

# El sector artesanal en Andalucía: caracterización y principales retos

*José María Manjavacas Ruiz\**

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

## Resumen:

El sector artesanal en Andalucía constituye una realidad sociocultural y económica compleja en cuyo análisis es pertinente profundizar. Su estudio es susceptible de ser abordado de manera combinada desde una óptica patrimonialista, económica y empresarial y desde nuevas propuestas políticas que contemplen la participación de los actores directamente implicados. El objetivo debe ser diseñar políticas que se apoyen en sus potencialidades y actúen sobre sus principales deficiencias.

Se han integrado diversos métodos y técnicas de investigación, cuantitativas y cualitativas, entre las que el trabajo de campo etnográfico se ha revelado de particular interés.

## Palabras clave:

Sector artesanal en Andalucía, Artesanos y artesanas, Talleres y empresas artesanales, Producción, difusión y comercialización de productos artesanos.

## The handcraft sector in Andalusia: features and main challenges

## Abstract:

The handcraft sector in Andalusia represents a sociocultural and economic complex reality whose analysis is worth deepening. We can present its study from a patrimonialist cultural point of view, as well as economic and managerial one, and new proposals that bear in mind the involvement of the concerned actors. The objective must be to design policies relying on their possibilities and exercising on their main weaknesses.

Some research methods and techniques have been integrated, quantitative and qualitative, being of particular interest the ethnographic field job.

## Key words:

Handcraft sector in Andalusia, Craftsmen and Women, Workshops and Craft Companies, Production, Dissemination and Marketing of Crafted products.

## 1. INTRODUCCIÓN: EL ESTUDIO DEL SECTOR ARTESANAL EN ANDALUCÍA

El sector artesanal constituye en Andalucía una realidad sociocultural y económica compleja que requiere de un detallado conocimiento, tanto para su diagnóstico en clave de potencialidades y retos como para el diseño de estrategias y actuaciones. Con esa finalidad fue elaborado en 2014 el «Diagnóstico sobre la situación del Sector Artesanal en Andalucía»<sup>1</sup> según dos grandes requerimientos: de un lado, la caracterización del sector por oficios y territorios distinguiendo hombres y mujeres, localización de empresas y profesionales en posesión de la Carta de Maestro Artesano. De otro, el análisis de aspectos profesionales, formativos y corporativos, organizativos y tecnológicos, y de la promoción y comercialización de actividades y productos. El estudio puso de manifiesto la cualificación de unos profesionales artesanos bien formados,

con experiencia productiva y, en determinadas comarcas, con sólidos anclajes socioculturales. Pero también informó de unas problemáticas que pueden ser agrupadas en dos bloques: uno tiene que ver con la regulación del sector, otro con la difusión y comercialización de productos. Sobre ambas inciden los efectos de la crisis económica y financiera y la contención de inversiones públicas.

¿Cuáles son las principales causas de estos problemas? ¿Cómo son percibidos y valorados por artesanos y artesanas y otros actores clave? ¿Qué propuestas estratégicas pueden contribuir a abordarlos? El presente artículo pretende responder a estas preguntas, reparando en algunas actuaciones locales recientes.

A modo de marco normativo han sido tomadas la Ley de Artesanía de Andalucía y el Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía (2007-2011), junto al

Recibido: 5-IV-2018. Aceptado: 21-XII-2018.

\* Profesor Sustituto Interino del Área de Antropología. Dirección para correspondencia: [jmanjavacas@uco.es](mailto:jmanjavacas@uco.es)

<sup>1</sup> El diagnóstico, realizado por un equipo de la Universidad de Córdoba, fue encargado por la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía. Paralelamente, un equipo de la Universidad de Sevilla analizó propuestas de actuación. Ambos trabajos sirvieron como base para la elaboración del Plan Integral para el Fomento de la Artesanía durante el período 2014-2017.

documento de su revisión (2011-2013). La Ley de Artesanía de Andalucía, define Artesanía y establece el Repertorio de Oficios Artesanos, clasifica los sujetos artesanos e instituye el Registro de profesionales, la denominación de calidad y de Zona y Punto de Interés Artesanal, la Carta del Maestro Artesano, y un órgano asesor -la Comisión de Artesanía-integrada en la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio<sup>2</sup>. Los planes integrales y sus sucesivas revisiones fijan objetivos, programas y actuaciones, constituyendo la guía de la política autonómica en la materia.

La descripción del sector recurre al Repertorio de Oficios y a datos del Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía, a los que se ha añadido información obtenida de manera directa. Se trata de un estudio cuantitativo y

cuantitativo que combina el análisis bibliográfico y documental con el trabajo de campo, teniendo también en cuenta fuentes de otras consejerías autonómicas, del Atlas de Patrimonio Inmaterial de Andalucía (IAPH), de ayuntamientos u otros agentes locales de desarrollo. Asimismo, atiende a la producción científica generada en los últimos años.

En la dimensión cuantitativa de este trabajo, particularmente presente, ha sido diseñada y ejecutada una encuesta para la obtención de información objetiva y subjetiva entre profesionales del sector. La muestra estratificada por provincias, grupos de oficios y sexos, arroja para una población objetivo de 1.118 sujetos un tamaño de 286 encuestas en 26 estratos, con error máximo del 5% y nivel de confianza del 95%<sup>3</sup> (Cuadro 1, 2).

**Cuadro 1. Muestra para encuesta I**

Muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional		
Tamaño de la población objetivo.....		1.118
Tamaño de la muestra que se desea obtener.....		286
Número de estratos a considerar.....		26
Afijación simple: elegir de cada estrato	11	sujetos

Encuesta Sector Artesanal en Andalucía<sup>4</sup>. Elaboración propia.

**Cuadro 2. Muestra para encuesta II**

Estrato	Identificación	Nº sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	Arcilla y barro hombres	159	14,20%	41
2	Arcilla y barro mujeres	91	8,10%	23
3	Ceras, aceites hombres	2	0,20%	1
4	Ceras, aceites mujeres	13	1,20%	3
5	Fibras vegetales, papel, cartón hombres	14	1,30%	4
6	Fibras vegetales, papel, cartón mujeres	12	1,10%	3
7	Madera, corcho hombres	180	16,10%	46
8	Madera, corcho mujeres	17	1,50%	4
9	Materiales no preciosos hombres	16	1,40%	4
10	Materiales no preciosos mujeres	45	4,00%	12
11	Materiales preciosos hombres	28	2,50%	7
12	Materiales preciosos mujeres	18	1,60%	5
13	Metal o aleaciones hombres	46	4,10%	12
14	Metal o aleaciones mujeres	7	0,60%	2
15	Otros/varios hombres	47	4,20%	12
16	Otros/varios mujeres	25	2,20%	6
17	Piedra, mármol, escayola hombres	37	3,30%	9
18	Piedra, mármol, escayola mujeres	7	0,60%	2
19	Piel y cuero hombres	132	11,80%	34
20	Piel y cuero mujeres	49	4,40%	13
21	Textil hombres	34	3,00%	9
22	Textil mujeres	94	8,40%	24
23	Vidrio hombres	18	1,60%	5
24	Vidrio mujeres	16	1,40%	4
25	Desconocido hombres	6	0,50%	2
26	Desconocido mujeres	5	0,40%	1
TOTALES		1118	100,00%	286

Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

<sup>2</sup> Ley 15/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía. BOJA núm. 254, de 31 de diciembre.

<sup>3</sup> La población objetivo (1.118 sujetos) se corresponde con el total de profesionales registrados a 1 de enero de 2014.

<sup>4</sup> MANJAVACAS, J. M. (dir.), LARA, F. et. al., *Diagnóstico sobre la situación del sector artesanal en Andalucía*, Sevilla, 2014.

El trabajo de campo etnográfico ha sido intensivo en las provincias de Córdoba y Sevilla, con incursiones en el resto de provincias. Incluyó diferentes modalidades de entrevistas, observación directa, grupos de discusión y obtención de registros gráficos y audiovisuales. La selección de informantes ha recurrido a los datos del Registro y al conocimiento directo del sector, considerando a maestros/as y artesanos/as y otros actores relevantes de administraciones y agencias públicas, centros de formación, asociaciones y organizaciones empresariales y sindicales. También ha tenido en cuenta la dimensión de los grandes grupos del Repertorio de Oficios.

La centralidad de las provincias de Sevilla y Córdoba responde a su importancia. Sevilla registra, aun con tendencia a la baja, el mayor número de profesionales regularizados; y Córdoba cuenta con cuatro zonas de Interés Artesanal y algunas actuaciones de especial relevancia. Se han considerado localidades y comarcas de otras provincias por ser zonas de Interés Artesanal -Valverde del Camino, Úbeda, Sierra de Cádiz- o, aun no constituidas como ZIAs, por su notable actividad artesanal económica y simbólica: Albox o Níjar, Alpujarras, Sierra de Aracena y Picos de Aroche, o Serranía de Ronda.

## 2. TRES APROXIMACIONES COMPLEMENTARIAS PARA UN ESTUDIO INTEGRAL DE LAS ARTESANÍAS EN ANDALUCÍA

El análisis del sector artesanal andaluz admite tres aproximaciones complementarias. Como enfoque inicial cabe observar la artesanía como expresión del patrimonio cultural, tanto por su relación con los fundamentos teóricos y conceptuales de éste como por su inclusión, como patrimonio etnológico, en el marco legal y normativo. En este sentido, la antropología social y cultural ha impulsado unos estudios patrimonialistas<sup>5</sup> que trascienden las características intrínsecas de determinados objetos y su valoración por especialistas, enfatizando su significación, entre la tradición y la innovación, para la historia, la memoria y la identidad de determinados colectivos. Así, el patrimonio cultural constituye un conjunto de manifestaciones socioculturales a las que un grupo otorga, en un determinado contexto sociohistórico, particular relevancia como expresión y referente simbólico.

La Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía vincula el patrimonio etnológico a «formas de vida, cultura,

actividades y modos de producción propios de la comunidad de Andalucía»<sup>6</sup>. Desde esta óptica, Fernández de Paz (2004) aporta una definición de artesanía que destaca las formas de trabajo propias de relaciones de producción anteriores al modo de producción industrial, que son transmitidas de unas generaciones a otras y que contribuyen a la supervivencia de un grupo cultural actuando como expresión identitaria<sup>7</sup>. Las artesanías forman parte del patrimonio etnológico de Andalucía en una triple dimensión: por sus espacios inmuebles vinculados (lugares como talleres u otras instalaciones), por sus manifestaciones de tipo mueble (objetos manufacturados, herramientas u otros utensilios), o como actividades de interés etnológico (conocimientos y saberes, procesos de producción, culturas del trabajo).

Por su parte UNESCO define el Patrimonio Cultural Inmaterial como «...usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes», que son reconocidos por los actores sociales «como parte integrante de su patrimonio cultural»; incluyendo entre sus manifestaciones las técnicas artesanales tradicionales<sup>8</sup>.

En segundo lugar, el sector artesanal es susceptible de una aproximación económica y empresarial. La Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa estatal ofrece una definición de «empresa artesana» que así lo subraya:

«Persona física o jurídica cuya actividad económica es la producción de objetos de carácter utilitario, decorativo o artístico; a través de procesos de producción controlados de forma personal por uno o más artesanos, en los que su contribución directa es el componente más importante del producto acabado»<sup>9</sup>.

La Junta de Andalucía, aun constatando la significación sociocultural e identitaria de la artesanía andaluza y su relación con la sostenibilidad ambiental, adscribe las políticas dirigidas al sector a la Dirección General de Comercio<sup>10</sup>. Tiene interés referir la definición de Artesanía contenida en la legislación andaluza:

«(...) actividad económica con ánimo de lucro de creación, producción, transformación y restauración de productos, mediante sistemas singulares de manufactura en los que la intervención personal es determinante para el control del proceso de elaboración y acabado. Esta actividad estará basada en el dominio o conocimiento de técnicas

<sup>5</sup> FERNÁNDEZ DE PAZ, E., «La documentación y protección de las artesanías como actuación sobre el patrimonio etnográfico», en AGUILAR-CRIADO, E. (coord.), *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio*, Sevilla, 1999, pp. 170-191. FERNÁNDEZ DE PAZ, E., «El concepto de Patrimonio Cultural desde la perspectiva de la Antropología», en IGLESIAS, J. M. (coord.), *Actas de los XII Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico*, Reinoso, 2002, pp. 39-52. CARRERA, G., «Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía: puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos», *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 71 (2009), pp. 19-41. AGUDO, J., «Patrimonio etnológico y juego de identidades», *Revista Andaluza de Antropología*, 2 (2012), pp. 3-24. CALDERÓN, C., *El redescubrimiento del patrimonio cultural inmaterial*. Cáceres, 2013.

<sup>6</sup> Ley 14/2007, de 26 de Noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía. Artículo 61.1. Concepto y ámbito.

<sup>7</sup> FERNÁNDEZ DE PAZ, E. *Fondo Andaluz de recuperación del conocimiento artesano*. FARCA. Sevilla, 2005.

<sup>8</sup> UNESCO, *Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*, París, 2003.

<sup>9</sup> DGPYME, *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales*, Madrid, 2009.

<sup>10</sup> Dirección General de Comercio. Junta de Andalucía. *II Plan Integral para el Fomento de la Artesanía de Andalucía 2014-2017*, Sevilla, 2014.

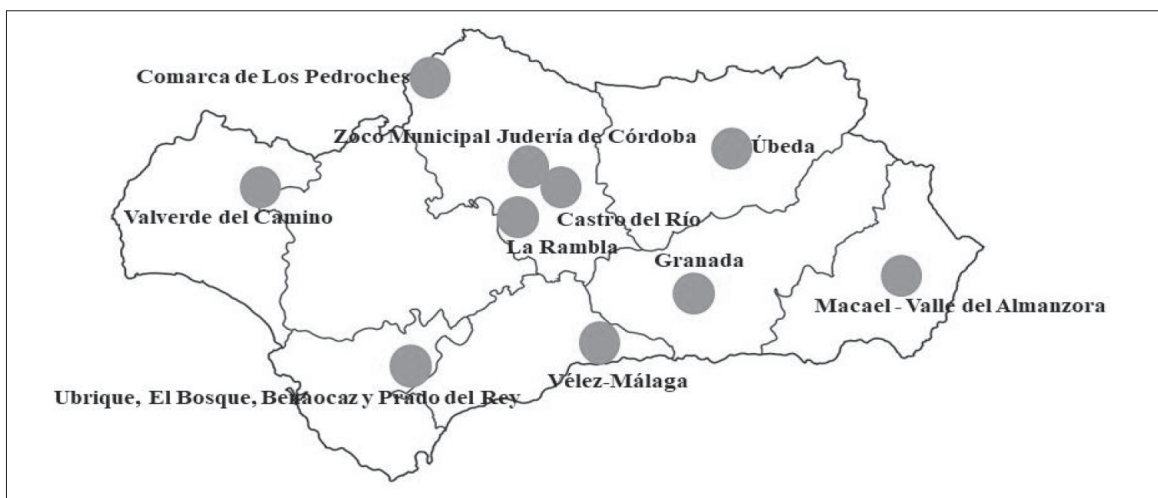
tradicionales o especiales en la selección y tratamiento de materias primas o en el sentido estético de su combinación y tendrá como resultado final un producto individualizado, no susceptible de producción totalmente mecanizada, para su comercialización»<sup>11</sup>.

El Registro de Artesanos y Artesanas cuenta con unos 2.500 talleres, con particular concentración en las provincias de Sevilla, Cádiz y Córdoba, y 1.142 artesanos<sup>12</sup>. Desde una óptica empresarial más amplia, el Informe «Análisis de la competitividad del sector artesano en España, 2014», estima que en Andalucía habría casi 7.000 empresas y unos veinte mil empleos directos, un 8,7% del empleo industrial<sup>13</sup>. En Andalucía existen 10 zonas y 34

puntos de interés artesanal, territorios y talleres donde la producción y comercialización de productos artesanos constituye un referente sociocultural y económico (Gráfico 1, 2). La Rambla (Córdoba), Úbeda (Jaén), Ubrique-El Bosque-Benaocaz-Prado del Rey- (Cádiz) o Valverde del Camino (Huelva) son ejemplos con particular producción y proyección artesanal.

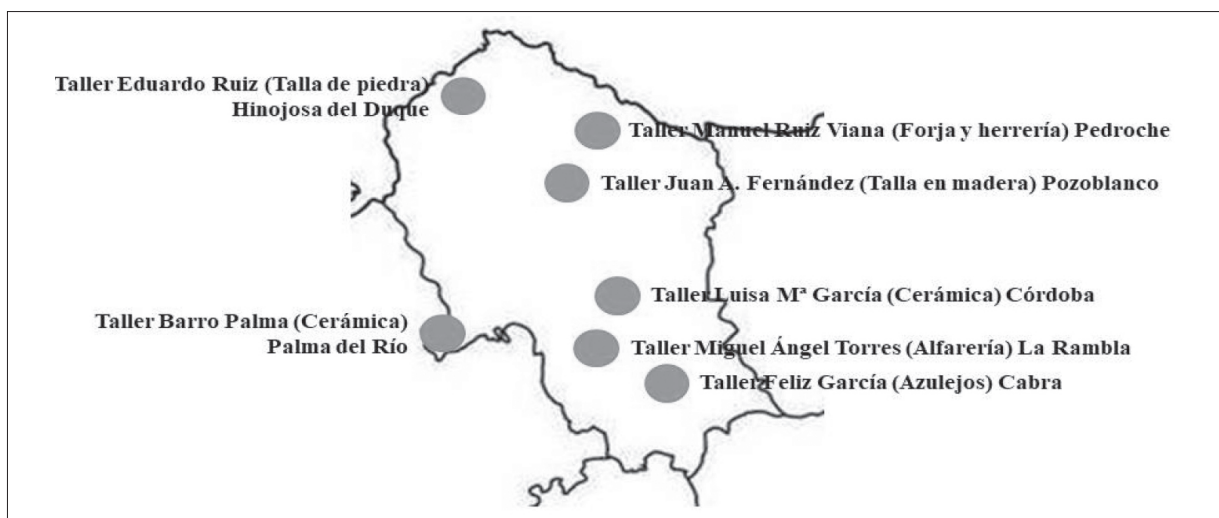
Cabe añadir que la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, vincula patrimonio inmaterial y desarrollo sostenible, siendo la producción artesanal una actividad potencialmente sostenible en todas sus definiciones: ambiental, económica, social y política<sup>14</sup>.

**Gráfico 1. Zonas de Interés Artesanal en Andalucía**



Elaboración propia. Fuente: Dirección General de Comercio. Junta de Andalucía.

**Gráfico 2. Puntos de Interés Artesanal Provincia de Córdoba**



Fuente: Dirección General de Comercio. Junta de Andalucía. Elaboración propia.

<sup>11</sup> Ley 15/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía. Título I, Artículo 3.

<sup>12</sup> MANJAVACAS, J. M. (dir.), LARA, F. et al., *Diagnóstico sobre el sector artesanal en Andalucía*. Sevilla, 2014. Los datos, procedentes del Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía, han sido actualizados a 1 de marzo de 2018.

<sup>13</sup> FUNDACIÓN EOI, *Análisis de la competitividad del sector artesano en Andalucía*, Madrid, 2015.

<sup>14</sup> Carta de la Tierra, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Río de Janeiro, 1992.



