@yahoo.es</a>   |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>JUAN MARIANO BARCENA CASTAÑEDO</b>                                    |
| Sector Actividad   | MADERA   |
| Actividad          | EBANISTERÍA  |
| Productos          | MINIATURAS DE HÓRREOS, SOUVENIR TRADICIONAL                              |
| Nombre comercial   | ARTESANÍA ÁNGEL BARCENA, C.B.  |
| Dirección          | C/ CARANCOS , 30<br>33582 NAVA   |
| Web                | <a href="http://www.artesaniabarcena.com">www.artesaniabarcena.com</a>   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:juan@artesaniabarcena.com">juan@artesaniabarcena.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>CARMEN URIBESALAZAR PEROSANZ</b>                          |
| Sector Actividad   | MADERA   |
| Actividad          | TELAR-RESTAURACIÓN   |
| Productos          | RESTAURACIÓN, TÉCNICAS DECORATIVAS EN MADERA Y TELAR         |
| Nombre comercial   | CARMEN URIBESALAZAR PEROSANZ                                 |
| Dirección          | C/ VIOBES, 16<br>33529 NAVA                                  |
| Web                | <a href="http://www.elpedrueco.com">www.elpedrueco.com</a>   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:info@elpedrueco.com">info@elpedrueco.com</a> |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>MIGUEL DÍAZ CASERO</b>              |
| Sector Actividad | TEXTIL                                 |
| Actividad        | TRAJES TRADICIONALES                   |
| Productos        | ESCARPINES                             |
| Nombre comercial | MIGUEL DÍAZ CASERO                     |
| Dirección        | C/ MERCADO, 26<br>23550 CANGAS DE ONÍS |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                  |                                     |
|------------------|-------------------------------------|
| Nombre           | <b>EMILIO MORTERA PIORNO</b>        |
| Sector Actividad | JOYERÍA                             |
| Actividad        | JOYERÍA                             |
| Productos        | SORTIJAS, PENDIENTES DE ORO Y PLATA |
| Nombre comercial | JOYERÍA MORTERA                     |
| Dirección        | C/ BRASIL 51<br>33213 GIJÓN         |

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>M<sup>a</sup> JOSÉ PÉREZ - CHICHARRO ZAPICO</b>                  |
| Sector Actividad | PIEL Y CUERO  |
| Actividad        | MARROQUINERÍA   |
| Productos        | BOLSOS, CINTURONES, BILLETERAS, MONEDEROS, LLAVEROS, PULSERAS, ETC. |
| Nombre comercial | INDI  |
| Dirección        | C/ ELEUTERIO QUINTANILLA, 70-1º DRCHA<br>33209 GIJÓN                |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>ISABEL FERNÁNDEZ ALONSO</b>   |
| Sector Actividad | ALIMENTACIÓN   |
| Actividad        | ELABORADOR DE QUESO  |
| Productos        | QUESOS DE VACA, CABRA, OVEJA, VACA Y CABRA Y ECOLÓGICO DE LECHE VACA. DISPONIBLE EN VARIOS TIPOS DE ENVASADO |
| Nombre comercial | QUESU OVÍN C.B.  |
| Dirección        | OVIN S/N<br>33259 NAVA   |

|                  |  |
|------------------|--|
| Nombre           | <b>MARCOS JOSÉ MARTÍNEZ GARCÍA</b>                         |
| Sector Actividad | MADERA   |
| Actividad        | TALLA  |
| Productos        | MOBILIARIO, TALLA, PERCHAS, CUELGA LLAVES, ARCAS Y ARCONES |
| Nombre comercial | TRES ARCOS SACABIRUTES.                                    |
| Dirección        | LA COGOLLA<br>33520 NAVA                                   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Nombre             | <b>PEDRO MANUEL PÉREZ DÍEZ</b>  |
| Sector Actividad   | JOYERÍA   |
| Actividad          | TALLA DEL AZABACHE  |
| Productos          | OBJETOS DE ADORNO PERSONAL, AZABACHE, CORAL, PERLAS Y PIEDRAS PRECIOSAS |
| Nombre comercial   | PEDRO MANUEL PÉREZ DÍEZ   |
| Dirección          | PANDO 37<br>33529 NAVA  |
| Web                | <a href="http://www.patapiedras.com">www.patapiedras.com</a>            |
| Correo electrónico | <a href="mailto:patapiedra@hotmail.com">patapiedra@hotmail.com</a>      |

