

MÁSTER EN SOCIOLOGÍA APLICADA  
INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE MERCADOS.  
TRABAJO DE FIN DE MÁSTER.  
AÑO 2019/2020.  
CONVOCATORIA DE FEBRERO.



# LA ARTESANÍA EN GALICIA: EVOLUCIÓN SOCIOHISTÓRICA DE LA PROFESIÓN Y DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO.

A ARTESANÍA EN GALICIA: EVOLUCIÓN  
SOCIOHISTÓRICA DA PROFESIÓN E DOS  
HÁBITOS DE CONSUMO

HANDICRAFTS IN GALICIA: SOCIOHISTORICAL  
EVOLUTION OF PROFESSION AND  
CONSUMER HABITS.

---

ALUMNA: LUCÍA VÁZQUEZ CASTRO  
TUTORAS: ESTEFANÍA CALO GARCÍA  
ELVIRA SANTIAGO GÓMEZ

## RESUMEN

---

En el presente estudio se expone un acercamiento a la situación de la artesanía en la actualidad y su posible futuro en Galicia. A partir de la revisión de datos secundarios se presenta una síntesis histórica de la profesión, centrándose en la artesanía contemporánea y su relación con los cambios en los hábitos de consumo de la sociedad, a través de los cuales se proyectará su porvenir. Posteriormente, por medio de entrevistas en profundidad y grupos de discusión se hará un análisis por bloques temáticos del trabajo de los artesanos, la visión de la gerente de Artesanía de Galicia y la posición de los consumidores ante la artesanía. Se completará el análisis con un esquema DAFO-CAME. Como resultado, se observa que los valores éticos y ecológicos de la sociedad actual impactan positivamente en la profesión artesanal si bien ésta sigue dependiendo del apoyo del sistema público.

**PALABRAS CLAVE:** ARTESANÍA, GALICIA, CONSUMO.

## RESUMO

---

No presente estudo expóse un achegamento a situación da artesanía na actualidade e o seu posible futuro en Galicia. A partir da revisión de datos secundarios preséntase unha síntese histórica da profesión, centrándose na artesanía contemporánea e a súa relación cos cambios nos hábitos de consumo da sociedade, a través dos cales se proxectará o seu futuro. Posteriormente, por medio de entrevistas en profundidade e grupos de discusión faráse un análise por bloques temáticos do traballo dos artesáns, a visión da xerente de Artesanía de Galicia e a posición dos consumidores ante a artesanía. Complementarase a análise con un esquema DAFO-CAME. Como resultado, obsérvase que os valores éticos e ecolóxicos da sociedade actual impactan positivamente na profesión artesanal se ben esta segue dependendo do apoio do sistema público.

**PALABRAS CRAVES:** ARTESANÍA, GALICIA, CONSUMO.

## ABSTRACT

---

This study presents an approach to the situation of handicrafts today and its possible future in Galicia. From the revision of secondary data, a historical synthesis of the profession is presented, focusing on contemporary craftsmanship and its relationship with changes in society's consumption habits, through which its future will be projected. Consecutively, through indepth interviews and discussion groups, an analysis by thematic blocks of the artisan's work, the vision of the Artesanía de Galicia handicraft manager and the consumer's position towards the handicrafts will be analyzed. The analysis will be completed with a DAFO-CAME scheme. As a result, it is observed that the ethical and ecological values of today's society have a positive impact on the artisanal profession although it still depends on the support of the public system.

**KEYWORDS:** HANDCRAFT, GALICIA, CONSUMPTION.

## AGRADECIMIENTOS

---

Gracias a todos los participantes que han colaborado en este estudio de manera totalmente desinteresada, sin ellos no sería posible que este proyecto saliera a la luz. Es necesario hacer una mención especial a la gerente de Artesanía de Galicia por toda la información prestada y por ser tan servicial en todo momento.

## ÍNDICE

---

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA.....	5
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS.....	7
MARCO TEÓRICO	9
Artesanía: ¿Qué es, cuándo nace y cómo se estructura?.....	9
La artesanía en la actualidad.....	18
El porvenir de la artesanía.....	22
METODOLOGÍA	24
1. Entrevistas en profundidad.....	25
2. Grupos de discusión.....	26
3. DAFO-CAME.....	27
4. Adecuación a los objetivos de la metodología utilizada.....	28
RESULTADOS DE ANÁLISIS	29
1. La artesanía en España.....	30
2. La artesanía en Galicia.....	37
3. La artesanía según los informantes: Los artesanos, Artesanía de Galicia y los consumidores.....	45
4. DAFO-CAME.....	57
CONCLUSIONES.....	62
DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL ESTUDIO.....	66
BIBLIOGRAFÍA .....	67
ANEXOS.....	70
1. Guión de entrevistas y grupos de discusión.....	70
2. Conjeturas preanalíticas: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión...	74
3. Bloques temáticos llevados a cabo en el análisis del contenido.....	82
4. Transcripciones: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión.....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

---

Tabla I.....	9
Tabla II.....	10
Tabla III.....	15
Tabla IV.....	16-17
Tabla V.....	17-18
Tabla VI.....	26
Tabla VII.....	27
Tabla VIII.....	27
Tabla IX.....	29
Tabla X.....	31
Tabla XI.....	31
Tabla XII.....	36
Tabla XIII.....	41
Tabla XIV.....	42
Tabla XV.....	43
Tabla XVI.....	43
Tabla XVII.....	44
Tabla XVIII.....	45
Tabla XIX.....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

---

Figura I.....	32
Figura II.....	32
Figura III.....	33
Figura IV.....	34
Figura V.....	35
Figura VI.....	35
Figura VII.....	35
Figura VIII.....	38
Figura IX.....	39
Figura X.....	39
Figura XI.....	39
Figura XII.....	39
Figura XIII.....	40
Figura XIV.....	40
Figura XV.....	42
Figura XVI.....	42
Figura XVII.....	42
Figura XVIII.....	60
Figura XIX.....	61

## INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA

---

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Máster es estudiar la artesanía de la actualidad en España y Galicia en cuanto a su estructura, su forma de actuación, su público objetivo y su permanencia en el tiempo. Durante estos últimos años he visto cómo mi círculo más cercano ha optado por desarrollar su labor en torno al mundo de la artesanía. Siempre he sido simpatizante de esta profesión debido a fuertes lazos, tanto familiares como amistosos, que velaron desde hace años por reivindicar un producto exclusivo, de calidad, de producción manual y tolerante con el medio. Es por todo esto, y por mi creencia en que puede existir a largo plazo una forma de consumo diferente, que he decidido realizar mi Trabajo de Fin de Máster acerca de la labor del artesano y de la artesanía.

La sociología posee diferentes ramas de conocimiento como es la sociología del consumo, desde ella se trabaja para dar respuesta a la percepción que tiene la población acerca del mercado y del consumo que se produce en él, indagando en qué invierten las personas y por qué. Investigar el presente y el futuro que tendrá un sector mediante diferentes técnicas de análisis posibilita la exposición del mismo a la sociedad, y es de gran interés tanto para el gremio que lo practica como para el sistema económico en el que actúa. De este modo, mi proyecto se centrará en estudiar cómo los artesanos desarrollan su profesión, cómo se comportan los consumidores, cuáles son las entidades que velan por su perpetuidad y, en definitiva, en cómo la artesanía se proyecta como una profesión de futuro.

Explicar qué es la artesanía, aunque parece una tarea fácil se complica ante el gran ámbito de actuación en el que impera. Remontándose a sus inicios, la palabra artesanía tiene su fundamentación en la época del Renacimiento, que indica que “el artesano es un trabajador manual, especializado en una técnica y que labora solo o en familia, distinguiéndose así de un empleado” (Etienne-Nugue, 2009, pág. 5). Esta definición ya deja entrever en qué consiste el trabajo del artesano pero no aporta mucha más información. A lo largo de los años la connotación del término fue pasando de una institución a otra para ser definida, pero no existió una preocupación por explicarla a nivel mundial. La única referencia que se tiene en cuenta en la actualidad a este respecto es la aportada por la UNESCO, que viene a decir que la artesanía es el trabajo que realizan los artesanos con características propias como que sus productos están confeccionados de forma totalmente manual o con medios mecánicos a través de materias primas sostenibles, con características culturales, estéticas y creativas entre otras, que los dotan de una singularidad propia (UNESCO, 1997)<sup>1</sup>. La realidad es que

---

<sup>1</sup> A lo largo del estudio se desarrollará íntegramente la definición del oficio artesano de la UNESCO.

a día de hoy, y más concretamente en España, cada autonomía se encarga de gestionar la profesión en base a sus necesidades y de aportarle una definición propia.

Independientemente de que no sea posible definir a la artesanía de forma unánime, la sociedad es conocedora de la profesión y la ha mantenido vigente hasta la actualidad. Como se mencionaba antes y referenciando a Olivera (1975), desde su nacimiento han pasado siglos y siglos, pero la profesión no quedó en el olvido, simplemente se debilitó ante el nacimiento de la era industrial y fue desplazada al consumo de las altas clases sociales, que siguieron adquiriendo estos productos por su calidad y por su estética. Estos dos factores, según los informantes estudiados, son aspectos clave para seguir consumiéndola en pleno siglo XXI, y le atañen su importancia a un modo de producción más respetuosa con el medio ambiente. Alonso (2007) indica que:

Una sociedad que no reflexiona sobre sus formas de consumo está abocada a perder el control de lo que de positivo y negativo hay en ella para la construcción o destrucción de redes y vínculos equitativos en la sociedad y en los grupos humanos (pág. 104).

Ese pensamiento está calando en la sociedad actual intentando mitigar la contaminación y siendo más respetuosos con el medio.

Para centrar y orientar el tema de estudio se hará una recopilación de datos bibliográficos sobre la evolución de la artesanía y su situación en la actualidad aludiendo a su posición en las pautas de consumo de las sociedades más ecológicas. Para describir el presente de la artesanía se analizarán los datos secundarios que permitirán conocer la situación de la artesanía en España y posteriormente en Galicia. Por último, el estudio abordará como será el futuro de la artesanía y las líneas en las que se debe trabajar para que ésta evolucione, tanto a partir de una revisión de datos bibliográficos como por un análisis de las entrevistas realizadas y un análisis DAFO-CAME.

Ante esta situación, el fin del proyecto es ubicar a la artesanía como profesión en todas sus etapas e investigar el posible futuro de la misma. El estudio se estructura en un marco teórico formado por tres capítulos: Artesanía ¿Qué es, cuándo nace y cómo se estructura?, La artesanía en la actualidad y El porvenir de la artesanía. En el primer punto se analizará las diferentes definiciones de artesanía, así como su evolución desde el nacimiento, pasando por su época de esplendor, para más tarde indicar las causas de su decrecimiento. Se finalizará el capítulo con una síntesis de la estructuración de la artesanía dónde se presentará el lugar que ocupa en el sector económico en base a varias formas de catalogación de las profesiones y las actividades económicas. En el apartado número dos se expondrá la situación actual de la artesanía y seguidamente se abordará el cambio en el consumo de la sociedad y cuál es el papel que juega la artesanía en ese aspecto. Por último, en el porvenir de la artesanía, se

atenderá a diferentes informes y tratados para dilucidar cómo serán los próximos años en el sector artesanal. Todos los datos están sustentados por medio de informes y artículos académicos de relevancia, así como teorías desarrolladas por pensadores clásicos de importancia.

Pasando al apartado del análisis, este se centrará en dos aspectos básicos en relación a la metodología utilizada: Análisis de datos secundarios para contextualizar la situación de la artesanía en España y en Galicia por un lado, y el trabajo de campo cualitativo realizado por otro. Centrándose en el trabajo de campo, este se llevó a cabo por medio de cuatro entrevistas en profundidad a artesanos y artesanas, una entrevista en profundidad a la gerente de la fundación Artesanía de Galicia y dos grupos de discusión diferenciados por su hábito de consumo de artesanía, estando un grupo formado por compradores habituales, y otro por consumidores esporádicos. La técnica utilizada para analizar los discursos resultantes del trabajo de campo fue el análisis por bloques temáticos, que se completó con un análisis DAFO-CAME. Dadas las limitaciones de tiempo y espacio propias de un trabajo de estas características se ha restringido el alcance del trabajo de campo a Galicia, y más concretamente a la provincia de A Coruña.

Con todo esto, se cree que este trabajo resulta interesante para hacer un balance de la situación de la artesanía en España, y de forma más precisa en Galicia.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS**

---

### **1. PREGUNTA GENERAL**

**¿Qué es la artesanía, cómo es su evolución en el tiempo, quiénes la consumen, y cómo es su prospectiva?**

La artesanía actúa por su naturaleza histórica como agente cultural y socializador de la población. Es uno de los primeros oficios conocidos y a partir del cual se desarrollan los principales cambios de evolución en la humanidad, por lo que es representativo estudiar su desarrollo en el tiempo hasta los días de hoy ya que no se trata de un hecho aislado, sino que es importante recalcar su importancia en la sociedad. La finalidad es acercar una definición de la artesanía tanto como profesión como en cuanto a la relación de los consumidores con ella. Teniendo en cuenta las características que posibilitaron su evolución, por último se intentará advertir el futuro de la misma en base a los nuevos cambios que está experimentando el consumo en la actualidad.

## 2. OBJETIVOS

Para dar respuestas a las cuestiones planteadas, y por limitaciones propias del Trabajo de Fin de Máster, se contextualizará el estudio en una revisión de la situación y los aspectos destacables de la artesanía a nivel general, para posteriormente centrar el tema de estudio en un primer momento en España y posteriormente en Galicia.

### 2.1 OBJETIVO GENERAL

**Estudiar la artesanía de la actualidad en España y Galicia en cuanto a su estructura, su forma de actuación, su público objetivo y su permanencia en el tiempo.**

Como profesión ancestral, es necesario estudiar qué es la artesanía y cómo consiguió mantenerse vigente a lo largo de todos estos años. Ante muchas profesiones que se pierden en el olvido y en la práctica, la sociedad ha sabido mantenerla y se ha precisado de ella, de otro modo, no sería un oficio que perdurase ni se plantease como una profesión de futuro en el siglo XXI. De este modo se estudiará mediante una revisión bibliográfica el concepto de artesanía, cómo y cuándo nace, su evolución hasta el día de hoy y cómo se presenta su futuro. A través del análisis de datos secundarios se llevará a cabo un análisis de la situación de la profesión en España y en Galicia, para finalmente realizar un estudio de caso mediante metodología cualitativa a través del análisis por bloques temáticos y una matriz DAFO-CAME que complementará la información del proyecto en base al testimonio fiel de profesionales de la artesanía, consumidores y no consumidores, y a través de las declaraciones de la gerente de la Fundación de Artesanía de Galicia.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar el oficio del artesano/a en todas sus dimensiones: forma de producción, materias primas que se utilizan, resultado final de producto y forma de comercialización.
- Indagar en la perspectiva que tienen los artesanos y artesanas de su oficio: comienzo en el oficio, aceptación social y futuro de la artesanía.
- Investigar las formas de expansión de la Artesanía en España y en Galicia.
- Conocer las actitudes del consumidor hacia la artesanía, y del mismo modo, investigar nuevas formas de actuación para acercar la artesanía a nuevos compradores.

## MARCO TEÓRICO

---

El marco teórico está estructurado en tres apartados, en base a estos se pretende abordar un recorrido a través de la artesanía en cuanto a la profesión y al contexto en el que se desenvuelve. En el primer apartado: Artesanía ¿Qué es, cuándo nace y cómo se estructura?, se presentará una aproximación a la definición de la profesión, un desarrollo a través del tiempo desde su nacimiento hasta la actualidad y la clasificación del sector en cuanto a su oficio y a las actividades que lo conforman. En el segundo apartado: La artesanía en la actualidad, se expondrá la situación de la artesanía en los tiempos que corren relacionándola con nuevos hábitos de consumo emergentes. Por último, en el apartado tres: El porvenir de la artesanía, se argumentarán diferentes pautas y líneas de actuación para su desarrollo como profesión de futuro y su previsión a largo plazo.

### 1. ARTESANÍA: ¿QUÉ ES, CUÁNDO NACE Y CÓMO SE ESTRUCTURA?

En la presente investigación se pretende dar visibilidad al trabajo del artesano. Para contextualizar el estudio es necesario aportar una definición tanto del profesional como de la profesión en sí, de este modo se pone en referencia una serie de conceptos de lo que es, cómo se fundamenta y en qué consiste la profesión y el trabajo que desempeña.

La dificultad de poder definir la artesanía en la actualidad como un concepto único y compartido por la sociedad viene dado por las delimitaciones y actividades que fueron confeccionando la profesión a lo largo de historia. A día de hoy no existe un criterio único para determinar qué labores son consideradas artesanas y cuáles no debido al gran intrusismo de actividades que contempla el sector. En *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales* (DGPYME, 2009) se rescata una definición a tres bandas de otra fuente secundaria como es el Informe *El Sector artesano en España: diez años de evolución* (DGPYME, 1987) que manifiesta que el concepto de artesanía se puede analizar desde la visión tecnológica, la antropológica y la cultural. Dichas definiciones se pueden consultar en la tabla I.

**Tabla I: Concepto de artesanía según diferentes disciplinas.**

TECNOLÓGICA	Esta aproximación lleva a una definición que incluye actividades de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico
ANTROPOLÓGICA	La tradición es la que asigna a estos productos una función de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda la actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.
CULTURAL	El concepto artesanía se funde con el de "arte popular", entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas.

Elaboración propia.

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales. (DGPYME, 2009, pág. 18).

La UNESCO (1997) en su portal de Organizaciones de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, define la artesanía como:

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

Estas convicciones son a nivel general y mundial. Al centrarse, por ejemplo, en la Unión Europea, esta no define expresamente la artesanía como tal. En *El sector artesano en las fuentes estadísticas y documentales* (DGPYME, 2009) se indica que la Unión Europea reconoce a la artesanía como pequeñas y medianas empresas, pero deja que ella misma se connote según la especialidad del producto que se produce, de este modo cada país la delimita de una forma diferente en base a distintos criterios:

**Tabla II: Criterios de definición de la artesanía en Europa.**

CRITERIO	DEFINICIÓN	PAÍSES
SECTOR/DIMENSIÓN	Se centra en el tamaño de la empresa	Francia, Italia y Holanda
PROFESIONAL	Depende del sector en el que desarrolle la actividad	Austria, Alemania y Luxemburgo
ARTÍSTICO	Se refiere a toda actividad que esté cualificada como arte aplicada o estudio artístico	Irlanda, Reino Unido y España
VARIOS	Definición que no es oficial dentro de las PYMES que se consigue por medio de acreditación de diplomas	Bélgica, Dinamarca, Grecia y Suecia
NINGUNA	No tiene una definición oficial de la profesión	Finlandia y Portugal

Elaboración Propia.

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

Centrándose ahora en España, la Real Academia Española (RAE, 2014) define la artesanía como “clase social constituida por los artesanos. Arte u obra de los artesanos” y al artesano como la “persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico. Usado modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril.”

En relación a la ley, la Constitución Española de 1978 expone en su art. 130.1: “Los poderes públicos atenderán a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y, en particular, de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía, a fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles. Este artículo es complementado con el art. 148.14 donde se indica que la definición de la profesión queda a expensas de las Comunidades Autónomas: “Dentro de los términos de la presente Constitución, los Estatutos serán la norma institucional básica de cada Comunidad Autónoma y el Estado los reconocerá y amparará como parte integrante de su ordenamiento jurídico”. De este modo, cada autonomía establece unas nociones que aproximan la definición de la artesanía, por lo que existen diferencias en base a si el producto es de carácter alimentario o no y en si prestan o no servicios<sup>2</sup>. Dado que el trabajo de campo de este estudio se va a realizar a artesanos y artesanas de Galicia es importante conocer la definición que se acepta en esta autonomía, que está regulada por el artículo segundo de la Ley 1/1992 de Artesanía de Galicia:

A los efectos de la presente ley, tendrá la consideración de actividad artesanal toda actividad económica que suponga la creación, producción, restauración o reparación de bienes de valor artístico o popular, así como la prestación de servicios, siempre que los mismos se presten u obtengan mediante procesos en que la intervención personal constituye un factor predominante y el producto final sea de factura individualizada y distinta de la propiamente industrial. Esta consideración será reconocida mediante la inclusión en la Sección de Actividades Artesanas del Registro General de la Artesanía de Galicia (Art. Segundo.1).

Como se aprecia, no existe un acuerdo de una descripción concisa de artesano o artesanía, por ello el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha confeccionado una definición muy general de la misma para referirse a ella que es aceptada por las autonomías: “persona física o jurídica cuya actividad esté dedicada a la producción de objetos, ya sean éstos de carácter utilitario, decorativo o artístico” (DGPYME, 2011, pág. 17).

Aunque todas las definiciones o intentos de explicar el concepto tienen relación, desde hace unos años los artesanos demandan a la Administración General del Estado la necesidad de que se decrete una ley de ámbito estatal con el fin de que se convierta en una profesión protegida y fomentada por parte del gobierno español con las medidas laborales, fiscales y sociales que eso conlleva (DGPYME, 2009).

En relación a esto, es necesario remontarse a los inicios de la profesión para indagar en su naturaleza, a la par que, reflexionar cómo la pérdida de status de la misma complica la

---

<sup>2</sup> Para más información puede consultarse el documento La competitividad del sector artesano en España del año 2011. : [http://www.ipyme.org/publicaciones/competitividad\\_sectorartesano.pdf](http://www.ipyme.org/publicaciones/competitividad_sectorartesano.pdf)

descripción del profesional artesano. Sennett y Galmarini (2009) identifican a la artesanía como uno de los oficios más longevos conocidos, lo que hace que en torno a ella se confeccionen aspectos particulares de la socialización en la población. A continuación se expondrá cómo es la evolución de la misma desde su nacimiento, los hechos históricos que la llevaron a su punto más álgido y, posteriormente, las causas del debilitamiento que la posicionaron en un recóndito plano del sistema económico.

Burgos Andrade (2011) indica que la artesanía y la cultura están estrechamente correlacionadas, ya que una va de la mano de la otra. Desde que los primeros hombres comenzaron a desarrollar sus herramientas y utensilios se puede hablar de artesanía, aunque en una interpretación muy diferente a la de la actualidad. La artesanía nace con la humanidad por medio de la inventiva para diseñar utensilios que mejorasen su calidad de vida, de este modo, y a partir de dichas creaciones se posibilitó la evolución de la humanidad en todos sus niveles. Es por ello que se puede afirmar que la artesanía es cultura, y la cultura constituye la comunicación, aspecto distintivo de la evolución del hombre en la historia y del nacimiento de la sociedad.

Peñacho (2000) manifiesta que la artesanía busca que su obra creada sea funcional en el tiempo por lo que vela por la calidad de sus productos, desde los primeros inventos de la humanidad se buscó la perfección de los mismos. Esto se debe a que en la antigüedad los utensilios que se utilizaban eran de vital importancia para sobrevivir y facilitar el trabajo, por lo que estaban concienzudamente pensados para que fueran serviciales. De este modo, a través de la artesanía, los primeros hombres consiguieron acomodar su modo de vida y solventar las necesidades primarias, no obstante, las necesidades no desaparecen, sino que aumentan y cambian según la evolución de la población en el medio que la rodea. Los útiles creados les permitieron seguir desarrollándose como sociedad, y perfeccionando la técnica se consigue manipular un mayor número de materias primas y desarrollar más útiles serviciales en favor de la comunidad.

Según Rubio, Enrique y Acero (1971), al ser un trabajo manual, cuando se lleva a cabo la primera gran diferenciación social entre amos y esclavos, los artesanos ocuparon el puesto de siervos y se desprestigió enormemente el status de la profesión. Este prestigio no se recuperará hasta la Edad Media, de la mano de la Iglesia, la cual volvió a poner en auge el trabajo artesanal pero ya de forma más organizada en talleres artesanales. El nacimiento de los talleres institucionaliza a la artesanía como oficio, y con él el gremio de la profesión. El crecimiento de las ciudades hace que se multiplique la producción de los talleres, lo que conlleva a precisar de intermediarios para vender el producto, aparecen así los mercantilistas. Rojas (2004) indica que el mercantilismo nace como prólogo a la Revolución Industrial, ante

un incremento del consumo y el nacimiento de las colonias de España, Portugal, Inglaterra, Francia y Holanda. El descubrimiento de nuevas rutas marítimas y la colonización de tierras vírgenes con materiales preciosos hacen que la capacidad de consumo de la población en Europa aumente de manera singular.

Ritzer (2001) explica que ante esta situación los talleres se ven necesitados de la ayuda de máquinas para poder responder a la demanda del pueblo por lo que comienzan a mecanizarse como nunca antes lo habían hecho, y con ello, con el paso del tiempo se proclama la I Revolución Industrial. De este modo se pasa de una producción totalmente manual y rudimentaria a una producción de índole industrial. Se introducen novedosas tecnologías para solucionar la incapacidad de las industrias de la época ante el volumen de pedidos y se configura el nuevo sistema económico: el capitalismo. El objetivo es crear un libre mercado para el intercambio de mercancías sin restricciones para así aumentar los beneficios de los patrones, mientras que los obreros, lejos de beneficiarse, trabajan más horas por salarios más bajos.

El cambio de una producción artesanal a una industrial hizo que el sector artesanal se devaluara, aunque permaneció en el tiempo apoyándose en una cualidad contra la cual la producción en cadena no tiene nada que hacer: la estética. La imitación de los productos artesanales por parte de la industria connotó una visión de mal gusto en esos artículos, ya que los bienes que se producen en esta nueva época histórica intentan emular los objetos de la producción artesana pero con un aspecto más basto. Ante esto, las altas clases deciden volver a consumir piezas realizadas mediante el proceso rústico y artesanal, para así tener bienes y productos de una estética mejorada y, al mismo tiempo, marcar nuevamente la diferencia entre ricos y pobres ya que las piezas producidas de forma industrial eran consumidas generalmente por el proletariado. Aun así, con el capitalismo puesto en marcha, la artesanía no recuperó su época de esplendor, pero el nuevo sistema económico sirvió para que se mantuviese vigente (Gaviria, 2013).

Malo (1996) expone que a raíz de la I Revolución Industrial y el nacimiento del capitalismo, la artesanía nunca volverá a ocupar un puesto representativo en el sistema económico, los nuevos sistemas de producción abaratarán más y más el precio de los productos y las industrias lejos de menguar, crecerán exponencialmente hasta el día de hoy. Con el cambio en la forma de producción y la pérdida de la calidad y el detalle de los productos, se establece lo que podemos concebir como una dualidad en la producción: por una parte la industria continúa su producción de masa ante el consumismo creado, y por otra, los artesanos luchan contra el sistema creando sus bienes y productos con la máxima perfección y detalle. La

artesanía entonces vuelve al punto más remoto de su historia, cuando lo que se buscaba era la utilidad y los productos elaborados acorde a una calidad y diseño único.

Dada su evolución histórica, la artesanía permanece desde la mecanización del trabajo manual en un segundo plano y, en cierto modo, hace que pierda interés equidistar su determinación. Aun así es relevante conocer en qué ámbito económico desarrolla su actividad así como cuáles son las actividades consideradas propias de la profesión, que se incluyen dentro del sector secundario al transformar materias primas en productos elaborados (Enciclopedia Económica, 2017-2020).

Ante una falta de acuerdo para definir la artesanía se toma el concepto de: “persona física o jurídica cuya actividad está dedicada a la producción de objetos, ya sean éstos de carácter utilitario, decorativo o artístico. Se excluye la artesanía alimentaria” (DGPYME, 2009, pág. 72), para hacer el análisis de la situación de la artesanía en el sistema económico.

La Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) realiza un análisis de todas las actividades económicas que forman el sistema económico en el que se desarrolla toda la actividad productiva. Cada actividad económica está catalogada con un código y cada código contiene un número de dígitos en base a su clasificación. Los códigos son divididos en grupos, que serán los que se toma de referencia para localizar la actividad que realiza cada sector (Berea, 2009). La Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa (2009), explica que la catalogación de la artesanía en el CNAE es un trabajo laborioso debido a que se trata de un enfoque muy centrado en el producto final, no haciendo alusión al proceso de fabricación del mismo. De esta forma se incluyen en una misma catalogación procesos de producción completamente opuestos. Otra característica que dificulta visualizar la actividad artesana en esta sinopsis es que la artesanía está relegada a una clasificación de 4 dígitos, cuando lo normal es tener 3. De cara a este trabajo se expondrán las actividades que están comprendidas como artesanales, ya que existen ámbitos, como se mencionaba anteriormente, que confluyen actividades industriales y manufacturadas. El análisis está realizado en base a la CNAE de 1993, existe uno más actual del 2009 pero esa nueva catalogación sigue sin dar una respuesta resolutoria a la ubicación de la artesanía en cuanto a sus productos. En la tabla III se puede consultar dicha catalogación.

**Tabla III: Clasificación Nacional de Actividades Económicas (1993).**

<b>CÓD.</b>	<b>CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>
<b>182</b>	Confección de prendas de vestir textiles y accesorios <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1822P Confección a medida</li> <li>- 18243 Confección de otras prendas de vestir y accesorios</li> </ul>
<b>192</b>	Fabricación de artículos de marroquinería y viaje, artículos de guarnicionería y talabartería <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1920 Fabricación de artículos de marroquinería y viaje, artículos de guarnicionería y talabartería</li> <li>- 19201 Fabricación de artículos de marroquinería y viaje</li> <li>- 19202 Fabricación de otros artículos de piel</li> </ul>
<b>205</b>	Fabricación de productos de madera. Fabricación de productos de corcho, cestería y espartería <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20522 Fabricación de artículos de cestería y espartería</li> </ul>
<b>262</b>	Fabricación de productos cerámicos no refractario excepto lo destinados a la construcción; fabricación de productos cerámicos refractarios <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2621 Fabricación de artículos cerámicos de uso doméstico y ornamental</li> <li>- 2625 Fabricación de otros productos cerámicos</li> </ul>
<b>267</b>	Industria de la piedra <ul style="list-style-type: none"> <li>- 26701 Corte, tallado y acabado de la piedra</li> </ul>
<b>274</b>	Producción y primera transformación de metales preciosos y de otros metales no férricos <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2741 Producción y primera transformación de metales preciosos</li> </ul>
<b>275</b>	Fundición de metales <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2754 Fundición de otros metales no férricos</li> </ul>
<b>284</b>	Forja, estampación y embutición de metales; Metalurgia de polvos <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forja y estampación de metales</li> </ul>
<b>295</b>	Fabricación de maquinaria diversa para usos específico <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricación de moldes</li> </ul>
<b>361</b>	Fabricación de muebles <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades relacionadas con la fabricación de muebles</li> </ul>
<b>COD.</b>	<b>CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>
<b>362</b>	Fabricación de artículos de joyería, orfebrería, platería y artículos similares <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricación de artículos de joyería, orfebrería y platería</li> <li>- Fabricación de artículos de joyería</li> <li>- Fabricación de artículos de orfebrería y platería</li> </ul>
<b>363</b>	Fabricación de instrumentos musicales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricación de instrumentos musicales</li> </ul>

Elaboración propia

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

Seguidamente se analiza la clasificación de la artesanía en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), cuya finalidad es registrar el ejercicio que tiene una actividad económica. La forma de clasificación reside en la naturaleza de la actividad, de este modo las categorías son las empresas, las industrias, los profesionales y los artísticos. En este caso, la clasificación del IAE es una buena forma de encajar la artesanía en el sector económico ya que es sencillo identificar las actividades que contempla el impuesto (DGPYME, 2009). En la tabla IV se presenta la catalogación IAE.

**Tabla IV: Clasificación del Impuesto sobre Actividades Económicas (1993).**

<i>ACTIVIDADES ARTESANAS IAE (ACTIVIDADES EMPRESARIALES, GANADERAS, MINERAS, INDUSTRIALES, COMERCIALES Y DE SERVICIOS)</i>				
2252 Producción y primera transformación del cobre	2259 Producción y primera transformación de otros metales no féreos	2412 Tejas, baldosas y otros materiales de tierras cocidas para la construcción	2435 Fabricación de artículos derivados de yeso y escayola	2442 Industrias de la piedra natural simplemente tallada y aserrada
2443 Industrias de la piedra elaborada	2462 Fabricación de vidrio y hueco	2465 Manipulación de vidrio	2472 Fabricación de baldosas para pavimentación o revestimiento sin barnizar ni esmaltar	2473 Fabricación de baldosas para pavimentación o revestimiento barnizadas o esmaltadas
2474 Fabricación de vajillas, artículos del hogar y objetos de adorno, de material cerámico	2479 Fabricación de otros artículos cerámicos	3121 Piezas forjadas	3993 Relojes de pared y sobremesa	3995 Relojes de torre, fachada, estación y análogos para unificación horaria
3998 Cajas de relojes	3999 Accesorios, partes y piezas sueltas de relojes y otros instrumentos	4331 Productos de la industria de la seda natural y sus mezclas	4363 Acabado textiles estampados	4371 Fabricación de alfombras y tapices
4391 Cordelería	4392 Fabricación de filtros, tules, encajes, pasamanería...	4399 Otras industrias textiles	4421 Fabricación de artículos de marroquinería y viaje	4422 Fabricación de guantes de piel
4429 Fabricación de otros artículos de cuero	4521 Fabricación de calzado de artesanía y a medida	4541 Confección de prendas de vestir hechas a medida	4542 Confección de sombreros y accesorios para el vestido hechos a medida	4559 Confección de otros artículos con materias textiles
4561 Industria de la peletería natural	4661 Fabricación de envases y embalajes industriales de madera	4642 Fabricación de toneles	4643 Fabricación de estuches, baúles, maletas y otros envases de madera	4651 Fabricación de objetos de madera de uso doméstico y decorativo
4652 Fabricación de herramientas, mangos, monturas y artículos similares de madera	4653 Fabricación de artículos de madera para la fabricación y conservación del calzado	4654 Fabricación de artículos de madera para la industria textil	4655 Fabricación de calzado de madera	4659 Otros objetos diversos de madera
4661 Fabricación de productos de corcho	4671 Artículos de materias trenzables	468 Fabricación de mobiliario de madera para el hogar (menos de 5 empleados)	4683 Fabricación de muebles diversos de madera, junco, mimbre y caña	4685 Actividades anexas a la industria del mueble.
4734 Fabricación de artículos de decoración y de uso doméstico de papel y cartón	4739 Fabricación de otros manipulados de papel y cartón	4752 Composición de textos por cualquier procedimiento	4753 Reproducción de textos o imágenes destinados a la impresión	4754 Encuadernación
4911 Joyería	4912 Bisutería	4921 Fabricación de instrumentos de música de cuerda de teclado	4922 Fabricación de instrumentos de música de viento teclado	4923 Fabricación de instrumentos de música de cuerda
4924 Fabricación de instrumentos de música de viento	4925 Fabricación de instrumentos de música de percusión	4927 Otros instrumentos musicales	4928 Partes, piezas sueltas y accesorios de instrumentos de música	4941 Fabricación de juegos, juguetes y artículos de puericultura
	4959 Fabricación de otros artículos		4951 Fabricación de artículos de escritorio	

Elaboración propia

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

**Tabla IV: Clasificación del Impuesto sobre Actividades Económicas (1993). (Continuación)**

<i>ACTIVIDADES ARTESANAS IAE (ACTIVIDADES PROFESIONALES)</i>
Agrupación 86 Profesiones liberales, artísticas y literarias
Grupo 861 Pintores, escultores, ceramistas, artesanos, grabadores y artistas similares.
Grupo 862 Restauradores de arte

Elaboración propia

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

Por último se abordará la identificación de los oficios de las actividades artesanales. Se ha reiterado anteriormente que debido a una definición inexacta del concepto de artesanía su catalogación como profesión y actividades que desarrolla es del mismo modo compleja. En este apartado se llevará a cabo el registro de los oficios de los artesanos en base a la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO) del año 1994. La CNO es un sistema con fines estadísticos para agrupar las diferentes profesiones que estipulan el esquema de los oficios para así poder tener y manejar datos referidos a las ocupaciones (INE, 2012). Existe una versión más actualizada de este barómetro perteneciente al año 2011 pero su inexactitud a la hora de diferenciar todos los oficios que engloba la familia artesana hace que en este estudio se exponga el análisis llevado a cabo en el informe *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales* (DGPYME, 2009), del cual se hará una síntesis para presentar solo las profesiones catalogadas como tal de artesanas, ya que como se apreció en el CNAE anterior, existe un intrusismo de profesiones que no diferencian entre los trabajos industriales y los hechos a mano.

En base a esto, los principales oficios artesanos se recogen en la siguiente tabla.

**Tabla V: Clasificación Nacional de Ocupaciones (1994).**

<i>CÓD.</i>	<i>OFICIOS ARTESANOS CNO-94</i>
<b>2512</b>	Escultores, pintores y asimilados
<b>7240</b>	Pintores, barnizadores, empapeladores y asimilados
<b>7294</b>	Cristaleros
<b>7423</b>	Tronzadores, labrantes y grabadores de piedra
<b>7513</b>	Chapistas y caldereros
<b>7521</b>	Herreros y forjadores
<b>7522</b>	Trabajadores de la fabricación de herramientas, mecánicos y ajustadores, modelistas, matriceros y asimilados
<b>7524</b>	Pulidores de metales y afiladores de herramientas
<b>7712</b>	Constructores y afinadores de instrumentos musicales

Elaboración propia.

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

**Tabla V: Clasificación Nacional de Ocupaciones (1994). (Continuación)**

<b>CÓD.</b>	<b>OFICIOS ARTESANOS CNO-94</b>
7725	Encuadernadores y asimilados
7713	Joyereros, orfebres y plateros
7731	Trabajadores de la cerámica, alfareros y asimilados
7732	Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidoras de vidrio
7733	Grabadores de vidrio
7734	Pintores, decoradores en vidrio, cerámica y otros materiales
7741	Artesanos en madera y materiales similares
7742	Artesanos en tejidos, cueros y materiales similares
7913	Cesteros, bruceros y trabajadores asimilados
7920	Ebanistas y trabajadores asimilados
7941	Curtidores y preparadores de pieles

Elaboración propia.

Fuente: El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales (DGPYME, 2009).

## 2. LA ARTESANÍA EN LA ACTUALIDAD

Una vez explicado el nacimiento, la evolución y la composición de la artesanía, es preciso contextualizar la situación de la profesión en la actualidad, para así más tarde, poder proyectar su futuro. Este capítulo estará dedicado a caracterizar la artesanía en la actualidad como profesión emergente a causa de un cambio en la actitud de la sociedad hacia un consumo más tolerante con el medio ambiente. Se expondrá entonces, por un lado la artesanía en el siglo XXI, y por otro, su posición en el consumo actual.

Delimitar el presente de la artesanía no es una tarea fácil en base a la percepción de que la artesanía es una profesión que se pierde con el paso del tiempo. Turok (1988) señala que es innegable que en algunas de sus áreas o especialidades es así, no siempre hay relevos para seguir con la tradición y el oficio debido a que en muchas ocasiones el cambio generacional se ve necesitado de emplearse en oficios industriales para sostenerse económicamente. No obstante, la artesanía resurge cuando encuentra nuevos huecos en el mercado donde poder desarrollar su labor, y vuelve renovada y con nuevas posibilidades, este resurgir es lo que está experimentando la profesión en la actualidad. Navarro (2012) recoge esta idea y afirma que la artesanía del siglo XXI se está reinventando por parte de los nuevos artesanos que dedican su labor a ella. La están modernizando sin dejar de lado la fuerte connotación cultural que posee, que es un aspecto fundamental a tener en cuenta económicamente hablando. Centrándose en las economías modernas, la artesanía aporta a la sociedad empleo e ingresos, pero al mismo tiempo transmite la tradición cultural de cada región impidiendo que esta se extinga. El mundo del diseño está revaluando las perspectivas sensoriales y sociales como forma de comercio, y en ello la artesanía tiene un papel protagonista.

Un debate que está abierto en la artesanía es el enfrentamiento que existe entre los que defienden que la artesanía debe preservarse como aquellas piezas que mantienen la elaboración tradicional (que en muchos casos es muy rudimentaria y muy laboriosa de conseguir), frente a los artesanos que siguen creando piezas únicas pero adaptadas a los tiempos presentes, modificando el producto a las necesidades de la actualidad e utilizando una tecnología que facilite la fabricación del bien. Malo (1996) afirma que la posición correcta es la del artesano que innova y se adapta a los cambios sociales, alegando que la artesanía, como creadora y preservadora de cultura y tradición, tiene que seguir el conducto que sigue la sociedad, y eso implica adaptarse a los cambios que en ella se produzcan, siempre y cuando sean tolerantes con la esencia tanto del producto, como de la artesanía.

En relación a esta innovación, está demostrado que la originalidad está a la orden del día en el éxito empresarial, así lo recogen Cassani, Rodríguez y Sánchez (2012), que hacen alusión a la economía creativa, término que abarca las actividades de mano de obra cualificada que motivan la inclusión social y la cultura. La economía creativa aborda a una multitud de profesiones que comparten la característica de que sus actividades van más allá de la funcionalidad de los bienes, ya que destacan por la propiedad intelectual de las mismas y por no producir masivamente sus productos. Dentro de este ámbito encontramos a la artesanía. Esta teoría se puede utilizar para evidenciar que la artesanía coincide y se adapta a este nuevo pensamiento. Flores (2009), toma la caracterización del modelo de producción artesanal que exponen Fernández, Avella y Fernández (2006). Este se fundamenta en:

- Poca producción en un mercado limitado pero con poder de crecimiento.
- Alta cualificación de los profesionales que supervisan todo el procedimiento productivo a las órdenes de un propietario que lleva el control de la producción.
- Uso de tecnologías simples y cuidado y detalle de producción.
- Bienes acabados caracterizados por un gran valor cultural y tradicional que se mantiene con el tiempo, lo que hace que su precio sea elevado.
- Productos que, de no ser únicos, se pueden modificar fácilmente.

En los últimos años se aprecia un cambio en el mercado a favor de la sostenibilidad. Rivas y Esteban (2004) apuntan que desde la mirada de los profesionales del marketing es una nueva puerta a la que acceder para la venta de sus productos. Se puede hablar de un subgrupo entre los consumidores, sobre todo entre los jóvenes, ya que estos prefieren consumir productos ecológicos y tolerantes con el medio en contraposición al resto de la sociedad que es más permisiva ante la problemática. De la mano del ecologismo la tendencia de lo natural vuelve a estar en auge. Se comienzan a rechazar productos creados de forma química o

artificial y se intentan cambiar por productos y acciones que sean saludables y tolerantes en todos sus ámbitos.

Como se aprecia, existe un posible cambio en el consumo de la sociedad que pasa de adquirir productos industriales a adquirir productos que tienen una relación más respetuosa con el medio ambiente. A continuación se expondrán las causas que llevan a la sociedad a transformar un hábito de consumo en otro y cuáles son las características de ese nuevo método.

