

# LEATHER FACTORY SHOP: MÉS QUE UNA EXPOSICIÓ

Yadira Fernández,<sup>1</sup> Biel Company<sup>2</sup>

1. Historiadora de l'art i tècnica del Museu del Calçat i de la Indústria.  
yadirafernandezd@gmail.com

2. Historiador i tècnic del Calçat i de la Indústria.  
bielcompanyr@gmail.com

**Paraules clau:** confecció, pell, indústria, projecte col·laboratiu, investigació

**Resum.** *Leather Factory Shop* és el títol d'una exposició que s'ha pogut veure al Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca del 10 de maig fins al 15 de novembre de 2024. Aquesta mostra ha suposat una primera investigació sobre una indústria gairebé no documentada, la de la confecció de la pell. Aquest va ser un sector molt rellevant al desenvolupament econòmic d'Inca i la comarca del Raiguer en les darreres dècades del segle XX.

*El següent article explica el procés de recerca i documentació prèvia al muntatge de l'esmentada exposició. Ha estat un treball de recopilació d'informació a partir de desenes d'entrevistes i trobades amb persones, empresaris i treballadors, vinculades al món i a la indústria de la pell. Tot això ha permès donar veu a un conjunt de persones que hi treballaren per demostrar la rellevància d'aquest sector i posar en valor la seva importància social, econòmica i històrica.*

**Keywords:** clothing, leather, industry, collaborative project, research

**Abstract.** *“Leather Factory Shop” is the title of an exhibition that the Museum of Footwear and Industry in Inca hosted from 10 May to 15 November 2024. It was the first research into an almost undocumented industry, that of leather clothing, which was key for the economic development of Inca and the Raiguer region in the last decades of the 20th century.*

*The following article explains the research and documentation process conducted before installing the aforementioned exhibition. The work was based on gathering information from dozens of interviews with individuals, businessmen and workers linked to the leather universe and industry. All this made it possible to give a voice to a group of people who worked in the business, while also proving the significance of this sector and highlighting its social, economic and historical relevance.*

## 1. INTRODUCCIÓ

“Leather Factory Shop” és el títol d’una exposició temporal que s’ha pogut veure al Museu del Calçat i de la Indústria d’Inca del 10 de maig al 15 de novembre de 2024. La mostra ha estat el resultat d’una intensa tasca de recerca, de documentació i de recopilació d’informació i ha suposat una primera investigació sobre una indústria gairebé no documentada, la de la confecció de pell i marroquineria. Aquest va ser un sector molt rellevant al desenvolupament econòmic d’Inca i la comarca del Raiguer en les darreres dècades del segle XX.

Per dur a terme aquest projecte s’han fet desenes de trobades i entrevistes amb empresaris, representants, treballadors i persones vinculades al món i a la indústria de la pell. Tot allò ha permès recuperar històries, experiències i testimonis orals que serveixen per demostrar la rellevància històrica, econòmica i social d’aquest sector. Aquest era un treball necessari perquè tot i que la història de la indústria del calçat a Inca i la comarca del Raiguer compta amb diversos estudis i una certa bibliografia, faltava un estudi o aproximació a aquesta altra indústria paral·lela, la de la confecció de pell i marroquineria.

La indústria de la confecció de pell es va anar desenvolupant al llarg del segle XX i va jugar un paper clau en la projecció internacional d’Inca i el Raiguer, però fins ara no havia estat objecte de recerca acadèmica. Així, els principals objectius d’aquest treball han estat: recopilar fonts inèdites (memòria oral i recursos materials); investigar i documentar el desenvolupament i l’evolució de la indústria de la confecció de pell al llarg del segle XX; analitzar el seu impacte econòmic i social; i, finalment, promoure el seu coneixement en la història de la indústria local, comarcal i il·lenca.