## ANEXO III

## CENSO DE ARTESANOS

|                  |   |
|------------------|---|
| Nombre           | <b>CASILDA RIU GARCÍA</b>   |
| Sector Actividad | OTROS SECTORES  |
| Actividad        | MANIPULACIÓN DE CARTÓN Y PAPEL. MARROQUINERÍA. DECORACIÓN EN VIDRIO. ARTESANÍA TEXTIL |
| Productos        | BOLSOS, CARTERAS, ADORNOS, LIBROS (EN BLANCO Y ESCRITOS), CARTELES, ETC.              |
| Nombre comercial | SIERA   |
| Dirección        | LA COGOLLA<br>33350 NAVA  |

|                  |                                   |
|------------------|-----------------------------------|
| Nombre           | <b>MARÍA MEANA SUÁREZ</b>         |
| Sector Actividad | JOYERÍA                           |
| Actividad        | JOYERÍA                           |
| Productos        | JOYERÍA EN PLATA                  |
| Nombre comercial | MARÍA MEANA SUÁREZ                |
| Dirección        | C/ OSCAR OLAVARRÍA<br>33201 GIJÓN |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>ALBERTO ESTRADA IGLESIA</b>   |
| Sector Actividad   | CERÁMICA   |
| Actividad          |  |
| Productos          | ESCUPTURAS, MURALES, CERÁMICA ANTIGUA                                  |
| Nombre comercial   | CERÁMICA LA GUÍA, S.L  |
| Dirección          | TRAVESÍA DE LA GUÍA, 33<br>33203 GIJÓN                                 |
| Web                | <a href="http://www.ceramiclaguia.com">www.ceramiclaguia.com</a>       |
| Correo electrónico | <a href="mailto:laguia@ceramiclaguia.com">laguia@ceramiclaguia.com</a> |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Nombre             | <b>AMPARO MANGAS BORREGO</b>   |
| Sector Actividad   | TEXTIL   |
| Actividad          | FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES CON SISTEMA DE AIREACIÓN PARA CONDUCTORES |
| Productos          | ESTERILLAS REFRIGERANTES Y ANTIFATIGA PARA CONDUCTORES   |
| Nombre comercial   | DAF, S.L   |
| Dirección          | C/ LA FERREIRA, 14 BAJO - CAMPOMANES<br>33620 POLA DE LENA                                     |
| Web                | <a href="http://www.daifor.com">www.daifor.com</a>   |
| Correo electrónico | <a href="mailto:amparomangas@yahoo.es">amparomangas@yahoo.es</a>                               |

## 18. ANEXO IV: CUESTIONARIO

### CUESTIONARIO

Fecha de visita: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Realizada por: \_\_\_\_\_ N°  
cuestionario: \_\_\_\_\_

**NOTA:** La información recogida en este cuestionario está sujeta al secreto estadístico de modo que solamente se darán a conocer los datos agregadamente sin que en ningún caso se utilice sin su permiso expreso, la información contenida en el mismo.

### PERFIL DEL ARTESANO

#### 1. Datos generales:

Nombre del/ la artesano/a: \_\_\_\_\_

1.1. Sexo: H  - M

1.2. Edad: \_\_\_\_\_

#### 2. Formación:

2.1. Nivel de estudios alcanzado:

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Graduado Escolar          |  |
| Bachillerato              |  |
| Formación Profesional     |  |
| Est. Univ. Grado Medio    |  |
| Est. Univ. Grado Superior |  |

Ram

a:

Titulació

n:

Titulació

n:

Otro

s:

2.2. ¿Ha recibido algún tipo de curso de formación (reglada o no) para completar o ampliar su experiencia o conocimiento **profesional o empresarial**? En caso afirmativo, ¿qué tipo de cursos ha recibido?

| PROFESIONAL                             |  |
|---|--|
| No he recibido ningún tipo de formación |  |
| Escuela de Artes y Oficios              |  |
| Escuela Taller                          |  |
| Taller de Empleo                        |  |
| Universidad Popular                     |  |
| Cursos INEM                             |  |
| Cursos en asociaciones                  |  |

Otros:

