

Artesanía en pedra

* NO TERRITORIO DE PORTODEMOUROS
E CONCELLOS DE BOQUEIXÓN,
VEDRA E VILASANTAR

17*



Índice

1. ¿Qué es este documento?	3
2. ¿Qué zonas comprende el estudio?	4
3. ¿Qué es una empresa de artesanía en piedra?	5
4. ¿Cuántas empresas de artesanía en piedra hay en la zona? ¿Qué características presentan?	6
5. ¿Quiénes son los clientes de una empresa de artesanía en piedra?	7
6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de artesanía en piedra de la zona?	9
7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?.....	11
8. ¿Cómo competir en el mercado?	12
9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?	14
10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de artesanía en piedra? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?	16
11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?.....	17
12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?.....	18
13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?.....	19
14. NOTA DE LOS AUTORES.....	20

1. ¿Qué es este documento?

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social, es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social. Por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

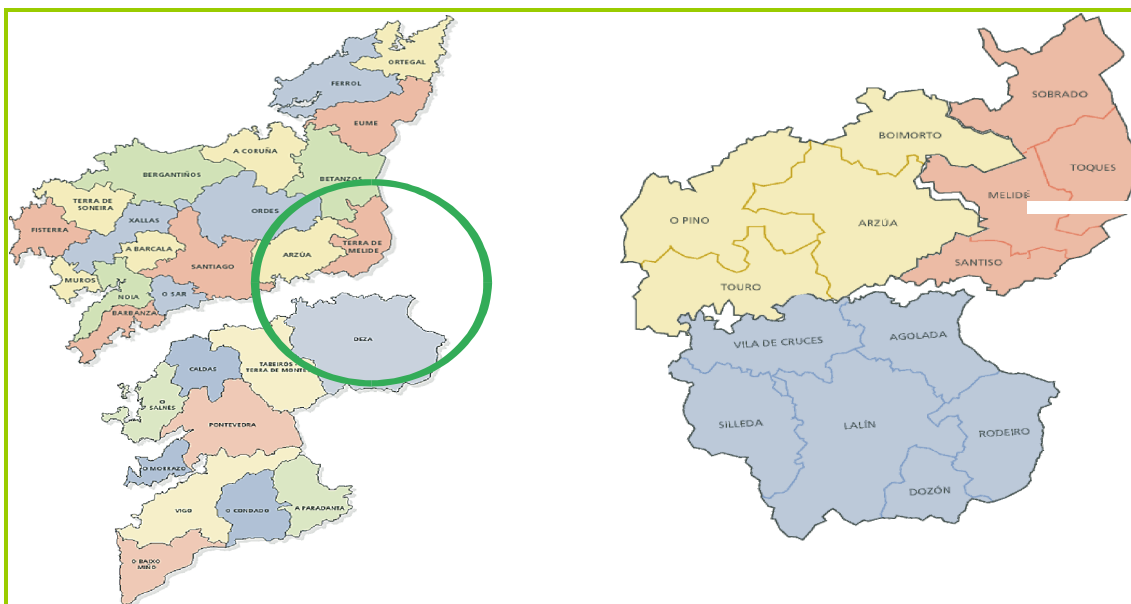
Este documento surge, por tanto, con el objetivo de acercar la información contenida en la Guía de Artesanía en piedra a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios del Territorio de Portodemouros que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como de los técnicos del Grupo de Acción Local de Portodemouros.

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Artesanía en piedra realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

2. ¿Qué zonas comprende el estudio?

El espacio que ocupa el territorio de esta Zona está formado por 17 ayuntamientos, once de la provincia de A Coruña (Arzúa, Boimorto, Boqueixón, Melide, O Pino, Santiso, Sobrado, Toques, Touro, Vedra y Vilasantar) y seis de Pontevedra (Agolada, Dozón, Lalín, Rodeiro, Silleda y Vila de Cruces).



