



Plan de Artesanía de Galicia 2014-2016

XUNTA DE GALICIA

Presentación do plan

A Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño nace no ano 2003, como entidade sen ánimo de lucro, dependendo da Dirección Xeral de Comercio da Consellería de Economía e Industria da Xunta de Galicia, co labor de dotar ao sector artesán galego dunha infraestrutura especializada para que poida desenvolver programas de asistencia, formación, innovación, catalogación, promoción, comercialización e calquera outro aspecto inherente á cultura dos oficios artesanais en Galicia.

Desde ese ano, a Fundación puxo en marcha múltiples actuacións e programas co obxectivo principal centrado en promover a artesanía de Galicia e mellorar a competitividade das empresas artesás do sector. No ano 2012, o traballo realizado pola Fundación foi recoñecido a nivel nacional coa concesión do Premio Nacional de Artesanía para Entidades Públicas.

No ano 2013 realizouse un estudo, no que se elaborou un diagnóstico detallado e actualizado da situación competitiva do sector e no que se recolle información minuciosa sobre as cifras básicas do sector artesán galego, as súas características e a súa situación con respecto aos principais factores de competitividade.

A Consellería de Economía e Industria, consciente da importancia social, cultural, patrimonial e económica da artesanía galega, segue apostando por un sector artesán forte e capaz de adaptarse ás novas tendencias do mercado, motivo polo cal, realizouse o presente **PLAN DE ARTESANÍA DE GALICIA 2014-2016**, co obxectivo fundamental de desenvolver unha estratexia de promoción, impulso e mellora da competitividade do sector.

O Plan configúrase como unha estratexia específica para a Artesanía de Galicia contando na súa elaboración coa participación do sector así como tendo en conta as súas achegas para alcanzar a mellor folla de ruta a seguir.

O Plan de Artesanía de Galicia desenvolve liñas de acción concretas desde o primeiro trimestre do ano 2014 ata o 2016, pero opta por unha visión a longo prazo, imprescindible para poder conseguir un sector artesanal sólido e sostible no tempo. Para acadar este obxectivo, concretáronse tres grandes retos para a Artesanía de Galicia:

- **RETO 1. COMPETITIVIDADE. *Visión empresas***
- **RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. *Visión marca***
- **RETO 3. ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL. *Visión ideas***

Para dar resposta aos devanditos retos, o Plan artículase en seis liñas estratéxicas, 12 liñas de acción, 12 obxectivos que, á súa vez, engloban 82 accións a impulsar.

Os principais eixes de actuación do Plan foron identificados a través dunha análise de competitividade do sector e da información achegada por unha selección dos principais actores da Artesanía de Galicia (artesáns/ás, organizacións representativas, asociacións e outros axentes e organizacións relacionadas co sector), os cales expresaron as súas opinións e principais demandas e a quen agradecemos a colaboración.

A análise da información procedente de ambas as dúas actuacións permitiu identificar as principais debilidades, ameazas, fortalezas e oportunidades do sector artesán e realizar, polo tanto, unha análise DAFO do sector, a partir do cal definiuse a estrutura de actuación que dá contido ao presente Plan e, polo tanto, que enmarcan a estratexia de promoción da artesanía galega para os próximos tres anos:

Tanto pola importancia dos retos coma polo calado e a amplitude das accións previstas, hai varias cuestións a ter en conta no desenvolvemento do Plan:

Os **instrumentos de coordinación** deben activarse como un recurso en si mesmo para a implementación do Plan, de cara a concretar a estratexia a seguir para facilitar unha mellora da competitividade do sector

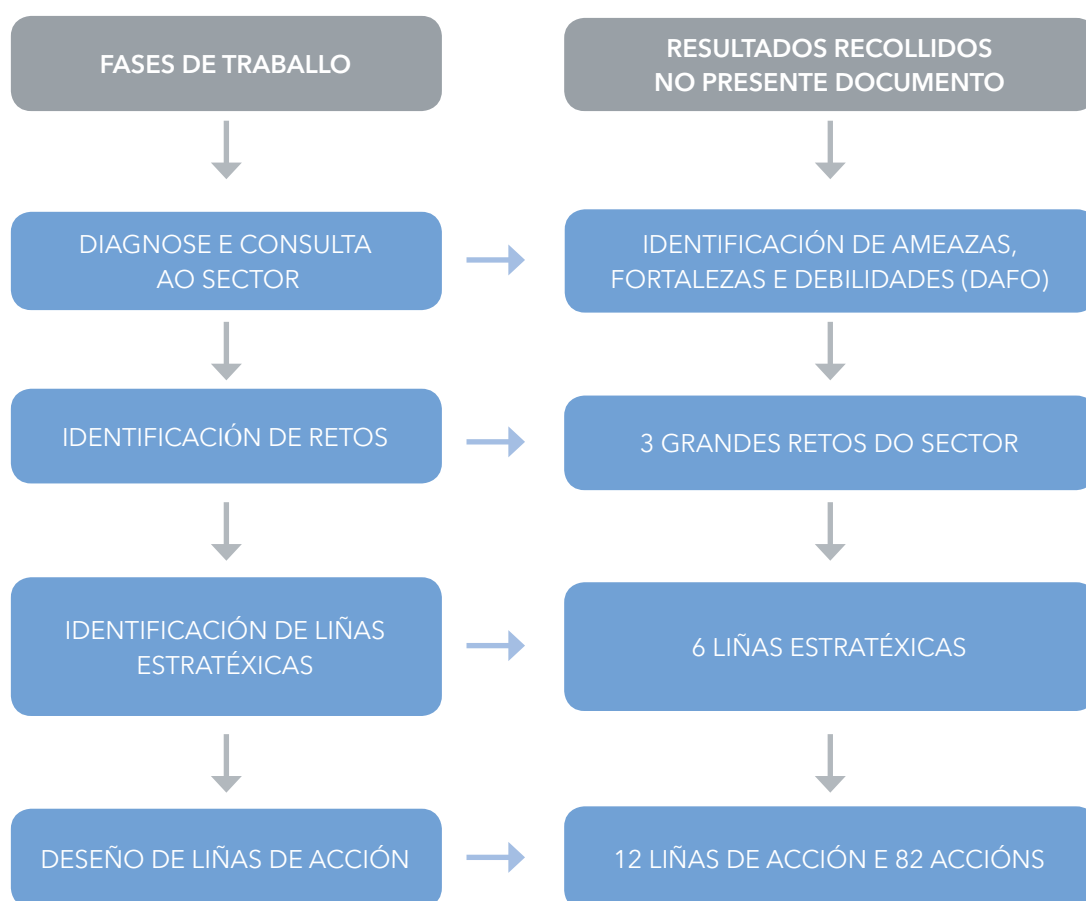
O marco operativo do Plan sobre o que se deseñaron as liñas estratéxicas e accións específicas require da posta a disposición de todos os actores implicados de **instrumentos de comunicación, xestión e seguimento das accións**, segundo os recursos necesarios para iso.