\_\_\_\_\_

ANEXO IV

CUESTIONARIO

|   |  |
|---|--|
| <b>EMPRESARIAL</b>                                  |  |
| No he recibido ningún tipo de formación             |  |
| Gestión empresarial                                 |  |
| Contabilidad  |  |
| Ventas  |  |
| Seguridad e higiene/prevención de riesgos laborales |  |
| Idiomas   |  |

Otros:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.3.¿Considera necesaria alguna formación complementaria para la actividad que desarrolla? Sí  No  ¿por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2.3.a) ¿En qué tipo de formación (áreas, especialidades, etc.) estaría interesado personalmente? (tanto profesional como empresarial) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*3. Situación laboral:*

3.1. Antes de ponerse por su cuenta ¿en qué situación laboral se encontraba?

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Buscando el primer empleo     |  |
| En paro ¿cuántos meses? _____ |  |
| Trabajando (indicar sector)   |  |

Otras situaciones:

\_\_\_\_\_

*4. Experiencia profesional/artesanal:*

4.1. ¿Algún familiar suyo trabaja como artesano?

Sí  ; parentesco \_\_\_\_\_ ; No

\_\_\_\_\_

4.2. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando esta actividad (en general, no como empresa)?

\_\_\_\_\_

4.3. ¿Ejerció previamente en la economía sumergida su actividad?

Sí, actualmente

Sí ¿durante cuánto tiempo? (meses) \_\_\_\_\_

No

4.4. ¿Se ha inscrito en el Registro de Artesanos?

Sí  ; No  ¿por qué?

\_\_\_\_\_

4.5. ¿Está interesado en conseguir la carta de Maestro Artesano?

Sí  ; No  ¿por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO

## PERFIL DEL TALLER

### 5. Datos generales del taller:

Razón social: \_\_\_\_\_  
 Nombre comercial: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_ : C.P. \_\_\_\_\_  
 Teléfono/s: \_\_\_\_\_ ; Fax: \_\_\_\_\_  
 Correo \_\_\_\_\_ electrónico: \_\_\_\_\_  
 Web: \_\_\_\_\_  
 Año de constitución: \_\_\_\_\_ Capital social: \_\_\_\_\_  
 Forma jurídica actual: \_\_\_\_\_  
 Forma jurídica al inicio: \_\_\_\_\_  
 Número de socios trabajadores (sin contar al artesano): \_\_\_\_\_  
 Número de socios capitalistas (sin contar al artesano): \_\_\_\_\_  
 Nº Trabajadores (sin contar al artesano): \_\_\_\_\_  
 Posición del artesano en la empresa: \_\_\_\_\_

### 6. Actividad de la empresa / taller:

6.1. Sector en el que la empresa/taller desarrolla su actividad:

|                             |                 |  |
|-----------------------------|-----------------|--|
| Cerámica                    | Joyería         |  |
| Cestería y fibras vegetales | Madera          |  |
| Instrumentos musicales      | Metal           |  |
| Papel y cartón              | Piedra y mármol |  |
| Piel y cuero                | Textil          |  |
| Vidrio                      | Otras ¿Cuáles?  |  |
| Alimentación                |                 |  |

6.2. Actividad/es específica/s: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

6.3. Productos y/o servicios ofertados por la empresa: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

### 7. Actividad Profesional

7.1. ¿Qué tipo de funciones lleva a cabo en el taller?

|  |  |
|--|--|
| EMPRESARIAL  |  |
| Dirección  |  |
| Gestión administrativa                                 |  |
| Gestión comercial                                      |  |
| Distribución y venta                                   |  |
| Compras  |  |
| Producción   |  |
| Otros ¿cuáles?   |  |
| PROFESIONAL  |  |
| Creatividad (idea)                                     |  |
| Diseño (definición de la idea)                         |  |
| Preparación de materiales                              |  |
| Preparación de herramientas y maquinaria               |  |
| Cooperación con otros artesanos/otras actividades      |  |
| Producción (fases) – Detallar tareas y tiempo empleado |  |

ANEXO IV

CUESTIONARIO

---

---

---

---

---

---

---

---

8. Maquinaria y herramientas

8.1. ¿Qué tipo de maquinaria y/o herramienta utiliza?

