



CODEXCA
CONSULTORIA DE EMPRESAS

CABILDO DE LANZAROTE

DIAGNOSTICO DEL SECTOR DE LA ARTESANIA DE LAS
ISLAS DE LANZAROTE Y LA GRACIOSA



CABILDO DE LANZAROTE





INTRODUCCIÓN	3
FICHA TÉCNICA	5
PERFIL DEL ARTESANO	8
ANÁLISIS CUANTITATIVO	11
BLOQUE I. DATOS GENERALES DEL ARTESANO.....	12
P1 – Sexo	13
P2 – Edad.....	14
P3 – Subsector de actividad	15
P4 – Artesanía como actividad	16
P5 – Antigüedad en la actividad artesanal	17
P6 – Forma Jurídica	18
P7 – Número total de empleados.....	19
P8 – Distribución de empleados por sexo	20
P9 – Infraestructura disponible	21
P10- Previsión de adquirir y/o realizar reformas	22
BLOQUE II. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	23
P11 – Tipología de cliente	24
P12 –Clientes directos e indirectos	25
P13 – Perfil socio – demográfico del cliente final	28
BLOQUE III. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA	31
P14 – Principales productos comercializados actualmente y en un futuro	32
P15 – Dispone de imagen de marca	33
P16 – Herramientas de promoción empleadas.....	34
P17 – Canales de promoción empleados	35



P18 – Volumen aproximado de facturación anual	36
P19 – Porcentaje de ventas de productos propios	37
P20 – 21) – Canales de venta para el cliente directo e indirecto	38
P22 – Temporada alta comercial.....	39
P23 – Pertenencia a asociaciones empresariales de representación	40
P24 – Qué servicios presta/le gustaría que prestase dicha asociación.....	41
P25 A – Cuota de dicha asociación.....	42
P25 B – ¿Qué cuota estaría dispuesto a pagar?	43
BLOQUE IV. COMPETENCIA	44
P26 – Procedencia actual de la competencia.....	45
P27 – Tipo de productos que le hacen la competencia.....	46
P28 - ¿Qué hace su competencia mejor que usted?.....	47
BLOQUE V. VALORACIÓN ACTUAL DEL SECTOR ARTESANAL Y NECESIDADES DEL SECTOR	48
P29 - ¿Cómo valora del 1 al 5 la situación actual del sector artesanal?	49
P30 – En su opinión, ¿cuáles son los principales factores que afectan negativamente al sector artesanal de Lanzarote y La Graciosa?	50
P31– En su opinión, ¿cuáles son los principales obstáculos que limitan la competitividad de su negocio?	51
P32 – En su opinión, ¿cuáles son las principales acciones que debe impulsar el Cabildo de Lanzarote para mejorar la competitividad del sector?.....	52
PLAN ESTRATÉGICO	53
FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO.....	54
MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	55
POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL.....	56
FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	58
AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN	60



01. INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

La artesanía es una de las principales formas de expresión con las que cuenta una cultura. Esta sirve no solo para preservar la tradición y el patrimonio cultural o para potenciar la cohesión social, sino que también supone una fuente de ingresos para aquella parte de la población que ha elegido la elaboración de productos artesanales como medio de vida, los artesanos. En consecuencia, el Cabildo Insular de Lanzarote lleva años comprometido con el desarrollo del sector artesanal de la isla y busca seguir reforzando este apoyo a corto, medio y largo plazo de manera a asegurar una continua evolución del mismo.

Por todo ello, el presente Diagnóstico del Sector de la Artesanía de la Isla de Lanzarote y La Graciosa ha sido llevado a cabo con el fin de identificar las debilidades y potencialidades del sector, de forma a poder establecer los criterios idóneos que regirán los apoyos destinados al sector artesano del Cabildo Insular de Lanzarote.

Con el objetivo de obtener las líneas estratégicas que definirán la manera en la que se ha de repartir las ayudas, en un primer lugar se ha elaborado un Diagnóstico a través de un análisis cuantitativo basado en la elaboración de encuestas a los artesanos de las islas de Lanzarote y La Graciosa; y en una segunda fase, se desarrollará un análisis cualitativo, a través de la realización de entrevistas con representantes gremiales y dinamizadores del sector, que tendrá como finalidad la validación de los resultados obtenidos. Mediante la complementariedad de estas dos fases se busca obtener el mayor grado de fiabilidad posible con respecto a las conclusiones extraídas.

Todo este proceso ayudará a que, una vez estudiada la situación actual a la que se enfrenta el sector, se establezca una serie de propuestas de actuación que busquen no solo la potenciación de las oportunidades aún por explotar sino que también aborden los retos que se ha de confrontar.

Es así como el Cabildo Insular de Lanzarote renueva, un año más, su compromiso con uno de los sectores clave para su desarrollo y busca establecer las líneas de actuación adecuadas que garanticen su resiliencia.



CABILDO DE LANZAROTE

02. FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA

Objetivos

Evaluar el sector de la artesanía de las islas de Lanzarote y la Graciosa para realizar un diagnóstico en profundidad de la situación actual de éste.

Ámbito geográfico

El estudio abarca las islas de Lanzarote y la Graciosa

Unidad de análisis

Son todas las personas que practiquen la actividad de la artesanía y que estén dados de alta como tales o reconocidos dentro de esta denominación

Diseño muestral

Población objetivo

La población objetivo está conformada por los artesanos que desarrollan esta actividad en la isla de Lanzarote y la Graciosa

Tamaño muestral

El tamaño de la muestra ha sido de 165 encuestas del total de la población objetivo de artesanos que se sitúa en 452.

Para la estimación del tamaño muestral, se aplicó un muestreo aleatorio simple con un nivel de confianza del 95% y un error del 7,6%, calculado para una situación de incertidumbre ($p=q=0,5$)



$$n = \frac{N \times p \times q}{\frac{N \times E^2}{Z^2_{\alpha/2}} + p \times q}$$

n: tamaño de la muestra

N: Número total de unidades en la población

E: error estimado

Z: estadístico de distribución normal correspondiente a un nivel de confianza del 95%

p, q: proporción



CABILDO DE LANZAROTE

03. PERFIL DEL ARTESANO

PERFIL DEL ARTESANO

La paridad entre el número de mujeres y hombres dedicados al sector de la artesanía es un hecho. La representación masculina en el colectivo es tan solo dos puntos porcentuales superior a la femenina, por lo que podemos afirmar que existe una igualdad de género en el perfil del artesano tipo.

El rango de edad de los artesanos de Lanzarote y la Graciosa oscila entre los 26 y los 65 años, destacando el porcentaje de ellos que está entre los 36 y 65 años (31%) y los 46 y 55 años (12,73%). Sin embargo este dato hay que tomarlo con cautela, pues un 60% de los encuestados no ha contestado a esta pregunta. En cualquier caso se podría considerar que la media de edad está establecida en torno a los 50 años.

Otro elemento de interés es la experiencia en el sector, el 49,70% de los artesanos lleva más de quince años en la profesión y el 21,21% se sitúa entre los seis y los quince años de experiencia.

La artesanía es llevada a cabo como actividad principal por el 58% de los artesanos. En contraposición a ello, el 42% de la muestra no vive de la artesanía sino que la ejerce como actividad complementaria a otras actividades profesionales debido a diversas razones como por ejemplo, el bajo nivel de ingreso conseguido con la artesanía. Asimismo, es importante resaltar que existe un mayor porcentaje de mujeres (25%) que de hombres (17,57%) dedicadas a la artesanía como actividad complementaria.

La forma jurídica más generalizada entre los que ejercen la profesión es la de autónomo, con un 26% de la muestra objetivo. Sin embargo, es destacable el hecho de que un gran porcentaje de los artesanos encuestados (70%) no se sienten cómodos dando a conocer su forma jurídica.

Respecto al subsector de actividad al que se dedican, el 18% de los artesanos se especializa en el textil, el 16% se centra en la madera y los grupos de artesanos dedicados a la piel y al cuero así como a la madera suponen un 10% del total cada uno. Además, existe un 11% de la población artesana que se dedica al reciclado de materiales para realizar sus productos, un porcentaje que supera en un punto porcentual a actividades tradicionales como son la piel y el cuero o la cerámica. Por su parte, la forja es sólo es practicada por un 2% de ellos y el patchwork, macramé, ganchillo y la piedra también tienen cierta representación en el sector, sumando en total un 14%.

Es un colectivo que no presenta una generación de empleo destacable, en torno al 4% tiene a su cargo un empleado y el 3% tiene entre tres y cinco empleados. El 93% *no contesta* a la pregunta, por lo que podemos considerar que son empresarios sin empleados o con colaboradores del sector informal.

Existe un gran porcentaje (64%) de artesanos que **no** forma parte de alguna asociación artesanal mientras que el 22% de ellos **sí** lo hacen. De entre estos últimos; la asociación AICAL acoge a un 72,97% del total de asociados mientras que el 13,51% restante se divide entre la asociación TAMUH (10,81%) y la Asociación Cultural de Cerámica (2,70%).

Desde el punto de vista de los artesanos los productos baratos o con bajo valor añadido son los que mayor preocupación les causa pues existe una clara dificultad a la hora de competir con este tipo de productos, normalmente importados desde China. Asimismo destaca el hecho de que consideran que su competidor principal es el resto de artesanos locales.

El artesano tipo considera que existe cierto grado de incertidumbre en el devenir del sector artesanal. Además, da a conocer su preocupación por la escasa valorización que se le da al sector artesano, poniendo de relieve el escaso apoyo que recibe por parte del sector público. Por otro lado, tal y como se ha mencionado anteriormente, hacen especial hincapié en que la mayor competencia son las importaciones de bajo valor, que derivan de la poca valorización que se hace del verdadero producto artesanal. Esto produce una disminución continuada en las ventas de los artesanos que genera a su vez una preocupación respecto a la oficialización del sector.

En conclusión y desde una perspectiva simplificada, el artesano de Lanzarote y la Graciosa es un hombre cuya edad se sitúa entre los 50 y 65 años, con 15 años de experiencia en la profesión, que se dedica a la artesanía como actividad principal y se especializa principalmente en el subsector textil o la madera.



04. ANÁLISIS CUANTITATIVO



BLOQUE I. DATOS GENERALES DEL ARTESANO

P1 – Sexo

P2 – Edad

P3 – Subsector de actividad

P4 – Artesanía como actividad

P5 – Antigüedad en la actividad artesanal

P6 – Forma Jurídica

P7 – Número total de empleados

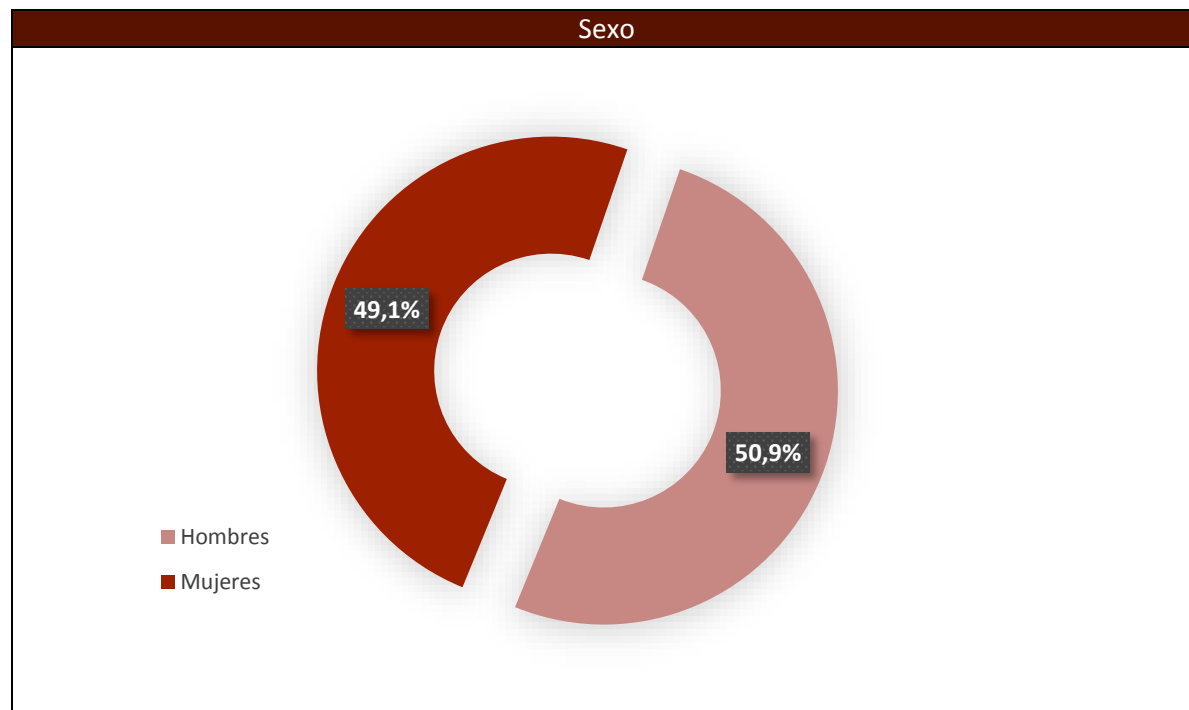
P8 – Distribución de empleados por sexo

P9 – Infraestructura disponible

P10- Previsión de adquirir y/o realizar reformas



P1 – Sexo

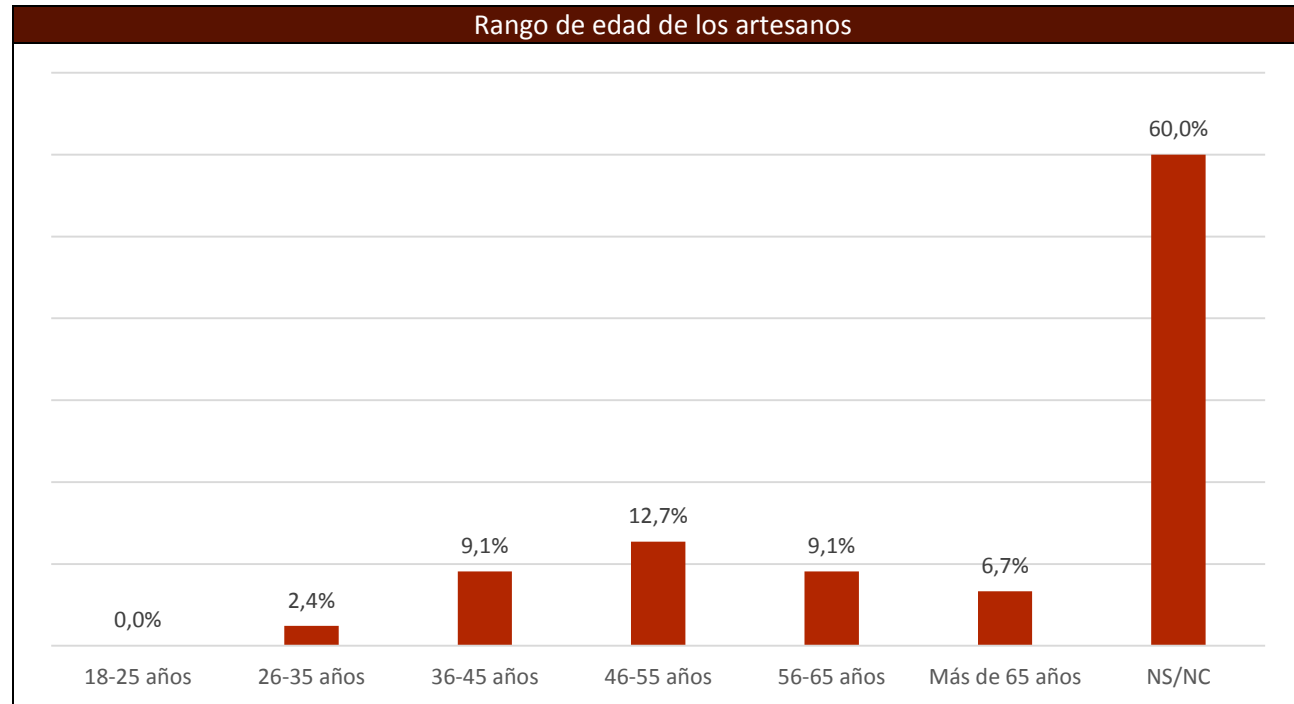


Aspectos Relevantes

Se observa que existe una paridad entre mujeres y hombres en el sector de la artesanía.