3. ¿Qué es una empresa de artesanía en piedra?

Podemos definir la artesanía de la piedra como una actividad económica que supone la creación, producción, restauración o reparación de bienes de valor artístico o popular realizados en piedra y como resultado de un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, generando un producto final cuya factura es individualizada y distinta de la propiamente industrial.

La artesanía de la piedra, como la mayoría de las actividades artesanales, se caracterizan por el reducido tamaño de las unidades de producción que trabajan en régimen de autoempleo. Es decir, estamos hablando de una actividad en la que predominan artesanos individuales. Su objetivo es crear obras de arte personalizadas, si bien la situación del mercado le obliga a aceptar otros encargos de empresas de construcción, principalmente.

Existe una minoría de artesanos que han optado por un enfoque más empresarial. En esta segunda categoría se encuentran normalmente talleres en los que los trabajos para empresas constructoras pueden llegar a representar el 80% de la producción. Estos talleres cuentan con una pequeña estructura formada por tres personas por término medio (el emprendedor y dos empleados, uno de ellos discontinuo). Este concepto de negocio les permite, normalmente, obtener mayores rentabilidades y por este motivo, hemos elegido este perfil de empresa como taller tipo.

En función de las líneas de productos elaborados y de las características de los mismos, el proceso de fabricación consta de una serie de operaciones básicas: diseño de la pieza, elaboración del patrón, despiece, labrado o talla, acabado o remate, pulido, transporte y colocación.

4. ¿Cuántas empresas de artesanía en piedra hay en la zona? ¿Qué características presentan?

En la actividad de la artesanía en piedra, actualmente y según datos del Registro de Artesáns de la Xunta de Galicia, existen en la zona un total de 7 profesionales que cuentan con la Carta de artesán.

Por lo que se refiere al carácter especializado de la actividad, un 80% de los artesanos individuales están especializados en cantería y un 16% en talla. En relación a los talleres se observa la misma tendencia.

La distribución territorial de las unidades de producción se encuentra concentrada en la Comarca del Deza, con 6 artesanos y 3 talleres, y en el municipio de Vedra, con un artesano.

Si nos fijamos en lo que sucede a nivel provincial y autonómico, en la actividad de la artesanía en piedra, actualmente y según datos de este registro un total de 144 profesionales cuentan con la Carta de artesán, de éstos, 28 solicitaron la Carta de obradoiro. Por provincias según las mismas fuentes hay 35 artesanos y 6 talleres en La Coruña y 56 artesanos y 17 talleres en Pontevedra.

La forma jurídica adoptada por las unidades productivas está directamente relacionada con el número de personas de las que consta la empresa. Entre los artesanos individuales, la estructura legal adoptada es la de Autónomo. Entre los talleres, también existe la forma jurídica de Sociedad Limitada.

En cuanto a la facturación, debemos señalar que la facturación media de los artesanos es de 9.000€ anuales, mientras que los talleres facturan una media de 15.000€.

Por lo que respecta al empleo, los artesanos individuales suelen trabajar en solitario, a lo sumo ayudados por un familiar para la realización de determinadas tareas. Los talleres disponen de una plantilla formada, por término medio, de 2-3 personas, susceptible de ser incrementada con trabajadores discontinuos en las épocas de más trabajo.

5. ¿Quiénes son los clientes de una empresa de artesanía en piedra?

En lo que se refiere al perfil de los clientes debemos distinguir entre particulares que representan un 70% aproximadamente del mercado, instituciones y empresas. El perfil del cliente particular y consumidor final del producto artesano refleja unas características relacionadas con un nivel cultural y socioeconómico medio-medio, medio-alto.