---

---

---

---

8.2. ¿Tiene intención de adquirir nueva maquinaria? ¿De qué tipo? \_\_\_\_\_

9. Recursos humanos:

9.1. Número de trabajadores al inicio de la actividad (sin contar al artesano): \_\_\_\_\_

9.2. Número actual de trabajadores en la empresa (sin contar al artesano): \_\_\_\_\_

Puestos que desempeñan: \_\_\_\_\_

9.3. Potencial creador de empleo

¿Tiene intención de aumentar el número de trabajadores? Sí  ; No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de perfil profesional considera adecuado?

Hombre  Mujer  Indistinto \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Experiencia \_\_\_\_\_

Formación Requerida \_\_\_\_\_

Habilidades (“saber hacer”) \_\_\_\_\_

Actitudes \_\_\_\_\_

Otras características \_\_\_\_\_

9.4 ¿Contrataría a personas con discapacidad?

si  no ¿por qué? \_\_\_\_\_

9.5 ¿Dónde acudiría para buscar trabajadores? (contactos, servicios de empleo, centros de formación, Escuelas Taller, Talleres de empleo, anuncio,....) \_\_\_\_\_

10. Centros de actividad:

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Trabajo en casa                   |  |
| Dispongo taller                   |  |
| Dispongo de punto de venta propio |  |

11. Ámbito de actividad y fórmulas de comercialización

11.1. ¿Qué fórmulas utiliza para comercializar sus productos?

|  |                          |
|--|--------------------------|
| Trabajo bajo pedido                        |                          |
| Dispongo de clientela estable              |                          |
| Particulares                               | <input type="checkbox"/> |
| Comercio                                   | <input type="checkbox"/> |
| Asisto a ferias sectoriales (definir tipo) | <input type="checkbox"/> |
| Mercados generales                         | <input type="checkbox"/> |
| Ferias de artesanía                        | <input type="checkbox"/> |
| Ferias especializadas cados generales      | <input type="checkbox"/> |
| Tengo un representante para mis productos  | <input type="checkbox"/> |

|                  |
|------------------|
| ¿Cuáles? ¿Dónde? |
| _____            |
| _____            |
| _____            |

## ANEXO IV

### CUESTIONARIO

|                      |  |
|----------------------|--|
| Comercio electrónico |  |
| Otros                |  |

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

11.2. ¿Realiza ventas de cualquier tipo en alguno de los siguientes mercados?

|                                | % |
|--------------------------------|---|
| Gijón                          |   |
| Asturias                       |   |
| España                         |   |
| Unión Europea                  |   |
| Otros mercados internacionales |   |

12. Facturación ( año 2003)

Equivalencias aprox. en  
ptas.

|                   |                               |
|-------------------|-------------------------------|
| Menos de 6.000 €  | 1 Mill. Ptas.                 |
| 6.000€ - 15.000€  | 1 Mill. Ptas – 2,5 Mill. Ptas |
| 15.000€ - 30.000€ | 2,5 Mill. Ptas - 5 Mill. Ptas |
| 30.000€ - 60.000€ | 5 Mill. Ptas – 10 Mill. Ptas  |
| Más de 60.000€    | Más de 10 Mill. Ptas.         |

13. Otros datos de interés:

13.1. ¿Posee la empresa alguna certificación?  Sí, ¿cuál/es? \_\_\_\_\_ ;  
No

13.2. ¿Pertenece a alguna asociación?  Sí, ¿a cuál/es? \_\_\_\_\_  
; No

13.3. ¿Mantiene contacto o colaboración con otras empresas o profesionales del sector?  
 Sí ¿en qué ámbitos? \_\_\_\_\_  No, ¿por qué? \_\_\_\_\_

## VOCACIÓN EMPRESARIAL

14. ¿Cómo surgió la idea? (multirespuesta)

|   |  |
|---|--|
| Es la continuación de la tradición familiar           |  |
| La idea surgió observando las necesidades del mercado |  |
| Tenía la formación adecuada                           |  |
| Amigos/familiares me animaron                         |  |

Otros:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

15. Motivación:

15.1. ¿Qué le llevó a desarrollar la actividad artesanal como empresa? (multirespuesta)

|   |  |
|---|--|
| Quería sacar provecho de mis habilidades                                  |  |
| Tenía experiencia en empresas   |  |
| Vocación: siempre quise tener mi propio taller y había llegado el momento |  |
| Era una alternativa al desempleo  |  |

ANEXO IV

CUESTIONARIO

|   |  |
|---|--|
| Era una forma de poner en práctica la formación adquirida |  |
| Disponía de recursos para invertir en la idea             |  |
| Existe una tradición familiar                             |  |

Otros:

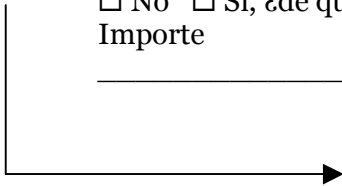
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

16. *Ayudas* .