P2 – Edad



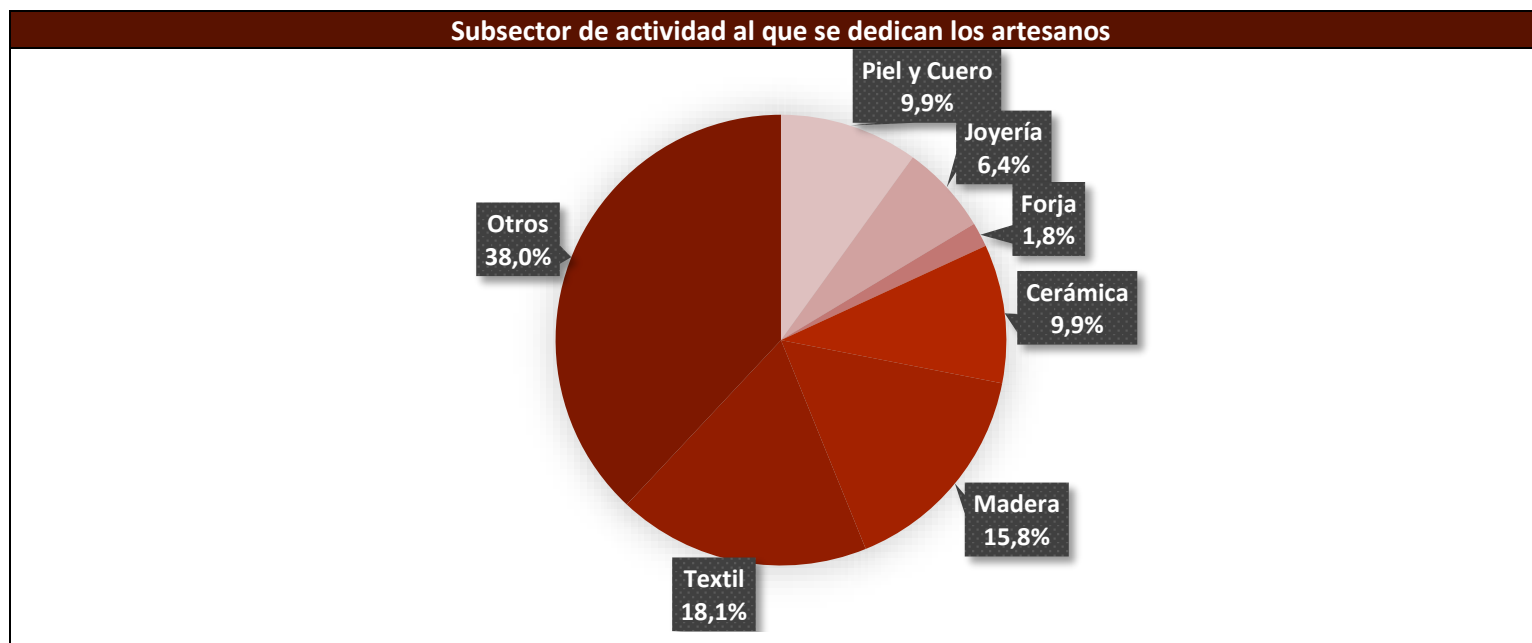
Aspectos Relevantes

Se detecta que la media de edad de los artesanos se establece en torno a los 50 años.

Asimismo, destaca el hecho de que ningún artesano pertenece al rango de edad que va desde los 18 hasta los 25 años.



P3 – Subsector de actividad

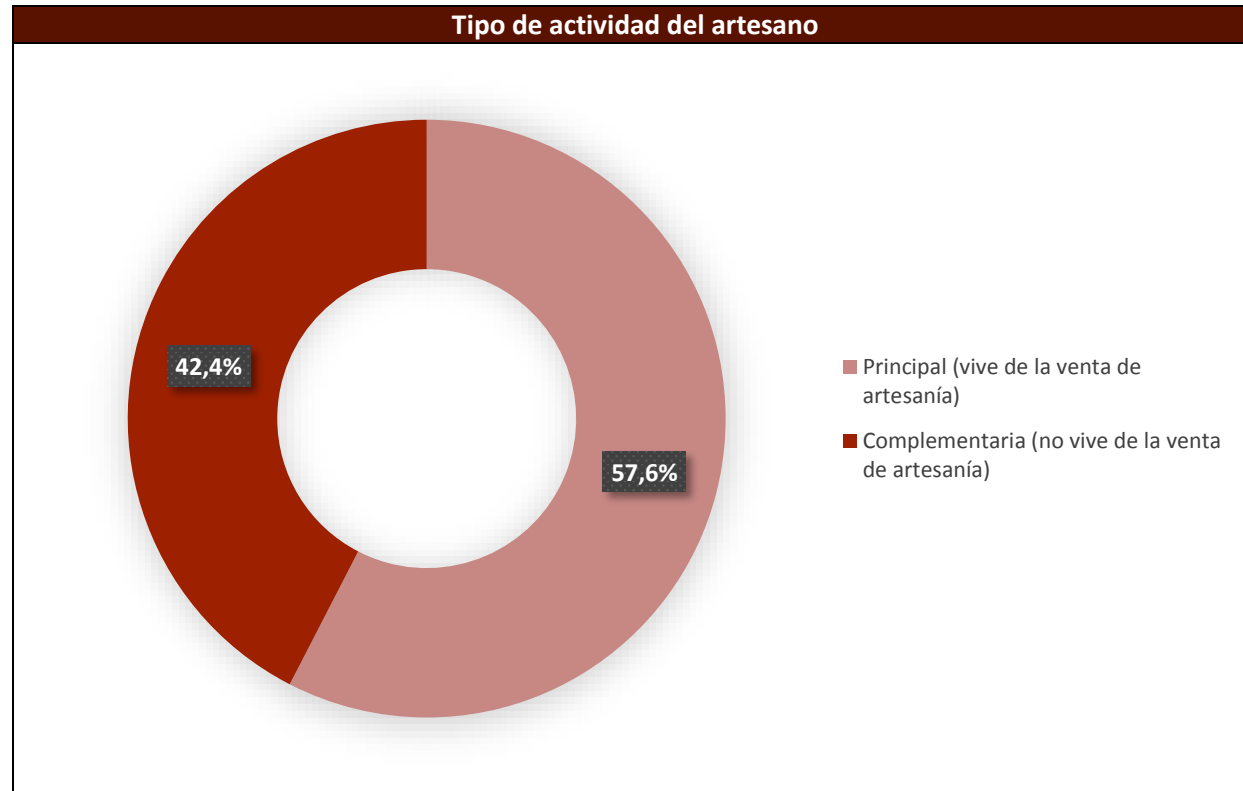


Aspectos Relevantes

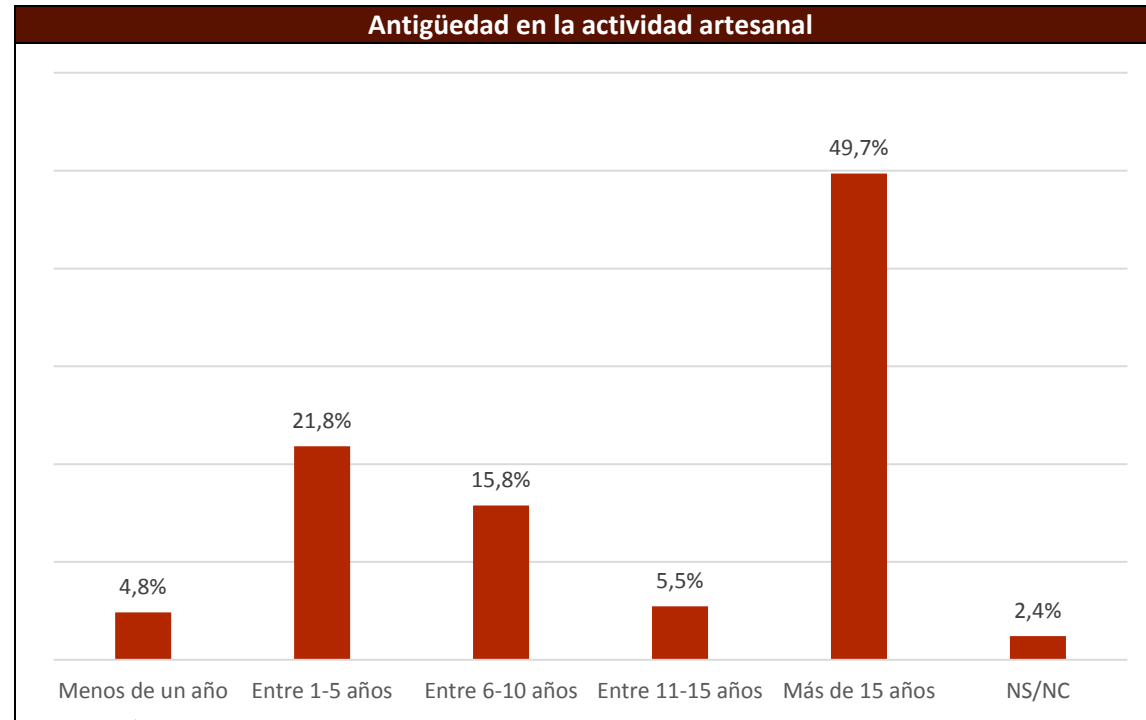
Cabe destacar que un gran porcentaje de los encuestados afirmó dedicarse a otros subsectores de actividad no especificados en la encuesta. El análisis de sus respuestas revela que un 30% de los artesanos que marcaron la opción "Otros" centra su actividad en el reciclado de materiales.



P4 – Artesanía como actividad



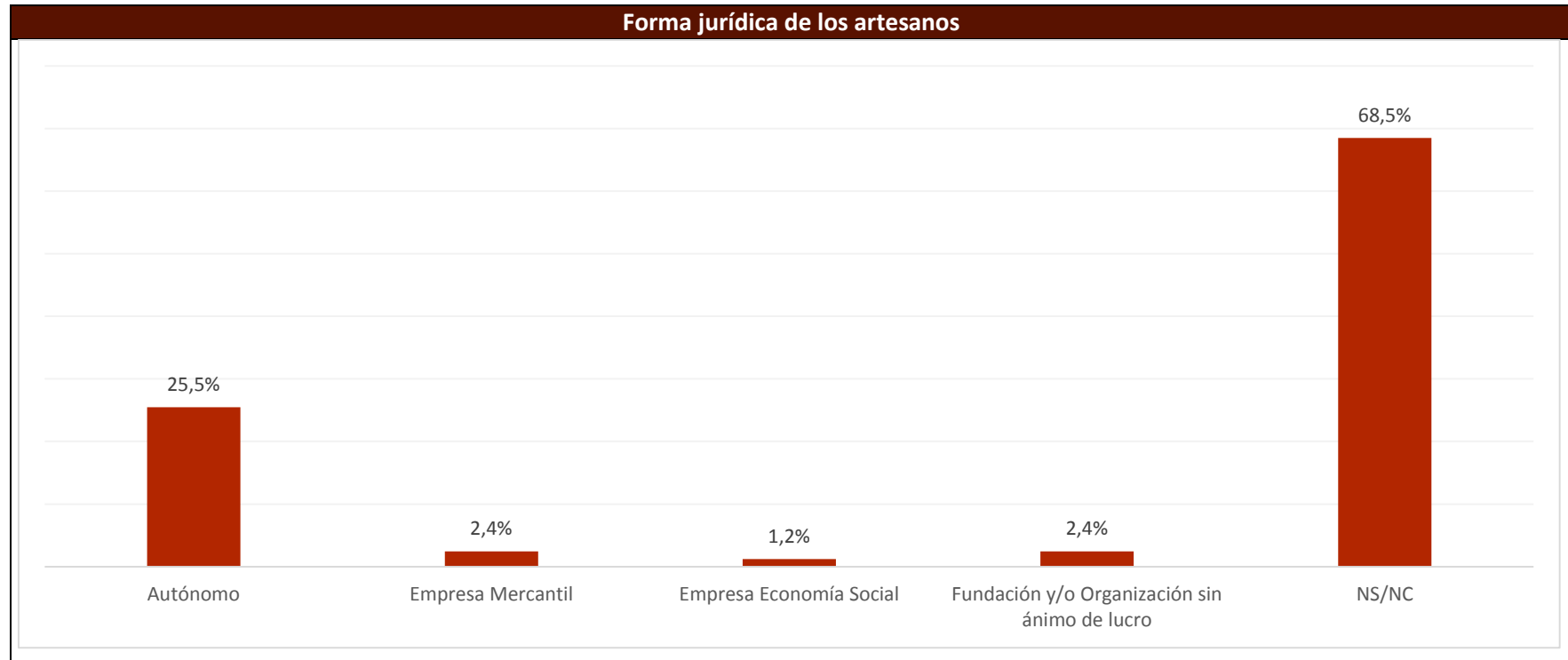
P5 – Antigüedad en la actividad artesanal



Aspectos Relevantes
Casi un 50% de los encuestados lleva más de 15 años dedicándose a la artesanía.



P6 – Forma Jurídica



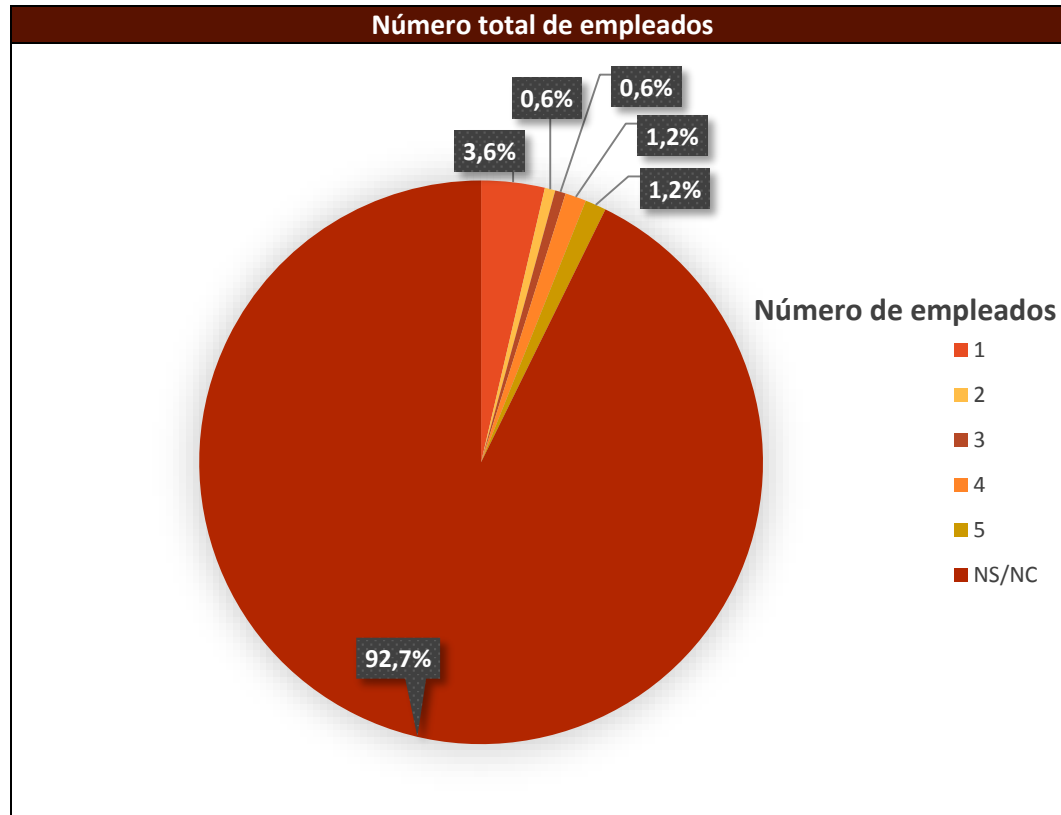
Aspectos Relevantes

La forma jurídica más generalizada es la de la figura del autónomo, con un 25,5%.

Sin embargo se ha de destacar el hecho de que casi un 70% de los artesanos no ha contestado a esta pregunta.



P7 – Número total de empleados



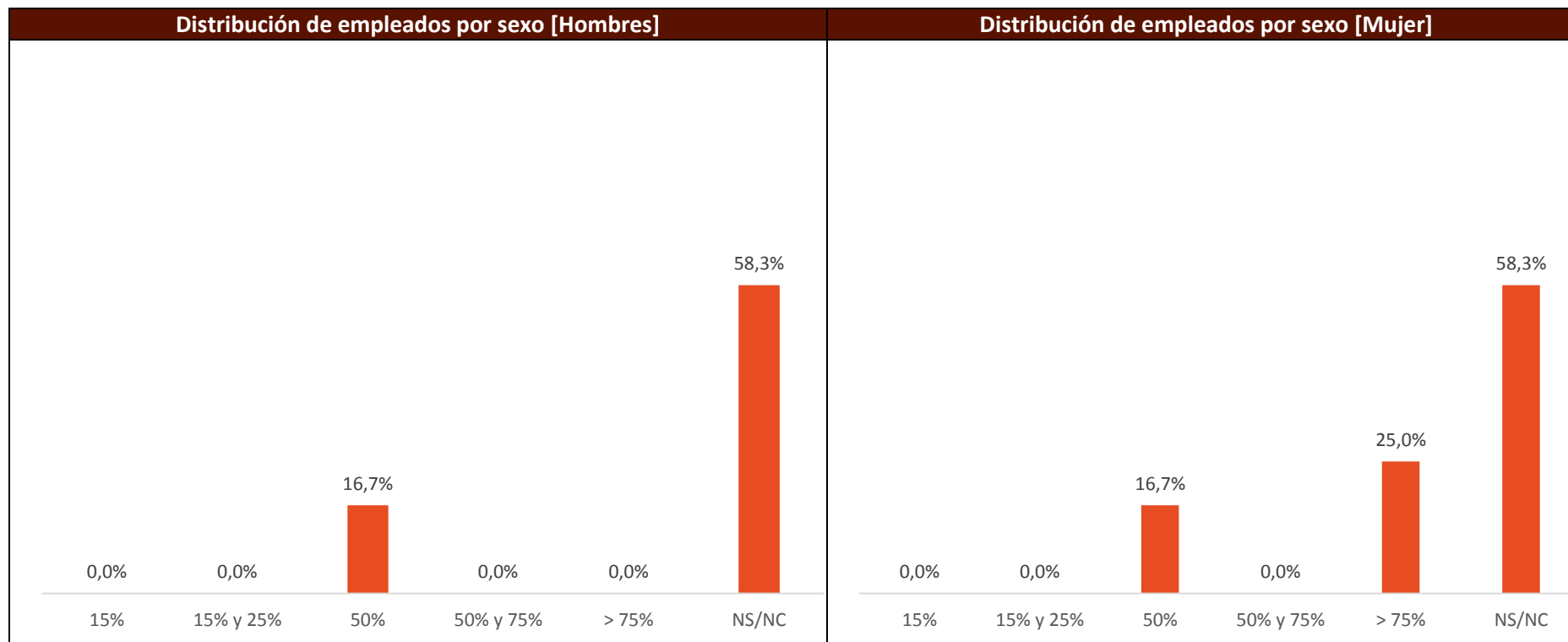
Aspectos Relevantes

El 3,6% de los artesanos cuenta con la ayuda de un empleado mientras que el 3% de ellos tiene entre tres y cinco empleados.