Dentro de los clientes particulares debemos distinguir tres grandes grupos:

- Los clientes que demandan elementos arquitectónicos (balaustradas, columnas, dinteles, chimeneas, etc). Son compradores que buscan una segunda vivienda construida en piedra (nueva o restaurada) o propietarios de una construcción que la desean restaurar.
- Compradores de elementos decorativos de carácter etnográfico (hórreos, cruceiros, fuentes, etc). A menudo este perfil coincide con el grupo anterior y puede definirse como un comprador con sensibilidad hacia los motivos tradicionales en piedra, pero que no busca una obra de arte. Su motivación de compra es decoración y tradición y, por tanto, pueden ser clientes sensibles al precio.
- El tercer grupo de clientes corresponde a los coleccionistas y buscadores de piezas únicas. Suele tratarse de personas aficionadas al arte que conocen el valor diferencial de la obra en piedra elaborada artesanalmente y, por tanto, dispuestas a pagar un sobreprecio por una pieza determinada. Este grupo de clientes es minoría.

Las instituciones centran su demanda en la restauraciones de monumentos civiles y religiosos y de grandes piezas decorativas que forman parte del equipamiento urbano (fuentes y estatuas).

Las empresas constructoras son el grupo de clientes más relevante, debido a la tendencia actual por demandar elementos tradicionales en piedra en obra nueva y la proliferación de obras de rehabilitación. Son compradores de elementos decorativos y de elementos arquitectónicos que transmitan calidad. Actúan como clientes finales en ocasiones y como intermediarios de clientes particulares e instituciones en otras. Son sensibles al precio.

Las condiciones de pago varían en función del tipo de cliente. Los particulares suelen pagar al contado, si bien, cuando se trata de una pieza grande, es habitual que paguen de forma fraccionada. En el caso de venta a empresas e instituciones, los plazos de cobro suelen ser bastante amplios, desde los 90 a los 180 días.

6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de artesanía en piedra de la zona?

No existen datos publicados sobre el tamaño del mercado de la artesanía en piedra en la zona. Atendiendo a los datos obtenidos sobre facturación media en Galicia y considerando que existe un porcentaje del mercado que se realiza en condiciones de economía sumergida, se podría evaluar al tamaño del mercado en una cifra estimada de seis millones de euros.

Los productos de artesanía en piedra se comercializan en los siguientes mercados:

- **Construcción:** Se divide en mercado de segunda vivienda (personas que compran un segunda residencia y optan por una arquitectura tradicional gallega) y mercado de restauración de una vivienda particular (para destinarla a un uso familiar o para convertirla en una casa de turismo rural).
- **Instituciones:** ayuntamientos, Xunta, fundaciones, etc. que destinan fondos para la rehabilitación del patrimonio y adquisición de mobiliario urbano.
- **Elementos decorativos:** formado por aquellas personas que adquieren un elemento de piedra para uso decorativo en primera o segunda residencia (mobiliario jardín, hórreo, fuente, cruceiro, etc.).
- **Escultura:** formados por aquellos que buscan una obra de arte y buscan una pieza personal, única, con un alto componente artístico.

Para que puedas estimar el tamaño del mercado en tu zona y la parte del mismo que puedes llevarte es necesario que realices una prospección comercial. Para ello, te recomendamos lo siguiente:

1. Visitar empresas constructoras para estimar un número aproximado de viviendas que se recuperan o se construyen nuevas en piedra.
2. Visitar agencias inmobiliarias para conocer qué parte del mercado de segunda vivienda corresponde a edificaciones en piedra.
3. Visitar distribuidores de materiales de construcción para conocer el número aproximado y tipo de piezas de piedra que venden al año.

4. Visitar lugares en los que se vendan elementos decorativos en piedra (viveros, tiendas de mobiliario de jardín, etc.).
5. Averiguar el número de viviendas de turismo rural que existen en la zona y las que están en proyecto (Turgalicia, propietarios de casas de turismo rural, etc.).
6. Visitar las instituciones existentes en tu zona (iglesias, ayuntamientos, fundaciones, etc.) para conocer las actuaciones de rehabilitación y las adquisiciones que están realizando.
7. Etc.