Alonso (2004) afirma que en la actualidad el consumo es un hecho social, una realidad que depende de los valores que la sociedad le otorga a sus hábitos. Dichos valores estructuran identidades y formas de expresión en los ciudadanos, entablando así relaciones sociales. A raíz de estas, se crean muchas diferencias entre un colectivo y otro que se manifiesta en la diversidad desigual de apropiación de materiales. Se puede decir entonces, que el consumo actúa como *habitus*. El *habitus* sirve como identificador de clase y, por otro lado, como distanciamiento de un rango social a otro, a este aspecto de su teoría Bourdieu (1979) lo define como gusto: “El gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que lo clasifican” (pág. 53). De este modo, Bourdieu (1988) define la clase a partir del consumo y las relaciones de producción, lo que indica que la clase ocupacional es el ítem más importante si hablamos de consumo. Borrás (1998) complementa la teoría del autor alegando que si el consumo es un agente configurador de identidades y la conciencia de pertenecer a una clase social establece una identidad, se puede decir que el consumo es un elemento configurador de la clase social y de la pertenencia a la misma.

García (1998) señala que desde el siglo XX se ha instaurado en la sociedad del bienestar el consumo de masas. El consumo de masas nace ante el afán consumista de la población, una vez que la sociedad satisface sus necesidades primarias sigue adquiriendo bienes para satisfacer las secundarias que establece la cultura del consumismo: consumir sin necesidad de hacerlo. Con el consumo de masas se normalizaron ciertos hábitos de compra y ciertos lugares específicos para adquirir los productos como son, por ejemplo, los centros comerciales y los grandes almacenes. El proceso de globalización facilita la compra en cualquier punto del planeta por lo que el espacio pierde fuerza mientras que quien la recupera es el tiempo. El papel que juegan las Industrias culturales en la socialización del individuo es un tema abordado por Adorno y Horkheimer (1994). A través del consumo, los individuos adquieren valores y formas de interacción sociales fomentadas por estos mismos grupos empresariales donde las personas adquieren una creencia de libertad dentro del sistema que en realidad les domina. Beck y Rey (2002) apodan de “*subpolítica*” a todas las movilizaciones

que se desarrollan a la par de la política que concebimos como la estipulada. Se puede denominar subpolítica a una auto organización que vela por mejorar o cambiar la política existente, con el fin de que esta sea más abierta, incluso más tolerante, modificando los acuerdos que la constituyen. Generalizando la teoría de los autores y relacionándola con Adorno y Horkheimer (1994), se puede decir que en la actualidad la sociedad es consciente de la dominación del sistema capitalista y del consumismo, y responde al problema organizándose para intentar frenarlo. Alonso, Rodríguez y Rojo (2014) manifiestan que, de la mano de los grupos activistas y su esfuerzo por demostrar el cambio climático, la población se solidariza con el medio y comienza a cambiar hábitos en sus rutinas. La preocupación social también moviliza a los gobernantes que comienzan a desarrollar políticas de protección ambiental. Ante la crisis económica, se tambalea la confianza de la población en el sistema y esta ideología de sostenibilidad en relación a una menos contaminación se traslada al consumo con prácticas como reducirlo o consumir otro tipo de bienes.

En la actualidad se han desarrollado agrupaciones sociales en torno a este pensamiento, uno de los grupos que se crearon a raíz de esta nueva forma de consumo son los grupos de ecoconsumo o grupos de consumo responsable. Éstos son agrupaciones de personas que se dedican a hacer compras “verdes”, es decir, adquirir productos de carácter ecológico, artesanos y locales para así tener una relación directa con el productor. Las líneas de actuación en base a las que trabajan son, principalmente: concienciar para incluir en el consumo de la población la compra verde, conseguir productos a buenos precios, apoyar el comercio local y de proximidad y entablar una nueva relación entre productores y consumidores mediante la innovación, cooperación y la responsabilidad de una compra compartida, entre otras. Estos grupos han crecido notablemente en los últimos años hasta el punto de existir en todas las comunidades autónomas<sup>3</sup> (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2015).

En relación a la sociedad en general, la escuela europea de dirección y empresa (EUDE) publica en su portal las principales tendencias de cambio que se están produciendo en el consumo de la actualidad. Se relaciona al consumidor de hoy como una persona reflexiva, que quiere consumir con conciencia y que se propone la compra de productos que causen menos impacto al medio. En relación a esto, la presentación y la venta de productos tiene que cambiar y adaptarse a la personalidad del comprador, por ejemplo, en la actualidad la sociedad está muy concienciada con generar el mínimo plástico posible ante su característica contaminante, por lo que las empresa tienen que buscar alternativas para presentar sus

---

<sup>3</sup> Para conocer más a los grupos de ecoconsumo se puede consultar el portal del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico: <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/encanto-grupos-ecoconsumo.aspx>

productos de forma amistosa con el cliente. A mayores también se expone que en la actualidad el cliente vive conectado a la era digital, publicando los productos que adquiere, y que lo que se busca es la rapidez, no importa pagar más o tener que acceder a aplicaciones de productos si así se agiliza más la compra. A grandes rasgos la sociedad de consumo está cada vez más concienciada con las acciones sociales y con el planeta (EUDE, 2019).

### 3. EL PORVENIR DE LA ARTESANÍA

Hasta el momento se profundizó en la connotación de la artesanía, su evolución temporal, su catalogación y estructuración, y su presente en base a un cambio en el consumo social que la posiciona en un puesto afable del que poder constituirse como una profesión de futuro. En este capítulo se indagará en la posteridad del oficio y en las claves de actuación necesarias para proteger e impulsar la artesanía como profesión futurible.

Por medio del informe *Cómo proteger a la artesanía. Patentes, marcas y diseños industriales* (OEPM Y Fundesarte, 2016) se puede hacer una síntesis del futuro de la artesanía. En los últimos años, la artesanía se ha innovado en base a las demandas de los consumidores, mezclando mecanismos que unen tanto el diseño como la calidad, a la par que la estética, con el fin de caracterizar y dar un gran impulso a los productos realizados manualmente. Se ha realizado este esfuerzo para motivar al consumidor a adquirir estos bienes en muchos y nuevos mercados ante en freno del consumo vivido en nuestro país, pero con sus ingresos (que superan los 4.000 millones de euros) se reconoce la capacidad productiva del sector, evidenciando así su necesidad en la economía y en la población.

Continuando con lo expuesto en este informe (OEPM y Fundesarte, 2016), con la búsqueda de nuevos mercados y vías de comercialización, la artesanía ha sobrevivido y se ha expandido. Esta evolución es debida a nuevos perfiles profesionales y a su renovación. Todos estos aspectos hacen que la artesanía goce de cierto status en una economía creciente y en una emergencia del consumo. Aunque un consumidor no conozca todo el proceso productivo de un bien, este puede transmitirle información por medio de su estética, calidad de los materiales o la dificultad de su producción, factores que si se conocen pueden asegurar la compra de un producto, o la publicidad de un oficio. La clave de la producción artesanal es la combinación perfecta entre la materia prima y el trabajo de la misma para conseguir un bien, que se adaptan a una producción sostenible y lleva el sello de cultura, y es importante protegerlo a la par que patentarlo. De ser así, la artesanía es sin duda, una profesión con proyección de futuro

Los aspectos mencionados hacen que la artesanía se constituya como una profesión y oficio de futuro, no obstante, a los ojos de los analistas económicos no lo ven tan claro, pues no la incluyen dentro de los sectores productivos, aunque pertenezca a la familia de las PYMES. En el informe *Claves estratégicas para la promoción de la PYME Artesana* (DGPYME, 2006) indican que la artesanía ha experimentado un auge desde los años 80, pero que se debe seguir trabajando por la inclusión del artesano en el mundo laboral y económico principalmente por su:

Característica de expresar un modo social de desarrollar la actividad económica de mejor forma que otros tipos de trabajo, por lo que resulta más adecuada para acercar a los ciudadanos al mundo de la empresa. (CES 700/2001), por su carácter patrimonial, por su potencial creativo y de innovación o por la importancia del factor “trabajo” frente al factor “capital” que confirman a la artesanía como sector “socialmente deseable” (pág. 11).

Las instituciones se hacen eco de ello e intentan velar por el futuro de la misma. En Mayo de 2019 se desarrolló un manifiesto por el futuro de la artesanía: el *Crafting Europe*, dónde se llegaron a acordar unas medidas de actuación para garantizar el futuro de la profesión. Las principales conclusiones consisten en que se debe seguir trabajando para velar por el futuro de la profesión en base a unas líneas de actuación que se exponen a continuación (*Crafting Europe*, 2019):

- Asegurar la inclusión del sector artesano en todas sus dimensiones en los programas europeos.
- Apoyar medidas para impulsar la creación de empresas artesas y su acceso.
- Abordar la disminución de la oferta formativa y transmisión de saberes.
- Realizar estudios para identificar y cuantificar el valor económico, educativo, cultural y social de la Artesanía en Europa.
- Promover el reconocimiento y la protección del sector de la artesanía a través de la legislación.
- Crear un año europeo de la artesanía.

Se aprecia entonces un interés por parte de diferentes entidades para revalorizar la situación de la artesanía ya que la perciben como un oficio que es necesario proteger y proyectar su futuro, principalmente por su calidad cultural y por su sostenibilidad. Lo que se puede concluir es que la artesanía, aunque apunta tener un futuro beneficioso, no llegará a él por sus propios medios, sino que precisará la ayuda de entidades y organizaciones que velen por ella.

El presente estudio se llevó a cabo a través de una combinación de técnicas de investigación. Se comenzó con la revisión de fuentes bibliográficas a través de diferentes bases de datos especializadas que se complementaron con el análisis de otros documentos secundarios como son la Constitución Española, Boletines Oficiales del Estado o el Diario Oficial de Galicia entre otros, así como informes de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, de la Escuela Oficial de Industria y de la Fundación Artesanía de Galicia. La información obtenida en esta revisión se ultimó con la recogida de datos de índole primaria en el trabajo de campo a través de técnicas de investigación cualitativa. Taylor y Bogdan (1992) definen la investigación cualitativa como “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (pág. 20). La investigación cualitativa se desarrolló a través de tres técnicas diferentes: el grupo de discusión, la entrevista en profundidad y el análisis DAFO-CAME.

Se llevaron a cabo dos grupos de discusión diferenciados por la cualidad de los informantes de compradores habituales de artesanía o consumidores muy esporádicos de ella. Las entrevistas en profundidad se orientaron hacia los perfiles de artesanos y artesanas que se dedican a la profesión o que velan por su perpetuidad. La decisión de utilizar la entrevista en profundidad tiene que ver con la gran disparidad en las trayectorias de los profesionales ya que podía suponer un problema de heterogeneidad si se celebrase un grupo de discusión. A través de la entrevista semi-estructurada se permitió entrar en detalle en la experiencia vital y laboral de cada uno de los informantes. La forma de contacto con los diferentes informantes fue la técnica “bola de nieve”. En el caso de la entrevista a la fundación Artesanía de Galicia, se contactó con la gerente de la misma a través de la página web de la institución. Tanto los grupos de discusión como las entrevistas en profundidad fueron realizadas atendiendo a la comodidad y disponibilidad de los informantes, por lo que la forma de realización varía: se realizó una entrevista de forma presencial, tres de forma telefónica y una telemáticamente. Los grupos se hicieron tanto de forma presencial como telemáticamente a través de multiconferencia para posibilitar así la disponibilidad de actores totalmente desconocidos y de diferentes zonas geográficas. En todo caso, todos los informantes dieron su permiso para que las conversaciones fueran grabadas de cara al estudio final de los diálogos obtenidos. La técnica empleada para el análisis del discurso resultante de los grupos y entrevistas en profundidad fue el análisis por bloques temáticos. En los anexos se pueden consultar los guiones confeccionados para cada técnica<sup>4</sup>, las conjeturas preanalíticas resultantes de cada

---

<sup>4</sup> Anexo 1: Guión de entrevistas y grupos de discusión (pág. 70).

entrevista y grupo<sup>5</sup>, la configuración de los bloques temáticos<sup>6</sup> y las transcripciones realizadas<sup>7</sup>.

Por último, mediante el análisis DAFO se recogió toda la información aportada de los diferentes testimonios y se pusieron en evidencia las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la profesión en cuanto a un análisis interno y externo de la misma. A través del análisis CAME se plantearon también diferentes técnicas de actuación para corregir los puntos débiles que presenta la artesanía, así como mejorar y mantener los fuertes para atraer a más consumidores.

De este modo, se proceden a explicar los procedimientos y características llevadas a cabo en el trabajo de campo.

## 1. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD.

Investigar el oficio del artesano hace necesario conocer de primera mano cómo es el funcionamiento de la profesión en todas sus variantes y teniendo en cuenta a todos sus actores, por lo que la primera técnica que se ha utilizado fue la entrevista en profundidad, que se define como “conversaciones profesionales, con un propósito y un diseño orientados a la investigación social, que exige del entrevistador gran preparación, habilidad convencional y capacidad analítica” (Valles, Pág. 41).

Se ha realizado una diferenciación en cuanto a los informantes de la muestra, ya que por un lado se llevó a cabo una entrevista a una gerente de la fundación Artesanía de Galicia centrándose en aspectos muy concretos de la organización y de su funcionamiento, y por otro, se entrevistó a artesanos y artesanas de diferentes ámbitos para conocer el proceder del trabajo artesano, siendo una de las entrevistas una entrevista grupal formada por dos informantes. En la tabla VI se puede visualizar la información detallada de cada informante.

---

<sup>5</sup> Anexo 2: Conjeturas preanalíticas: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión (pág.74)

<sup>6</sup> Anexo 3: Bloques temáticos llevados a cabo en el análisis de contenido (pág. 82).

<sup>7</sup> Anexo 4: Transcripciones: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión (pág. 82)

**Tabla VI: Cuadro tipológico entrevistas en profundidad.**

<i>CÓDIGO</i>	<i>ENTREVISTAS</i>	<i>INFORMANTE</i>	<i>ÁMBITO</i>
<i>EP01</i>	<i>Entrevista en profundidad 01</i>	Fundación Artesanía de Galicia	Organización pública
<i>EP02</i>	<i>Entrevista en profundidad 02</i>	Artesana	Elaboración de jabones artesanos
<i>EP03</i>	<i>Entrevista en profundidad 03</i>	Artesano	Elaboración de instrumentos de percusión
<i>EP04</i>	<i>Entrevista en profundidad 04</i>	Artesano	Elaboración de joyería
<i>EG01</i>	<i>Entrevista grupal 01</i>	Artesano y artesana	Elaboración de complementos de piel

Elaboración propia

## 2. GRUPOS DE DISCUSIÓN

Estudiar la artesanía no termina en investigar la labor de los profesionales, sino también en conocer los clientes que adquieren sus productos. Los consumidores de la artesanía son los que velan por la continuidad de esta forma de trabajo y profesión, es por ello, que es imprescindible centrarse en los testimonios de los mismos. No se desatiende de igual modo al consumidor de productos industriales, ya que es interesante indagar en las preferencias que le lleva a consumir esos productos y no los artesanales. Para llevar a cabo este análisis se utilizó la técnica del grupo de discusión que se define como: “el grupo de discusión es una curiosa designación híbrida que da a entender (...) que el objeto de la intervención es entrevistar a un grupo, al que se considera en posesión de una visión de consenso vía la interacción en un “debate de grupo de discusión” (Barbour, 2013 pág. 25).

Se plantea realizar dos grupos diferentes: por una parte se contactó con clientes asiduos a la compra de productos de artesanía, mientras que por otro lado, se tuvo en cuenta el testimonio de las personas que su consumo es muy esporádico o inexistente. Es interesante diferenciar el perfil de los informantes por este rasgo debido a que así se visualizará los aspectos fuertes y débiles de la artesanía. Por limitaciones propias del trabajo en cuanto a la búsqueda de participantes, el grupo de discusión de *consumidores* estará compuesto por cinco informantes (tres hombres y dos mujeres), y el grupo de discusión de *no consumidores* estará compuesto por seis integrantes (cuatro hombres y dos mujeres). La edad de los integrantes oscila entre los 24 años a los 33 y pertenecen tanto al ámbito rural de diferentes municipios de la Provincia de A Coruña como a las ciudades de A Coruña, Ferrol y Santiago de Compostela.

**Tabla VII: Cuadro tipológico: Grupo de discusión consumidores.**

CRITERIO	CÓDIGO	SEXO	EDAD	RESIDENCIA
<b>CONSUMIDORES<sup>8</sup></b>	H1C	Hombre	24	A Coruña
	H2C	Hombre	33	Frades
	H3C	Hombre	26	Ortigueira
	M1C	Mujer	25	Mesón do Vento
	M2C	Mujer	25	A Coruña

Elaboración propia.

**Tabla VIII: Cuadro tipológico: Grupo de discusión no consumidores.**

CRITERIO	CÓDIGO	SEXO	EDAD	RESIDENCIA
<b>NO CONSUMIDORES<sup>9</sup></b>	H1NC	Hombre	28	A Coruña
	H2NC	Hombre	29	Rianxo
	H3NC	Hombre	27	Santiago de Compostela
	H4NC	Hombre	24	Laracha
	M1NC	Mujer	25	Ordes
	M2NC	Mujer	29	Ferrol

Elaboración propia.

### 3. DAFO-CAME

Una vez realizados los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad, se llevará a cabo un análisis DAFO y CAME para proyectar un posible futuro de la artesanía en los próximos años en base a medidas de actuación a desarrollar.

La palabra DAFO está formado por los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. CAME está compuesto por las iniciales de: corregir, afrontar, mantener y explotar. La morfología de ambas ya deja entrever el significado de la técnica, no obstante, Pedrós y Gutiérrez (2012) señalan que “el DAFO es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades” (pág. 110). Bernal (2016) completa la descripción de la técnica explicando el significado de CAME, alegando que este es una metodología complementaria al DAFO, que ayuda a desarrollar los diagnósticos de situación del mismo.

El análisis DAFO-CAME está configurado en base a diferentes matrices. Haciendo un resumen conjunto de las dos técnicas y aplicándolas a la artesanía, este está compuesto por un análisis interno y por un externo. En cuanto al análisis interno, el DAFO se compone de

<sup>8</sup> El grupo de discusión de consumidores habituales se acuña de *consumidores* para ejemplificar la característica de los informantes.

<sup>9</sup> El grupo de discusión de consumidores muy esporádicos se acuña de *no consumidores* para marcar la diferencia con el grupo de discusión de consumidores habituales.

debilidades y fortalezas que son propias del sector artesanal, desde las que se puede trabajar intrínsecamente para mejorar su posición y su imagen en la sociedad. A partir de las debilidades y las fortalezas, mediante el análisis CAME, se postulan una serie de correcciones de cara a las adversidades planteadas, y unas líneas de actuación para mantener los aspectos positivos del sector.

El análisis externo estudia mediante el DAFO las amenazas y las oportunidades que tiene el sector de la artesanía en base a aspectos que no son de su naturaleza, ya que dependen de la sociedad y de factores que confluyen en ella. A partir de las amenazas y oportunidades del DAFO, mediante el CAME, se plasma una serie de actuaciones a afrontar para mejorar la situación, y las oportunidades, que son los factores a explotar para un crecimiento positivo de la artesanía.

#### 4. ADECUACIÓN A LOS OBJETIVOS DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA

A continuación se expone, a modo de resumen, un cuadro en el que se recoge la metodología utilizada para alcanzar los objetivos específicos y dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas. Es necesario en este punto recordar la pregunta general de la que parte el estudio, así como el objetivo general planteado en la investigación.

La pregunta general se configuró en base a: *¿Qué es la artesanía, cómo es su evolución en el tiempo, quiénes la consumen, y cómo es su prospectiva?* El objetivo general es: *Estudiar la artesanía de la actualidad en España y Galicia en cuanto a su estructura, su forma de actuación, su público objetivo y su permanencia en el tiempo.*

La adecuación a los objetivos de la metodología utilizada se puede visualizar en la tabla IX que se expone en la siguiente página.

**Tabla IX: Adecuación a los objetivos de la metodología utilizada.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METODOLOGÍA
<i>Estudiar el oficio del artesano/a en todas sus dimensiones: forma de producción, materias primas que se utilizan, resultado final de producto y forma de comercialización.</i>	Revisión bibliográfica de datos secundarios Entrevistas en profundidad a artesanos/as Entrevista en profundidad a la gerente de Artesanía de Galicia
<i>Indagar en la perspectiva que tienen los artesanos y artesanas de su oficio: comienzo en el oficio, aceptación social y futuro de la artesanía</i>	Entrevistas en profundidad a artesanos/as
<i>Investigar las formas de expansión de la Artesanía en España y en Galicia</i>	Explotación de datos secundarios de la Escuela de Organización Industrial (EOI). Explotación de datos secundarios de Artesanía de Galicia Entrevista en profundidad a la gerente de Artesanía de Galicia
<i>Conocer las actitudes del consumidor hacia la artesanía, y del mismo modo, investigar nuevas formas de actuación para acercar la artesanía a nuevos compradores.</i>	Grupo de discusión consumidores de artesanía Grupo de discusión no consumidores de artesanía DAFO-CAME Revisión bibliográfica de datos secundarios

Elaboración propia.

## RESULTADOS DE ANÁLISIS

En este capítulo se llevará a cabo la exposición de los resultados de la metodología planteada anteriormente. Se comenzará allegando un análisis de la situación de la artesanía en España por medio del Informe *Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas* (Fundación EOI, 2015). Posteriormente se incidirá en la situación de la artesanía en Galicia. Ante la escasez de datos estadísticos oficiales de la autonomía, la fundación Artesanía de Galicia ha facilitado de forma totalmente desinteresada documentación que recoge a modo de inventario un resume del trabajo realizado en el año 2019, así como perspectivas para este año 2020 entorno a su labor y actuación en el sector de la artesanía. Posteriormente, se expondrá el análisis por bloques temáticos resultante del trabajo de campo realizado por medio de las entrevistas y los grupos de discusión planteados

atendiendo a las principales líneas del discurso. Por último, para cerrar el capítulo, se presentará el análisis DAFO-CAME planteado en base a la recogida de información a lo largo del estudio.

## 1. LA ARTESANÍA EN ESPAÑA

En el año 1955 nace la Escuela de Organización Industrial (EOI)<sup>10</sup> convirtiéndose en la primera escuela de negocios de nuestro país y una de las primeras en Europa. La institución tiene como finalidad velar por la formación, realización y la promoción de estudios e investigaciones centradas en diferentes ámbitos de la educación y la investigación científica que inciden en la productividad y en la sociedad. Entre sus competencias destaca el acercamiento de la artesanía como fuente de empleo a la sociedad por medio de la organización Fundesarte. Fundesarte<sup>11</sup> nace en el año 1981, se trata de una organización que vela por el desarrollo de la artesanía en el país integrada en la EOI llevando a cabo iniciativas y planes para mantener el status de la profesión y centrándose en mejorar la situación económica y social de este sector. Sus líneas de actuación se centran en la promoción, la revalorización de la artesanía, el apoyo y la competitividad de las empresas artesanas y de la artesanía española en general. De sus estadísticas se puede destacar los siguientes datos que están extraídos del informe *Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas* (Fundación EOI, 2015). Ante la falta de datos estadísticos, solo es posible analizar la situación de la artesanía en España a partir de dicho escrito, que está conformado en base a un análisis cuantitativo completado con un análisis cualitativo. Para la muestra cuantitativa se ha realizado una encuesta del año 2010 con un total de 1.500 entrevistas, y para el año 2014 el tamaño de la misma se amplía llegando a las 2.025 encuestas realizadas a empresas artesanas. En el ámbito cualitativo se han realizado un total de 17 entrevistas en profundidad.

Se procede entonces a destacar los aspectos básicos que aportan información al trabajo planteado.

Por medio de la tabla X, se presenta información de carácter general de la artesanía en el año 2014 en cuanto al número de empresas, el número de artesanos, el porcentaje de referencia que representan en el sector artesanal y su representación en el económico general. También se referencia la aportación de la artesanía al Producto Interior Bruto (PIB).

---

<sup>10</sup> Para más información sobre la EOI se puede consultar su página web: <https://www.eoi.es/>

<sup>11</sup> Para más información sobre Fundesarte se puede consultar su página web: <https://www.eoi.es/es/conocenos/fundesarte>

**Tabla X: Información general de la artesanía en España (2014).**

	<i>NÚMERO DE EMPRESAS ARTESANAS</i>	<i>EMPLEO ARTESANO</i>	<i>% DE EMPLEO ARTESANO EN LA INDUSTRIA</i>	<i>% EMPLEO ARTESANO EN EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA</i>	<i>PIB SECTOR ARTESANO</i>
<b>ESPAÑA</b>	38.577	10.4791 Ocupados y 20.188 asalariados en empresas	4,3%	0,6%	4.042 millones de euros (- 2.4% del PIB Industrial y 0.4% del PIB Total)

Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Como se aprecia, en el año 2014, la artesanía en España constituye el 4,3% del empleo. En total de empleados esta cifra se traduce en 10.4791 ocupados y 20.188 asalariados del ámbito. Estos trabajadores desempeñan su labor en un conjunto de 38.577 empresas artesanas que aportan una media de 4.042 millones de euros al Producto Interior Bruto.

Atendiendo a la tabla XI, se hará referencia a cada Comunidad Autónoma destacando los datos más relevantes de las autonomías en cuanto a la producción que tienen en el sector artesanal. Para la comodidad del lector los datos de la tabla estarán expuestos posteriormente en forma de gráficos con su análisis correspondiente.

**Tabla XI: Comunidades Autónomas en cuanto a empresas y empleo artesano (2014).**

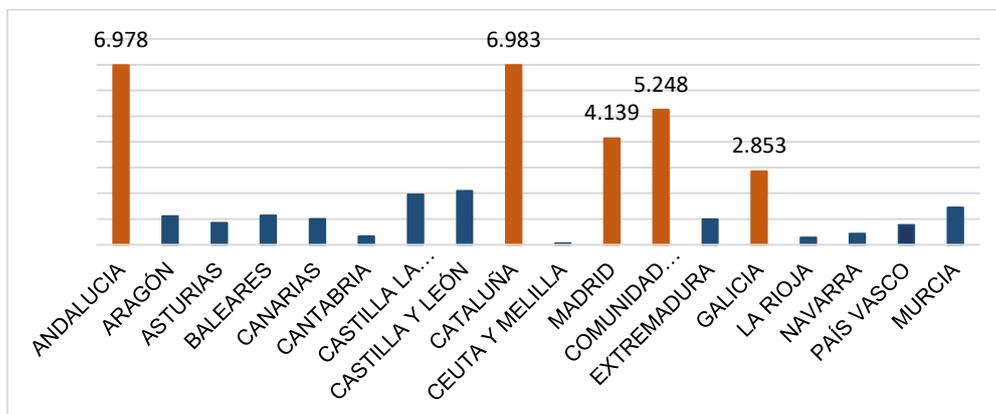
<i>COMUNIDAD</i>	<i>Nº EMPRESAS ARTESANAS</i>	<i>EMPLEO ARTESANO</i>
<b>ANDALUCIA</b>	6.978	19.680 Ocupados
<b>ARAGÓN</b>	1.113	2.005 Ocupados
<b>ASTURIAS</b>	856	716 Ocupados
<b>BALEARES</b>	1.132	3.270 Ocupados
<b>CANARIAS</b>	996	1.553 Ocupados
<b>CANTABRIA</b>	325	471 Ocupados
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	1.959	5.708 Ocupados
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	2.088	3.874 Ocupados
<b>CATALUÑA</b>	6.983	16.683 Ocupados
<b>CEUTA Y MELILLA</b>	60	114 Ocupados
<b>MADRID</b>	4.139	16.610 Ocupados
<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>	5.248	18.603 Ocupados
<b>EXTREMADURA</b>	990	2.626 Ocupados
<b>GALICIA</b>	2.853	7.853 Ocupados
<b>LA RIOJA</b>	280	487 Ocupados
<b>NAVARRA</b>	431	510 Ocupados
<b>PAÍS VASCO</b>	768	1.291 Ocupados
<b>MURCIA</b>	1.442	2.875 Ocupados

Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

A continuación se desglosará la tabla anterior en forma de gráficos atendiendo a las principales Comunidades Autónomas donde reside el mayor número de empresas artesanas, así como dónde existen más profesionales del sector.

**Figura I: Número de empresas artesanas por Comunidades Autónomas (2014).**

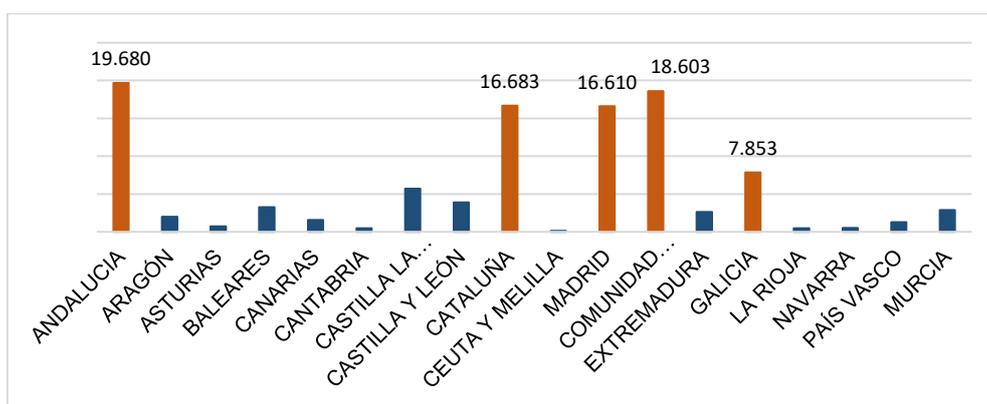


Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Si se centra el análisis en cuanto al número de empresas artesanas que existen en España, se percibe que la mayor producción se centra en Cataluña (6.983 empresas), Andalucía (6.978 empresas), y Comunidad Valenciana (5.248 empresas) a estas le siguen Madrid (4.139 empresas) y Galicia (2.853 empresas). Como se aprecia, las tres principales comunidades tienen un número de empresas artesanas relativamente similar, no obstante, tanto Madrid como Galicia, en comparación, el número es mucho inferior. En la cola de la lista se encuentra Ceuta y Melilla con únicamente 60 empresas artesanas.

**Figura II: Número de artesanos por Comunidades Autónomas (2014).**



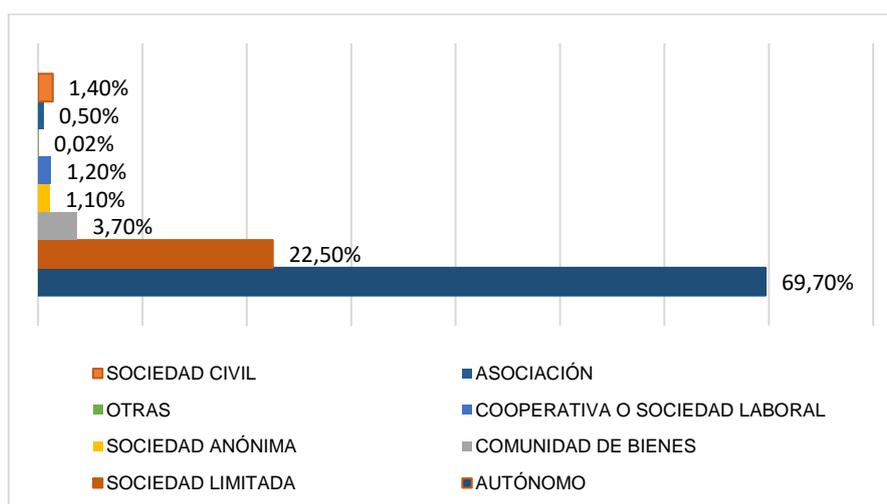
Elaboración propia

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Cómo es de esperar, el número de artesanos está relacionado con el número de empresas artesanas, por lo que las Comunidades Autónomas que destacan en este ámbito vuelven a ser Andalucía (19.620 ocupados), Comunidad Valenciana (18.603 ocupados) y Cataluña (16.686 ocupados). En este caso en diferente orden pues a pesar de que Cataluña es la región que más empresas artesanales tiene, en cuanto a ocupados se sitúa en la tercera posición, mientras que Andalucía que en cuanto a empresas ocupa la segunda posición si se habla de empleados artesanos constituye el primer puesto. La comunidad Valenciana se establece en la segunda posición. A mayores de estas comunidades, en el puesto número cuatro se encuentra Madrid (16.610 ocupados) y en la quinta posición Galicia (7.853 ocupados).

A continuación se hará referencia a la personalidad jurídica de la artesanía en España para entender como se constituyen las empresas del sector.

**Figura III: Personalidad jurídica de las empresas artesanas (2014).**



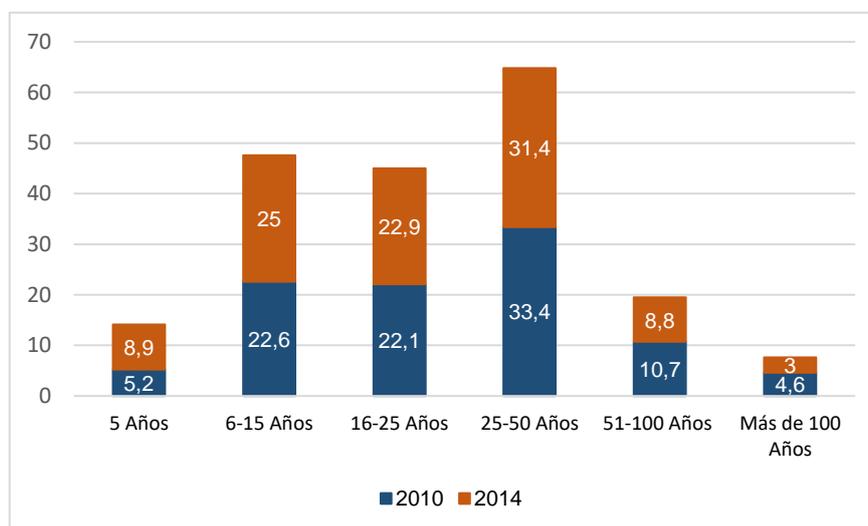
Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Si se atiende a la personalidad jurídica de la artesanía se expone que casi el 70% de la actividad artesana se desarrolla por medio de autónomos (69,70%). A estos, le siguen la sociedad limitada, aglutinando un 22,50% del total y la comunidad de bienes (un 3,70%). La sociedad anónima, la cooperativa y la sociedad civil tienen valores muy similares caracterizados por una baja representación (1,10%, 1,20% y 1,40% respectivamente). Los valores más ínfimos los forman las asociaciones y otras formas de negocio.

Turok (1988) indicaba que aunque la artesanía es una profesión muy longeva, no todas las generaciones pueden seguir con la tradición debido a diferentes factores que actúan en el medio condicionando la profesión a la situación económica.

**Figura IV: Longevidad de la empresa artesana (2014).**



Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

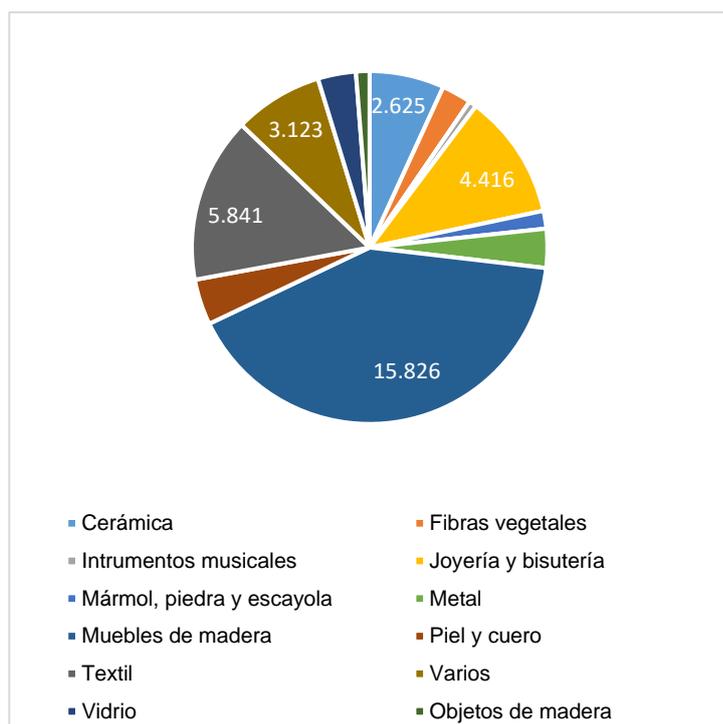
Analizando la antigüedad de la empresa y comparándola con el año 2010, se ve que con el paso del tiempo, exceptuando las empresas con una longevidad de 25 años en adelante, no se mantienen las artesanías en España. Siendo el tramo de 25 a 50 años el que más antigüedad tiene, y el de más de 100 años el que menos. El resto de las empresas destacan por tener un periodo de actividad de 5 años a 50 en comparación con el año 2010.

Anteriormente, en el marco teórico, se han indicado mediante la catalogación del IAE<sup>12</sup> las actividades que conforman el sector artesano. Aunque estos suman un número considerable de ámbitos donde desarrollar la artesanía, no todos están explotados de igual modo.

En el gráfico que se presenta en la siguiente página están referenciados los sectores que más ventas contribuyeron al sector artesano en el año 2014.

<sup>12</sup> IAE: Impuesto sobre Actividades Económicas.

**Figura V: Subsectores de la artesanía (2014).**



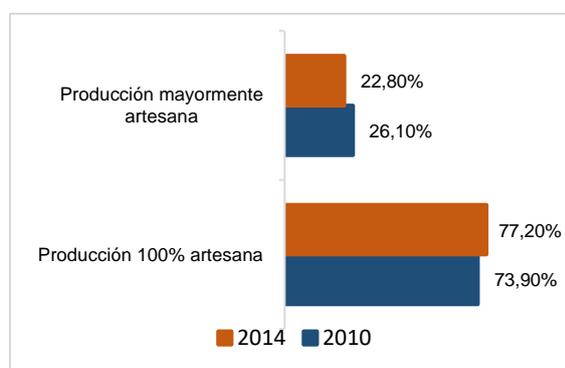
Si se hace referencia a los subsectores de la artesanía, los productos más manufacturados en el año 2014 son los muebles de madera. A éstos le sigue el área de joyería y bisutería y, posteriormente, artículos calificados como varios. El ámbito textil también destaca por sus ventas, así como el trabajo en cerámica.

Elaboración propia.

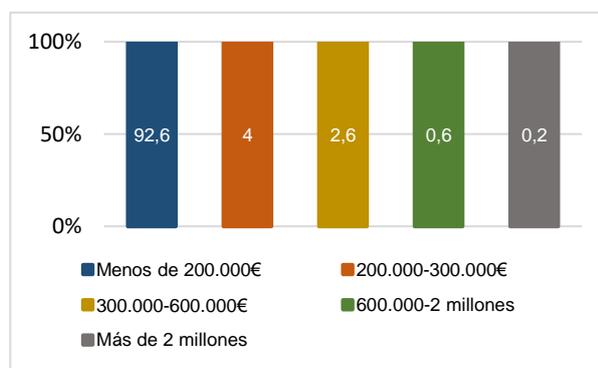
Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Ya por último en relación a la empresa artesana, es indispensable estudiar la forma de producción y la facturación de las mismas, que se analizarán conjuntamente en los siguientes gráficos. Se ha debatido cómo debe ser la producción en la artesanía, si continuar con lentos procesos de fabricación u optar por una mecanización que, sin ser industrial, ayuda notablemente a los profesionales. Se recupera en este punto la posición de Malo (1996), que indica que la artesanía tiene que modernizarse con el paso del tiempo para adaptarse a la actualidad sin perder la esencia que la caracteriza. Se observa a continuación si los artesanos siguen esta ideología o la desechan. Se complementa el análisis con la facturación en euros de la artesanía.

**Figura VI: Producción artesanal (2014).**



**Figura VII: Facturación artesanal (2014).**



Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Haciendo referencia al modo de producir, y comparándolo con hace cuatro años atrás del estudio, más del 70% en ambos casos realiza el producto final de forma totalmente artesana, en el 2010 constituye un 73,9% y en el 2014 aumenta este tipo de elaboración a 77,2%. En relación a los productos que no son totalmente artesanos, en el 2014 se fabricaron 22,8% y en el 2010 26,1% de este tipo, por lo que se aprecia que con el paso del tiempo se vuelve a la producción primaria de la artesanía. En cuanto a la facturación en euros, casi la totalidad de los productos vendidos se encuentran en el rango de menos de 200.000 euros de beneficio (92,6%), siendo casi inexistente el mayor rango que es de más de 2 millones de euros (0,2%).

En el capítulo *El Porvenir de la Artesanía* se evidenciaba la necesidad que tiene el sector de apoyos por parte de las instituciones públicas para emerger. Para finalizar el análisis de la situación de la artesanía en España, se catalogan por medio de la tabla XII las diferentes ayudas y subvenciones que allegaron las instituciones públicas en el año 2014. Estos apoyos están derivados de las entidades locales, las autonomías, el Gobierno Central o mismo la Unión Europea, y se analizará la expansión, el disfrute y la valoración de los mismos por parte de los artesanos.

**Tabla XII: Ayudas y Subvenciones de la Administración (2014).**

<i>PROGRAMA</i>	<i>CONOCIMIENTO</i>	<i>UTILIZACIÓN</i>	<i>VALORACIÓN</i>
<i>Programas específicos de apoyo de la Comunidad Autónoma</i>	36,1%	17,3%	7.0
<i>Programas de apoyo de las Diputaciones y Ayuntamientos</i>	19,9%	6,6%	6.7
<i>Programas o medidas de apoyo de asociaciones empresariales o de artesanos</i>	21,4%	8,1%	7.0
<i>Programas o medidas de apoyo de otras instituciones sin ánimo de lucro</i>	19,4%	6,6%	6.2
<i>Programas de apoyo del Gobierno Central</i>	17,3%	3,3%	6.1
<i>Unión Europea</i>	1,1%	0,3%	8.6

Elaboración propia.

Fuente: Informe Situación de la artesanía en España: Informe de competitividad y principales variables económicas (Fundación EOI, 2015).

Los programas más populares, coinciden paradójicamente con los peores valorados. Las ayudas autonómicas son conocidas por algo más del 35% de los artesanos aunque solo la mitad los utilizaron. Las ayudas por parte de las Diputaciones y Ayuntamientos no llegan al 20% del público y apenas un 6,6% las disfrutaron. Las medidas de apoyo a empresarios y

asociaciones tienen una fama similar a las ayudas locales, pero la participación en ellos es mayor (8,1%). Las instituciones sin ánimo de lucro que emitieron algún tipo de ayuda solo fueron conocidas por el 19,4% de la población, y disfrutadas por un 6%. Desde el gobierno central solo fueron concededores de estos apoyos un 17,3% del total de artesanos, y ni un tercio ellos las aprovecharon. La peor representación se encuentra por parte de ayudas que provienen del exterior, ya que únicamente el 1,1% se percataron de ellas, son sin embargo, las que más nota puntúan de todo el conjunto llegando a un notable alto.