Des de fa uns anys el Museu volia indagar en altres sectors industrials, amb la missió de continuar la investigació del patrimoni industrial d’Inca i la comarca del Raiguer i ampliar el discurs expositiu del centre, més enllà de la història del calçat. El 2018 amb la reinauguració del museu com a “Museu del Calçat i de la Indústria” es va començar a donar una major presència a les indústries auxiliars del calçat (aquelles fàbriques i tallers que fabricaven soles, tacons, caps de cartró, etc. per a les fàbriques de calçat) (Ferrero 2018: 175). Però també a aquestes altres indústries que tenien la pell com a matèria primera principal. A la nova exposició permanent hi ha una secció dedicada a elles, que s’ha anat ampliant els darrers anys amb noves adquisicions. Tot i això, aquests sectors encara no tenen suficient rellevància en el conjunt de la col·lecció i en el discurs del museu, ja que ocupen un part petita de l’espai expositiu. En els propers anys s’haurà de treballar per donar més importància a aquestes indústries, ja que com es demostra en aquest article, tenen un paper molt rellevant en el context general d’Inca i la comarca.

És per tot això que hi havia la necessitat de fer una exposició que ajudàs a completar el discurs del Museu sobre aquests altres sectors industrials i es va decidir centrar l’atenció en la indústria de la confecció de pell i marro-

quineria i iniciar el projecte de 'Leather Factory Shop'. Inicialment es podria pensar que aquest sector era dependent del del calçat, com un subproducte derivat o complementari a les sabates. I tot i que tenia una relació directa amb la indústria del calçat i paral·lelismes en aspectes com el sistema de producció i de distribució del treball, tenia una gran autonomia com a sector independent amb marques pròpies, fires específiques i altres particularitats. Des de l'inici ens vam adonar que Leather Factory Shop era més que una exposició temporal. Aquest projecte necessitava d'un veritable procés de recerca d'informació i suposava una primera investigació sobre aquesta indústria poc coneguda i gairebé no documentada.

## 2. PROCÉS

Com hem comentat anteriorment, el problema amb el que ens vam trobar per dur a terme l'exposició era que aquesta història estava poc documentada. Per això, vàrem demanar ajuda a en Miquel Pieras, historiador i cronista oficial de la ciutat d'Inca. Ell ens va ajudar fent una primera recerca a partir de premsa i de registres oficials de l'època.

També calia cercar fonts orals, imprescindibles per investigar la història recent i per conèixer millor aspectes quotidians que sovint no queden recollits als documents. Així doncs, vàrem contactar amb les poques empreses que encara queden obertes (Piris, Buades i Heitorn), i a poc a poc van anar sortint empreses que ja no existeixen i les persones que hi havien treballat. Durant el primer contacte els demanàvem que ens expliquessin de manera informal la seva vida i les seves experiències en el sector, i a partir d'aquí preparàvem una entrevista més formal i individualitzada, que enregistravem en vídeo de manera professional (amb el càmera José Gómez i l'editor Pau Amengual). Amb tots aquests vídeos vàrem muntar un breu documental que es pot veure a les xarxes socials del Museu del Calçat i de la Indústria (YouTube, Instagram, Facebook i X). També ha quedat recollit tot el material en brut a la base de dades del Museu per futures consultes i investigacions.



Figura 1. Entrevista amb la Sra. Antònia Gual de l'empresa Tuent. Font: pròpia.



Figura 2. Entrevista i enregistrament en vídeo amb el Sr. Joan Ramis de Manufacturas Ramis. Font: pròpia.

Per explicar aquesta història també eren necessaris objectes (peces, catàlegs, mapes, fotografies, etc.). La majoria d'aquestes persones encara en conservaven molts i no van tenir problema en cedir-los per a l'exposició. I, fins i tot alguns les han donat definitivament al Museu per formar part de la col·lecció. Amb tot això vàrem muntar l'exposició, una tasca en la que va participar tot l'equip del Museu (Sebastià Mascaró, Andreu Caballero, Marilén Janer, Antònia Genestra, Concepció Arjona i Antoni Fiol), a més de molts operaris de la Brigada Municipal. Va ser una tasca complexa perquè la sala d'exposicions temporals és petita i per això vàrem haver de seleccionar un conjunt d'objectes amb els que es pogués explicar de manera entenedora aquesta història. La inauguració va ser tot un èxit, ja que hi van assistir 400 persones. La mostra s'ha pogut veure 6 mesos (de maig a novembre) durant els quals hem organitzat un programa d'activitats que ha servit per recollir una gran quantitat d'informació a través dels testimonis. Hem fet converses-cafè 'Les cosidores de la confecció de la pell' i 'Emprenedors de la confecció de pell' i les rodes (converses també informals) amb dones confeccionistes per diferents pobles com Sa Pobla, Lloseta, Selva, Binissalem i Llubí. A més, per donar a conèixer el procés de fabricació d'articles de pell, hem fet els tallers 'De la pell a les mans', de confecció d'una cartera de pell a càrrec de Martina Candela, i 'Redescobreix la moda d'Inca', d'elaboració de patrons de peces de pell, a càrrec d'Aina Crespí. I, com a culminació, hem establert un diàleg entre la indústria i la dansa amb la performance 'The Skin' de l'artista Letícia María, que es va enregistrar i exhibir durant les festes patronals a les tendes Ones del centre d'Inca. D'aquesta manera, allò que era una exposició temporal, es va convertir en un gran projecte.