7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> > Fuerte competencia de productos industriales. > Confusión en la consideración de lo que es o no artesanal. > Encarecimiento de la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> > Aumento del uso de materiales y estilos autóctonos en la construcción. > Tendencia actual de recuperación y rehabilitación de viviendas con ayudas de la Administración. > Recuperación del patrimonio cultural (religioso, civil y etnográfico). > Campañas de promoción de la artesanía de Galicia por parte de la Xunta de Galicia.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> > Calidad y cantidad de materia prima (granito principalmente). > Tradición de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> > Limitada capacidad productiva. > Canal de distribución poco desarrollada. > Escasez de personal con alto nivel de cualificación. > Deficiencias en la gestión del negocio. > Uso de herramientas de promoción básicas. > Dificultad para identificar el consumidor potencial.

8. ¿Cómo competir en el mercado?

De diversos estudios realizados sobre el sector destacan los siguientes productos como los más habituales: elementos decorativos arquitectónicos (fachadas, balaustradas, capiteles, etc.) obras de tipo escultórico (esculturas, tallas, figuras, etc.), obras complejas con componente arquitectónica (cruceiros, fuentes, estanques, etc.), chimeneas y lareiras, mobiliario (mesas, bancos, etc.), relieves (escudos, relojes de sol, etc.), recuperaciones: (restauraciones y reintegraciones).

La gama de productos elaborados ronda los 5 productos en el caso de talleres y los 4 productos en el caso de artesanos individuales.

A la hora de gestionar la cartera de productos conviene que trates de estandarizar la producción en la medida de lo posible conservando, eso sí, la autenticidad del proceso artesanal. Por estandarización entendemos la reducción del número de diseños por elemento. A la hora de elegir los diseños te sugerimos que optes por aquellos que puedas realizar en períodos de producción cortos, que tengan menos desperdicio y que puedas comprar semielaborados, ya que te proporcionarán un mayor margen, Así mismo, conviene que intentes diferenciarte de la competencia incorporando nuevos diseños, técnicas, etc.

A la hora de elegir los diseños te sugerimos que optes por aquellos que puedas realizar en periodos de producción cortos, que tengan menos desperdicio y que puedas comprar semielaborados, ya que te proporcionarán un mayor margen. Asimismo, conviene que intentes diferenciarte de la competencia, incorporando nuevos materiales (vidrio y madera), recuperando motivos figurativos perdidos, incorporando nuevos diseños, técnicas, etc.

La especialización, en un determinado tipo de producto, es también una alternativa interesante. A través de la especialización y con independencia de que marginalmente puedas realizar otras piezas como complemento de las ventas, se pueden obtener ventajas en le coste y diferenciarse de la competencia ofreciendo un producto de más calidad.

A la hora de fijar el precio ha de tenerse en cuenta que los márgenes se han visto reducidos por el incremento de la materia prima. Los artesanos no han podido transmitir la totalidad del incremento a los clientes por la presión de los productos industriales que actúan como sustitutivos.

La fijación del precio muestra un gran número de variantes, aplicándose los siguientes métodos:

- Método 1: coste por hora de trabajo de 7 € - 10 €.

- Método 2: (materia prima + mano de obra + gastos generales) x margen en función de un serie de parámetros (riesgo de roturas, dificultad, diseño, originalidad, etc.).

Precisamente para evitar ese reducido margen muchos artesanos sobre todo cuando se trata de obras de grandes dimensiones hacen que sea el cliente el que compre la materia prima.

Los productos industriales de apariencia artesanal (piedra prensada y/o elaborados en serie) son los productos sustitutivos más frecuentes. Esta situación es consecuencia de la falta de conocimientos técnicos para diferenciar el producto artesanal del industrial. Una parte del mercado está interesado en la recuperación de productos tradicionales, pero no está dispuesto a pagar el valor artesanal del producto.

