

## MERCADO ARTESANAL

La base de los mercados artesanales actuales, que podemos encontrar en diversos pueblos y ciudades, ha dependido mucho de la economía gestionada (a pequeña escala) que han generado los artesanos gracias a la oferta y la demanda de productos y servicios que interactúan en dicho mercado por medio de un precio establecido.



Artesanas trabajando.  
Foto: Echedey Sánchez

No obstante, conviene plantear que la persistencia del mercado artesanal se ha mantenido debido a dos cuestiones que hay que responder: ¿qué es lo que hay que fabricar? y ¿a quién se lo vendemos en un mercado que es libre? Los artesanos saben fabricar los bienes de su oficio, pero la cuestión clave de este mercado es la venta, y esta puede generar ineficacias trasladadas por el precio (que dentro de unos límites lo satisface o no el comprador). La consecuencia de dicha ineficacia conduce al artesano a que se encuentre sin opciones para dar a conocer su oferta e indefenso a la hora de fijar el precio.

En la generación de la economía artesanal intervienen varios factores económicos:

- Los **oficios artesanales**, encargados de practicar una modalidad concreta y desarrollar un producto para su posterior venta.
- Las **características** de la producción, vinculadas a la mano de obra, las materias primas seleccionadas, la tecnología utilizada (principalmente herramientas) y el diseño empleado.
- La **organización** de la producción, dependiente de la estructura de los talleres en los que puede o no que exista una división funcional del trabajo.
- La **comercialización**, bien sea a nivel interior o exterior (objetivo de venta). La comercialización en grandes tiendas y cadenas comerciales crean dificultades, lo que obliga a los artesanos a buscar otros medios de comercialización. La comercialización artesanal siempre es directa (artesano-comprador), a través de pequeños mercados o cooperativas. La competición con los industriales siempre está presente porque estos ofrecen una mayor variedad y consiguen atraer clientes potenciales.

### Tipos de mercados

Los mercados artesanales, a su vez, se pueden clasificar en local y turístico. El mercado local es un mercado limitado, y gran parte de los artesanos venden bienes tradicionales. En cambio, un mercado turístico lo conforman turistas nacionales e internacionales, siendo los turistas internacionales la expectativa indirecta.

### Gustos y preferencias

En los mercados, los artesanos deben tener en cuenta lo que llama la atención del comprador mediante las preferencias particulares y, para eso, es mejor segmentar porque no todos buscan lo mismo. También es importante analizar los factores que hacen que se decanten por un producto, es decir, conocer los componentes, las características y la calidad.

Los **componentes** de un producto artesanal son la identidad cultural, el diseño y el manejo técnico-productivo. A este respecto, no debe olvidarse que la artesanía se considera como una producción elaborada principalmente a mano, empleo de sencillas herramientas, la calidad del producto depende integralmente de las habilidades, conocimientos, etc.

Por su parte, las **características** de un producto artesanal son las siguientes: la singularidad del diseño (identificación de cada pieza elaborada por el artesano), el particular oficio del artesano (destreza para manipular las herramientas y los materiales), la producción no repetitiva (series pequeñas y personalizadas), la transformación del material al objeto y la funcionalidad de las piezas.

Finalmente, la **calidad** de un producto artesanal es el conjunto de atributos y particularidades que le confiere su idoneidad para satisfacer las necesidades expresadas o implícitas de un usuario, utilizando los factores humanos, económicos, administrativos y técnicos. La calidad se percibe básicamente en el empleo del material, la mano de obra (la técnica empleada), el diseño y la tecnología (si se trabaja con herramientas manuales o no manuales).

Asimismo, se debe considerar que la artesanía debe representar la identidad y, por lo tanto, reconocida como un producto cultural. No en vano, la mayor parte de adquirentes de los productos artesanales son por lo general personas adultas, viajeros frecuentes, coleccionistas y/o interesados en la artesanía. El perfil de este tipo de comprador se caracteriza por tener aprecio por los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles, poseen un alto grado de educación cultural y tienen unos niveles de ingresos medios y altos.