Un 92,7% ha preferido no contestar a la pregunta.



P8 – Distribución de empleados por sexo

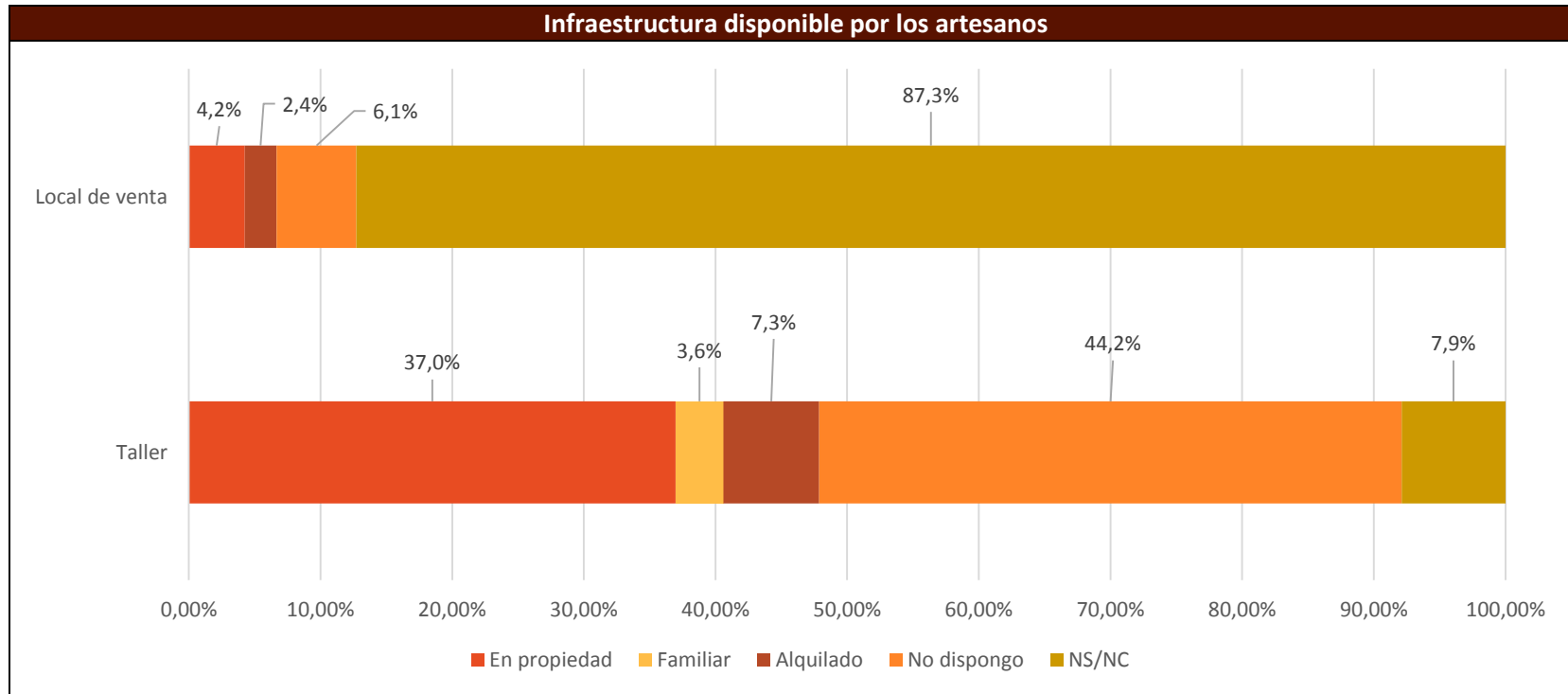


Aspectos Relevantes

El 58,3% de los artesanos no sabe o no contesta a esta pregunta. A pesar de ello, se observa una cierta predominancia en la presencia de mujeres como empleadas pues un 25% de los artesanos dice tener una plantilla de empleados formada por más de 75% de mujeres.



P9 – Infraestructura disponible



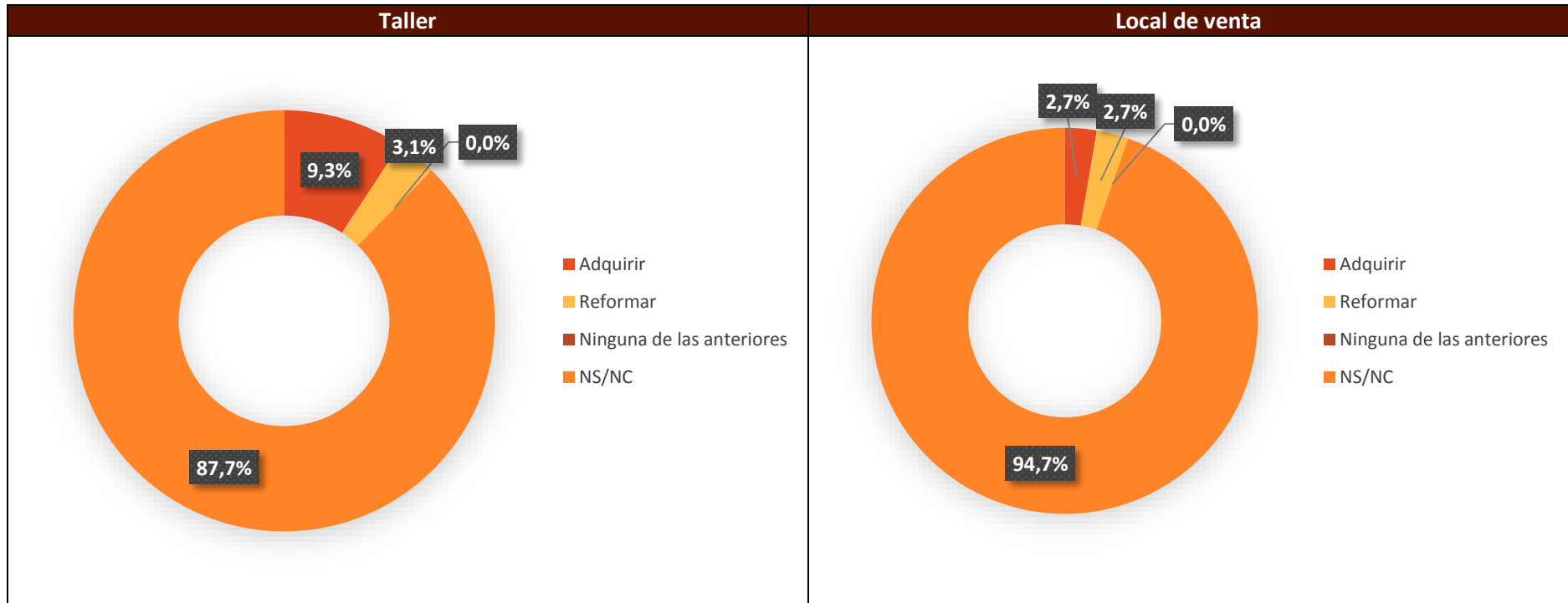
Aspectos Relevantes

Se observa que tan solo un 6,6% de los artesanos dispone de un local de venta, propio o alquilado.

Sin embargo, esta cifra aumenta en el caso de los talleres, ya que un 47,9% de los encuestados dispone de uno.



P10- Previsión de adquirir y/o realizar reformas





BLOQUE II. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

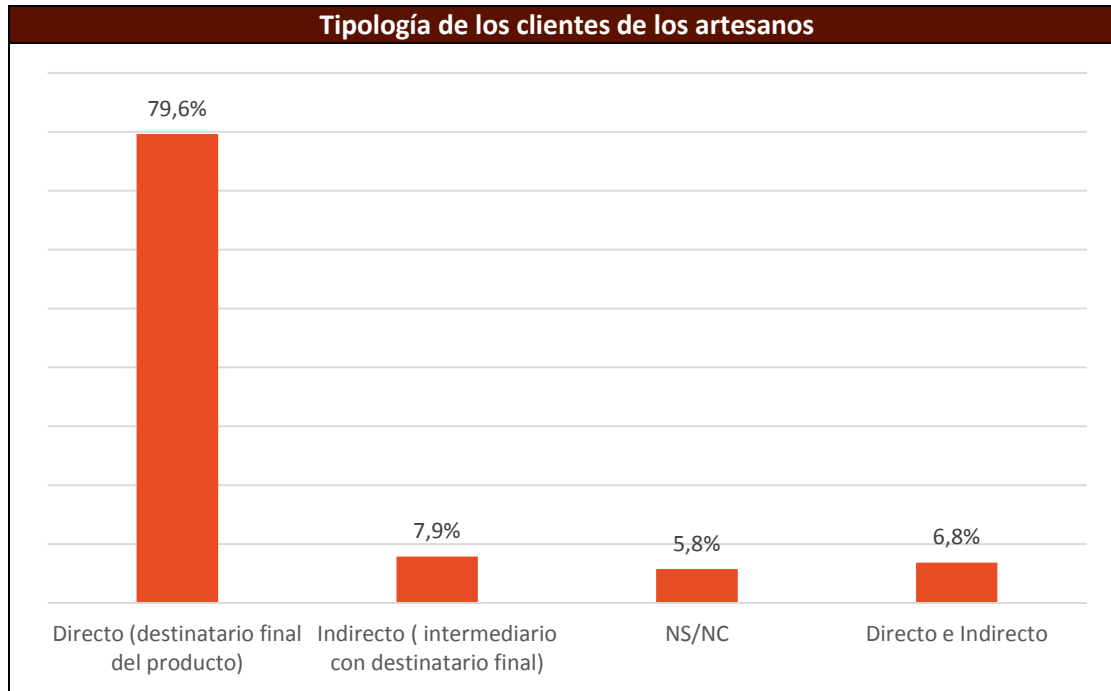
P11 – Tipología de cliente

P12 – Procedencia de los clientes directos e indirectos

P13 – Perfil socio – demográfico de su cliente final



P11 – Tipología de cliente



Aspectos Relevantes

Un 79,6% de los artesanos tiene una cartera de clientes basada en la venta directa.

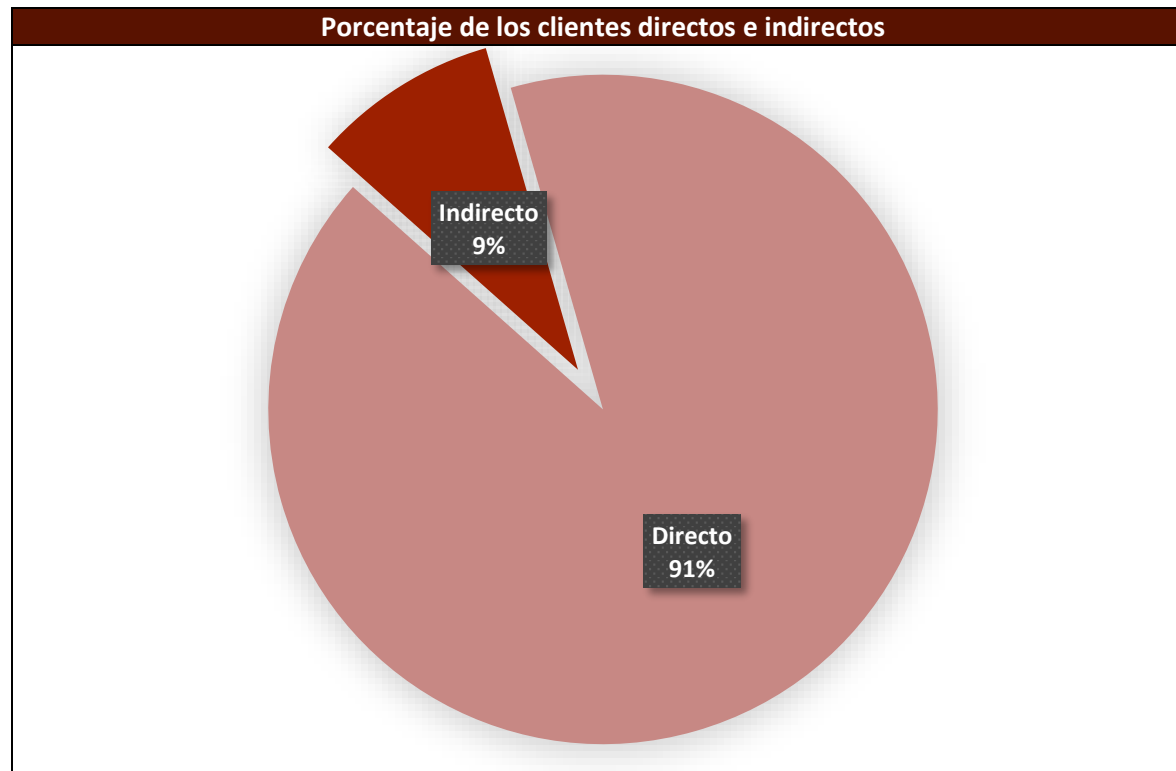
Cabe señalar que un 6,8% de los encuestados ha declarado tener clientes tanto directo como indirectos.



P12 –Clientes directos e indirectos

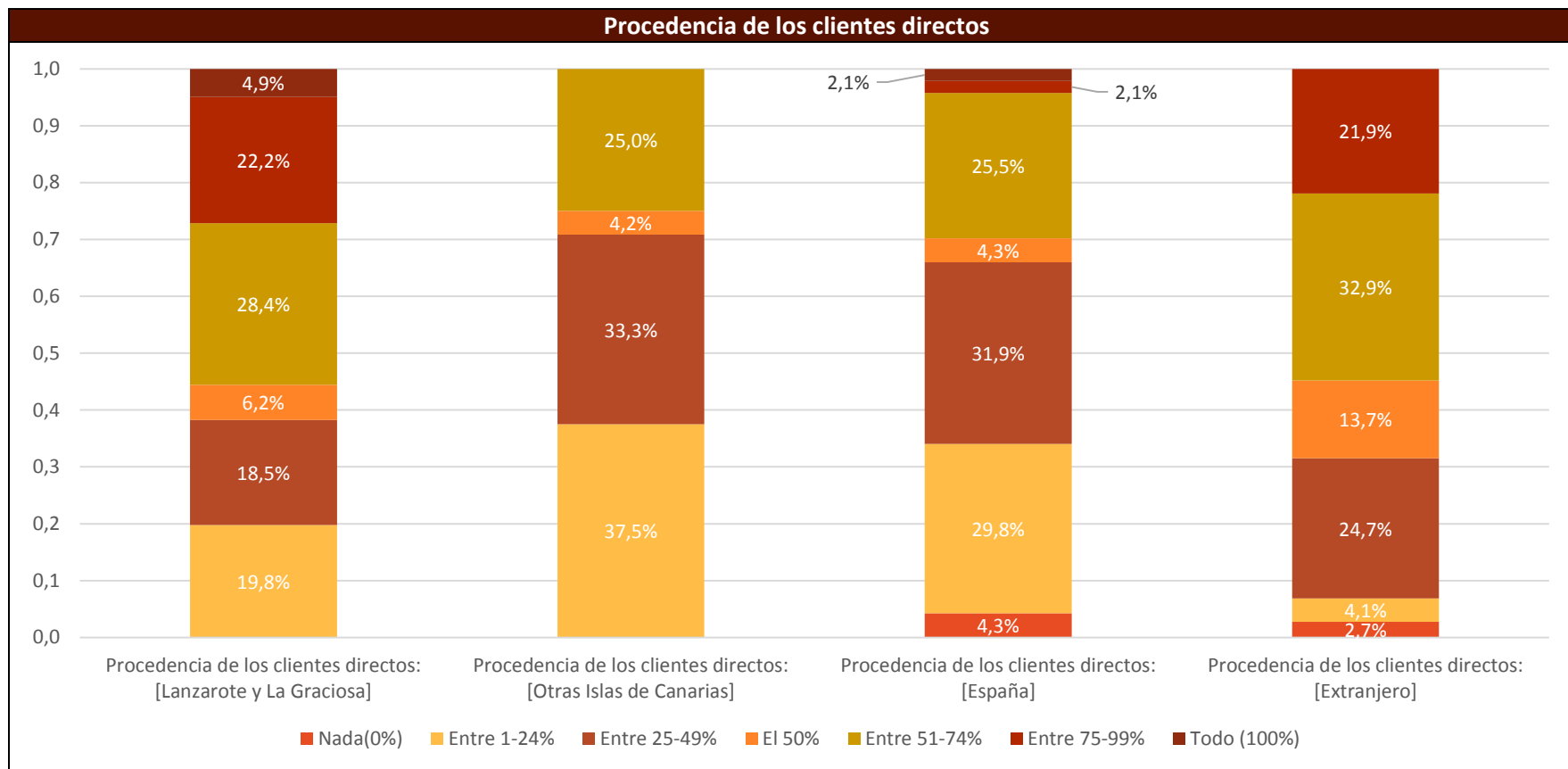
Aspectos Relevantes

El 91% de los artesanos tiene clientes directos mientras que un 9% tiene clientes indirectos.