¿Ha recibido alguna ayuda por parte de los organismos de promoción empresarial?

No  Sí, ¿de quién/es? \_\_\_\_\_  
 Importe \_\_\_\_\_ aproximado \_\_\_\_\_ €  
 \_\_\_\_\_ Ptas.



Para:

|                      |  |
|----------------------|--|
| Iniciar la actividad |  |
| Contratar personal   |  |
| Alquiler del local   |  |
| Inversiones fijas    |  |

Otros: \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO

## 17. Necesidades

17.1. En su actividad, se encuentra con las siguientes **necesidades/ carencias**:  
(comentar)

|   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Información sobre recursos que apoyen su actividad ¿de qué tipo?   |  |
| <input type="checkbox"/> Acceso a financiación para la mejora de su actividad.              |  |
| <input type="checkbox"/> Equipamiento tecnológico (maquinaria, vehículos,...)               |  |
| <input type="checkbox"/> Nuevos canales de comercialización                                 |  |
| <input type="checkbox"/> Medidas de seguridad e higiene                                     |  |
| <input type="checkbox"/> Desarrollo de nuevos productos y procesos                          |  |
| <input type="checkbox"/> Materias primas (nuevos materiales, poder de negociación)          |  |
| <input type="checkbox"/> Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación                |  |
| <input type="checkbox"/> Servicios de logística (mensajería, almacenamiento, transporte,..) |  |
| <input type="checkbox"/> Otras necesidades / carencias                                      |  |

## 18. El taller artesano como fuente de formación y creación de empleo:

18.1. ¿Considera que la oferta formativa se ajusta a las necesidades de los artesanos y del mercado? Sí  No  Comentar: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18.2. ¿Ha participado en algún convenio de formación con centros de formación para que alumnos realicen prácticas con usted? Sí  No  Comentar: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18.3. ¿Ha participado como formador en algún curso? Sí  No  Comentar \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18.4. ¿Qué actividades artesanales (en general) considera que tienen un mayor potencial creador de empleo? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18.5. Por su conocimiento del mercado en general ¿qué tipo de formación (áreas, actividades) debería fomentarse dada la demanda del mercado y su potencial creador de empleo? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ANEXO IV

### CUESTIONARIO

#### 19. Consolidación de la actividad

19.1. Considero que la situación actual del taller es (comentar):

|         |                          |       |
|---------|--------------------------|-------|
| Buena   | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Regular | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Mala    | <input type="checkbox"/> | _____ |

19.2. Además se han cumplido mis expectativas (comentar):

|                |                          |       |
|----------------|--------------------------|-------|
| En gran medida | <input type="checkbox"/> | _____ |
| En parte       | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Para nada      | <input type="checkbox"/> | _____ |

19.3. ¿Cuenta con algún proyecto de desarrollo empresarial futuro? (comentar)\_\_\_\_\_

#### 20. Otros comentarios

20.1. ¿Qué tipo de servicios y prestaciones, tanto económicas como no, cree que necesitaría actualmente el sector de la artesanía?

(ejemplos: información más específica y puntual, simplificación de trámites burocráticos —en la creación del taller, en la solicitud de ayudas, etc.—, diseño de nuevos itinerarios formativos —formación empresarial o profesional específica, etc.—, diseño de nuevas modalidades de ayudas y subvenciones —inversión, contratación, etc.—, apoyo a la comercialización, fomento del asociacionismo, promoción de la economía social, etc.) \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

*La información que Vd. facilita se incorporará a un fichero automatizado de carácter personal del Ayuntamiento de Gijón. Vd. tiene el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición, que podrá ejercitar dirigiéndose a la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón. Paseo de la Infancia, s/n, Planta segunda-33207 (Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de datos de Carácter Personal)*

## 19. ANEXO V GUIÓN VISITAS A EXPERTOS

### 19.1 Perfil del artesano actual

- 🏠 Edad, sexo
- 🏠 Formación / experiencia empresarial y artesanal
- 🏠 Carácter de la iniciativa (propia, tradición, otras)
- 🏠 Riesgo (inversión)
- 🏠 Perspectivas de futuro
- 🏠 **Diferencias** artesano actual y el de épocas anteriores (formación, información, motivación, coyuntura económica,...)