Relacionado co anterior, hai que ter en conta que máis alá da dotación económica por parte da Consellería para a execución das accións previstas, **existen recursos activos por parte doutras entidades que apuntalarán o desenvolvemento das accións** e que se encontran a disposición das empresas artesás. Ademais dos recursos xa existentes, algunhas das accións propostas poden ser desenvolvidas conxuntamente con outras Consellerías, Deputacións, entidades locais ou organismos de carácter público ou privado, sen que en moitas ocasións isto supoña unha achega económica ás accións previstas.

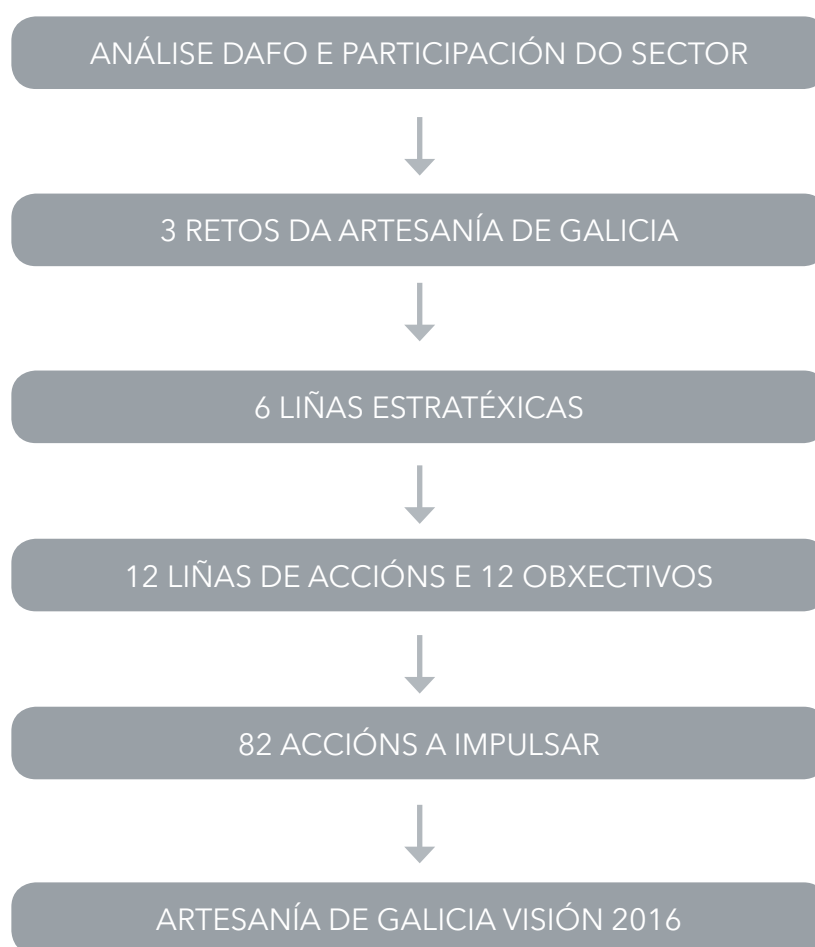
Finalmente e dada a interrelación das liñas estratéxicas definidas, identificouse a relación entre as accións previstas, de forma que os seus obxectivos e recursos converxan para facilitar a execución de servizos e proxectos.

Fitos na elaboración do plan de Artesanía de Galicia

Para presentar ás actuacións específicas que contempla o marco operativo do Plan, seguiuse unha estrutura baseada nos seguintes elementos.



O contido deste documento organizouse en tres bloques. No primeiro preséntase a análise DAFO na que se apoia a identificación de prioridades implícita no Plan. A continuación, co obxecto de facilitar a lectura, realizouse un resumo do Plan (retos, liñas estratéxicas e obxectivos). No último bloque preséntase a xustificación que impulsou o desenvolvemento de cada unha das liñas estratéxicas, os obxectivos e desenvólvese o contido proposto para cada unha das accións así como o seu cronograma.



Índice

Análise DAFO do sector artesan galego	15
Datos estadísticos do sector	23
Retos da artesanía de Galicia	29
Liñas estratéxicas	33
Esquema de liñas de acción, obxectivos e accións do plan de Artesanía de Galicia	37
Orzamento	47
Desenvolvemento do Plan	51