Figura 3. Inauguració de l'exposició "Leather Factory Shop", Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca. Font: pròpia.



Figura 4. Roda de la confecció de pell a sa Pobla. Font: pròpia.



Figura 5. Taller "Redescobreix la moda a Inca" al Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca. Font: Aina Crespí.



Figura 6. Conversa-cafè "Emprenedors de la pell" al Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca. Font: pròpia.



Figura 7. Performance "The Skin" de l'artista Leticia Maria al Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca. Font: pròpia.

### 3. L'EXPOSICIÓ LEATHER FACTORY SHOP

Quant al títol de l'exposició, vàrem decidir prendre la idea tan suggerent de les fàbriques - botigues d'articles de pell (Leather Factory Shop) que van proliferar a Mallorca al darrer terç del segle XX i que van ser una de les fórmules comercials més icòniques i característiques del sector, per explicar la seva història i els trets principals. D'aquesta manera es va recrear al Museu una mena de "Leather Factory Shop" amb una part de fàbrica amb les diferents seccions i distribucions de tasques que hi havia: disseny i patronatge, tall i confecció; i una part de botiga amb articles i peces de pell, però també amb catàlegs, cartells, anuncis i diversos elements publicitaris. En els següents paràgrafs desenvoluparem el contingut de la investigació sobre la indústria de la confecció de pell i marroquineria.



Figura 8. Exposició "Leather Factory Shop": la fàbrica. Font: Aina Crespi.



Figura 9. Exposició "Leather Factory Shop": la botiga. Font: Aina Crespi.

### 3.1. LA FABRICACIÓ A LES LEATHER FACTORY SHOPS

#### 3.1.1. Orígens i expansió

Antonio Ramis Tortella va ser un dels pioners de la indústria de la confecció de pell i marroquineria a nivell insular perquè ja l'any 1939 es va adonar que amb els retalls de pell sobrants de la fabricació de sabates podia elaborar altres articles de pell i va començar a fabricar corretges de rellotge, carteres i bosses. D'un modest taller inicial, va evolucionar aviat a una gran fàbrica, Manufacturas Ramis. Allà hi va arribar, a mitjans dels anys 50, el primer autocar de turistes, la qual cosa donà inici a un nou model de negoci: les fàbriques-botigues de pell o *leather factory shops*.



Figura 10. Fàbrica Can Guixe. Font: Arxiu del Museu del Calçat i de la Indústria.



Figura 11. Tenda de Manufacturas Ramis. Font: Arxiu personal de Joan Ramis.

Antonio Corró Ferragut va ser un altre precursor de la indústria. Va començar al sector del calçat el 1945, però ja als anys 60 es va dedicar a la fabricació d'articles de pell, primer a Can Guixe i, més tard, a Asinca, una fàbrica-botiga basada en la diversificació de productes i en l'orientació al turisme.

No obstant això, a Inca i la comarca del Raiguer, la veritable expansió de la indústria de la pell i la marroquineria es va produir als anys 70 i 80 del segle XX, quan firmes com Ramcoll, Amge, Modak, Reyland, Morales, Modas Ota, Antony's, Munper, Unic, Tuent, entre d'altres, van aprofitar l'experiència, diversificació i tradició manufacturera del sector del calçat.