## 2. LA ARTESANÍA EN GALICIA

Uno de los organismos que más velan por la artesanía en Galicia es la conocida fundación Artesanía de Galicia<sup>13</sup>. Artesanía de Galicia es una fundación pública sin ánimo de lucro dependiente de la Dirección Xeral de Comercio e Consumo de la Consellería de Economía, Emprego e Industria de la Xunta de Galicia creada en el año 2003. Su fin es el desarrollo e investigación de nuevas líneas de actuación para especializar y perfeccionar nuevas técnicas que posibiliten una mejor calidad de los productos artesanos. Se centra especialmente en la innovación, el diseño y la calidad, ya que son aspectos a destacar y promocionar en la artesanía para que esta persista en la sociedad de consumo. Entre sus funciones destaca la asistencia, asesoramiento, catalogación, promoción y todas las labores y actuaciones que velen por el futuro de la profesión y de los profesionales.

Artesanía de Galicia está catalogada como una marca propia de la Xunta de Galicia, marca que tiene su propio status de calidad y respeto tanto para el comercio como para los compradores. Con el fin de transmitir en su diseño la faceta de innovación y diseño, en el año 2007 se remodela el logotipo de la marca. La idea de transmitir estas cualidades de la artesanía en Galicia es debido a que desde la Consellería de Economía, Emprego e Industria se trabaja para que la marca esté presente en el mayor número de mercados posibles, ya sean nacionales o internacionales. El modo que tienen de impulsar esta expansión es a través de las ferias internacionales de prestigio aglutinando bajo el nombre de la marca la calidad de la artesanía que se tiene en la autonomía.

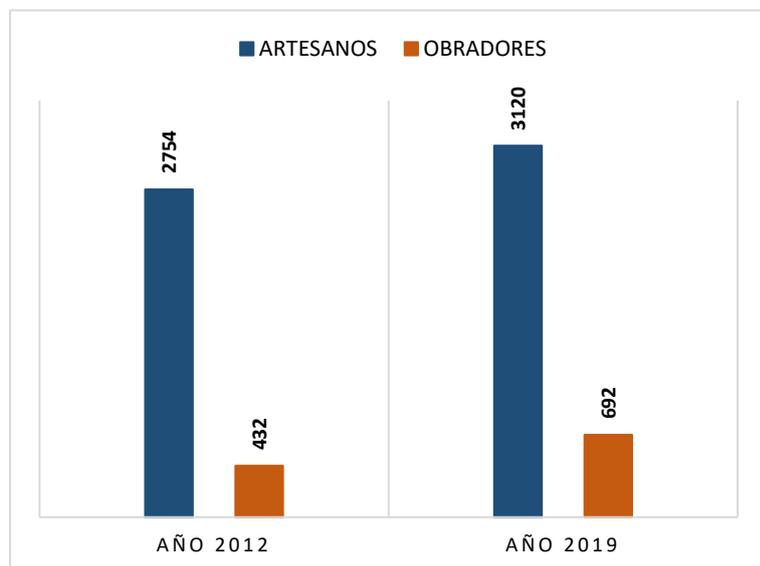
Ante la dificultad de encontrar estadísticas relacionadas con la artesanía en Galicia, la fundación ha facilitado un dossier de acciones que se están llevando a cabo en la actualidad, así como perspectivas de futuro. En este caso se llevará a cabo un análisis de estos datos para explorar la situación de la artesanía en la Comunidad Autónoma.

---

<sup>13</sup> Para más información sobre la fundación Artesanía de Galicia se puede consultar su web: <http://artesianiadegalicia.xunta.gal/es/fundacion/%252Ffundacion%C3%B3n-centro-galego-da-artesan%C3%ADa-e-do-dese%C3%B1o>

Es necesario contextualizar la situación de la artesanía en Galicia, para ello, se exponen en el siguiente gráfico el número de artesanos y obradores que desempeñan su actividad en la actualidad, así como su evolución comparando el año 2012 y el año 2019.

**Figura VIII: Evolución de la Artesanía en Galicia (2012-2019).**



Se aprecia un incremento importante desde el año 2012 al año 2019. Se ha producido un aumento de 366 artesanos y de 260 talleres o obradores, lo que evidencia un incremento en las personas que eligen la artesanía como oficio y cómo forma de vida. Los datos informan de que este sector da empleo en Galicia a más de 6.000 personas.

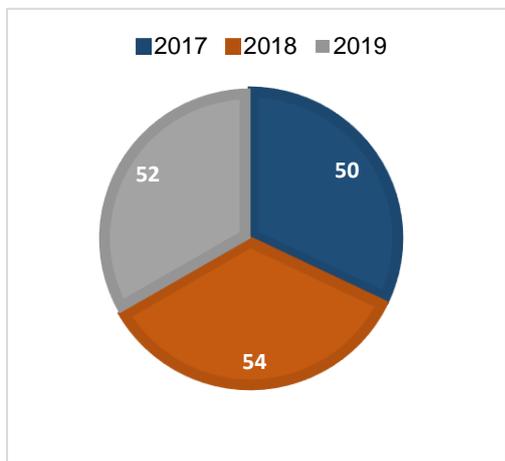
Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Haciendo referencia a los proyectos competitivos que se realizan desde la fundación, se exponen en las siguientes líneas el cometido de los eventos más singulares e importantes, así como su aceptación en el propio sector y en la sociedad.

Uno de los puntos fuertes de promoción para Artesanía de Galicia es *“Tenda Pop Up Galicia. Saberes e sabores”*. Se trata de una exposición que se lleva realizando en Madrid tres años seguidos en base al éxito que tiene como repercusión de la marca fuera de la comunidad. Si se compara su evolución en estos tres años se puede destacar:

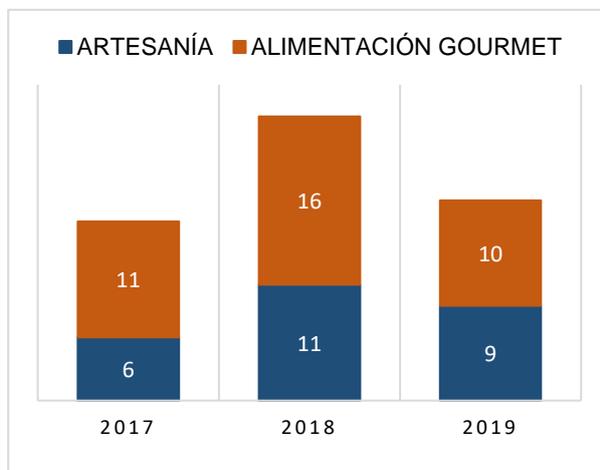
**Figura IX: Talleres representados Pop-Up (2019).**



Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

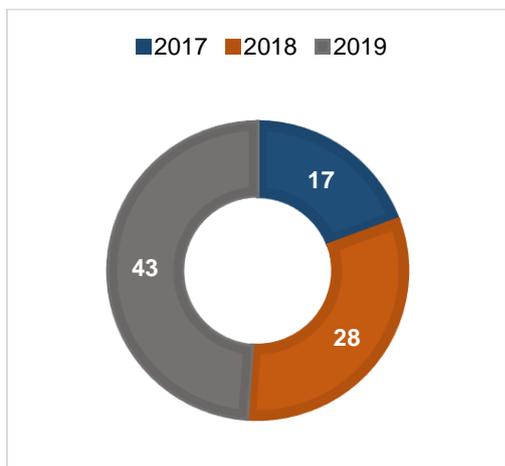
**Figura X: Número de expositores Pop-Up (2019).**



Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

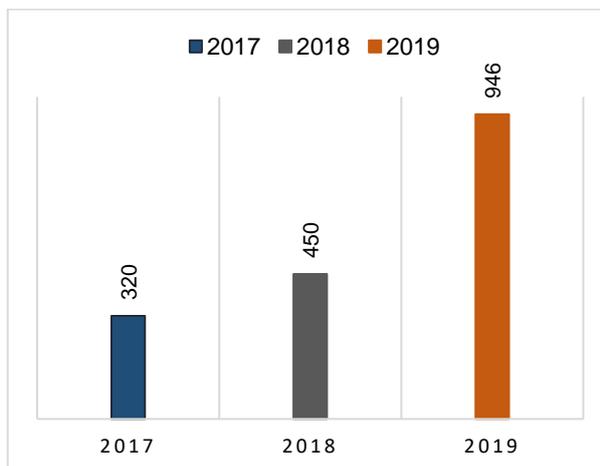
**Figura XI: Número de actividades Pop-Up (2019).**



Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

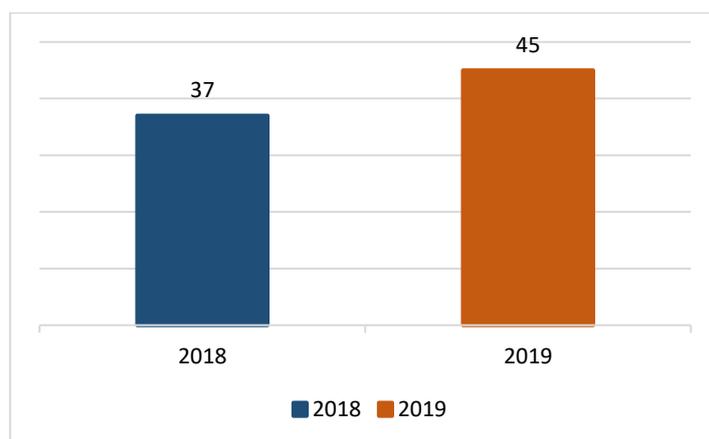
**Figura XII: Participantes Pop-Up (2019).**



Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

**Figura XIII: Artículos y reportajes publicitarios Pop-Up (2019).**



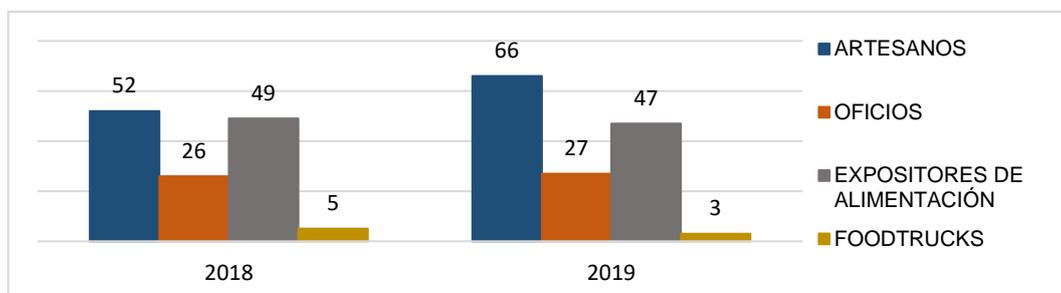
Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

A grandes rasgos se aprecia que aunque el número de talleres y expositores descendió ínfimamente en comparación al año 2018 (de 56 talleres en el año 2017 se pasa a 50, y de 11 expositores de artesanía y 16 de alimentación se pasa a 10 y 9 en el año 2019 respectivamente), el número de actividades desarrolladas crece notablemente hasta realizarse un total de 43, siendo los años anteriores de 17 (2017) y de 28 (2018). Lo que también aumenta son los participantes que acuden a la exposición. En el primer año de realización del proyecto se contabilizan 320, en el 2017 un total de 450 y en el 2019 se dobla esa cifra llegando a los 946 asistentes. Este aumento es un hecho inequívoco de que a largo plazo, el proyecto se consolida. La publicidad del mismo mediante artículos y reportajes publicitarios crece notablemente el año pasado llegando a un total de 45.

Otro proyecto a destacar que se realiza desde la fundación es el “O Corazón da Artesanía: VIII Encontro da Artesanía Tradicional e Popular de Galicia. Os pendellos”. Es un evento que se realiza en el mes de julio en Agolada, siendo el propio pueblo el expositor de la artesanía.

**Figura XIV: Participantes Corazón da Artesanía (2019).**



Elaboración propia

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Este evento se compone de 66 artesanos en el año 2019, 14 más que en el año anterior. El número de oficios es similar en estos 2 últimos años, ya que de 26 en el año 2018 se pasa a 27 en el 2019. Decae un poco el número de empresas alimentarias que participan en él, ya que los expositores de alimentación varían y descienden en 2, al igual que los foodtrucks.

Aunque los dos proyectos expuestos son los más importantes, a lo largo del año 2019 se realizaron otros que conviene, por lo menos, mencionarlos para evidenciar la labor de la fundación.

**Tabla XIII: Proyectos desarrollados en el 2019.**

<b>ORGANIZACIÓN Y COLABORACIÓN EN EVENTOS PARA RECUPERAR OFICIOS EN EXTINCIÓN</b>	XXXIX Feira do viño de Amandi XIII Feira de Artesanía do Ferro de Riotorto VI Encontro de Cacharreiros en Niñodagua XIX Encontro Internacional de Torneiros da Madeira en Xermade
<b>COLABORACIÓN, ASESORAMIENTO, DIVULGACIÓN Y PARTICIPACIÓN</b>	Stand de Galicia en Fitur 2019 Exposición PENSAR COAS MÁNS
<b>COLABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA PARTICIPACIÓN GALLEGA EN LOS DÍAS EUROPEOS DE LA ARTESANÍA</b>	
<b>ASESORAMIENTO, DIVULGACIÓN Y DONACIÓN DE MATERIAL DE LA MARCA</b>	Encontros de palilleiras e tecedoras
<b>PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y PROTECCIÓN DE LA MARCA</b>	MiniFeria de Artesanía de Galicia na XXVII Festa do Melindre e da repostería tradicional da Terra de Melide.  MiniFeria de Artesanía de Galicia en Encontro de Embarcacións Tradicionais, Maison Vogue Novias Jornadas oficios artesáns Congreso Artesanía contemporánea a debate Forum de Artesanía e Turismo Programa Facemos marca. Medrando cos Artesáns
<b>COLABORACIÓN Y APOYO A TIENDAS DE LA MARCA</b>	
<b>APUESTA POR LA DIFUSIÓN DE ARTESANÍA DE GALICIA COMO REGALO INSTITUCIONAL</b>	

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Artesanía de Galicia no sólo trabaja en Galicia y en el ámbito nacional, sino que externalizan la marca a otros países, llegando incluso a poseer puntos de venta fijos y distribuidores por Europa y mismo en Asia. Las muestras que realizó Artesanía de Galicia en el año 2019 en el exterior de España fueron 2, uno en Estocolmo y otro en Londres.

**Tabla XIV: Proyectos realizados en el extranjero (2019).**

<i>FORMEX (Estocolmo)</i>	<i>DESING FAIR (Londres)</i>
44 Obradores	45 Obradores
225 productos	250 productos

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Estos talleres contaron con una amplia exposición de productos artesanales gallegos (un total de 475 productos contando ambos eventos), de la mano de 44 y 45 artesanos. Por medio de estos eventos, la oferta de artesanía gallega se explaya por el mundo. Actualmente ya son 44 los puntos de venta de artesanía repartidos por diferentes países y un total de 6 distribuidores internacionales.

**Figura XV: Expansión de Artesanía de Galicia (2019).**



- **44 puntos de venta:**  
Suecia, Alemania, Inglaterra, Noruega y Japón
- **6 distribuidores:**  
2 Japón, 1 Alemania, 1 Australia, 1 Dinamarca y 1 Inglaterra

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Artesanía de Galicia trabaja por un lado, para promocionar la artesanía, pero también insiste mucho en profesionalizar el sector. En la tabla XV se presentan una serie de formaciones que se dieron a lo largo del 2019 que están dirigidas a los que ya son profesionales artesanos, pero también a las personas que se están formando como tales, para llegar a así a ser competidores eficientes e innovadores.

**Tabla XV: Medios para profesionalizar la artesanía (2019).**

	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>CURSOS</b>
<b>CURSOS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA</b>	Profesionales del sector u nuevos emprendedores	<i>Paseos pola ourivería</i>
		<i>Paseos pola ourivería II</i>
		<i>Iniciación ás técnicas de cestería</i>
		<i>Iniciación ás técnicas de cestería II</i>
		<i>Iniciación ás técnicas de cestería III</i>
		<i>Complementos zero waste</i>
		<i>Cestería de palla con silveira e xesta con vimbio</i>
		<i>Tecidos con novos materiais</i>
		<i>Curso de técnicas complementarias ao oficio tradicional das redeiras: corte e confección</i>

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

No sólo es importante que los artesanos puedan seguir su camino en este ámbito, también es necesario exponer cómo es la realización del producto alegando su naturaleza manual y conocer cómo es el proceso y los materiales con los que se trabaja. Ante esto, Artesanía de Galicia intenta difundir y culturizar a la población para darse a conocer en los eventos que se realizan. En la siguiente tabla se pueden contabilizar un total de 12 obradores únicamente en 3 eventos, lo que evidencia la representación que se quiere dar de los mismos.

**Tabla XVI: Eventos desarrollados para la promoción de la artesanía (2019).**

<b>EVENTO</b>	<b>TALLERES Y DEMOSTRACIONES</b>
<i>Tienda Pop Up (Madrid)</i>	Obrador de torneado cerámico
	Obrador de elaboración de Sanandresiños
	Obrador de elaboración papel marmolado
	Obrador de encuadernación xaponesa
	Obrador de gyotaku
	Obrador de creación de cianotipias
<i>Exposición "Pensar coas mans"</i>	Obrador de torneado cerámico
	Obrador de elaboración de sancosmeiros
<i>Corazón de Artesanía. VIII Encontro de Artesanía Tradicional e Popular de Galicia</i>	Obrador de manipulado de papel
	Obrador de creación de cianotipias
	Obrador de iniciación ao torno cerámico
	Obrador de pintura sobre tecido

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

Siguiendo con la temática, se expone a continuación los medios que utilizan para publicitarse.

**Tabla XVII: Medios publicitarios utilizados (2019).**

**FORMAS DE PUBLICITARSE Y REALIDAD DE  
ARTESANÍA DE GALICIA**

Revista Obradoiro de Artesanía 2019
Publicaciones especializadas y redes sociales
Campaña de publicidad Artesanía de Galicia
Catálogo de campaña distribuido en espacios públicos
Nueva web de artesanía e Galicia
Reconocimiento de artesanos en los premios nacionales de artesanía
Premios Artesanía de Galicia 2019

Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

De este modo, las técnicas más utilizadas son publicaciones en revistas, mismo con una propia como es Obradoiro de Artesanía 2019, publicaciones en las redes sociales y mismo un catálogo de campaña. Esta forma de publicitarse se complementa con una reformada página web<sup>14</sup> y con los premios que se otorgan a artesanos tanto en concursos en Galicia como fuera de ella.

Es palpable el trabajo realizado por la fundación hasta el momento, no obstante, se sigue trabajando para poder ser más innovadores y competentes. A continuación, en la tabla XVIII se presenta el plan aprobado de este año 2020 para continuar trabajando desde la fundación. Se impera en relacionar la artesanía con una empresa, dotándola de cursos de profesionalización, fortalecimiento, innovación y divulgación. Todas las actividades previstas para este año 2020 están amparadas por un presupuesto y una inversión de 248.300 euros por parte de la Xunta de Galicia.

<sup>14</sup> Página web Artesanía de Galicia: <https://artesianiadegalicia.xunta.gal/>

**Tabla XVIII: Plan de actuación 2020.**

**ACCIONES A DESARROLLAR**

Corazón da Artesanía. IX Encontro da Artesanía Tradicional e Popular de Galicia. Os Pendellos, Agolada.
IV Edición de Pop Up Galicia Calidade. Saberes e Sabores, Madrid.
Organización y colaboración en eventos para la recuperación de oficios en extinción.
Organización de las Jornadas de Artesanía en Santiago de Compostela
Participación de la Artesanía de Galicia en stands y proyectos institucionales de promoción nacionales e internacionales.
Colaboraciones, asesoramiento y difusión en diferentes acciones de otras consejerías da Xunta de Galicia y organismos privados
Colaboración en la promoción de los Días Europeos da Artesanía
Colaboración en la promoción de Encuentros de Palilleiras e tecedoras en muchas localidades gallegas.
Difusión a través de diferentes canales del Programa Facemos Marca. Medrando cos artesáns para favorecer el acercamiento de la artesanía a futuros profesionales del sector.
Promoción, difusión y protección de la marca Artesanía de Galicia en los obradoiros, ferias, eventos.
Colaboración y apoyo a las tiendas de la Marca Artesanía de Galicia
Organización y colaboración en busca de propuestas para la difusión de produtos de Artesanía de Galicia como regalo promocional.
Proxecto Design for innovation
Acciones transversales en diferentes eventos vinculados al Proyecto Artesanía no Prato.
Acciones de colaboración con Escuelas de Arte y Superiores de Diseño, Universidades y diseñadores profesionales.
Acciones de promoción da la artesanía entre los sectores no artesanales de mayor interés para la cooperación
Elaboración propia.

Fuente: Datos cedidos por Artesanía de Galicia (2019).

### **3. LA ARTESANÍA SEGÚN LOS INFORMANTES: LOS ARTESANOS, ARTESANÍA DE GALICIA Y LOS CONSUMIDORES.**

En el siguiente capítulo se presenta un análisis de contenido de las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión realizados atendiendo a diferentes bloques temáticos<sup>15</sup>, describiendo de este modo la técnica utilizada: análisis del discurso por bloques temáticos. A modo de recordatorio, se reitera la elaboración de cuatro entrevistas a artesanos de Galicia, siendo una de las entrevistas una entrevista grupal de dos expertos. Las entrevistas en profundidad a artesanos se complementan con una entrevista realizada a la gerente de la fundación Artesanía de Galicia. Por otro lado, para alcanzar todos los ámbitos en los que la artesanía desarrolla su actividad, se han realizado dos grupos de discusión atendiendo a la cualidad de consumidores y no consumidores gallegos de la misma, con el fin de observar las similitudes y diferencias que presentan. Se procede, entonces, a presentar los hallazgos encontrados.

<sup>15</sup> En el Anexo 3: Bloques temáticos llevados a cabo en el análisis de contenido (pág. 82) se puede consultar un cuadro a modo resumen de los bloques temáticos configurados para el análisis.

## 1. DEFINICIÓN DE LA ARTESANÍA, LA PROFESIÓN Y LOS APOYOS AL SECTOR.

El primer bloque temático configurará una definición de artesanía aludiendo a las descripciones aportadas por los informantes. Seguidamente, se presentarán las principales características de la profesión centrándose en su atractivo, la elección de la artesanía como oficio profesional y la formación en el mismo. Por último se referenciará la opinión que tienen los profesionales a cerca de las ayudas y subvenciones del sector.

### 1.1 DEFINICIÓN DE LA ARTESANÍA.

Para adentrarnos en el mundo de la artesanía es necesario poder aproximar una definición de la misma. Como se explica a lo largo de este estudio, la artesanía no goza de un concepto asimilado por igual para todas las instituciones o regiones. La definición que más se acerca a una connotación global es la que formula la UNESCO (1997)<sup>16</sup>. Por medio de la muestra estudiada se ha intentado hacer una aproximación a la definición de la profesión.

Los informantes describen la artesanía como una forma de transformación de materias primas naturales y nobles en un producto elaborado valiéndose de la mínima maquinaria posible. El proceso de trabajo es totalmente tradicional empleando útiles primarios o de mínima tecnología. Los bienes artesanos son, de este modo, una forma de producir fuera de la cadena de producción industrial, dónde el propio artesano o artesana supervisa los diferentes procesos que llevan a la elaboración del producto final, por lo que destacan que el volumen de esta siempre es de carácter reducido. Relacionar una baja producción con el uso de materiales naturales también hace que se identifique al producto artesano como un producto ecológico.

*Para min a artesanía ven sendo como todo o realizado con menos máquinas posibles, sempre utilizando a man do ser humano... e digamos que artesanía é que non se faga un produto en cadena, en produccion todo igual. Para definirche un produto artesán diríache que non poden haber dous iguais, senón xa non sería artesanal. (EP03).*

Comparando la definición de la UNESCO con la de la muestra estudiada, las principales similitudes que se encuentran atienden al proceso de producción y tecnologías utilizadas, a la par que el uso de materias primas naturales. Las principales diferencias que se aprecian es que la UNESCO la describe de forma más abierta e intentando aglomerar todas las

---

<sup>16</sup> Definición de artesanía por la UNESCO (1997): Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.

características de la misma, incidiendo en el factor cultural mientras que los entrevistados relacionan la baja producción artesanal de la profesión con el factor ecológico.

## 1.2 EL ATRACTIVO DE LA ARTESANÍA.

Tanto para los profesionales del sector como para las personas que consumen los productos, la artesanía tiene unas cualidades que hacen que los expertos decidan orientar y mantener su oficio en esta disciplina y los consumidores habituales sean fieles y los sigan comprando.

Los artesanos y artesanas apuntan a que la artesanía es un oficio reconstituyente y mismo le apelan muestras de afectividad al trabajo que realizan ante la satisfacción que les produce dedicarse a él. Por otro lado, los compradores eligen los productos artesanos por una índole ligada con una forma de consumo más ética ayudando al pequeño comercio y por la proximidad que los artesanos le transmiten. De forma general también optan por este tipo de bienes alegando a la calidad y la durabilidad, que son cualidades distintivas del producto. En este punto convergen tres teorías abordadas en el marco teórico: Peñacho (2000) indicaba que la finalidad de la artesanía es que sus productos sean de calidad y utilidad para el fin creado. Por medio del informe de la OEPM y Fundesarte (2016), se recoge que la artesanía puede mostrar y exponer el proceso llevado a cabo para confeccionar los bienes, que transmite cercanía entre el fabricante y el consumidor. Por último, por medio de Alonso, Rodríguez y Rojo (2014) se evidencia el cambio de consumo a hábitos más tolerantes con el medio y a otras formas de producción.

*Transmíteme algo moi bonito que sae dunha persoa que implica o seu traballo en facer unha peza que elabora coa súas propias mans e que de eso sae un produto feito a máñ, artesán e que para mín ten moito valor. (EP02).*

*Pois novamente son cousas de, o mellor, un pouco máis caras pero teñen bastante calidade e despois a nivel ético digamos que en plan... guay porque estaslle comprando directamente á persoa que fai unha cousa, é dicir, sen que se perda por xente que se está lucrando unha animalada. Compráslle ao produtor máis directo. (H3C).*

## 1.3 LA ELECCIÓN DE LA ARTESANÍA COMO PROFESIÓN

Por medio de los artesanos y artesanas entrevistadas podemos acercarnos a una síntesis de cómo es el camino que les llevó a orientar su presente y su futuro laboral en el sector artesano.

En este punto, los profesionales indican que en su mayoría fue por casualidades del destino. Algunos ya estaban formados en profesiones relacionadas con el trabajo de las materias primas o las artes, en otros casos, la profesión se conoció por medio de un hobby inculcado por amistades. En todo caso, la decisión de dedicarse al gremio y crear productos artesanos para posteriormente su venta fue por casualidad y por un factor clave como fue la crisis, que

dificultó mucho la inserción laboral. Apelando a Turok (1988) y relacionando la juventud de los artesanos estudiados, se expone que en definitiva, la artesanía mejora su situación ante huecos en el mercado y se renueva por mano de los jóvenes artesanos que emprenden su oficio en el sector.

*Empecei a estudar o ciclo superior en Coruña, e cando vin que saíndo do ciclo que non había traballo a través deso pois collín e enfoqueino máis ao tema da artesanía porque como non había traballo penso que foi unha oportunidade para que eu me meterá neste mundo co cal era máis exclusivo e ao final me abriu máis portas á hora de gañar uns cartos. Ao final o que a crisis para algún lle foi mal, pois neste sector como é a artesanía eu penso que foi bo. Porque se non chega a ser pola crisis seguramente estaría traballando de carpinteiro a día de hoxe e nunca me metería neste mundo no cal nadie se plantea seriamente vivir del. (EP03).*

Orientar una formación como forma de vida siempre tiene aspectos negativos y positivos. Todos los artesanos estudiados reconocen que los inicios son duros y lentos, que se desperdicia mucho material lo que equivale a la pérdida de dinero y que en muchos casos se pierde la ilusión y se quiere abandonar la profesión. Ante este panorama indican que lo que les animó a seguir trabajando fue la sociedad, el público que se interesaba por sus productos y el empeño por dedicarse a una profesión que le satisface e ilusiona.

*Muchas veces pensé en tirar la toalla, vender el taller y dejar de pensar en el desarrollo de mi marca y mis piezas, pero creo que es algo normal en todas las ramas artísticas y personales. Si no te planteas en que lo haces mal o que llevas mal camino, no aprendes realmente ni eres consciente realmente de que camino debes tomar. Es como una noria de subidas y bajadas constantes. Lo que me hizo seguir adelante fue el demostrarme que puedo hacerlo y que a través de mi trabajo de una manera artística puedo expresar muchas cosas, que con palabras no sería tan efectivo. (EP04).*

#### 1.4 LA FORMACIÓN DEL ARTESANO.

Aunque actualmente hay muchos más recursos que en la antigüedad, parece ser que la formación del artesano no es sencilla ante la falta de información publicada. Existen áreas como es la joyería que está mucho más expandida y si es fácil acceder a la información por diferentes medios, pero en otros ámbitos a veces mismo los libros se quedan escasos. En este caso, los profesionales estudiados se formaron por medio de mentores u otros artesanos que le fueron enseñando la técnica o dándoles consejos, por medio de publicaciones, tutoriales y como no, practicando y experimentando con las materias primas de forma autodidacta.

*Pero tampoco hay... libros igual sí, pero lo que hacemos nosotros no hay donde aprender, es un poco exclusivo, la gente no trabaja de esta manera. (EG01).*

## 1.5 AYUDAS Y SUBVENCIONES AL ARTESANO.

A día de hoy cualquier sector económico precisa de un empuje o de facilidades para poder desempeñar la profesión y que esta sea viable como modo de vida. Es un aspecto que se ha repetido a lo largo de este estudio, que se apoya teóricamente, por ejemplo, en el informe *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales* (DGPYME, 2009), dónde el gremio artesanal reivindica la necesidad de una Ley de ámbito estatal por parte de la Administración General para proteger la profesión e impulsarla. Desde Artesanía de Galicia este aspecto lo tienen claro y trabajan por y para ello. Reconocen que profesionalizar la artesanía es un objetivo claro a conseguir para el auge del sector, así como la promoción y la catalogación del artesano.

*Una de las cosas en las que insistimos mucho es en la formación, tenemos por un lado la formación, cuando hablo de formación es profesionalización, porque ellos necesitan también pues... más dirigidos a ellos, a lo mejor un curso super-especializado en algo técnico que realmente ellos no se puedan pagar, eso para nosotros es una función muy importante. (EP01).*

La mayoría de los informantes indican que son concededores de ayudas como tal en el sector, que aunque no son suficientes, sí que se trabaja para dar salida a una profesión de este calibre con las dificultades que ya de por sí tiene en la sociedad. Entre las ayudas mencionadas por los profesionales, se destaca la posibilidad de asistencia en cuanto a publicidad propia, bien sea a través de un comercio electrónico o la posibilidad de vender los productos en el exterior, subvenciones de maquinaria precisa para desarrollar el producto y los propios apoyos que se perciben por parte del gobierno por la cualidad de ser autónomos. Hay quien especifica que sí que hay facilidades por parte de entidades públicas, pero que ya están más orientadas a un artesano que se dedica de pleno a su profesión o a la artesanía en general y no a los subsectores de la misma. No se aprecian apoyos en los inicios, que como se ha visto, son los momentos más complicados. Se pide entonces más inversión en cuanto a ayudas de un primer nivel para poder institucionalizar una empresa y seguir manteniendo las existentes para los que ya la tienen como tal.

*Pois no, axuda ou subvención realmente para este tipo de traballo que eu fago non. No tema da artesanía pois sí, creo que cada vez están subvencionando máis ou facendose dar a conocer en feiras, de feito fora de Galicia e así... pero no tema que traballo eu, realmente de momento, que eu coñeza non hai ningunha axuda ou subvención. (EP02).*

Desde Artesanía de Galicia exponen una serie de apoyos a los profesionales, alegando que tienen unos estatutos y una constitución propia que les permiten agilizar muchas veces el proceso y estar más cerca de los profesionales. Entre las virtudes de pertenecer a la asociación, que reconocen que hay artesanos a los que no les interesa, se destaca: otorgar

la marca de Artesanía de Galicia, facilidad de trabajo, las ayudas de la Dirección General de Comercio y la posibilidad de que sus productos se puedan comercializar en el exterior en ferias profesionales y en cursos profesionalizados.

*Después hay otro tipo de ayudas vinculadas con... pues ahora mismo hay vinculadas a nuevas formas de comercialización, como pueden ser los Pop Ups, mucho tema vinculado a las redes sociales, community mangament, video, fotografía, página web, renovación de la página... bueno hay bastantes... temas vinculados a la sostenibilidad... bueno hay bastantes. Quiero decir, ¿una de las ventajas que me decías? Pues es poder acceder a eso. Eso ayuda mucho a los artesanos, porque los artesanos la mayoría de las veces son autónomos y no tienen empleados, el 94% son autónomos, y luego están los que tienen a una o dos personas. (EP01).*

## 2 LA ARTESANÍA Y EL CONSUMO

El segundo bloque temático se centrará en configurar un perfil del consumidor artesano. Se abordarán las razones que llevan a un consumidor o no consumidor de la artesanía a adquirir unos productos u otros, y se compararán, de igual modo, los bienes artesanos con los industriales.

### 2.1 EL PERFIL DEL CONSUMIDOR.

La artesanía tiene la particularidad de tener un público objetivo con características similares entre sí. Es importante en este punto referenciar a Borrás (1998) que explica que el consumo actúa como configurador de identidades. Por lo general un cliente de artesanía es una persona concienciada con el medio ambiente que busca un consumo responsable y que evita procesos productivos agresivos tanto en las materias primas como en la elaboración en sí del producto. Son personas que velan por el pequeño comercio y que buscan productos distintos y originales, a la par que saludables. Además, se hace referencia a que las personas que consumen los productos son expertas o le gusta saber mucho del producto que consumen, existe ese interés por él.

*Básicamente a xente que lle guste una vida máis natural, mais ecolóxica, persoas que lles gusta coidarse ou que lles gusta coidar o planeta... tamén xente que igual de antes xa usaban os xabóns que facían súas avoas e agora queren pois eles mesmos facelos, ou tanto facelos ou usalos porque lles gusta... e realmente pois non podería definir un perfil en concreto... pero ese tipo de xente básicamente. (EP02).*

### 2.2 LA EXPERIENCIA DEL CONSUMO DE ARTESANÍA.

Decantarse por consumir un tipo de productos y otros está condicionado fuertemente por la tradición, por el círculo social al que se pertenece y por los hábitos sociales y de ocio que se practican. Recuperando la teoría del *habitus* y del gusto de Bourdieu (1979), esta indica que

el *habitus* actúa como identificador de clase y como distanciamiento del mismo modo entre una y otra apelando al concepto del gusto.

Los consumidores optan por la artesanía porque tienen inculcados desde pequeños este tipo de consumo. Tener relaciones sociales con personas dedicadas a la artesanía hace que la gente se interese por esos productos y tenga curiosidad por consumirlos, y ya por último asistir a eventos dónde la artesanía está siempre presente hace que la gente los conozca y se interese por adquirirlos. Los espacios de consumo siguen siendo los mismos con la excepción de internet, que reconocen que todavía no han consumido productos artesanos por este medio pero que no tienen reparo en hacerlo.

*Eu tamén un pouco desde sempre, igual indo a feiras e así, sempre o tiveren presente pero igual antes o tiña máis presente como cousas que me gustaban estéticamente ou o que foran e agora sí que é unha elección máis ética en canto a consumidora. (M1C).*

Los informantes indican que es fácil encontrar lo que buscan en la artesanía, pero en muchos casos van con una idea clara del producto que quieren adquirir pero no lo encuentran. Este factor lejos de ser un condicionante es una virtud que destacan de la artesanía, ya que protegen a la artesanía alegando que existe bastante variedad de un mismo producto y en vez de no comprar, siempre se encuentra una alternativa satisfactoria. Otro aspecto distintivo a consumir productos artesanos se afianza con el trato recibido y por la posibilidad de conocer el proceso productivo del mismo de la mano de quien lo fabrica íntegramente.

*(...) polo xeral son sempre moi majos e ademáis sempre ten ese plus de que che explica o orixe do produto e que o coñece moi ben, e incluso todas as recomendacións que che poidan dar. E préstase ver a historia que hai detrás do produto. (H3C).*

Cuando se compra un producto siempre hay unas cualidades distintivas a la hora de consumir. En este caso es importante atender a cuáles son esas condiciones para las personas que no son asiduas a la compra de productos artesanales, para así, en un futuro poder comparar un producto con otro,

Lo que lleva a un comprador convencional, por así decirlo, a adquirir productos industriales es la comodidad que a ellos le supone a la hora de encontrar el producto, que está fuertemente vinculado a la rapidez de la compra. Poder acceder a una tienda y encontrar lo que se busca a un precio asequible para el consumidor y hacerlo de forma rápida son aspectos claves a la hora de optar por otro tipo de compra u otra. Simplemente cambian de establecimiento ante la imposibilidad de conseguir un artículo afín a ellos, pero las alternativas siempre son comercios de las mismas características o la compra online del bien. García (1998) explica esta rutina de consumo en base al consumo de masas, dónde se normalizaron

conductas de compra en la sociedad como lugares físicos específicos (generalmente centros comerciales) apelando al factor tiempo, compras más rápidas y cómodas.

*Eu polo xeral a grandes superficies que tes todo a man e a parte da carteira pois incluso compras un pantalón, compras unha chaqueta, compras unha camiseta e fas todo no día. O que comentaba antes o compañeiro do tempo tamén. (H4NC).*

### 2.3 COMPARACIÓN DE PRODUCTOS INDUSTRIALES Y ARTESANOS.

Al hablar de productos artesanos es indispensable relacionarlos y compararlos con los productos industriales, ya que en base a la definición aportada por la muestra escogida, son bienes totalmente opuestos tanto en materias primas como en el proceso de fabricación.

Los artesanos y artesanas indican que los productos que fabrican disienten de los industriales principalmente en la elaboración de los mismos por medio de materias primas naturales, la exclusividad, la garantía y el detalle de un producto realizado a mano. La posibilidad de poder personalizar el bien es un factor determinante ya que cada vez más la población busca la diferencia y la originalidad en un producto. Este aspecto ya era representativo en la antigüedad, Gaviria (2013) indicaba que ante la pérdida del apogeo del sector artesanal con la I Revolución Industrial, sólo las altas clases retomaron la artesanía por su belleza y diseño, ya que ese detalle no se encontraba en los productos fabricados en serie.

*Pois eu a diferenza que vexo e, xa comenzando polo envase, pola parte de fora pois os xabóns que vemos no súper ou nun centro comercial ou onde sexa, pois a maioría o empaquetado xa ven en plástico ou materiais que non son bos para o planeta. Despois no tema da materia prima, para elaboralo, por exemplo, eu utilizo aceites vexetais puros 100% naturais e os xabóns industriais aínda que na etiqueta nos poña que o levan non o levan en tan alta cantidade, despois levan un montón de aditivos, un montón de conservantes, despois perfumes aromáticos para darlle esas olores tan fortes (...) E máis que nada por iso, a materia prima que despois en si, a larga de usalos pois nótase na nosa pel. (EP02).*

Los clientes de la artesanía hacen hincapié en la calidad del producto, y en la posibilidad que tienen estos objetos de tener una larga vida, ya que en el caso de tener algún problema o desgaste del producto la mayoría de los artesanos pueden arreglarlo y la pieza sigue siendo útil. Este razonamiento es relacionado con un consumo sostenible ya que se generan menos residuos. La Escuela Europea de Dirección y Empresas (EUDE) ya advierte que el consumo está cambiando hacia hábitos más sociales y simpatizantes con el planeta.

*Sí, eu eso un pouco tamén, e logo no que falabas da durabilidade sí que creo que por exemplo si... un artesán se tes un problema coa peza arréglacha, en cambio ti se vas a un gran almacén ou o que sea pois vanche decir... nada, rompeu, xa está. En cambio un artesano sí que pode mirar de arreglarcho. (M2C).*

En cuanto a los compradores no habituales, indican que han consumido muy esporádicamente los productos y que en cuestión de calidad no tienen rival en comparación con los industriales, no obstante se quedan con estos últimos por la facilidad de encontrarlos más cómodamente o de forma rápida, y por tener un precio mucho inferior a los artesanos. Una opinión generalizada es que los productos artesanos tienen un precio muy elevado.

*Se poñemos todo en igualdade de condicións, como diversidade de produtos, mesmo precio... que sea todo igual pero un artesanal e outro fabricado en serie, pois eu optaría sempre polo artesanal. Pero eso é unha utopía asique... (H2NC).*

### 3 PUBLICIDAD Y MARKETING

A través del tercer bloque temático se expondrán los medios que utilizan los artesanos y la fundación Artesanía de Galicia para publicitarse y darse a conocer.

#### 3.1 TÉCNICAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING

La Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE) indica que los consumidores están conectados a la era digital mostrando por diferentes vías sus adquisiciones. La publicidad en la actualidad es sin duda una herramienta imprescindible para darse a conocer a la sociedad. Hay muchas formas de publicitarse y diversidad de público al que llegar pero hay que saber cómo hacerlo. Los artesanos y artesanas estudiados trabajan con internet para mostrar sus productos y su dinámica de trabajo por medio de páginas webs y redes sociales. Las redes sociales por excelencia son Facebook e Instagram, aunque también se publicitan en Behance. Los más empeñados en darse a conocer asisten a ferias donde el cliente puede tocar el producto y conocer el proceso de elaboración.

*As redes sociais se non foran por elas, hoxe en día nin eu nin a maioría de moitos artesáns poderían vivir do que fabrican, porque hoxe en día unha rede social é un escaparate para todo o mundo. O que antes che costaba a ti montar unha tenda e poñer no teu expositor un produto que a xente pasara, que o vira, chegar a él... hoxe en día ti estás entrando en calquer punto do mundo de maneira gratuíta expoñendo o teu produto. As redes sociais como son Instagram, Facebook... o que teñen moi importante e ter un comercio electrónico, é dicir, un sitio onde ti enseñas os teus produtos, xa dunha forma cunha ficha técnica, de que é o que vendes, de onde ven, cun precio... o que ven sendo unha páxina web. Entón hoxe en día unha páxina web que teña un bo posicionamento, que sexa competitiva... no meu caso o 70% das vendas son a través da páxina web. (EP03).*

Parece que los métodos utilizados por los artesanos tienen frutos en la población, pues las redes sociales y las ferias son los escaparates dónde más publicidad artesana se percibe, alegando que en todo caso no es mucha la divulgación y menos para competir con las grandes industrias. Hay informantes que dicen que sí que ven un repunte en este tipo de

información, pero otros indican que sigue viendo el mismo formato de publicitarse que hace años, por lo que de querer funcionar en el mercado debería promocionarse más.