### La oferta y la demanda

En la actualidad, la principal clave económica de los artesanos es la venta. En ocasiones existen pocos canales de comercialización en nuestro país, lo cual les da muy pocas opciones para dar a conocer su oferta. Sin embargo, últimamente se ha ido logrando un gran avance -por ejemplo, en posicionamiento por los productos de calidad- gracias al creciente apoyo de organismos públicos y privados, a los programas de ayudas económicas y de inversiones, y, por supuesto, a las ferias, exposiciones, mercadillos y *marketing* digital, entre otros. De este modo, la artesanía está generando empleo, lo que hace que la tasa de desempleo disminuya y aumente la oferta de productos<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Hay que considerar que una parte importante de nuestros artesanos son jubilados que obtienen ingresos económicos, trabajando y manteniendo un oficio como un medio de vida o como un *hobby*.

Variedad de productos artesanales



En efecto, hoy en día, los productos artesanales se están revalorizando por la cultura y el sentido de la identidad, siendo así que el consumo de estos productos ha crecido paulatinamente, especialmente en contextos turísticos. De hecho, en la isla de Lanzarote el aumento del número de visitantes ha propiciado en paralelo el incremento de la oferta de productos artesanales en los mercados tradicionales.

En resumen, la oferta y la demanda han crecido paulatinamente y han generado nuevas oportunidades de trabajo. Por su parte, la oferta ha aumentado debido a las ayudas del gobierno, del sector privado y a los productos de calidad que comercializan. En cambio, la demanda, lo ha hecho gracias a la actuación del turismo y, en menor medida, por el mercado local.

### ***El turismo artesanal***

La artesanía se ha incluido como un factor más de interés común para un turismo alternativo cultural. Generalmente, los destinos turísticos culturales marcan una serie de objetivos que están relacionados con el artesano y la artesanía entre los que destacan incrementar la participación de artesanos (logrando un desarrollo integral sostenible que se refleje en un incremento de ingresos y espacios de participación social, como mayor productividad), posicionar la artesanía en los mercados (locales, regionales, nacionales e internacionales), trabajar por el bienestar de los artesanos, promover la competitividad del sector y propiciando su sostenibilidad así como preservar el patrimonio del sector artesanal.

Todos los objetivos mencionados anteriormente encuentran una relación entre el sector turístico y la artesanía, pues se crea una economía artesanal incentivada por el turista en la que la interacción se produce gracias a la comercialización, promoción y valoración de los productos y, por ende, a la dignificación del oficio artesanal. De esta manera, el artesano tiene en el turista a su cliente más valioso, mientras que aquel atesora la producción artesanal que llevará consigo como recuerdo simbólico del destino visitado.

A partir del reconocimiento de los objetivos podemos plantear una definición del **turismo artesanal**, que se refiere a toda aquella práctica turística que se realiza mediante visitas a atractivos artesanales y en un entorno concreto, como talleres, ferias, mercados artesanales, exposiciones relacionadas con la artesanía, etc. (E. Sánchez-Bonilla, 2016: p. 31).

Los consumidores de este turismo presentan un perfil similar al del turismo cultural, pero se caracterizan principalmente por los siguientes aspectos: es un consumidor potencial de artesanía, que busca la sabiduría popular, la expresión de identidad, el valor cultural, el contacto con diferentes tipos de culturas y el intercambio de costumbres y experiencias. Así, con el turismo artesanal aparece un tipo de turista que destaca con mayor frecuencia y que se denomina turista culto o de calidad<sup>5</sup>. Este turista busca la experiencia, conocimiento, el placer, la contraposición a su mundo urbano y global con la autenticidad, la tradición, la naturaleza y la mano extendida. No quiere virtualidad, quiere realidad.

Sin embargo, y según Carbonell (2014: p. 16), existen tres tipos de turistas que practican el turismo artesanal: estudiantil, familiar y mochilero. El primero de ellos es el generado en los intercambios de universidades con fines académicos. A este le interesa la artesanía, pero no quiere involucrarse en ella. Por otro lado, el familiar consiste en grupos familiares que vienen a conocer atractivos turísticos o a visitar familiares. A ellos les llama la atención los aspectos artesanales, pero se involucran muy poco en los mismos. Finalmente, el mochilero se interesa por la artesanía, tiene un conocimiento muy básico del idioma y suele involucrarse en actividades cotidianas de los habitantes.

En definitiva, la artesanía siempre ha sido un potente atractivo turístico que ha logrado generar economía y empleo.

---

<sup>5</sup> El concepto de turismo culto o de calidad puede definirse, con Esteban (2005: p. 105) como aquel turista de mayor peso económico, que viaja generalmente solo, con una exigencia elevada de calidad y conocimiento individualizado del destino cultural.