Análise DAFO do sector artesan galego

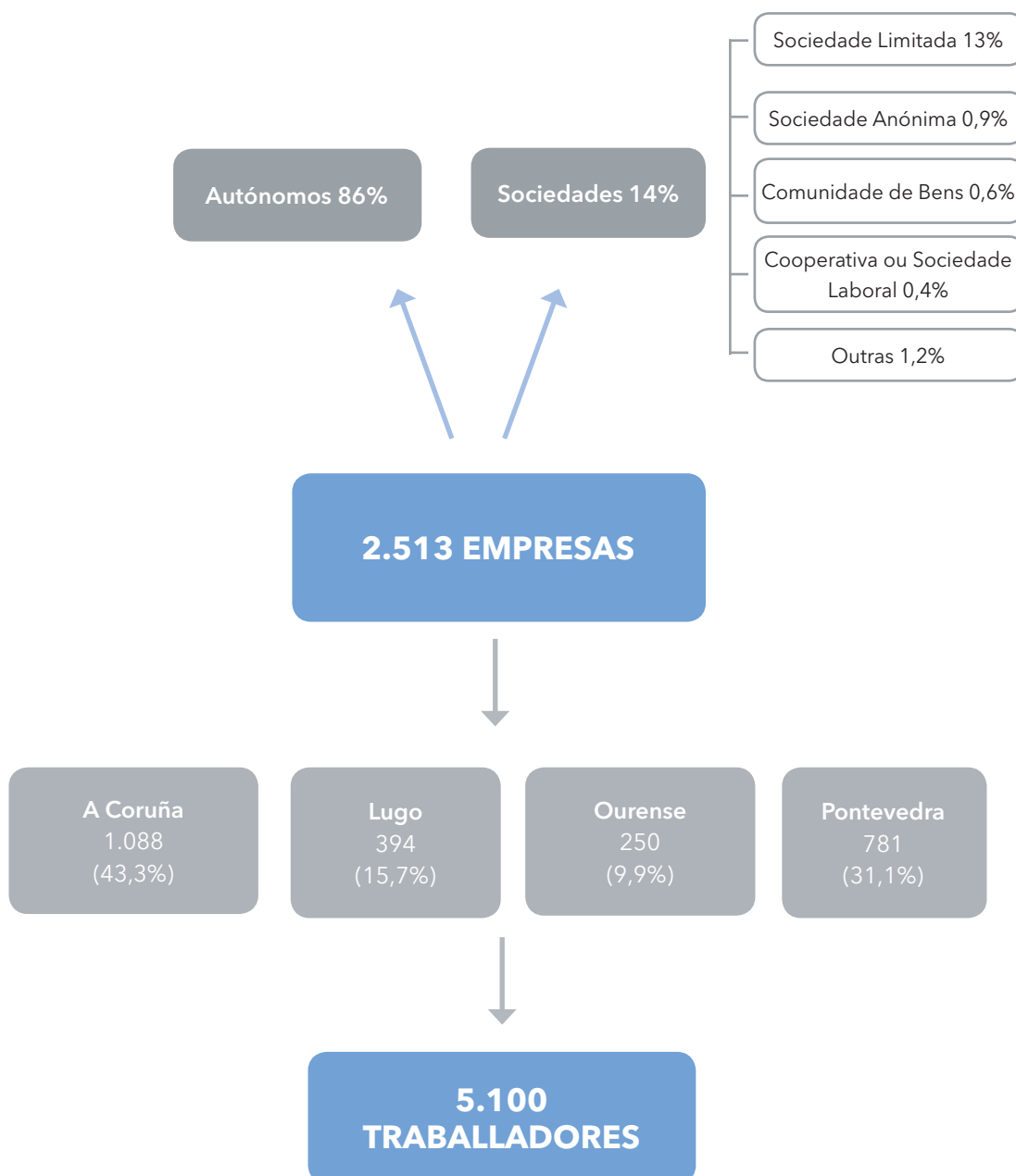
ANÁLISE DAFO

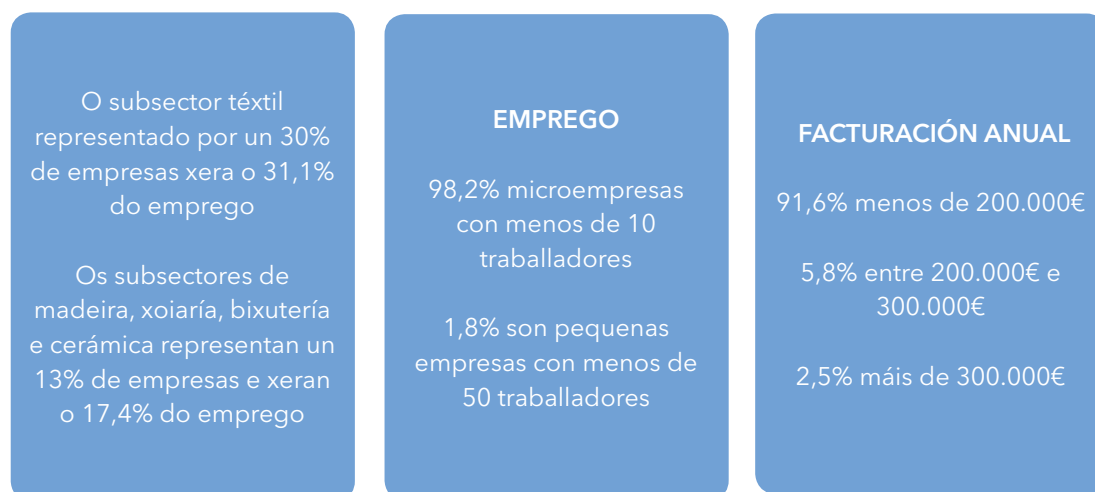
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>O tamaño medio das empresas artesás galegas é moi pequeno (o 71,1% son unipersonais)</p> <p>Reducidos niveis de acceso á formación continua (o 79,6% das empresas non realizou este tipo de formación no ano 2012)</p> <p>Escasa identificación dos/as artesáns/ás coas súas funcións xerenciais</p> <p>Escasa formación dos responsables das empresas artesás en competencias xerenciais</p> <p>Escasa presenza das empresas e o produto artesán galego na rede</p> <p>Escaso aproveitamento dos potenciais beneficios das TIC (promoción, comercialización, trámites burocráticos, formación, etc.)</p> <p>Base innovadora relativamente pequena</p> <p>Importantes carencias en innovación en novos materiais, deseño, promoción e envasado do produto.</p> <p>Reducida presenza das empresas artesás galegas no mercado español</p> <p>Emprego dun número moi reducido de canles de comercialización (venta directa)</p> <p>Alta concentración das exportacións nalgúns países (Portugal e Francia, principalmente) e reducida propensión exportadora das empresas</p> <p>Reducida orientación da empresa artesá ao crecemento como obxectivo estratéxico</p> <p>Cooperación con terceiros (intrasectorial e intersectorial) moi reducida</p> <p>Reducida capacidade para identificar oportunidades no entorno actual</p> <p>Pervivencia dunha reducida tendencia autárquica</p>	<p>Cualificación (técnica) e compromiso dos recursos humanos do sector</p> <p>Bos niveis de equipamiento TIC e de acceso a internet</p> <p>Alto nivel relativo de internacionalización da empresa galega (o 20,7% vende os seus produtos nos mercados estranxeiros e outro 16,1% prevé facelo a curto prazo)</p> <p>Boa capacidade para obter resultados dos procesos de innovación, tanto en incrementos de facturación asociada a novos produtos coma en patentes</p> <p>Boa aceptación e valoración, en xeral, da marca Artesanía de Galicia.</p> <p>Boa capacidade para obter beneficios económicos das marcas (particulares e colectivas, por exemplo Artesanía de Galicia)</p> <p>Ausencia de restricións financeiras e de tensións de tesorería importantes</p> <p>Maior interese na cooperación con terceiros, especialmente co sector turístico e cultural</p> <p>Confianza do sector nas súas propias oportunidades</p>

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<p>Falta de renovación xeracional no sector pola escasa presenza de xente nova</p> <p>A recuperación do consumo nacional pode debilitar aínda máis parte do tecido produtivo</p> <p>Algúns subsectores están moi vinculados ao sector da construción e a súa recuperación prevese difícil a corto e medio prazo</p>	<p>Avance do <i>Slow made</i> nos países occidentais</p> <p>Melloras competitivas asociadas ás TIC</p> <p>Maior valoración do produto exclusivo nas tendencias de consumo, que acabará nun aumento do público demandante de artesanía</p> <p>Boas perspectivas do turismo a medio prazo</p> <p>Apoio institucional aos procesos de internacionalización empresarial</p> <p>Contorna favorable á cooperación empresarial e institucional</p>

Fonte. Elaboración propia

Datos estadísticos do sector





Retos da artesanía de Galicia

3 grandes retos da artesanía de Galicia

RETO 1

COMPETITIVIDADE

Visión Empresas

Afianzar un sector artesanal competitivo capaz de aglutinar todo o talento artesanal galego

RETO 2

MARCA DIFERENCIAL

Visión Marca

Consolidar o posicionamento e prestixio da marca Artesanía de Galicia

RETO 3

ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL

Visión Ideas

Potenciar a innovación, a cooperación con outros sectores produtivos e a presenza dos produtos artesanais galegos na rede

Liñas estratégicas

Artesanía de Galicia visión 2016



← LIÑAS ESTRATÉXICAS 2014-2016 →



Esquema de liñas de acción, obxectivos e accións do plan de Artesanía de Galicia

Esquema: eixes de intervención e obxectivos

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa

Liña estratéxica 1:

ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector

LIÑA DE ACCIÓN 1. ACTUALIZACIÓN DA NORMATIVA E REVISIÓN CONTINUA DO REPERTORIO DE OFICIOS ARTESÁNS

OBXECTIVO 1. ADECUACIÓN DA NORMATIVA Á REALIDADE DO SECTOR E AO REPERTORIO DE OFICIOS ARTESÁNS

Acción 1. Actualización da normativa vixente incidindo na regulación dos novos oficios artesanais e no recoñecemento honorífico da figura do Mestre Artesán.