P12 – Procedencia de los clientes directos

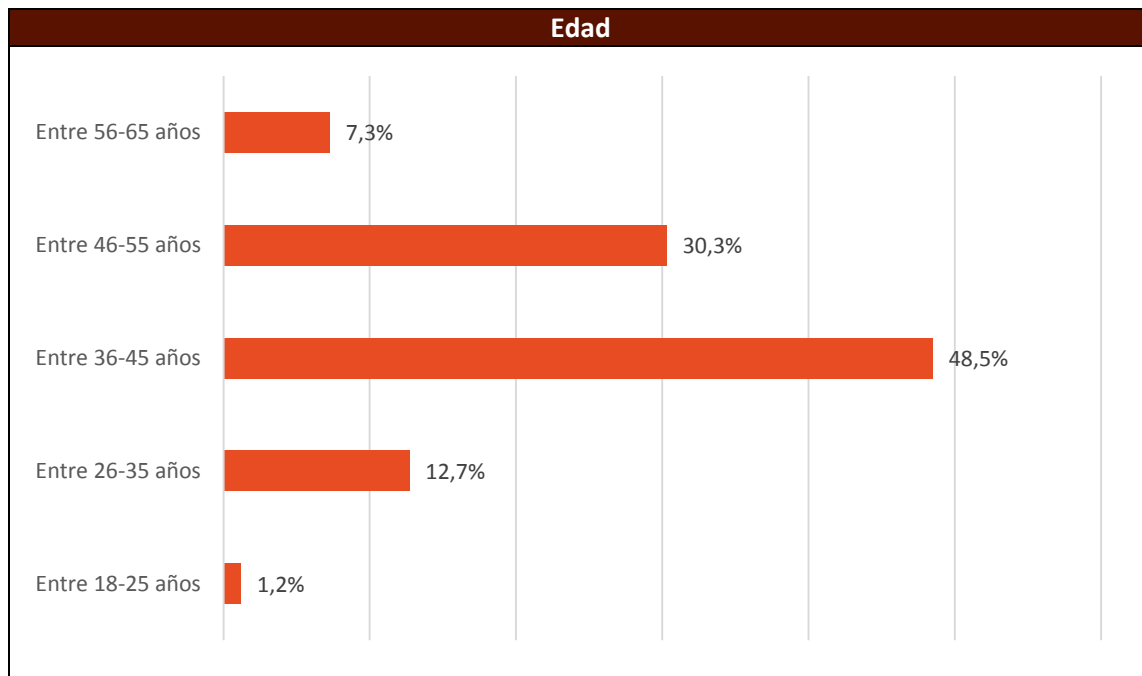


Aspectos Relevantes

El 4,9% de los artesanos manifiesta que el 100% de sus clientes directos procede de Lanzarote y la Graciosa mientras que un 50,6% del colectivo artesanal afirma que este grupo de clientes supone entre el 51 y 99% de su clientela.

Un total de 46,6% también declara que ente el 51 y el 99% de sus clientes proceden del extranjero.

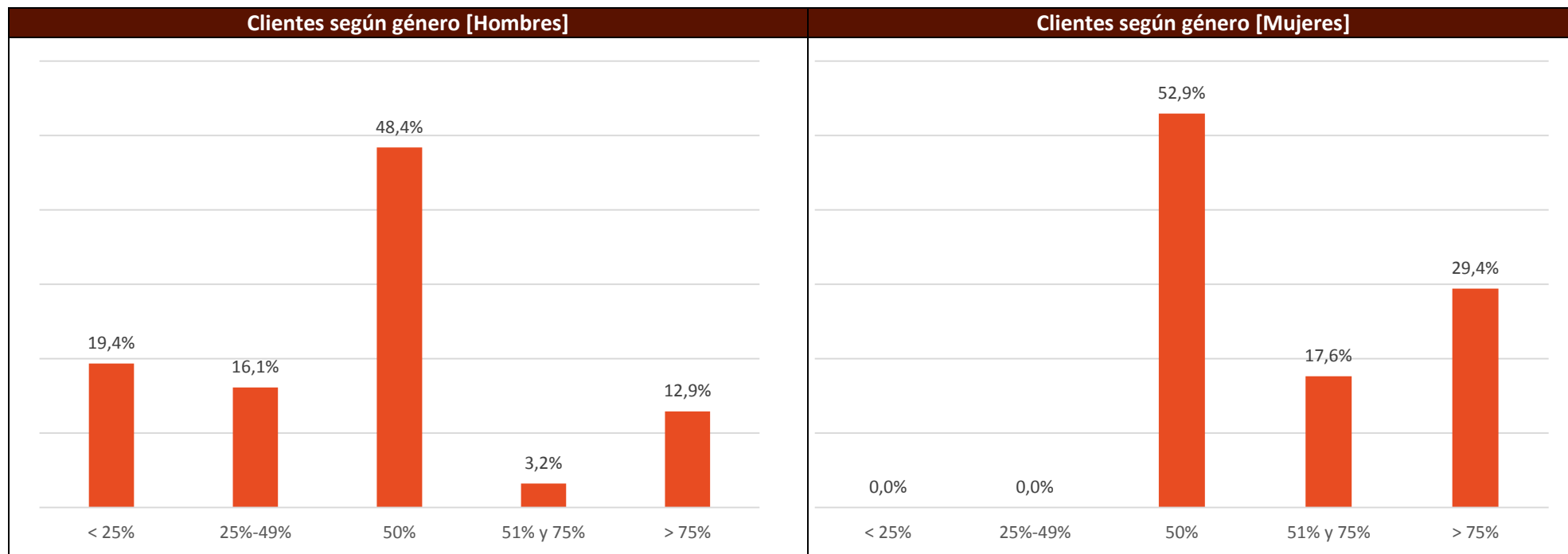
P13 – Perfil socio – demográfico del cliente final



Aspectos Relevantes

De esta pregunta se desprende que el principal grupo de compra de los productos artesanos es la población de mediana edad pues el 78,8% de los clientes finales tiene entre 36 y 55 años.

P13 – Perfil socio – demográfico del cliente final

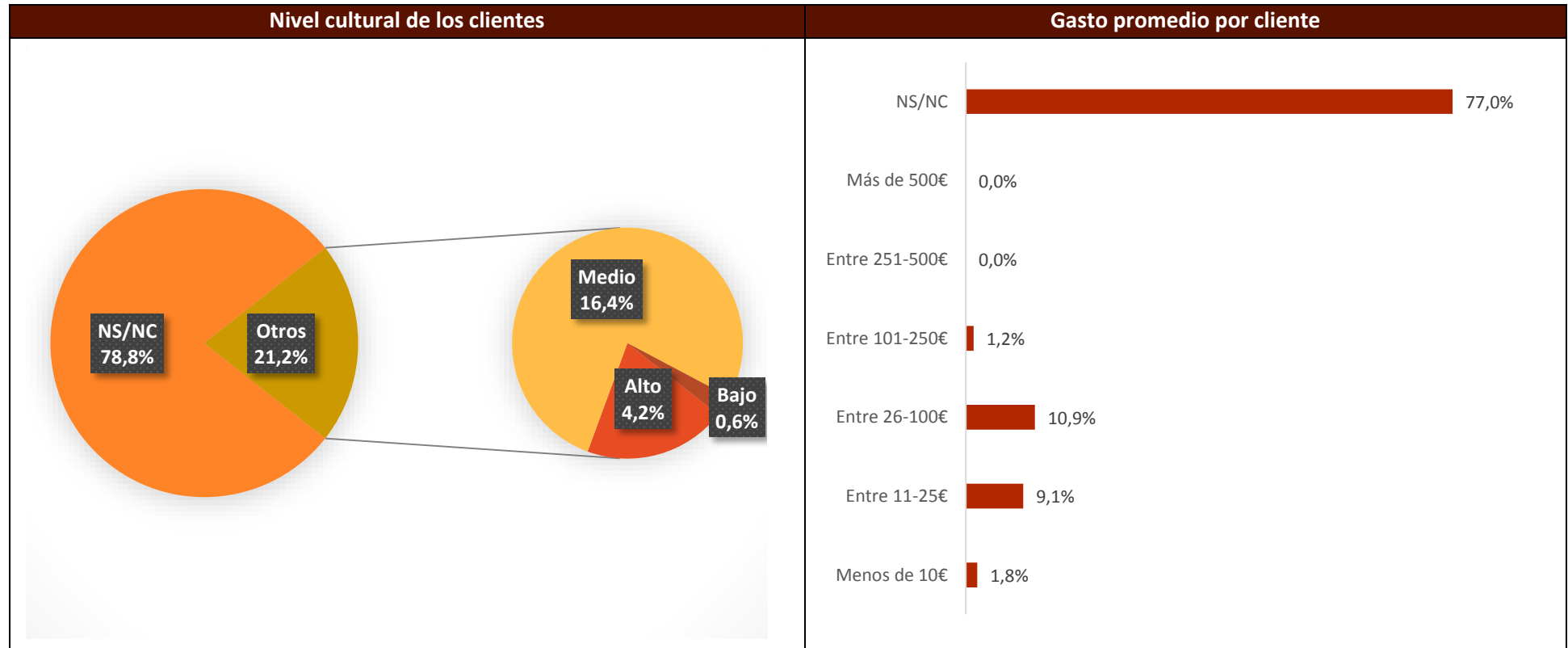


Aspectos Relevantes

Un 80,3% de los artesanos no conoce el género de su cliente final. Sin embargo, un 29,4% de ellos afirma que más del 75% de su clientela son mujeres.



P13 - Perfil socio – demográfico del cliente final



BLOQUE III. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

P14 – Principales productos comercializados actualmente y en un futuro

P15 – Dispone de imagen de marca

P16 – Herramientas de promoción empleados

P17 – Canales de promoción empleados

P18 – Volumen aproximado de facturación anual

P19 – Porcentaje de ventas de productos propios

P20 – 21) – Canales de venta para el cliente directo e indirecto

P22 – Temporada alta comercial

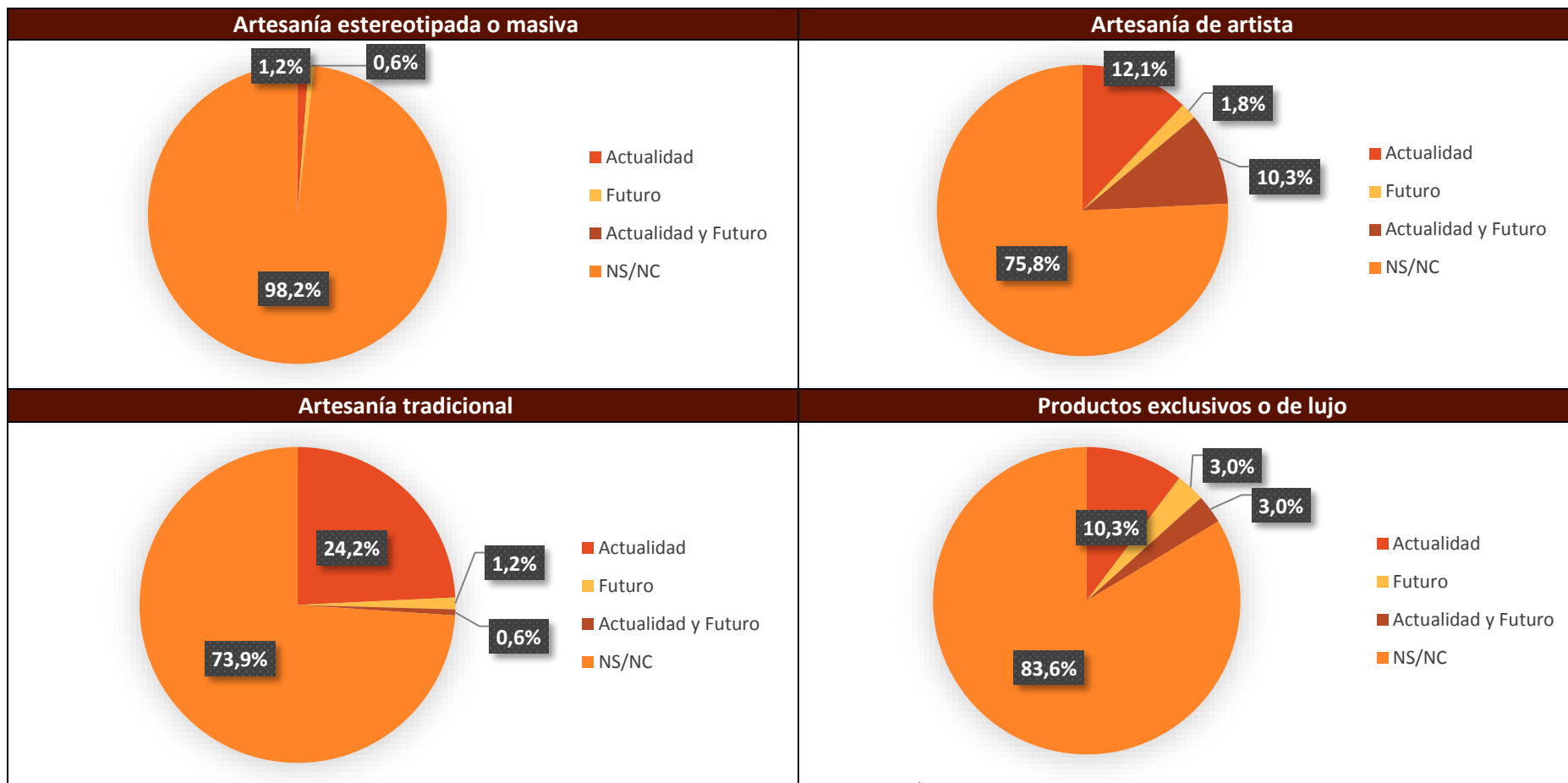
P23 – Pertenece a alguna asociación empresarial que represente a los artesanos

P24 – Qué servicios presta/le gustaría que prestase dicha asociación

P25 A) – Cuota de dicha asociación

P25 B) – ¿Qué cuota estaría dispuesto a pagar?

P14 – Principales productos comercializados actualmente y en un futuro

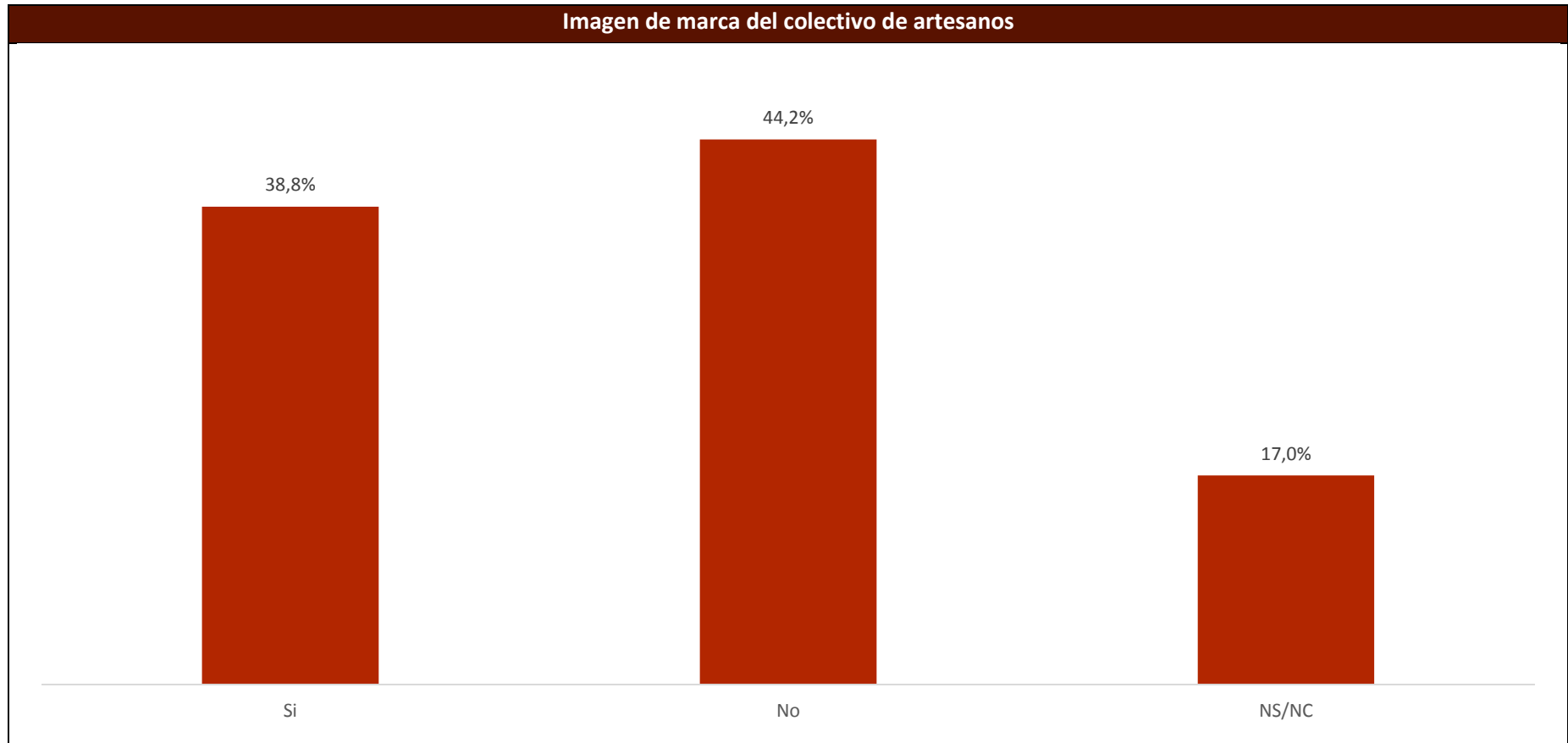


Aspectos Relevantes

Actualmente, el tipo de artesanía más practicada es la artesanía tradicional. Sin embargo, si nos atenemos a las perspectivas futuras de creación de nuevos productos, parece ser que parte de los artesanos planea introducirse en el ámbito de la artesanía de productos exclusivos.