En tercer lugar, es pertinente una aproximación política que contemple la gobernanza democrática con participación y confluencia de productores y entidades públicas y privadas. Estudios sobre experiencias participativas, particularmente en contextos locales, y textos legales y normativos específicos definen estos sistemas participativos como instrumentos impulsados por instancias gobernantes para su relación e interlocución con la sociedad civil en la implementación de políticas en su ámbito de actuación<sup>15</sup>. Estos mecanismos pueden perseguir «nuevos estilos de gobierno» para complementar la representatividad y la jerarquización técnico-administrativa de las instituciones políticas<sup>16</sup>. Asimismo, pueden mejorar el conocimiento de la realidad por parte de responsables políticos y gestores, con sistemas basados en experiencias y demandas expresadas por protagonistas directos, coadyuvando a una gestión más eficaz y eficiente y a una mayor legitimidad de las actuaciones, estableciendo consensos y canalizando conflictos, ordenando prioridades y racionalizando recursos<sup>17</sup>.

### 3. COMPLEJIDAD Y ALTO NIVEL DE INFORMALIDAD. EL REGISTRO DE ARTESANAS Y ARTESANOS DE ANDALUCÍA COMO PRINCIPAL FUENTE DISPONIBLE

El análisis de la actividad artesanal en Andalucía obliga a reparar en algunas consideraciones previas. En primer lugar en su complejidad pues abarca un número de profesionales, talleres y empresas de difícil precisión dada su dispersión, la extendida actividad informal o los límites a veces difusos entre producción artesanal e industrial. Únase la diversidad de subsectores y oficios, especializaciones y técnicas, vías de acceso y formación profesional, organización de la producción, comercialización, visión empresarial, volumen

de negocio y otras situaciones muy heterogéneas.

En segundo lugar, el nivel de informalidad merece un comentario particular. Si bien está asociado a características históricas de parte del sector, en los últimos años, debido a la crisis, aumenta. Tanto por «nuevos profesionales» en situación irregular como por el paso a la actividad informal de otros antes regularizados. Además, debilita el asociacionismo, uno de los pocos factores de vertebración e interlocución, e incide en la parcialidad de los datos contenidos en el Registro de Artesanos y Artesanas.

El Registro es la tercera cuestión a considerar. Un número de profesionales presumiblemente alto ha optado por no registrarse, hecho relacionado con la referida actividad informal pero también con que hay quienes lo consideran «de escasa utilidad», máxime ante la disminución de ayudas públicas. El descenso de artesanas y artesanos registrados ha afectado, entre 2014 y 2018, a las provincias de Sevilla, Huelva y en menor medida Córdoba, con solo ligero aumento en el resto, en particular en Granada. Aunque el cómputo total aumenta, de 1.118 a 1.141, se aprecia inestabilidad y sucesión de altas y bajas. Pero en cualquier caso el Registro es la fuente más amplia y actualizada, tanto en cifras totales como en el peso de subsectores y oficios, en implantaciones territoriales o en su distribución por sexos. Y su análisis posibilita, a pesar de sus carencias, cruzar sectores, oficios, sexos y territorios.

### 4. ARTESANAS Y ARTESANOS Y EMPRESAS/TALLERES ARTESANALES EN ANDALUCÍA

A 1 de marzo de 2018 estaban inscritos un total de 1.141 profesionales. Por provincias se distribuyen de la siguiente manera (Cuadro 3):

**Cuadro 3. Artesanos/as registrados por provincias**

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	TOTAL
Número de artesanos/as registrados/as	62	249	186	186	64	61	123	210	1.141
%	5,4%	21,8%	16,3%	16,3%	5,6%	5,3	10,8	18,4%	100,0%

Fuente: Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía. Elaboración propia.

<sup>15</sup> PINDADO, F., *La participación ciudadana en la vida de las ciudades*, Barcelona, 2008. MANJAVACAS, J. M., *Participación Ciudadana y estrategias partidistas*, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla, 2012. PÉREZ-ALBERDI, M. R., «Tratamiento constitucional y estatutario de los derechos de participación», en RODRÍGUEZ-RUIZ, B. (coord.), *Los derechos de participación de la población inmigrante asentada en Andalucía*, Granada, 2015, pp. 21-49.

<sup>16</sup> BLANCO, I. y GOMÀ, R., «Proximidad y participación: marco conceptual y presentación de experiencias», en BLANCO, I. y GOMÀ, R. (coords.), *Gobiernos locales y redes participativas*, Barcelona, 2002, pp. 21-42.

<sup>17</sup> Estas consideraciones han sido expuestas en detalle en un estudio sobre mecanismos y procesos participativos en la gestión de puertos pesqueros de Andalucía. Un resumen de sus conclusiones puede consultarse en FLORIDO, D., MANJAVACAS, J. M., HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. et al., *Dinamización de los enclaves pesqueros del Sistema Portuario Andaluz Usos Económicos, Gobernanza y Patrimonialización*, Sevilla, 2015, pp. 15-21. Puede también consultarse el epígrafe sobre gobernanza de las actividades turísticas en contextos urbanos en MANJAVACAS, J. M. (dir.), LARA DE VICENTE, F. y DE LA ROSA, J. M., *Actividades turísticas en la ciudad de Córdoba. Principales indicadores, empleo, impactos en el espacio urbano y gobernanza democrática local. Aportaciones a un debate necesario*, Córdoba, 2017, pp. 132-147.

Destacan las provincias de Cádiz (249 artesanos/as, 21,8% del total), Sevilla (210 artesanos/as, 18,4%) y Córdoba y Granada (186 artesanos/as, 16,3%, cada una). El número de empresas artesanas registradas ha descendido significativamente, concentrándose la mayor parte en profesionales autónomos en pequeños talleres<sup>18</sup>. El Cuadro 4 muestra la distribución de artesanos y artesanas registrados en Andalucía, a 1 de enero de 2014, por subsectores o grandes grupos de oficios, y el Gráfico 3 la relevancia provincial de distintos oficios.

Destaca el peso de grandes subsectores como Arcilla y barro (22,4%), Madera y corcho (17,6%), Piel y cuero (16,2%), y Textil (11,4%). El resto de grandes grupos apenas suma el 30% del total, sin que en ningún caso alcancen por separado el 7% del conjunto. La provincia de Sevilla concentra el mayor número de

profesionales en Fibras vegetales, papel y cartón, Madera y corcho, Textil y Materiales preciosos. Córdoba los grupos Arcilla y barro y Metal o aleaciones; y la provincia de Cádiz el mayor número en Ceras y aceites, Materiales no preciosos y Piel y cuero. Con menor presencia destacan Piedra, mármol y escayola en Almería o Vidrio en Málaga.

La distinción por sexos perfila un sector, aun con notable presencia relativa de mujeres, masculinizado: los hombres superan el 64%. Los oficios más feminizados - Ceras y aceites, Materiales no preciosos, y Textil-, acogen actividades vinculadas a cosméticos, bisutería o tejidos, trabajos tradicionalmente desempeñados de manera mayoritaria por mujeres incluso en la producción industrial. Madera y corcho, Metal y aleaciones, o Piedra, mármol y escayola, aparecen muy masculinizados (Gráfico 4).

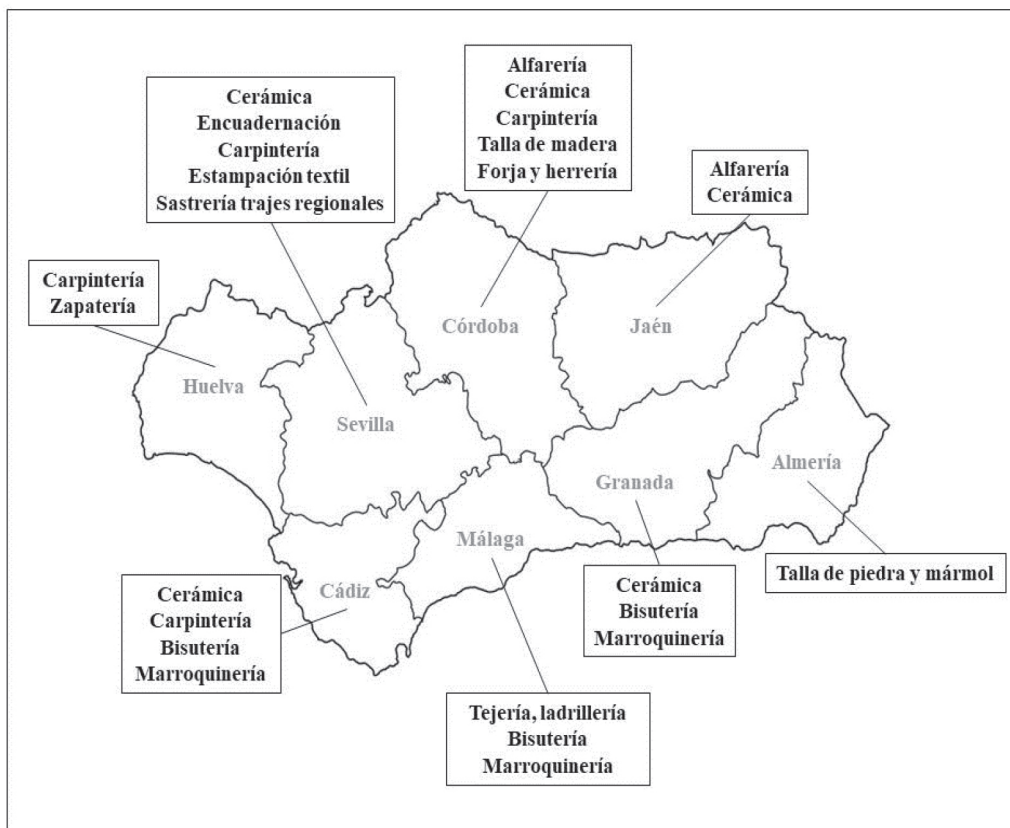
**Cuadro 4. Número de artesanos y artesanas registrados en Andalucía por grandes grupos de oficios**

Grupo de oficios	Número de artesanos/as registrados/as	%
Arcilla y barro	250	22,4%
Ceras, aceites	15	1,3%
Fibras vegetales, papel, cartón	26	2,3%
Madera, corcho	197	17,6%
Materiales no preciosos	61	5,5%
Materiales preciosos	46	4,1%
Metal o aleaciones	53	4,7%
Piedra, mármol, escayola	44	3,9%
Piel y cuero	181	16,2%
Textil	128	11,4%
Vidrio	34	3,0%
Otros/varios	72	6,4%
Desconocidos	11	1,0%
<b>TOTAL</b>	<b>1.118</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía. Elaboración propia.