### 3.1.2. Les fàbriques de confecció de pell i marroquineria

Al darrer terç del segle XX, Inca i la comarca del Raiguer es van consolidar com un important centre de manufactura i venda d'articles i peces de pell; i van proliferar les fàbriques, botigues i establiments del sector. Tot i la diversitat empresarial, les fàbriques de pell van desenvolupar una sèrie de característiques comunes:

- Petites i mitjanes empreses, de caràcter familiar, formades per mà d'obra qualificada, moltes vegades provinent de la indústria del calçat.
- Estructura manufacturera poc rígida i amb un sistema de treball flexible, per tal d'oferir un producte de qualitat a baix cost.
- Importància del disseny. Cada fàbrica concebia i elaborava els seus propis dissenys. Tot i això, va ser habitual produir per a altres firmes de moda i per a les grans fàbriques de calçat
- Yanko, Barrats, Farrutx, Lottusse, Carmina Albadalejo, etc.- que, durant la segona meitat del segle XX, van diversificar la seva oferta i van obrir línies de productes de pell.
- Aposta per una matèria primera d'altíssima qualitat. La pell provenia principalment d'adoberies de Catalunya, València i Castella, i es comprava directament o a través de magatzems distribuïdors a Palma i Inca.

### 3.1.3 Distribució del treball

La confecció de pell va ser un sector eminentment femení, tant a la part de fabricació com a la de comercialització. Pel que fa a la fabricació, la distribució de tasques era clara:

- Disseny: el treball creatiu de dissenyadors i patronistes, que consistia a concebre i dibuixar els models d'un article o peça de pell. D'aquí s'elaboren els patrons, unes plantilles realitzades en paper o cartró de cadascuna de les parts. Aquesta ocupació era realitzada tant per homes com per dones.
- Tall de la pell: els patrons eren copiats al teixit, en aquest cas, la pell. Els talladors, majoritàriament homes, eren els encarregats d'aquesta feina, ja que eren persones especialitzades i amb amplis coneixements sobre les característiques de cada tipus de pell.
- Confecció: amb els talls de pell, les cosidores –repuntadores, confeccionistes– armaven la peça (muntaven els folres, afegien les fornitures) i en cosien les parts. En aquesta ocupació, enterament femenina, va ser habitual la combinació de treball a les fàbriques amb treball domiciliari, un sistema heretat de la indústria sabatera.

A la fase final es comprovava el producte acabat i la seva correcta confecció, es procedia al planxament i, en cas necessari, a l'envasament.

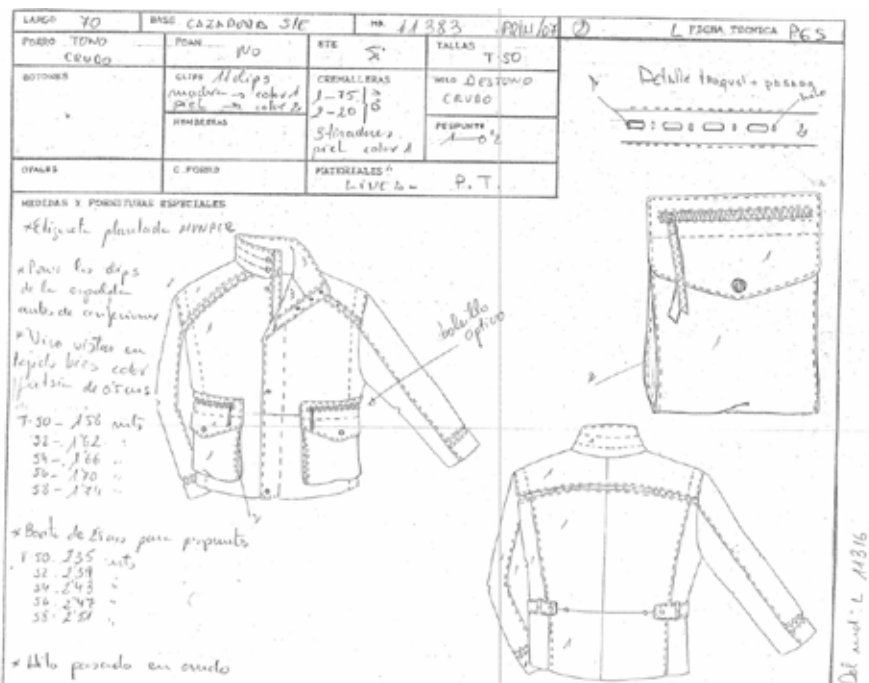


Figura 12. Fitxes tècniques, secció de disseny Munper. Font: Arxiu personal d'Antoni Muntaner.