*Bueno, as cookies son moi malas. Neste caso eu, Instagram sobretudo métenche publicidade a tope, como mires algún producto artesanal despois... pero bueno, creo que lle fai falta máis visibilidade a estos pequenos comercios de artesanía ou... o pequeno comercio, pequena tenda de pobo... darlle moita máis visibilidade a todo en xeral. Para que a xente vaia comprar máis e ao final estás lle axudando o teu veciño, ao teu familiar que vive deso, e non a grandes comercios ou grandes tendas que ao final o que fan é explotar. (H3NC).*

El producto gallego de por sí, por su tradición, tiene una muy buena publicidad, pero también es necesario presentarlo como se merece y vincular los productos tradicionales que son los que más ventas reciben, con las modernidades y la innovación de los tiempos que corren. La fundación Artesanía de Galicia vela por la promoción del producto tanto en la comunidad como fuera de ella. Para hacerlo, los métodos que utiliza radican en seguir una línea de actuación constante en el tiempo para recoger resultados buenos a largo plazo. Están muy centrados en asistir a ferias profesionales, lo que les capacita vender un conjunto de productos de diferentes características y de diferentes áreas de la artesanía. A mayores también realizan Pop Ups, Córnes y otras técnicas actuales de promoción

*Seguimos con el tema de las ferias, hacemos también un Pop Up en Madrid durante días, este es el cuarto año que lo hacemos, y ¿por qué lo seguimos haciendo? Porque empezamos el primer año, vimos que el reporte fue bueno y entonces cada año lo seguimos haciendo. Ahí metemos no solo artesanía, sino también pequeñas empresas de alimentación. (...) Para mí lo más importante era quitarlo del tema tenderete y poner la artesanía de Galicia presentada con calidad, bien presentado y con una imagen conjunta. (EP01).*

## 4 LA ARTESANÍA DE HOY, SU FUTURO Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.

Por último, para terminar el análisis por bloques temáticos, se presentará en este apartado los aspectos distintivos de la artesanía en la actualidad, se proyectará su futuro en base a las declaraciones de los informantes y se plasmarán diferentes plantamientos para su expansión.

### 4.1 LA ARTESANÍA DEL PRESENTE.

La artesanía en la actualidad se constituye por un sector que se ha rejuvenecido mucho y que los artesanos que la trabajan están muy preparados en el producto que realizan, ya que muchos supieron adaptar su formación, que por lo general es alta, a un vacío en el mercado en el que vieron que era rentable y en los que se podrían realizar como profesionales.

*(...) Que hay una renovación total del sector, desde el año 2014 la gente que se está inscribiendo en Artesanía de Galicia, y no solo en Artesanía de Galicia, es algo general, es un sector en alza, lo tengo clarísimo. (...) La introducción de gente con otro tipo de formación que*

*ha optado por este camino. Algunos casos la crisis les obligó, a lo mejor mucha de esa gente se quedó sin trabajo entonces se reformó y se recicló. Pero hay otro tipo de gente que a lo mejor, ingenieros, arquitectos... que por una razón u otra a lo mejor tenían trabajos, muy buenos trabajos, pero que no le satisfacían y vieron que había un hueco en artesanía y se metieron y bueno, la verdad es que es cada vez más la gente joven que se está introduciendo en la artesanía, pero no es a nivel gallego, es a nivel general, a nivel mundial. (EP01).*

Como puntos fuertes destacan que existe una moda que impulsa al sector en la comercialización de los productos. Una moda que viene dada por un cambio en la mentalidad de la sociedad en relación a consumir de forma más sostenible y controlada. Alonso, Rodríguez y Rojo (2014) referencian que de la mano del nacimiento de grupos activistas se ha visualizado en la sociedad la necesidad de cuidar el medio, por lo que cada vez son más las personas que se vuelcan en hábitos más tolerantes. La teoría no refleja que este pensamiento sea causado por una moda, pero es indiscutible que las corrientes se expanden, algunas de forma permanente y otras con una duración determinada. Rivas y Esteban (2004) apuntan la emergencia de un subgrupo entre los consumidores, acentuado entre la población joven hacia un consumo más sostenible. De igual modo, los informantes hacen alusión una vez más a la posibilidad de personalizar un producto y que este sea único, lo que hace que las grandes industrias no puedan competir con ellos en ese aspecto.

*Eu creo que todo ten una parte de moda, igual había como unha necesidade dun consumo e dunha produción diferente e aprobeitouse coma ese oco no mercado. (M1C).*

Como puntos débiles se referencia la desvalorización del trabajo, no se aprecia todo el proceso productivo que lleva confeccionar un producto que es lo que hace que se incremente el precio final. Por último se atañe a la imposibilidad de competir con un mercado capitalista.

*Despois os contras pois... igual que hai moita xente que por exemplo non sabe o tempo que leva facer unha peza, o traballo que dá...entonces po si non valoran realmente o que é o produto e veno máis caro pero bueno... pouco a pouco iranse concienciando. (EP02)*

*(...) los débiles serían la imposibilidad de competir en el mercado. (EP04)*

## 4.2 EL FUTURO DE LA ARTESANÍA.

Si pesamos en un futuro, Artesanía de Galicia tiene claro que se trata de una profesión futurible y que cada vez es más palpable en la sociedad ante el cambio de conciencia con el medio. Todos los artesanos y artesanas entrevistadas reconocen que se ven trabajando en este sector el resto de su vida porque es una profesión que da beneficios económicos para vivir bien, siempre y cuando el negocio sea realista y se sepa vender bien en el pequeño comercio, ya que los profesionales apuntan a que el futuro es proteger el comercio local. En el informe realizado por la Oficina Española de Patentes y Marcas y Fundesarte (2016) se

evidencia la necesidad de la artesanía en base a que es un oficio que se ha sabido adaptar a la actualidad sin perder la esencia que la identifica y distingue del resto de profesiones, a la par de su ingreso monetario tanto en contratación de empleados como en su contribución al PIB.

*La tendencia está clara que va a ser proteger lo local, cuidar el entorno, lo sostenible, lo duradero, el plástico 0... en todos esos valores entra la artesanía perfectamente. La artesanía es una profesión de futuro, lo tengo clarísimo. (...) Hay una tendencia de mucha gente preparada, que ha estudiado, que han trabajado fuera de España, fuera de Galicia, y muchos vuelven al rural por propia iniciativa y eso en el mundo de la artesanía también pasa. (EP01).*

*Pues me veo en mi taller trabajando en colecciones exclusivas y en un mercado online. Es una profesión de futuro para un pequeño mercado y se debe trabajar en consecuencia. (EP04).*

Los consumidores artesanos indican que en un futuro puede que exista más gente que compagine un trabajo convencional con la fabricación de estos bienes. La versión más negativa la encontramos en los clientes que no consumen artesanía ya que haciendo alusión a que el auge viene precedido de una moda, esta decaerá como todas las otras. Hacen hincapié de igual forma a la dependencia que tiene el sector por parte de la Administración, ya que sin su ayuda la artesanía solo se mantendrá, pero no se extrapolará a más público ni será rentable como forma de vida. En el informe *Claves estratégicas para la promoción de la PYME Artesana* (DGPYME, 2006), se referencia que los analistas económicos no la incluyen dentro de los sectores productivos, lo que es un contratiempo en su previsión de futuro, aunque ven la necesidad de impulsarla por las características que una empresa artesana posee.

*Eu creo que vai decaer, máis que nada polas razón polo que a xente os compra. Porque se de cada 10 persoas que compran produtos artesanais, baixo a miña perspectiva, 8 cómpranos porque está de moda facer eso e non porque teñen relamente unha concienciación social. (H2NC).*

### **4.3 MEDIDAS PARA IMPULSAR LA ARTESANÍA.**

En todo caso de que sea o no una profesión de futuro, los que se dedican a ella ya sea elaborando los productos o gestionando su promoción y protección tienen claro que es necesario realizar cambios para que finalmente sí se constituya como una profesión que pueda competir económicamente con otros sectores. En el año 2019 se celebró el *Crafting Europe*, donde se delimitaron medidas de actuación de cara a este año para protegerla e impulsarla, por lo que ya existe una concienciación en favor de ella.

Por parte de los artesanos y artesanas ven necesario un impulso a la profesión a través de empresas, además de facilitar la creación de organizaciones orientadas al ámbito. Se debería promocionar la artesanía de la mano de la cultura y aprovechar el turismo, como actividad

pionera de nuestro país, para llegar a otros países sin necesidad de desplazarse. Es importante también que se exponga todo el proceso productivo para que se tome en valor el trabajo hecho a mano y enseñar el proceso ya desde niños, para que no se pierdan las labores tradicionales.

*(...) Crear trabajos colectivos relacionados con la cultura de la zona y crear ferias autonómicas en las temporadas de afluencia de mercado extranjero y nuevos conceptos de venta. (EP04).*

*Facilidades en todas las empresas, asociaciones de artesanos, incentivando, moviendo... (EG01).*

Estos dos últimos aspectos Artesanía de Galicia los tiene claros, y ven que en el futuro se tienen que desarrollar políticas para que evolucione. Se debe seguir trabajando en los talleres abiertos a las familias para que todos puedan ver cómo se elaboran los productos sin procesos industriales, y continuar con proyectos transversales colaborando en equipo y conjunto, no individualmente.

*Nos gusta hacer muchos talleres abiertos (...) ahora se llaman talleres abiertos ás familias. Para que puedan ir el niño, el padre, el abuelo... y eso tiene un objetivo, y no es que el niño se divierta, es que el niño empieza a ver cosas desde pequeño y empieza a valorar lo es la artesanía. Eso para nosotros es muy importante. Después te das cuenta de que hay familias que siguen los talleres. Después tenemos muchos proyectos transversales, lo tengo clarísimo, hay que trabajar en conjunto. (...) Tenemos ejemplos de gente que ha dejado todo lo que hacía y se ha especializado. A nosotros nos interesa porque vemos que es un campo enorme. (EP 01).*

#### 4. ANÁLISIS DAFO-CAME

A continuación, para cerrar el capítulo de análisis de resultados, se expondrán unas líneas explicativas en cuanto a la configuración del DAFO-CAME. Para realizarlo, se presentan las ideas claves desarrolladas a lo largo del estudio, con la finalidad de exponer la situación actual de la artesanía, y diseñar futuras líneas de actuación que garanticen su futuro.

Es conveniente recordar que el análisis DAFO-CAME se desarrolla principalmente en dos categorías, un análisis interno y uno externo. Comenzando con el análisis interno, este se conforma a partir de debilidades y fortalezas. Con la complementación del análisis CAME cada debilidad se intenta corregir y las fortalezas se pretenden mantener.

Las principales debilidades que se encuentran en la artesanía son: el largo proceso productivo para confeccionar un producto, lo que conlleva que el precio del bien sea considerado alto, o muy alto. Se aprecia una gran dificultad económica por parte de los profesionales para

desempeñar el oficio a tiempo completo, ya que los inicios son precarios y la formación es escasa. Otro aspecto que condiciona la actividad es la necesidad de que el artesano esté presente en la fabricación de todos los procesos que modelan en producto. Ante estas flaquezas, se propone corregirlas por medio de la formación eficiente de empleados competitivos en los que poder delegar el trabajo artesano y la creación de asociaciones comunes financiadas por artesanos miembros de las mismas para la fluidez de formación a nuevos artesanos, y del mismo modo poder ayudarles económicamente para que el sector crezca. En definitiva se propone más trabajo en equipo y menos individualismo.

Analizando las fortalezas, estas destacan por el gran compromiso que tienen los artesanos con la profesión, que intentan mejorar siempre sus productos y sorprender al consumidor sin perder de vista la esencia natural de las materias primas que utilizan e intentando ser lo más sostenibles posibles. Trabajar de forma rudimentaria supone que las herramientas de trabajo sean económicas. Del mismo modo, trabajar tantas horas en un solo producto facilita la exposición de las ventajas del mismo, tanto en su confección, en su arreglo ante posibles problemas como en su personalización. Las fortalezas entonces se deben mantener, pero al mismo tiempo mejorar. Lo que se propone es establecer y cumplir objetivos para seguir mejorando el producto y mismo incluir nuevos materiales en la confección de los mismos por medio del reciclaje, resaltando así la sostenibilidad de los bienes artesanos. Por último, como al cliente le gusta la personalización y el detalle de la pieza, se deben exponer todas las posibilidades que dé de sí el producto, aunque eso signifique realizar piezas sin ser bajo pedido. Es escenario ideal para promocionarlos serán los talleres formativos, ya que de este modo de expondrá el proceso productivo y ayudará a la expansión de la profesión.

Abordando a continuación el análisis externo, el DAFO se configura en base a amenazas y oportunidades. El CAME por su parte está elaborado para afrontar esas amenazas y explotar las oportunidades que se presentan en el sector artesanal.

Refiriéndose en un principio a las amenazas que tiene la artesanía, principalmente son: la gran interiorización social que tienen los grandes almacenes y centros comerciales, los cuales posibilitan el consumismo de productos industriales. Aun así, también se aprecia un intrusismo en las mismas ferias artesanales en cuanto a productos que no son realmente artesanos, ni que están realizados con materias primas naturales o sostenibles. Ante la convicción de que el cambio del consumo hacia pautas más tolerantes con el planeta es una moda pasajera muchos consumidores no comprarán los productos artesanos por dos motivos: o bien porque no les interesa seguir modas, o bien porque no confían en la artesanía derivado del intrusismo citado anteriormente. De todos modos nunca se podrá competir con otros sectores industrializados, principalmente por un escaso apoyo de la Administración, y

por la poca información disponible para la formación del artesano por parte de cursos o formación complementaria pública.

Para afrontar esas amenazas se propone publicitar la artesanía como tolerante con del medio ambiente, con el fin de rentabilizar al máximo la moda que se expuso anteriormente, ya que en el caso de ser un hecho pasajero es conveniente intentar habituar a la población a ese modo de consumo para que, aunque en menor medida, sigan teniendo en cuenta la artesanía en sus compras. Con el fin de acabar con el intrusismo laboral, se deberían establecer unos requisitos mínimos para asistir a ferias y eventos patrocinadores del sector, codificando cada pieza realizada con una etiqueta acorde a su composición y marca. En cuanto a que el sector artesanal no es competitivo con otros sectores, lo importante es no querer emularlos, sino centrarse en la artesanía exclusivamente y avanzar en ella.

Por último se centrará el análisis de las oportunidades. Principalmente destaca como coyuntura el auge del mercado local y de proximidad que está experimentando la sociedad, motivado por los cambios en los hábitos de consumo. La existencia de fundaciones que velan por la prosperidad del factor y ya por último, las nuevas tecnologías de la comunicación así como eventos promocionales.

Con el fin de explotar todas esas oportunidades, se propone mediante el CAME ubicar las tiendas artesanas en torno a barrios y núcleos de población pequeña para ayudar a ese crecimiento del mercado local, en el que las características de la artesanía encajan a la perfección. La inscripción en el registro de artesanos de Artesanía de Galicia debe ser tarea obligatoria para el crecimiento del sector, para así poder contabilizar todos los profesionales artesanos de forma real, a la par que posibilitar el aumento de ayudas y subvenciones por parte de la misma. Por último, incidir una vez más en la publicidad: mantener las técnicas publicitadas hasta la actualidad e informarse de nuevos proyectos donde estar presentes de cara a la visibilidad de a la sociedad.

Por último se expone la matriz resultante del análisis DAFO-CAME atendiendo a las siguientes figuras.

Figura XVIII: Análisis Interno DAFO-CAME

## ANÁLISIS INTERNO

### DEBILIDADES

1. LARGO PROCESO DE PRODUCCIÓN
2. PRECIO ALTO DE LOS PRODUCTOS
3. IMPOSIBILIDAD ECONÓMICA PARA DEDICARSE A LA ARTESANÍA A TIEMPO COMPLETO
4. NO PODER DELEGAR EL PROCESO PRODUCTIVO
5. POCO FLUJO DE INFORMACIÓN Y FORMACIÓN POR PARTE DE LA COMPETENCIA
6. INICIOS MUY COMPLEJOS

### CORREGIR

- FORMACIÓN DE EMPLEADOS EN TODOS LOS PROCESOS PRODUCTIVOS PARA PODER DELEGAR EL TRABAJO Y SER MÁS RÁPIDO EN LA CREACIÓN DEL ARTÍCULO
- CREAR ASOCIACIONES ESTRUCTURADAS SEGÚN ÁREAS ARTESANALES PARA EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIA Y FORMACIÓN
- CREAR ASOCIACIONES ARTESANALES CON UN FONDO ECONÓMICO APORTADO POR ARTESANOS ESPECIALIZADOS PARA AYUDAR A OTROS ARTESANOS A EMPRENDER Y PODER DEDICAR TODO SU TIEMPO A LA PROFESIÓN ARTESANAL

### FORTALEZAS

1. ARTESANOS COMPROMETIDOS CON LA PROFESIÓN
2. TRABAJADORES CON INTENCIÓN DE MEJORAR SUS PRODUCTOS
3. ARTESANOS CON ESTUDIOS SUPERIORES
4. MATERIAS PRIMAS NATURALES
5. TRABAJO MANUAL
6. ARTESANOS COMPROMETIDOS CON EL MEDIO AMBIENTE
7. ÚTILES DE TRABAJO ASEQUIBLES
8. CAPACIDAD DE ARREGLAR UN PRODUCTO Y AUMENTAR SU VIDA ÚTIL
9. CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
10. BUEN TRATO Y EXPLICACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO AL CLIENTE
11. PERSONALIZACIÓN, EXCLUSIVIDAD Y ORIGINALIDAD

### MANTENER

- PROPONERSE ANUALMENTE UNOS OBJETIVOS PARA MEJORAR EL PRODUCTO ADAPTANDO EL CALENDARIO LABORAL A UNAS HORAS DE FORMACIÓN AL MES
- CONTINUAR ELABORANDO CON MATERIAS PRIMAS EL PRODUCTO E INCLUIR MATERIALES O PIEZAS RECICLADAS
- TALLERES DE FORMACIÓN PARA EXHIBIR EL PROCESO PRODUCTIVO CONTRASTANDO QUE ES TOTALMENTE MANUAL Y DE ESTE MODO INCENTIVAR LA ARTESANÍA
- HACER PRODUCTOS DE MUESTRA CON LOGOTIVOS Y TIPOS DE PERSONALIZACIÓN PARA QUE SE CONOZCAN LAS POSIBILIDADES QUE SE PUEDE REALIZAR EN EL PRODUCTO

Elaboración propia

Figura XIX: Análisis Externo DAFO-CAME.

## ANÁLISIS EXTERNO

### AMENAZAS

1. GRANDES ALMACENES Y CENTROS COMERCIALES
2. PRODUCTOS INDUSTRIALES
3. INTRUSISMO DE PRODUCTOS
4. INTRUSISMO DE MATERIALES
5. FERIAS ARTESANALES DONDE SE INCLUYEN PRODUCTOS NO CATALOGADOS COMO ARTESANOS
6. CONCEBIR EL CAMBIO DE CONSUMO COMO MODA
7. POCAS AYUDAS PARA INICIAR LA EMPRESA
8. Poca información para formarse como artesano
9. IMPOSIBILIDAD DE COMPETENCIA CON OTROS SECTORES

### AFRONTAR

- ORIENTAR LA PUBLICIDAD DE LA ARTESANÍA A CONCIENCIAR EL CONSUMO RESPONSABLE Y LOS PRODUCTOS NATURALES
- LIMITAR LAS FERIAS DE ARTESANÍA A ARTESANOS PROPIAMENTE DICHOS
- INCLUIR EN CADA PRODUCTO UN SELLO DE GARANTÍA DE MATERIA PRIMA, LA REGIÓN DONDE SE PRODUCE Y EL NOMBRE DEL ARTESANO
- RENTABILIZAR LA MODA EN FAVOR DE LA ARTESANÍA PARA QUE CUANDO DESVANEZCA ALGUNOS CONSUMIDORES PERMANEZCAN
- NO CENTRARSE EN COMPETIR CON OTRO SECTOR, SINO EN AVANZAR EN EL YA EXISTENTE

### OPORTUNIDADES

1. AUGE DEL MERCADO LOCAL Y DE PROXIMIDAD
2. FUNDACIÓN ARTESANÍA DE GALICIA
3. CAMBIO EN LA CONCIENCIA SOCIAL A FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE
4. REDES SOCIALES COMO MEDIO DE PUBLICITARSE
5. FERIAS Y TALLERES COMO MEDIO DE PUBLICITARSE
6. NUEVAS FORMAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING

### EXPLOTAR

- UBICAR TIENDAS ARTESANAS EN NÚCLEOS DE POBLACIÓN REDUCIDOS
- INSCRIPCIÓN DE TODOS LOS ARTESANOS EN EL REGISTRO DE ARTESANÍA DE GALICIA PARA ASÍ FORTALECER EL SECTOR ARTESANO
- PUBLICITARSE EN TODAS LAS REDES SOCIALES DE INTERÉS AL PÚBLICO CON MENSAJES FORTALECIENDO LA PRODUCCIÓN HECHA A MANO Y TOTALMENTE NATURAL.
- SORTEOS DEL PRODUCTO ENTRE CONSUMIDORES Y SEGUIDORES DE REDES SOCIALES
- PUBLICITARSE AL PÚBLICO POR MEDIO DE CELEBRIDADES O EMBAJADORES DEL ÁMBITO
- UTILIZAR LAS INNOVADORAS TÉCNICAS DE MARKETING PARA PRESENTAR LOS PRODUCTOS EN FERIAS Y TALLERES, ADEMÁS DE EN ESTABLECIMIENTOS Y EXPOSITORES

Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

---

Para poner punto final a la investigación desarrollada se expondrán a continuación las conclusiones a las que se han llegado. Es necesario recordar cuales son los objetivos planteados al inicio del estudio para así identificar la resolución de los mismos.

El objetivo general del que parte el trabajo radica en: *Estudiar la artesanía de la actualidad en España y Galicia en cuanto a su estructura, su forma de actuación, su público objetivo y su permanencia en el tiempo.* A partir de este, se desglosaron cuatro objetivos específicos:

- Estudiar el oficio del artesano/a en todas sus dimensiones: forma de producción, materias primas que se utilizan, resultado final de producto y forma de comercialización.
- Indagar en la perspectiva que tienen los artesanos y artesanas de su oficio: comienzo en el oficio, aceptación social y futuro de la artesanía.
- Investigar las formas de expansión de la Artesanía en España y en Galicia.
- Conocer las actitudes del consumidor hacia la artesanía, y del mismo modo, investigar nuevas formas de actuación para acercar la artesanía a nuevos compradores.

A continuación, se expone de forma concreta y resumida los hallazgos que se alcanzaron a través de la metodología planteada:

A modo de introducción, la artesanía es una profesión que nace con el ser humano y que facilita su desarrollo en la sociedad. Su evolución está fuertemente condicionada por los cambios sociales que se van desarrollando a lo largo de historia, no obstante, por su naturaleza y por las características de sus bienes, la sociedad la ha sabido mantener en vigencia hasta la actualidad, postulándola incluso como profesión futurible ante los cambios en las pautas del consumo de la población.

Observando el desarrollo de la profesión y centrándola en la actualidad, a grandes rasgos, los artesanos contemporáneos son profesionales competentes y preparados. Haciendo hincapié en el día a día, éstos poseen un especial empeño en velar por la forma de producción artesanal, limitándose incluso a útiles sencillos que retardan la fabricación del producto por el hecho de conservar la naturaleza tradicional y funcional de la profesión. Rechazan el uso de maquinarias modernas en base al acabo final del producto, el cual respetan al máximo, al igual que las materias primas que utilizan, que son siempre materiales naturales que trabajan con sus características para sacarle el mayor beneficio posible sin descuidar la protección del medio ambiente. Impera la estética en el trabajo artesanal, ya que es un aspecto indentificador de los productos manuales. Por último, las nuevas formas de comunicación, así como las plataformas que se crearon en torno a ellas, son útiles de vital importancia a la hora

de comercializar el bien acabado y de darse a conocer. También se siguen utilizando escenarios tradicionales como son ferias o talleres dónde se expone el modo de trabajo de cada profesional.

Al tratarse de un trabajo tan laborioso, los inicios en el mundo de la artesanía son muy complicados, sobre todo si se apela a que el flujo de información y formación en el gremio es muy hermético, y que constituirse como empresa o taller artesano no es económico. Los largos procesos que conlleva familiarizarse con las materias primas y los útiles de trabajo, así como finalizar con un acabado acorde a lo que la pieza se merece hace que los artesanos en una primera estancia no puedan vivir simplemente de la artesanía, aunque con el paso del tiempo, ante la aceptación social de sus bienes lo consiguen. Es por ello que se afirma que el artesano que desempeñe bien la profesión tendrá trabajo todo el tiempo que estime y desee, ya que es un oficio rentable, aunque se ve necesitado de ayudas por parte de entidades públicas. Los artesanos por si mismos, por lo general, no tienen medios para darse a conocer, iniciar sus talleres o comercializar sus productos sin el apoyo de la Administración, la cual debería mejorar las ayudas y subvenciones para que la profesión pueda emerger. A pesar de estos contratiempos, ante cambios por parte de la población hacia la adquisición de productos más tolerantes con el medio, el interés por el comercio de proximidad y el ingenio e inventiva de los artesanos por mejorar día a día, los profesionales tienen claro que la artesanía recuperará el status de antaño.

Haciendo referencia a diferentes formas de expansión del sector artesanal y centrándolo en España y Galicia es necesario destacar varios aspectos. En los últimos años la artesanía en España es una fuente que genera empleo y que, aunque ínfimamente, es representativa en el PIB español. La artesanía está presente tanto en empresas, como en artesanos y empleados afines, en las principales Comunidades Autónomas del país, cuya longevidad oscila entre los 25 y los 50 años. La dificultad de crear un taller artesano o asociaciones artesanales, hace que la mayoría de profesionales se constituyan como autónomos a los ojos de la ley. Ante estas dificultades, la Administración pone a su disposición ayudas, aunque estas son muy desconocidas y poco brillantes en cuanto a su valoración. En Galicia, los principales apoyos que tienen los profesionales del sector provienen de la fundación Artesanía de Galicia, que está financiada por la Xunta de Galicia. En sus datos se aprecia un repunte interesante en cuanto al aumento de la profesión, sobretodo destacando que ese incremento viene precedido por un rejuvenecimiento del sector. Las tareas que desarrolla dicha fundación radican en profesionalizar el oficio para que sea competente a través de cursos o talleres especializados. A mayores, combina diferentes técnicas publicitarias para expandir la imagen de la marca Artesanía de Galicia tanto en la comunidad, en el ámbito nacional y en el extranjero, del que se puede destacar una muy buena gestión en cuanto a

puntos de comercialización y proveedores. Se afirma entonces, que la artesanía en Galicia está presente y es bien valorada, pero se debe seguir trabajando en el propósito.

Analizando a los consumidores, se pone de referencia que la artesanía y sus productos por lo general están muy bien valorados en base a tres características principales: calidad, durabilidad y sostenibilidad. Quienes no la consumen es por mera comodidad y por su precio, aunque reconocen que comparando un producto industrial y uno artesanal, si estos estuviesen en igualdad de condiciones siempre optarían por el artesanal. Se palpa una fuerte preocupación por el medio ambiente que es relacionado con un auge de la artesanía en los últimos años, aunque algunos lo identifican con una moda pasajera que no perdurará en el tiempo. No obstante, una vez más, se indica que la artesanía es afable ante la problemática medioambiental. Apelando a las formas de promoción del sector, la sociedad visualiza los artesanos a través de las redes sociales y las entidades locales que publicitan ferias de artesanía, aún así, esta publicidad es muy residual.

En definitiva, las líneas de actuación en las que se deben seguir trabajando para que la artesanía consiga ser una profesión de futuro, como todos los informantes advierten, es desarrollarse internamente como un equipo en conjunto, facilitando el aprendizaje y posibilitando la emergencia de talleres y empresas artesanas por parte de todos los profesionales. En el ámbito externo, los artesanos se deben centran en explotar los medios de comunicación y técnicas de publicidad y marketing asequibles económicamente, así como, aprovechar las oportunidades que brinda la fundación Artesanía de Galicia. Por último apelando a las nuevas pautas de consumo en la sociedad se debe relacionar la artesanía con la sostenibilidad para así crear un discurso asociativo de ambos.

A grandes rasgos se puede decir que la artesanía después de siglos y siglos de actividad todavía es valorada en la actualidad. Apunta maneras de que su status resurja de la mano de otro condicionante social: el cambio en las conductas de los consumidores ante movimientos sociales veladores del ecologismo, siendo la artesanía una alternativa de consumo más ético. A mayores también resalta el rejuvenecimiento y preparación de los artesanos del siglo XXI, lo que también es un indicador de permanencia en el tiempo. Aún así, la artesanía precisará de un empuje por parte de entidades y administraciones que la ayuden a emerger publicitándola y dotándole la importancia que tiene como preservadora de cultura y sostenibilidad. En todo caso, las previsiones en base a la profesión y al sector son positivas.

En la tabla XIX se resumen las conclusiones encontradas.

**Tabla XIX: Resumen de las conclusiones.**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
<b><i>Estudiar el oficio del artesano/a en todas sus dimensiones: forma de producción, materias primas que se utilizan, resultado final de producto y forma de comercialización.</i></b>	<p>Forma de producción respetando la tradición artesana con herramientas comunes y de poca sofisticación.</p> <p>Materiales y materias primas 100% naturales respetuosas con el medio ambiente.</p> <p>Productos muy enfocados al diseño y a la estética.</p> <p>Uso de diferentes redes sociales (Instagram, Facebook, Behave...) y páginas webs para la promoción de los productos, a la par que ferias y obradores artesanos.</p>
<b><i>Indagar en la perspectiva que tienen los artesanos y artesanas de su oficio: comienzo en el oficio, aceptación social y futuro de la artesanía.</i></b>	<p>Inicios lentos y duros, en muchos casos casi imposibles.</p> <p>Es difícil encontrar reseñas, tutoriales, mentores... que faciliten el aprendizaje.</p> <p>Se estropea mucha materia prima, se pierde dinero, es necesario emplearse en otros ámbitos para hacer frente a las necesidades económicas que tiene la artesanía, fabricación lenta de los primeros productos y desmotivación.</p> <p>Se continúa en el oficio por medio del interés de la sociedad en el producto realizado y en base a que el oficio es reconfortante.</p> <p>Futuro del sector artesano en auge devenido de una nueva apreciación por el trabajo hecho a mano y natural.</p> <p>Futuro de la profesión asegurado ante la fascinación del artesano por el oficio.</p>
<b><i>Investigar las formas de expansión de la Artesanía en España y en Galicia.</i></b>	<p>España:</p> <p>La artesanía está presente en todas las CC.AA, destacando en las principales (Andalucía, Madrid, Cataluña...) por el número de empresas y artesanos y empleados a cargo.</p> <p>Empresas están constituidas como autónomos.</p> <p>Longevidad de entre 25 y 50 años prioritariamente.</p> <p>Subsectores muy desarrollados en comparación a otros muy limitados (destacan los muebles de madera, piezas cerámicas, textil...)</p> <p>Producción tradicional y facturación de menos de 200.000 euros.</p> <p>Ayudas públicas muy limitadas.</p> <p>Galicia:</p> <p>Aumento significativo de la artesanía y rejuvenecimiento del sector.</p> <p>Se incide en la profesionalización del sector por cursos y talleres artesanos.</p> <p>La publicidad es gallega, nacional e internacional por medio de eventos profesionales, puntos de compra y distribuidores extranjeros.</p> <p>Medidas llevadas a cabo para la divulgación y la emergencia del sector en el futuro</p>
<b><i>Conocer las actitudes del consumidor hacia la artesanía, y del mismo modo, investigar nuevas formas de actuación para acercar la artesanía a nuevos compradores.</i></b>	<p>Los consumidores y no consumidores relacionan la artesanía con durabilidad, calidad y sostenibilidad.</p> <p>Consumo de artesanía por valores éticos.</p> <p>No consumo de la artesanía por comodidad y precio.</p> <p>En igualdad de condiciones, el producto escogido sería el artesano.</p> <p>Auge en torno a un consumo más ecológico.</p> <p>Posible relación de consumo sostenible por el factor "moda".</p> <p>Tanto consumidores como no consumidores relacionan a la artesanía con la sostenibilidad</p> <p>Publicidad en RR.SS. y carteles de ferias locales, aunque es publicidad limitada.</p> <p>Líneas de actuación (DAFO-CAME):</p> <p>Interno: necesidad del trabajo en equipo para formación de asociaciones artesanales.</p> <p>Externo: aprovechar las oportunidades de fundaciones como Artesanía de Galicia, así como técnicas innovadoras de publicidad que sean económicas, a la par que centrar el discurso publicitario en favor del medio ambiente.</p>

Elaboración propia.

## DEBILIDADES Y FORTALEZAS DEL ESTUDIO

---

Una vez terminado el estudio, es necesario hacer balance de los aspectos positivos, así como de los negativos del mismo.

Se cree que la investigación se adapta correctamente a la metodología propuesta ya que, ante la falta de tiempo y medios económicos, no ha sido posible configurar una metodología ideal como sería la mixta (una encuesta lo bastante representativa en muestra para delimitar los perfiles de la sociedad en relación al consumo, para más tarde, complementar la información con entrevistas en profundidad a diferentes actores de la profesión). No obstante, con la realización de los dos grupos de discusión desarrollados se ha acercado la percepción de la sociedad en pro, y en contra de la artesanía, aunque se es consciente de que la muestra escogida es inferior a la deseada.

Una fortaleza del trabajo es la recogida de información de todos los actores que confluyen en el sector artesano y a través de perfiles muy diversos. Es necesario en este punto, indicar que se ha conseguido una muestra equitativa en cuanto a la edad en los grupos de discusión, ya que la población joven es el epicentro del cambio que se está desarrollando en la artesanía.

La pregunta de investigación, así como el objetivo general y los desarrollados a partir del mismo han sido abordados a través de la metodología propuesta. Cabe destacar lo complejo que ha sido buscar información relevante y veráz del sector artesano en España, lo que justifica el uso de informes de años pasados. El análisis de la artesanía en Galicia no hubiera sido posible sin toda la información proporcionada por la fundación Artesanía de Galicia.

Otro factor positivo del trabajo, más a nivel personal, fue la posibilidad de poner en práctica técnicas cualitativas desarrolladas durante los años académicos del máster en cuestión, haciendo una síntesis completa del inicio a fin en un periodo de tiempo justo, tanto por el diseño del trabajo en sí, como por ambigüedades personales que no permitieron un desarrollo más completo.

En líneas generales, creo que el estudio connota una investigación equitativa si se hace alusión a los medios que se tenían al alcance para desarrollarla. A pesar de los inconvenientes mencionados, creo que es un estudio del que se puede partir como fundamentación básica para continuar su investigación en un futuro con medios que así lo posibiliten.

## BIBLIOGRAFÍA

---

Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. (2004). Comportamiento del consumidor. Decisiones de estrategia y marketing. *ESIC*: Madrid, pp 103-377.

Alonso, L. E. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, (4) págs.7-50.

Alonso, L. E. (2007). Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada. *Pensar la publicidad*, 1(2), 13-32

Alonso, L. E., Rodríguez, C. J. F., & Rojo, R. I. (2014). Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales acerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (29), 13-38.

Babour R. (2013) *Los grupos de discusión en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Barea. J. (2009). *CNAE. Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Recuperado de: <https://www.cnae.com.es/index.php>

Beck, U., & Rey, J. A. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo Veintiuno.

Bernal, J. J. (2016) Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar): ¿Qué es y cómo usarlo?. Recuperado de: <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>

Borràs Catalá, V. (1998). *El consumo: un análisis sociológico*. Cedecs Editorial, Barcelona.

Bourdieu, P. (1979). *La distinción*. Ed. *Minuit, Paris*.

Bourdieu, P. (1991). (1988): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.

Burgos Andrade, J. J. (2011). *El artesano calificado y sus beneficios en el área de capacitación en la Junta Nacional de Defensa del Artesano* (Bachelor's thesis).

Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J., & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*, (33), 48-69.

CES 700/2001. Dictamen del Comité Económico y Social sobre "Las PYME y la artesanía en Europa" (Dictamen adicional de iniciativa). Bruselas, 30 de mayo del 2001. Recuperado de: [http://www.oficioyarte.org/documentacion/otrasp/informes/Dictamen\\_PYME\\_CES.pdf](http://www.oficioyarte.org/documentacion/otrasp/informes/Dictamen_PYME_CES.pdf)

Constitución Española (1978). Art. N°130.1. Congreso de los diputados. Recuperado de: <https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionCASTELLANO.pdf>

Constitución Española (1978). Art.148.14. Congreso de los diputados. Recuperado de: <https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionCASTELLANO.pdf>

DGPYME (1987): El sector artesano en España: diez años de evolución. Ministerio de Industria y Energía.

DGPYME (2009) El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio Recuperado de: <http://www.ipyme.org/publicaciones/sectorartesano.pdf>

DGPYME (2011), La competitividad del sector artesano en España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Recuperado de: [http://www.ipyme.org/publicaciones/competitividad\\_sectorartesano.pdf](http://www.ipyme.org/publicaciones/competitividad_sectorartesano.pdf)

DGPYME (Febrero 2006). Claves Estratégicas para la Promoción de la PYME Artesana. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Recuperado de: <http://www.ipyme.org/publicaciones/artesania.pdf>

El irresistible encanto de los grupos de ecoconsumo. (2015) *Ministerio para la Transición Ecológica y el reto demográfico*. Recuperado de: <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/encanto-grupos-ecoconsumo.aspx>

Etienne-Nugue, J. (2009). *Háblame de la Artesanía*. UNESCO.

EUDE (11 de septiembre de 2019). *5 tendencias que están cambiando el consumo actual*. Recuperado de: <https://www.eude.es/blog/tendencias-consumo-actual/>

Fernández, E., Avella, L. y Fernández, M. (2006). *Estrategia de producción*. 2ª. Ed. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill.

Flores, C. B. (2009). La producción artesanal. *Visión gerencial*, (1), 37-52.

Fundación EOI (2015), Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas. Recuperado de: <https://static.eoi.es/fundesarte/wp-content/uploads/2015/09/Informe-competitividad-artesano-espana-web.pdf>

García, B. (1998). Nuevos espacios de consumo y exclusión social. En *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid* (Vol. 18, pp. 47-63).

Gaviria, L. S. (2013). Artesanía: Historia, concepto y dinámicas adaptativas a través de la cadena orjoya. *Páginas: Revista académica e institucional de la UCPR*, (94), 1.

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1944). 1994, *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta, Madrid.

Intituto Nacional de Estadística. (2012). *Introducción a la CNO-11*. Recuperado de: [https://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/Introduccion\\_CNO11.V02.pdf](https://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/Introduccion_CNO11.V02.pdf)

Ley 1/1992. Boletín Oficial del Estado. Comunidad Autónoma de Galicia, 11 de Marzo de 1992: Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1992/BOE-A-1992-12035-consolidado.pdf>

Malo González, C. (1996). Artesanías, diseño, calidad y mercado. Recuperado de: [http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1439/1/Artesan%C3%ADas.%20dise%C3%B1o.%20calidad%20y%20mercado\\_%20Claudio%20Malo.pdf](http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1439/1/Artesan%C3%ADas.%20dise%C3%B1o.%20calidad%20y%20mercado_%20Claudio%20Malo.pdf)

Manifiesto por el futuro de la artesanía: Crafting Europe (30 de mayo 2019). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado de: <https://www.eoi.es/es/noticias/33616/manifiesto-por-el-futuro-de-la-artesania-crafting-europe>

Navarro Hoyos, S. (2012). La artesanía como industria cultural: Desafíos y oportunidades. In *Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Bogotá DC, Colombia, SA: Recuperado de <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>*

OEPM y Fundesarte (2016). Cómo proteger a la artesanía. Patentes, marcas y diseños industriales. Recuperado de: [https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos\\_relacionados/Publicaciones/Folletos/Como\\_Proteger\\_la\\_Artesania.pdf](https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/Como_Proteger_la_Artesania.pdf)

Olivera, A. (1975). La artesanía en Madrid. *Estudios Geográficos*, 36(140), 807.

Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Diagnóstico estratégico*. Ediciones Díaz de Santos.

Penacho, J. L. (2000). Evolución histórica de la calidad en el contexto del mundo de la empresa y del trabajo. *Fórum calidad*, 116(00).

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.2 en línea]. <<https://dle.rae.es>> miércoles 16 de octubre de 2019. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=3qgmBVGL>

Ritzer, G., (2001). *Teoría sociológica clásica*. Madrid: McGraw-Hill. Tercera Edición.

Rojas, J. R. (2004). *El mercantilismo*. CISEPA.

Rubio, H., Enrique, N., & Acero Niño, J. (1971). La artesanía a través de la historia en Colombia. Jueves 24 de Octubre de 2019. Recuperado de: <https://repositorio.artesanasdecolombia.com.co/handle/001/445>

Sector secundario (2017-2020). Recuperado de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/sector-secundario/>

Sennett, R., & Galmarini, M. A. (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

Taylor, S.J & Bogdan, R. (1992) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Editorial Paidós. (pág. 20).

Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. Plaza y Valdés.

UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997.

Valles M (2002) *Entrevistas cualitativas. Cuadernos metodológicos N 32*. Madrid: EFCA S.A.

### 1. GUIÓN DE ENTREVISTAS Y GRUPOS DE DISCUSIÓN

#### ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

##### PRESENTACIÓN

Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto de mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.

##### IMPULSO INICIAL

Para ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la artesanía, me gustaría que me dijese ¿Qué es la artesanía? Como la definirías como profesional de ella.

¿Qué es lo que te transmite la artesanía, qué hace que te quieras dedicar a ella?

##### BLOQUE 1: FORMACIÓN

Hablemos ahora de cómo te formaste como artesano/a. Comencemos desde el principio ¿cuáles son tus estudios? Que estudiaste antes de encontrar lo que te gusta hacer de verdad. ¿Orientaste tu futuro profesional desde un principio, o fueron las consecuencias o casualidades las que hicieron que terminaras desempeñando este oficio?

¿Cómo nace la idea y tomas la decisión de dedicarte a este oficio plenamente?

Una vez que decides encaminar tu camino en el mundo de la artesanía, ¿Cómo fueron los inicios? Me refiero al sentido de cómo empiezas a elaborar tus productos. ¿Cuál fue el modo de formación? Seguiste tutoriales, te enseñó alguien a elaborar el producto, seguiste los pasos de algún libro, buscaste inspiración en alguien...

Una vez que comienzas a trabajar en el producto, ¿Cuánto tiempo pasa hasta que haces uno con el que te sientes satisfecho/a?

Supongo que en el camino habría muchas veces en la que querrías “tirar la toalla”, ¿qué es lo que te hizo seguir adelante? ¿Te animó alguien a seguir formándote para perfeccionar la técnica? ¿Crees que ya lo sabes todo o que puedes aprender más de la técnica?

##### BLOQUE 2: LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO

Una vez que ya nos hemos adentrado en la artesanía, y más concretamente en el área a la que te dedicas, me gustaría que me explicases cómo es el procedimiento de trabajo. ¿Cuentas con un taller, empleados a tu cargo, lo haces individualmente...?

En cuanto a las materias primas que utilizas... ¿cómo son?, ¿son naturales, utilizas alguna en concreto o buscas sustitutos?

¿Es fácil de trabajar con dichos materiales? ¿qué facilidad tienes para encontrar la materia prima?