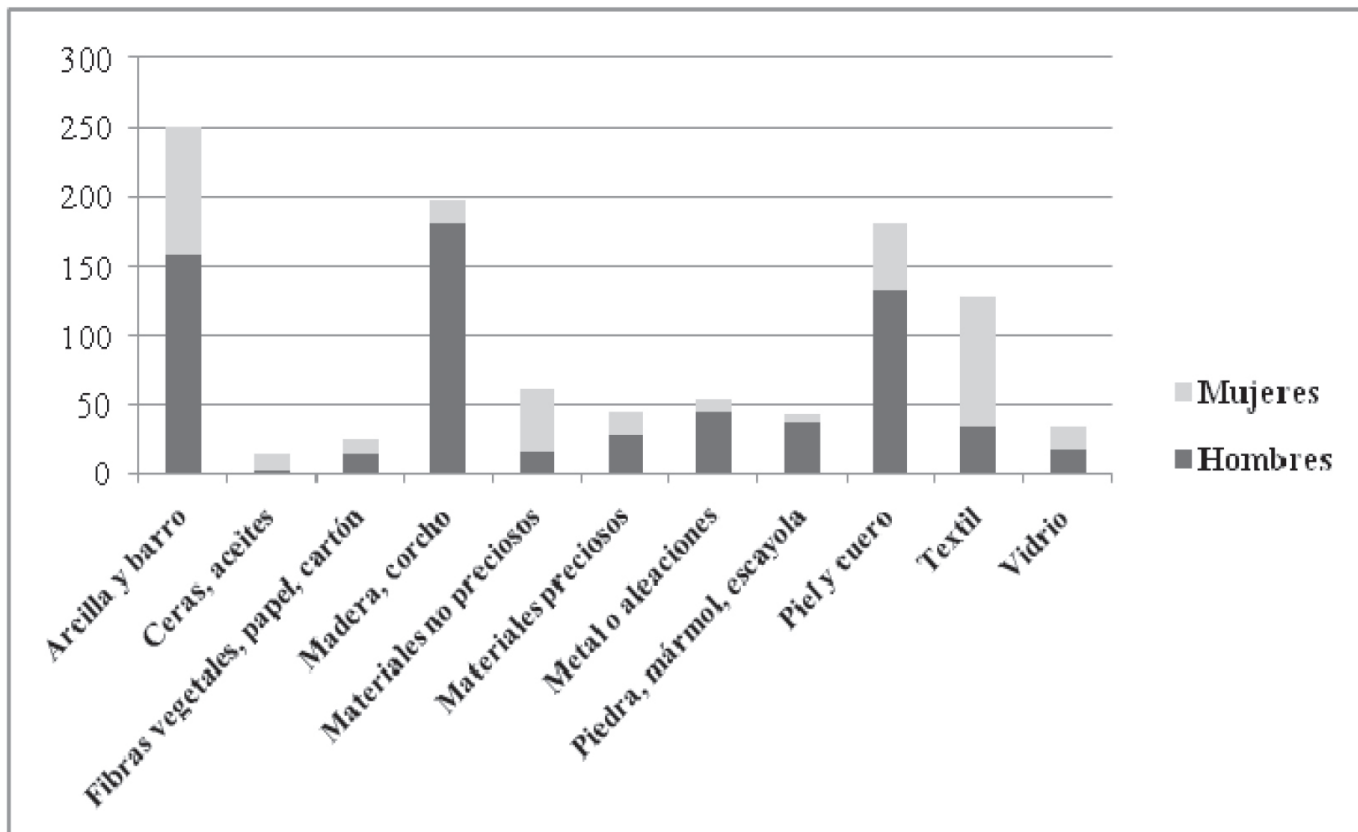
<sup>18</sup> Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía. Datos actualizados a 1 de marzo de 2018.

Gráfico 3. Relevancia de oficios (en número de artesanos/as) por provincias



Fuente: Dirección General de Comercio. Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Gráfico 4. Relevancia de oficios (en número de artesanos/as) por sexos



Fuente: Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía. Elaboración propia.

Otros grupos, como Arcilla y barro, Fibras vegetales, papel y cartón, Metales preciosos, Vidrio o Piel y cuero, aunque masculinizados, cuentan con mayor presencia femenina. Obedece a causas dispares e incluso en apariencia contradictorias: la incorporación de mujeres a diferentes ámbitos, el trabajo retribuido entre otros, la connotación de género de algunas «artesanas creativas»; pero también a que algunas actividades, como cerámica o marroquinería, muy presentes en territorios como La Rambla (Córdoba) o en los *boliches* de la Sierra de Cádiz, ocupan a mujeres en sus segmentos más precarizados, a veces en prácticas informales como el trabajo *a destajo* a domicilio.

La política autonómica en materia de artesanías comenzó a atender, en el Plan integral 2014/17, a la incorporación de mujeres a los distintos oficios, lo que se une a otros cuatro bloques temáticos que son a continuación abordados: adecuación profesional, material y tecnológica; asociacionismo y cooperación de profesionales y entre empresas; ordenación y fomento del sector; y comercialización de productos.

## 5. ADECUACIÓN PROFESIONAL, MATERIAL Y TECNOLÓGICA. LAS CONDICIONES DE TRABAJO

Aun siendo un sector muy heterogéneo destaca la alta cualificación general de sus profesionales vinculada al saber-hacer experimental del aprendizaje en taller. El 91,1% de encuestados considera adecuada su capacitación y cerca del 50% participa con regularidad en acciones formativas lo que indica disposición a la formación continua y la actualización profesional. Los más jóvenes registran niveles académicos medios y superiores, no necesariamente vinculados al oficio, y un aprendizaje combinado de estudios reglados (escuelas de Arte) u ocupacionales (escuelas taller y centros de consorcios especializados) y formación en el puesto de trabajo. Suelen poseer conocimientos en diseño creativo, nuevas tecnologías y lenguas extranjeras, y en algunas empresas familiares protagonizan relevos generacionales con nuevas técnicas. Pero jóvenes y veteranos presentan lagunas formativas en gestión empresarial, promoción y comercialización de productos y técnicas de venta a través de internet, materias poco presentes en los planes de estudio al igual que las prácticas de taller que cuentan con insuficiente crédito horario.

Los recursos materiales y tecnológicos de talleres y empresas reúnen en la generalidad de establecimientos regularizados inmuebles, instalaciones y canalizaciones y medidas de seguridad adecuadas. El mantenimiento del taller forma parte del saber-hacer artesanal y en los centros más actualizados las instalaciones y equipos presentan buen estado, siendo además en determinados casos puntos de venta. Cerca de la mitad de encuestados (47,3%) refiere mejoras funcionales en sus talleres en los últimos seis años, en pocos casos –menos del 5%– con ayudas públicas. También se considera adecuada la dotación de herramientas

y maquinaria. La mecanización de algunas fases es más frecuente en empresas que en pequeños talleres y, aunque existen resistencias, determinados procesos admiten combinación de tareas industriales y artesanales. En las entrevistas se reclama la integración de tradición artesanal e innovación en diseños y productos pero la innovación exige equipos y conocimientos costosos.

Un amplio sector de autónomos refiere dificultades para la actividad regularizada: costes en materias primas, cotizaciones e impuestos, a lo se añade limitada capacidad productiva para responder a pedidos de envergadura. Pero aun en la actividad regularizada se constatan condiciones de trabajo desventajosas: jornadas, descansos y vacaciones e ingresos muy variables, en muchos casos modestos, que obligan a compatibilizar el oficio artesanal con actividades agrícolas u otras, aun vinculadas al oficio, de carácter industrial. Se refieren dificultades para acoger aprendices, por incapacidad económica y por la escasa motivación entre los jóvenes ante tales condiciones laborales, siendo excepcional la contratación.

«Ahora con la crisis se está volviendo a los talleres familiares y de los 120 se han quedado en unos 50 que funcionan de forma más familiar, dedicando el trabajo paralelamente al campo, la aceituna, y la cerámica. Ahora la situación ha bajado considerablemente y sobre todo la exportación».<sup>19</sup>

«Hoy día los jóvenes no tienen mentalidad para este trabajo tan sacrificado. Lo mío se acaba aquí. El aprendizaje es largo y está muy mal pagado. Ahora a un aprendiz le tienes que dar el salario mínimo interprofesional y tardas un tiempo en enseñarle. Y aquí [en el taller] con un aprendiz... ¿qué haces?... Que no sabe coger una gubia ni dibujar. Y ya si se accidenta... A mí me gustaría para que no se perdiera el oficio».<sup>20</sup>

