

## INFORME ESTRATÉGICO

---

Análisis y diagnóstico del sector de la artesanía de la ciudad de Sevilla para la definición de acciones de mejora del sector

---

**NOS DO**  
AYUNTAMIENTO  
DE SEVILLA

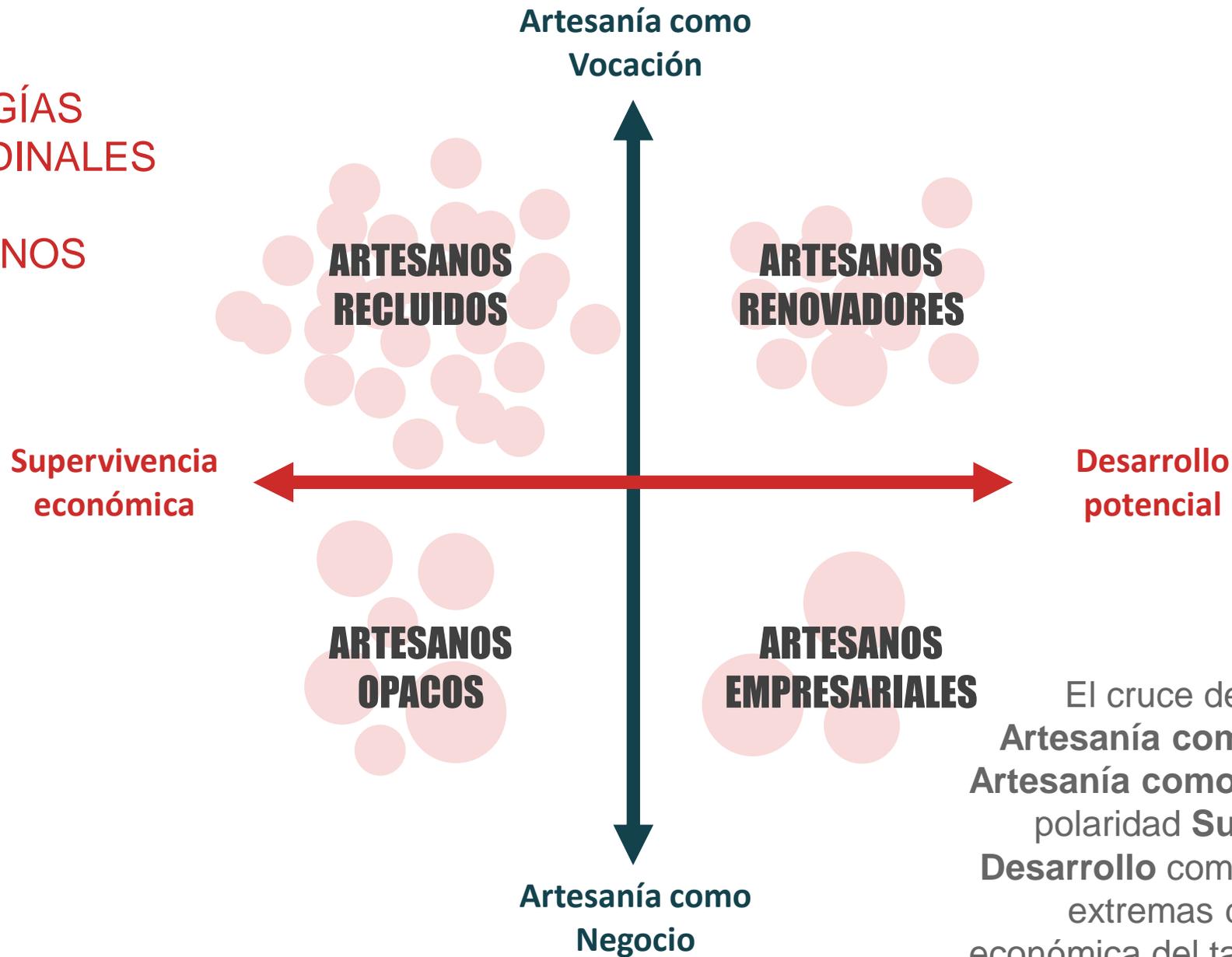
Diciembre de 2016

## NÚMERO DE TALLERES Y SECTORIZACIÓN

Los datos que aporta el DIRCE (Directorio Central de Empresas) para la ciudad de Sevilla, relativos a las actividades que podrían estar comprendidas dentro de este estudio, que ocupan hasta un máximo de 5 trabajadores (incluido el propio empresario), indican un número de empresas total de 278 empresas/talleres, suponiendo los subsectores de la Madera y el metal más del 60% de los mismos. el total de trabajadores en activo, reconocidos por el propio empresario, es de 480 empleados, lo que supone una media de 1,7 trabajadores por taller.