LIÑA DE ACCIÓN 2. FORTALECEMENTO DO TECIDO PRODUTIVO ARTESÁN

OBXECTIVO 2. PULO Á CREACIÓN DE NOVAS EMPRESAS ARTESÁS E APOIOS ÁS EMPRESAS EXISTENTES

Acción 2. Política coordinada de apoio á creación de empresas artesás.

Acción 3. Asesoramento a novos obradoiros artesáns a cargo de expertos/as.

Acción 4. Difusión das diferentes formas xurídicas de creación de empresa.

Acción 5. Difusión dos beneficios vinculados á obtención do carnet de artesán/á.

Acción 6. Identificación de puntos de información e consulta sobre instrumentos e axudas ás empresas.

Acción 7. Apoio individualizado ás empresas artesás.

Acción 8. Programa de apoio ao crecemento: apoio financeiro, asesoramento en acceso a novos mercados e asesoramento empresarial.

LIÑA DE ACCIÓN 3. POSTA EN VALOR

OBXECTIVO 3. POÑER EN VALOR A IMPORTANCIA DO SECTOR ARTESANAL GALEGO

Acción 9. Aposta e consolidación do Encontro de Artesanía Tradicional e Popular de Galicia CORAZÓN DE ARTESANÍA, Os Pendellos de Agolada.

Acción 10. Premios Artesanía de Galicia

Acción 11. *Desenvolvemento dunha normativa referente á catalogación de eventos de interese artesanal*

Acción 12. *Realización de campañas de revalorización e sensibilización incidindo na importancia social, económica, cultural, local e ambiental da artesanía.*

Acción 13. *Sensibilización e información institucional do valor do oficio artesáno ámbito educativo.*

Acción 14. *Desenvolvemento de materiais escolares para a promoción da artesanía galega.*

LIÑA DE ACCIÓN 4. COORDINACIÓN DO PLAN

OBXECTIVO 4. ESTABLECEMENTO DE INSTRUMENTOS DE COORDINACIÓN

Acción 15. *Creación dunha mesa intersectorial con Consellerías e institucións relacionadas coas accións contempladas no Plan.*

Liña estratéxica 2:

CAPTACIÓN DE TALENTO. Formación e mellora continua

LIÑA DE ACCIÓN 5. FORMACIÓN PARA MOZOS E MOZAS EN TÉCNICAS E VALORES ARTESÁNS

OBXECTIVO 5. DESENVOLVEMENTO DE PLANS FORMATIVOS DIRIXIDOS A MOZOS E MOZAS

Acción 16. *Favorecer a entrada de mozos no sector mediante actuacións divulgativas e plans de formación*

Acción 17. *Programación de cursos ou talleres para a transmisión xeracional do oficio*

Acción 18. *Deseño e implantación de instrumentos de avaliación da oferta formativa*

Acción 19. *Creación de programas de formación ocupacional acordes coas necesidades formativas do sector e cos requisitos do sistema nacional de cualificacións*

LIÑA DE ACCIÓN 6. MELLORA DAS POSIBILIDADES DE FORMACIÓN CONTINUA DOS/AS PROFESIONAIS ARTESÁNS/ÁS

OBXECTIVO 6. AMPLIACIÓN DA OFERTA FORMATIVA E DOS NIVEIS DE ACCESO DOS/AS AUTÓNOMOS/AS Á FORMACIÓN EN TÉCNICAS E OFICIO ASÍ COMO A FORMACIÓN TRANSVERSAL.

Acción 20. *Promoción e difusión da oferta formativa existente*

Acción 21. *Programa de recuperación de oficios artesanos en extinción e a súa posta en valor*

Acción 22. *Apoiar programas que favorezan a rotación no traballo (interna e externa)*

Acción 23. *Creación dun programa piloto de formación impartida por artesáns/ás profesionais*

Acción 24. *Creación e difusión de titoriais online*

Acción 25. *Creación dun catálogo de formación online en técnicas artesás (tutoriais) disponibles*

Acción 26. *Desenvolvemento dun programa piloto de videoformación nunha selección de técnicas artesás*

Acción 27. *Creación do programa de formación en técnicas xerenciais*

Acción 28. *Programa formativo para xestores/as, directivos/as de empresas*

RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. Visión Marca

Liña estratéxica 3:

COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN. A marca Artesanía de Galicia como eixe vertebrador da promoción e a comercialización

LIÑA DE ACCIÓN 7. POTENCIACIÓN DA MARCA ARTESANÍA DE GALICIA

OBXECTIVO 7. CONSOLIDAR O POSICIONAMENTO DA MARCA ARTESANÍA DE GALICIA

Acción 29. *Promoción, difusión e protección da marca Artesanía de Galicia*

Acción 30. *Difusión, potenciación da adhesión e renovación da marca Artesanía de Galicia nos establecementos comerciais*

Acción 31. *Promoción e posta en marcha de novos puntos de venda da marca Artesanía de Galicia e a creación dunha tenda online*

Acción 32. *Aposta pola difusión da Artesanía como agasallo promocional*

Acción 33. *Maior promoción do produto artesáno mercado nacional*

Acción 34. *Promoción e colaboración directa para a participación de talleres artesáns en feiras nacionais de reconocido prestixio*

Acción 35. *Realización de campañas de comunicación resaltando a "autenticidade" e "exclusividade" dos produtos artesáns galegos*

Acción 36. *Seminarios e talleres sobre a importancia do slow made para o público en xeral.*

LIÑA DE ACCIÓN 8. FORTALECEMENTO DA COMERCIALIZACIÓN DA ARTESANÍA GALEGA**OBXECTIVO 8. MELLORA DO ACCESO A NOVOS MERCADOS, CLIENTES E FOMENTO DE NOVOS CANAIS DE COMERCIALIZACIÓN**

Acción 37. *Promoción das feiras artesás galegas.*

Acción 38. *Realización dun programa de identificación de vías de acceso ao mercado nacional*

Acción 39. *Identificación e promoción de novas formas de comercialización*

Acción 40. *Desenvolvemento dun programa de identificación de nichos de consumo*

Acción 41. *Acción de difusión para fomentar un maior emprego do marketing online e o comercio electrónico como novas canles de comercialización*

Acción 42. *Apoio á contratación de servizos especializados en marketing online e comercio electrónico, incluíndo o desenvolvemento de pasarelas de pagamento.*

Acción 43. *Formación específica en técnicas de venda, marketing e comercialización (offline)*