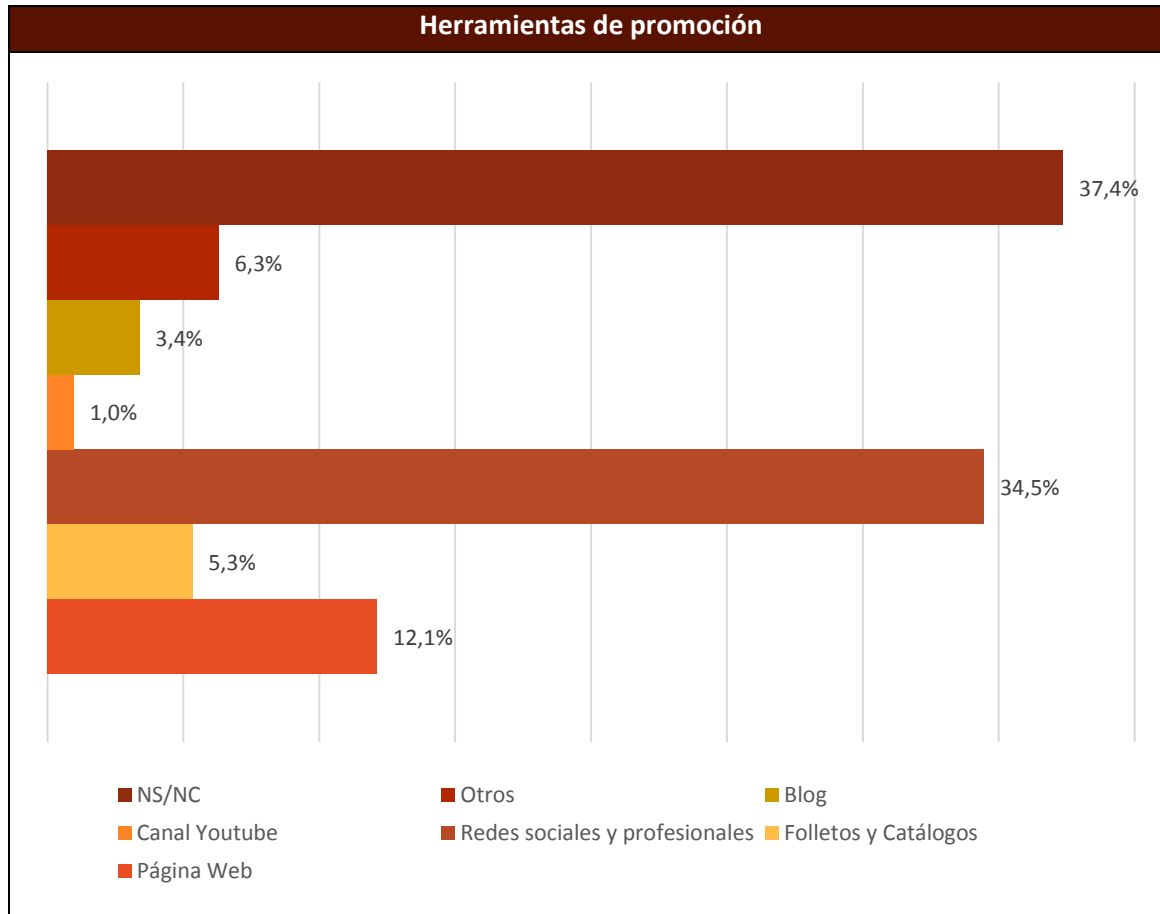


P15 – Dispone de imagen de marca





P16 – Herramientas de promoción empleadas

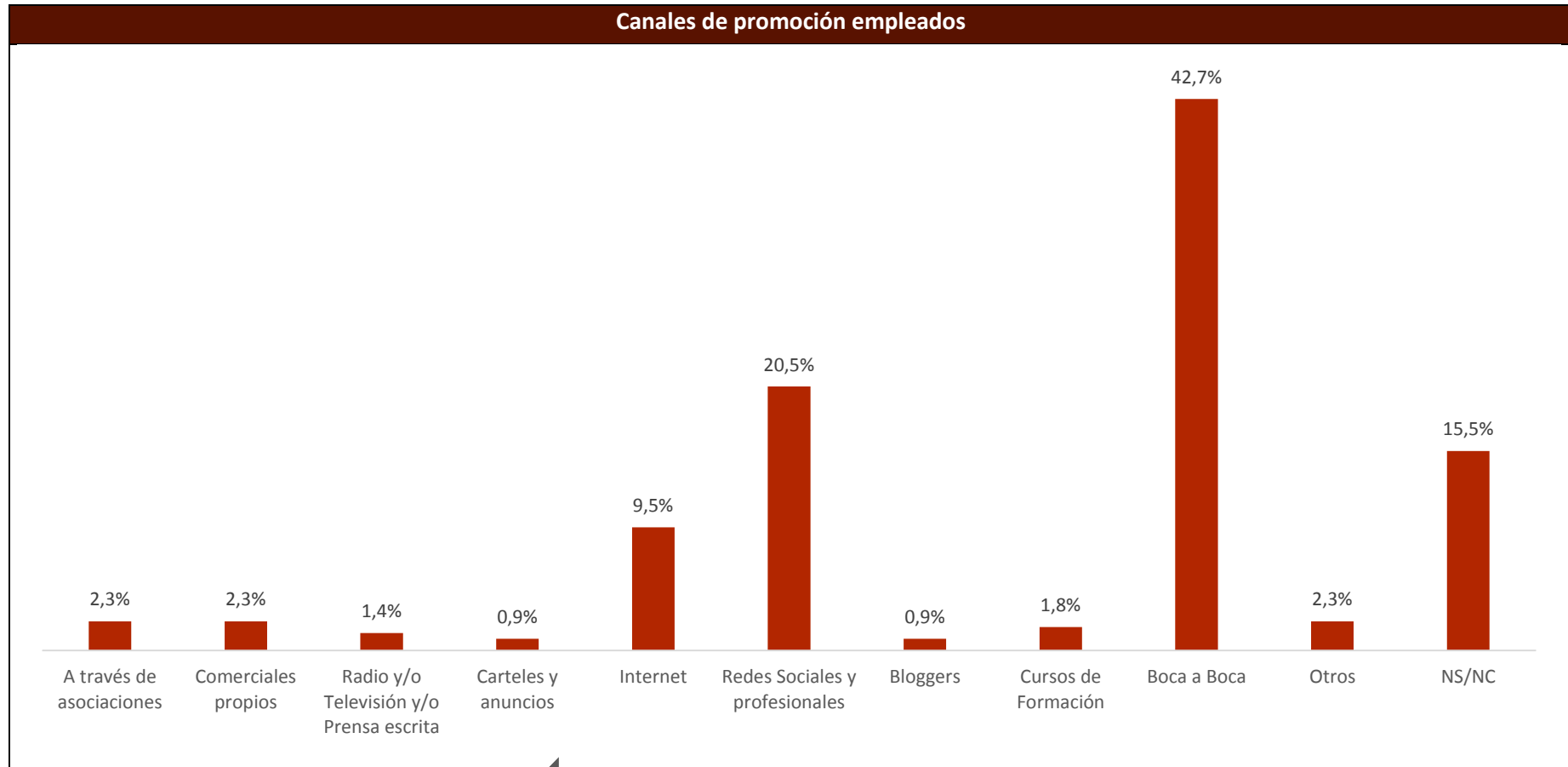


Aspectos Relevantes

A pesar de que existe un número amplio de artesanos que no ha contestado a esta pregunta, destaca el hecho de que casi un 35% de ellos dice promocionarse a través de las redes sociales.



P17 – Canales de promoción empleados

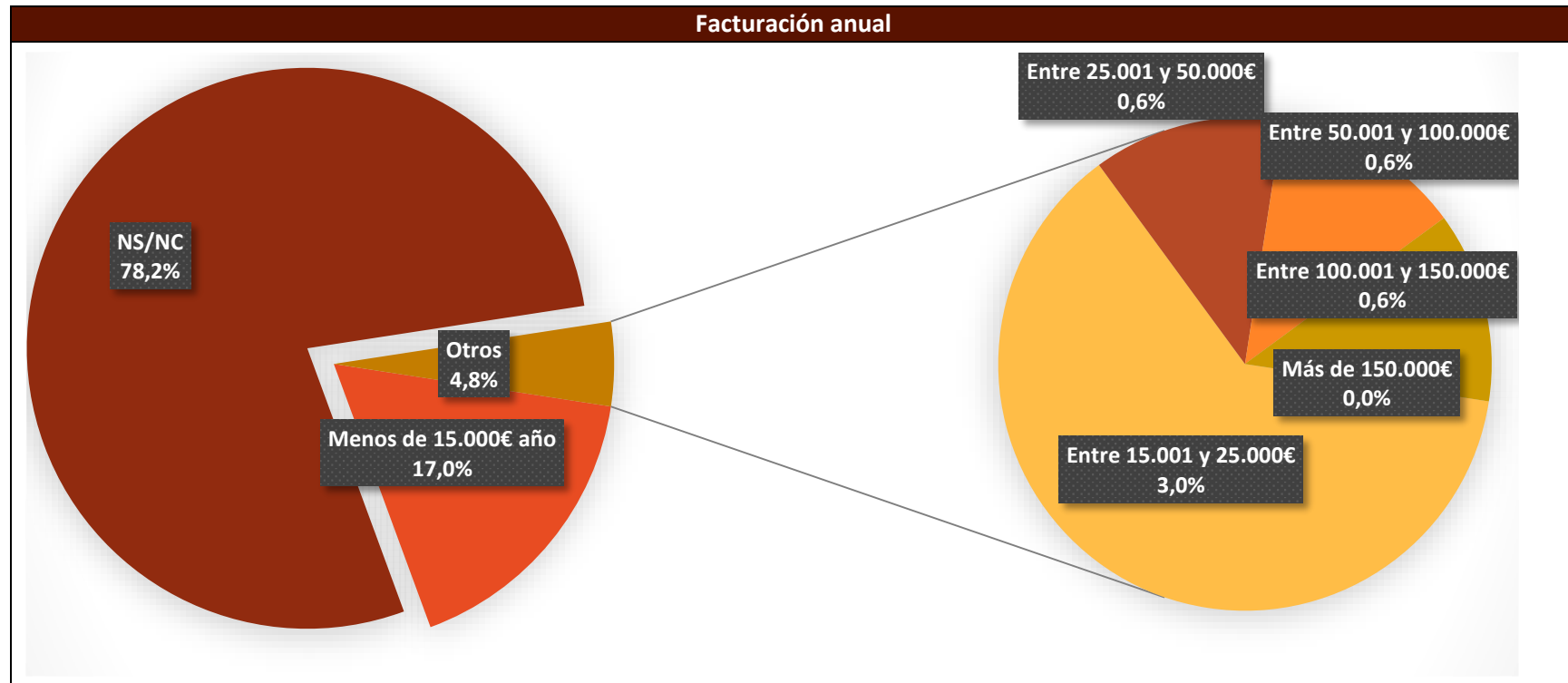


Aspectos Relevantes

El “boca a boca”, con un 42,7%, es el principal canal en el que se basa actualmente la promoción de los artesanos.



P18 – Volumen aproximado de facturación anual



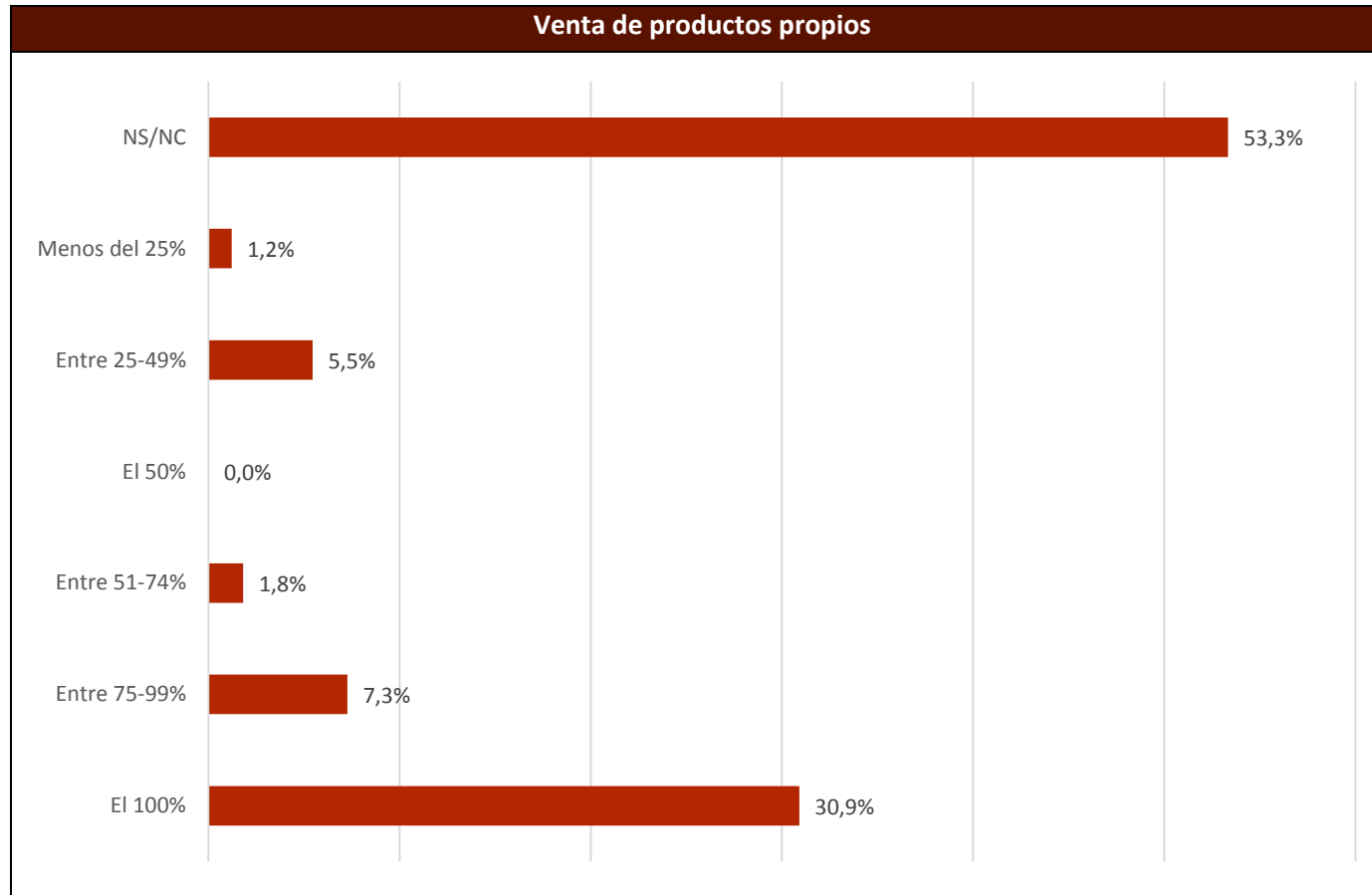
Aspectos Relevantes

Una amplia mayoría de encuestados, 78,2%, ha preferido no responder a esta pregunta.

Asimismo, destaca el hecho de que tan solo un 4,8% supera los 15.000€ anuales.



P19 – Porcentaje de ventas de productos propios

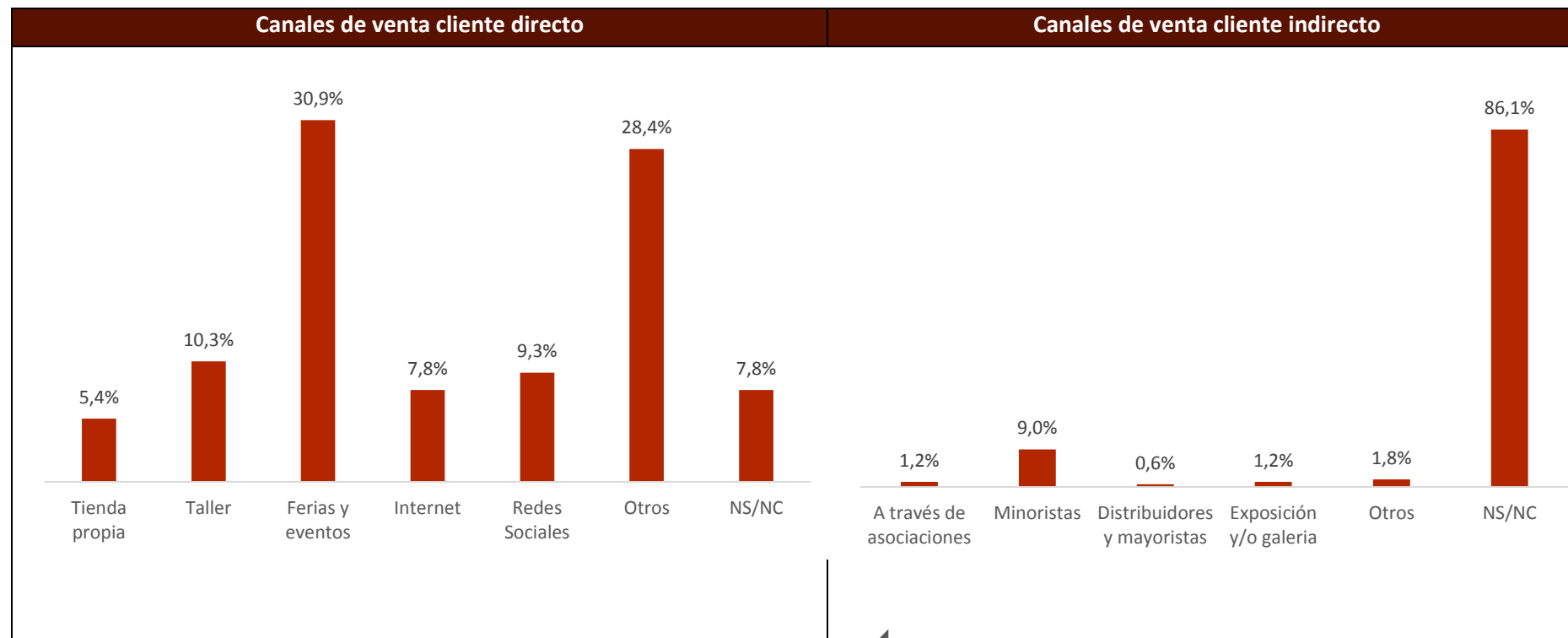


Aspectos Relevantes

El 30,9% de los artesanos basa la totalidad de sus ventas en productos propios.