<b>MATERIAL</b>	<b>Nº TOTAL TALLERES</b>	<b>%</b>	<b>Nº TOTAL TRABAJADORES</b>	<b>%</b>	<b>Nº MEDIO TRABAJ./TALLER</b>
BARRO	9	3,2%	14	2,8%	1,5
VIDRIO	8	2,9%	19	4,0%	2,4
MADERA	94	33,8%	159	33,0%	1,7
TEXTIL	48	17,3%	80	16,6%	1,7
PIEL Y CUERO	12	4,3%	18	3,8%	1,5
METAL	83	29,9%	155	32,2%	1,9
PIEDRA	10	3,6%	16	3,2%	1,6
OTROS	14	5,0%	22	4,5%	1,5
<b>TOTAL</b>	<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>480</b>	<b>100%</b>	<b>1,7</b>

TIPOLOGÍAS  
ACTITUDINALES  
DE LOS  
ARTESANOS



El cruce de la dimensión **Artesanía como Vocación / Artesanía como Negocio** y la polaridad **Supervivencia / Desarrollo** como definiciones extremas de la situación económica del taller, dan lugar sobre todo a **cuatro tipologías** 3

## TIPO 1: RECLUIDOS

Resultan del cruce de concebir la artesanía más como Vocación que como actividad empresarial, con una situación económica de Supervivencia, en la que aun la actividad no genera unos ingresos estables.

- “ La producción les ocupa la mayor parte del tiempo de actividad artesanal, tanto por gusto como por necesidad. La artesanía les atrae más que la economía.
- “ Manifiestan una fuerte carencia de una visión estratégica de la actividad como negocio.
- “ Uso de la vivienda como taller. La inadecuación del espacio de trabajo es un freno a la ampliación de la producción y a la comercialización.
- “ Obtienen ingresos relativamente escasos de la actividad, que no facilitan una completa autonomía económica.
- “ Por consiguiente aparece la evitación de los costes de cuotas de autónomo, licencias de apertura, pago de IAE, etc. Es un perfil que oscila entre la economía sumergida y la ocasional afluencia como autónomo discontinuo en función de necesidades de facturación o acceso a determinadas ayudas o circunstancias administrativas.

## TIPO 2: OPACOS

**Son más conscientes de la artesanía como Negocio que los anteriores, al tiempo que puede definirse su situación económica como de Supervivencia, pues ese negocio aún no es tan sólido como para que les resulte rentable aflorar desde la economía sumergida.**

- “ Generalmente están al frente talleres con un número relativamente alto de trabajadores en comparación con la media del sector. Las necesidades de producción en su área de actividad exigen ese trabajo conjunto, al tiempo que la posibilidad de estandarizar algunas tareas facilita que asumidas por más de una persona sin que se pierda el componente artesanal. Estas producciones se vinculan a pedidos grandes, más en formato y volumen (piezas únicas de gran tamaño y complejidad) que a la realización de pequeñas obras en gran número.
- “ La necesidad de coordinar a un cierto número de artesanos para cumplir el encargo podría tomar varias formas jurídicas, pero suele ser habitual la economía sumergida, en la que las relaciones de trabajo establecidas no se plasman en contratos laborales o mercantiles.
- “ Por tanto, existe en este Tipo 2 una cierta conciencia y habilidad empresarial, pero no se plasma en la creación de empresas o cooperativas con vocación de transparencia ni de continuidad, dada la frecuencia discontinua de estos grandes pedidos..
- “ Como consecuencia de la situación legal irregular, quienes participan en estos negocios evitan en lo posible el contacto con las instituciones públicas y procuran tener poca visibilidad en el plano asociativo.

## TIPO 3: RENOVADORES

Donde coinciden la artesanía vivida como Vocación y la situación económica de Desarrollo Potencial es frecuente identificar una tipología con un planteamiento más innovador, que es más consciente de la dimensión de negocio de la artesanía y de la necesidad de que el producto aporte un valor diferencial a sus clientes. Hablamos aquí de renovación (y no de innovación propiamente dicha) porque suelen aportar un enfoque de la actividad más amplio que otras tipologías y tienen un potencial de dinamización y mejora del sector.

- “ Presentan una fuerte vocación por la creación antes que por la dimensión de negocio, con frecuencia elaborando artículos en los que se desdibuja la frontera entre artesanía y arte.
- “ En los casos más señeros, sus productos buscan la venta en tiendas de museos o lugares históricos, en los mercados o ferias más restrictivos y exigentes a la participación y viajan a otras localidades para acceder a puntos de venta ocasionales de esas características.
- “ Son más abiertos a experimentar y a frecuentar a otros artesanos, de los que extraen inspiración o saber hacer.
- “ Su problema también es el tiempo, dada la exigencia de la producción a mano, pero tienden a administrarlo mejor para encontrar ocasiones de venta o contactos profesionales.
- “ Definir a los renovadores dentro de una situación económica de desarrollo no implica necesariamente que tengan estabilidad o ingresos elevados.
- “ Se trata de artesanos que están al corriente en el pago de impuestos, licencias y tasas. Su participación en las iniciativas públicas de apoyo al sector se lo exige también. Están más presentes que otras tipologías en el movimiento asociativo sectorial.