LIÑA DE ACCIÓN 9. FORTALECEMENTO DA COMERCIALIZACIÓN DA ARTESANÍA GALEGA**OBXECTIVO 9. APOIO Á INTERNACIONALIZACIÓN DA EMPRESA ARTESÁ**

Acción 44. *Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a fomentar a cultura exportadora*

Acción 45. *Sesións informativas sobre posibilidades de financiación*

Acción 46. *Promoción da participación de artesáns/ás galegos/as en feiras profesionais internacionais*

Acción 47. *Promoción e colaboración directa para a participación de obradoiros artesáns en feiras internacionais*

Acción 48. *Promoción das misións inversas con determinados sectores/países de especial interese*

Acción 49. *Xornadas sobre as posibilidades que ofrecen as TIC para a exportación*

RETO 2. ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL. Visión Ideas

Liña estratéxica 4: **INNOVACIÓN, DESEÑO E CREATIVIDADE como aposta**

LIÑA DE ACCIÓN 10. FOMENTO DA INNOVACIÓN NAS EMPRESAS ARTESÁS

OBXECTIVO 10. PULO Á INNOVACIÓN EN NOVOS MATERIAIS, DESEÑO, PROMOCIÓN E ENVASADO DOS PRODUTOS.

Acción 50. *Desenvolvemento de programas piloto (laboratorio) de experimentación e innovación con novos materiais*

Acción 51. *Difusión de experiencias no ámbito da experimentación con novos materiais*

Acción 52. *Desenvolvemento dun programa de colaboración piloto entre unha selección de empresas artesás e un ou máis centros tecnolóxicos especializados.*

Acción 53. *Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a dar a coñecer as distintas aplicacións informáticas existentes para compras, contabilidade, etc.*

Acción 54. *Realización de programas específicos dirixidos a atopar novos métodos e canles de promoción dos produtos*

Acción 55. *Elaboración dunha carteira de deseñadores/as a disposición dos/as artesáns/ás*

Acción 56. *Realización de formación especializada en presentación, etiquetado e packaging de produto*

Acción 57. *Potenciar o desenvolvemento da imaxe corporativa dunha selección de obradoiros artesáns*

Acción 58. *Desenvolvemento dun proxecto tractor de reinterpretación da tradición e novos usos para produtos tradicionais*

Acción 59. *Realización de programas específicos de iniciación e estímulo á innovación ou adaptación de programas existentes noutras institucións ás características específicas das empresas artesás*

Acción 60. *Identificación de fontes de financiamento para empresas artesás que queren iniciar procesos de crecemento e investir en I+D+I*

Acción 61. *Sesións informativas sobre financiamento de proxectos de innovación*

Acción 62. *Realización de accións de comunicación específicas dirixidas ás empresas artesás resaltando o carácter aplicado dos servizos de innovación e a súa incidencia sobre a competitividade empresarial*

Acción 63. *Elaboración dun directorio de departamentos de universidades, organismos públicos de investigación e centros tecnolóxicos*

Acción 64. *Promoción da cooperación con centros tecnolóxicos e universidades*

Acción 65. *Accións de colaboración con centros tecnolóxicos especializados para formación*

Acción 66. *Elaboración e divulgación dun listado de referentes*

Acción 67. *Accións de colaboración con escolas de arte e superiores de deseño, universidades e deseñadores/as profesionais*

Acción 68. *Accións para dar a coñecer os avances e resultados de investigacións de interese para o sector artesán*

Liña estratéxica 5:

Artesanía na rede e uso das novas tecnoloxías

LIÑAS DE ACCIÓN 11. MELLORA DA PRESENZA DAS EMPRESAS E DO PRODUTO ARTESÁN GALEGO NA REDE

OBXECTIVO 11. APROVEITAMENTO DAS POSIBILIDADES TIC E MELLORA DA PRESENZA DO SECTOR EN INTERNET E NAS REDES SOCIAIS

Acción 69. *Formación para a mellora do deseño web*

Acción 70. *Formación básica en técnicas de community management (presenza en redes sociais e xestión das comunidades)*

Acción 71. *Realización de xornadas de referentes para incrementar o coñecemento e difundir as oportunidades de negocio e formación ligadas ao uso das TIC*

Acción 72. *Formación especializada para incrementar o uso da rede para trámites administrativos e burocráticos*

Liña estratéxica 6:

Pulo á cooperación intra e intersectorial

LIÑAS DE ACCIÓN 11. PULO Á COOPERACIÓN

OBXECTIVO 12. FOMENTO DA COOPERACIÓN INTRA E INTERSECTORIAL

Acción 73. *Elaboración dun directorio de empresas artesás con interese na cooperación con terceiros e principais sectores de interese*

Acción 74. *Creación dunha Wiki especializada en cooperación para o sector artesán (inter e intrasectorial)*

Acción 75. *Xeración dun grupo tractor. Creación de proxectos, liderados por axentes do propio sector, que favorezan a cooperación institucional con outros sectores*

Acción 76. *Promoción da artesanía entre os sectores non artesáns de maior interese para a cooperación. Accións de difusión do valor engadido dos produtos artesáns e do "saber facer" dos seus profesionais*

Acción 77. *Asesoramento para a apertura de obradoiros ao público*

Acción 78. *Desenvolvemento dun programa específico para potenciar a colaboración entre as empresas artesás e as empresas turísticas*

Acción 79. *Desenvolvemento dun proxecto de creación dunha rede de artesanía onde se integren os recursos e servizos turísticos de interese do sector artesán en Galicia*

Acción 80. *Pulo de programas piloto (e reorientación dos xa existentes) de integración de obradoiros artesáns en diferentes rutas turísticas xa consolidadas*

Acción 81. *Promoción da artesanía vinculada ao sector turístico e á iconografía galega*

Acción 82. *Promoción da comercialización vinculada ao turismo*

Orzamento

Orzamento para o plan de desenvolvemento da Artesanía de Galicia 2014-2016

Destinaranse 5M de € ao desenvolvemento das accións contidas no Plan de desenvolvemento da Artesanía de Galicia. A distribución orzamentaria anual repartirase conforme ás seguintes porcentaxes

ACTUACIÓN DO PDA 2014-2016	% DISTRIBUCIÓN
RETO 1 COMPETITIVIDADE Visión Empresa	30%
RETO 2 MARCA DIFERENCIAL Visión Marca	35%
RETO 3 ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL Visión Ideas	35%

Desenvolvimento do Plan

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa

LIÑA ESTRATÉXICA 1

ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector

LIÑA DE ACCIÓN 1

Actualización da normativa e revisión continua do repertorio de oficios artesáns

OBXECTIVO 1

Adecuación da normativa á realidade do sector e ao repertorio de oficios artesáns

XUSTIFICACIÓN

Os repertorios de oficios artesáns das comunidades autónomas caracterízanse, en xeral, por unha disposición comprensiva e pragmática de todas as actividades artesás detectadas no seu ámbito territorial. Os máis actuais, ademais dunha descrición dos distintos oficios, inclúen información sobre as materias primas utilizadas nas actividades, as ferramentas, os procesos produtivos e os produtos finais.

