



El sector del lujo, un salvavidas para la artesanía

La vinculación con marcas de gama alta hace revivir una actividad en horas bajas ► La artesanía aportó 6.000 millones de euros de forma directa a la economía española en 2019, un 0,54% del PIB

MANME GUERRA
MADRID

Juan Garrido aprendió el oficio de orfebre de su padre, Damián, que montó un taller en la primera mitad del siglo XX. “Lo que hice durante esos años fue adquirir los conocimientos que necesitaba, para luego, manteniendo la metodología de trabajo, poder crear piezas de diseño contemporáneas”, explica Juan, que junto a su hermana Paloma es responsable en la actualidad de Garrido Gallery, que tiene entre sus clientes a marcas como Dior o Chanel. Un sector, el del lujo, que se ha convertido en un salvavidas para muchas empresas artesanas, que ven cómo sus productos son muy bien apreciados, y pagados, en este segmento, principalmente fuera de las fronteras de España.

Para “poder competir” y que firmas de gama alta se interesaban en sus colecciones, Garrido explica que han hecho una decidida apuesta por “la innovación en el diseño, los acabados y los materiales

usados”. Él incluso ha aprendido a modelar en 3D, pero siempre “manteniendo la metodología de trabajo” que los identifica como artesanos. El 95% de su producción se exporta, un porcentaje que es incluso superior, el 99%, en el caso de Magnanni, una firma de calzado de Albacete en la que la tercera generación de la familia Blanco está a los mandos. Con un coste medio de 300 euros por par, Rocío Blanco, responsable de comunicación de la empresa, no considera sus zapatos como un producto de lujo en el panorama internacional, más bien como prémium, ya que hay marcas “como Berluti, Gucci o Prada” que los “triplican” en precio. “Lo que nos diferencia de otras firmas es la artesanía. Podemos personalizar los zapatos y llegar a lo que el consumidor quiere”, afirma.

Antes de que el comprador se pruebe un par de los 1.200 que hacen a diario, cada zapato pasa por 250 manos mientras se fabrica y se tinta a mano. Su centro de producción está en Albacete y han tenido que poner en marcha una escuela para “formar a gente y que aprendan a coser y



De izquierda a derecha, detalles de los procesos de producción de La Cartuja de Sevilla, Magnanni y Garrido Gallery.

tintar los productos” ya que, se lamenta, es complicado encontrar personal que quiera dedicarse a este oficio, o tenga los conocimientos. “Durante años, incluso no estaba bien visto que alguien quisiera ser artesano. Quizá ahora es tarde. Basta con que desaparezca un oficio para que la gente lo demande”, apunta Garrido.

Una queja, la falta de mano de obra, que se repite en los labios de Ana Zapata, consejera delegada de La Cartuja de Sevilla, fábrica de loza y porcelana fundada en 1841. “La artesanía es un sector que ha ido en retroceso porque es muy difícil encontrar artesanos de oficio y personas que quieran aprender”, afirma. Sin embargo, confía que la vinculación con el mundo del lujo haga que los jóvenes miren este oficio con el prestigio que tenía en siglos pasados y vean en él un futuro al que dedicarse.

“Porque si se pierde la artesanía, se pierde gran parte de nuestra cultura”, añade.

Precisamente la íntima vinculación de la artesanía “con la cultura, la identidad y la memoria de los pueblos” es uno de los puntos en los que más incide Fernando Caruncho, copresidente, junto a Evelio Acevedo, de la comisión de artesanía de Círculo Fortuny, asociación sin ánimo de lucro dedicada a potenciar el sector de la alta gama como motor de la economía. Caruncho hace hincapié en que la artesanía es en la actualidad “un ecosistema muy delicado” que hay que potenciar “para que la diversidad del tejido empresarial de muchas zonas no se pierda”, y la considera “un vivero de futuras empresas de excelencia”.

Como muestra de su apoyo al sector, la institución celebrará el miércoles la II edición de los Premios Maestro Artesano Círculo Fortuny, cuyos ganadores obtendrán un programa de formación en comunicación y finanzas, entre otros temas, y una beca de 3.000 euros para dedicarlos a su proyecto. Con motivo de la primera

edición, la asociación publicó un informe, elaborado por KPMG, en el que se señalaba que, con datos de 2019, la artesanía aportaba 6.000 millones de euros de forma directa a la economía española, lo que representaba un 0,54% del PIB y un 4,9% del PIB de la industria manufacturera. En el texto se recogía, también, que había 64.000 empresas y 213.000 empleados en el sector. Una de las conclusiones a la que llegaba el trabajo es que “la artesanía en España se encuentra en una situación de vulnerabilidad y pérdida de relevancia, con un estancamiento tanto en el número de compañías como de empleos directos”.

Caruncho defiende que el futuro de la artesanía pasa por devolverle el esplendor que tuvo en el pasado, una adaptación a los nuevos tiempos apoyándose en las nuevas tecnologías, hacer ver a los jóvenes que es un sector en el que pueden tener proyección y por la apertura a nuevos mercados, entre los que señala Estados Unidos y Asia, “donde la artesanía española es muy reconocida, ya que sigue siendo enormemente competitiva en la relación calidad-precio”.



Durante años, incluso no estaba bien visto que alguien quisiera ser artesano. Quizá ahora es tarde

Juan Garrido

DISEÑADOR DE
GARRIDO GALLERY



Si se pierde la artesanía, se pierde gran parte de nuestra cultura

Ana Zapata

CONSEJERA DELEGADA DE
LA CARTUJA DE SEVILLA

Sin olvidar su asociación con el mundo del lujo, para lo que pone como ejemplo al grupo LVMH, propiedad de uno de los hombres más ricos del mundo, Bernard Arnault. “Nuestra comparativa es que en Francia la artesanía es fundamental. Una de sus grandes empresas, LVMH, está fundamentada en el mundo de la artesanía en sus inicios. Productos como el cuero o el vino, con los que convivimos día a día, los han elevado a una categoría de la que han sacado una excelencia, y de ella han creado grandes compañías que generan un empleo extraordinario, una riqueza muy importante y una identidad”, defiende.

El país vecino e Italia son los dos que repiten todas las fuentes consultadas a la hora de tener un espejo en el que mirarse. Coinciden en resaltar que allí se valora la artesanía y las Administraciones están muy implicadas en apoyarla y fomentarla, algo que echan en falta en España. Un impulso que en los últimos años han encontrado en el mundo del lujo, que, en palabras de Zapata, “ha ayudado a resurgir un sector que se estaba perdiendo”.