

## RESUMEN DIAGNÓSTICO DE LA ARTESANÍA EN CANARIAS

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atomización del sector, tanto geográfica debido a la insularidad, como sectorial.</li> <li>• Elevado nivel de informalidad administrativa.</li> <li>• Falta de un Registro de Artesanía integral, fiable y actualizado.</li> <li>• Ausencia de estadísticas y estudios sobre el sector.</li> <li>• Elevada edad media y dificultades para el relevo generacional.</li> <li>• Pérdida de oficios y conocimientos tecnológicos tradicionales.</li> <li>• Nivel de asociacionismo bajo.</li> <li>• Descoordinación entre las administraciones competentes.</li> <li>• Normativa inadecuada a la realidad del sector.</li> <li>• Limitaciones en la comercialización por el escaso volumen de negocio.</li> <li>• Excesiva dependencia del mercado local.</li> <li>• Oferta mayorista insuficiente y poco innovadora.</li> <li>• Multiplicidad de imágenes y marcas oficiales.</li> <li>• Deficiencias en la información suministrada al consumidor final.</li> <li>• Desaprovechamiento del potencial comercial del turismo y escasez de puntos de ventas.</li> <li>• Productos en ocasiones poco diferenciados, tanto por precio como por calidad.</li> <li>• Dificultad de abastecimiento de determinadas materias primas.</li> <li>• Débil implantación de las nuevas tecnologías.</li> <li>• Formación deficiente en gestión empresarial, diseño y marketing, y por tanto escaso uso en la comercialización de productos artesanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desaparición de oficios y talleres.</li> <li>• Elevada presencia de artesanos en economía sumergida.</li> <li>• Confusión sobre su identidad como sector en una época de cambios profundos en la sociedad.</li> <li>• Competencia de las importaciones a bajo precio.</li> <li>• Cambio en los hábitos de consumo (compra en grandes superficies).</li> <li>• Crisis de las ferias como canales habituales de comercialización de la artesanía.</li> <li>• Elevado número de Ferias denominadas engañosamente artesanales.</li> <li>• Escaso atractivo para los jóvenes.</li> <li>• Falta de adecuación de las enseñanzas regladas a la realidad del ejercicio profesional de la artesanía.</li> </ul>

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de normativa en materia de artesanía que proporciona un marco legal y reglamentario para el desarrollo de la actividad.</li> <li>• Valoración positiva de la sociedad canaria sobre la tradición artesana de las islas.</li> <li>• Reconocimiento social de la artesanía como valor cultural y patrimonial</li> <li>• Potenciación de la artesanía asociada al sector turístico.</li> <li>• Exclusividad de los productos artesanos tradicionales.</li> <li>• Proyección y comercialización de los productos artesanales a través de las Ferias.</li> <li>• Existencia de marcas de garantía insulares y de ámbito autonómico.</li> <li>• Puntos de venta institucionales donde el producto se presenta en las condiciones adecuadas.</li> <li>• Dominio de las técnicas y de los materiales, de productos tradicionales.</li> <li>• Alto grado de conocimiento sobre los productos autóctonos, exclusivos de la Comunidad Canaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo completo de la Ley de artesanía de Canarias.</li> <li>• Elaboración de un Sistema de Información de la Artesanía en colaboración con los Cabildos Insulares, que ofrezca información actualizada sobre el sector.</li> <li>• Puesta en marcha de las medidas contempladas en el presente Plan.</li> <li>• Potenciación de la Marca "Artesanía Canaria"</li> <li>• Nuevo Estatuto del Trabajador Autónomo que crea condiciones más favorables para una buena parte del sector.</li> <li>• Régimen especial tributario.</li> <li>• Posibilidad de explotar sinergias con sectores emergentes como el turismo cultural y rural, o la moda.</li> <li>• Fomentar el diseño en la artesanía contemporánea para atraer potenciales consumidores.</li> <li>• Fomentar el asociacionismo y la cooperación entre artesanos.</li> <li>• Nuevas tendencias de consumo que favorecen los productos personalizados, trazables y respetuosos con el medio ambiente.</li> <li>• Explotación de las nuevas formas de promoción y venta proporcionadas por las nuevas tecnologías de la comunicación.</li> <li>• Aplicación de las nuevas tecnologías en la gestión, el diseño y la producción.</li> <li>• Oportunidad para colectivos con dificultades de acceso al mercado de trabajo.</li> </ul>