Es necesario, por tanto, potenciar la relación calidad / precio, desmitificar la imagen de un precio excesivo del producto artesanal en piedra y reforzar sus características diferenciales.

9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?

Las herramientas de promoción más empleadas en esta actividad son las siguientes:

- **Exposiciones:** el número de piezas expuestas varía considerablemente al estar en función, sobre todo, del espacio disponible.
- **Books:** de forma minoritaria, algunos artesanos cuentan con un book de fotos de sus obras.
- **Folleto:** se utilizan de forma minoritaria. Generalmente consisten en un díptico o tríptico en el que se realiza una presentación del taller y de algunas de sus obras.
- **Tarjetas:** utilizadas por la totalidad de los talleres encuestados.
- **Descuentos:** es una herramienta de promoción habitual entre los artesanos que producen piezas grandes, como resultado del proceso de negociación que habitualmente se genera en la venta de este tipo de piezas.
- **Ferias:** de artesanía, medievales, de arte, etc. En las ferias se realizan tallas en vivo. Se acuden a ellas, no con ánimo de vender, sino con fines de promoción.
- **Símbolo y logotipo:** la práctica totalidad de los artesanos firman sus piezas, con el fin de personalizar el producto mediante una firma que identifique al autor. Algunos numeran y catalogan.

Además de estas formas de promoción de carácter formal, la mayor parte de los talleres y artesanos entrevistados señalan el boca a boca como la forma más habitual de obtención de nuevos clientes.

Al margen de la promoción que se realiza de forma individual, los artesanos y talleres inscritos en el Registro de Artesanía de Galicia pueden beneficiarse de la promoción de tipo institucional. Así, recientemente, la Consellería de Innovación, Industria e Comercio ha publicado el Catálogo de Talleres Artesáns.

En cuanto a la fuerza de ventas, hemos observado que la inmensa mayoría de los artesanos entrevistados no suelen realizar labor comercial, dedicando la totalidad del tiempo a trabajo de taller.

Sin embargo, y como en cualquier otro negocio de reciente creación, la labor comercial es fundamental para darse a conocer y sobre todo, durante los primeros meses, el emprendedor deberá dedicar gran parte de su tiempo a visitar empresas constructoras, establecimientos comerciales, instituciones, etc. con el fin de conseguir clientes y establecer acuerdos comerciales.

10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de artesanía en piedra? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?

Una relación orientativa de las partidas a las que deberás hacer frente al iniciar la actividad es la siguiente: construcciones, terreno, maquinaria, herramientas, elementos de transporte, equipos informáticos, mobiliario, stock de arranque, gastos de constitución.

Las instalaciones de los talleres suelen contar con una superficie media entre 40 y 70 m². Unas dimensiones bastante reducidas que guardan relación con las características de la actividad productiva, donde no es frecuente el almacenamiento de mercancías debido a la generalización del encargo como práctica habitual, especialmente en cantería. Sin embargo, la situación varía ligeramente en los talleres de talla donde se suele disponer de un espacio dedicado a exposición, frecuentemente al aire libre (entre 100 y 250 m²).

En cuanto a los gastos, nos referimos a los desembolsos necesarios para el ejercicio de la actividad. Durante un cierto tiempo, es posible que los ingresos no compensen los gastos, por lo que deberás hacer una previsión sobre el número de meses que puede producirse esta situación y contar con fuentes de financiación suficientes para afrontarla.

Entre las partidas más relevantes podemos señalar: materias primas, sueldos y seguridad social, servicios exteriores (fiscal, laboral,...), suministros, comunicaciones, publicidad y propaganda, primas de seguros, material de oficina y otros consumibles, gastos financieros, tributos y amortización.

11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?

Como ya hemos comentado a lo largo de esta Guía, la actividad se caracteriza por una importante presencia de artesanos individuales. Son profesionales que trabajan en solitario, asumiendo la totalidad del proceso de producción. Por tanto, no cabe hablar de estructura organizativa en estos casos.