P20 – 21) – Canales de venta para el cliente directo e indirecto

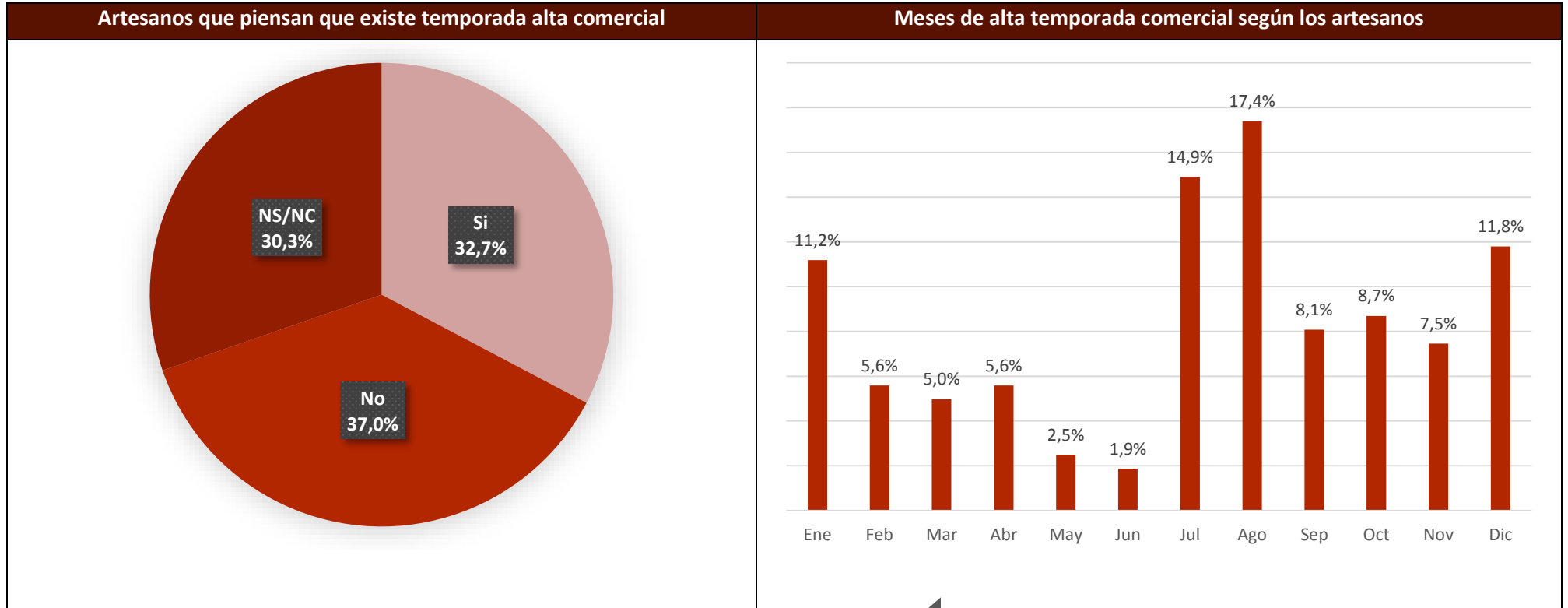


Aspectos Relevantes

Las ferias y eventos, con un 30,9%, son el principal canal de venta de los artesanos. Asimismo un 28,4% ha seleccionado la opción "Otros", indicando la mayoría de ellos que el mercadillo es la alternativa de venta más frecuente cuando no se celebran ferias y eventos.



P22 – Temporada alta comercial



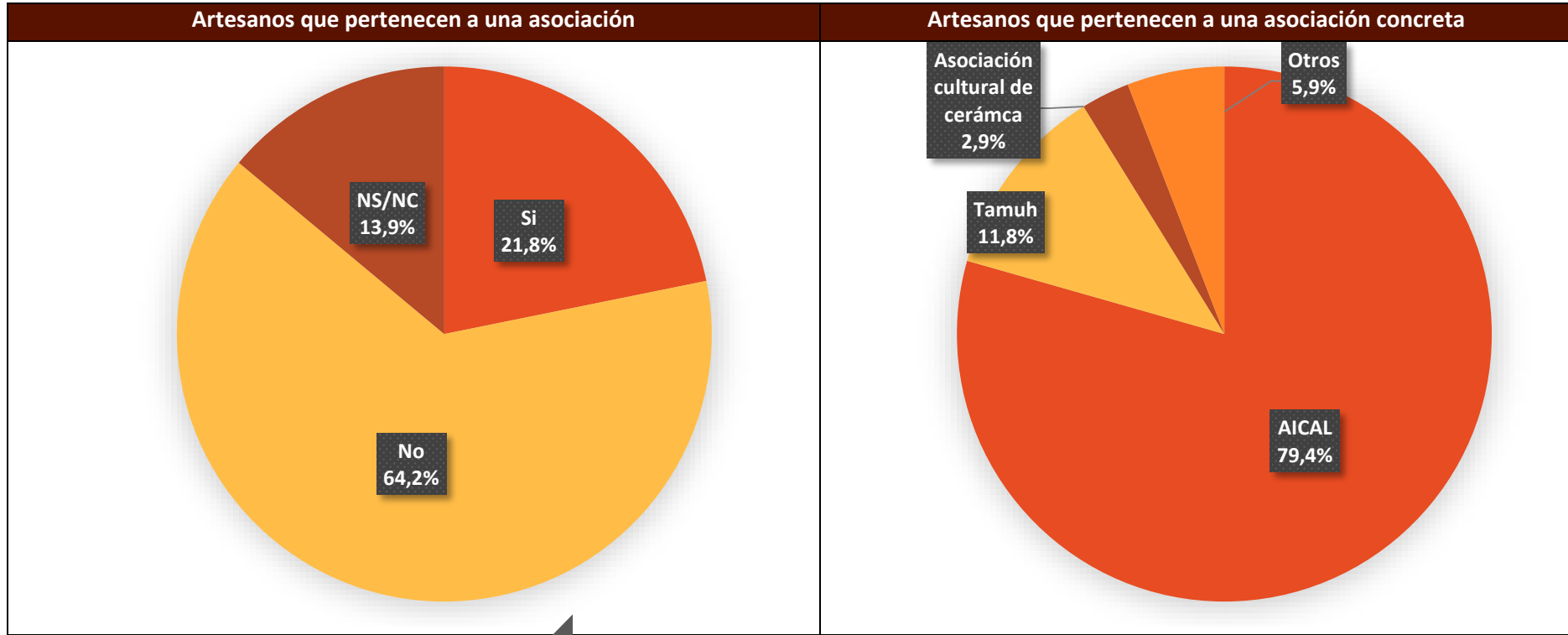
Aspectos Relevantes

El 32,7% de los artesanos piensa que experimenta una temporada alta comercial.

El 79,5% de los que afirman que hay temporada alta en el sector la sitúan entre los meses de julio y enero.



P23 – Pertenencia a asociaciones empresariales de representación

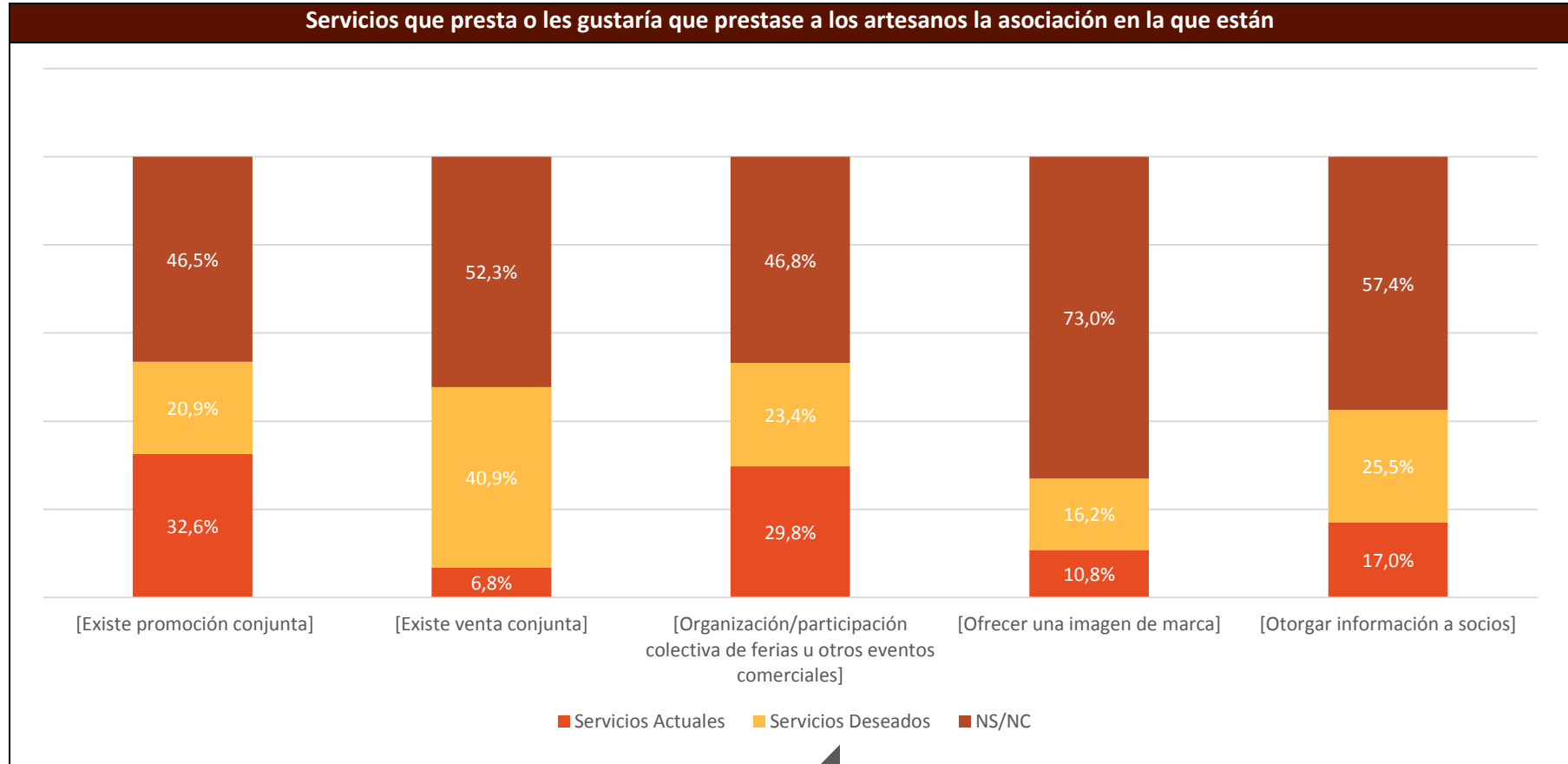


Aspectos Relevantes

Un 64,2% de los artesanos no pertenece a ninguna asociación artesanal.
Entre los que sí lo hacen destaca la asociación AICAL, escogida por un 79,4% de ellos.



P24 – Qué servicios presta/le gustaría que prestase dicha asociación

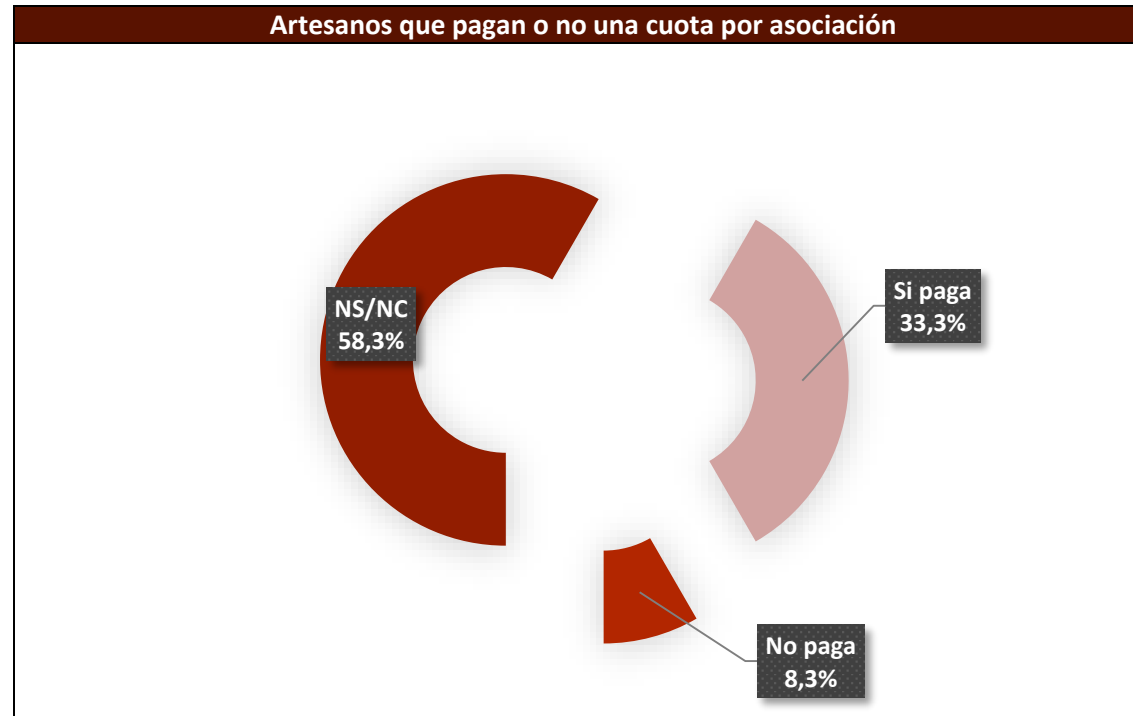


Aspectos Relevantes

Gran parte de los artesanos (40,9%), desearía que las asociaciones dispusieran de algún método de venta conjunta. Asimismo, un 25,5% desearía que otorgaran más información a los socios.

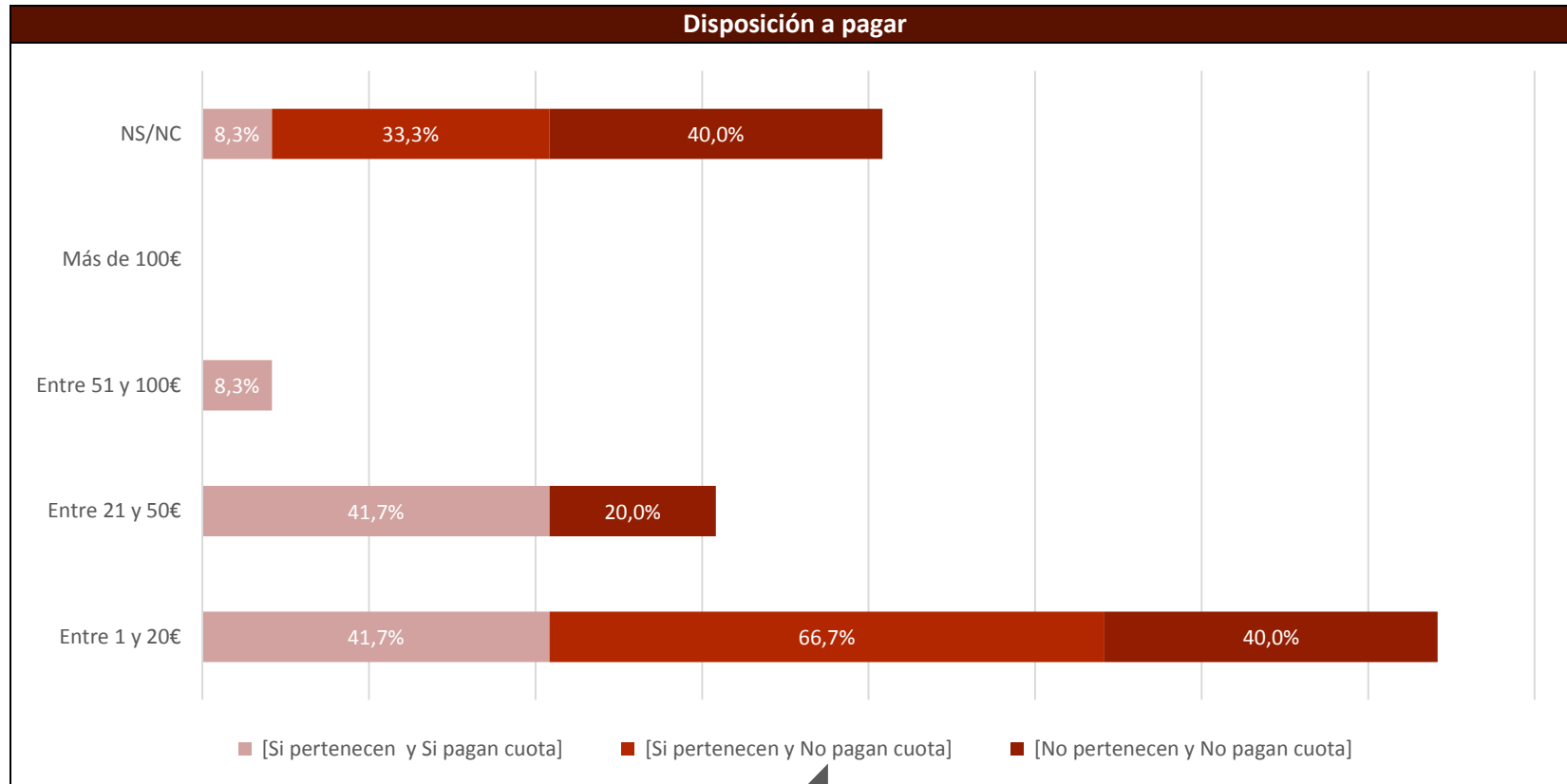


P25 A – Cuota de dicha asociación





P25 B – ¿Qué cuota estaría dispuesto a pagar?