## TIPO 4: EMPRESARIALES

Al igual que los artesanos *ÍopacosÎ*, tienen muy clara la dimensión de la artesanía como Negocio y a diferencia de aquellos, su situación económica puede calificarse de Desarrollo. Sus características como tipología son estas:

- “ Se trata de empresas formalizadas con un flujo de ventas relativamente estable, salvo en los momentos más crudos de la crisis económica.
- “ Esta circunstancia está apoyada en vertientes del negocio que no pertenecen al ámbito artesanal: o bien son empresas con una parte de producción industrial complementada con elaboración de piezas artesanas, o bien se trata de artesanos cuya tienda permite ventas sostenibles, en ocasiones incorporando artículos de otros artesanos o bienes industriales complementarios fabricados por terceros.
- “ Su situación económica está regularizada, mantienen políticas comerciales acordes a la demanda y la competencia, y generan empleo asalariado.
- “ Estas características les favorecen en la recepción de ayudas públicas a la artesanía si acreditan esa condición, pero no suponen una masa crítica suficiente para que su apoyo institucional genere un desarrollo de todo el colectivo artesanal. Son casos aislados.
- “ Por otra parte, su carácter mixto entre lo artesanal y la industria/tienda, los aleja de las corrientes principales del sector, los talleres unipersonales o familiares que viven exclusivamente de la producción artesanal. Por ello, estos artesanos **empresariales** no ejercen un liderazgo sectorial.

# ANÁLISIS ESTRATEGICO DE LA ARTESANÍA SEVILLANA SEGÚN LOS ARTESANOS

Las numerosas y detalladas aportaciones de las fuentes consultadas para elaborar este diagnóstico son resumidas en este capítulo a partir de la herramienta de gestión estratégica conocida como Análisis DAFO. Esta metodología se concentra en la identificación tanto de los problemas que afectan al sector (debilidades competitivas propias del mismo, así como amenazas de agentes externos a los artesanos), como de los factores que pueden potenciar el crecimiento de la artesanía local (bien las fortalezas inherentes a los artesanos, bien las oportunidades que se generan o pueden generarse en su entorno). La información que aquí se resume proviene directamente de los propios artesanos así como de entidades y profesionales de otros ámbitos de actividad, pero relacionados con el sector artesanal de una manera u otra, como es el caso, principalmente, de las instituciones públicas más volcadas con la protección del tejido empresarial artesano.