Novos/as profesionais estanse a incorporar á artesanía galega procedentes doutros sectores de actividade, especialmente do mundo da moda e do deseño, e están a traer consigo novas "formas de facer" e utilizando e innovando con novos materiais en oficios tradicionais.

Igualmente, estes repertorios recibiron demandas e suxestións de actualización por parte de titulares artesáns co fin de mellorar os seus criterios, clasificacións de oficios e definicións.

Os procesos de revisión dos repertorios demostraron ser absolutamente necesarios e imprescindibles, co fin de contar cun sistema permanentemente actualizado e que obedeza á mellora dos seus contidos e á introdución daqueles elementos que o cambio experimentado polas producións artesás poida ir determinando.

Esta liña de acción ten por obxectivo levar a cabo as seguintes tarefas:

- Renovar criterios e definicións
- Adecuar as clasificacións de oficios
- Incorporar oficios

- Observar a posible inclusión de novos oficios relativos a novos produtos
- Aproximar as clasificacións e denominacións aos usos actuais establecidos en obradoiros artesanais e sectores do seu ámbito

DESCRIPCIÓN DO OBTXECTIVO

O proceso de revisión do repertorio permitirá contar cunha nova relación de oficios, obtendo unha clasificación actualizada e completa e a introdución daqueles elementos que o cambio experimentado polas producións artesanais poida ir determinando. Polo tanto, o obxectivo das actuacións enumeradas a continuación é conseguir unha axeitada ordenación do sector artesán galego, adaptándose á nova realidade e incorporando os novos oficios e o uso de novos materiais que están a xurdir nos últimos anos.

Este obxectivo será liderado pola Consellería de Economía e Industria a través da Dirección Xeral de Comercio e a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño e será levado a cabo mediante a seguinte acción.

ACCIONES

Acción 1. Actualización da normativa vixente incidindo na regulación dos novos oficios artesanais e no recoñecemento honorífico da figura do Mestre Artesán

Revisión do repertorio de oficios, adecuando as clasificacións dos oficios e incorporando oficios emerxentes. O obxectivo principal é obter unha clasificación actualizada e completa dos oficios.

Unha vez finalizada a revisión e actualización do repertorio, procederase á realización dunha revisión normativa da regulación do sector artesán galego, incorporando as modificacións realizadas neste.

Dentro do prazo de execución deste plan levarase a cabo a regulación da figura do mestre artesán como un recoñecemento honorífico, medida que vén demandada polo sector e a Comisión Galega de Artesanía.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa

LIÑA ESTRATÉXICA 1.

ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L1: Actualización da normativa e revisión continua do repertorio de oficios artesanais	A1: Actualización da normativa vixente incidindo na regulación dos novos oficios artesanais eno recoñecemento honorífico da figura domestre artesán.			

INDICADORES DE SEGUIMENTO

- Número de novos/as artesáns/ás que se inscriben nas novas categorías.
- Número de artesáns/ás xa inscritos/as que se inclúen tamén nas novas categorías.
- Número de cartas de mestre/a artesán/á concedidas.

LIÑA DE ACCIÓN 2

fortalecemento do tecido produtivo artesán

OBXECTIVO 2

Pulo á creación de novas empresas artesás e apoio ás empresas existentes

XUSTIFICACIÓN

A contribución da Artesanía Galega á sociedade non só pode vincularse á súa relevancia como motor cultural, preservador da identidade colectiva e do patrimonio e acervo cultural galego, senón que tamén é fonte xeradora de riqueza económica e contribúe á cohesión social, como fonte de xeración de emprego estable, e territorial, pola situación no ámbito rural de moitas das empresas artesás.

Por tanto, a consolidación dun sector artesán competitivo e a creación de novas empresas artesás non só beneficia á Artesanía de Galicia senón que os seus efectos repercuten positivamente no conxunto da sociedade.

Neste sentido, as accións de fomento e promoción do emprendemento resultan clave no pulo do dinamismo económico dun sector. Ademais, está demostrado que a creación de novos negocios e o impulso do espírito emprendedor fan que as sociedades sexan máis desenvolvidas, equilibradas e fortes, contribuíndo ademais a reducir as taxas de desemprego.

De aí que, consciente do gran potencial económico e cultural que a artesanía representa, a Consellería de Economía e Industria e a Dirección Xeral de Comercio a través da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño teñan entre os seus obxectivos principais, por unha banda, o pulo á creación de novas empresas artesás, configurando servizos de apoio e asesoramento a potenciais emprendedores/as e dotándoos de estruturas de funcionamento e xestión dirixidas a promover a creación de novas empresas e, por outra banda, a consolidación e crecemento das empresas xa existentes, ofrecéndolles ferramentas e mecanismos de apoio.

Polo tanto, o fin último desta liña de actuación é contribuír a manter un sector artesán forte, competitivo e modernizado, para o que se realizarán accións encamiñadas ao fomento do espírito emprendedor, á creación de novas empresas artesás e ao crecemento e expansión destas a través de servizos de asesoramento e información.

En toda esta liña estratéxica e nas súas accións participa e colabora o IGAPE (Instituto Galego de Promoción Económica)

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

O obxectivo das actuacións que a continuación se enumeran é dobre: por unha banda, impulsar a creación de novas empresas e o afloramento daquelas que se encontran operando nunha situación de emprego non declarado e, por outra banda, apoiar aquelas empresas que se encontran en dificultades.

As accións que a continuación se propoñen serán lideradas pola Consellería de Economía e Industria e pola Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño. Non obstante, contarase coa implicación doutros actores institucionais e do tecido asociativo, involucrados na promoción do emprendemento e no apoio a empresas en crise.

ACCÍONS

Acción 2. Política coordinada de apoio á creación de empresas artesanás

Establecemento das bases que permitan desenvolver unha política coordinada de apoio á creación de empresas artesanás entre os distintos organismos que ofrecen servizos de apoio ou asesoramento para a creación de empresas. Esta liña de traballo resulta clave para coordinar un amplo volume de accións multidireccionais desenvolvidas por diferentes entidades que empregan as súas propias canles para a difusión dos seus servizos.

Así mesmo, e de forma complementaria, realizaranse accións encamiñadas a aproveitar o coñecemento que outras entidades teñen sobre apoio a empresas.

Acción 3. Asesoramento a novos obradoiros artesanás a cargo de expertos/as

Asesoramento a emprendedores/as artesanás/ás a cargo de expertos/as. A prestación do servizo debe integrar expertos/as cualificados/as para o acompañamento e asesoramento ao/á emprendedor/a artesan/á nas fases iniciais da posta en marcha, análise da idea, asesoramento e formación no plan de viabilidade e apoio na busca da localización de tal forma que se obteñan índices de supervivencia óptimos. Tamén debe buscarse o asesoramento no ámbito da dirección e xestión empresarial que axilicen o proceso de consolidación da empresa.

Esta liña de acción debe completarse con accións de información a través de sesións con organismos e entidades que prestan apoios a empresas.