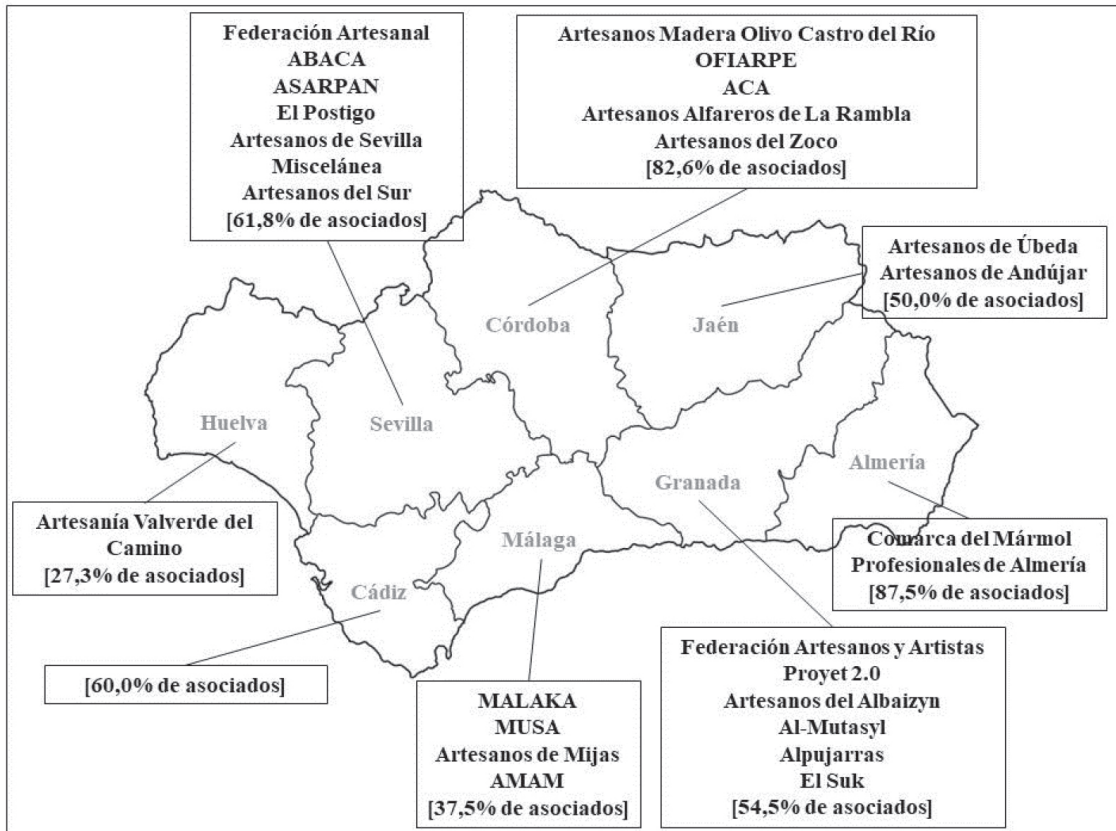
Se detectan abandonos del Régimen de Autónomos de la Seguridad Social y del Registro, y el peso en el sector de las redes familiares u otras de proximidad y la escasa o nula acción sindical dificultan la formalización de las relaciones laborales, preocupando la competencia desleal o la poca efectividad de la regulación de actividades y productos. No existe federación representativa del sector andaluz y las asociaciones, 26 en toda Andalucía, suelen agrupar un oficio o subsector u oficios diversos alrededor de territorios o productos (Gráfico 5). El asociacionismo desciende: los profesionales lo valoran pero, al mismo tiempo, pertenezcan o no a alguna asociación, caracterizan el sector como «individualista» y refieren «malas experiencias» asociativas. En zonas rurales se observan tendencias contrapuestas: casos de ausencia de asociaciones o, en otros lugares, sí existen relativamente estables. Estas segundas pueden obedecer a tradición histórica y relevancia de determinados oficios, expectativas de comercialización fuera del territorio o apoyo de instituciones locales. La declaración de Zona de Interés Artesanal puede estimular el asociacionismo.

<sup>19</sup> Informante: artesano alfarero. La Rambla, Córdoba.

<sup>20</sup> Informante: artesano ebanista. Castro del Rio, Córdoba.



Gráfico 5. Asociaciones y % de artesanos asociados por provincias<sup>21</sup>



Fuente: Registro de Artesanos y Artesanas de Andalucía. Elaboración propia.

## 6. ORDENACIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANA

Existe una contradicción entre la formulación de las políticas públicas y las percepciones de éstas entre unos profesionales con escaso conocimiento y baja valoración tanto de la Ley de Artesanía como de los planes integrales, siendo frecuentes las alusiones a «falta de apoyo» o «desconocimiento» de los gestores políticos. En 2014 la Comisión de Artesanía no era bien valorada por quienes conocían su existencia («inestable», «poco representativa») y no ha sido hasta su renovación, en 2016, cuando se ha garantizado la presencia de un maestro artesano de cada provincia.

«Se hizo la ley y no ha servido para nada porque no hay dinero... Y se han quedado muchas cosas en el tintero. La Comisión de Artesanía se reúne y discute pero no hace nada, porque no hay dinero para mover nada. Sólo palabras». <sup>22</sup>

Autónomos consolidados o gerentes de empresas sí reconocen el papel de los servicios provinciales de Comercio y cómo éstos, con asociaciones y entidades locales,

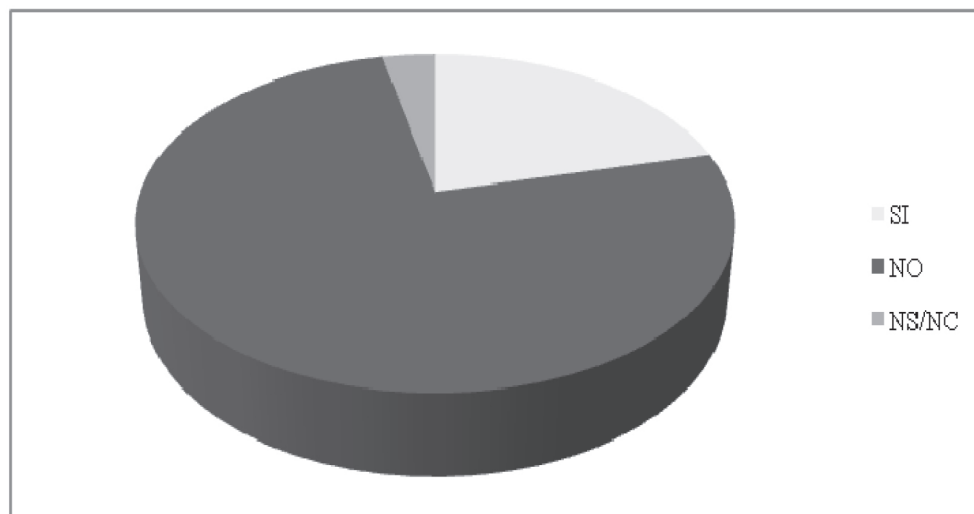
difunden informaciones de interés sobre ayudas o, en su caso, sobre zonas de Interés Artesanal. No obstante, apuntan la ausencia de cauces de interlocución y la dispersión y desconexión de muchos artesanos/as autónomos. Pero solo un 24% de encuestados afirma conocer el Plan Integral; a pesar de que la encuesta se ha ejecutado entre profesionales registrados, en ocasiones adscritos a zonas de Interés Artesanal y en un 60,3% pertenecientes a alguna asociación, por lo que este elevado desconocimiento se registra entre los profesionales menos alejados de las políticas públicas (Gráfico 6). Y el grupo minoritario que conoce en mayor o menor medida los textos y programas institucionales incide en la falta de financiación para llevarlos a cabo. En zonas más consolidadas –La Rambla o Judería de Córdoba, por ejemplo- existe mayor conocimiento de estos textos, en particular de los apartados sobre marca de Artesanía de Andalucía y comercialización y distribución de productos.

La información cualitativa señala críticas a la débil coordinación entre administraciones, con distintos niveles –autonómico y local- u otros agentes –fundaciones, agencias de desarrollo, programas público-privados-,

<sup>21</sup> En la provincia de Cádiz, mientras más de la mitad de los encuestados declara estar asociado, no existe registrada en la Dirección General de Comercio ninguna asociación artesanal.

<sup>22</sup> Informante: artesana. Provincia de Sevilla.

**Gráfico 6. Conocimiento entre los profesionales artesanos del Plan Integral para el Fomento de la Artesanía en Andalucía**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

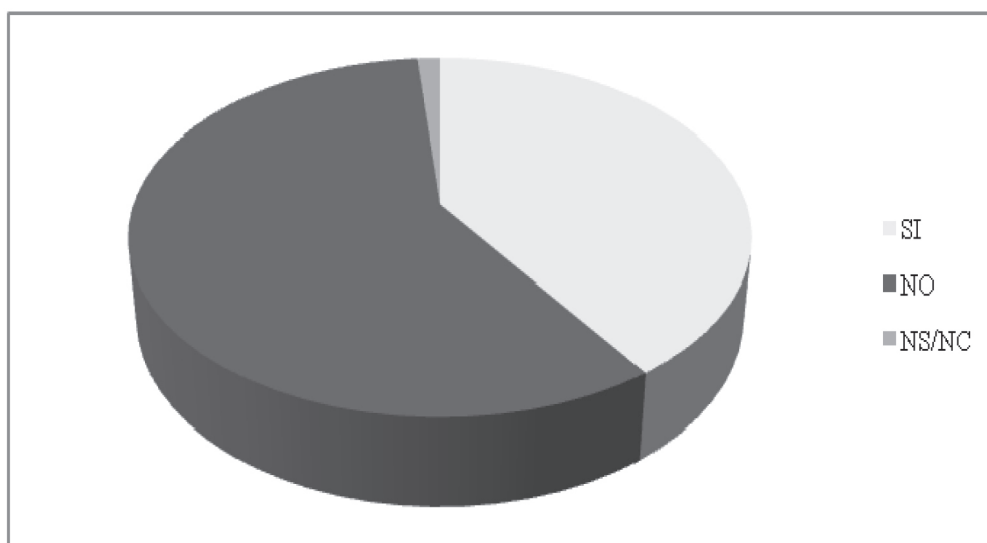
actuando en el terreno con estrategias y proyectos no coordinados aunque, en los últimos años, estas situaciones se comienzan a afrontar<sup>23</sup>. Otro aspecto criticado guarda relación con los requerimientos administrativos para el mantenimiento de la actividad, críticas que son unánimes al tratar sobre régimen fiscal y costes de la Seguridad Social entre autónomos.

En territorios con más receptividad a las directrices autonómicas, mejor conocimiento de las políticas públicas y mayor cohesión entre actores destacan la relevancia del asociacionismo, la interlocución con la administración local y la conexión con el servicio territorial de Comercio, así como determinados compromisos individuales.