Una vez que cuentas con el material ¿cómo es el proceso productivo? ¿qué herramientas de trabajo utilizas?

¿Cuánto tiempo lleva confeccionar el producto desde que se comienza a trabajar los materiales hasta que está listo para su venta?

¿Habrá tecnologías con las que podrías trabajar más rápido pero las descartas por alguna razón?

¿Cuánta importancia le das a los detalles, a la estética, al resultado final...?

¿A simple vista, cuál es la diferencia que podemos encontrar con el producto que realizas si lo comparamos con un producto elaborado en serie?

##### BLOQUE 3: AYUDAS Y SUBVENCIONES

Sabemos que con los tiempos que corren, cualquier negocio o profesión se ve necesitada de ayudas (ya sean económicas, promocionales, etc.) En relación a esto, ¿conoces algún tipo de ayuda que apoye al sector artesano o a los trabajos manuales específicamente? En el caso de que sí, ¿en qué consisten?

¿Sientes que tu gremio es apoyado como se merece? Aunque no sean ayudas económicas ¿se promociona o se publicita como se merece por parte de instituciones públicas o mismo privadas? ¿Cuáles son las principales carencias que ves?

### **BLOQUE 3: PUBLICIDAD Y MARKETING**

En los tiempos que corren se hace imprescindible la publicidad para que un establecimiento sea conocido. En este sentido, ¿cuáles son tus técnicas o habilidades para darte a conocer actualmente? Utilizas rrss, acudes a ferias... en definitiva ¿dónde te publicitas y cuáles son los medios que usas? Por ejemplo un lenguaje propio y distintivo, una imagen que te represente, una ideología...

¿Cuánto te han ayudado las nuevas tecnologías de la comunicación en tu profesión?

### **BLOQUE 4: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

Refiriéndonos ahora a los clientes y consumidores de tus productos, ¿Cuál sería el perfil de un comprador de tus productos?: ¿cómo los definirías? ¿Qué rasgos son los más distintivos de ellos? En definitiva: ¿Cuándo realizas uno de tus productos, en persona piensas?

### **BLOQUE 5: CIERRE Y DESPEDIDA**

Para ir finalizando la entrevista me gustaría que, después de todo lo hablamos me dieras una breve explicación de cómo te defines como profesional y al mismo tiempo hacer balance de lo que es la artesanía. ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la artesanía en la actualidad? ¿Crees que en los últimos años ha mejorado la imagen de la artesanía en la población, o que se aprecia más el trabajo hecho a mano? De ser así, ¿Por qué lo crees, a qué se debe?

¿Cómo te ves dentro de 10 años? ¿Crees que la artesanía es una profesión de futuro? ¿Por qué?

¿Qué harías tú para impulsar a la artesanía?.

Con esto ya hemos finalizado, muchas gracias por tu aportación al estudio.

## **GRUPO DE DISCUSIÓN CONSUMIDORES HABITUALES**

### **PRESENTACIÓN**

Hola, soy Lucía Vázquez Castro, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, por lo que es importante vuestra opinión como consumidores de productos artesanos.

Todos vuestros comentarios van a ser de gran utilidad para mi trabajo. Por favor no penséis que hay opiniones o comentarios buenos o malos, todos son importantes y todo lo que no digáis se pierde, así que todo lo que se os pase por la cabeza es bienvenido, se trata de que habléis vosotros. Ahora os tengo que pedir permiso para grabar el grupo, ¿me dais vuestro consentimiento?

### **IMPULSO INICIAL**

Si os parece bien empezamos con una ronda rápida dónde habléis todos para que me digáis ¿Qué es la artesanía, como la definiríais? ¿Qué es lo que tienen los productos realizados a mano para que los compréis habitualmente?

### **BLOQUE 1: EXPERIENCIA**

Nos centraremos ahora en vuestra experiencia como consumidores de productos artesanos. No sé si recordáis la primera vez que comprasteis un producto artesano, o en su defecto cuando comenzasteis a consumir la artesanía de forma regular. Me interesa indagar si es un hábito de siempre porque ya familiares desde pequeños os lo inculcaron, si hay un momento en concreto dónde comenzáis a interesaros más por estos productos. De ser así, ¿a qué se debe?

Independientemente de cuándo comenzasteis a consumir artesanía, ¿cómo es la experiencia de adquirir un producto artesano? En este caso me refiero a si es fácil encontrar lo que se busca en la artesanía. Si es accesible, ya que aunque parece que cada vez hay más comercios con productos realizados a mano tampoco son las tiendas más comunes de encontrar.

En muchas ocasiones no todos los profesionales, y más cuando se tratan de artesanos, poseen una tienda física dónde acudir a comprar los productos. ¿Soléis encontrar más artesanía en internet o a pie de calle (ya sea en comercios, ferias...)? ¿Y cómo os gusta más comprar artesanía, de forma online o físicamente?

En relación al trato recibido por artesanos y artesanas ¿Cómo lo calificaríais? ¿Es un trato cercano, de confianza, resolutorio ante las dudas, con comodidades ante la compra y posible devolución...?

## **BLOQUE 2: PUBLICIDAD**

En el mundo en el que vivimos la publicidad es un aspecto clave para dar a conocer un producto o establecimiento. Pensando en general ¿soléis ver anuncios publicitarios o publicidad en general (ya sea un cartel, un post en internet...) sobre productos realizados a mano? ¿En qué plataformas soléis ver más publicidad de estos productos? De ser en las rrss, ¿en cuáles se publicitan más?

En general cuándo véis un anuncio publicitario ¿en qué os fijáis?

Y en general, la tienda o artesano de confianza dónde hacéis las compras... ¿tiene alguna forma en concreto de publicitarse?

## **BLOQUE 3: COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES**

Hablar de artesanía nos lleva indiscutiblemente a hablar de productos fabricados en serie que son por así decirlo, los opuestos. Si hacemos una comparación entre ambos... ¿cuáles son las principales diferencias que encontraréis entre ellos? Centrándonos en la facilidad de encontrar el producto (tanto para contactar con el vendedor como para conseguir el producto a comprar), la calidad del mismo, la atención recibida, el precio, las facilidades a la hora de devolver o cambiar un producto, la concienciación con el medio....

Por lo general siempre se tiene la convicción de que los productos ecológicos o hechos a mano son más caros que los industriales... ¿Tenéis esa percepción? En el caso de ser así, ¿Qué es lo que apreciáis de un producto artesano o hecho a mano para pagar dicha diferencia de precio? ¿Qué destacaríais del producto "hand made" en relación al resto?

## **CIERRE Y DESPEDIDA**

En tiempos pasados los artesanos gozaban de un status que fueron perdiendo con el paso del tiempo al instaurarse la producción industrial, pero en los últimos tiempos parece que se está revaluando: ¿Creéis que existe un auge en la actualidad de la artesanía? En el caso de creáis cierta dicha afirmación ¿a qué creéis que se debe?

Independientemente, ¿cómo os imagináis el futuro de la profesión del artesano?

¿Con qué palabras asociáis a la artesanía? (lo primero que se os venga a la mente)

Pues con esta pregunta finalizamos ya el grupo de discusión, os agradezco mucho vuestras respuestas y vuestro tiempo.

## **GRUPO DE DISCUSIÓN NO CONSUMIDORES**

### **PRESENTACIÓN**

Hola, soy Lucía Vázquez Castro, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión. No sois compradores habituales de los productos artesanales, y vuestra opinión es tan importante como las personas que si los compran, por lo que a lo largo del grupo intentaremos destacar las diferencias entre unos y otros.

Todos vuestros comentarios van a ser de gran utilidad para mi trabajo. Por favor no penséis que hay opiniones o comentarios buenos o malos, todos son importantes y todo lo que no digáis se pierde, así

que todo lo que se os pase por la cabeza es bienvenido, se trata de que habláis vosotros. Ahora os tengo que pedir permiso para grabar el grupo, ¿me dais vuestro consentimiento?

### **IMPULSO INICIAL**

Si os parece bien comenzamos, ¿qué es para vosotros la artesanía? ¿Cómo la definiríais?

### **BLOQUE 1: PREFERENCIAS DE PRODUCTO**

¿Cuándo compráis un producto cuales son las cualidades del mismo en las que más os fijáis? ¿Dónde soléis comprar habitualmente? ¿Estáis satisfechos con esos productos, o en alguna ocasión intentáis buscar alternativas? En el caso de buscarlas... ¿en qué os fijáis y dónde consultáis? (tiendas de barrio, internet...)

### **BLOQUE 2: COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES**

Aunque no sois asiduos a la compra de productos artesanales, ¿los habéis consumido en alguna ocasión? En el caso de que sí, ¿Por qué preferís los no artesanos? ¿Es por una mala atención, baja calidad del producto, comodidad...?

Por lo general siempre se tiene la convicción de que los productos ecológicos o hechos a mano son más caros que los industriales... ¿Tenéis esa percepción? ¿es una cuestión determinante a la hora de escoger una opción u otra? ¿Creéis que la calidad de unos y otros es comparable?

### **BLOQUE 3: PUBLICIDAD**

En el mundo en el que vivimos la publicidad es un aspecto clave para dar a conocer un producto o establecimiento. Pensando en general ¿soléis ver anuncios publicitarios o publicidad en general (ya sea un cartel, anuncios por internet...) sobre productos realizados a mano? En el caso de ser así, ¿En qué plataformas soléis ver más publicidad de estos productos?

¿Creéis que los productos artesanos pueden competir con los industriales a la hora de publicitarse? ¿Cuáles son los aspectos en los que os fijáis en la publicidad de productos?

### **CIERRE Y DESPEDIDA**

En tiempos pasados los artesanos gozaban de un status que fueron perdiendo con el paso del tiempo al instaurarse la producción industrial, pero en los últimos tiempos parece que se está revaluando: ¿Creéis que existe un auge en la actualidad de la artesanía? En el caso de creáis cierta dicha afirmación ¿a qué creéis que se debe? En el caso de que sí, ¿cómo os imagináis el futuro de la profesión del artesano?

Si pensáis en artesanía, ¿qué palabras os vienen a la mente?.

Pues con esta pregunta finalizamos ya el grupo de discusión, os agradezco mucho vuestras respuestas y vuestro tiempo.

## **ENTREVISTA ARTESANÍA DE GALICIA**

Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional de Artesanía de Galicia, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.

### **IMPULSO INICIAL**

En primer lugar, como no hay una definición propia de artesanía o del trabajo artesano por parte de las instituciones y queda a expensas de cada comunidad autónoma, me gustaría saber cómo se define la artesanía desde Artesanía de Galicia. Entonces, ¿qué es la artesanía?

### **FORMACIÓN DE LA FUNDACIÓN**

Ahora me gustaría saber cómo se forma la Fundación Artesanía de Galicia, ¿cómo fue el proceso para la institucionalización? ¿Qué objetivos se perseguían por aquel entonces?

Una vez institucionalizada, ¿Cómo fueron los primeros años? ¿Fueron los artesanos/as los que se ponen en contacto con la fundación, o es la fundación la que busca la promoción de la misma?

¿Qué es lo que supone pertenecer a Artesanía de Galicia? ¿Cuáles son los beneficios y cuáles las obligaciones para pertenecer a ella (subvenciones, formación...)?

¿Qué le diría a un artesano que está comenzando su camino? En qué se tiene que centrar principalmente y cómo se le puede ayudar desde la fundación?

### EVOLUCIÓN DE ARTESANÍA DE GALICIA

¿Cómo es la evolución de la fundación? ¿Fue fácil abrirse camino en el resto del país y en otros? ¿Cuáles son los métodos que utiliza la fundación para promocionarse?

### LA MARCA EN EL EXTERIOR

Cuando se presenta la marca fuera de la región, ¿Cuál es la plataforma más recurrida (ferias, venta de la marca en tiendas...) ¿Qué es lo que más atrae? ¿Qué se pretende vender y cómo se atrae al consumidor? ¿Vender un producto gallego es fácil?

### EL FUTURO DE LA FUNDACIÓN

Las medidas que se están desarrollando (como talleres con niños, premios de distinción...) ¿aseguran el futuro de la profesión? ¿Cuáles son las medidas de actuación a corto y largo plazo desde la fundación?

### EL FUTURO DE LA ARTESANÍA

¿Cómo ve la artesanía en la actualidad?

¿Y en un futuro?

¿En qué se debe trabajar para promocionarla (cuáles son los puntos fuertes para que sobresalga en el mercado)?

Con esto ya hemos terminado, le agradecemos su trato y atención.

## 2. CONJETURAS PREANALÍTICAS: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD Y GRUPOS DE DISCUSIÓN

### ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 01

BLOQUE	SUBBLOQUE	EPÍGRAFES
IMPULSO INICIAL	Definición de artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gente representada en el Rexistro Xeral da Xunta de Artesanía de Galicia</li> <li>El artesano siempre está en todo el proceso productivo</li> </ul>
FORMACIÓN DE LA FUNDACIÓN	Proceso de institucionalización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sector muy potente</li> <li>2003 se crea una fundación de apoyo a la artesanía.</li> </ul>
	Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción</li> <li>Profesionalización del sector</li> <li>Favorecer al pequeño comercio</li> <li>Diferenciar al artesano real del artesano como hobby</li> </ul>
	Significación de pertenecer a la fundación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estatutos y constitución propia para trabajar más ágil</li> <li>Más flexibilidad</li> <li>Colaboración con instituciones, consellerías</li> <li>Proyectos transversales</li> <li>Registro para tener estadísticas</li> </ul>
	Beneficios y obligaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se otorga directamente la marca</li> <li>Facilidad de trabajo</li> <li>Ayudas de la Dirección Xeral de Comercio</li> <li>Posibilidad de vender los productos en el exterior</li> </ul>
	Orientación al artesano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sector en alza</li> </ul>

EVOLUCIÓN DE LA ARTESANÍA DE GALICIA	Evolución de la fundación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gente cada vez más joven</li> <li>• Se tiene claro que trabajan en favor de los artesanos</li> <li>• Se intenta profesionalizar el sector</li> </ul>
	El camino en el exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primeras ferias con mal resultado</li> <li>• Se sigue yendo para mejorar el resultado</li> <li>• Ir a ferias con artesanos empeoraba la imagen</li> <li>• Se opta por ferias profesionales</li> <li>• Los artesanos eligen a donde ir o presentar su producto</li> </ul>
	Métodos de promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se vende el producto tradicional</li> <li>• El precio</li> <li>• Cumplir las condiciones de pedidos</li> </ul>
LA MARCA EN EL EXTERIOR	El producto gallego fuera de Galicia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanía gallega muy bien valorada</li> <li>• Primera comunidad en tener marca de artesanía propia</li> <li>• Política clara de dónde promocionar el producto</li> </ul>
FUTURO DE LA FUNDACIÓN	Medidas en desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La formación es lo más importante</li> <li>• Cursos especializados según las necesidades</li> <li>• Innovación</li> <li>• Atención al cambio</li> <li>• Eventos transversales donde combinar diferentes productos</li> <li>• PopArts</li> <li>• Ferias</li> <li>• Corners</li> </ul>
FUTURO DE LA ARTESANÍA	La artesanía en la actualidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siempre se pueden hacer más cosas</li> <li>• No dejarían de hacer ningún proyecto</li> <li>• Imprescindible conocer el mercado</li> </ul>
	Perfil del cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público de conocimiento</li> <li>• Interés por el proceso productivo</li> <li>• Gente muy especializada</li> </ul>
	La artesanía en el futuro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene muchísimo futuro</li> <li>• El futuro es proteger el comercio local</li> <li>• La sostenibilidad</li> <li>• Perfil cada vez más joven</li> <li>• Vuelta al rural</li> </ul>
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres abiertos a la familia</li> <li>• Proyectos transversales</li> <li>• Trabajo en conjunto</li> </ul>

Elaboración propia

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 02

BLOQUE	SUBBLOQUE	EPÍGRAFES
IMPULSO INICIAL	Definición de artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformación de un material en un producto.</li> </ul>
FORMACIÓN	Atractivo de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belleza del trabajo hecho a mano</li> </ul>
	Currículo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo Superior de Carpintería ( A Coruña)</li> </ul>
	Orientación a la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casualidad</li> </ul>
	Decisión de la profesión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco a poco según se perfecciona la técnica</li> <li>• Interés del público por el producto</li> </ul>
	Aprendizaje de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos</li> <li>• Internet</li> <li>• Mentores</li> <li>• Experimentando</li> </ul>
	Los inicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lentos</li> </ul>
	Tiempo de perfeccionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 años</li> </ul>
	Apoyos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo social</li> <li>• Clientes</li> </ul>
	Evaluación de la habilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir formándose</li> </ul>

<i>ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO</i>	Forma de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequeño taller</li> <li>• Trabajo individual</li> </ul>
	Naturaleza de materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos solo naturales</li> </ul>
	Facilidad de adquirir materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es necesario adquirir por internet</li> </ul>
	Facilidad de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil</li> </ul>
	Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente manual</li> </ul>
	Herramientas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moldes naturales</li> <li>• Cuchillo</li> </ul>
	Tiempo de confección del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-40 días</li> </ul>
	Tecnologías de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
	Descarte de nuevas tecnologías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No</li> </ul>
	Importancia de la estética	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucho</li> </ul>
	Diferencias entre otros productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envase sin plásticos</li> <li>• Materiales 100% naturales</li> </ul>
	<i>AYUDAS Y SUBVENCIONES</i>	Conocimiento de ayudas y subvenciones
Apoyo al sector		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más promoción</li> </ul>
<i>PUBLICIDAD Y MARKETING</i>	Medios publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias</li> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> </ul>
	Técnicas de publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de talleres para ver el proceso productivo</li> <li>• Concienciación de plástico 0</li> <li>• Cuidar planeta</li> </ul>
	Evaluación de nuevas tecnologías de la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucho para llegar a más gente fuera del ámbito.</li> </ul>
<i>CLIENTES Y CONSUMIDORES</i>	Perfil de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gente que le guste la vida natural</li> <li>• Gente con la costumbre del producto</li> </ul>
<i>CIERRE Y DESPEDIDA</i>	Autoevaluación del profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfeccionista</li> </ul>
	Aspectos fuertes de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moda de lo hecho a mano</li> </ul>
	Aspectos débiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desvalorización del trabajo</li> </ul>
	Auge de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
	Motivos del auge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Más artesanos</li> </ul>
	Prospectiva de futuro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir con el mismo oficio</li> </ul>
	La artesanía como profesión futurible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
	Motivos del futuro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se valora lo hecho a mano</li> </ul>
	Impulso de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseñar a los niños el oficio</li> </ul>
	Elaboración propia	

## ENTREVISTA GRUPAL 01

<i>BLOQUE</i>	<i>SUBBLOQUE</i>	<i>EPÍGRAFES</i>
<i>IMPULSO INICIAL</i>	Definición de artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo o hobby dependiendo de las condiciones</li> <li>• Forma de seguir la tradición</li> </ul>
<i>FORMACIÓN</i>	Atractivo de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción</li> </ul>
	Currículo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen una profesión complementaria</li> </ul>
	Orientación a la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amistades</li> </ul>
	Decisión de la profesión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganar dinero</li> </ul>
	Aprendizaje de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autodidactas</li> <li>• Libros</li> </ul>
	Los inicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lentos por no tener tiempo</li> </ul>
	Tiempo de perfeccionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 meses</li> </ul>
	Apoyos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés y actitud</li> </ul>
<i>ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO</i>	Evaluación de la habilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir formándose</li> </ul>
	Forma de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complementación de ambos</li> </ul>
	Naturaleza de materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piel 100% natural</li> </ul>
	Facilidad de adquirir materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, cercanía</li> </ul>
	Facilidad de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
	Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrón</li> <li>• Corte</li> <li>• Repujado</li> <li>• Cosido</li> <li>• ...</li> </ul>
	Herramientas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Files</li> <li>• Buriles</li> <li>• Cuchillos de piel</li> <li>• Medialuna</li> <li>• Cúter</li> <li>• Hilo</li> <li>• Reglas</li> <li>• Agujas</li> <li>• ...</li> </ul>

	Tiempo de confección del producto	• 3-4 días
	Tecnologías de apoyo	• Sí
	Descarte de nuevas tecnologías	• Sí, deja de ser artesanal
	Importancia de la estética	• Mucho
	Diferencias entre otros productos	• Exclusividad
		• Detalle
		• Garantía
		• Personalización
AYUDAS Y SUBVENCIONES	Conocimiento de ayudas y subvenciones	• --
	Apoyo al sector	• --
PUBLICIDAD Y MARKETING	Medios publicitarios	• Boca a boca
		• Facebook
	Técnicas de publicidad	• Marca de agua de las fotos
	Evaluación de nuevas tecnologías de la comunicación	• Conocimiento del producto fuera de la región
CLIENTES Y CONSUMIDORES	Perfil de los consumidores	• Chico 20-40 años
		• Gente de la contorna
CIERRE Y DESPEDIDA	Autoevaluación del profesional	• Exclusiva
		• Sin tiempo
		• Preocupada por el negocio
	Aspectos fuertes de la artesanía	• Personalizado
	Aspectos débiles	• --
	Auge de la artesanía	• Sí
	Motivos del auge	• El usar y tirar no funciona
	Prospectiva de futuro	• De ser posible vivir de la artesanía
	La artesanía como profesión futurible	• No es fácil
	Motivos del futuro	• Personalizado
		• Duración del producto
	Impulso de la artesanía	• Facilidades a empresas
		• Facilidades a asociaciones de artesanos
		• Más promoción
		• Prohibir falsificaciones

Elaboración propia

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 03

BLOQUE	SUBBLOQUE	EPÍGRAFES
IMPULSO INICIAL	Definición de artesanía	• Trabajo realizado con las mínimas máquinas posibles
		• Trabajo realizado a mano
		• Diversidad de materia prima
	Atractivo de la artesanía	• Modo de vida
		• Cariño por el producto
FORMACIÓN	Currículm	• Ciclo Superior de Carpintería ( A Coruña)
	Orientación a la artesanía	• Estudios en madera
		• Hobbie de la música
	Decisión de la profesión	• La crisis
	Aprendizaje de la artesanía	• Conocimientos en música y madera
		• Ensayo-error
		• No hay formación en esta área.
	Los inicios	• Muy difíciles
	Tiempo de perfeccionamiento	• No específica
	Apoyos	• La crisis limitaba la inserción laboral
		• Creer en uno mismo
		• La calidad del producto
ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO	Evaluación de la habilidad	• Seguir formándose
	Forma de trabajo	• Taller
		• Trabajo individual
	Naturaleza de materias primas	• 100% naturales
		• Materiales ecológicos
		• Acabados naturales
	Facilidad de adquirir materias primas	• Las maderas no son habituales
		• Al principio difícil, ahora fácil por contactos.
	Facilidad de trabajo	• Depende del material que quiera el cliente
	Proceso productivo	• Hace toda la transformación de la madera
		• Corta pieles
		• Encola piezas
	Herramientas de trabajo	• Todo lo posible a mano
		• Calibradores
		• Cabinas de barnizado
		• Prensas

		<ul style="list-style-type: none"> <li>Serruchos</li> <li>Trenchas</li> <li>Cepillos</li> <li>...</li> </ul>
	Tiempo de confección del producto	Un mes varios productos diferentes
	Tecnologías de apoyo	Sí
	Descarte de nuevas tecnologías	Sí, ya no sería artesanía
	Importancia de la estética	30% del producto, primordial el sonido
		Muy importante
	Diferencias entre otros productos	Acabado
		Calidad
AYUDAS Y SUBVENCIONES	Conocimiento de ayudas y subvenciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ayudas en márketing</li> <li>Web subvencionada por cámara de comercio y Xunta de Galicia</li> <li>Subvención a los artesanos en Artesanía de Galicia</li> <li>Bonos autónomos</li> <li>Subvención de maquinaria</li> <li>Subvención de viajes para vender en el exterior</li> </ul>
	Apoyo al sector	<ul style="list-style-type: none"> <li>Queda mucho por hacer</li> <li>Hay instituciones que apoyan</li> </ul>
PUBLICIDAD Y MARKETING	Medios publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Página Web</li> </ul>
	Técnicas de publicidad	Compartir todo el trabajo y producto
	Evaluación de nuevas tecnologías de la comunicación	Imprescindibles
CLIENTES Y CONSUMIDORES	Perfil de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gente experta</li> <li>Gente que usa el producto por ocio</li> <li>Asociaciones de música</li> </ul>
CIERRE Y DESPEDIDA	Autoevaluación del profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le gusta su trabajo</li> <li>Perfeccionista</li> <li>Centrado en la calidad del producto</li> </ul>
	Aspectos fuertes de la artesanía	Las grandes industrias no pueden competir con la artesanía
	Aspectos débiles	No está valorado por todos
	Auge de la artesanía	Sí
	Motivos del auge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los artesanos viven de eso</li> <li>Cambio en la percepción del artesano</li> </ul>
	Prospectiva de futuro	Trabajando en lo mismo
	La artesanía como profesión futurible	Sí
	Motivos del futuro	Es 100% rentable
	Impulso de la artesanía	Exponer el proceso productivo al público

Elaboración propia

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 04

	BLOQUE	SUBBLOQUE	EPÍGRAFES
	IMPULSO INICIAL	Definición de artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo manual sobre materiales nobles</li> <li>Transmite estilo</li> </ul>
	FORMACIÓN	Atractivo de la artesanía	Superación y felicidad
		Currículm	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impresionismo y artes gráficas (Pontevedra)</li> <li>Curso de relojería y micromecánica (Vigo)</li> </ul>
		Orientación a la artesanía	Casualidad
		Decisión de la profesión	Apoyo de gente del sector
		Aprendizaje de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mentores</li> <li>Libros</li> <li>Documentos</li> <li>Tutoriales</li> </ul>
		Los inicios	Malos
		Tiempo de perfeccionamiento	Varía mucho
		Apoyos	Confianza en sí mismo
		Evaluación de la habilidad	Seguir formándose
		ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO	Forma de trabajo
	Naturaleza de materias primas		Inorgánicos y orgánicos

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias alternativas</li> <li>• Materiales reciclados</li> </ul>
	Facilidad de adquirir materias primas	• Materias caras
	Facilidad de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se precisa de herramientas especiales según la materia prima.</li> </ul>
	Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martilleado</li> <li>• Reticulados a gran temperatura</li> </ul>
	Herramientas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metal</li> <li>• Segueta</li> <li>• Limas</li> <li>• Buriles</li> <li>• ...</li> </ul>
	Tiempo de confección del producto	• 1-3 días
	Tecnologías de apoyo	• Sí
	Descarte de nuevas tecnologías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaría finura</li> <li>• Cambiaría la estética</li> <li>• Serían acabados iguales</li> </ul>
	Importancia de la estética	• Mucha
	Diferencias entre otros productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acabados diferentes</li> <li>• Personalidad</li> </ul>
AYUDAS Y SUBVENCIONES	Conocimiento de ayudas y subvenciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy pocas para el inicio</li> <li>• Ayudas para quien ya tiene un taller</li> </ul>
	Apoyo al sector	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremio muy abandonado</li> <li>• Escuelas dejadas y desactualizadas</li> </ul>
PUBLICIDAD Y MARKETING	Medios publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca publicidad</li> <li>• Instagram</li> <li>• Behance</li> <li>• Facebook</li> </ul>
	Técnicas de publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideología artesana</li> <li>• Estética naturista combinada con tecnología</li> </ul>
	Evaluación de nuevas tecnologías de la comunicación	• --
CLIENTES Y CONSUMIDORES	Perfil de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20-50 años</li> <li>• Gente alternativa preocupada por la cultura, estética, el medio ambiente y la exclusividad.</li> </ul>
CIERRE Y DESPEDIDA	Autoevaluación del profesional	• Trabajador
	Aspectos fuertes de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinción</li> <li>• Estética alternativa</li> </ul>
	Aspectos débiles	• Imposibilidad de competición en el mercado
	Auge de la artesanía	• Sí
	Motivos del auge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saturación de modas</li> <li>• Pensamiento igual</li> </ul>
	Prospectiva de futuro	• Trabajando en la artesanía
	La artesanía como profesión futurible	• sí
	Motivos del futuro	• Futuro para un pequeño mercado
	Impulso de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas webs de artesanos sin importar tener taller o no</li> <li>• Impulsar la artesanía de la zona</li> <li>• Crear trabajos colectivos con la cultura</li> <li>• Crear ferias autonómicas para extranjeros</li> <li>• Nuevos conceptos de venta</li> </ul>

Elaboración propia

## GRUPO DE DISCUSIÓN NO CONSUMIDORES

BLOQUE	SUBBLOQUE	EPÍGRAFES
IMPULSO INICIAL	Definición de Artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos hechos a mano</li> <li>• Productos fuera de la cadena de producción</li> <li>• Productos de cercanía</li> <li>• Producto ecológico</li> <li>• Reducción de huella de carbono.</li> </ul>
PREFERENCIAS DE PRODUCTO	Cualidades al adquirir un producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía</li> <li>• Calidad</li> <li>• Precio</li> <li>• Rapidez en la compra</li> </ul>
	Alternativas ante la imposibilidad de compra de un producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grandes superficies</li> <li>• Otras marcas</li> <li>• Internet</li> <li>• Centros comerciales</li> </ul>

<i>COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES</i>	Compra de productos artesanales	• Sí	
	Tipo de productos	• Jabón • Útil de cocina • Llavero • Muñeca • Pulseras	
	Elección de productos industriales	• Diversidad • Comodidad • Variedad de tiendas • Falta de tiempo • Coste económico	
	Artesano equivalente a caro	• Sí	
	El precio como determinante	• Sí • Depende del producto	
	Comparación de calidad	• Artesano mejor	
	<i>PUBLICIDAD</i>	Anuncios publicitarios de artesanía	• Instagram • Xunta de Galicia • Ayuntamientos • Facebook • Periódico • Radio local
		Visualización de la publicidad	• Poca
		Competencia publicitaria con productos industriales	• No • Se podría publicitar mucho mejor • Más visualización
	<i>CIERRE Y DESPEDIDA</i>	Aspectos a destacar de un anuncio	• Imagen • Música • Colores claros artesano, vistosos productos modernos • Mensaje oculto • Buen slogan • Algo diferente
		Auge de la artesanía	• Sí • Micro-auge • No
		Motivos del auge	• Concienciación del cambio climático • Ecología • Reducción de plásticos
		Futuro de la artesanía	• Ojalá se mantenga • Va a decaer • Subirá • Será preciso una concienciación por la Administración pública • Nunca competirá con la industria
		Palabras relacionadas con artesanía	• Manual • Hecho a mano • Eco-sostenible • Herencia • Cultura • Galicia

Elaboración propia

## GRUPO DE DISCUSIÓN CONSUMIDORES

<i>BLOQUE</i>	<i>SUBBLOQUE</i>	<i>EPÍGRAFES</i>
<i>IMPULSO INICIAL</i>	Definición de Artesanía	• Productos hechos a mano • Productos sin procesos industriales • Producto ecológico • Producción pequeña
	Preferencia de producto artesano	• Calidad • Elección ética • Durabilidad • Comercio de proximidad • Ausencia de intermediarios
<i>EXPERIENCIA</i>	El inicio del consumo	• Amistades • Tradición familiar • Poder adquisitivo • Visitar ferias y festivales
	Facilidad de encontrar el producto	• No siempre pero eso es beneficioso • Sí
	Lugar de compra de productos	• Tiendas físicas • Ferias • Lo comprarían por internet aunque nunca lo hicieron
	Trato recibido	• Igual que en otra tienda

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy buena atención</li> <li>• Explicación del proceso productivo</li> <li>• Recomendaciones</li> </ul>
<i>PUBLICIDAD</i>	Visualización de la publicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, mucho más</li> <li>• No, los de siempre (Ayuntamientos, Artesanía de Galicia)</li> </ul>
	Anuncios publicitarios de artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> </ul>
	Aspectos a destacar de un anuncio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colores claros</li> <li>• Idioma</li> <li>• Mensaje oculto</li> <li>• Slogan</li> <li>• Música relajante</li> <li>• Fotografía y parte artística.</li> </ul>
<i>COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES</i>	Principales diferencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Calidad</li> <li>• Durabilidad</li> <li>• Arreglo del producto ante desgaste</li> <li>• Producto sostenible</li> <li>• Personalizado</li> </ul>
	Artesano equivalente a caro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, pero no es determinante en relación a calidad y proceso de fabricación</li> </ul>
<i>CIERRE Y DESPEDIDA</i>	Auge de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> <li>• No</li> </ul>
	Motivos del auge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conciencia ecológica</li> <li>• Moda</li> <li>• Agradecimiento de la sociedad</li> </ul>
	Futuro de la artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Irá a más</li> <li>• Mucha gente lo usará como complemento a su trabajo</li> </ul>
	Palabras relacionadas con artesanía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Original</li> <li>• Calidad</li> <li>• Único</li> <li>• Comodidad</li> <li>• Tradición</li> <li>• Manual</li> <li>• Local</li> <li>• Proximidad</li> </ul>
	Reflexión general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difícil competencia en la industria</li> <li>• Necesidad de promoción por parte de la Administración</li> <li>• Necesario trabajar en la concienciación social</li> <li>• El precio a largo plazo es barato</li> <li>• La artesanía no debe convertirse en consumismo</li> <li>• La artesanía es más productiva en la ciudad por el número de habitantes</li> <li>• Internet será la clave para la artesanía</li> </ul>

Elaboración propia

### 3. BLOQUES TEMÁTICOS LLEVADOS A CABO EN EL ANÁLISIS DE CONTENIDO.

#### **BLOQUES TEMÁTICOS**

##### **1. Definición de artesanía, la profesión y los apoyos al sector.**

- 1.1 Definición de artesanía.
- 1.2 El atractivo de la artesanía.
- 1.3 La elección de la artesanía como profesión.
- 1.4 La formación del artesano.
- 1.5 Ayudas y subvenciones al artesano.

##### **2. La artesanía y el consumo.**

- 2.1 El perfil del consumidor.
- 2.2 La experiencia del consumo de artesanía.
- 2.3 Comparación de productos industriales y artesanos.

##### **3. Publicidad y marketing.**

- 3.1 Técnicas de publicidad y marketing.

##### **4. La artesanía de hoy, su futuro y propuestas de actuación.**

- 4.1 La artesanía del presente.
- 4.2 El futuro de la artesanía.
- 4.3 Medidas para impulsar la artesanía.

Elaboración propia

### 4. TRANSCRIPCIONES: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD Y GRUPOS DE DISCUSIÓN

#### ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 01

Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional de Artesanía de Galicia, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.

#### IMPULSO INICIAL

En primer lugar, como no hay una definición propia de artesanía o del trabajo artesano por parte de las instituciones y queda a expensas de cada comunidad autónoma, me gustaría saber cómo se define la artesanía desde Artesanía de Galicia. Entonces, ¿qué es la artesanía?

Para nosotros la artesanía es todo lo que está contemplado en el Rexistro Xeral da Xunta de Artesanía de Galicia, en el que hay una comisión integrada por funcionarios y artesanos, artesanos...y presidentes de asociaciones profesionales de artesanos que son los que deciden quienes entran en el registro o no. Tienen que hacer una serie de formularios, una serie de... un dossier, explicando todo su proceso de trabajo y otros procesos administrativos que ellos tienen que presentar (...) En Galicia actualmente hay, a día de hoy, hay 88 epígrafes, que están agrupados por familias. Entonces que es para mí, para nosotros la artesanía, es que a parte de la gente que está aquí representada, ¿Cuál es el concepto? Que ahora muchos de los procesos se utilizan de maquinaria, quiero decir, esos no pierden la esencia del producto artesano por utilizar máquinas. Hace años hubo bastante crítica por eso, por introducir nuevas tecnologías, pero realmente eso... les facilita mucho el trabajo sin perder el carácter manual de las piezas y de la producción. Que ahí hay una línea que a veces es como muy difícil de separar pero bueno... en grandes líneas se diferenciaría del proceso industrial en que el artesano si no está en todos los procesos si está casi todos los procesos. Porque puede ser un artesano que tenga 6 trabajadores (...) el artesano está involucrado en todos los procesos, es un poco la gran diferencia.

#### FORMACIÓN DE LA FUNDACIÓN

Ahora me gustaría saber cómo se forma la Fundación Artesanía de Galicia, ¿cómo fue el proceso para la institucionalización? ¿Qué objetivos se perseguían por aquel entonces?

Dentro de la Dirección Xeral de Comercio...la Dirección Xeran de Comercio tiene dos competencias, una es comercio y otra es artesanía, entonces, bueno... el sector artesano es un sector muy potente, no solo en nuestra comunidad, también en otras comunidades, y es algo que está muy

vinculado al pequeño comercio, que es el objetivo de la Dirección Xeral de Comercio, es favorecer al pequeño comercio, ahí ningún tipo de ayuda tiene que ver con las grandes superficies. Entonces al principio dentro de una dirección general empieza como una subdirección y en el año creo que 2003 (...) pues se decide, pues crear una fundación que realmente los objetivos van a ser la promoción, la promoción pero sobretodo la ayuda a la profesionalización del sector.

Nuestro público son los talleres artesanos, hay varios trámites. Hay una cosa que se llama la carta del artesano y hay una cosa que es el taller artesano. Una carta de artesano puede ser pues... imagínate... ahora mismo no lo sé pero puede haber en el registro tres mil y pico. Está muy bien, es un primer paso para crear un taller pero lo que realmente nos interesa es la gente que vive profesionalmente de eso (...) Muchas de esas personas (las que tienen la carta del artesano) se van formando y en algún momento llegan a crear su propio taller, pero hay que distinguir entre la artesanía de las cartas de artesanos que son ese primer paso a profesionalizarse y gente que tiene esa carta de artesano como un hobby.

**Una vez institucionalizada, ¿Cómo fueron los primeros años? ¿Fueron los artesanos/as los que se ponen en contacto con la fundación, o es la fundación la que busca la promoción de la misma?**

Todos los trámites, el registro, es una cosa que está en la dirección Xeral de Comercio, nosotros somos un instrumento más cercano (...) podemos hacer por nuestra propia constitución y nuestros estatutos tener más agilidad a la hora de trabajar. No tenemos que pasar por tantos trámites (...) hacemos otro tipo de acciones porque tenemos más flexibilidad a la hora de trabajar. Como todas las fundaciones tenemos un patronato, tenemos que rendir cuentas dos veces al año y nuestro dinero es íntegramente de la propia administración porque somos 100% públicos y dependemos de la Consellería de Economía e Industria.

En muchos de los proyectos intentamos ser transversales y colaboramos con muchas instituciones, ya sean privadas, ya sean otras consellerías...

**¿Qué es lo que supone pertenecer a Artesanía de Galicia? ¿Cuáles son los beneficios y cuáles las obligaciones para pertenecer a ella (subvenciones, formación...)?**

El registro es un poco para saber estadísticamente, es para... quiero decir, es para tener un control. Hay artesanos que no están interesados en tener... automáticamente, antes no, ahora automáticamente ya tienes la marca Artesanía de Galicia. Antes lo que había era que solicitarla, ahora cualquier taller que se inscribe ya tiene la marca, otra cosa es que después la utilice o no. Hay gente que no le interesa y quiere ir por libre... no deja de ser artesano por eso, pero qué pasa, que nosotros esos pues no... no trabajamos con los que están por libre. No trabajamos no por nada, lo que estamos haciendo es una labor de difusión para que ellos entren en el registro, porque es muchísimo más fácil el trabajar, yo personalmente y al nivel de la fundación no gusta mucho trabajar con las asociaciones y creemos que tanto las asociaciones, cooperativas... son (...) mucho más ágil trabajar con grupos que trabajar a nivel individual. Nosotros desde la fundación intentamos pues... la agrupación de alguna manera. Hay asociaciones profesionales y tenemos mucha vinculación y relación con ellos.

(...)

Las ventajas es que una vez que estás en el registro tú tienes opción a todas las ayudas que hay desde la Dirección Xeral de Comercio, los obradoiros tienen opción a poder pedir esas ayudas, que son... pues ahora mismo hay, digo ahora mismo las del año pasado, este año pueden cambiar algunas pero (...) voy a referirme a las del año pasado... pues por ejemplo hay unas ayudas a la comercialización, que están dirigidas a, por un lado asociaciones profesionales, a ayuntamientos y a artesanos. ¿Cuál es la finalidad? Pues eso, ayudar a la comercialización. En el caso de los artesanos, ellos pueden pedir, por ejemplo imagínate, este año vamos a Estocolmo (...) escogimos una feria en la que pudiésemos integrar al mayor número posible de artesanas. Ellos se presentan, nosotros mandamos una convocatoria, hacemos una selección. Intentamos que sea, quiero decir... se puede quedar alguno fuera, pero intentamos que sea... pues siempre en base a unos criterios de calidad. (...) Nosotros ahora llevamos piezas de 51 artesanos, porque si vamos a una feria de joyería solo podríamos llevar a los joyeros, es un poco nuestra idea para poder agrupar. Así llevamos desde gente que hace cosas de plata pero para el hogar hasta fieltro, hasta textil, cerámica, como...ummm... no me acuerdo pero cristal, vidrio, cestería, madera...

Nosotros hacemos una convocatoria, hay gente que se presenta, gente que no... este año en esta edición van 51, y ¿en referencias de piezas?... sobre 200.

**¿En este caso que se envían sólo las piezas, un responsable...?**

No, vamos allí, montamos todo y llevamos las piezas...

**¿Pero el propio artesano también va con sus piezas?**

No no, eso es una cosa que hacemos desde la fundación, que es la única feria que hacemos ahora mismo nosotros. (...) vamos a esta a nivel institucional, pero después en esas ayudas pues cada uno puede escoger a la feria a la que quiere ir. Hay un dinero y lo pueden repartir entre una feria, dos ferias... son todas ferias con carácter profesional y son unas ferias en las que no se venden que son dirigidas a tiendas o a distribuidores. Después están la de venta directa... tú imagínate, hay artesanos que, imagínate pues los joyeros. Los joyeros les interesa ir a una feria muy buena que hay en Las Vegas, una feria muy buena que hay en Alemania... pues a gente que hace cerámica u otro tipo de artesanía, pues igual les interesa ir a MaisonOilet que es una de las ferias más importantes que está en París. Cada uno escoge a dónde quiere ir y tiene las ayudas de la Administración para hacer esas incursiones comerciales.

Después hay otro tipo de ayudas vinculadas con... pues ahora mismo hay vinculadas a nuevas formas de comercialización, como pueden ser los PopArts, mucho tema vinculado a las redes sociales, community mangament, video, fotografía, página web, renovación de la página... bueno hay bastantes... temas vinculados a la sostenibilidad... bueno hay bastantes. Quiero decir, ¿una de las ventajas que me decías? Pues es poder acceder a eso. Eso ayuda mucho a los artesanos, porque los artesanos la mayoría de las veces son autónomos y no tienen empleados, el 94% son autónomos, y luego están los que tienen a una o dos personas. Hay artesanos que tienen muchísimos... pues hasta 10 pueden tener por la ley de Artesanía de Galicia. También depende del momento del año, hay años que en verano tienen más gente que los que tienen en invierno... depende.