DEBILIDADES PROPIAS DE TALLERES Y SECTOR	AMENAZAS EXTERNAS AL SECTOR
<p><b>LIMITACIONES PRODUCTIVAS</b> Reducido tamaño de las unidades productivas Incapacidad de afrontar grandes pedidos Espacios productivos ineficientes y antigüedad de los equipamientos productivos</p> <p><b>LIMITACIONES COMERCIALES Y DE GESTIÓN</b> Escaso desarrollo de la actividad comercial y falta de visión de negocio (falta de tiempo, bajos niveles educativos medios del sector, etc.)</p> <p><b>PREFERENCIA POR LA VENTA PERSONAL FRENTE A LA VENTA A DISTANCIA</b> Relativa desconfianza de los intermediarios comerciales. Necesidad de reconocimiento y valoración por parte del comprador Las opciones de venta a distancia, especialmente a través de Internet, les intimidan (falta de conocimientos, temor a copia) Poca experiencia en mercados no locales Desconocimiento y desinterés por la oferta formativa y el asesoramiento empresarial de las instituciones</p> <p><b>PRECARIEDAD FINANCIERA</b> Baja rentabilidad de los talleres (importancia de la economía sumergida Pocos conocimientos y escasa capacidad de negociación a nivel financiero</p> <p><b>CONTACTOS INTERSECTORIALES DÉBILES</b> Heterogeneidad de subsectores (aislamiento individualista y aislamiento Necesidad de compensación al tiempo quitado al taller (tejido asociativo muy frágil Falta de relevo generacional y desaparición de oficios artesanos</p> <p><b>OBSTÁCULOS PROPIOS A LA COMUNICACIÓN CON LAS INSTITUCIONES</b> Percepción de escaso apoyo de las Administraciones Públicas Canales y fórmulas de información mejorables El artesanado local no es proactivo en la búsqueda de información sobre programas de apoyo</p>	<p><b>DEFICIENTE PROYECCIÓN SOCIAL</b> La indefinición sectorial como problema de percepción social Prestigio social de la profesión deteriorado o frágil. Falta una pedagogía que revalorice la artesanía. Los Mercados de Navidad y Hecho en Sevilla merecen más esfuerzo divulgador del Ayuntamiento Costes de la publicidad y la promoción de talleres, sector, Mercados de Sevilla, etc. están fuera del alcance de las agrupaciones de artesanos</p> <p><b>DEMANDA AFECTADA POR LA CRISIS Y LA ESTACIONALIDAD</b> La crisis económica Ventas muy dependientes de eventos anuales estacionales o grandes encargos esporádicos y puntuales Necesidad de que proliferen otras ferias de artesanía similares a los mercados de prestigio tal como se plantean en Sevilla</p> <p><b>FACTORES INSTITUCIONALES QUE DIFICULTAN LA CONFIANZA SECTORIAL</b> El historial de proyectos institucionales fallidos, discontinuados o polémicos Dispersión de la anterior estructura del personal municipal de apoyo a la Artesanía Dudas sobre la pertinencia de englobar la artesanía como parte del Comercio en los organigramas funcionales institucionales Dificultad de las Administraciones para encontrar una interlocución representativa Posible conflicto futuro (competición/canibalismo) entre los distritos de calidad/origen Descoordinación institucional Ninguno de los dos Mercados apoyados por el Ayuntamiento de Sevilla puntúa en los baremos para la concesión de subvenciones de la Junta de Andalucía Escaso atractivo percibido en la incorporación al Registro De Artesanos y Artesanas de Andalucía y la Carta de Artesano</p>
<p><b>CALIDAD Y VALOR AÑADIDO FRENTE AL COMPETIDOR PRINCIPAL</b> Saber hacer, profesionalidad técnica, alta cualificación por larga tradición y experiencia Productos artesanos locales exclusivos y diferenciados, con aportación de valor añadido Creciente presencia de estándares de calidad y cualificación</p> <p><b>PERSISTENCIA DE UN MOVIMIENTO ASOCIATIVO</b> La heterogeneidad subsectorial como condición favorable a la cooperación y al asociacionismo Hay canales de comunicación abiertos con las instituciones, pese a que son más informales que estructurales. Algunas asociaciones están estudiando la posibilidad de generar negocio autosuficiente</p> <p><b>IMPLICACIÓN ASOCIATIVA EN LOS MERCADOS DE SEVILLA</b> Mercados de Sevilla: éxito por los criterios de selección de participantes establecidos por el jurado de expertos artesanos. Prestigio posicionamiento a nivel nacional Mercados de Sevilla como ejemplo de buenas prácticas y capacidad del movimiento asociativo artesanal Mercados de Sevilla como ámbitos de encuentro y cooperación</p>	<p><b>MANTENIMIENTO DEL APOYO INSTITUCIONAL A LA ARTESANÍA</b> El sector artesanal es visible para las Administraciones Estabilidad institucional de los dos Mercados hispálenes de referencia Inminencia de la implantación de "Andalucía, Calidad Artesanal" Expectativa de continuidad de las subvenciones de la Junta de Andalucía</p> <p><b>EXISTENCIA DE ESTRUCTURAS INSTITUCIONALES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO</b> Las Administraciones ofrecen numerosas oportunidades para la mejora de capacidades de gestión empresarial y comercial Alto grado de sensibilidad hacia la artesanía de las estructuras para el emprendimiento dependientes del Ayuntamiento de Sevilla</p> <p><b>CONFLUENCIA DE LA ARTESANÍA CON TURISMO/CULTURA/COMPRA</b> Aumento de la sensibilidad institucional y social por proteger y revalorizar el patrimonio artesanal. Pujanza del turismo en la ciudad Imagen patrimonial, artística y cultural de la ciudad de Sevilla El eje artesanía/cultura/turismo</p> <p><b>EXISTENCIA DE UNA DEMANDA RELATIVAMENTE ESTABLE</b> Hay un cliente que sabe y que aprecia una artesanía de calidad y está dispuesto a pagarla Fidelidad de clientes Potencial complementariedad de talleres de subsectores diferentes</p>

**FORTALEZAS PROPIAS DEL SECTOR**

**OPORTUNIDADES EXTERNAS AL SECTOR**

## ANÁLISIS DAFO: DEBILIDADES PROPIAS DE TALLERES Y SECTOR

### LIMITACIONES PRODUCTIVAS

Reducido tamaño de las unidades productivas

Incapacidad de afrontar grandes pedidos

Espacios productivos ineficientes y antigüedad de los equipamientos productivos

### LIMITACIONES COMERCIALES Y DE GESTIÓN

Escaso desarrollo de la actividad comercial y falta de visión de negocio (falta de tiempo , bajos niveles educativos medios del sector, etc.)