El conocimiento de otras figuras para el fomento de la actividad artesana -Carta de Artesano, zonas y puntos de Interés Artesanal y Carta de Maestro Artesano- es débil y gozan de valoración desigual. Alrededor de la mitad de encuestados otorga una valoración alta (22,6%) o muy alta (26,7%) al documento Carta de Artesano. Por el contrario, uno de cada cinco valora como bajo (11,6%) o muy bajo (9,6%) este reconocimiento elemental. Un 24% le otorga una valoración media.

La figura Zona o Punto de Interés Artesanal es conocida por el 40,4% de los encuestados, en una muestra en la que el 24,7% declara pertenecer a una de estas zonas o puntos, resultando revelador que el 58,2% declare no conocerlas (Gráfico 7).

**Gráfico 7. Conocimiento entre los profesionales artesanos de las figuras Zona de Interés Artesanal y Punto de Interés Artesanal**



Elaboración propia. Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía

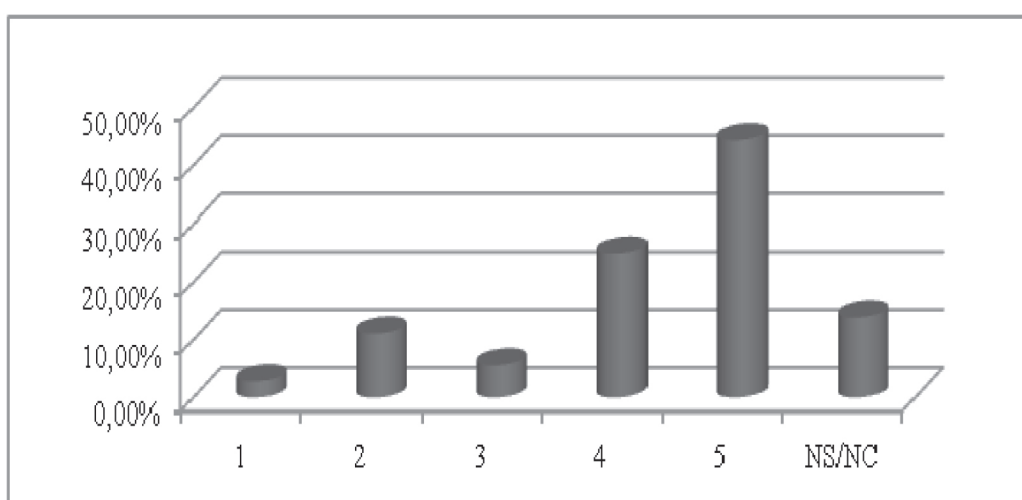
<sup>23</sup> Un ejemplo digno de mención es la celebración de los Días Europeos de las Artesanías, en que se impulsan eventos de difusión –conferencias, talleres, exposiciones...- coorganizados por distintas delegaciones territoriales autonómicas, ayuntamientos y asociaciones artesanales.

La valoración de estas figuras ha distinguido entre quienes pertenecen o no a ellas. Entre los primeros la valoración es alta (25,0%) o muy alta (44,4%) frente a un 13,9% que las valora como baja o muy baja y un 5,6% que opta por una valoración media. Entre quienes no pertenecen a estas zonas y puntos el 91,0% evita pronunciarse, lo que indica escasa difusión y desconocimiento (Gráfico 8, 9). La provincia de Córdoba presenta mayor conocimiento, lo que guarda relación con que cuente con cuatro ZIAs de cierta solidez y dinamismo. El resto de provincias muestra escaso

conocimiento, siendo Granada, Huelva y Sevilla, esta última sin ninguna ZIA, los más extremos.

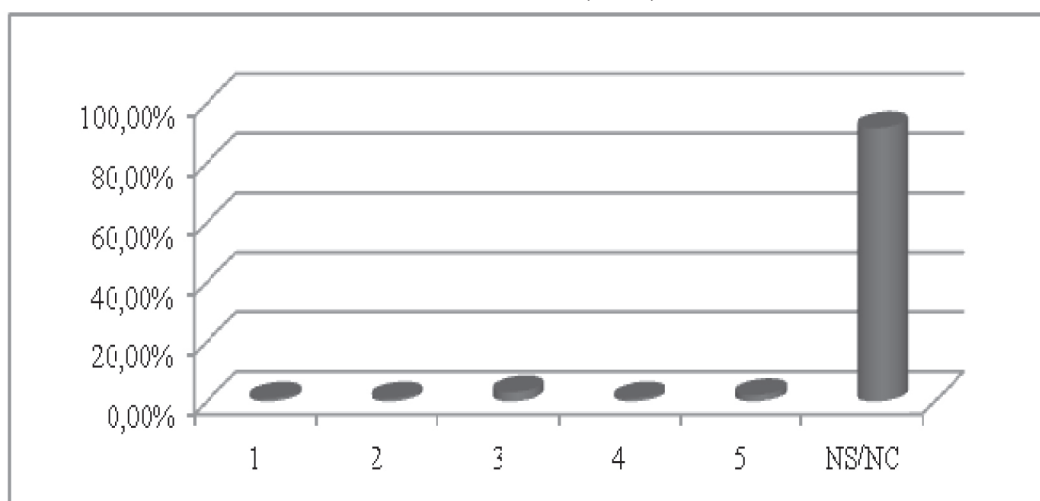
El distintivo Carta de Maestro Artesano goza de un conocimiento del 53,4%. El desconocimiento, de un 43,8%, incide en la sola relativa presencia y difusión de una de las figuras más relevantes para el fomento de la actividad artesanal. En resumen, podemos afirmar que un amplio sector de artesanas y artesanos desconoce estos distintivos, los valora de manera muy desigual, y una amplia mayoría considera que tienen una inadecuada promoción, tanto en el sector como entre el público.

**Gráfico 8. Valoración de los profesionales artesanos de las figuras ZIA y PIA entre quienes pertenecen a una de ellas (1 a 5)**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

**Gráfico 9. Valoración de los profesionales artesanos de las figuras ZIA y PIA entre quienes no pertenecen a una de ellas (1 a 5)**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

## 7. DISTINTIVO DE CALIDAD: CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN POR LOS PROFESIONALES. DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL E IDENTIFICACIÓN CON EL TERRITORIO

El Objetivo intermedio 1 del documento Revisión del Plan Integral (2011) se fijó «Dotar a la artesanía andaluza de una marca y un distintivo de calidad». El 53,1% de artesanos encuestados declara no conocer este objetivo frente a un 44,8% que contesta afirmativamente. Estos datos contrastan con la expectación suscitada por este distintivo, en particular entre autónomos, siendo menor entre empresas de mayor entidad y marcas particulares en mercados más amplios. Pero una mayoría señala que la marca tiene poca difusión: el 69,7% afirma que no existe buena promoción frente a un 17,2% que considera que sí. La percepción mayoritaria es que el conocimiento público de la marca es bajo (28,3%) o muy bajo (19,3%), siendo puntuado como alto o muy alto en un 24,8% de casos (muy alto en un 3,4%). En enero de 2015 la Consejería de Turismo y Comercio registró el distintivo «Andalucía, Calidad Artesanal», para «garantizar la procedencia de los productos, así como fomentar su comercialización y diferenciación en el mercado»<sup>24</sup>. En 2016, se concedió este distintivo a diez artesanos.

Por otro lado, el Objetivo intermedio 3 «Aumentar la identificación y visualización de la artesanía andaluza en el territorio»- deja entrever problemas estructurales. Valga referir la escasa valoración social de la actividad artesanal y su débil promoción, a lo que hay que unir la proliferación de productos industriales u otros reclamos presentados como «artesanos» que restan valoración social a la artesanía de calidad. En algunas zonas de Interés Artesanal se reclama una marca propia que identifique productos y territorio, los problemas surgen para garantizar el control de calidad y unir la difusión de marca y zona, tanto por parte de las administraciones como de los profesionales.

Más allá de las críticas «a la administración», se ha indagado en los esfuerzos del propio sector para la difusión de los productos. El 63,7% afirma disponer de catálogos de sus productos aunque solo uno de cada tres declara haber recibido ayuda para su elaboración: un 24%; solo un 14% con una ayuda de entre 700 y 1.000 euros. De otra parte, la inserción de publicidad especializada es limitada: uno de cada cinco (20,5%) difunde sus productos y no lo hace el 75,3%.

En cambio es apreciable el uso de internet: un 86,0% dispone de web o blog y más de la mitad está presente en redes sociales.

La opinión de los profesionales sobre la valoración social del trabajo artesano varía incluso entre poblaciones cercanas de una misma comarca o Zona de Interés Artesanal. Algunas localidades de renombre son referentes de calidad mientras otras del mismo proceso productivo quedan al margen de los centros económicos y simbólicos, viendo mermadas sus ventas directas y siendo presionadas por una intermediación que encarece los productos en mercados no locales controlados por grandes empresas<sup>25</sup>.

En cualquier caso, la distinción y difusión de artesanía de calidad en los territorios plantea problemas no resueltos sobre quién otorga tal reconocimiento, cómo se certifica, cuáles son los requisitos, qué mecanismos de control lo garantizan y qué participación tienen en este proceso los profesionales; cuestiones que parecen haber quedado resueltos por la Junta de Andalucía con el distintivo «Andalucía, Calidad Artesanal».