**¿Qué le diría a un artesano que está comenzando su camino? En qué se tiene que centrar principalmente y cómo se le puede ayudar desde la fundación?**

Yo llevo aquí desde el 2009 (...) ahora no, pero desde hace pocos años la visión que se tenía del sector artesanal es como de un sector envejecido, te imaginabas el señor que está ahí en la aldea, muchas veces sin internet, sin teléfono... que aún sigue existiendo eh, que hay muchos que siguen siendo así. ¿Qué pasa? Que hay una renovación total del sector, desde el año 2014 la gente que se está inscribiendo en Artesanía de Galicia, y no solo en Artesanía de Galicia, es algo general, es un sector en alza, lo tengo clarísimo. (...) La introducción de gente con otro tipo de formación que ha optado por este camino. Algunos casos la crisis les obligó, a lo mejor mucha de esa gente se quedó sin trabajo entonces se reformó y se recicló. Pero hay otro tipo de gente que a lo mejor, ingenieros, arquitectos... que por una razón u otra a lo mejor tenían trabajos, muy buenos trabajos, pero que no le satisfacían y vieron que había un hueco en artesanía y se metieron y bueno, la verdad es que es cada vez más la gente joven que se está introduciendo en la artesanía, pero no es a nivel gallego, es a nivel general, a nivel mundial. Nosotros lo notamos muchísimo (...) las bajas muchas veces son gente mayor que fallece, pero hay como una renovación en el sector.

**Me decías antes que la renovación se puede deber a la crisis, ¿algún condicionante más?**

No es una cosa gallega, tiene que ver mucho con el cambio de mentalidad general que hay. Antes era todo como más global y ahora es una cosa que tú lo ves, está el consumo local, está el apoyo al rural, es una cosa a nivel planeta. Somos más sostenibles, más ecologistas, más de economía circular, entonces ahí está el artesano. Y además la pegada ecológica, la huella ecológica que tiene la artesanía es muy importante porque realmente es un sector muy sostenible.

## **EVOLUCIÓN DE ARTESANÍA DE GALICIA**

### **¿Cómo es la evolución de la fundación?**

Nosotros aquí trabajamos en 3 líneas, la artesanía como empresa, tenemos claro que los artesanos son personas que tienen que vivir de su trabajo y tenemos que ayudarles a que vivan mejor. La profesionalización del sector, eso es importantísimo, incluye muchas cosas no solo la producción (...) si no estás en las redes es como si no existiese. (...) eso también tiene que ver con la gente más joven (...) ahora se cuida muchísimo la imagen, la manera de presentación de las cosas está cambiando tanto... es gente como muy preparada, joven, con un acceso a las tecnologías que antes no existía porque no existía esa información y no existían esas tecnologías. Es gente que está.

### **¿Fue fácil abrirse camino en el resto del país y en otros?**

Al principio eso siempre pasa, (...) antes se iban a las ferias con los propios artesanos (...) pero algunas fueron decayendo y también el tema de presupuesto pues... se notaba. Yo ahí la verdad es que opté por otro tipo de ferias porque creo que son más interesantes a medio y largo plazo ir a ferias profesionales. Digo desde la fundación, otra cosa es que el propio artesano quiera ir a vender, eso es una decisión personal. Hay gente por ejemplo que no quiere ir a ferias profesionales y prefiere ir a ferias de venta directa. Yo creía que era una inversión muy grande y después, si está muy bien, a lo mejor vendían mucho en la feria, pero después si no volvías... entonces yo creo más en otro tipo de trabajos. La primera vez que fuimos a Estocolmo horrible, fatal, (...) suele pasar, tú vas a una feria profesional, ferias a las que vas con doscientos stands con un montón de países... Primero ya si éramos de Polonia, llevábamos un mapita ahí encima de Portugal, tal...

Después tu no puedes ir a una feria y no aparecer al año siguiente porque piensan que algo pasa (...) seguimos yendo, entonces ahora ya tenemos pedidos y ya tenemos una clientela que cada vez va creciendo.

### **¿Cuáles son los métodos que utiliza la fundación para promocionarse?**

Hay un tipo de artesanía que es más tradicional que está más ligada al territorio, pero después hay un montón de artesanos que a lo mejor son más jóvenes y que son gallegos como podrían ser de otro sitio, en eso es más uniforme. ¿Qué pasa? Que se está volviendo mucho a lo tradicional (...) y se vende mucho. Una cosas que influye mucho es el precio, (...) también se hacen un pedido tienes que cumplir, si fallas ya nunca más nadie te va a volver a pedir. Entonces si sigues yendo a la feria, y ya los conoces y ya te ven las caras, y poco a poco vas trayendo novedades... a veces los artesanos no tienen un buen manejo de los precios y de los costes.

## **LA MARCA EN EL EXTERIOR**

### **Cuando se presenta la marca fuera de la región, ¿Cuál es la plataforma más recurrida (ferias, venta de la marca en tiendas...) ¿Qué es lo que más atrae? ¿Qué se pretende vender y cómo se atrae al consumidor? ¿Vender un producto gallego es fácil?**

Galicia fue la primera comunidad en tener marca propia. La artesanía gallega está super bien valorada con relación a otras comunidades o a otros sitios. (...) Los valencianos son muy potentes, están super bien organizados y hay como una política de promoción del sector, quiero decir... de que vale hacer mediaciones separadas que al final se pierde, tienes que tener como una política de a dónde quieres ir, y yo creo que eso es lo importante y que nosotros lo tenemos, porque trabajamos como en la misma línea ¿sabes?.

## **EL FUTURO DE LA FUNDACIÓN**

### **Las medidas que se están desarrollando (como talleres con niños, premios de distinción...) ¿aseguran el futuro de la profesión?**

Sí sí, hay muchos oficios que se están renovando, hay otros que se perderán, y hay otros que ya se han perdido, pero surgen nuevas cosas. Una de las cosas en las que insistimos mucho es en la formación, tenemos por un lado la formación, cuando hablo de formación es profesionalización, porque ellos necesitan también pues... más dirigidos a ellos, a lo mejor un curso super-especializado en algo técnico que realmente ellos no se puedan pagar, eso para nosotros es una función muy importante. El sector va cambiando mucho, la manera de producir... hay que estar atento a muchas cosas, a las materias primas, a la manera de producir, a los acabados... (...) La gente tiene que estar al día de las novedades, ahora por ejemplo con el tema sostenible, ecológico, km0, pues hay un montón de cosas. (...) Los artesanos se forman mucho, bueno hay algunos que no, pero hay cursos que tenemos que es poner el curso y ya de repente tenemos 50 cuando a lo mejor hay 10 plazas. Sí que hay un interés por formarse.

Otra de las cosas que nos interesa mucho (...) porque todos los eventos que hacemos intentamos que sean como muy transversal, en los que tengan cabida muchas cosas. (...) Las ferias de artesanía bah... ya no existe una gran feria de artesanía, porque es mucho mejor meterse en campos que son más transversales donde pueden entrar muchas cosas. Con esas ferias de artesanía al final se acaba empujando, el hecho de estar en otro tipo de ferias profesionales o sin ser profesionales ayuda mucho. No estoy en contra de las ferias de artesanía eh... es más, se debería profesionalizar, a veces vas a ferias de artesanía (...) a veces por tener más stands no se cuida la calidad, y eso hace mucho daño al sector. Ahora parece que das una patada y en cada pueblo hay una feria de artesanía, y después te das cuenta de que esas ferias de artesanía pues en muchas están el vecino que hace cestos, pero es un señor mayor, que con todos mis respetos, al lado están las amas de casa y no sé qué... y al lado está uno profesional. Entonces... pues está de repente gente que no debería estar, sinceramente. Pero es una cosa que también, yo veo con mis compañeros de otros años, de otras zonas que es como un gran problema, un problema de difícil solución, al final la gente interactúa más. Nosotros todas las ferias que hacemos tenemos como requisito estar en el registro porque eso nos asegura que no metemos la pata, ayudando a gente que vive de eso y que lo necesita.

### **¿Cuáles son las medidas de actuación a corto y largo plazo desde la fundación?**

Para nosotros es importante ver artesanía igual a empresa (...) que apuesta por la comercialización a nivel local, nacional e internacional. Y después también una reformulación de los sistemas tradicionales de comercialización y estudio de nuevas posibilidades, por ejemplo una de ellas es el tema online, el tema... antes todo el mundo iba a ferias pero ahora hay nuevos conceptos de comercialización, pues haces un PopArt, haces un córner,... (...) el PopArt es un poco como una feria pero con otro concepto, más contemporáneo, más de mezcla...

Seguimos con el tema de las ferias, hacemos también un PopArt en Madrid durante días, este es el cuarto año que lo hacemos, y ¿por qué lo seguimos haciendo? Porque empezamos el primer año, vimos que el reporte fue bueno y entonces cada año lo seguimos haciendo. Ahí metemos no solo artesanía, sino también pequeñas empresas de alimentación. (...) Para mí lo más importante era quitarlo del tema tenderete y poner la artesanía de Galicia presentada con calidad, bien presentado y con una imagen conjunta.

## **EL FUTURO DE LA ARTESANÍA**

### **¿Cómo ve la artesanía en la actualidad?**

Yo, ya te dije, yo soy muy negativa porque siempre pienso que se pueden hacer más cosas. A veces el presupuesto es el que es, pero creo que nosotros estamos... quiero decir ¿dejaría de hacer algo de lo que hago independientemente del presupuesto? No. Creo que muchas veces nos equivocamos pero que también tenemos que aprender de los errores, ¿sabes?. Creo que la artesanía tiene muchísimo futuro, eso lo veo (...)

Las vistas son buenas y la Administración puede ayudar mucho pero también el artesano tiene que estar dispuesto a renovarse, a aprender. Para mí Elena Ferro es el ejemplo, el ejemplo del cambio, de aprender, de adaptación al medio (...)

Tú tienes que saber muy bien cual es tu mercado, hay una cosa importantísima, porque yo no me puedo comprar un juego de café de 600 €, no es que no me guste es que no puedo comprarme eso (...) pero a lo mejor soy de un nivel medio... entonces cada uno tiene que saber posicionar su producto en un nicho de mercado, eso es importantísimo. (...) Si no le quitas valor al producto, ¿dónde tiene que estar tu producto? En el mejor sitio y de la mejor manera.

### **¿Cómo definirías un cliente de artesanía?**

Cada vez es el público que se acerca a la artesanía es un público con un mayor conocimiento, y sobre todo les gusta saber cómo se hacen las cosas y quien está detrás. Eso es muy importante, que la persona que te venda cualquier cosa, un mortero, lo conozca, le explique cómo se hace, si gastó la madera en tal sitio, (...) eso le da un valor al producto que no tiene otros sectores, eso es una cosa que tiene la artesanía que no tienen. Tienen más experiencia, tú a lo mejor compras un vaso pero nunca llegas a saber quién lo produce, pero en la artesanía eso es una ventaja y eso es un poder que tiene enorme.

Nos gusta hacer muchos talleres abiertos (...) ahora se llaman talleres abiertos a familias. Para que puedan ir el niño, el padre, el abuelo... y eso tiene un objetivo, y no es que el niño se divierta, es que el niño empieza a ver cosas desde pequeño y empieza a valorar lo es la artesanía. Eso para nosotros es muy importante. Después te das cuenta de que hay familias que siguen los talleres. Después tenemos muchos proyectos transversales, lo tengo clarísimo, hay que trabajar en conjunto. Uno de nuestros proyectos estrella se llama artesanía no prato (...) cada dos años hacemos un encuentro de artesanos y cocineros (...) cada vez es mayor el número de talleres que se va profesionalizando en el tema de cocina, que no es tan fácil, tienen unas necesidades especiales en cuanto a acabados, tema cocción... Tenemos ejemplos de gente que ha dejado todo lo que hacía y se ha especializado. A nosotros nos interesa porque vemos que es un campo enorme.

### **¿Y en un futuro?**

La tendencia está clara que va a ser proteger lo local, cuidar el entorno, lo sostenible, lo duradero, el plástico 0... en todos esos valores entra la artesanía perfectamente. La artesanía es una profesión de futuro, lo tengo clarísimo. (...) Hay una tendencia de mucha gente preparada, que ha estudiado, que han trabajado fuera de España, fuera de Galicia, y muchos vuelven al rural por propia iniciativa y eso en el mundo de la artesanía también pasa. Lo que pasa es que no es un problema de artesanía, es un problema de que hay que apoyar el rural pero explicándole a la gente que está allí. Cada vez el perfil del emprendedor es más joven, y eso es muy importante.

**Con esto ya hemos terminado, le agradecemos su trato y atención.**

## **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 02**

### **PRESENTACIÓN**

**Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.**

### **IMPULSO INICIAL**

Para ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la artesanía, me gustaría que me dijese ¿Qué es la artesanía? Como la definirías como profesional de ella.

A artesanía para min ven sendo a transformación de un material nun produto. Por exemplo eu que fago xabóns, co conxunto de aceites e as diferentes materias primas que preciso acabo facendo unha pastilla de xabón. Ao mesmo me expoño ao que fai un cesto pois... con bimbios, acaba transformando ese material nun cesto.

¿Qué es lo que te transmite la artesanía, qué hace que te quieras dedicar a ella?

Transmíteme algo moi bonito que sae dunha persoa que implica o seu traballo en facer unha peza que elabora coa súas propias mans e que de eso sae un produto feito a mán, artesán e que para min ten moito valor.

### **BLOQUE 1: FORMACIÓN**

**Hablemos ahora de cómo te formaste como artesano/a. Comencemos desde el principio ¿cuáles son tus estudios? Que estudiaste antes de encontrar lo que te gusta hacer de verdad. ¿Orientaste tu futuro profesional desde un principio, o fueron las consecuencias o casualidades las que hicieron que terminaras desempeñando este oficio?**

Eu en principio estudei carpintería, bueno... sempre me gustou as materias primas naturais. Despois aínda así, gustábame a carpintería pero un día comecei a comenazar cos xabóns e de ahí empecei a indagar na materia. A apuntarme a cursos que daban outros xaboneiros, a leer moito por internet, ler libros de prantas, mirar as súas propiedades e todo iso, ata acabar pois... facendo o que eu fago.

### **¿Cómo nace la idea y tomas la decisión de dedicarte a este oficio plenamente?**

Pois realmente non é que o pensara "pois voume a dedicar a esto". Comezou pois pouco a pouco, ao empezar a facer os meus propios xabóns, saír a feiras e ver que certas persoas se interesaban polo meu produto pois eso axudoume moito a seguir formándome na materia e a seguir meiorando.

Una vez que decides encaminar tu camino en el mundo de la artesanía, ¿Cómo fueron los inicios? Me refiero al sentido de cómo empiezas a elaborar tus productos.

Pois... a verdade e que pouco a pouco e informándote moito. A base de experimentar, coller información, preguntar... e de todo iso, pois así saíu pouco a pouco a materia.

**¿Cuál fue el modo de formación? Seguiste tutoriales, te enseñó alguien a elaborar el producto, seguiste los pasos de algún libro, buscaste inspiración en alguien...**

Pois como decía antes en cursos de elaboración de xabóns, despois lendo moitas páxinas e foros de xaboneiros, xente que tamén se adicaba o mesmo e as dúbidas que tiña as preguntaba por ahí... despois moito de ler e... onde máis avanza no proceso e sempre experimentando e probando técnicas novas... experimentando.

**Una vez que comienzas a trabajar en el producto, ¿Cuánto tiempo pasa hasta que haces uno con el que te sientes satisfecho/a?**

Pois moito... realmente para chegar a peza que ti realmente desexas pois, para mín, no meu caso... foi moito tempo porque cando non tes a experiencia e comezas pois por moito que queiras sempre fai falta a experiencia. Vas vendo no que fallas, entónces pois realmente eu levo como 6 anos facendo xabóns e ata dous, tres anos non conseguín o corte exacto nin a peza exacta que quería.

**Supongo que en el camino habría muchas veces en la que querrías “tirar la toalla”, ¿qué es lo que te hizo seguir adelante? ¿Te animó alguien a seguir formándote para perfeccionar la técnica?**

Sí, a veces pénsalo así porque no mundo que hoxe vivimos realmente a sociedade en sí, moita, non se para en valorar ao artesan. Pero bueno... sempre tuben xente que me apoiou, e despois vas vendo a xente que te valora e faite... axúdate a seguir para diante e faite ver que é cando realmente ves o que che gusta e queres dedicarte a eso pois... o que tes que facer é seguir para diante e... para diante.

**¿Crees que ya lo sabes todo o que puedes aprender más de la técnica?**

Creo que nadie ten todo sabido nesta vida entónces sempre hai que seguir formándose, seguir tendo curiosidade para avanzar, e creo que realmente sempre podes mellorar.

## **BLOQUE 2: LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO**

**Una vez que ya nos hemos adentrado en la artesanía, y más concretamente en el área a la que te dedicas, me gustaría que me explicases cómo es el procedimiento de trabajo. ¿Cuentas con un taller, empleados a tu cargo, lo haces individualmente...?**

Fago eu individualmente e conto con un pequeno taller donde elaboro os meus xabóns

**En cuanto a las materias primas que utilizas... ¿cómo son?, ¿son naturales, utilizas alguna en concreto o buscas sustitutos?**

No, realmente gustabe usar productos naturais para facer os meus xabóns, con aceites vexetais por exemplo... Despois hai prantas que eu mesma cultivo e outras que como non se dan na miña zona pois teño que mercar... pero gústame ter un xabón totalmente natural. Se utilizo conservantes que os conservantes sexan totalmente naturais, ou polo menos que estén aceptados en cosmética ecoloxica e... para acadar unha peza como realmente quero e como realmente vendo.

**¿Es fácil de trabajar con dichos materiales? ¿qué facilidad tienes para encontrar la materia prima?**

Sí, e fácil traballar con eles pero para encontrar a materia prima maioritariamente merco por internet, máis que nada polo prezo. Porque eu por exemplo no meu pobo podo ir a comprar pois aceite de coco e esos materiais pero ao ser en tendas pequenas non o venden para a produción de xabóns ao grande e saéme realmente moito máis caro. Entón realmente a maioría das miñas materias primas son mercadas por internet.

**Una vez que cuentas con el material ¿cómo es el proceso productivo? ¿qué herramientas de trabajo utilizas?**

Básicamente a miña forma de traballo é aceites vexetais mezclados cunha lexía e producimos pasta de xabón e ahí añadimoslle aditivos como son as plantas que utilizo, arcillas, diferentes... aditivos naturais para acabar a peza.

Pois básicamente ao ser artesano non necesito moita ferramenta. Simplemente utilizo os aceites e a lexía que mezclamos cos aceites para producir xabóns. Despois os meus moldes son simplemente unhas caixas de madeira, despois cando desmoldo o xabón para facer o corte simplemente corto en pastillas con un cóitelo de toda a vida... e realmente posi non necesito uns materiais nin ferramentas demasiado... difíciles de atopar.

**¿Cuánto tiempo lleva confeccionar el producto desde que se comienza a trabajar los materiales hasta que está listo para su venta?**

Pois no caso do xabón como ten un proceso de curación duns trinta días, pois... primeiro fago o xabón, despois ten unha curación que son os 30 días, e despois para min está a importancia do empacuetado, entón pois podería dicir sobre uns 35 ou 40 días para que o xabón xa esté listo para a venda.

**¿Habría tecnologías con las que podrías trabajar más rápido pero las descartas por alguna razón?**

Sí, realmente hai cortadores de xabons, hai batidoras que xa van batendo a pasta de xabón... pero eu de momento non as uso, tampouco as descarto por ningunha razón, pero pensó que no meu momento agora mesmo tampouco me son realmente necesarias.

**¿Cuánta importancia le das a los destalles, a la estética, al resultado final...?**

Pois a verdade e que moito, é unha cousa que me gusta coidar moito, a imaxe. A parte para concienciar a xente no tema de residuos cero eu nunca utilizo plásticos para empacuetar os meus xabóns, intento que o material sexa totalmente biodegradable e reciclables... por eso me gusta moito coidar esa parte.

**¿A simple vista, cuál es la diferencia que podemos encontrar con el producto que realizas si lo comparamos con un producto elaborado en serie?**

Pois eu a diferenza que vexo e, xa comenzando polo envase, pola parte de fora pois os xabóns que vemos no súper ou nun centro comercial ou onde sexa, pois a maioría o empacuetado xa ven en plástico ou materiais que non son bos para o planeta. Despois no tema da materia prima, para elaboralo, por exemplo, eu utilizo aceites vexetais puros, 100% naturais e os xabóns industriais aínda que na etiqueta nos poñen que o levan non o levan en tan alta cantidade, despois levan un montón de aditivos, un montón de conservantes, despois perfumer aromáticos para darlle esas olores tan fuertes (...) E máis que nada por iso, a materia prima que despois en sí, a larga de usalos pois nótase na nosa pel.

## **BLOQUE 3: AYUDAS Y SUBVENCIONES**

**Sabemos que con los tiempos que corren, cualquier negocio o profesión se ve necesitada de ayudas (ya sean económicas, promocionales, etc.) En relación a esto, ¿conoces algún tipo de ayuda que apoye al sector artesano o a los trabajos manuales específicamente? En el caso de que sí, ¿en qué consisten?**

Pois no, axuda ou subvención realmente para este tipo de traballo que eu fago non. No tema da artesanía pois sí, creo que cada vez están subvencionando máis ou facendose dar a conocer en feiras, de feito fora de Galicia e así... pero no tema que traballo eu, realmente de momento, que eu coñezo non hai ningunha axuda ou subvención.

**¿Sientes que tu gremio es apoyado como se merece? Aunque no sean ayudas económicas ¿se promociona o se publicita como se merece por parte de instituciones públicas o mismo privadas?**

No, mismamente polo tema das institucións non vexo que esté publicitado realmente ou concienciando á xente. Por outra parte, aínda que non son sexa concretamente polo xabón, sí que vexo que cada vez hai unha conciencia máis ampla no tema de redución de residuos, mismamente porque una pastilla de xabón non é o mesmo que comprar un xel de ducha que xa estás comprando un envase a parte do produto.

**¿Cuáles son las principales carencias que ves?**

Non sei, creo que de feito deberían de promocionalo moito, máis que nada porque cada vez hai máis xente que se está dedicando a esta labor e tamén porque cada vez necesitamos utilizar máis produtos naturais e menos químicos. No lo promocionan moito pero realmente eu penso que non hai unha conciencia das grandes institucións ou das grandes empresas para concienciar sobre este tema.

### **BLOQUE 3: PUBLICIDAD Y MARKETING**

**En los tiempos que corren se hace imprescindible la publicidad para que un establecimiento sea conocido. En este sentido, ¿cuáles son tus técnicas o habilidades para darte a conocer actualmente? Utilizas rrss, acudes a ferias...**

Pois sí, acudo a feiras tamén redes sociais. Penso que son importantes calquera delas, de feito na feira a xente gústalle moito ver o produto, preguntarche a ti presencialmente. Despois as redes sociais está tamén moi ben porque igual xente de lonxe que non vive no teu pueblo ou na túa cidade pode probar o teu produto porque eu llo envío... pero... calquera das dúas está ben. Despois tamén fago talleres, entón a xente ahí realmente tamén ve como é o proceso, qué materiais usas, como é a técnica... e entonce ahí pois... tamén axuda moito.

**¿Cuánto te han ayudado las nuevas tecnologías de la comunicación en tu profesión?**

Pois moito para darme a coñecer a verdade e que moito, senón por exemplo, para que xente de fora de Galicia probe os meus produtos e ao final acabe sendo como o seu... bueno a súa compra mensual que só usan os meus xabóns entón, pois se non tivera redes sociais pois sería moi complicado que esa xente coñecera os meus produtos.

**¿dónde te publicitas y cuáles son los medios que usas? Por ejemplo un lenguaje propio y distintivo, una imagen que te represente, una ideología...**

Pois Facebook e Instagram por igual.

Pois sempre no que máis concienciada estou e quero, non eu, senón concienciar á xente, é no tema de reducir residuos e coidar a pel con produtos naturais que non fai falta ir ao súper ou comprar un produto carísimo para ter unha piel sana. E aínda encima con eso pois...reducir envases, reducir basura e coidar un pouco máis o planeta.

### **BLOQUE 4: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

**Refiriéndonos ahora a los clientes y consumidores de tus productos, ¿Cuál sería el perfil de un comprador de tus productos?: ¿cómo los definirías? ¿Qué rasgos son los más distintivos de ellos? En definitiva: ¿Cuándo realizas uno de tus productos, en persona piensas?**

Básicamente a xente que lle guste una vida máis natural, mais ecolóxica, persoas que lles gusta coidarse ou que lles gusta coidar o planeta... tamén xente que igual de antes xa usaban os xabóns que facían súas avoas e agora queren pois eles mesmos facelos, ou tanto facelos ou usalos porque lles gusta... e realmente pois non podería definir un perfil en concreto... pero ese tipo de xente básicamente.

### **BLOQUE 5: CIERRE Y DESPEDIDA**

**Para ir finalizando la entrevista me gustaría que, después de todo lo hablamos me dieras una breve explicación de cómo te defines como profesional y al mismo tiempo hacer balance de lo que es la artesanía.**

Como profesional defínome, bueno... que sempre me gusta aprender máis, sempre me gusta pois igual... contactar con outros xaboneiros para saber qué técnicas usan ou probar outros xabóns, penso que hai moito máis que aprender e que hai que avanzar, como avanzan os tempos hai que avanzar e buscar técnicas novas e innovar

**¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la artesanía en la actualidad?**

Pois os puntos fortes eu penso que... agora hai unha moda, ou non sei se chamarlle moda ou como chamarlle... cada vez a xente lle está gustando máis o feito á man porque son pezas únicas, pezas creadas realmente pois... con sentimento. Entonces cada vez máis xente lle gusta ir a agasallar a alguen con unha peza artesana.

Despois os contras pois... igual que hai moita xente que por exemplo non sabe o tempo que leva facer unha peza, o traballo que dá...entonces posi non valoran realmente o que é o produto e veno máis caro pero bueno... pouco a pouco iranse concienciando.

**¿Crees que en los últimos años ha mejorado la imagen de la artesanía en la población, o que se aprecia más el trabajo hecho a mano? De ser así, ¿Por qué lo crees, a qué se debe?**

Porque pouco a pouco lle están dando máis... Máis publicidade, por exemplo, agora ue recuerdo... antes que ía a feiras de artesanía pero no meu pobo por exemplo non había ou non se coñecía "ai mira pois aquel fai pandeiratas, ou aquela fai camisetas..." Destos anos para aquí vas coñecendo a máis artesáns, a xente vai valorando os produtos, vai a unha feira e ve os produtos que hai... e... cada vez hai máis conciencia penso eu.

**¿Cómo te ves dentro de 10 años?**

Pois dentro de 10 anos espero verme pois facendo moito xabón e meiorando moito, a apeza que teño pero que sea aínda meior.

**Crees que la artesanía es una profesión de futuro? ¿Por qué?**

Pois sí, realmente como dicía antes que pouco a pouco, aínda que esto vaia lento sí que lle vexo futuro porque cada vez o feito a man ou unha peza única creo que está volviendo a coller valor, entonces aínda que sexa un proceso lento eu creo que sí que ten futuro.

**¿Qué harías tú para impulsar a la artesanía?.**

Pois por exemplo desde pequenos, que os nenos vexan como se pode facer por exemplo, un cesto, ou cómo se pode facer un simple xabón ou botella con barro como facían antes. Que non quede no olvido, que aínda que lle digan que "os seus avós facían..." que eles mesmos vexan e que poidan e teñan oportunidade de facer iso para que non se perdan esos valores.

**Con esto ya hemos finalizado, muchas gracias por tu aportación al estudio.**

## ENTREVISTA GRUPAL O 1

### PRESENTACIÓN

**Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.**

### IMPULSO INICIAL

**Para ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la artesanía, me gustaría que me dijese ¿Qué es la artesanía? Como la definirías como profesional de ella.**

Se das vivido dela pois é un traballo, se non das vivido dela pois é un hobbie. Se che gusta o cuero, hai xente a que lle gustan os cuadros e por eso pinta, outros fan bolsos, outros calcetan e outros pois fan cousas de cuero. ¿Cómo é o mundo da artesanía? Pois é así, gustache o mundo da pandeirata pois miras de facer panderetas.

Una forma de... todo este rollo que hay ahora de industrializado, seguir un poco con la tradición y con las cosas que se hacen a mano, y se hacen bien.

Cousas duraderas, que duran para sempre. Porque ti vas ao chinos e te compras, por una carteira das miñas te compras dez nos chinos. (...)

**¿Qué es lo que te transmite la artesanía, qué hace que te quieras dedicar a ella?**

Satisfacción porque a xente lles gusta.

### BLOQUE 1: FORMACIÓN

**Hablemos ahora de cómo te formaste como artesano/a. Comencemos desde el principio ¿cuáles son tus estudios? Que estudiaste antes de encontrar lo que te gusta hacer de verdad. ¿Orientaste tu futuro profesional desde un principio, o fueron las consecuencias o casualidades las que hicieron que terminaras desempeñando este oficio?**

Sí, vino un día (...) a casa de (...) con dos cabezas de agujas y con eso era con lo que trabajaba él. Vino un día, al día siguiente (...) y no volvió más. Osea que autodidactas completamente. (...) Por ensayo error.

Saiume mal, outra peza, saíume mal, outra peza....

Pero tampoco hay... libros igual sí, pero lo que hacemos nosotros no hay donde aprender, es un poco exclusivo, la gente no trabaja de esta manera.

**¿Cómo nace la idea y tomas la decisión de dedicarte a este oficio plenamente?**

Eu nunca fun de vacacións e dixemos, pois mira unha funda de mechero 2€ e esos cartos van para alí para a Caixa. Final do verano ¿cantas fundas de mecheros fixemos, cantas carteiras vendimos? ¿tantas? Bien pois nos vamos a Ibiza.

**Una vez que decides encaminar tu camino en el mundo de la artesanía, ¿Cómo fueron los inicios? Me refiero al sentido de cómo empiezas a elaborar tus productos. ¿Cuál fue el modo de formación? Seguiste tutoriales, te enseñó alguien a elaborar el producto, seguiste los pasos de algún libro, buscaste inspiración en alguien... Una vez que comienzas a trabajar en el producto, ¿Cuánto tiempo pasa hasta que haces uno con el que te sientes satisfecho/a?**

No sé, 6 meses... menos..

Eque empezamos facendo fundas de mecheros, e ¿cómo empezamos? Pois poñéndolle nome. E dicir, ¿ti chámaste Ana? Pois toma unha funda para o mechero co teu nome, así non che rouban o mechero nin nada... veña dame 3 euros. (...)

Nada que cuando empezamos más que vender las cosas comenzamos a colocárselas a la gente, tampoco podíamos hacer cincuenta mecheros y tenerlos ahí parados... vas haciendo uno y se lo das a alguien y le robo 3€ como quien dice. Primero comenzamos nosotros vendiéndoselos a la gente y luego ya fue cuando la gente nos empezó a encargar las cosas. Ponle si quieres 6 meses o así

**Supongo que en el camino habría muchas veces en la que querías "tirar la toalla", ¿qué es lo que te hizo seguir adelante? ¿Te animó alguien a seguir formándote para perfeccionar la técnica? ¿Crees que ya lo sabes todo o que puedes aprender más de la técnica?**

De todo nesta vida se aprende, nunca se deixa de aprender. Ti igual tes máis habilidade nunha cousa pero vas falar cun artesano e sabe facer outra cousa pois sempre aprendes e cambias, pero é lei de vida.

### BLOQUE 2: LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO

**Una vez que ya nos hemos adentrado en la artesanía, y más concretamente en el área a la que te dedicas, me gustaría que me explicases cómo es el procedimiento de trabajo. ¿Cuentas con un taller, empleados a tu cargo, lo haces individualmente...?**

No, ahora mismo no. Un corta, outro cose, outro dibuja, outro saca fotos, outro anda no ordenador. Por igual, o que toque.

Digamos que Ana igual es la que dibuja, digamos... y yo si que saco las fotos y ando con el móvil con las redes sociales digamos... y pintar un poco. Lo otro lo hacemos todo en conjunto.

**En cuanto a las materias primas que utilizas... ¿cómo son?, ¿son naturales, utilizas alguna en concreto o buscas sustitutivos?**

**¿Es fácil de trabajar con dichos materiales? ¿qué facilidad tienes para encontrar la materia prima?**

Para nosotros sí, al tener Arzúa muy cerca que es un sitio que históricamente... al señor que le cogemos la piel dijo que lleva 45 años. La piel siempre la compramos ahí, alguna herramienta sí que igual vamos a otro sitio o puede ser que algún día pilláramos por internet... Pero lo que es la piel siempre la compramos así, por lo que te digo, Arzúa es un sitio históricamente de curtidos entonces nos queda muy a mano.

**Una vez que cuentas con el material ¿cómo es el proceso productivo? ¿qué herramientas de trabajo utilizas?**

Pues corte, bueno... primero habrá que hacer el patrón, corte de la piel, las piezas que hagan falta... repujado y cosido.

Files, buriles, cuchillos para cortar la piel, medialuna, cúter... y después hilo encerado, reglas metálicas y agujas o alguna aguja especial para coser con tira, o algún corta-tiras para hacer del cuero pues tiras de cuero. Una máquina especial para hacer broches y poco más.

**¿Cuánto tiempo lleva confeccionar el producto desde que se comienza a trabajar los materiales hasta que está listo para su venta?**

Eso es muy orientativo, porque depende, si nos pide una cartera sin dibujo pues lleva mucho menos que una cartera con dos dibujos pintado por los dos lados.

Una completa nos puede llevar en torno a 3 días, 4 días...

4 días sen dedicarte as oito horas enteiras. Esto témolo como se podría decir como un hobby, se me pudiera dedicar as oito horas me dedicaba, e así sacas máis ou menos unha carteira por día se non a quere pintada, porque entonces claro... xa é outro día máis.

Una jornada laboral entre los dos... o dos días

**¿Habría tecnologías con las que podrías trabajar más rápido pero las descartas por alguna razón?**

(...)

Una máquina de coser especial igual sí...

Cundíanos pero se non hai presuposto... Se vai cosido coa máquina non vai cosido coa man entonces, no tempo de coser á man me leva un día, na máquina fago sete. (...) Eso é o que lle chamo eu artesanía, non quero desvalorar os outros artesanos, que hai moitos artesanos que bolsos de cuero están cosidos coa máquina pero o meu bolso de cuero está cosido coa man.

**¿Cuánta importancia le das a los destalles, a la estética, al resultado final...?**

Todo, al hacerlo todo a mano si que te puedes parar mucho más y si que importa mucho como quede el detalle.

Cando acabas o bolso e a carteira non lla queres dar. Cando ti fas un cousa e viches que botaches horas e cando máis bonito o ves... ao final entrégalo porque queres a pasta e dis "xa farei outra" pero non volves a repetir ese dibujo nunca.

A parte si estás vendiendo las cosas más baratas del valor real pues aún te cuesta más.

**¿A simple vista, cuál es la diferencia que podemos encontrar con el producto que realizas si lo comparamos con un producto elaborado en serie?**

Exclusividad, (...), atención al detalle, garantía y personalización.

### **BLOQUE 3: PUBLICIDAD Y MARKETING**

**En los tiempos que corren se hace imprescindible la publicidad para que un establecimiento sea conocido. En este sentido, ¿cuáles son tus técnicas o habilidades para darte a conocer actualmente? Utilizas rrss, acudes a ferias... en definitiva ¿dónde te publicitas y cuáles son los medios que usas? Por ejemplo un lenguaje propio y distintivo, una imagen que te represente, una ideología...**

El boca oreja y el Facebook, y sin darle mucha campaña ni nada, subir solo los trabajos hechos y poco más. La marca de agua en las fotos de los trabajos hechos y el perfil que tenemos en Facebook. Después lo que más nos funciona es el boca oreja.

**¿Cuánto te han ayudado las nuevas tecnologías de la comunicación en tu profesión?**

Hombre algo si que funciona porque cada vez pide gente de más lejos... pero tampoco te creas que... tampoco le damos nosotros mucho...

### **BLOQUE 4: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

**Refiriéndonos ahora a los clientes y consumidores de tus productos, ¿Cuál sería el perfil de un comprador de tus productos?: ¿cómo los definirías? ¿Qué rasgos son los más distintivos de ellos? En definitiva: ¿Cuándo realizas uno de tus productos, en persona piensas?**

Un chico de 20-40 años que encarga una cartera (...) digamos que son gente de la contorna que pudo ver nuestro trabajo o bien por alguien que ya tiene una cartera o cualquier cosa.

Está contento, leva dous ou tres anos coa carteira e téñena coma nova, entón poñeslle o dibujo que queres... A xente de 15,16,17,18 anos sí, lle gusta moito o noso traballo pero non o compra, ¿sabes por que? Porque hoxe vou vestido de amarillo quero bolso amarillo, e mañá vou vestido de rojo e quero bolso rojo. ¿Quen o compra? Comproo eu que teño 36 anos, que quero andar con un bolso solo, non quero ter sete que non valen para nada, quero un bolso de piel e hasta que se me acabe ou ata que teñas outro. E tamén é xente que pode acceder ao noso traballo, a piel é carísima e eu non podo venderche unha carteira de piel por 10€, entonces xa che vai valer 50€, entón xente nova, hai de todo, pero tes menos posibilidades que un mozo de 18 saía con 50 ou 60€. Unha señora de 30 pois... apetéceme e comproa.

### **BLOQUE 5: CIERRE Y DESPEDIDA**

**Para ir finalizando la entrevista me gustaría que, después de todo lo hablamos me dieras una breve explicación de cómo te defines como profesional y al mismo tiempo hacer balance de lo que es la artesanía.**

Eehh... bueno, estamos empezando, non o facemos mal creo eu porque non o facemos mal porque a xente a verdal le gusta moito o noso traballo. Hai outros artesanos que tamén nos preguntan cómo traballamos. Sí, temos moito que aprender, non son perfecta, reconozco que hai xente que traballa mejor ca min... pero no que vexo que traballan que min non vexo o que eu fago, eu tamén quero aprender pero non poido que teño outro traballo.

Siendo un hobby nos preocupamos porque salgan las cosas como si viviéramos deso. Como si tuviesen que ser piezas superexclusivas que no tengan ningún fallo, digamos.

**¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la artesanía en la actualidad? ¿Crees que en los últimos años ha mejorado la imagen de la artesanía en la población, o que se aprecia más el trabajo hecho a mano? De ser así, ¿Por qué lo crees, a qué se debe?**

Sí, algo repuntó por lo menos (...) gente que se está dando de cuenta que lo de antes que se hacía para que durara pues es mejor. Con el valor añadido de que nosotros podemos personalizar y hacerte las cosas a tu gusto la gente si que se va animando un poquito. La gente se aburre un poco de las cosas de usar y tirar (...) y si encuentras algo que te guste de verdad te gustará que te dure lo máximo posible.

Cando tes unha cousa de cuero canto máis vella máis lle queres.

**¿Cómo te ves dentro de 10 años?**

Ojalá que puidese vivir desto, se puidese vivir desto estaría encantada da vida, senón pois seguireino tomando igual como un hobby.

Esque al trabajar autodidácticamente ya para trabajar en Artesanía de Galicia pues... a ver si este año nos ponemos en eso pero... ule a mafia también Artesanía de Galicia

**¿Qué harías tú para impulsar a la artesanía?.**

Facilidades en todas las empresas, asociaciones de artesanos, incentivando, moviendo..

Os do cuero, o cuero que non é cuero decirlle que poña cuero.

Si porque ahora con la moda del cuero vegano le llaman cuero cuando no lo es y la gente entiende por cuero pues lo que no son. Más promoción por las entidades que se dedican a hacer promoción de eso. Está abandonado, no sabemos si es porque no quieren o porque solo promocionan a marcas amigas, pero aun hablando hoy con otro artesano que lleva 45 años y está en Artesanía de Galicia comentaba que se sentía abandonado. No miran por ellos, no publicitan, no les mandan nada, casi tiene que hablar él con ellos para que se muevan cuando ellos son una entidad dedicada a eso.

Con esto ya hemos finalizado, muchas gracias por tu aportación al estudio.

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 03

### PRESENTACIÓN

**Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.**

### IMPULSO INICIAL

**Para ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la artesanía, me gustaría que me dijases ¿Qué es la artesanía? Como la definirías como profesional de ella.**

Para min a artesanía ven sendo como todo o realizado con menos máquinas posibles, sempre utilizando a man do ser humano e digamos que artesanía é que non se faga un produto en cadena, en produción todo igual. Para definirche un produto artesán diríache que non poden haber dous iguais, senón xa non sería artesanal.

O que diferencia no meu sector que sexa artesanal é que cada madeira é diferente, os procesos de montaxe e todo son diferentes porque non é como se fose realizado como por unha máquina

**¿Qué es lo que te transmite la artesanía, qué hace que te quieras dedicar a ella?**

A ver... además de que é o meu modo de vida, a través del é co que me manteño, co que saco cartos, pois a parte da economía tes un gran vínculo co cliente porque cada produto que fas é como se fora único, co cal, cada vez que che chega un cliente e fas un produto que sabes que pasaches un lote de horas con él, pois... teslle algo máis de cariño que se fose un produto en serie que feito nunha tienda que sería empaquetalo e véndelo.

### BLOQUE 1: FORMACIÓN

**Hablemos ahora de cómo te formaste como artesano/a. Comencemos desde el principio ¿cuáles son tus estudios? Que estudiaste antes de encontrar lo que te gusta hacer de verdad. ¿Orientaste tu futuro profesional desde un principio, o fueron las consecuencias o casualidades las que hicieron que terminaras desempeñando este oficio?**

No meu caso foi máis ben casualidade porque non hai uns estudos para formarte no meu, de carácter profesional case non hai. De artesán case non hai nada, entón o meu camiño foi no mundo da madeira pero relacionado coa carpintería. Empecei a estudar o ciclo superior en Coruña, e cando vin que saíndo do ciclo que non había traballo a través deso poir collín e enfoqueino máis ao tema da artesanía porque como non había traballo pensó que foi unha oportunidade para que eu me meterá neste mundo co cal era máis exclusivo e ao final me abriu máis portas á hora de gañar uns cartos. Ao final o que a crisis para algún lle foi mal, pois neste sector como é a artesanía eu pensó que foi bo. Porque se non chega a ser pola crisis seguramente estaría traballando de carpinteiro a día de hoxe e nunca me metería neste mundo no cal nadie se plantea seriamente vivir del.

**¿Cómo nace la idea y tomas la decisión de dedicarte a este oficio plenamente?**

**Una vez que decides encaminar tu camino en el mundo de la artesanía, ¿Cómo fueron los inicios? Me refiero al sentido de cómo empiezas a elaborar tus productos. ¿Cuál fue el modo de formación? Seguiste tutoriales, te enseñó alguien a elaborar el producto, seguiste los pasos de algún libro, buscaste inspiración en alguien...**

A ver sobre instrumentos musicales non hai nada que te poidas formar, entón a base de ter coñecementos no mundo da música e ter coñecementos no mundo da madeira (...) fun relacionando unha cousa coa outra e vas sacando, e despois ensaio e error sempre.