Entre los talleres se observa cierta división de funciones. El artesano propietario del taller suele asumir las tareas que requieren mayor formación y responsabilidad (producción, comercial y gerencia), frente a las de carácter auxiliar que desarrolla el empleado entre las que podemos citar; montaje, lijado, limpieza e, incluso, la realización de obras de menor complejidad técnica.

El artesano de la piedra debe estar avalado por una buena formación en las técnicas de producción y por una vocación artística. El origen de los artesanos es diverso, autodidactas, herederos de la tradición familiar, formados en escuelas taller a través de planes de formación ocupacional, escuelas de cantería, etc.

La formación técnica va aparejada con la capacidad del artesano para innovar, experimentar y diferenciarse. Existe carencia de profesionales capacitados para el trabajo complejo y de filigrana, pues son los artesanos en piedra por herencia familiar los que normalmente presentan una mayor cualificación y esta forma de generación de canteros es cada vez menos frecuente.

Se trata de una actividad tradicionalmente en manos de hombres y así de los 126 artesanos censados, sólo 11 son mujeres.

La Xunta, dentro del plan FIP, promueve varios cursos relacionados con el sector entre los que podemos señalar: trabajador de pedra e mármore y carpinteiro.

12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?

Es necesario que estés dado de alta en el Registro de Artesanos de la Consellería de Innovación, Industria e Comercio para beneficiarte de las ayudas que la Xunta de Galicia ofrece a este colectivo. La ley de Artesanía de Galicia de 1992 pretende entre sus objetivos favorecer la accesibilidad del sector artesano a las líneas de crédito preferenciales o a las subvenciones que pueda establecer la Comunidad Autónoma de Galicia. En este sentido, a través de la Consellería de Innovación, Industria e Comercio se establece el plan de ayudas anuales (hasta un 50% de subvención a fondo perdido) para inversiones, contratación de personal, asistencia a ferias profesionales, catálogos, obras, maquinaria, equipos informáticos, etc.

Existen un gran abanico de ayudas que pretenden facilitar el camino del emprendedor ofrecidas por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, IGAPE e ICO.

Entre los programas de ayuda que coordina la Dirección General de Empleo destacamos los apoyos a la contratación por cuenta ajena y el fomento del autoempleo y la economía social.

El IGAPE por su parte ofrece una amplia oferta de programas y ayudas entre los que podemos destacar:

- Programa emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante el apoyo en la elaboración de planes de empresa, concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, servicios de tutoría.
- Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos (pequeño volumen)

El ICO ofrece financiación en condiciones preferentes para las inversiones en activos fijos productivos por parte de las PYMES y también concede microcréditos para la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas.

13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?

- Sociedade para o desenvolvemento comarcal de Galicia: www.cetadec.net/comercio/comercio.asp
- Registro de Artesanía de Galicia: www.xunta.es/rexistros
- Axencia de Desenvolvemento Rural de Galicia (AGADER): <http://agader.xunta.es>
- Artesanía ibérica: www.artesaniaiberica.com
- Oficio y arte (OAE-Organización de los Artesanos de España): www.oficioyarte.org
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: www.xunta.es/conselle/as
- Xunta de Galicia: www.xunta.es
- Instituto Galego de Promoción Económica: www.igape.es
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales: www.mtas.es
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Instituto Galego de Estatística: www.ige.xunta.es
- Confederación de Empresarios de Galicia: www.ceg.es
- Confederación de Empresarios de A Coruña: www.cec.es
- Confederación de Empresarios de Lugo: www.celugo.es
- Confederación de Empresarios de Ourense: www.ceo.es
- Confederación de Empresarios de Pontevedra: www.cep.es
- Unión General de Trabajadores: www.ugt.es

14. NOTA DE LOS AUTORES

Colaboradores de la adaptación:

María Pérez Seoane, Técnico de Empleo do Concello de Lalín.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004