### PREFERENCIA POR LA VENTA PERSONAL FRENTE A LA VENTA A DISTANCIA

Relativa desconfianza de los intermediarios comerciales.

Necesidad de reconocimiento y valoración por parte del comprador

Las opciones de venta a distancia, especialmente a través de Internet, les intimidan (falta de conocimientos, temor a copia)

Poca experiencia en mercados no locales

Desconocimiento y desinterés por la oferta formativa y el asesoramiento empresarial de las instituciones

### PRECARIEDAD FINANCIERA

Baja rentabilidad de los talleres Importancia de la economía sumergida

Pocos conocimientos y escasa capacidad de negociación a nivel financiero

### CONTACTOS INTERSECTORIALES DÉBILES

Heterogeneidad de subsectores Idiosincrasia individualista y aislamiento

Necesidad de compensación al tiempo quitado al taller Tejido asociativo muy frágil

Falta de reemplazo generacional y desaparición de oficios artesanos

### OBSTÁCULOS PROPIOS A LA COMUNICACIÓN CON LAS INSTITUCIONES

Percepción de escaso apoyo de las Administraciones Públicas

Canales y fórmulas de información mejorables

El artesanado local no es proactivo en la búsqueda de información sobre programas de apoyo

## ANÁLISIS DAFO: AMENAZAS EXTERNAS AL SECTOR

### DEFICIENTE PROYECCIÓN SOCIAL

La indefinición sectorial como problema de percepción social

Prestigio social de la profesión deteriorado o frágil Falta una pedagogía que revalorice la artesanía.

Los Mercados de Navidad y Hecho en Sevilla merecen más esfuerzo divulgador del Ayuntamiento

Costes de la publicidad y la promoción de talleres, sector, Mercados de Sevilla, etc. están fuera del alcance de las agrupaciones de artesanos

### DEMANDA AFECTADA POR LA CRISIS Y LA ESTACIONALIDAD

La crisis económica Ventas muy dependientes de eventos anuales estacionales o grandes encargos esporádicos y puntuales

Necesidad de que proliferen otras ferias de artesanía similares a los mercados de prestigio tal como se plantean en Sevilla

### FACTORES INSTITUCIONALES QUE DIFICULTAN LA CONFIANZA SECTORIAL

El historial de proyectos institucionales fallidos, discontinuados o polémicos

Dispersión de la anterior estructura del personal municipal de apoyo a la Artesanía

Dudas sobre la pertinencia de englobar la artesanía como parte del Comercio en los organigramas funcionales institucionales

Dificultad de las Administraciones para encontrar una interlocución representativa

Posible conflicto futuro (competición/canibalismo) entre los distintivos de calidad/origen Descoordinación institucional

Ninguno de los dos Mercados apoyados por el Ayuntamiento de Sevilla puntúa en los baremos para la concesión de subvenciones de la Junta de Andalucía

Escaso atractivo percibido en la incorporación al Registro De Artesanos y Artesanas de Andalucía y la Carta de Artesano

## ANÁLISIS DAFO: FORTALEZAS PROPIAS DEL SECTOR

### **CALIDAD Y VALOR AÑADIDO FRENTE AL COMPETIDOR PRINCIPAL**

Saber hacer, profesionalidad técnica, alta cualificación por larga tradición y experiencia  
Productos artesanos locales exclusivos y diferenciados, con aportación de valor añadido  
Creciente presencia de estándares de calidad y cualificación

### **PERSISTENCIA DE UN MOVIMIENTO ASOCIATIVO**

La heterogeneidad subsectorial como condición favorable a la cooperación y al asociacionismo

Hay canales de comunicación abiertos con las instituciones, pese a que son más informales que estructurales.

Algunas asociaciones están estudiando la posibilidad de generar negocio autosuficiente

### **IMPLICACIÓN ASOCIATIVA EN LOS MERCADOS DE SEVILLA**

Mercados de Sevilla: éxito por los criterios de selección de participantes establecidos por el jurado de expertos artesanos.

Prestigioso posicionamiento a nivel nacional

Mercados de Sevilla como ejemplo de buenas prácticas y capacidad del movimiento asociativo artesanal

Mercados de Sevilla como ámbitos de encuentro y cooperación

## ANÁLISIS DAFO: OPORTUNIDADES EXTERNAS AL SECTOR

### **MANTENIMIENTO DEL APOYO INSTITUCIONAL A LA ARTESANÍA**

El sector artesanal es visible para las Administraciones  
Estabilidad institucional de los dos Mercados hispalenses de referencia  
Inminencia de la implantación de Andalucía, Calidad Artesanal  
Expectativa de continuidad de las subvenciones de la Junta de Andalucía

### **EXISTENCIA DE ESTRUCTURAS INSTITUCIONALES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO**

Las Administraciones ofrecen numerosas oportunidades para la mejora de capacidades de gestión empresarial y comercial  
Alto grado de sensibilidad hacia la artesanía de las estructuras para el emprendimiento dependientes del Ayuntamiento de Sevilla