## 8. LA COMERCIALIZACIÓN COMO PRINCIPAL RETO. VENTA DIRECTA Y OTRAS VÍAS

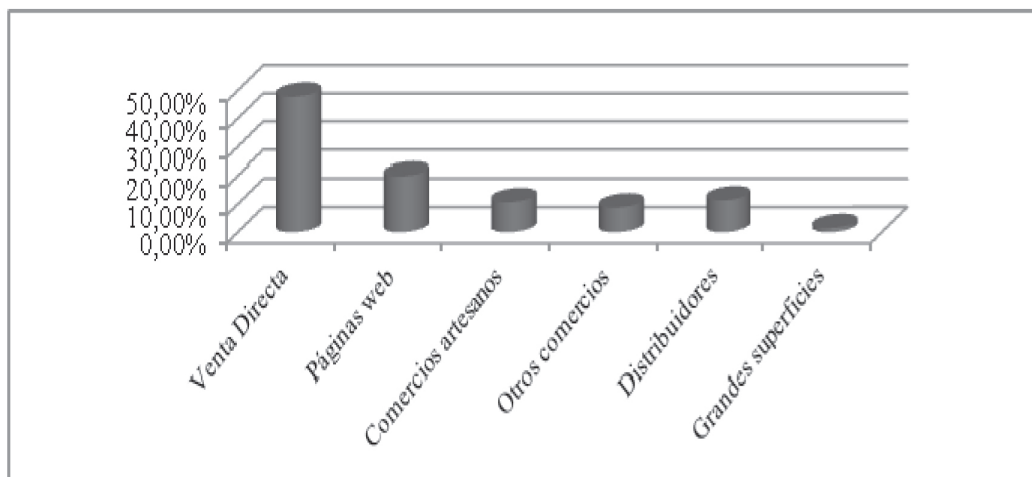
La artesanía andaluza ha sido tradicionalmente productora. Los profesionales, en particular los de más edad, manifiestan no tener conocimientos sobre mercados o nuevos canales de comercialización. Otros fenómenos inciden negativamente: desvalorización del trabajo, desvinculación de rentabilidad y calidad de productos y servicios, extensión de productos industriales de bajo coste de terceros países y, sin con ello agotar el decálogo, proliferación de espacios comerciales que desbordan los tradicionales mercados artesanales. La venta directa y de proximidad es la principal vía de comercialización, no solo de las ventas propias sino también de los principales productos competidores. Casi el setenta por ciento de las respuestas refieren el comercio de proximidad, ya sea venta directa (47,8%), comercios de artesanía (10,7%) u otros comercios (8,8%). Por el contrario, un 11,4% apunta a empresas distribuidoras y solo un 1,5% a grandes superficies. En alza, el comercio por internet se aproxima al veinte por ciento; de hecho, las procedencias combinadas de dos o más vías de comercialización señalan como pareja mayoritaria la venta directa y a través de páginas web, siendo marginales otras alternativas (Gráfico 10).

<sup>24</sup> «Andalucía, calidad artesanal». Noticias de la Junta. Junta de Andalucía, 23 de abril de 2015. <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/economia/100362/reportaje/andalucia/calidad/artesanal>, última consulta: 01/03/2018.

<sup>25</sup> Este hecho se ha registrado, por ejemplo, en entrevistas en profundidad realizadas en localidades próximas a Ubrique, como Prado del Rey, Benaocaz y El Bosque.



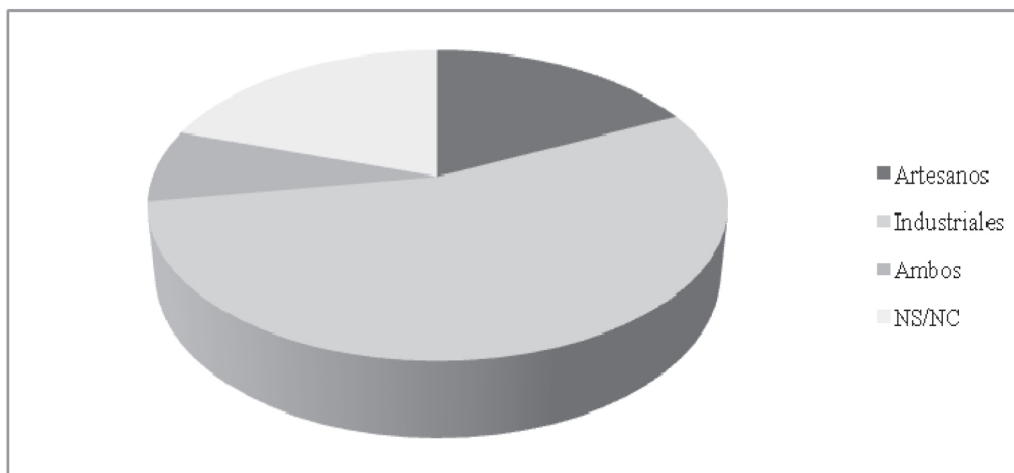
**Gráfico 10. Formas de venta de los principales productos competidores**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

Los principales productos competidores son en su mayoría de procedencia industrial. Así lo expresa el 62,1% de la muestra, señalando esta procedencia en solitario (54,5%) o junto a otros productos artesanales (7,6%), mientras solo el 17,9% refiere como principales competidores los productos artesanales en exclusiva (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Características de los principales productos competidores**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

Sobre la procedencia de los productos competidores, la tercera parte (31,0%) refiere productos de Andalucía, un 38,8% de otras comunidades autónomas y un 30,2%, casi tanto como de Andalucía, de otros países. Los datos sobre procedencia territorial de los principales clientes también indican el peso de los mercados más próximos: más de la mitad de productos son vendidos en la propia provincia (23,1%) u otras provincias andaluzas (28,9%), un 22,5% a clientes de otras comunidades y un 25,2% a mercados exteriores, europeos en un 16,1% u otros en un 9,1% (Gráfico 12).

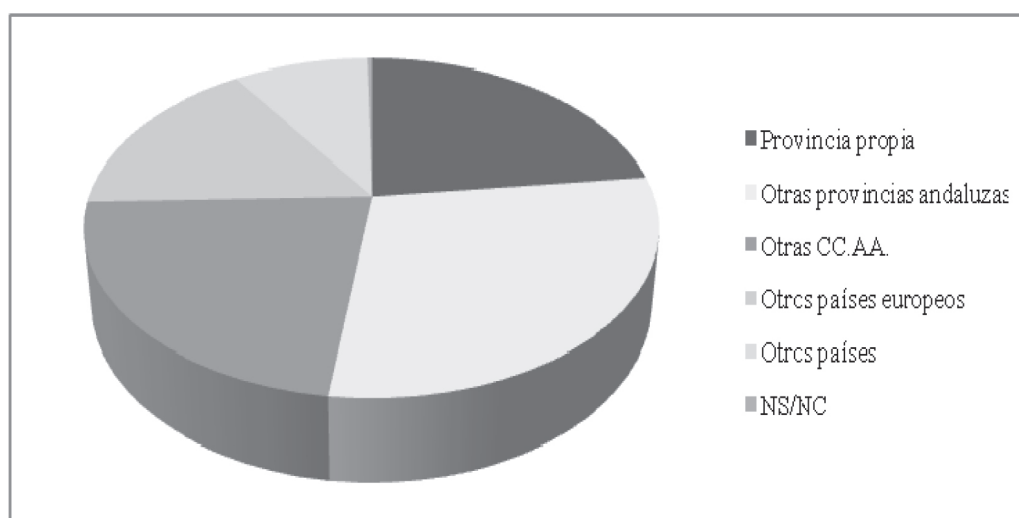
De hecho, un 27,6% de la muestra refiere haber exportado a otros países, si bien cabe insistir en la desigual capacidad de unos u otros talleres y empresas y en que quienes no han exportado nunca ascienden al 72,4%. El análisis de la exportación conlleva particularidades subsectoriales y territoriales; no solo por el diferente posicionamiento de unos u otros productos, oficios y territorios; también por su desigual relación con agencias para la comercialización exterior de productos de Andalucía. Incluso por el diferente comportamiento de los mercados en crisis, perjudicial para unos productos y subsectores (cerámica o carpintería) y con expectativas para otros (joyería).

La complejidad de las estrategias de comercialización de productos de calidad cuenta con un problema añadido: la falta de conocimientos y recursos para dirigirse a potenciales clientes y mercados. Más del noventa por ciento de los profesionales encuestados (92,5%) no ha

contratado ningún estudio de comercialización, constatando su desconexión de canales de compra y venta o asesoramiento. Del 5,5% que ha contratado algún estudio, un pequeño porcentaje (12,5%) ha recibido ayudas para su elaboración, mientras tres de cada cuatro (75,0%) no han recibido ninguna. Y el número de artesanos/as conectado a centrales de asesoramiento o de compra y venta es muy reducido: 6,2% frente a 90,3 que no lo ha estado nunca.

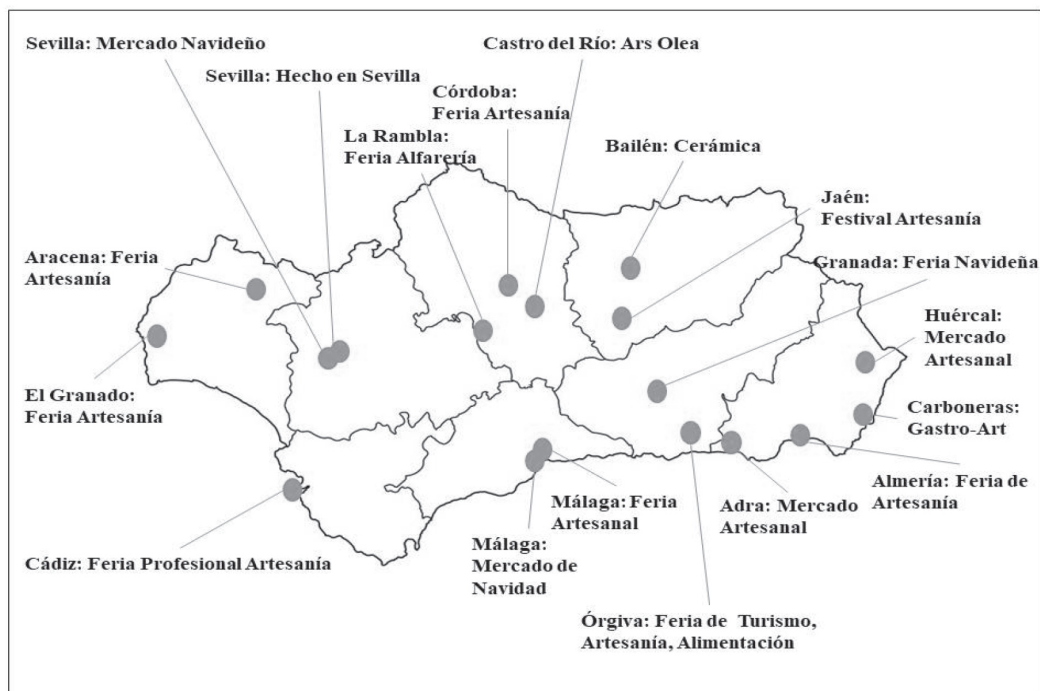
La participación en ferias y otros certámenes constituye una tradición comercial: una vez más, venta directa y de proximidad. Son espacios no exentos de contradicciones y con dispares niveles de satisfacción pues, tres de cada cuatro artesanos/as acuden a ferias y otros certámenes y su valoración es media-alta, pero las valoraciones negativas superan el 15%. Las dificultades se asocian a costes de los puntos de venta o por la paralización de la producción y de desplazamiento y alojamiento. Y la observación etnográfica ha documentado que en ferias locales concurren profesionales de diferentes zonas de Andalucía y productos –artesanales o no, también agroalimentarios- procedentes de otros países. Una vez más es apuntada la «falta de apoyo institucional» para la participación en ferias y para el impulso de espacios virtuales de exposición y venta. O para impulsar redes profesionales de cooperación y comercialización nacionales e internacionales. Madrid concentra la mayor participación andaluza en ferias, siendo relevantes otros lugares como Sevilla, Jaén o, en la provincia de Córdoba, La Rambla, la capital y Castro del Río (Gráfico 13).