**Una vez que comienzas a trabajar en el producto, ¿Cuánto tiempo pasa hasta que haces uno con el que te sientes satisfecho/a?**

Practicar moito, probar moito, os primeiros instrumentos non dan resultado, o sonido non é o que ti buscas, como conseguir ese sonido é complicado porque non sabes como chegar a ese sonido a través dos coñecementos que tes é moi complicado. A base de probar, desmontar instrumentos que tes da competencia e ver que todos utilizan o mesmo sistema de montaxe. E os inicios son moi complicados sobretudo na artesanía porque é un mundo no que tes moi poucas portas abertas. O que traballa de artesán sempre pensa que lle vas quitar traballo (...) é moi complicado que el che diga cómo se fai porque pensa que é un sector moi cerrado e entón é complicado.

Neste caso a base de facer probas, e esas mostras que ti fas, pois como fixen eu, a través de internet mandarlle ao País Vasco, mandarlle a grupos galegos que hai en Brasil e por todos lados para que proben ese instrumento e que che digan que se pode cambiar nese instrumento, qué fallos ten, cómo se poden mejorar... sempre relacionándose cos músicos que son os que, aínda que non teñan coñecemento do que é a fabricación, teñen coñecementos musicales e vanme aportar como dar un resultado final que sexa competitivo.

**Supongo que en el camino habría muchas veces en la que querías “tirar la toalla”, ¿qué es lo que te hizo seguir adelante? ¿Te animó alguien a seguir formándote para perfeccionar la técnica?**

Os principios si que son moi moi complicados, os primeiros anos de perda que non se ganaba, cartos poucos se facían. Solo era, vendo esto e dame para outro material para facer outra cousa, pero os principios foron moi complicados. Hasta que chega un momento que arranca a empresa e te sacas un sueldo e podes vivir totalmente deso.

Vamos a ver, cando ti te planteas que vas vivir de facer instrumentos tes moitas dúbidas, porque sabes que ao teu arredor nadie se dedica a esto, entón pensas por qué non se dedican a esto... tes moitas dúbidas, pensas en abandonar, ¿se abandono para onde vou?... A crisis axúdache a que non tes outro traballo paralelo a parte de arrancar de novo, ao final a clave é crear en ti e o produto que faga que salla ben, nun principio non podes pensar que vas a ganar ou perder cartos, solo que sexa bo, competitivo e que sexa diferente en canto a calidade, que sexa superior aos outros. Porque senón para sacar un produto que vaia ser completamente igual vaite pisar, porque hoxe en día a competencia se ti tes unha cousa que fabrica o do lado pois vaiche baixar na venda online 5 cent, 5 cent, e o que che compre xa vai ir a outra páxina web... Por eso que o que me axudou a saír a diante sempre foi a calidade do produto. Ter un produto competitivo en calidade, non en precio.

**¿Crees que ya lo sabes todo o que puedes aprender más de la técnica?**

En xeral diríache que levo dende 2013, estamos a 2019, e que me queda un camiño hasta a jubilación aprendendo, aprendendo porque faltan moitas cousas, procesos, mejorar a eficacia de traballar máis rápido sen perder a calidade do produto, noutra artesanía podes dicir collo o produto e metoo en máquinas, melloro esto e son competitivo en cantidade, pero aquí non se compete en cantidade, comítese en calidade. En calidade non podes aumentar os procesos moito. Ao final... estás aprendendo todos os días. (...) Tes que facer troqueles, tes que controlar de soldadura... para facer ti as propias máquinas porque non hai un mercado que che venda as máquinas. Son máquinas propias que fabrica o artesán para facer ese instrumento, entón tes que ter un lote de coñecementos nos que te tes que estar formando sempre e tes que estar sempre arriba porque senón cómete a competencia.

## **BLOQUE 2: LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO**

**Una vez que ya nos hemos adentrado en la artesanía, y más concretamente en el área a la que te dedicas, me gustaría que me explicases cómo es el procedimiento de trabajo. ¿Cuentas con un taller, empleados a tu cargo, lo haces individualmente...?**

O método de fabricación, que considero que é dos máis artesanais que hai é desde que eu collo a materia prima, normalmente que compro a madeira eu córtola... as materias primas como pode ser madeira ou coiro eu preparo. O secado da madeira... osea todo o que sexa da materia prima eu necesito telo controlado. Par que eu desde o inicio, desde a base do instrumento, non me de fallo ao final. (...) eu desde os procesos, desde os principios ata o final. E dicir, eu teño un taller, vou buscar as madeiras, as peles, todos os materiais que eu utilizo. Despois chego ao taller, os meus clientes, no 2019 o 70% dos clientes foron por internet, vía online, entón eu chego miro os correos electrónicos, miro os pedidos que hai pola web, miro o whatsapp... entón intento elaborar o que é o produto. Faise o produto desde un principio, sempre mantendo o contacto co cliente de cómo quere a peza, se o quered un acabado determinado, se o quere dunha madeira determinada. Non teño hoxe en día empregados, teño un obradoiro onde fago instrumentos e o meu proceso é tar sempre en contacto desde un principio hasta o final coa materia prima, con todo. (...) Se eu derivo en facer os corpos dun tambor nunha empresa estou perdendo de que xa sexa artesanal, ao final acumulas erros, o proceso xa non é artesanal, e o acabado final non é o que repercute de que sexa dunha calidade determinada ou doutra.

**En cuanto a las materias primas que utilizas... ¿cómo son?, ¿son naturales, utilizas alguna en concreto o buscas sustitutos?**

No mundo da artesanía o que se valora, agora que está tan eu auge materiais ecolóxicos, máis que nada tamén para non contaminar. O que se utilizan son barnices ou acabados naturais, despois os procesos todos que non sexan con colas químicas, que sexa todo o máis natural posible. A materia prima que sexa Galega, temos aquí material para facer os instrumentos sen ter que ir a fora, e sempre que sexan respetuosos co medio ambiente.

**¿Es fácil de trabajar con dichos materiales? ¿qué facilidad tienes para encontrar la materia prima?**

Non son materiais moi comúns, os cales non os podes atopar no que ven sendo nun centro comercial ou nunha ferretería. O que máis se utiliza que é a madeira no meu sector, pois tes que ter contactos con maderistas, con xente que se ten unha noxeira na súa casa e a hay que cortar... cando levas uns anos xa te chama a xente (...) Son madeiras que tes que moverte ti, moitos kilómetros de coche, buscar xente que cha vende. Despois as peles, hai moi poucos sitios no que corte as peles de unha maneira natural sen produtos químicos, é moi complicado de atopala. Normalmente as que hai son peles dedicadas ao sector industrial (...) pero si que cando xa levas uns anos xa tes contactos que che sirven os produtos xa case sen saír da casa.

**Una vez que cuentas con el material ¿cómo es el proceso productivo? ¿qué herramientas de trabajo utilizas?**

A maioría é facer todo o artesanal coa man, solo que hai moitas cousas que tes que utilizar o que é maquinaria. É dicir, antigamente cando ti utilizabas madeira para facer un tambor pois seguramente utilizarían uns serróns, un serrucho grande para cortar e facer láminas de madeira. Hoxe en día sacas as láminas, tes calibradores para que a madeira quede toda o mesmo espesor, utilízanse cabinas de barnizado para dar ese acabado, non se da con brocha, utilízanse prensas para facer o que é as ferreñas... quero dicir, logo utilízanse utensilios normais como serrucho, todo tipo de trenchas, cepillos... a maquinaria toda que se utiliza practicamente é para chegar a conseguir as láminas da madeira. (...) Teste que servir de sistemas mecánicos como serían serras de pinzas, cortadoras e eso...

### **¿Cuánto tiempo lleva confeccionar el producto desde que se comienza a trabajar los materiales hasta que está listo para su venta?**

Non é que che leve dúas semanas unha pandereta senon non se podería vivir desto, senon que por exemplo pódense facer, por exemplo nun mes ti fas 20-30 panderetas. Non é que ti fagas 20 panderetas seguidas, senon que ti colles e encolas 20 corpos de panderetas, e tas mentres traballando con un tambor que estás secando as pieles. Mentras que sequen esas pieles ti estás facendo ferreñas para unha pandereta. Vas compaginando para que ao final do mes ao meior saian 15 panderetas, 2 tambores, 1 bombo e un par de baquetas para un tambor. Entonces ao final non che sabería decir canto leva dedicándolle plenamente. (...)¿ qué me levaría facer un tambor? Pois tranquilamente se só me dedico ao tambor levaríame un mes, un mes e medio. Non sería rentable, nin neste momento nin en ningún.

### **¿Habría tecnologías con las que podrías trabajar más rápido pero las descartas por alguna razón?**

Sí, habría algunha máquina que se pode substituír por... utilizando o que é a forma manual. Pero a día de hoxe, que é o que nos salva, máquinas que poidan facer este produto artesanal como é un tambor no mundo da música, panderetas e tal... non hai unha máquina que poida facer o que é o instrumento en sí. Ten que ser, por exemplo, ti coses a pandereta que é a piel, cóselo a man, tes que montar o parche da pandereta a man, o atornillado a man, curvoos a man... ¿habría ao mellor una forma que o fixera industrialmente? Sí, pero deixaría marcas, non deixaría un acabado igual. Todo se elabora manualmente, ¿que se podería agilizar con máquinas? Sí, se a min unha pandereta me leva dúas semanas (...) poisa o mellor cunha máquina faríao nunha semana. Pero o produto final non ten nada que ver. De feito no meu sector hai máquinas de panderetas feitas de forma industrial que xa os acabados son completamente diferentes, a resistencia é moito menor, e ao final esos instrumentos acaban en obradoiros reforzan ese instrumento que ao final non se da arreglado porque o proceso foi todo xa mal feito e é complicado.

### **¿Cuánta importancia le das a los detalles, a la estética, al resultado final...?**

A estética, ademais de que no meu sector un 80% un 70% sexa que son que soe ben, cada vez valoran máis a estética, os acabados. A xente que chega ao meu obradoiro xa é unha persoa que xa quere esa exclusividad, esos acabados. E despois tamén o que valoran hoxe en día é que sexan moi personalizados, moito. Simplemente grabarlle o nome, simplemente o que é un tambor meterlle este tipo de madeira, que este tipo de peza non a quero en latón, queroa en aceiro inoxidable pero queroa pulida... nos pequenos detalles son nos que se fijan os clientes e nos que en si tamen está o valor do produto. Que a xente poida configuralo e que ti lle poidas dar ese servizo, co cal unha industria nunca lle podería dar eso, porque un produto en cadena nunca se pode parar para unha personalización, entón hoxe en día é o que nos salva e o que nos diferencia e o que nos mantén diferentes aos demais.

### **¿A simple vista, cuál es la diferencia que podemos encontrar con el producto que realizas si lo comparamos con un producto elaborado en serie?**

Claro, a ver... ademais de que busques un sonido tamén buscas o que é o acabado. Entonces a xente cada vez valora máis o que é eso, entonces eu ao que lle dou moit moito valor é que cada peza que saia, que saia ben. Ti podes coller e facer unha peza e que o cliente non sepa se ten un fallo ou non. Para que o produto sempre esté ahí, sempre estén falando nas redes sociais de que está ben, de que está ben acabado é se ti fas un produto e non estás conforme con el apártao. Non o vendas. Aínda que sepas que o podes vender, porque é o que nos caracteriza e o que nos diferencia do resto dos que te rodean, do resto que fan tambores, do resto que fan panderetas, e que ti, aínda que pa outra xente valla, non vale para ti. E ahí está a calidade, en que sexas muy muy... de que te fijas moito do que fas. Ao final se ti fas tambores, e 20 en Galicia fan tambores pero os fan igual e ti non superes en nada pois... eu ao final o que compito e en calidade, xa non en prezo, xa en calidade.

## **BLOQUE 3: AYUDAS Y SUBVENCIONES**

### **Sabemos que con los tiempos que corren, cualquier negocio o profesión se ve necesitada de ayudas (ya sean económicas, promocionales, etc.) En relación a esto, ¿conoces algún tipo de ayuda que apoye al sector artesano o a los trabajos manuales específicamente? En el caso de que sí, ¿en qué consisten?**

Sí, bah... vamos a ver no meu sector, en todos os sectores tes axudas en canto a márketing, páxinas, como saber vender o produto en webs, como crear en webs... Por exemplo a miña web está subvencionada por unha cámara de comercio, está subvencionada tamén pola Xunta de Galicia. En canto a institucións como o centro de Artesanía de Galicia tamén hai subvencións que van dedicadas solo ao que é os artesáns. E despois tamén tes as axudas que tiven eu por primeira vez, os bonos autónomos, subvencións de maquinaria, tes subvencións de maquinaria ao 80% de fondo perdido, subvencións do 50%... Tes subvencións por exemplo, quero eu ter unha feira en Milán sobre o meu produto artesanal de Galicia e véndelo alí e expoñelo alí, pois tes axudas para márketing de bolsas de cómo deprezarte alí... Hai bastantes axudas co cales che poden axudar a facer o que é o arranque da empresa. Despois claro... despois é que ti des mantido no tempo e ti teñas un produto que se de vendido. Se ti por moitas subvencións que teñas tes un produto que non ten saída ou ben porque non hai demanda ou ben porque o produto non está ben pois entón xa non é un problema de subvencións. E senón anunciarte moito por redes sociais que é moi importante.

### **¿Sientes que tu gremio es apoyado como se merece? Aunque no sean ayudas económicas ¿se promociona o se publicita como se merece por parte de instituciones públicas o mismo privadas? ¿Cuáles son las principales carencias que ves?**

Queda moito por facer pero... porque esto non quere decir que non haxa subvencións, Sería egoísta decirche que está moi ben subvencionado, pero hai certas institucións que están ahí apoiando o que somos os artesanos. O apartado de Artesanía de Galicia, que é un apartado que ten a Xunta pois é un apartado que está dirixido ao sector artesanal co cal se pode dar ahí una vez axudas, outras veces enfoque en temas de cartas de artesanía. Digamos que é un punto de apoio para arrancar a túa empresa.

## **BLOQUE 3: PUBLICIDAD Y MARKETING**

### **En los tiempos que corren se hace imprescindible la publicidad para que un establecimiento sea conocido. En este sentido, ¿cuáles son tus técnicas o habilidades para darte a conocer actualmente? Utilizas rrss, acudes a ferias... en definitiva ¿dónde te publicitas y cuáles son los medios que usas? Por ejemplo un lenguaje propio y distintivo, una imagen que te represente, una ideología... ¿Cuánto te han ayudado las nuevas tecnologías de la comunicación en tu profesión?**

A técnica que utilizo eu e que está utilizando máis xente son as redes sociais. As redes sociais se non foran por elas, hoxe en día nin eu nin a maioría de moitos artesáns poderían vivir do que fabrican, porque hoxe en día unha rede social é un escaparate para todo o mundo. O que antes che costaba a ti montar unha tenda e poñer no teu expositor un produto que a xente pasara, que o vira, chegar a él... hoxe en día ti estás entrando en calquer punto do mundo de maneira gratuíta expoñendo o teu produto. As redes sociais como son Instagram, Facebook... o que teñen moi importante e ter un comercio electrónico, é dicir, un sitio onde ti ensañas os teus produtos, xa dunha forma cunha ficha técnica, de que é o que vendes, de onde ven, cun precio... o que ven sendo unha páxina web. Entón hoxe en día unha páxina web que teña un bo posicionamento, que sexa competitiva... no meu caso o 70% das vendas son a través da páxina web. No 2018-2019 o 70% foron vendas online. É dicir eu subo un produto a Facebook, a Instagram e o cliente mándame un whatsapp "gústame esto, ¿pódeme mandar esto a tal sitio?". Hoxe en día unha persoa que vive apartado da civilización pode vivir vendendo un produto artesanal, antes utilizábase máis o boca a boca (...) pero é un camiño moi ralentizado comparado o da web, porque na web ti vendes un produto, súbelo e dis "mandei para tal asociación" e xa te están chamando outras asociacións para probar ese produto. É abismal, eu diría que a día de hoxe sen as redes sociais, sen internet sería moito moito máis complicado vender un produto por moi bo que sexa. Pode ser un produto moi bo pero se non chegas ao cliente non podes véndelo.

Antes utilizábase en moitos sectores o sistema de viajante que ía polas portas, pois eso mesmo agora utilizámolo a través de internet e gratis, sen ter unha persoa na rúa pagándolle para que venda os teus produtos que eso vale moitísimos cartos.

#### **BLOQUE 4: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

**Refiriéndonos agora a los clientes y consumidores de tus productos, ¿Cuál sería el perfil de un comprador de tus productos?: ¿cómo los definirías? ¿Qué rasgos son los más distintivos de ellos? En definitiva: ¿Cuándo realizas uno de tus productos, en persona piensas?**

O perfil da miña xente, do cliente que chega xa é de carácter máis ben profesional, é dicir, non utiliza o meu produto no que igual un 30-50% utilizan para ocio ou particularmente para eles para tocar. Moita xente que xa ven agora despois de que xa tes un nome pois é xente que xaquere algo dunha calidade superior ao que hai no mercado, entón eu diría músicos de carácter profesional. Xente que se dedica a eso, que está en escenarios, que necesita pois un tambor para que lle afine rápido, unha pandereta que responda... sería xa de xente que vive deso. É a súa ferramenta e quere que asúa ferramenta sexa boa (...) entónd iríamos que é de carácter profesional e tamén de xente para ocio pero que tamén quere ese calidade, que ao final tamén a valora.

#### **BLOQUE 5: CIERRE Y DESPEDIDA**

**Para ir finalizando la entrevista me gustaría que, después de todo lo hablamos me dieras una breve explicación de cómo te defines como profesional y al mismo tiempo hacer balance de lo que es la artesanía.**

Definíriame como unha persoa a cal lle gusta o seu traballo, que hoxe en día é complicado atopar traballo xa no que che gusta, e definiríame como unha persoa moi perfeccionista que co tempo funme dando de conta de que para vender un produto e cho valoren tes que facelo dunha calidade boa. E para que se venda e se diferencie dos demais... foi no que me enfoqueei, que sempre un produto que fago sexa como para mín. Sempre que acabo un instrumento, antes de entrégalo digo "¿para min vale? Se vale para min vale para o resto" (...) eso é como me definiría, perfeccionista e amar o que fas, porque se non tes un gusto polo que fas, se non valoras o que estás facendo sería unha fabricación máis a cal non ten personalidade non ten nada. O produto define sempre ao artesán. Ti vés un produto e sabes se esa persoa traballa ben ou non traballa ben, tamén sabes se foi feito rápido ou unha cousa que levou tempo, os detalles, se lle gusta a cousa ben feita. O produto vai ser o currículum que lle envíes a un cliente sempre. (...) Eu confórmome con que ademáis de que me está dando uns cartos pois que tamén queden contentos. Eus empre dou a facilidade de que o proben, eu sempre que envío un produto sempre chamo para saber se está conforme senón mando pasar a recollelo, aínda que fora personalizado. Porque se llo mando e non lle gusta o meu currículum vaise entregar enc atro asociación nos que van dicir vou a outro artesano. Entón a clave no meu sector, xa que se fai diferente é darlle valor os pequenos detalles e que sexa o produto dunha calidade superior. (...)

**¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la artesanía en la actualidad?**

Os puntos fortes son que non poden competir con nos as grandes industrias, ese é o gran punto de que fas una cousa diferente. Se eu fago un tambor que non me oden copiar as grandes industrias pois nunca vou ter esa competencia. Nunca vas ter que competir con precio, ti vas competir con que é único e de que é artesanal, cousa que non vai haber noutro sitio. Pode habelo de plástico, pero non vai haber outro tambor feito de nogeira máis barato, porque senón estás perdendo cartos. O artesán nunca vai tirar os precios, cousa que noutros produtos a base de cantidade si que podes tirar os precios.

Os puntos débiles e de que ao mellor non está valorado, por moita xente si, pero por outra xente non está valorado o que é o produto final. Deberíamos os que somos artesáns investir máis no proceso de ensinárlle o que hai detrás para poder darlle valor. Porque o cliente hai moitos que chegan e dis ti "esto ten un valor, ten moito traballo..." e hai xente que di é unha pandeireta, vino en tal sitio con outros acabados pero costábame a metade. Entonces ao final compites coa calidade. Non compites con que é bon ser máis barato.

**¿Crees que en los últimos años ha mejorado la imagen de la artesanía en la población, o que se aprecia más el trabajo hecho a mano?**

Sí, eu penso que sí, cada vez a artesanía... fai uns anos ao mellor non, pero agora eu penso que pódese utilizar como un método de traballo, un modo de vida e... o que tes é que moitas veces temos o concepto de que artesán e unha persoa que fai catro pezas, véndeas e ata que acabe esos cartos non volve facer outras pezas. A maioría dos artesáns que viven deso, non dos que dín traballo doutra cousa e logo vendo eso, pois botámoslle 8 horas diarias, e que dí 8, dí 10 ou 7, porque os que nos implicamos e temos unhas pautas e facemos todos os días traballo sei que se vive deso... pódese vivir deso e duns anos para aquí valorouse moito máis o produto artesanal. Moitos suizos, franceses veñen, tocaban unha pandereta e decían "eque eso alá non o tes, esto non sabedes o valor que ten", e máis a tradición que hai todo detrás... bueno todo o que haxa. Eso é o que nos mantén e eu creo e seino que se pode vivir da artesanía 100%. Non digo en todos os sectores, pero se ti destacas en ser diferente, orixinalidade, calidade, te moves en redes sociais e tal pois siq ue se pode vivir, si que hai carga de traballo suficiente para o resto da vida, solo que ten que ser un produto que chame a atención, que sexa diferente, que non poidan atopar nunha tenda.

**¿Por qué lo crees, a qué se debe?**

Eu penso que porque... sobretudo nestes últimos anos (...) eu pensó que a xente cada vez valora máis o bo. Estamos xa cansados do produto de compreino e falloume aos dous días, como poden ser os electrodomésticos, como poden ser... a xente está cansada deso e a xente quere unha calidade e está disposta a pagala. Notoo no meu sector que o último que che preguntan cando che veñen encargar algo é o precio, e ahí é cando te das de conta de que a artesanía cada vez a valora máis xente. (...) démoslle a volta e agora co que nos valoran a nos non o valoran nunha ferretería, que pola diferenza de precio e a calidade pois a xente ao final vai ao chino. E neste no, neste somos únicos e é o que nos diferenza. Temos que darlle o valor que ten, sen embargo nas grandes empresas teñen que competir de froma global e entran contenedores de produtos chinos que se venden aquí, e en cambio este e un produto que non é que lle deas o valor que ti queiras, e o valor que lle tes que dar. (...)

**¿Cómo te ves dentro de 10 años?**

Pois dentro de 10 ou 15 anos seguramente esté traballando no mesmo, se non cambian moito as cousas que sempre pode pasar pero dentro das estadísticas de vendas que teño pois foron sempre crescendo. Se no 2019 cerrei o ano vendendo o triple que no 2018, e no 2018 vendín o dobre que no 2017 as previsions son boas. Agora, ¿qué pode pasar nun futuro? Pode pasar que a música tradicional xa non esté en auxe ou lle dé por utilizar outro tipo de instrumento, pois ahí si que xa non sabemos. Pero eu pensó que é case seguro que estarei traballando neste, porque é un traballo que está ben pagado e que as condicións que teño eu de traballo as teño ben montadas, eu pensó que dentro de 10 ou 15 anos eu seguirei traballando deste e moi contento. Cada día que me levanto teño ganas como se fora o primeiro día, ou me marchan as ganas ou estarei dentro de 15 anos traballando deste ou senón doutra cousa que sexa artesanal, eos está claro, que sexa artesanal sí.

## **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD 04**

### **PRESENTACIÓN**

**Hola, buenos días/tardes. Mi nombre es Lucía Vázquez, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, y para ello me pongo en contacto contigo como profesional, con la certeza de que tu testimonio será clave en mi estudio.**

## **IMPULSO INICIAL**

**Para ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la artesanía, me gustaría que me dijese ¿Qué es la artesanía? Como la definirías como profesional de ella.**

Para mí la artesanía se define como el trabajo manual, sobre materiales nobles. Un trabajo que requiere tiempo y mimo por parte del maestro artesano. Se dota de personalidad a los objetos que crea, transmitiendo su impronta y estilo.

**¿Qué es lo que te transmite la artesanía, qué hace que te quieras dedicar a ella?**

Acerca de lo que me transmite la artesanía... es difícil de expresar con palabras, ella forma parte de mí desde pequeño. Siempre dibujaba desde muy pequeño diseñando inconscientemente objetos. Con el paso de los años los fui sacando del folio a la realidad modelando y tallando objetos en diferentes materiales. Pero si lo tuviese que definir en dos palabras serían superación y felicidad. Ya que lo usé como camino de superación a mí mismo, aportándome felicidad.

## **BLOQUE 1: FORMACIÓN**

**Hablemos ahora de cómo te formaste como artesano/a. Comencemos desde el principio ¿cuáles son tus estudios? Que estudiaste antes de encontrar lo que te gusta hacer de verdad.**

Empecé estudiando preimpresión en artes gráficas en Pontevedra, empecé el ciclo medio pero creativamente se me quedaba corto. Me quede con los conocimientos que me interesaron en serigrafía, y deje el curso. Mas tarde de casualidad, comencé un curso de relojería y micromecánica, en la escuela de joyería de Vigo. En ese momento descubrí una disciplina que englobaba todos mis "hobbies" el dibujo, diseño, talla y nuevas aptitudes y conocimiento que fui desarrollando poco a poco. Seguí estudiando, y sigo haciéndolo cuando tengo tiempo con cursos privados de formación en talleres y también formación en nuevas tecnologías que permitan confinar la artesanía con el cambio que la era digital está provocando en todos los gremios.

**¿Orientaste tu futuro profesional desde un principio, o fueron las consecuencias o casualidades las que hicieron que terminaras desempeñando este oficio?**

La verdad que fue totalmente fortuito, el dedicarme a este oficio, digamos que fue de rebote y sin buscarlo, pero una vez tomado contacto me volqué de lleno en ello.

**¿Cómo nace la idea y tomas la decisión de dedicarte a este oficio plenamente?**

La idea de dedicarme a ello vino por el apoyo de gente del sector, artesanos y empresarios y otros diseñadores. Por circunstancias de colaborar con gente de moda, que se apropiaron indebidamente de mi trabajo, consiguiendo premios y galardones con mi trabajo me hizo pensar que valía para esto y que demostraría mi talento generando mi propia marca, que se encuentra en vías de desarrollo.

**Una vez que decides encaminar tu camino en el mundo de la artesanía, ¿Cómo fueron los inicios? Me refiero al sentido de cómo empiezas a elaborar tus productos. ¿Cuál fue el modo de formación? Seguiste tutoriales, te enseñó alguien a elaborar el producto, seguiste los pasos de algún libro, buscaste inspiración en alguien...**

Realmente lo bueno de la era digital es que solo necesitas tiempo y actitud para aprender y desarrollar tus propios productos, aprendo de artesanos que sigo en redes sociales, libros, documentos, y por supuesto los tutoriales.

**Una vez que comienzas a trabajar en el producto, ¿Cuánto tiempo pasa hasta que haces uno con el que te sientes satisfecho/a?**

Realmente varía mucho del tipo de producto a desarrollar normalmente mis diseños, no parten solo de una idea estética o formal. Los desarrollo a través del estudio y desarrollo de conceptos etéreos o por ideas que desarrollo a partir de un texto.

**Supongo que en el camino habría muchas veces en la que querías "tirar la toalla", ¿qué es lo que te hizo seguir adelante? ¿Te animó alguien a seguir formándote para perfeccionar la técnica? ¿Crees que ya lo sabes todo o que puedes aprender más de la técnica?**

Muchas veces pensé en tirar la toalla, vender el taller y dejar de pensar en el desarrollo de mi marca y mis piezas, pero creo que es algo normal en todas las ramas artísticas y personales. Si no te planteas en que lo haces mal o que llevas mal camino, no aprendes realmente ni eres consciente realmente de que camino debes tomar. Es como una noria de subidas y bajadas constantes. Lo que me hizo seguir adelante fue el demostrarme que puedo hacerlo y que a través de mi trabajo de una manera artística puedo expresar muchas cosas, que con palabras no sería tan efectivo. Creo que nadie sabe todo de las técnicas, ni materiales, sería muy aburrido saberlo todo o que no quede nada por descubrir. Pienso que dos personas estudiando la misma teoría pueden desarrollar la practica de manera distinta y ambos nutrirse de la simbiosis. Es de narcisistas o hipócritas creer que lo sabes todo y no estoy en ese grupo.

## **BLOQUE 2: LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO**

**Una vez que ya nos hemos adentrado en la artesanía, y más concretamente en el área a la que te dedicas, me gustaría que me explicases cómo es el procedimiento de trabajo. ¿Cuentas con un taller, empleados a tu cargo, lo haces individualmente...?**

De momento mis circunstancias no me permiten tener un taller al publico, ni mucho menos empleados. Hoy en día no existen medios de impulso para la artesanía, para demostrar el verdadero valor de la misma. Conozco un montón de artesanos jóvenes en la misma situación nos vemos forzados a trabajar en otros campos reprimiéndonos y perdiendo nuestro mejor tiempo por falta de apoyo y visibilidad. Solo tenemos las redes sociales que nos permiten en un pequeño porcentaje mostrar nuestro trabajo.

**En cuanto a las materias primas que utilizas... ¿cómo son?, ¿son naturales, utilizas alguna en concreto o buscas sustitutivos?**

Son materiales inorgánicos y orgánicos, metales, maderas, piedras naturales y fósiles en su gran mayoría. Ahora mismo me encuentro en el desarrollo de colecciones de materiales alternativos, abaratando costes y Apoyándome en el reciclaje cosa importante para el desarrollo sostenible de la producción en un entorno de materiales finitos.

**¿Es fácil de trabajar con dichos materiales? ¿qué facilidad tienes para encontrar la materia prima?**

En cuanto a los metales si hablamos de metales nobles, tanto el material en si como las herramientas son caras y no se pueden usar las mismas herramientas para otros materiales. Esto encarece el coste de la sustentación del taller y por consecuencia el coste de los productos.

**Una vez que cuentas con el material ¿cómo es el proceso productivo? ¿qué herramientas de trabajo utilizas?**

Normalmente utilizo metal que trabajo con segueta, limas, buriles y los acabados dependiendo del resultado que quiero darles acabado brillo con pulidoras, pátinas de óxido de metales o texturizados a base de martilleados o reticulados con fuego a gran temperatura.

**¿Cuánto tiempo lleva confeccionar el producto desde que se comienza a trabajar los materiales hasta que está listo para su venta?**

Siempre depende del diseño y del tamaño de la pieza, pero como término medio dependiendo de la morfología serían entre 1 y 3 días. Pero piezas más complejas podrían tardar una semana y en alta joyería incluso un mes.

**¿Habría tecnologías con las que podrías trabajar más rápido pero las descartas por alguna razón?**

Pues precisamente una de las cosas que mejor se me da es la escultura en cera, que podría realizar con prototipado 3D, o el mecanizado de CNC pero esto restaría la finura en las formas, o la delicadeza estética, que aporta el realizar a mano la creación de las piezas. Se ve a simple vista la diferencia. Incluso los propios clientes que desconocen el trabajo que hay detrás suelen preferir las piezas elaboradas manualmente a las prototipadas.

**¿Cuánta importancia le das a los detalles, a la estética, al resultado final...?**

Le doy mucha importancia a la estética asociada al concepto que conlleva a la creación de las obras. Tanto en la estética como en los detalles soy muy cuidadoso no finalizo la obra hasta que la estudio con diferentes acabados, realizando diferentes opciones finales de cada pieza y escojo la que más me satisface.

**¿A simple vista, cuál es la diferencia que podemos encontrar con el producto que realizas si lo comparamos con un producto elaborado en serie?**

Bueno, lo primero es que al trabajar a mano aunque hagas una serie de piezas iguales, los acabados o la forma de las piezas no quedan iguales. Esto dota de personalidad a cada una de ellas y el tiempo que se le dedica hasta estar bien finalizada dista mucho de las serificaciones industriales donde muchas veces o casi siempre se utilizan maquinarias automáticas con defectos.

### **BLOQUE 3: AYUDAS Y SUBVENCIONES**

**Sabemos que con los tiempos que corren, cualquier negocio o profesión se ve necesitada de ayudas (ya sean económicas, promocionales, etc.) En relación a esto, ¿conoces algún tipo de ayuda que apoye al sector artesano o a los trabajos manuales específicamente? En el caso de que sí, ¿en qué consisten?**

Las ayudas que existen son pocas en nuestro sector, sobretodo para iniciar el camino. Las ayudas son para gente que ya tiene consolidado el taller y ya tiene una proyección en un tiempo, o ayudas para la contratación becada. No existe un departamento que te ayude a arrancar con la creación de una marca o un taller. Que expliquen los entresijos de manera jurídica, económica y social. Es una pena que gente buena esté perdiendo la motivación y cambien de profesión por este motivo. Con esto se pierde la cultura y parte de la microeconomía local.

**¿Sientes que tu gremio es apoyado como se merece? Aunque no sean ayudas económicas ¿se promociona o se publicita como se merece por parte de instituciones públicas o mismo privadas? ¿Cuáles son las principales carencias que ves?**

Mi gremio está muy abandonado, ya que hasta las escuelas donde se imparte formación están dejadas y desactualizadas. No se aporta valor a la artesanía de manera eficiente, zonas como Santiago de Compostela están perdiendo artesanos y los talleres están cerrando, mucha competencia del sector industrial y demasiados impuestos imposibles de pagar para ser competitivo en el mercado. En cuanto a la parte pública falta apoyo para empezar en el sector, pocas ayudas, poca publicidad.... Podrían crearse talleres colectivos de colaboración, muestra y venta.

### **BLOQUE 3: PUBLICIDAD Y MARKETING**

**En los tiempos que corren se hace imprescindible la publicidad para que un establecimiento sea conocido. En este sentido, ¿cuáles son tus técnicas o habilidades para darte a conocer actualmente? Utilizas rrss, acudes a ferias... en definitiva ¿dónde te publicitas y cuáles son los medios que usas? Por ejemplo un lenguaje propio y distintivo, una imagen que te represente, una ideología...**

**¿Cuánto te han ayudado las nuevas tecnologías de la comunicación en tu profesión?**

Utilizo redes sociales como Instagram, Behance, y Facebook para publicitar lo poco que puedo y no de una manera eficiente por falta de medios económicos. Pensar en hacer una campaña online ahora mismo para mí es impensable. Sí que utilizo la ideología de mi marca para distinguirla como materiales de reciclaje y una estética naturalista combinada con tecnología.

### **BLOQUE 4: CLIENTES Y CONSUMIDORES**

**Refiriéndonos ahora a los clientes y consumidores de tus productos, ¿Cuál sería el perfil de un comprador de tus productos?: ¿cómo los definirías? ¿Qué rasgos son los más distintivos de ellos? En definitiva: ¿Cuándo realizas uno de tus productos, en persona piensas?**

El perfil de mis clientes sería encajado en un rango de edad de 20 a 50 años, gente alternativa preocupada por la cultura, la estética cuidada pero no esclavizada por tendencias impuestas por las modas, por ello el rango de edad es tan grande. Personas que se preocupan por el medio ambiente y prefieren la calidad de los materiales naturales y que prefieren una única pieza a muchas candelitas de personalidad propia.

### **BLOQUE 5: CIERRE Y DESPEDIDA**

**Para ir finalizando la entrevista me gustaría que, después de todo lo hablamos me dieras una breve explicación de cómo te defines como profesional y al mismo tiempo hacer balance de lo que es la artesanía. ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la artesanía en la actualidad? ¿Crees que en los últimos años ha mejorado la imagen de la artesanía en la población, o que se aprecia más el trabajo hecho a mano? De ser así, ¿Por qué lo crees, a qué se debe?**

Creo que la artesanía ha ganado peso por la saturación de la imposición de modas y hagan las mismas cosas o incluso piensen igual. El portar una pieza de joyería exclusiva con personalidad propia y diferente habla de uno mismo sin decir nada. Los puntos fuertes serían la distinción y la estética alternativa a la imposición que marca la moda y los débiles serían la imposibilidad de competir en el mercado.

**¿Cómo te ves dentro de 10 años? ¿Crees que la artesanía es una profesión de futuro? ¿Por qué?**

Pues me veo en mi taller trabajando en colecciones exclusivas y en un mercado online. Es una profesión de futuro para un pequeño mercado y se debe trabajar en consecuencia.

**¿Qué harías tú para impulsar a la artesanía?.**

Crearía paginas de web de publicación y muestra de trabajos de artesanos de galicia sin importar el tener o no taller para impulsar la artesanía de la zona. Crear trabajos colectivos relacionados con la cultura de la zona y crear ferias autonómicas en las temporadas de afluencia de mercado extranjero y nuevos conceptos de venta.

**Con esto ya hemos finalizado, muchas gracias por tu aportación al estudio.**

## GRUPO DE DISCUSIÓN CONSUMIDORES

### PRESENTACIÓN

**Hola, soy Lucía Vázquez Castro, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión, por lo que es importante vuestra opinión como consumidores de productos artesanos.**

**Todos vuestros comentarios van a ser de gran utilidad para mi trabajo. Por favor no penséis que hay opiniones o comentarios buenos o malos, todos son importantes y todo lo que no digáis se pierde, así que todo lo que se os pase por la cabeza es bienvenido, se trata de que habléis vosotros. Ahora os tengo que pedir permiso para grabar el grupo, ¿me dais vuestro consentimiento?**

### IMPULSO INICIAL

**Si os parece bien empezamos con una ronda rápida dónde habléis todos para que me digáis ¿Qué es la artesanía, como la definiríais?**

H2 : Pois como algo feito á man, un produto transformado da materia prima en algo

M2: Sí, eu diría eso tamén

H1: Yo también diría... eeeh... un producto ecológico, un producto hecho a mano y sin los procesos industriales habituales del resto de productos.

M2: Bueno normalmente si, ainda que non en todos os casos diría eu.

M1: E tamén igual que a produción sexa unha cantidade máis pequena en diferenza a que pode ser industrial

**¿Qué es lo que tienen los productos realizados a mano para que los compréis habitualmente?**

H3: Pois novamente son cousas de, o mellor, un pouco máis caras pero teñen bastante calidade e despois a nivel ético digamos que en plan... guay porque estaslle comprando directamente á persoa que fai unha cousa, é dicir, sen que se perda por xente que se está lucrando unha animalada. Comprásle ao produtor máis directo.

M2: Sí, eso...que teñen máis calidade, que se nota que están feitas con máis coidado e todo e están feitas de máis calidade.

H1: También la durabilidad del producto, lo compras y dura mucho más tiempo que el producto industrial. A parte de lo que comentaba del comercio de proximidad y la ausencia de intermediarios

H2: Eu estou dacordo

### BLOQUE 1: EXPERIENCIA

**Nos centraremos ahora en vuestra experiencia como consumidores de productos artesanos. No sé si recordáis la primera vez que comprasteis un producto artesano, o en su defecto cuando comenzasteis a consumir la artesanía de forma regular. Me interesa indagar si es un hábito de siempre porque ya familiares desde pequeños os lo inculcaron, si hay un momento en concreto dónde comenzáis a interesaros más por estos productos. De ser así, ¿a qué se debe?**

H2: No meu caso foi algo de todo, un pouco de todo oque fixo cambiar a idea que tiña. Foron amistades que se dedicaban a eso e non sei... non sei como explicalo, máis que nada foi por amistades sobretodo.

M2: Si, na miña familia por exemplo, miña nai xa solía comprarme de pequena cousas de artesanía e así entón eu é algo que xa tiven presente dende sempre.

H1: Yo empecé a comprarlo más cuando empecé a trabajar y cuando tenía más... poder adquisitivo para poder comprar este tipo de productos.

M1: Eu tamén un pouco desde sempre, igual indo a feiras e así, sempre o tiven presente pero igual antes o tiña máis presente como cousas que me gustaban estéticamente ou o que foran e agora si que é unha elección máis ética en canto a consumidora.

H3: Eu das primeiras cousas que compraba eran pulseiras e cousas de coiro así, no festival de Ortigueira que me levaban meus pais cando era pequeno pois mercaba eso. E despois agora o que compro son como cousas de coiro, carteiras, cintos, incluso zapatos que si que se nota moito. O de artesán e súper cómodo e dura moito máis.

**Independientemente de cuándo comenzasteis a consumir artesanía, ¿cómo es la experiencia de adquirir un producto artesano? En este caso me refiero a si es fácil encontrar lo que se busca en la artesanía. Si es accesible, ya que aunque parece que cada vez hay más comercios con productos realizados a mano tampoco son las tiendas más comunes de encontrar.**

M2: A min a veces sí que me pasa que vou con unha idea moi concreta en plan "quero esta joya, de esta maneira, tal..." e logo non a encontré pero ao final vas mirando e acabas encontrando algo parecido, que se amolde ao que ti... pero bueno, sí que é verdad que a veces quero esa cousa en concreto e non a encontré.

M1: Sí, pero eso que di creo que é unha das características da artesanía, que igual outro tipo de comercios ten como máis accesible, así coma un centro comercial, vas alí e compras cousas que non tiñas en mente ou non querías ou non necesitas. Pero en cambio se optas por ese tipo de comercios vas a por unha cousa en concreto.

H2: Eu pensó que a xente que non consume pono como algo máis caro ou que non compensa e realmente eu pensó que todo o contrario de eso, que é de meior calidade e que o podes encontrar en calquer sitio, vamos...e calquer cousa.

H1: Yo pienso que por lo menos en Coruña hay varias tiendas que se dedican, y después la ferias y las muestras de artesanía que se organizan de vez en cuando hay bastante variedad de este tipo de productos. La verdad nunca tuve problema para encontrar

M2: Bueno, quería decir a parte, que ti a veces levas esa idea concreta de "quero coller esta cousa" e creo que tamén é beneficioso que a veces non encontres exactamente eso porque tamén acabas variando e encontres cousas máis orixinales.

**En muchas ocasiones no todos los profesionales, y más cuando se tratan de artesanos, poseen una tienda física dónde acudir a comprar los productos. ¿Soléis encontrar más artesanía en internet o a pie de calle (ya sea en comercios, ferias...)? ¿Y cómo os gusta más comprar artesanía, de forma online o físicamente?**

M2: Eu non a compro por internet, eu normalmente en tendas físicas ou senon tamén moito no verán en feiras. Eu compro moito máis no que é o verán que no resto do ano. Eu por internet si que non suelo... porque me gusta ver o produto.

H3: Eu por internet tampouco comprei nunca nada de artesanía, comprei iso, en feiras e tamén en tendas do artesán. Por internet nunca.

H1: Yo también siempre en tiendas físicas, aunque por internet también considero que es una buena forma porque si la situación económica no te da para tener un local es una buena forma de publicitarte. Aunque como decía la compañera no puedes ver el producto que vas adquirir.