### **CONFLUENCIA DE LA ARTESANÍA CON TURISMO/CULTURA/COMPRAS**

Aumento de la sensibilidad institucional y social por proteger y revalorizar el patrimonio artesanal  
Pujanza del turismo en la ciudad  
Imagen patrimonial, artística y cultural de la ciudad de Sevilla El eje artesanía/cultura/turismo

### **EXISTENCIA DE UNA DEMANDA RELATIVAMENTE ESTABLE**

Hay un cliente que sabe y que aprecia una artesanía de calidad y está dispuesto a pagarla  
Fidelidad de clientes  
Potencial complementariedad de talleres de subsectores diferentes



# INFRADESARROLLO SECTORIAL

## AISLAMIENTO EN EL TALLER

La creación/producción no se delega ni automatiza, se disfruta

Prioridad de creación/producción sobre comercialización/gestión

Alta dedicación a la presencia en taller (escaso tiempo)

Producciones forzosamente limitadas

Conformismo con la situación económica propia

Desinterés por la formación empresarial / comercial

Alta cualificación técnica, baja cualificación empresarial

Talleres obsoletos o fuera de normativa

Impuestos y tasas prescindibles

Freno a buscar empleados o socios

Desregulación, economía sumergida

Atomización, predominio de autoempleo

Estacionalidad de las ventas y la producción

Rentabilidad baja

### DÉBIL COMERCIALIZACIÓN

Preferencia por la venta personal

Limitaciones comerciales

Indefinición sectorial. Heterogeneidad de subsectores

Falta de prestigio y visibilidad social como sector económico y cultural

Asociacionismo frágil

Desconexión entre talleres, falta de contacto

## LIMITADA PROYECCIÓN SOCIAL



Al margen de las causas de estos círculos viciosos, comunes a otros sectores de actividad (crisis, etc.), la **particularidad de la artesanía** como actividad económica infradesarrollada, comercializada insuficientemente y limitada en su proyección social, es que hay un **factor de cultura o idiosincrasia de los artesanos** que no está presente en otros ámbitos. Lo que hemos denominado aislamiento en el taller resume esa influencia de carácter intrínsecamente artesanal. La vivencia de autoría de la producción y los requisitos de mantenerse en los límites de lo artesanal tienen una influencia capital en los otros tres factores operantes en la situación actual. Esto da lugar a un problema básico de compleja solución: **dos de las principales fortalezas del sector**, la calidad del trabajo hecho a mano y la vocación como motivo de entrada a la actividad, **están influyendo en mayor o menor medida en sus grandes debilidades**.

## OBJETIVOS Y APOYOS ESTRATÉGICOS PRECEDENTES

En la revisión del trabajo que han realizado y realizan las Administraciones Públicas para favorecer el crecimiento empresarial de la artesanía local, encontramos que subyacen cuatro objetivos básicos, **cuatro misiones** que se han asignado en origen a las diferentes actuaciones institucionales, relacionadas con las cuatro grandes áreas de debilidad del sector. Estos objetivos siguen vigentes y los asumimos como metas de las estrategias que se sugieren más adelante:

- “ **Regularización jurídica y laboral** como respuesta al **Infradesarrollo sectorial**.
- “ **Refuerzo del negocio y la rentabilidad** para reorientar las **Debilidades en Comercialización**.
- “ **Difusión, revalorización y contactos** como contrapunto a la **Limitada Proyección Social, dentro y fuera del sector**.
- “ **Protección de la calidad y la identidad**, aprovechando las fortalezas sectoriales derivadas de su cultura de **Aislamiento en Taller**.

# OBJETIVOS

**REGULARIZACIÓN JURÍDICA Y LABORAL**

Asesoramiento y formación de Emprendedores de **Sevilla Crea (Ayto.)** y de **Andalucía Emprende (JdeA)**  
**Ventanilla Única (Ayto. y otros)**  
Parque empresarial **Arte Sacro (Ayto.)**  
Viviendas-Taller **Rompemoldes (Ayto.)**

**Registro de Artesanos y Artesanas (JdeA)**  
**Carta de Artesanos (JdeA)**  
**Subvenciones a asociaciones y talleres (equipamiento, visita ferias, etc.) (JdeA)**  
Antigua **Escuela Taller Plaza de España (Ayto.)**  
Antiguo Proyecto de formación de **Aprendices en Talleres (Ayto.)**

**PROTECCIÓN DE CALIDAD E IDENTIDAD**



**REFUERZO DE NEGOCIO Y RENTABILIDAD**

*Apoyos institucionales recientes a la artesanía local*

**DIFUSIÓN, REVALORIZACIÓN Y CONTACTO**

Mercado Navideño de Sevilla (Ayto. FAS)  
Mercado Hecho en Sevilla (Ayto. FAS)