Acción 4. Difusión das diferentes formas xurídicas de creación de empresa

Accións de comunicación dirixidas a emprendedores/as artesanás/ás nas que se presenten as diferentes formas xurídicas que se poden adoptar á hora de crear

unha empresa e os beneficios e inconvenientes asociados a cada unha delas, co obxectivo de ofrecer información sobre o tipo societario que máis se axusta ás necesidades de cada emprendedor/a.

Acción 5. Difusión dos beneficios vinculados á obtención do carnet de artesán/á

Accións de comunicación dirixidas ao propio sector e á captación de novos emprendedores. Considérase conveniente realizar unha campaña de difusión (mediante contacto telefónico, correo electrónico, envío de boletíns dixitais, etc.) dos beneficios vinculados á obtención do carné de artesán/á.

Acción 6. Identificación de puntos de información e consulta sobre instrumentos e axudas ás empresas

Identificación de puntos de información e consulta existentes (servizos ofertados por entidades públicas ou privadas) capaces de dar resposta sobre axudas, financiamento, avais, etc.

A acción anterior debe culminar coa celebración de seminarios dirixidos aos/ás artesáns/ás nos que axentes institucionais dean a coñecer os instrumentos financeiros.

Acción 7. Apoio individualizado ás empresas artesás

Desenvolvemento de accións de colaboración entre a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño e o IGAPE para a adaptación do seu programa Re-Acciona (para a mellora da competitividade das empresas) as características específicas do sector artesanal, así como para a realización de campañas específicas de captación e inclusión de empresas artesás neste programa.

Na actualidade o programa ofrece os seguintes servizos, os cales deberían ser adaptados ás especificidades sectoriais da artesanía galega: realización de diagnósticos de competitividade; optimización financeira; optimización da produción; relanzamento comercial; xestión por procesos, imaxe e comunicación; plan de futuro empresarial; deseño do plan de acción; empresa familiar; redes de cooperación e transformación de negocio.

Acción 8. Programa de apoio ao crecemento: apoio financeiro, asesoramento en acceso a novos mercados e asesoramento empresarial

Sesións informativas sobre financiamento de proxectos, impartidas por unha selección de expertos/as, mediante organización de seminarios que permitan dar a coñecer os mecanismos de axudas existentes para a realización de investimentos, contratación de persoal, asesoramento internacionalización, etc.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa				
LIÑA ESTRATÉXICA 2.				
ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L2: Fortalecemento do tecido produtivo artesán	A2: Política coordinada de apoio á creación de empresas artesás			
	A3: Asesoramento a novos obradoiros artesáns a cargo de expertos/as			
	A4: Difusión das diferentes formas xurídicas de creación de empresa			
	A5: Difusión dos beneficios vinculados á obtención do carné de artesán/á			
	A6: Identificación de puntos de información e consulta sobre instrumentos e axudas a empresas			
	A7: Apoio individualizado ás empresas artesás			
	A8: Programa de apoio ao crecemento: apoio financeiro, asesoramento en acceso a novos mercados e asesoramento empresarial			

INDICADORES DE SEGUIMENTO

- Número de profesionais expertos/as ou cualificados/as implicados nos servizos de asesoramento
- Número de usuarios/as destes servizos.
- Número de accións de comunicación, promoción e difusión realizadas.
- Número de empresas artesás ás que se lles proporcionou apoio especializado.
- Número de sesións informativas realizadas.
- Número de asistentes ás sesións.

LIÑA DE ACCIÓN 3

Posta en valor

OBXECTIVO 3

Posta en valor do sector artesanal galego

XUSTIFICACIÓN

A artesanía está presente na nosa vida diaria, na nosa casa, na roupa que vestimos, nos agasallos que facemos, nos establecementos que frecuentamos (aínda que en ocasións nos pase inadvertida), e é unha parte importante das nosas tradicións culturais, e da identidade que nos une.

En contra da percepción dalgúns non se trata dunha actividade especializada e cun consumo minoritario, se non de obras e obxectos de excepcional calidade, con características que están a ser demandadas por un mercado cada vez máis crítico e selectivo.

A actividade artesá non só se traduce en resultados puramente materiais, senón que exerce ademais certa pedagogía de carácter social, en canto transmite uns valores e contidos culturais arraigados na sociedade e que debemos apreciar e estimular. Igualmente é un valor diferenciador fronte aos sistemas de produción industrial, posto que supón un xeito de entender a empresa altamente comprometido cos aspectos emocionais, ecolóxicos e culturais das nosas tradicións.

A importancia da artesanía en Galicia, vai máis alá do que ás veces se percibe. Como sabemos a artesanía xera un emprego especializado cunha intensidade en capital, relativamente baixa, en comparación con outros sectores. Trátase dun dos maiores depósitos de emprendedores, e moi especialmente de emprendedoras, ademais dun factor importante no asentamento da poboación en zonas rurais, e á vez actúa coma un recurso de importancia crecente no desenvolvemento de sectores económicos emerxentes (como o turismo cultural e/ou rural).

Así mesmo, o sector conta con profesionais con excelentes coñecementos dos oficios e tecnoloxías que deben ser postas en valor, as capacidades técnicas deber ser aproveitadas, pois é un sector portador de coñecementos que se adquiren ao longo da vida, os cales son recursos escasos, dificilmente "aprendibles" e que supoñen un activo para o sector que é necesario valorar.

A artesanía foi perdendo peso e presenza social e a percepción xeral asóciaa á tradición. Faise urxente traballar na dirección de mellorar a visibilidade do sector, e é

neste contexto no que se engloba esta liña de acción, para demostrar á sociedade a capacidade da artesanía para ofrecer produtos e servizos personalizados, trazables, con deseños conceptualmente avanzados, portadores de referencias ao territorio e en liña, polo tanto, coas novas tendencias do consumo, con empresas que introducen na súa xestión diaria as novas tecnoloxías e que investigan tanto con novos materiais coma en aplicacións e uso cotián dos existentes.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

Os obxectivos desta liña de acción son prestixiar a artesanía, recoñecer ás empresas, feiras e eventos artesáns que se caracterizan polo desenvolvemento da creatividade, a adaptación ao mercado, a responsabilidade social e ambiental e a capacidade de innovación e que permiten presentar e posicionar á artesanía no contexto de calidade e excelencia que merece.

Por outra banda, o coñecemento e a valoración das actividades artesás entre o alumnado dos distintos niveis e estadios formativos é fundamental para a incorporación, a medio e longo prazo, de mozos ao sector, garantindo así o relevo xeracional, así como para formar aos/ás futuros/as consumidores/as de produtos artesáns. O fin das seguintes actuacións consiste en articular un programa transversal de traballo no que se integren os obxectivos de sensibilización da comunidade educativa sobre a importancia e o valor da artesanía nos distintos niveis educativos vinculándoos ao seu ámbito a través da divulgación das actividades artesás e a xeración de recursos para fomentar a motivación e o coñecemento do seu valor cultural, económico e social.