Aspectos Relevantes

Tanto en el caso de los que pertenecen a alguna asociación y pagan o no cuota de asociado como en el de aquellos que no pertenecen a ninguna, la cuota de hasta 20€ es la que la mayor parte de ellos está dispuesto a pagar por pertenecer a una asociación.



CABILDO DE LANZAROTE

BLOQUE IV. COMPETENCIA

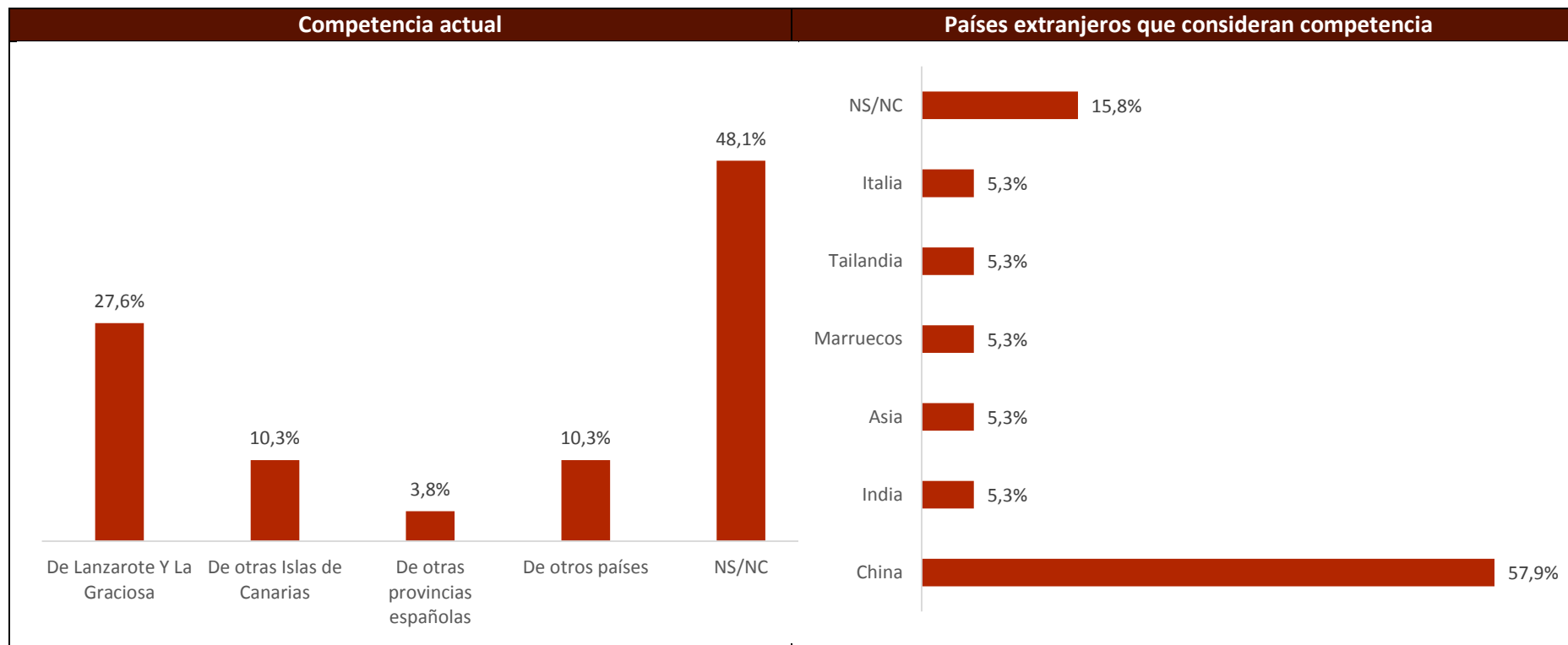
P26 – Procedencia actual de la competencia

P 27 – Tipo de productos que le hacen la competencia

P 28 - ¿Qué hace su competencia mejor que usted?



P26 – Procedencia actual de la competencia



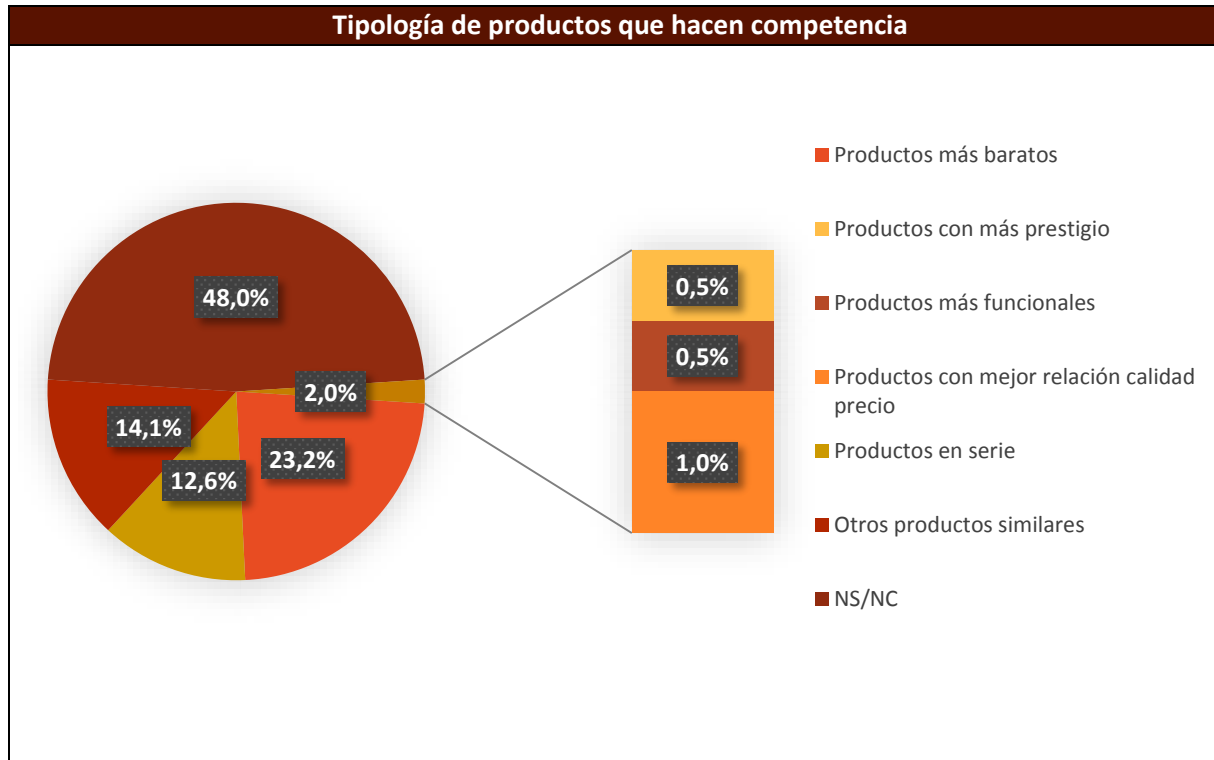
Aspectos Relevantes

Los productos provenientes de Lanzarote y La Graciosa son considerados como aquellos de mayor competencia por un 27,6% de los artesanos.

Destaca también el hecho de que casi un 11% de ellos piensa que su competencia procede de otros países, especialmente de China.



P27 – Tipo de productos que le hacen la competencia



Aspectos Relevantes

Un 23,2% de los encuestados opina que los productos con un precio menor son los que suponen una mayor competencia.



P28 - ¿Qué hace su competencia mejor que usted?



Aspectos Relevantes

Un 16,5% de los artesanos opina que la fortaleza de la competencia reside en un mejor precio de sus productos.



BLOQUE V. VALORACIÓN ACTUAL DEL SECTOR ARTESANAL Y NECESIDADES DEL SECTOR

P 29- ¿Cómo valora del 1 al 5 la situación actual del sector artesanal?

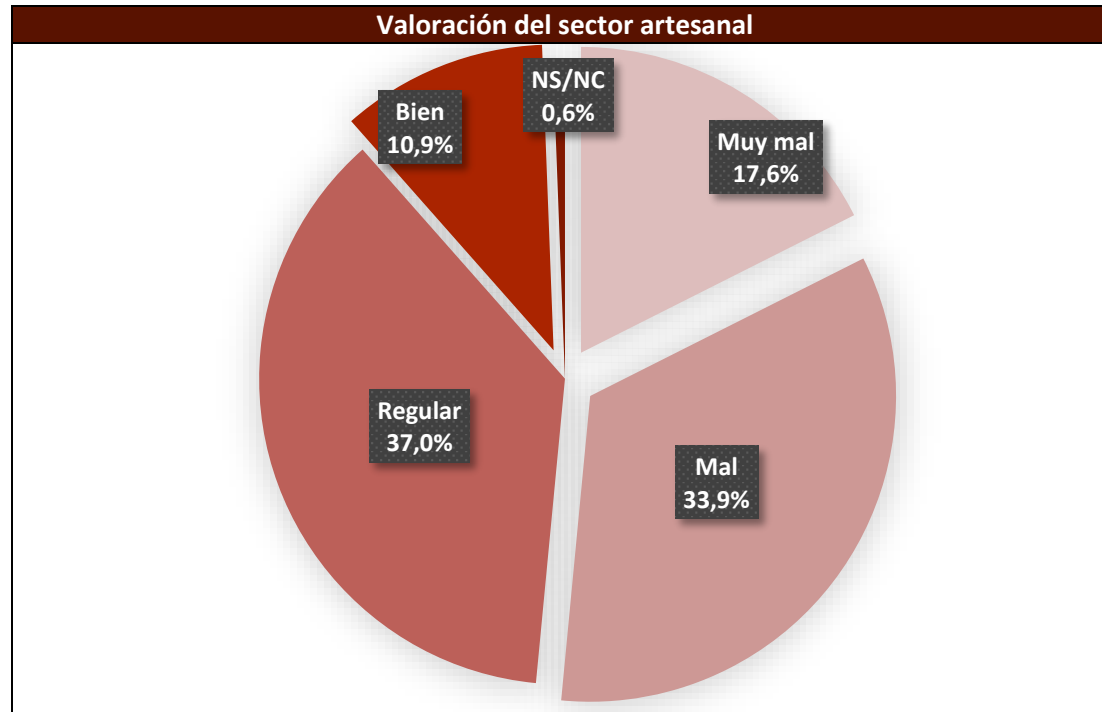
P 30 – En su opinión, ¿cuáles son los principales factores que afectan negativamente al sector artesanal de Lanzarote y La Graciosa?

P31– En su opinión, ¿cuáles son los principales obstáculos que limitan la competitividad de su negocio?

P32 – En su opinión, ¿cuáles son las principales acciones que debe impulsar el Cabildo de Lanzarote para mejorar la competitividad del sector?



P29 - ¿Cómo valora del 1 al 5 la situación actual del sector artesanal?

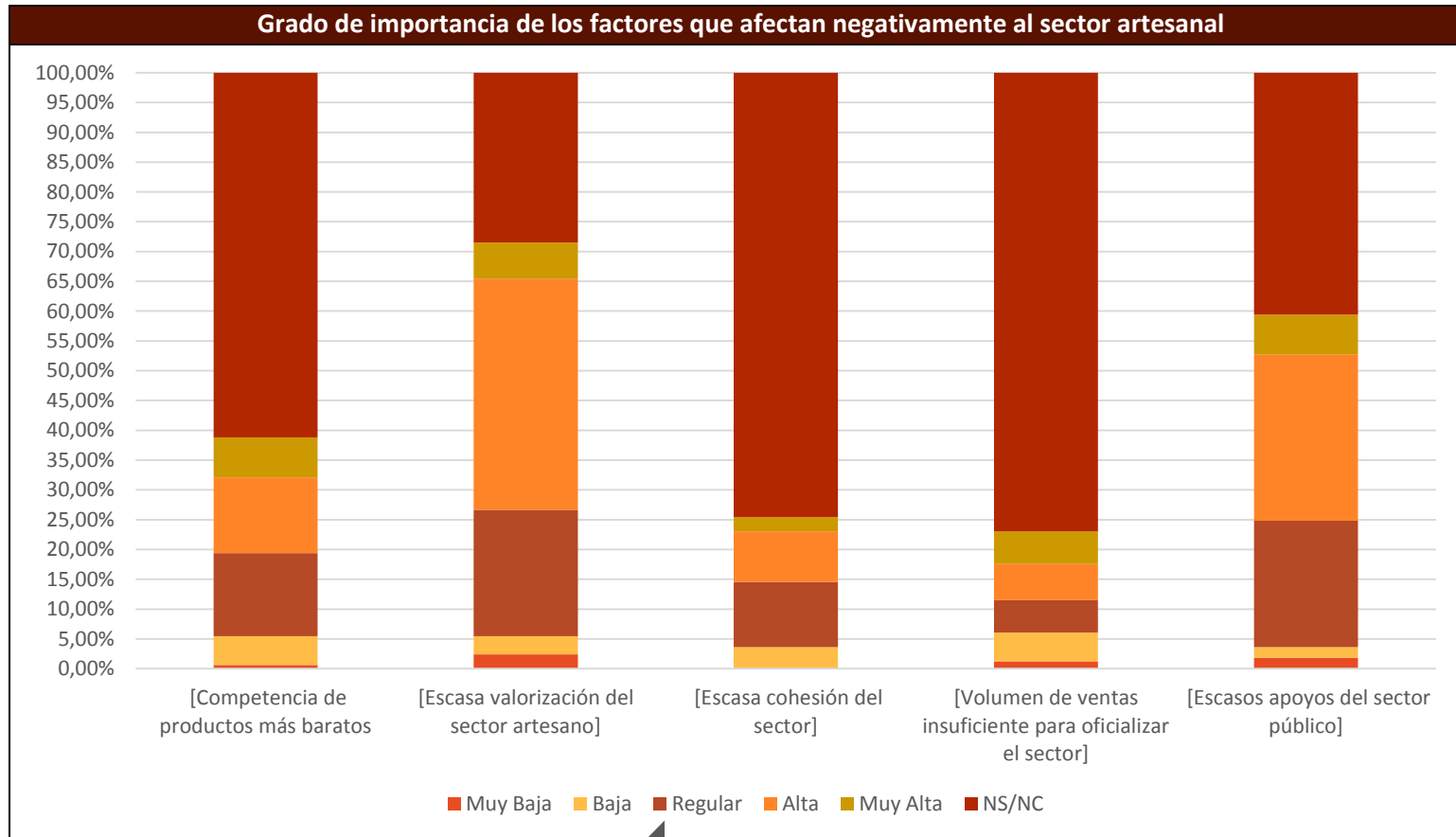


Aspectos Relevantes

El 51,5% de los artesanos tiene una visión negativa de la situación del sector artesanal. Asimismo, un 37,0% la valora como “regular” y tan solo un 10,9% considera que es positiva.



P30 – En su opinión, ¿cuáles son los principales factores que afectan negativamente al sector artesanal de Lanzarote y La Graciosa?

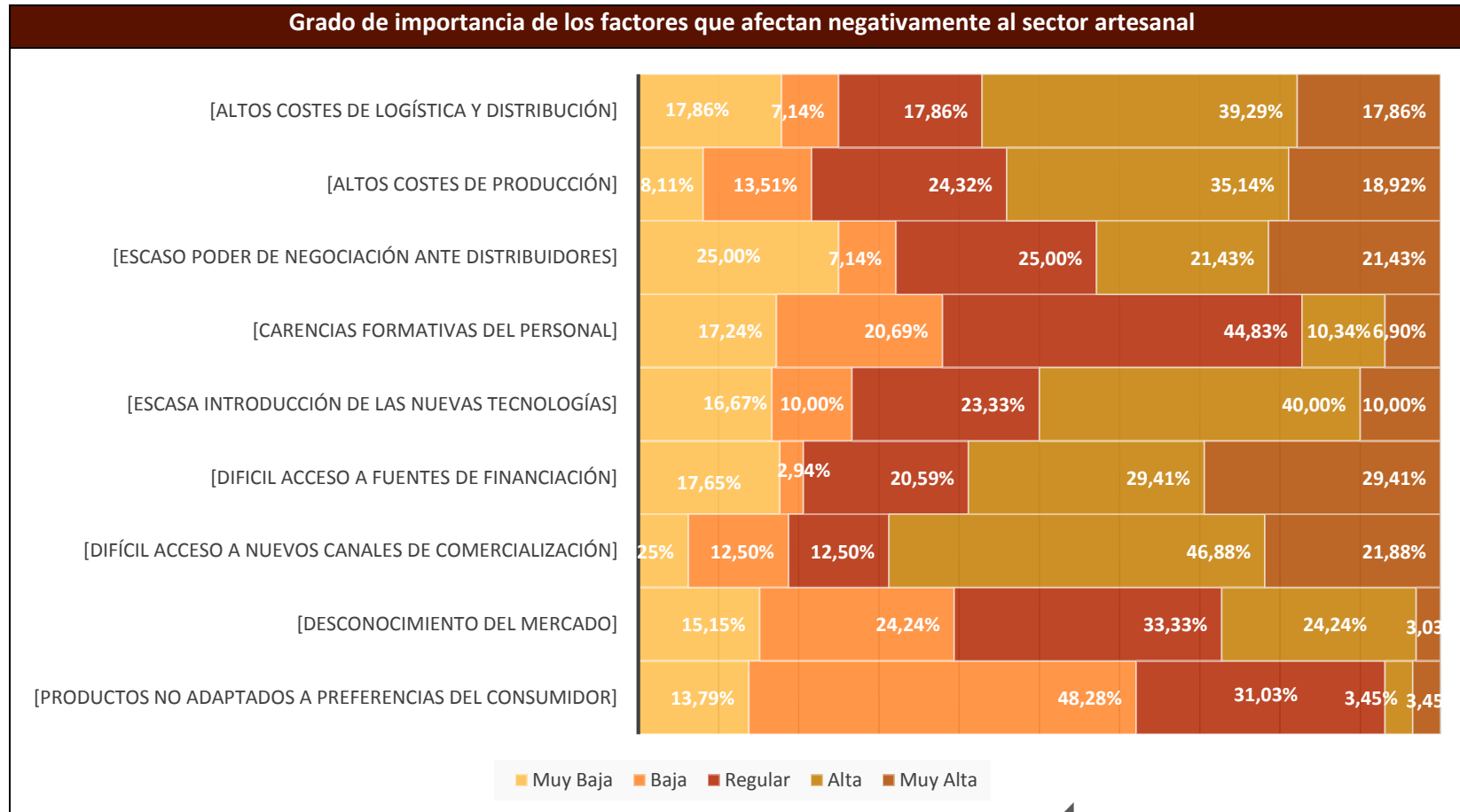


Aspectos Relevantes

El difícil acceso a nuevos canales de comercialización así como el acceso a fuentes de financiación o los altos costes de logística y distribución han sido señalados por los artesanos como los principales factores que limitan la competitividad de sus negocios.