Distintivo "Andalucía Calidad Artesanal" (JdeA)  
Marca registrada "Hecho en Sevilla" (FAS)

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 1: Formalizar en el organigrama municipal una estructura permanente de apoyo e interlocución ante el sector artesanal

- “ **Objetivos de la estrategia:** Todos los propuestos, puesto que esa estructura debe ser la que centralice y dinamice el resto de estrategias. Con todo, responde a los objetivos principales de Difusión, Revalorización y Contactos y Protección de la calidad y la identidad de origen.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Limitada Proyección social.
- “ **Descripción:** En los últimos años, el Ayuntamiento de Sevilla ha limitado su actividad de apoyo al sector artesanal por diversas razones (caducidad de proyectos con Fondos Europeos, decisiones políticas, reducciones presupuestarias y de personal, etc.). Actualmente gestiona, divulga y financia los Mercados Navideño y Hecho en Sevilla, que suponen un excelente escaparate social para el sector y tiene un elevado prestigio entre los artesanos locales y nacionales. Sin embargo, si se desea desarrollar un liderazgo significativo en el despegue económico del sector, es inevitable centralizar y visibilizar este apoyo en un departamento mínimamente estable, dotado de personal y recursos. Teniendo en cuenta que las Estrategias 2,3, 4 y 5 son de capital importancia para cubrir los objetivos planteados, se necesitan puestos definidos en el organigrama que permitan una interlocución formal y fluida con el sector, sus asociaciones, otras Delegaciones municipales y otras instituciones. La experiencia de actuaciones pasadas se ha diluido, por cierta dispersión del personal que las diseñó o ejecutó, y supone un bagaje esencial para recuperar los contactos sectoriales y los conocimientos sobre qué funciona en la práctica y qué puede fracasar en la movilización de un sector tan peculiar como este.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 2: Transversalizar el apoyo a la artesanía en las diversas Delegaciones Municipales

- “ **Objetivos de la estrategia:** Difusión, revalorización y contactos, así como Refuerzo del negocio y la rentabilidad.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Limitada Proyección social y Comercialización débil.
- “ **Descripción:** La artesanía se sitúa en la intersección entre lo artístico/patrimonial y lo comercial. Mantiene una relación sinérgica con la imagen histórico-artística de la ciudad, en la que artesanía y ciudad se benefician mutuamente de forma coherente a nivel de percepciones de residentes y turistas. Sin embargo, si bien la Junta de Andalucía ha considerado esta coincidencia de intereses culturales en el plano turístico (con la creación de Zonas y Puntos de Interés Artesanal), actualmente el Ayuntamiento no coordina con cierta precisión la posibilidad de que los esfuerzos culturales, turísticos y artesanales confluyan en iniciativas distintas a la promoción de los Mercados de Artesanía ya en marcha. La celebración de múltiples eventos culturales en el municipio y el crecimiento sostenido de la afluencia de visitantes parecen exigir plantear una estrategia de transversalidad que permita posteriores proyectos de colaboración.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 3: Aumentar la interlocución técnica con otras instituciones y organismos públicos

- “ **Objetivos de la estrategia:** Difusión, revalorización y contactos y Protección de la calidad y la identidad de origen.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Limitada Proyección social.
- “ **Descripción:** El conocimiento y la interacción personal entre técnicos y responsables políticos de diferentes instituciones es esencial para la coordinación en la mejora de la artesanía local y la prevención de duplicidades innecesarias en las medidas específicas que las diferentes partes pongan en marcha. Condición necesaria para ello es la ejecución de las medidas que implica la Estrategia 1.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 4: Crear mayor número de oportunidades y contactos profesionales en el seno del sector

- “ **Objetivos de la estrategia:** Difusión, revalorización y contactos.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Aislamiento en el taller.
- “ **Descripción:** Uno de los principales escollos para movilizar crecimientos en el sector es la falta de cohesión y contactos en el seno del mismo, motivada por la peculiar idiosincrasia del artesanado, tal como han definido los entrevistados. Esta Estrategia 4 es clave para neutralizar las inercias históricas del sector y romper los círculos viciosos que paralizan su avance. Sin embargo, esta dinamización del conocimiento mutuo y la cooperación a largo plazo no es fácil de alcanzar cuando los artesanos se aíslan en sus talleres durante los periodos de producción más intensa y además pertenecen a subsectores que tienen poco en común. La misión de esta estrategia es crear ocasiones de contacto e intercambio que resulten atractivas para el promedio de artesanos. Por ello es preciso ofrecer tipos incentivos como:
  - “ Celebración de cursos prácticos y específicos sobre técnicas artesanales, impartidos por artesanos prestigiosos, locales o foráneos.
  - “ Apoyo a Misiones de Estudio para el aprendizaje de técnicas o estilos artesanales fuera del ámbito local, con estancia en otras provincias o países, que adicionalmente permitan observar los beneficios de un sector cohesionado, asociado formalmente y regularizado legal y laboralmente.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 5: Priorizar y fortalecer el asociacionismo incipiente