**Gráfico 12. Procedencia de los principales clientes**



Fuente: Encuesta Sector Artesanal en Andalucía. Elaboración propia.

**Gráfico 13. Principales ferias de artesanía en Andalucía**



Fuente: Trabajo de campo. Elaboración propia.

### A MODO DE RECAPITULACIÓN FINAL

El sector artesanal en Andalucía cuenta, entre sus potencialidades, con alta cualificación de sus profesionales, tradición sociocultural de determinados productos y territorios, adecuación técnica de la generalidad de talleres regularizados y existencia, acaso con incidencia solo relativa, de directrices políticas autonómicas. Deben citarse asimismo algunos de sus principales retos: en primer lugar, deficiencias formativas en gestión empresarial, comercialización y nuevas tecnologías, en la regulación del aprendizaje y prácticas de taller. También débil acción colectiva, que afecta al asociacionismo, a la cooperación empresarial y a la interlocución ante administraciones y otras instancias. Una de sus consecuencias es el desigual conocimiento y valoración de figuras elementales de articulación del sector, tanto en los talleres como entre el público.

Un tercer bloque agrupa críticas de los profesionales a las instituciones públicas: falta de apoyo, desconocimiento, escasez de ayudas y subvenciones, descoordinación entre administraciones, débil promoción y difusión de la artesanía y complejidad y coste de requerimientos administrativos, fiscales y sociales para mantener la actividad. No obstante, en los tres últimos años, se vienen llevando a cabo algunas actuaciones -actualización del Registro, regularización de la Comisión de Artesanía, institucionalización de los premios de Artesanía de Andalucía, nuevas zonas y puntos de Interés Artesanal, distintivo «Andalucía, Calidad Artesanal»...- con confluencias entre administraciones públicas y corporaciones de artesanos.

Pero el capítulo que entraña mayores dificultades continúa siendo la comercialización de productos. La tradición artesanal andaluza es eminentemente productiva y, aunque existen situaciones muy variadas entre subsectores, empresas y territorios, se constatan carencias de comercialización que trasciendan la venta de proximidad, para exportar y para acudir a ferias y certámenes comerciales que resultan muy costosos.

En resumen, el sector precisa actuaciones sobre lagunas formativas, refuerzo del asociacionismo, y apoyo institucional para el fomento, regulación y difusión de la actividad y, de manera especial, apoyo a la comercialización de productos.

Nos interrogábamos al comienzo de este trabajo sobre las principales causas de estos problemas y sobre algunas propuestas estratégicas para abordarlos. Valga en este sentido constatar al menos dos limitaciones institucionales: una guarda relación con los insuficientes efectivos técnico-administrativos de la Junta de Andalucía, tanto en la Dirección General de Comercio como en sus delegaciones territoriales; pero, además y sobre todo, la intervención integral en el sector artesanal excede a esta dirección general y demanda una mayor coordinación entre administraciones, tanto entre distintos ámbitos competenciales autonómicos -educación, economía, cultura, turismo, empleo, desarrollo rural, comercio- como entre éstos y las administraciones locales y las agencias comarcales.

Una intervención integral debe también tener presente que la comercialización y el aumento de ventas, objetivo

crucial del proceso, obliga a la producción de calidad y en cantidad. Esto es indisociable de una formación especializada que necesariamente pasa por la atracción al sector de nuevos profesionales jóvenes, asunto en el que no pocos oficios dirimen su continuidad y que requiere de una mayor valoración social de la actividad artesanal y sus productos lo que, a su vez, demanda más y mejor promoción y difusión. La administración autonómica cuenta con suficientes recursos públicos –educativos, documentales bibliográficos y audiovisuales, patrimoniales, de medios de comunicación- para afrontar esta tarea pero pueden no estar siendo convenientemente rentabilizados.

La estrategia, en la que deben confluír administraciones, artesanos y empresas, debe reforzar la presencia y relevancia de la artesanía en la sociedad andaluza. Para ello cabe recurrir a espacios tan diversos como centros educativos, recursos patrimoniales y museos, centros de producción y venta, existentes o de nueva creación, prensa o radiotelevisión y, de manera particular, a establecimientos y entornos vinculados con las actividades turísticas: puntos de información, terminales de transportes, eventos, determinados espacios urbanos, rutas y circuitos, etc.

La actividad artesanal de calidad de Andalucía atesora componentes históricos, culturales y creativos exclusivos vinculados a tradiciones territoriales e identitarias que deben ser puestos en valor en unos mercados con creciente aprecio hacia tales componentes. A estas potencialidades debe unirse el valor añadido derivado de su contribución a la sostenibilidad ambiental y a la generación, tanto en contextos urbanos como rurales, de nuevas formas de economía social.

## BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN

- AGUDO, J., «Patrimonio etnológico y juego de identidades», *Revista Andaluza de Antropología*, 2 (2012), pp. 3-24.
- BOJA. Ley 15/2005, de 22 de diciembre, de Artesanía de Andalucía. Título I, Artículo 3. BOJA nº 254, de 31 de diciembre de 2005.
- BOJA. Ley 14/2007, de 26 de Noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía. Artículo 61.1. Concepto y ámbito. BOJA nº 248, de 19 de diciembre de 2007.
- BLANCO, I. y GOMÀ, R., «Proximidad y participación: marco conceptual y presentación de experiencias», en BLANCO, I. y GOMÀ, R. (coords.), *Gobiernos locales y redes participativas*, Barcelona, 2002, pp. 21-42.
- CALDERÓN, C., *El redescubrimiento del patrimonio cultural inmaterial*, Cáceres, 2013.
- CARRERA, G., «Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía: puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos», *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 71 (2009), pp. 19-41.
- DGPYME, *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales*, Madrid, 2009.
- DGC, *II Plan Integral para el Fomento de la Artesanía de Andalucía 2014-2017*, Sevilla, 2015.
- [http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/143474860%20\(2\).pdf](http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/143474860%20(2).pdf)
- FERNÁNDEZ DE PAZ, E., «La documentación y protección de las artesanías como actuación sobre el patrimonio etnográfico», en AGUILAR CRIADO, E. (coord.), *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio*, Sevilla, 1999, pp. 170-191.
- \_\_\_\_\_, «El concepto de Patrimonio Cultural desde la perspectiva de la Antropología», en IGLESIAS, J. M. (coord.), *Actas de los XII Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico*, Reinosa, 2002, pp. 39-52.
- \_\_\_\_\_, *Fondo de recuperación del conocimiento artesano*, Sevilla, 2004.
- \_\_\_\_\_, «Las actividades artesanas en Andalucía: economía y cultura del trabajo manual», en MORENO, I. y AGUDO, J. (cdres.), *Expresiones Culturales Andaluzas*, Sevilla, 2012, pp. 283-318.
- FLORIDO, D., MANJAVACAS, J. M., HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. et al., *Dinamización de los enclaves pesqueros del Sistema Portuario Andaluz Usos Económicos, Gobernanza y Patrimonialización*, ([http://www.aopandalucia.es/inetfiles/agencia\\_innovacion\\_estructura/2972015103352.pdf](http://www.aopandalucia.es/inetfiles/agencia_innovacion_estructura/2972015103352.pdf)), 2015, pp. 15-21.
- FUNDACIÓN EOI, *Análisis de la competitividad del sector artesano en Andalucía*, Madrid, 2015.
- MANJAVACAS, J. M., *Participación Ciudadana y estrategias partidistas*, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla, 2012.
- \_\_\_\_\_, (dir.), LARA, F. et al., *Diagnóstico sobre la situación del sector artesanal en Andalucía*, Sevilla, 2014.
- \_\_\_\_\_, LARA, F. y DE LA ROSA, J. M., *Actividades turísticas en la ciudad de Córdoba. Principales indicadores, empleo, impactos en el espacio urbano y gobernanza democrática local. Aportaciones a un debate necesario*, Córdoba, 2017.
- ONU, *Carta de la Tierra*, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Río de Janeiro, 1992.
- PÉREZ-ALBERDI, M. R., «Tratamiento constitucional y estatutario de los derechos de participación», en RODRÍGUEZ-RUIZ, B. (coord.), *Los derechos de participación de la población inmigrante asentada en Andalucía*, Granada, 2015, pp. 21-49.
- PINDADO, F., *La participación ciudadana es la vida de las ciudades*, Barcelona, 2008.
- UNESCO, *Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*, París, 2003.