### 19.2 el taller de artesanía

- 🏠 Actividad desarrollada
- 🏠 Número de trabajadores
- 🏠 Disponibilidad de local comercial o red comercial
- 🏠 Asistencia a **ferias** (número de ferias a nivel regional, promoción y actividades que se llevan a cabo en las ferias, formas de captación de expositores, gestión)
- 🏠 Mercado de actuación
- 🏠 Localización geográfica
- 🏠 **Asociacionismo**
- 🏠 Formación empresarial y artesana continua

### 19.3 Oficios y actividades de futuro

- 🏠 **Ramas de actividad** o negocio que tienen un mayor tirón actualmente en la creación de empresas y talleres artesanos.

## GUIÓN VISITAS A EXPERTOS

- 🏠 Consecuencia directa de una **demanda del mercado o de la formación** de los artesanos y emprendedores
- 🏠 **Potencial** de las actividades de cara al futuro en función de la coyuntura económica y social
- 🏠 Actividades **saturadas**
- 🏠 Actividades **obsoletas** → Necesidad de renovación en técnicas/procesos/formación
- 🏠 Generación de empleo por cuenta ajena
- 🏠 Potencial de futuro
- 🏠 Características de la demanda y la oferta de empleo en la artesanía
- 🏠 Relevancia de la formación
- 🏠 Figura del aprendiz









## 19.4 problemática sectorial

- 🏠 **Problemática común** al desarrollo, consolidación y crecimiento de los talleres de artesanos (problemas financieros, costes laborales y de explotación, necesidad de crecimiento, ...)
- 🏠 **Dificultades** (inestabilidad de la demanda, falta de formación, burocracia, ...)
- 🏠 **Riesgos y errores** cometidos en la creación de los mismos y en su implantación (ubicación geográfica, forma jurídica elegida, redes comerciales, financiación,...)

## 19.5 El papel de la administración

- 🏠 El **Registro**
- 🏠 La **Carta de maestro artesano**
- 🏠 **Zona y Talleres de interés artesanal**
- 🏠 Censo de artesanos (aparte del registro)
- 🏠 Grado de funcionamiento y de oportunidad de las diferentes herramientas que la administración pone al alcance de los artesanos
- 🏠 **Formación** (formación a la carta)
- 🏠 Información

GUIÓN VISITAS A EXPERTOS

-  **Promoción** (artesanía de Asturias – marca - )
-  Seguimiento
-  **Ayuda financiera**
-  Percepción de la **imagen del artesano**
-  *Benchmarking*
-  Iniciativas, medidas y experiencias llevadas a cabo en otras regiones al respecto.
-  **Distintivos de calidad artesanal**
-  **Distintivo de procedencia geográfica de los productos**

## 20. ANEXO VI BIBLIOGRAFÍA

### 20.1 General

- **Estadísticas 2003.** Fundación Española para la Artesanía
- **Informe sobre la Artesanía.** Fundación Española para la Artesanía
- **Manual de Buenas Prácticas Ambientales en la Artesanía.** Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales
- **La PYME y la artesanía en Europa.** Dictamen del Comité Económico y social. 2001
- **Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular.** Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 1989
- **Tradición y modernidad. Claves para la Artesanía en la Europa de 2000.** Conclusiones de la Conferencia Preparatoria. 1997
- Al empleo por la Innovación. **III Conferencia Europea del Artesanado y las Pequeñas Empresas.** 1997 . Milán. Conclusiones
- Hacia el taller eficaz. **II Jornadas Técnicas de Artesanía de Bizkaia.** Febrero de 2004. Ponencias: “Una visión desde Irlanda”, “Eficacia en el diseño”, “Eficacia en la producción”, “Eficacia en la comunicación”, “Eficacia en la comercialización”, “Eficacia en la gestión” y “Una visión desde Italia”.
- **Acta conclusiones SICA.** Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanía. Septiembre 2004.
- **Encuentros de Artesanía Ibérica.** Iberiona 2003.
- **Revistas** “Oficio y Arte”, “Piezas de Artesanía” e “Industria Conservera”
- **Mejora de la gestión artesanal.** Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León [www.ceical.es/artesanos/index.htm](http://www.ceical.es/artesanos/index.htm)
- **Feria de Artesanía virtual** [www.artesania.parqueferial.com](http://www.artesania.parqueferial.com)
- **Guía de Artesanos de España** [www.artesaniaiberica.com](http://www.artesaniaiberica.com)
- **Fundación Cultural Española para el Fomento de la Artesanía** [www.fundesarte.org](http://www.fundesarte.org)
- **Organización de los Artesanos de España** [www.oficioyarte.org](http://www.oficioyarte.org)