Figura 13. Secció de tall Munper. Font: Arxiu personal d'Antoni Muntaner.



Figura 14. Secció de confecció de pell Munper. Font: Arxiu personal d'Antoni Muntaner.

## 3.2. LA COMERCIALIZACIÓ A LES LEATHER FACTORY SHOPS

### 3.2.1. Exportació i turisme

Amb l'arribada i el progressiu desenvolupament del turisme, en el darrer terç del segle XX, les empreses dedicades a la confecció de pell i marroquineria van trobar en aquest nou sector una important oportunitat de negoci. La relació comercial amb els principals operadors turístics que venien excursions a l'illa, incloent-hi la visita a aquest tipus d'establiments, va començar a ser habitual. Així va néixer el concepte de factoria-botiga d'articles de pell, *leather-factory shop*.

Aquest no va ser, evidentment, l'únic model comercial. Algunes empreses van obrir botigues, independents a la fàbrica, principalment a zones de costa d'àmbit local i nacional. Així mateix, la comercialització de productes a través de la figura de representants i distribuïdors es va convertir en una pràctica comuna.

L'orientació a mercats exteriors va ser un altre dels factors definitoris de la indústria de la pell a Mallorca. Molts fabricants dedicaven bona part de la seva producció a l'exportació i, a més dels tradicionals destins europeus heretats del desenvolupament comercial del sector del calçat, es va emprendre una progressiva expansió cap a altres nous mercats, principalment asiàtics, com el Japó, la Xina, Corea, Mongòlia, etc.

### 3.2.2. Fires

Des dels inicis dels anys 80 va ser habitual la participació de les fàbriques i empreses mallorquines de confecció de pell i marroquineria a les principals fires a nivell nacional –Piel España, Iberpiel– i internacional, a ciutats com París, Milà, Frankfurt, etc.





Figura 15. Passarel·la "Inca Ciutat de la Pell". Font: Arxiu personal de la família Corró.



Figura 16. Fira "Piel España". Font: Arxiu personal d'Antoni Muntaner.

La presència en aquest tipus d'esdeveniments suposava la possibilitat d'obrir nous mercats i era signe del posicionament òptim de les empreses, els creadors i els dissenyadors de moda mallorquins al sector. L'aposta decidida per la qualitat i el disseny eren els signes d'identitat de les marques locals.

El "boom de la pell" i l'auge del sector a l'illa va ser tan important en aquells anys que, fins i tot, es van desenvolupar algunes iniciatives locals. El 1986 tenia lloc la I Europell a Palma, una setmana dedicada a la moda de pell i marroquineria, amb més de 70 firmes expositores. També es va instituir la Passarel·la Inca, Ciutat de la Pell i el premi Ciutat d'Inca al millor disseny o idea en confecció; i es van multiplicar les propostes a manera de fires de mostres, certàmens, concursos i salons de moda.

### 3.2.3. Màrqueting i publicitat

A Mallorca, les *leather-factory shops* van desenvolupar una particular i original fórmula de publicitat: els mapes i les postals. A manera de fullet desplegable, aquests impresos incloïen un mapa amb els principals atractius i enclavaments turístics de l'illa, a més d'indicacions precises sobre la localització de l'establiment. A l'altra cara del desplegable, s'hi trobaven fotografies de la factoria-botiga i dels articles de pell. La presència o al·lusió a la marca era un element imprescindible i, a més de la funció purament comercial, servia com a recompte de visitants i estadística de vendes.

D'altra banda, a les darreres dècades del segle XX, les marques mallorquines dedicades al sector de la pell van començar a invertir en campanyes, cartells i catàlegs publicitaris, amb models i fotògrafs professionals, fins i tot de vegades amb l'aparició de personatges famosos, que servien per presentar les noves tendències i col·leccions de moda. Va ser molt habitual, a més, la col·laboració d'algunes firmes en el patrocini i l'esponsorització de clubs esportius. Tot això suposava no només la recerca d'elements identificadors



Figura 17. Mapes i postals. Font: Aina Crespi.