- “ **Objetivos de la estrategia:** Difusión, revalorización y contactos.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Limitada Proyección social así como Aislamiento en el taller.
- “ **Descripción:** La historia de la implicación del Ayuntamiento de Sevilla en el desarrollo del sector demuestra que su influencia es claramente positiva para que aparezcan asociaciones. Sin la intervención municipal el tejido asociativo actual sería inexistente. El problema de estos movimientos es su pervivencia. A veces las asociaciones finalizan su actividad por desacuerdos internos, pero también por fragilidad. En un sector con problemas de economía sumergida y bajas tasas de rentabilidad, el pago de cuotas es problemático, lo que condena a las asociaciones a una supervivencia precaria en medios. En el momento actual, la Junta de Andalucía subvenciona la contratación anual de personal para la gestión de asociaciones. Sin embargo, se mantienen los problemas de la falta de espacios asequibles, multifuncionales y adecuados para la interacción de socios y trabajos gerenciales o administrativos. En ese punto sería de interés considerar el apoyo económico o la cesión de locales a las asociaciones artesanales.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 6: Fomentar la visión empresarial entre los profesionales

- “ **Objetivos de la estrategia:** Regularización jurídica y laboral, Refuerzo del negocio y la rentabilidad.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Infradesarrollo sectorial. Comercialización débil.
- “ **Descripción:** Pese a los esfuerzos del Centro de Recursos Empresariales Avanzados, CREA, la formación y asesoramiento del artesanado a nivel empresarial es sumamente difícil. Las resistencias de los artesanos son considerables y dan como resultado una marginal presencia de los mismos en estas actividades. Sin embargo, con el progresivo fortalecimiento de las asociaciones y la consolidación de contactos municipales en el sector, cabe la posibilidad de una evolución positiva, aunque previsiblemente lenta, en esta cuestión.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 7: Aumentar la visibilidad y prestigio social de la artesanía en la sociedad de Sevilla y en sus visitantes

- “ **Objetivos de la estrategia:** Difusión, revalorización y contactos.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Limitada Proyección social y también Aislamiento en el taller.
- “ **Descripción:** Esta es una demanda expresa de los representantes de la artesanía contactados. Consideran que es necesario revalorizar la profesión en el conjunto de la sociedad, justificar el valor de su producción y aumentar el conocimiento de sus logros con el fin de que reviertan en un futuro incremento de la demanda de sus productos. En este sentido, esperan especialmente del Ayuntamiento algún tipo de campaña publicitaria, jornadas, etc. que sirva para mejorar la divulgación e imagen del colectivo. Un evento de estas características debería convertirse también en una táctica que cumpliera con la Estrategia 4, de fomento del encuentro entre profesionales. En este sentido, también la experiencia de los artesanos que han sido docentes o formadores en talleres de Distrito o en la Escuela de Artes y Oficios supone un aliciente a la mejora de la autoestima del sector.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL

### Estrategia 8: Mantener, mejorar y divulgar los Mercados Artesanales de Prestigio

- “ **Objetivos de la estrategia:** Refuerzo del negocio y la rentabilidad. Difusión, revalorización y contactos. Protección de la calidad y la identidad.
- “ **Debilidades del sector que afronta este objetivo:** Comercialización débil. Aislamiento en el taller. Limitada Proyección social.
- “ **Descripción:** La intervención estrella del Ayuntamiento de Sevilla en el sector es el apoyo logístico y económico del Mercado Navideño y el Mercado ~~%~~hecho en Sevilla+. Como se ha reiterado, tanto entre quienes han participado en ellos como entre los que no lo han hecho, ambas convocatorias comerciales son altamente apreciadas por su valor comercial (suponen más de la mitad de las ventas anuales para muchos participantes) y por su impacto en la imagen positiva del sector, tanto en la ciudad como entre profesionales de otras provincias y regiones. Mantenerlos debe ser una prioridad, así como aumentar su conocimiento entre residentes y visitantes, al tiempo que se aprovechen como plataformas para el contacto entre talleres a través de eventos paralelos, como la vigente entrega de premios entre los artesanos que participan.



C./ Industria, nº 1. Ed. Metropol I. Planta 1ª. Mód. 19 - 20  
Parque PISA. 41.927 Mairena del Aljarafe (Sevilla)  
T.954185713. F.954185715. [www.imc-sl.es](http://www.imc-sl.es) / [info@imc-sl.es](mailto:info@imc-sl.es)