**20.2 Asturias**

- **Decreto 88/94 de 5 de diciembre** por el que se regula la actividad artesana en el Principado de Asturias
- **Reglamento** por el que se desarrolla parcialmente el Decreto 88/1994, de 5 de diciembre
- **La artesanía en Gijón.** Ayuntamiento de Gijón 2002
- **“Alfarería de Miranda”, “Cerámica negra de Llamas del Mouro”, “Cerámica de Faro”, “Artesanía de la Madreña” y “Artesanía de Taramundi”.** Consejería de Industria y Empleo del Principado de Asturias.
- **Los asturianos. Raíces culturales y sociales de una identidad.** La Nueva España. 2004
- **Enciclopedia temática asturiana. Etnografía y Folclore I y II.** Silverio Cañada 1981
- **Artesanía en Asturias** [www.guiastur.com/etnografia/artesanía.htm](http://www.guiastur.com/etnografia/artesanía.htm)
- **Trabajastur.** Servicio Público de empleo del Principado de Asturias [www.princast.es/trabajastur](http://www.princast.es/trabajastur)

**20.3 Otras Comunidades Autónomas**

- **Guía de la Artesanía de la Comunidad de Madrid.** Comunidad de Madrid - Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
- **Guía de la Artesanía de la Comunidad Autónoma de Andalucía.** Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía
- **Artesanía de Castilla la Mancha.** Junta de Castilla la Mancha
- **Artesanía de Aragón.** Asociación Profesional de Artesanos de Aragón [www.artearagon.com](http://www.artearagon.com)
- **Artesanos de Navarra** [artesanos.navarra.net](http://artesanos.navarra.net)
- **Asociación de Artesanos de Guipúzcoa** [www.gabiltza.org](http://www.gabiltza.org)
- **Artesanía de Galicia:**
  - [www.xunta.es/galicia2003](http://www.xunta.es/galicia2003)
  - [www.xunta.es/galicia2004](http://www.xunta.es/galicia2004)
  - [www.xunta.es/conselle/in/artesania.htm](http://www.xunta.es/conselle/in/artesania.htm)
  - [www.gpx.es/artesano.html](http://www.gpx.es/artesano.html)
  - [www.cetadec.net/artesania](http://www.cetadec.net/artesania)

BIBLIOGRAFÍA

- [www.turgalicia.es](http://www.turgalicia.es)

## 20.4 Centros de Artesanía

- **Fundación Centro Tecnológico Andaluz de la Piedra** [www.ctap.es](http://www.ctap.es)
- **Centre Català d'Artesania** [www.artesania-catalunya.com](http://www.artesania-catalunya.com)
- **Centro Tecnológico de la Artesanía.** Región de Murcia [www.ctartesania.es](http://www.ctartesania.es)
- **Centro de Artesanía e Diseño.** Diputación Provincial de Lugo [www.cadg.org](http://www.cadg.org)

## 20.5 Otros

- **Italia. Confartigianato Firenze** [www.confartigianato.it](http://www.confartigianato.it)



cofinancia:



suscriben/colaboran:



Ayuntamiento  
de Gijón

**Agencia Local de Promoción  
Económica y Empleo de Gijón**

Paseo de la Infancia s/n  
33207 Gijón (Asturias)  
Tel.: 985 18 15 55 Fax: 985 18 15 62  
agencialocal@gijon.es  
www.gijon.es