P31– En su opinión, ¿cuáles son los principales obstáculos que limitan la competitividad de su negocio?



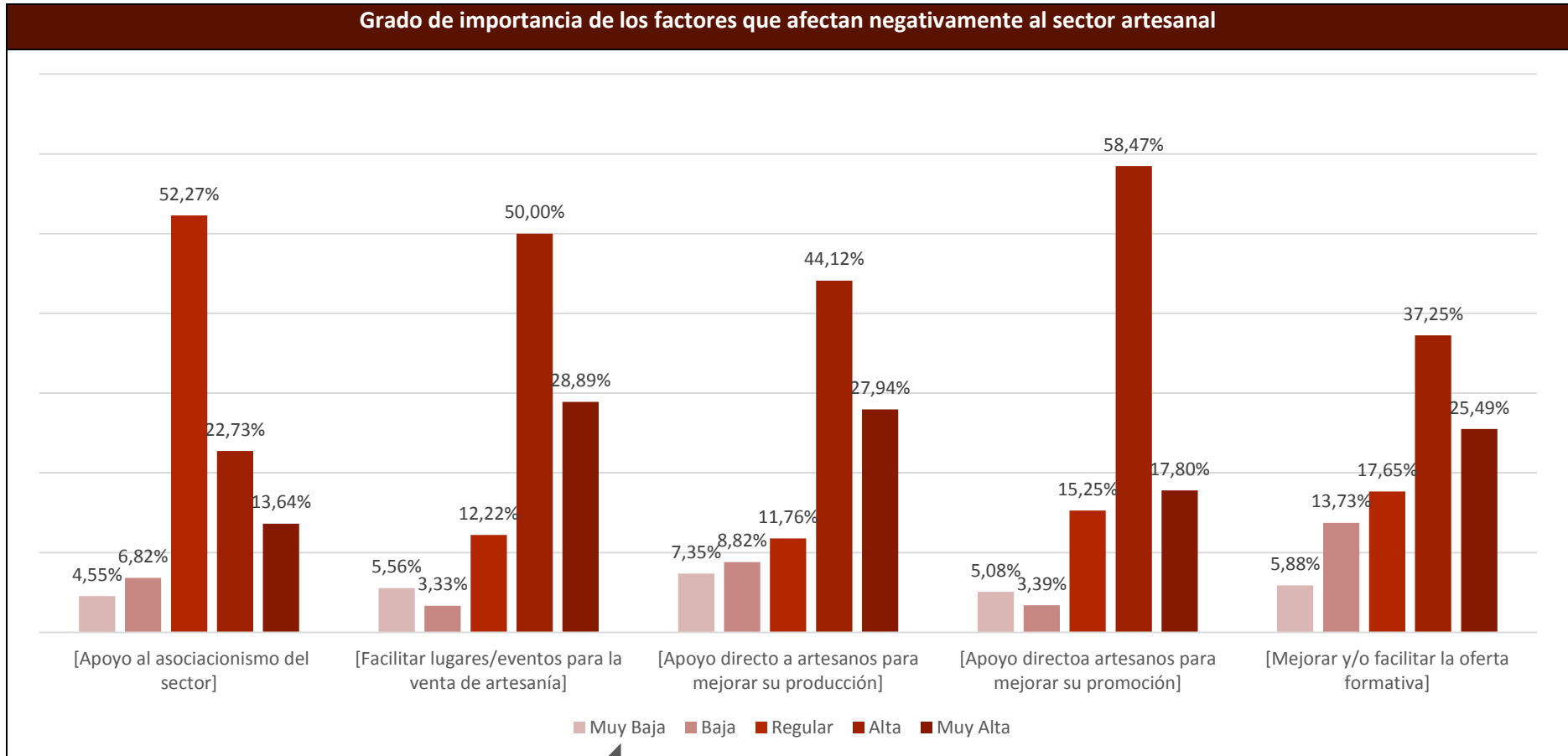
Aspectos Relevantes

La escasa valoración del sector artesano y los escasos apoyos del sector público destacan como los principales factores que afectan negativamente al sector artesanal.



P32 – En su opinión, ¿cuáles son las principales acciones que debe impulsar el Cabildo de Lanzarote para mejorar la competitividad del sector?

Grado de importancia de los factores que afectan negativamente al sector artesanal



Aspectos Relevantes

Los artesanos han destacado la necesidad de impulsar el apoyo para la promoción, facilitar lugares para la venta de artesanía y aumentar el apoyo para la producción, como las principales acciones de mejora.



05. PLAN ESTRATÉGICO



FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO

I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO	II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL	IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN
LÍNEAS ESTRATÉGICAS		PROPUESTAS DE ACTUACIÓN		
<p>I.A. Potenciar la cultura asociativa</p>		<p>I.A.1. Promover la sensibilización de los artesanos con respecto a las ventajas y oportunidades que emanan del asociacionismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Celebrar seminarios de formación y buenas prácticas - Organizar visitas de estudio a asociaciones artesanales de otras regiones y países con el fin de valorar y nutrirse de su experiencia <p>I.A.2. Fomentar acciones asociativas entre administraciones insulares y el Gobierno de Canarias en materia de generación de marca y promoción conjunta de la artesanía canaria.</p>		
<p>I.B. Promover la creación y/o la consolidación de las asociaciones artesanales como órganos responsables de la dinamización del sector artesanal de Lanzarote</p>		<p>I.B.1. Dotar a las asociaciones de artesanos de los medios técnicos y humanos para desarrollar y ampliar su actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ayudas financieras - Facilitación de personal - Cesión de un espacio para la celebración de reuniones y eventos <p>I.B.2. Incentivar a las asociaciones mediante financiación y asesoramiento a ampliar la cartera de servicios ofertados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta on-line - Central de compras - Papel de intermediador - Mayor Información y Asesoramiento - Establecer acuerdos con otras entidades <p>I.B.3. Impulsar la continua actualización del Registro de Artesanos a través de la colaboración con las asociaciones, para así evitar la competencia desleal.</p> <p>I.B.4. Establecer un sistema de apoyo para la creación de Asociaciones.</p>		

MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO

I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO	II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL	IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN
-------------------------------	--	---	------------------------------------	---

LÍNEAS ESTRATÉGICAS
<p>II.A. Impulsar la mejora de los procesos de producción y de diseño mediante el apoyo de medios técnicos.</p>
<p>II.B. Reforzar la calidad de los procesos de producción.</p>

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN
<p>II.A.1. Fomentar la modernización de los sistemas de producción y diseño mediante un “PLAN RENOVE” de maquinaria para la producción artesanal.</p>
<p>II.A.2. Establecer ayudas financieras para la adquisición de equipamiento, maquinaria y herramientas para artesanos que estén iniciándose en el sector.</p>
<p>II.A.3. Promover una utilización conjunta de los sistemas de producción; por ejemplo mediante la cesión de un local que cuente con el principal equipamiento y maquinaria para la elaboración de este tipo de productos.</p>
<p>II.A.4. Financiar la incorporación de las TIC de diseño en los sistemas de producción.</p>
<p>II.B.1. Promover encuentros anuales para analizar las tendencias del mercado artesanal de forma a adaptar la oferta y los métodos de producción.</p>
<p>II.B.2. Desarrollar un protocolo de propiedad intelectual para preservar la autenticidad de los productos artesanales.</p>
<p>II.B.3. Diseñar un protocolo de acción contra el fraude en la comercialización de productos artesanos.</p>
<p>II.B.4. Generar un programa de actualización y mejora productiva con apoyo de expertos y visitas de estudio</p>

POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO	II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL	IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN
-------------------------------	---	---	------------------------------------	---

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACTUACIÓN
<p>III.A. Impulsar el rol del sector artesano como motor económico y social</p>	<p>III.A.1. Potenciar la inclusión de los jóvenes en el sector de manera a proteger la conservación de las formas de trabajo artesanal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizar jornadas de visita de colegios e institutos a los talleres - Establecer un premio anual de artesanía entre niños y jóvenes para fomentar que desarrollen su capacidad creativa y se acerquen al mundo de la artesanía. <p>III.A.2. Impartir cursos de formación artesanal para personas desempleadas de manera a potenciar el autoempleo.</p> <p>III.A.3. Estudiar acciones que puedan ser implementadas para formalizar la actividad artesanal de los jubilados.</p> <p>III.A.4. Fomentar la contratación de personas en riesgo de exclusión social.</p> <p>III.A.5. Incentivar la colaboración empresarial intersectorial: potenciar el uso de materias primas locales, los canales de distribución insulares, etc...</p> <p>III.A.6. Promover que el sector artesano de Lanzarote sea utilizado como nicho de empleo para los estudiantes titulados de algunos grados medios y superiores de la Escuela de Arte Pancho Lasso.</p>
<p>III.B. Reforzar los conocimientos de los artesanos, especialmente en aquellas materias que inciden de forma directa o indirecta en el desarrollo de su trabajo.</p>	<p>III.B.1. Iniciar un Programa de Formación artesanal que incluya cursos y material formativo sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofimática - Gestión de la empresa artesana - Packaging - TIC aplicadas a la promoción y comercialización - Análisis de las tendencias del mercado y benchmarking - TIC de diseño - Guía de Comercio Electrónico



I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO

II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO

III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

III.C. Reforzar la asistencia técnica y financiera desde el gobierno insular para fomentar el desarrollo empresarial

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

- Guía para la Exportación de la Artesanía
- Otros

III.B.2. Dinamizar el conocimiento mutuo y la cooperación entre artesanos a largo plazo mediante el establecimiento de distintas ocasiones de contacto:

- Celebrar cursos sobre técnicas innovadoras.
- Celebrar encuentros para identificar buenas prácticas.

III.B.3. Incentivar el intercambio de experiencias de la artesanía de Lanzarote con otras artesanías del mundo; organizando, por ejemplo, misiones de estudio en el extranjero o en el resto de España.

III.C.1. Mejorar el acceso de los artesanos a la asesoría laboral y fiscal mediante el establecimiento de un gabinete de asesoramiento jurídico y fiscal propio.

III.C.2. Establecer ayudas financieras que mejoren la funcionalidad y eficiencia empresarial: ayudas que favorezcan la conectividad y el uso de programas de contabilidad, facturación y gestión.

III.C.3. Financiar estudios de viabilidad de los productos para su introducción en nuevos mercados.



FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO	II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL	IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN
-------------------------------	---	---	------------------------------------	---

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACTUACIÓN
<p>IV.A. Reforzar los canales de venta convencionales</p>	<p>IV.A.1. Fomentar el establecimiento de puntos itinerantes de comercialización de los productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercadillo en el muelle de cruceros - Mercadillo semanal exclusivo para productos artesanales en zonas turísticas como Playa Blanca. - Organizar un Mercado Navideño de Artesanía (como el que organizó el Ayuntamiento de Teguiise en 2016). <p>IV.A.2. Incentivar el establecimiento de espacios fijos de comercialización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear una “Casa de la Artesanía” en la que todos los artesanos cuenten con una exposición y punto de venta permanente. - Crear una “Central de ventas” que distribuya los productos a nivel local y externo, permitiendo un ahorro de costes y tiempo así como un mejor acceso a otros mercados. - Realizar acuerdos con las instituciones competentes para utilizar las infraestructuras culturales y turísticas, así como los puntos de información turística, aeropuertos y puertos, como escaparates y puntos de venta. - Impulsar el establecimiento de puntos de venta en otras islas o regiones. - Establecer convenios con hoteles para que alberguen stands de exposición y venta de productos artesanales.
<p>IV.B. Incentivar el uso de nuevos canales de venta</p>	<p>IV.B.1. Establecer ayudas financieras para el diseño y la implantación de portales de venta online (páginas web).</p> <p>IV.B.2. Establecer una estrategia de comercialización conjunta en la que se desarrolle una web promocional que sirva también como canal de venta para todos los artesanos.</p>



I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO

II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO

III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

IV.C. Promover sistemas para la facilitación y dinamización comercial

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

IV.C.1. Realizar una búsqueda e ideación de nuevos métodos de packaging adaptados a los productos artesanos que faciliten el traslado para turistas y visitantes de los mismos en avión y en barco.

IV.C.2. Establecer una coordinación estrecha con las autoridades aéreas y portuarias para diseñar acuerdos que faciliten y promuevan la compra y el traslado de los productos de artesanía fuera de Lanzarote (tanto a nivel de particulares como para la exportación).

IV.C.3. Incentivar la inclusión de productos complementarios que otorguen valor añadido a la compra de productos artesanales, como por ejemplo la incorporación en el producto de reseñas históricas o culturales.

IV.C.4. Fomentar la complementariedad de los productos artesanos (potenciar las ventas multiproducto).

AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN

I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO	II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO	III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL	IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN	V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN
-------------------------------	---	---	------------------------------------	---

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACTUACIÓN
<p>V.A. Impulsar acuerdos de promoción con nuevas entidades</p>	<p>V.A.1. Priorizar el uso de productos artesanales como obsequios institucionales.</p> <p>V.A.2. Incentivar a los hoteles para que establezcan este tipo de productos como obsequio para sus clientes.</p> <p>V.A.3. Generar un programa de muestra de colaboración de productos en espacios turísticos y hoteles (cestería, piedra, etc...).</p>
<p>V.B. Incentivar el acercamiento de la artesanía a la población local y extranjera</p>	<p>V.B.1. Impulsar el conocimiento popular de la labor artesanal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Celebrar anualmente un “Premio Artesano de Lanzarote”, otorgado entre los artesanos de la isla. - Trasladar a artesanos a las ferias turísticas en las que participe la Isla de Lanzarote para que realicen demostraciones de la labor artesana en vivo y en directo. <p>V.B.2. Fomentar la experimentación de la labor artesanal. Crear rutas turísticas de interés artesanal en las que se incluya la posibilidad de participar en el proceso de producción artesanal.</p> <p>V.B.3. Crear un sistema de inventariado de los distintos productos artesanales que sea fácilmente accesible para todos los ciudadanos y turistas; por ejemplo un catálogo.</p> <p>V.B.4. Potenciar la celebración de un mayor número de exposiciones artesanales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer una exposición artesanal itinerante por la isla. - Organizar exposiciones temáticas, como por ejemplo “la cestería en Lanzarote”. <p>V.B.5. Establecer ayudas financieras para la organización y asistencia a ferias profesionales y muestras comerciales nacionales e internacionales.</p> <p>V.B.6. Transversalizar el apoyo a la artesanía desde los distintos departamentos municipales (comercio, cultura, turismo...) mediante la ejecución de eventos y acciones conjuntas para así multiplicar el alcance de la promoción y dinamización del sector. En</p>



I. FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO

II. MEJORA DE LA PRODUCCIÓN Y EL DISEÑO

III. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

IV. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN

V. AUMENTO DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

V.C. Poner de relevancia la exclusividad de los productos artesanos de Lanzarote

V.D. Promover una interlocución más especializada entre los artesanos y el sector público de Lanzarote.

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

este sentido, se podrían incluir muestras de artesanía en todas las actividades culturales que se celebren en la isla, por ejemplo.

V.C.1. Crear un distintivo propio de calidad “Artesanía de Lanzarote”. Para ello se deberá establecer:

- un logo/sello común
- un comité de calidad para valorar la obtención de esta categoría
- normas y referencias que incrementen el valor comercial del producto y protejan los procesos de producción
- perfiles en las redes sociales: Youtube, Instagram, Pinterest...e incluso un blog propio

V.D.1. Incentivar la creación de Comisiones por subsector que se reúnan periódicamente y actúen como entidades identificadoras de los problemas y oportunidades que se le presentan a cada subsector, de forma que se pueda adaptar las actividades públicas y de las asociaciones a las necesidades específicas de cada uno de los productos artesanales.

V.D.2. Establecer un Comité Interadministrativo en el que las distintas administraciones públicas (Ayuntamientos, Cabildo de Lanzarote, Gobierno de Canarias, Gobierno de España y Unión Europea) informen sobre los diversos programas, ayudas y acciones que cada uno desarrolla o planea desarrollar en el ámbito de la artesanía, de manera a garantizar que los artesanos cuenten con la información más completa para poder beneficiarse de ella.