Figura 18. Catàlegs publicitaris. Font: Aina Crespi.

i diferenciadors de marca, sinó la irrupció d'una idea a l'imaginari col·lectiu: la rellevància de la indústria del cuir i de la pell en el teixit econòmic, cultural i social de l'època.

### 3.2.4. Crisi del sector i situació actual

El declivi de la indústria de la pell va començar a ser evident a mitjan dècada dels 90. Diferents problemes posaven de manifest el seu progressiu debilitament: augment dels costos de producció, dificultat d'adaptació a canvis i evolucions tècniques, canvis en la demanda, augment de competència exterior, manca de mà d'obra qualificada...

A les albors del segle XXI, el panorama era clar: la materialització d'un inevitable i imparabile procés de desindustrialització a l'illa i el viratge cap a un nou model econòmic centrat en el turisme i el sector terciari. No obstant això, van existir i existeixen empreses supervivents. Com han aconseguit sobreviure? Algunes van adaptar el seu model de negoci i van posar fi a la fabricació per dedicar-se totalment a la venda i comercialització; altres es van centrar en la recerca de nous mercats i en la diversificació de productes; i d'altres van aconseguir l'estabilitat productiva i comercial mantenint un producte de qualitat i de preu elevat.

Sigui com sigui, podem dir que estem davant d'un dels pocs sectors industrials resistents a l'economia insular.

## 4. CONCLUSIONS

El projecte *Leather Factory Shop* ha complert els objectius inicials que ens havíem plantejat. Hem aconseguit recopilar i preservar un patrimoni gairebé oblidat, donant veu a una generació de treballadors, empresaris i artesans que van tenir un paper fonamental en la construcció del teixit econòmic i social d'Inca i el Raiguer. L'aproximació combinada de fonts orals, materials i documentals ha estat clau per construir una narrativa coherent i atractiva que posa en valor aquesta indústria poc documentada.

L'exposició no només ha servit per enriquir el discurs del Museu del Calçat i de la Indústria, sinó que també ha esdevingut un espai d'interacció amb la comunitat, on antics treballadors i empresaris han pogut compartir les seves experiències i donar testimoni d'una època de gran activitat industrial. Els tallers, les converses i les activitats complementàries han reforçat aquest vincle i han contribuït a transmetre el coneixement d'aquesta indústria a les generacions futures.

També hem fet un primer pas important en la integració de la indústria de la confecció de pell i marroquineria com a part del relat històric del nostre territori. Aquesta exposició temporal ha posat en evidència la necessitat de continuar ampliant la recerca i dedicant més espai i recursos a aquestes indústries paral·leles.

En definitiva, *Leather Factory Shop* ha estat més que una exposició: ha esdevingut una plataforma per reivindicar la memòria i la rellevància d'un sector sovint menystingut. A més, hem establert les bases per a futurs projectes d'investigació que permetin aprofundir encara més en la història del nostre patrimoni industrial. Aquest és només el començament d'una tasca que desitgem continuar desenvolupant al Museu del Calçat i de la Indústria.

## REFERÈNCIES

Ferrero, A. 2019. Un nou projecte museístic construït des de la comunitat: estudis de públic i gestió interna del Museu del Calçat 2017-2018. XIX Jornades d'Estudis Locals d'Inca: Inca; 157-184.

Manera, C. 2002. Las islas del calzado. Historia económica del sector en Baleares (1200-2000). Leonard Muntaner editor: Palma de Mallorca.

Rotger, M. 2019. El calçat a Inca a partir dels anys 60. Universitat de les Illes Balears (Treball de fi de Grau).

## ALTRES FONTS

Arxiu personal d'Andreu Quetglas.

Arxiu personal d'Antoni Muntaner.

Arxiu personal d'Antònia Gual.

Arxiu personal de Joan Ramis.

Arxiu personal de Miquel Munar.

Arxiu personal de la família Corró.

*Revista Economía Balear.*

*Dijous.*

*Baleares.*

*Diario de Mallorca.*

*Lloseta, Revista Independiente de Información Local.*

*Última Hora.*