M1: Sí, eu o mesmo. Eu sempre compro en tendas físicas pero vivindo no meu pobo que non hai artesanía de todo tipo, sí que si quixera un produto en concreto si que o compraría por internet a verdade.

H2: Pois eu a verdade, compañeiros e compañeiras que se dedica á artesanía e despois en tendas físicas e sobretudo en feiras no verán.

En relación al trato recibido por artesanos y artesanas ¿Cómo lo calificaríais? ¿Es un trato cercano, de confianza, resolutorio ante las dudas, con comodidades ante la compra y posible devolución...?

H1: Yo diría que exactamente igual que cuando compras un producto tradicional, es el mismo tipo de comercio digamos. Una muy buena atención. Nunca me vi en el caso de tener que devolver algo, asique en ese sentido no lo sé, pero la formalidad o el trato es exactamente igual que en otro comercio.

M2: Eu creo que o trato, a ver si é bo igual que noutros comercios, pero sí que ten esa diferencia que moitas veces che explican cómo o fixeron e cousas así, como fixeron esa peso ou o que fora, entonces eu considero eso como algo positivo que ten a artesanía.

M1: Sí, eu pensó igual, aínda que vaias a unha tenda tradicional e concreta duns produtos sempre vai ser distinto que se estás falando coa persoa que o fai directamente, pensó que pode ter máis información.

H3: Sí, eu tamén, en plan das feiras de artesanía, que polo xeral son sempre moi majos e ademáis sempre ten ese plus de que che explica o orixe do produto e que o coñece moi ben, e incluso todas as recomendacións que che poidan dar. E préstase ver a historia que hai detrás do produto.

H2: Eu estou dacordo en eso, que me gusta, foi o que me empezou a... o primeiro que me fixo enganchar á artesanía, e eso, polo trato que tes meior trato que ir a algo fabricado de outro modo.

## **BLOQUE 2: PUBLICIDAD**

**En el mundo en el que vivimos la publicidad es un aspecto clave para dar a conocer un producto o establecimiento. Pensando en general ¿soléis ver anuncios publicitarios o publicidad en general (ya sea un cartel, un post en internet...) sobre productos realizados a mano? ¿En qué plataformas soléis ver más publicidad de estos productos? De ser en las rrss, ¿en cuáles se publicitan más?**

H2: Pois eu a verdade e que agora moito máis que antes, sobretudo en redes, e en concellos que fan máis feiras... non sei, estase intentando máis dar a coñecer a artesanía.

M2: Sí, eu penso mesmo e co das redes sociais agora si que ves moito máis anuncios. Teño visto artesáns que nunca tiven escoitado falar deles para nada e velos no facebook ou así.

H3: Eu penso que de todos xeitos o bombardeo de información non é comparable, por sorte a verdade. Sí que se poden ver máis anuncios de artesanía pero que en termos cuantitativos non me parece para nada comparable á publicidade que hai doutros.

H1: No, para mí es completamente residual. Los únicos anuncios que se ven son, a parte de las redes sociales, los que tienen apoyo de las administraciones como los concellos que organizan muestras o también Artesanía de Galicia que salía hace algunos años.

**¿En qué plataformas soléis ver más publicidad de estos productos? De ser en las rrss, ¿en cuáles se publicitan más?**

H1: Instagram y Facebook

M2: Sí, Instagram e Facebook

H2: Tamén

M1: Sí

**En general cuándo véis un anuncio publicitario ¿en qué os fijáis?**

M2: Pois, a mín persoalmente gústanme que os anuncios teñan cores claros. Non me gusta que teñan cores moi fortes e tal, e despois eu tamén me fijo moito no idioma, se está en galego atráeme máis que se está en castelán.

M1: Eu ía decir o mesmo, e iso, relacionando coa mensaxe que ten detrás e co produto.

H1: Yo me fijo mucho en los slogans, en lo que intentan transmitir y también en como se presente el producto. Si se presenta como una música relajante o con unos colores que no sean... como muy bombardeantes digamos.

H1: Poise u a verdad non sei, nos anuncios non suelo... darlle esa importancia non me parece.. non sei. Xa me fijo e xa vou directo ao que quero.

H3: A mín molame fixarme un pouco na parte de fotografía, ou na parte artística ou así, se vexo que é máis innovador ou artístico ou así sempre me fixo un pouco máis.

**Y en general, la tienda o artesano de confianza dónde hacéis las compras... ¿tiene alguna forma en concreto de publicitarse?**

H2: Eu sí, pero como xa son coñecidos, xa non necesito...

M2: Eu a verdade e que non teño ningún así de confianza.

H1: Yo sigo alguna cuenta en Instagram de gente que le he comprado anteriormente y veo allí el trabajo que hace diariamente o los productos nuevos que sacan.

M1: Eu na tenda na que máis artesanía compro sen dñubida é (...) tanto por proximidade, afinidade, como polo feito da tenda.

H3: Eu de confianza pois un zapateiro, que como na miña casa lle mercan, mercáralle meu irmán e saíran moi bos, pois mercamos ahí todos os da casa e tal ao artesan ese, e despois tamén a un rapaz que fai así movidas de coiro que é da miña zona.

**BLOQUE 3: COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES**

**Hablar de artesanía nos lleva indiscutiblemente a hablar de productos fabricados en serie que son por así decirlo, los opuestos. Si hacemos una comparación entre ambos... ¿cuáles son las principales diferencias que encontráis entre ellos? Centrándonos en la facilidad de encontrar el producto (tanto para contactar con el vendedor como para conseguir el producto a comprar), la calidad del mismo, la atención recibida, el precio, las facilidades a la hora de devolver o cambiar un producto, la concienciación con el medio....**

H1: Yo creo que el precio es un factor bastante importante a la hora de comprar, pero claro no es lo mismo un producto que se producen 100 a la hora que uno que le llevó una hora hacerlo. En cambio lo que comentaba antes, la calidad o la durabilidad del producto igual no es de por vida, pero casi la mayor parte de ellos. Una cartera hecha de cuero dura muchísimo tiempo y una... destas, así más deportivas, tipo velcro a los dos años estás comprando otra. Con respeto a la atención, ya digo, a mí me parece buena, la mayor parte de los establecimientos a los que voy tanto de productos artesanos como industriales.

M2: Sí, eu eso un pouco tamén, e logo no que falabas da durabilidade sñi que creo que por exemplo si... un artesán se tes un problema coa peza arrégla, en cambio ti se vas a un gran almacén ou o que sea pois vanche decir... nada, rompeu, xa está. En cambio un artesano siq ue pode mirar de arreglarlo.

H3: Si, eso e unha cousa tamén importante. Se por exemplo se che rompe unha cousa pequena dun produto dunha tenda pois telo que tirar todo, pero nun artesán se vas ver ao artesán... tenme pasado con cintos que che fai o amaño, págaslle o amaño e listo. Ou incluso se necesitas como algo especial, unha talla especial ou movidas destas... ou algunha característica concreta falando co artesán pois faiche un produto personalizado para ti tamén.

M2: E eso tamén relacionalo co medio ambiente. Porque o artesán vaicho arreglar e vas a poder reutilizar eso outra vez, en cambio se o compras...pois eso... nun almacén ou así, pois vas a tiralo e xa está.

H2: Pois non sei , eu sobretodo pola durabilidad e porque podes facer o produto que ti queiras ao teu gusto e como ti queiras, Máis que nada sobre todo por eso e tamñen polo feito de contaminar menos e gustame máis.

**Por lo general siempre se tiene la convicción de que los productos ecológicos o hechos a mano son más caros que los industriales... ¿Tenéis esa percepción? En el caso de ser así, ¿Qué es lo que apreciáis de un producto artesano o hecho a mano para pagar dicha diferencia de precio? ¿Qué destacaríais del producto “hand made” en relación al resto?**

H2: Home eso que din que son máis caros a min non mo parece porque ves ahí o traballo que lle leva a moitos artesáns facer as súas pezas e non o vexo un precio excesivo nin... par anada bah, sobretodo pola durabilidade

M2: E tamén porque sabes que hai moitas horas detrás do artesán facendoo, é algo que xa valoras e que xa ves que vai no precio.

H1: También la materia prima es superior y la necesidad de mano de obra de realizarlo claro, eso es lo que influye en el precio. Pero también no estás comparando un pantalón o unos zapatos cada seis meses, te duran bastante más.

M1: Para min a elección é totalmente por una forma de producción diferente, á unha orixe dos produtos como máis local, e é totalmente por iso realmente. É como unha decisión moral máis que outra cousa.

H1: Yo también creo que en lo que se refiere a la ropa cada vez las temporadas duran menos y la tendencia es comprar ropa cada muy poco tiempo, entonces claro, si tú idea es esa no puedes cada tres meses renovar un vestuario con artesanía porque económicamente supone mucho, pero en cambio sí que podrías tener una serie de prendas de mucha calidad que te van a durar pues bastantes más años que una ropa comprada de forma industrial.

**CIERRE Y DESPEDIDA**

**En tiempos pasados los artesanos gozaban de un status que fueron perdiendo con el paso del tiempo al instaurarse la producción industrial, pero en los últimos tiempos parece que se está revaluando: ¿Creéis que existe un auge en la actualidad de la artesanía? En el caso de creáis cierta dicha afirmación**

H1: Eu a verdade é que sí, agora vexo moitísimas máis cousas artesáns e moitos máis produtos que antes nin sabía nin os vía.

H3: Eu eque creo que depende o que se considere como artesanía. Porque eu si que pensó que de forma máis... como comercializada... si que hai ese auxe de tendas físicas ou o que sexa, pero de producción de produtos artesanos en sí eu creo que antes había máis producción autónoma destas cousas aínda que non estivera tan formalizada.

**¿a qué creéis que se debe?**

H1: Yo creo que hay una mayor conciencia ecológica, de un nuevo cambio de la forma de producir también. Y yo creo que el consumidor también mira en ese sentido. Yo creo que efectivamente sí que se realiza más en estos últimos años pero que cabría también una ayuda por parte de las administraciones, o hacer una campaña de sensibilización poniendo en valor este tipo de trabajo y también en valor el tipo de forma de producir, de esta forma más ecológica y con más respeto ya hacia el medio ambiente y hacia el mercado de proximidad.

M1: Eu creo que todo ten una parte de moda, igual había como unha necesidade dun consumo e dunha produción diferente e aproveitouse coma ese oco no mercado.

H2: Eso é verdad

M2: A ver eu eque realmente non noto tanto ese repunte. Non sei se é porque sempre fun consumidora... eu non noto un repunte agora... eunsiigo comprando o mesmo. Simplemente cando era pequena comprábame miña nai outras cousas e agora compro eu cousas para mín.

H1: Yo lo noto en que se abren tiendas físicas de este tipo y que las muestras de artesanía parecen que van a más. Entonces supongo que si esta gente se dedica a esta actividad, montan un puesto en una feria o deciden abrir una tienda física será que hay un hueco en el mercado en ese sentido.

H3: Eu no que sí que vin un pouco repunte é digamos, no das feiras de artesanía. Quero decir que agora está como un pouco de moda, un concello fai a festa gastronómica de unha cousa e organizan como unha feira de artesanía como unha actividade máis. Eso polo menos vin que na miña contorna sí que o están facendo nun montón de concellos.

M2: Sí eso é verdad

#### **¿a qué creéis que se debe?**

H3: Pois non o sei, é algo que non da moito jasto e que a xente o agradece, solo que a veces hai o problema que para os artesáns organizan eso, pero incluso o concello organiza de calquera maneira e ao final os artesáns nin janan moito nin a xente ve tanto como podría ver se se organizase ben. Non sei, eu poño por exemplo unha que vin fai pouco, que organizárona pero con cousas diferentes. O que é a feira gastronómica había centos de persoas e a feira de artesanía metérona noutra esquina e non iba nin cristo, estonces... era coma un cristo apra os artesáns e para toda a peña.

#### **Independientemente, ¿cómo os imagináis el futuro de la profesión del artesano?**

H2: Pois espero que vaia a máis

M2: Sí, supoño que se seguirán promovendo estas feiras que comentaba. E igual se empeza como a planearse meior esas cousas poida que aumente.

M1: Claro, o futuro da profesión... para mín non se pode promocionar a artesanía como algo super illado que non ten que ver co resto de contexto, entón, por moito que artesanía como profesión para algunas persoas esté máis en auxe ten que ir da man de moitas outras cousas. Ti non podes facer unha feira de artesanía unha vez ao ano como se promocionaras eso, se logo en realidade non fas outro tipo de medidas para que esa forma de consumo se extenda a outras partes. Quero decir... para mín non vale de nada que haxa unha persoa vendendo pulseiras de coiro ou de calidade se logo non tes un sitio onde comprar verduras que tamén se producen ahí, entón por eso tamén digo que vale, hai unha parte de moda, e que está de moda comprar productos dese tipo, pero se non tes medidas máis políticas que engloben todo pois tamén eso... restrinxilo como un ámbito ten as súas limitacións.

H1: Quizá también lo que pueda pasar es que haya gente que lo haga como complemento a la renta en otro trabajo o como complemento a la economía familiar... pues que haga unos sofás de mimbre, que haga algo en cuero y que lo venda en algún tipo de feria o incluso por internet. Que sea una actividad complementaria de lo que es una actividad profesional de una industria en el sector servicios o en cualquier otro sector.

#### **¿Con qué palabras asociáis a la artesanía? (lo primero que se os vega a la mente)**

M2: Orixinal

H3: Calidade

M2: Único

H1: Comodidad

H1: Tradición

M1: Tradición, manual, local

H1: Proximidad

#### **¿Alguna reflexion que hacer durante la entrevista?**

H1: Yo como reflexión principal.. creo que es una industria que... bueno... digamos que es un sector que tendrá muy difícil competir con el que produce en serie, si no tiene pues eso, un apoyo y no se pone en valor por parte de concellos, de comunidades autónomas... este trabajo. Si realmente lo que se busca es una vuelta a la tradición, una vuelta al mundo rural, una vuelta a las tradiciones que teníamos hace años, si no lo promocionan y no se ayuda me apreche difícil que pueda realmente dedicarse una persona como primera actividad a este sector en esta actividad profesional.

M2: Eu creo que tamén sería importante traballar na concienciación da xente ¿no?... intentar cambiar o noso modelo de consumo... comprar roupa cada temporada no, empezar a decir, comprar menos cousas que nos dura máis tempo... non ese consumismo que temos agora.

M1: Ao final os artesáns están como competindo con cousas moito máis grandes, entón as dificultades son maiores, as limitacións son maiores, se non teñen outro tipo de apoios pois... vai ser difícil.

H1: Claro, yo pienso que se debería subvencionar el sector, por lo menos mientras nazca y mientras se establezca en el pensamiento colectivo y en la forma de compra de la gente que debería haber un apoyo para que esto despegue.

M1: Igual nin sequera un apoio nin subvención a artesanía, senón un boicot ao resto.

H1: Claro pero es difícil que la administración le haga un boicot a grandes del IBEX que producen toda la ropa o todos los complementos.

H1: Yo sí que tendría una reflexión respecto al precio, si lo miras de forma cortoplacista a un año igual gastas más, pero si lo miras a o 10 o 15 tienes una ropa buena, una cartera que llevas 15 años con ella, e igual no gastaste mucho más que comprando la que vale la mitad cada dos años. Yo creo que eso sí que podría pensarse y verlo de otra manera y funcionar como argumento también para ayuda a que este sector despegue, digamos...

M2: Sin embargo eu creo que eso é algo que a xente sabe pero que prefiere comprar moitas máis cousas a menos precio e cambiar un montón de veces de cousa, por ter moitas cousas, que aínda que sepan que eso lle vai durar máis e ter máis calidade e tal, prefieren... "así teño un vestido novo cada dous meses", xa está.

H1: Que te durará outros dos.

M2: Pero é eso, que queres cambiar cada pouco, non sei...

H1: Yo creo que el consumismo y la artesanía no deben ir de la mano en ese sentido. Pero con la ropa industrial, de pantalones de 15 euros no puede competir con un pantalón de 100 o 100 y algo.

M1: Tamén a cousa de artesanía hay que facer como un esforzó en comparación ao resto para conseguir as cousas, porque ao final se todos vivimos nunha vila pequena as disponibilidades son moi diferentes e non é como ir a un sitio a tiro fijo que sabes que tes todo que proponerte emrcar en artesanía. Tes que pensar onde pode haber, ata onde tes que ir... non sei, pensó que é un sobreesforzo, igual por iso a Xunta opta por outro tipo de consumo.

H1: Yo creo que en municipios pequeños, la oferta de artesanía, como decían antes, se puede limitar a una muestra dos veces al año aprovechando cualquier otra fiesta, cosa que en las ciudades yo creo que hay bastante más acceso a este tipo de productos. Algo que también tendrían que mirar de solucionar este desequilibrio.

#### **¿Notas a diferencia da artesanía dunha cidade a un pobo?**

H1: Hombre claro, yo creo que una tienda sobretodo de este tipo de productos que somos muy pocos compradores es más fácil que pueda despegar en Coruña que hay 250.000 personas que en Laracha o Arteixo que hay 15.000.

M2: Aínda que ahí igual podían axudarse do tema que decíamos antes de comprar por internet e así, sí que podían beneficiarse deso.

H1: Claro yo creo que Internet será fundamental para la mayor parte de autónomos que se dediquen a este sector para llegar al gran público y no estar solo en una tienda en Coruña... y poder vender, y poder defender tu negocio de esa manera.

**Pues con esta pregunta finalizamos ya el grupo de discusión, os agradezco mucho vuestras respuestas y vuestro tiempo.**

## GRUPO DE DISCUSIÓN NO CONSUMIDORES

### PRESENTACIÓN

**Hola, soy Lucía Vázquez Castro, estoy realizando el trabajo de fin de máster del máster de Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados. El objeto mi investigación es estudiar la artesanía como profesión. No sois compradores habituales de los productos artesanales, y vuestra opinión es tan importante como las personas que si los compran, por lo que a lo largo del grupo intentaremos destacar las diferencias entre unos y otros.**

**Todos vuestros comentarios van a ser de gran utilidad para mi trabajo. Por favor no penséis que hay opiniones o comentarios buenos o malos, todos son importantes y todo lo que no digáis se pierde, así que todo lo que se os pase por la cabeza es bienvenido, se trata de que habláis vosotros. Ahora os tengo que pedir permiso para grabar el grupo, ¿me dais vuestro consentimiento?**

### IMPULSO INICIAL

**Si os parece bien comenzamos, ¿qué es para vosotros la artesanía? ¿Cómo la definiríais?**

M2: Hombre yo creo que son productos que se hacen más a mano, ¿no? Digamos... sin industrializar. Sin mecanizar.

H4: Sí, productos feitos á man

H2: Que están fuera de la cadena de producción

M2: Eso

M1: Sí, eu sempre relaciono a artesanía con cousas que se fan a mán e que están como cerca túa. Que non leva consigo... osea... transporte grande ou que as podes comprar no teu pueblo ou así.

H1: Sí, eu tamén opino que con producto así... igual manufacturados e máis naturais por decilo de algunha forma.

H2: Eu creo que o transporte non entra dentro da definición eh... para mín un producto artesanal é algo manufacturado, algo que non entra na cadena de montaxe pero que sí que se pode levar dun sitio para outro sen problema

M2: Sí

H4: Sí claro

M2: A ver es que claro, tampoco controlo mucho del tema, pero eso... productos hechos a mano que llevarán pues menos químicos y menos cosas que el resto

H4: Eso si que me parece moi importante, eu pensó que vai moi da man coa ecoloxía.

H3: Co medio ambiente...

M2: Digamos que es algo más sostenible

H4: Efectivamente

M1: Eque eu polo transporte... que se pode transportar a outro sitio, que lóxicamente sí, para mín é como relacionar máis a artesanía con reducir a huella de carbono que pode deixar o transporte... refirome máis nese aspecto.

H2: Pero eso está claro oh... pero eu non o definiría producto artesanal exactamente.

M1: Sí, a ver... como definición non...

H2: Para min está englobado dentro de algo máis...

H4: Secadra ao que apunta é máis a un produto de proximidade máis que artesanal.

M1: Sí, exacto.

### **BLOQUE 1: PREFERENCIAS DE PRODUCTO**

**¿Cuándo compráis un producto cuales son las cualidades del mismo en las que más os fijáis? ¿Dónde soléis comprar habitualmente?**

H2: Onde me quede máis a mán.

M2: La calidad

H4: Eu creo que tamén o precio.

H1: Eu miraría o precio máis ben.

M2: Depende de para cuanto tiempo lo quiera, depende...

H4: Eu polo xeral a grandes superficies que tes todo a mán e a parte da carteira pois incluso copras un pantalón, compras unha chaqueta, compras unha camiseta e fas todo no día. O que comentaba antes o compañeiro do tempo tamén.

H1: Eu eque depende, ao mellor vou por ahí e vexo algo que me guste e comproo, non teño ahí algo específico. Eu son de vexo algo e comproo, e xa está, non lle dou moitas voltas tampouco.

M2: Yo para unas cosas en concreto hay marcas que me gustan, entonces ya voy a esas tiendas que tengo en mente.

M1: No meu caso pois depende do que compre, por exemplo se compro zapatos ahí non escatimo tanto en prezo e fíjome máis na calidade. Despois, por exemplo, pois unha camiseta pois... heme bastante indiferente a calidade. Depende do produto que vaia comprar.

**¿Estáis satisfechos con esos productos, o en alguna ocasión intentáis buscar alternativas? En el caso de buscarlas... ¿en qué os fijáis y dónde consultáis? (tiendas de barrio, internet...)**

M2: Grandes superficies o otras marcas, sin más.

H2: O primerio que me colla á man sinceramente.

H4: Claro, nunha grande superficie

H3: Internet ou centros comerciais

M1: Sí, eu o mesmo.

H4: Claro, eque nun centro comercial a oferta é moi amplia. Se non o hai nesta tenda, haino na do lado ou na seguinte, podes comprar varios precios... En cambio se vas a un sitio a tiro fijo no centro pois... secadra non hai outra tenda preto dese estilo...

H3: Ao final vivimos nunha comodidade que a sociedade coordina, que nos fai comprar en grandes superficies. Andar o mñinimo, e se no lo poden traer a casa moito mejor. Que ao final o impacto ambiental que temos contra o planeta Terra é inmenso.

H4: E sobretodo tamén contra o pequeno comercio.

M1: Exacto

### **BLOQUE 2: COMPARACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS E INDUSTRIALES**

**Aunque no sois asiduos a la compra de productos artesanales, ¿los habéis consumido en alguna ocasión?**

M2: Hombre, alguna vez tengo comprado algo en las ferias medievales y eso... bueno, asocio que es lo mismo...

**¿Productos como qué?**

M2: Jabón por ejemplo alguna vez... decían que era más natural, más todo y bueno... por probar. Por llevar uno de recuerdo y probarlo tampoco pasa nada.

H4: Eu comprara tamén algún útil de cociña na típica olería de buño... eso sí que algunha vez... e tamén algunha talla en madeira, algunha figura para un regalo...

H2: Eu persoalmente, diría que maioritariamente sería... llaveros e... unha muñeca, nada máis.

H1: Eu básicamente o único que compreí foi algunha vez nalgunha feira medieval como decía a copañeira, algunha pulsera destas de cuero ou así... pero simplemente eso, pouco máis.

M1: No meu caso tamén, pulseiras medievais, nalgun festival e tamén nalgunha tenda que hai no meu pueblo de... bueno destes tipos de productos.

H3: Eu tamén igual... en feiras medievais, en tendas de artesanía do pobo, unha carteira de cuero e nada... eso

H2: A mín rompéronseme todos nun pis pás jaja

M1: No, eu no meu caso sí que estou contenta coas cousas que merquei... déronme bo resultado.

H4: A mín paréceme tamén dunha calidade mejor que os industriais... digamos... pero claro, por outra banda inflúe o precio.

M2: Sí, ves... a mi me pareció muy muy caro... pero bueno, como es algo que nunca compre siempre...

H1: Sí, a min duroume bastante tamén o que comprei e tal pero... é o que dín ahí, é máis caro... ao ser artesanal... é o problema de comprar as cousas artesanais tamén. Pero é normal que sea máis caro porque leva moito máis traballo e tal pero...

H3: Máis traballo e máis calidade... o precio vai acorde co material.

**En el caso de que sí, ¿Por qué preferís los no artesanos? ¿Es por una mala atención, baja calidad del producto, comodidad...?**

H2: Diversidad

M1: Sí, eu creo que a comodidade pois a veces é moi cómoda... valga a redundancia, e que é máis complicado mercar os produtos e entón as veces pois... xa vas aos centro comerciais aínda que non sexa o máis apropiado, e eu creo que eso... a comodidade eu creo que ten un papel moi importante.

H4: A cantidade de tendas de produtos convencionais, digamos... fundamentalmente os non artesanais é moito maior e é moito máis comoda. E como hoxe estamos máis abocados cara as grandes superficies comerciais é máis fácil, e tamén hai unha maior oferta d outro tipo de produtos.

H2: Tamén polo tempo, a parte deso... un produto artesanal tes que ter tempo para ir buscar. Dónde cómpralo, saber a quen cómpralo, e saber qué comprar.

H1: Eu é tamén pola comodidad, básicamente. E tamén polo custe económico. É por esos dous motivos principalmente polo que consumo menos.

M1: Yo a parte también comentaba, que yo a veces también tengo visto cosas en puestos artesanos que supuestamente son artesanos y luego verlo pues... en otra tienda igual, pero mucho más caro en el puesto artesano porque se supone que es artesano, y al final es lo mismo. Eso como que me tira un poco hacia tras a la hora de comprarlos.

H4: Hombre a falsificación é algo que está en todos os ámbitos e creo que neste tamén.

H2: No pero eque non é solo falsificación, é tamén é verdad que moitos supoño que tirarán de comprar productos e vendelos como artesanos.

M1: Sí

**Por lo general siempre se tiene la convicción de que los productos ecológicos o hechos a mano son más caros que los industriales... ¿Tenéis esa percepción? ¿es una cuestión determinante a la hora de escoger una opción u otra? ¿Creéis que la calidad de unos y es comparable?**

M2: Hombre pues sí jaja sobre todo si es algo que voy a usar siempre influye bastante.

H3: Depende... depende de cómo sea o producto. Vale que o producto... por exemplo unha carteira de coiro que che valga ao meior 30 € pois non é cara. Porque ao final vaste a carteiras de Adidas (...) e valche 70€

H2: Sí, eu estou deacuerdo con el. Depende, o precio depende de para que sea. Por ejemplo para a roupa, ahora que me acordo, tuven un traxe feito á man e sígueme durando. Pero en tema de cousas de coiro, por exemplo, sí que é verdad que o prezo non varía tanto e a calidade pois vese a leguas. A diferencia vamos.

H4: Home, eu tamén pensó que hoxe gústanos variar bastante no que é a roupa, no que é os obxectos que levamos... e se compras algo caro aínda que sepas que che vai a durar moito tempo, non podes variar tanto nos teus complementos, na roupa, no calzado... no que sexa nese sentido.

**Vale, entonces decides que os productos artesanales sí que son dunha calidade superior que os outros, pero o que vos frena é o precio ¿no? É o que estades falando. ¿Se tiveran un prezo máis razoables preferiríades comprar estos productos e non outros?**

M2: Sí, un poco máis vale, pero a veces cuestan el doble, el triple... y no me parece tampoco.

H2: Se poñemos todo en igualdade de condicións, como diversidade de produtos, mesmo precio... que sea todo igual pero un artesanal e outro fabricado en serie, poise u optaría sempre polo artesanal. Pero eso é unha utopía asíque...

H3: É algo que nunca vai pasar. Ao final se baixa o precio de algo feito artesanalmente é que non está feito artesanalmente. Igual non é o material máis axeitado. Ou de máis calidade. Ao final vas ter que pagar ese plus para saber que eso está feiro á man e que...

H2: Xa, o que quería decir eu e que... prefiero pagar o plus de algo que esté feito artesanalmente que un plus por unha marca que che leve un sello no peito ou calquer cousa así.

H3: Sí, está claro.

M1: A min en relación con esto, gustaríame añadir que paréceme ben que nalgúns locais que venden productos artesanais non haxa rebaixas. Considero pois... que un local pequeno pois cousas que están facendo eles, pois que se xa teñen un prezo xusto, que se supón que debería telo, se se teñen que adaptar eles tamén as rebaixas eu creo que lle sería bastante complicado ter a tenda.

H1: Eu non sei se compraría máis artesanalmente, non sei... eque eu ademáis do prezo, é o que digo... a comodidade. Baixar e tes ahí xa as cousas e non ter que andar buscando as tendas artesanais especificamente, ¿sabes?... Se houbera máis, ao mellor máis tendas artesanais ou así, igual si que xa compraría máis, non tanto polo precio senón pola comodidade de comprar.

### BLOQUE 3: PUBLICIDAD

**En el mundo en el que vivimos la publicidad es un aspecto clave para dar a conocer un producto o establecimiento. Pensando en general ¿soléis ver anuncios publicitarios o publicidad en general (ya sea un cartel, anuncios por internet...) sobre productos realizados a mano? En el caso de ser así, ¿En qué plataformas soléis ver más publicidad de estos productos?**

H3: Bueno, as cookies son moi malas. Neste caso eu, Instagram sobretudo métenche publicidade a tope, como mires algún produto artesanal despois... pero bueno, creo que lle fai falta máis visibilidade a estos pequenos comercios de artesanía ou... o pequeno comercio, pequena tenda de pobo... darlle moita máis visibilidade a todo en xeral. Para que a xente vaia comprar máis e ao final estáslle axudando o teu veciño, ao teu familiar que vive deso, e non a grandes comercios ou grandes tendas que ao final o que fan é explotar.

H4: Eu penso que de artesanía os únicos anuncios que vin foran os que promocionaba a Xunta de Galicia sobre produtos en artesanía hai uns anos. Tamén pagar unha campaña publicitaria dunha tenda que fai carteiras á mano ou zapatos á man supoño que será moito máis complicado que a que fai Adidas, Nike... nese sentido, para poder poñer un anuncio, se non é con axuda institucional ou pública... paréceme moi difícil.

H2: Moito máis complicado no, eu diría imposible. Máis que nada porque o único que se podería permitir unha tenda artesanal, por moi ben que lle vaia ser case case... anunciarse no periódico. E o periódico cada vez se lee menos, e xa non che falo do periódico de internet, falo do periódico impreso. En redes sociais o que comentaba antes de Instagram, o Instagram para mín é a teletienda dos anos 90 nos días de hoxe.

M1: Sí, gracias a Instagram, aínda que a veces non funcionan como teñen que funcionar esos medios, pois gracias a Instagram si que coñecín varias tiendas ou varias persoas que igual non teñen tienda física, pero sí fan os seus produtos. Por exemplo, hai un chico que fai carteiras de coiro e a raíz de seguir unha tenda de artesanía, que che van saíndo outras...e bueno, nese aspecto si que considero que está ben porque vas coñecendo a alguén que non coñeces que non terías oportunidade porque non ten tenda física...

H3: No tema de visibilidade que me refería eu antes, eu referíame xa a nivel de concello e estas historias. Que ao final haxa como unha organización de todos esos pequenos comercios que se xunten no mercado ou onde sea e cada certo tempo que fagan como unha feira de artesanía e tal e tamén adaptarse aos novos tempos que son as redes sociais e internet e publicitarse que ao final é algo gratuíto as redes sociais e podes chegar a un sinfín de usuarios reais que sen eso non poderías chegar.

H2: Quería dicir antes que non sei hasta qué punto se lle podería chamar publicidade a eso, osea... crear unha conta e que varia xente che siga pois... é unha maneira de publicitarse pero non o vexo como un método convencional de publicidade.

H3: Márketing chámalle.

M1: Ter a oportunidade de darse a coñecer e tal... home non coñezo moito ese mundo pero... publicidade. Para mín si que funcionaría como tal.

M2: Hombre, yo publicidad de cosas de artesanía poco é visto. Pero también pienso que la gente que se dedica a hacer eso es gente mayor y tampoco... no se, es con lo que lo tengo asociado yo. Entonces tampoco están muy integrados dentro de lo que son las redes sociales. Por eso tampoco se ve, porque no hay gente joven que se dedique a eso, o no mucha por lo menos.

H2: Xustamente teño eu un amigo meu que fai gafas de sol de madeira máis paxaritas que sí que se publicita bastante por Facebook e Instagram pero non te creas que chega máis para alá de moito. Por eso... chamémoslle publicidade pero a pequena escala. Cando falaba antes do tema da teletienda dos 90 nos anos de hoxe decíao porque Instagram agora mesmo ten como uns "boots" ou algo así que se compran, para poder bombardear á xente. Porque cada dúas publicacións che sae unha publicidade.

H1: Sí, eso é certo. Eu sí que o vexo como un medio de publicidade, pero eu persoalmente, a mín de cousas de artesanía non me saen así gran cousa de cousas de publicidade. Debe ser que eu ao non comprar moito e non mirar moito sobre eso pois non me saen. Eu persoalmente non vin moitos anuncios de artesanía.

H2: Eque eu creo que non debe de haber por eso mesmo, porque son anuncios pagados.

M2: Tampoco sé cuanto cuesta tener un anuncio en Instagram.

H2: Depende de a cuánta gente le quieras llegar. Eso téñeno controlado eles creo eu. Xa en Facebook, fai tempo, eu acordome de crear un par de páxinas en Facebook e cobraban o seu eh... e poñíanche, se queres cehgar a "X" persoas tes que pagar "X", se queres chegar a "X" por mil, tes que pagar o triple.

H1: Sí, eso é certo, é así.

H4: Eu xa digo, que a publicidade que vin é pois secadra un concello, unha comarca patrocinando unha mostra de artesanía, e pagados supoño que con cartos públicos ou en tal caso dunha asociación de comerciantes. Igual nun periódico ou nunha radio así local, pero moito máis non vin publicidade deste tipo.

#### **¿Creéis que los productos artesanos pueden competir con los industriales a la hora de publicitarse?**

H4: No

H1: No

M1: No

H3: No, porque ao final é pequeno comercio e non pode pagar esa cantidade de publicidade que pagan outras marcas multinacionais. E ao final podes facer algo, pero nunca vas chegar a esos niveles estratosféricos.

H4: Pero tampouco eu creo que poidan chegar a producir o que se produce de forma industrial.

M2: Yo creo que el boca a boca hace mucho y si lo hicieran bien se podría promocionar bastante mejor. Hay grandes marcas que lo que usan son embajadores en Instagram. Pues "contrato" a gente para que promocione mis productos, y esa gente tiene muchos seguidores entonces ese anuncio o publicidad ya les llega a todos. Y eso é casi gratis.

H1: A esa xente hai que pagarlles eh, as marcas páganlle aos embajadores. Aos influencers e todo eso págalles unha marca para que usen a túa roupa ou cousas así.

M2: Pero algunos serán más baratos que otros, y algunos ya les servirá con que le envíes tus productos gratis.

H1: Os produtos gratis ou tamén lle pagan. Eu pensó que é imposible competir coa publides empresas. É imposible que unha artesanal compita con Nike ou que compitan incluso con Inditex.

H2: O rollo é tamén, creo eu... mirar tamén na cronoloxía dunha empresa. Fijándonos en Inditex, Inditex nun principio era unha empresa que facía todo de maneira artesanal aquí en Galicia, pero claro... cando colleu vuelo,¿qué pasou? Deixou de ser artesanal. Empezaron a montar todo en proceso de montaje de cadena e perdeu o que tiña antes, é o que lle pasaría a calquera empresa.

H1: Porque hai máis demanda e claro, necesitan máis produtos e particularmente leva máis tempo que nunha cadena de montaje. Para producir máis, é o capitalismo en acción.

H2: Toda empresa pequena que nun principio fai as cousas artesanalmente se chega a un punto de inflexión na que deixará de facelas artesanalmente.

M2: Pero ahora mismo la sociedad está como mucho más concienciada en el hecho de impactar menos en el medio ambiente. Entonces yo creo que ahora se está volviendo un poco más a lo artesanal.

### **¿Cuáles son los aspectos en los que os fijáis en la publicidad de productos?**

H3: Visual, música...

M1: Na estética

H3: Se tes un producto de algo máis artesanal, máis tal algo mañis claro, e se é moi moderno con moitas luces, moitas cores, musiquita de última generación.

H2: Eu persoalmente as cousas que me gustan que podo ver anunciadas ou publicitadas non mas podo permitir. O que me podo permitir dame igual comprar en "X" ou en "Y". O que vexo nos anuncios que me gustan non mo podo permitir.

M2: En la música, en lo que trata de fondo.

H4: Se din algunha frase graciosa ou pegadiza...

M2: Sí, también...

H1: Un bo slogan

M2: Algo que se salga de lo común.

### **CIERRE Y DESPEDIDA**

**En tiempos pasados los artesanos gozaban de un status que fueron perdiendo con el paso del tiempo al instaurarse la producción industrial, pero en los últimos tiempos parece que se está revaluando: ¿Creéis que existe un auge en la actualidad de la artesanía? En el caso de creáis cierta dicha afirmación ¿a qué creéis que se debe?**

H4: Sí

M1: Sí

M2: Sí, ahora con todo el tema del cambio climático... que la ecología es muy importante y todo eso pues yo entiendo que sí que hay un auge. La gente cada vez mira un poquito más el factor sostenibilidad a la hora de elegir un producto.

H2: Un micro auge chamaríalle eu

M2: Ascendente

H1: Home algo máis que ahí atrás si que se consume, supoño... eso digoo polo que di do cambio climático, da ecología... Pero tampouco é un incremento moi importante.

H3: Eu creo que non por agora, non sei, non teño datos.

M1: Eu creo que sí, cada vez se consume máis artesanía, pola concienciación que existe agora... E por exemplo, pois igual non en todos os produtos pero sí por exemplo no que é o xabón. Como vistas a non usar tanto plástico, usar xabón de pastilla... E nese aspecto pensó que sí que se está cambiando e que está aumentando.

H4: Eu tamén penso que está subindo, pensó que se lle podería dar un empuirón pois se lle baixaran o IVA aos produtos que están producidos de forma sostenible... dinámicas así dende a Administración. Eu pensó que lle viría ben ao sector.

M1: Sí, eu estou deacordo

### **¿cómo os imagináis el futuro de la profesión del artesano?**

H3: Pois ojalá se siga mantendo e os novos fagamos caso e aprendamos dos traballos artesanáis dos nosos avós que estamos deixando perder cousas moi bonitas como facer cestos... entón ter un pouco máis de conciencia, ver nos mesmos que como non sigamos nós é unha pena. Ao final é a nosa cultura.

H2: Eu creo que vai decaer, máis que nada polas razón polo que a xente os compra. Porque se de cada 10 persoas que compran produtos artesanales, baixo a miña perspectiva, 8 cómpranos porque está de moda facer eso e non porque teñen relamente unha concienciación social.

H4: Eu penso que se o modelo económico sigue virando cara reducir os plásticos, reducir as emisións... subirá este tipo de mercado, sobretodo eso, se as Administracións axúdano.

H1: Eu creo coma este último compañeiro que falou tamén. Creo que tamén pode subir, pero sempre e cando, contando co apoio das administración públicas e con axudas e tal... Sí, pode subir.

H2: ¿Y los lobbies donde te los dejas?

H3: (...) Ahí está o tema da sensibilidade, que dentro do ayuntamiento, un concello pequeno que estas organizacións pequenas, que a partir do concello darlle máis visibilidade a estas tendas pois para que chegue a moita máis xente e para que... ao final o sistema sexa para o medio ambiente moito mejor, ¿non?

M2: Pues yo creo que es un sector que se va a mantener en el tiempo, realmente ha existido durante siglos y siglos y yo creo que va a seguir así, sin más.

H2: mmm... no, eu creo que no, eu vou dar outra razón. Lleva existiendo toda la vida pero la globalización empezó relativamente hace poco... y estos últimos años ha subido mucho más... Esto é antinatural cara a globalización case case.

H1: No, non te creas...

H2: É difícil de organizar, se tes en conta todos os lobbies económicos que hay... eu non o vexo factible.

H1: Sempre que haxa internet podes enviar a tódolos puntos do mundo tamén.

M2: Además, tú hablas ¿de qué? ¿De globalización? Pero agora mesmo el mundo está en una fase donde cada vez hay más proteccionismo. Por parte de EE.UU ya por ejempl, que está subiendo impuestos a aranceles y a parte otros países están haciendo lo mismo. Yo creo que se está contrayendo en ese sentido.

H2: Pero eu non creo que eso vaia parar a globalización.

M2: No sé yo eh... nada, que yo creo que el sector se va a mantener sin más, porque ya lleva mucho tiempo. Es algo que ya está ahí, que ya tiene unos clientes fieles, y... ya está.

H2: Eu creo que vos estades olvidando dos lobbies eh... das presións das grandes empresas cara os gobernos... son bestiales. Non vai deixar que se lle escape nin unha miga.

H3: Pero tranquilo, que un lobbie non se vai meter cunha pequena empresa de artesanía.

H1: A ver eque eu ahí opino, que os productos artesanais sexan competencia das grandes empresas a verdad. (...) Eu digo que pose ser algo que se pode manter en auxe pero que complementemente... pero non que sexa competencia das grandes empresas.

H2: Home, pero por cada gran empresa... ¿cantas pequenas hay? Osea.. unha non é competencia dunha gran multinacional.

H3: Eque xa son cousas diferentes, non ten nada que ver.

H2: Home, un pouquiño sí oh...

H3: No, ti se queres comprar unha camiseta de un euro (...) pois vas a un centro comercial e aos lobbies que dis ti. Eu se quero unha camiseta artesanal, feita pois non sei... eu que sei... con palla, vouna ter que comprar nunha tienda de artesanía. Nonc reo que se maten a facer unha camiseta de palla.

H2: Pois non sei eu eh... hasta que punto.

H3: Non sei, o producto é diferente, para min non hai rivalidad. Son dous comercios que venden un producto diferente. Un mejor para o medio ambiente, máis artesanal, máis manual... e o outro, pois eso... nada.

M1: Sí, eu como consumidora esporádica pois sí, non creo que vaia ser moito tal... pero alguén que compre habitualmente eu creo que as grandes superficies xa nin as pisará. Eu creo que esas persoas xa sempre van as tiendas habituales para eles, ¿non?

H2: Pero, vamos a ver... ¿qué producto artesanal non se pode fabricar en serie hoxe en día? Hasta, por exemplo, (...) na construcción, están chegando case case ao momento de inflexión na que empezan a producir case todo en serie. Xa están facendo pruebas con impresoras3D que funcionan con hormigón. Eu vexo difícil que a artesanía se mantenga, sinceramente.

**Si pensáis en artesanía, ¿qué palabras os vienen a la mente?.**

M2: Manual

M1: Feito á man

H2: A mín venme Ferreiro non sei porqué.

H3: Ecosostible

H4: Herdanza

H3: Cultura, país, herdanza...

M2: Pues sí

H4: Sí.

H3: Galicia, meu avó...

H1: Feito á man

**Pues con esta pregunta finalizamos ya el grupo de discusión, os agradezco mucho vuestras respuestas y vuestro tiempo.**