O programa será liderado pola Consellería de Economía e Industria coa colaboración no ámbito educativo da Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria e, dado o seu carácter transversal, requirirá a implicación doutras áreas de xestión claves para a súa implantación.

ACCIÓNS

Acción 9. Aposta e consolidación do Encontro de Artesanía Tradicional e Popular de Galicia. CORAZÓN DA ARTESANÍA, Os Pendellos de Agolada, Pontevedra

Este encontro afiánzase como un espazo de encontro (xornadas, exposicións, venta, obradoiros, demostracións) que permite a interrelación de diferentes campos que conforman a nosa identidade e a posta en valor da nosa artesanía, música, baile, gastronomía, turismo e que proxecta unha imaxe integral de Galicia e que revaloriza a artesanía galega.

Este encontro afiánzase como un espazo de encontro (xornadas, exposicións, venda, talleres, demostracións) que permite a interrelación de diferentes campos que conforman a nosa identidade e a posta en valor da nosa artesanía, música, baile, gastronomía, turismo e que proxecta unha imaxe integral de Galicia revalorizando a artesanía galega.

Desta forma, a Consellería de Economía e Industria, aposta por un proxecto que busca renovar a presenza da artesanía e xerar novas oportunidades que beneficien ao sector. Trátase de concentrar a esencia da cultura popular por medio da artesanía nun escaparate para a posta en escena como son os Pendellos de Agolada

Acción 10. Premios Artesanía de Galicia

Convocatoria duns premios co selo Artesanía de Galicia co obxectivo de estimular o traballo de creación dos artesáns galegos e sensibilizar á sociedade sobre a súa importancia como motor económico e cultural de Galicia.

Esta acción contribuirá non só a divulgar o produto artesanal galego senón tamén a mostrar un sector consolidado cunha longa traxectoria profesional, potenciando o relevo xeracional na artesanía, o acceso de novos talentos ao sector e a súa profesionalización.

Acción 11. Desenvolvemento dunha normativa referente á catalogación de eventos de interese artesanal

Desenvolvemento dunha normativa que regule, defina e especifique os requisitos necesarios para obter a condición de «Evento de Interese Artesán de Galicia» co fin de promover aqueles que se desenvolvan no territorio galego, especialmente feiras, encontros do sector e exposicións.

Acción 12. Realización de campañas de revalorización e sensibilización incidindo na importancia social, económica, cultural, local e ambiental da artesanía

Accións de comunicación incluíndo internet e as redes sociais nas que se resalte e incida sobre a achega que a artesanía realiza ao contorno desde un punto de vista social, económico, cultural, de cohesión territorial e ambiental (uso de elementos naturais, produción ambientalmente sostible, etc.).

Acción 13. Sensibilización e información institucional do valor do oficio artesanal no ámbito educativo

Sensibilización e información institucional orientada especificamente á comunidade escolar nos distintos graos formativos, adaptando soportes e mensaxes aos seus perfís e ámbitos de actividade (poboación infantil-xuvenil no ámbito escolar, estudantes de secundaria e estudantes universitarios/as).

Por outra banda, realizarase un labor de identificación das accións a desenvolver, a medio prazo, nos seguintes ámbitos:

- Currícula transversal de Primaria, Secundaria e Bacharelato, integrando contidos pedagóxicos vinculados á artesanía no currículo de cada un dos niveis de ensino.
- Programas extraescolares (xornadas, conferencias, exposicións e visitas a obradoiros)

Acción 14. Desenvolvemento de materiais escolares para a promoción da artesanía galega

Elaboración, produción e difusión de materiais escolares para a promoción da artesanía, no que se poderán integrar distintas ferramentas pedagóxicas e soportes audiovisuais de referencia, segundo os distintos graos formativos, para o tratamento dos seguintes contidos nas aulas:

- A importancia cultural, social e económica da artesanía.
- A artesanía como fonte de xeración de emprego e autoemprego.
- A imaxe do colectivo de artesáns/ás.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa				
LIÑA ESTRATÉXICA 1				
ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L3: Posta en valor do sector artesanal galego	A9: Aposta e consolidación do Encontro de Artesanía Tradicional e Popular CORAZÓN DE GALICIA en Agolada			
	A10: Premios Artesanía de Galicia			
	A11: Desenvolvemento dunha normativa referente á catalogación de eventos de interese artesanal			

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L3: Posta en valor do sector artesanal galego	A12: Realización de campañas de revalorización e sensibilización incidindo na importancia social, económica e cultural, local e ambiental da artesanía			
	A13: Sensibilización e información institucional do valor do oficio artesanal no ámbito educativo			
	A14: Desenvolvemento de materiais escolares para a promoción da artesanía galega			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de participantes no encontro anual de Agolada
- Número de actuacións en medios de comunicación do encontro de Agolada.
- Número de novos obradoiros que se adhiren á marca “Artesanía de Galicia”.
- Número de participantes nos Premios Artesanía de Galicia
- Número feiras Evento Interese Artesán de Galicia.
- Número de entidades implicadas (escolas, institutos, centros universitarios, artesáns/ás, obradoiros, etc.).
- Número de docentes e orientadores/as implicados/as no programa.
- Número de centros escolares que participan no programa realizando algunha das súas actividades.
- Número de actividades executadas.
- Número de alumnos e alunas que participan nas actividades.
- Número de participantes en actividades de difusión realizadas.
- Número de materiais ou documentos desenvolvidos ou compilados.
- Número de personas que accederon aos materiais ou documentos.
- Outros indicadores recollidos en cuestionarios de satisfacción das actividades segundo tipoloxía e destinatario.

LIÑA DE ACCIÓN 4 COORDINACIÓN DO PLAN

OBXECTIVO 4 Establecemento de instrumentos de coordinación

XUSTIFICACIÓN

A multiplicidade e variedade das institucións e servizos que operan nos distintos ámbitos de acción que se propuxeron no presente Plan fan formular a necesidade de crear unha última liña de traballo de carácter transversal que facilite o desenvolvemento das actuacións do Plan así como a súa avaliación.

A implicación das diferentes Consellerías da Xunta de Galicia e de organismos como o GAIN ou o IGAPE é fundamental para poder levar a cabo as actividades formuladas neste Plan, baixo a coordinación da Consellería de Economía e Industria, competente en materia de Artesanía. As competencias, recursos e os medios dos que dispoñen estas institucións son o pilar sobre o que se sustenta a consecución dos obxectivos compartidos neste Plan de Artesanía 2014-2016.

Neste sentido, a posta en marcha de instrumentos de coordinación debe partir dunha dobre perspectiva:

- Do establecemento de ferramentas de comunicación e coordinación interáreas de xestión, dotando dun marco de seguimento que garanta unha orientación común e retroalimentar as accións propostas.
- A implantación dun sistema continuado de posta en común e busca de obxectivos complementarios entre as diferentes entidades.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

A multiplicidade e variedade de institucións e servizos existentes que teñen ou poden ter relación, en maior ou menor medida, co sector artesán galego fan formular unha liña de traballo de carácter transversal que facilite o desenvolvemento coordinado das accións propostas neste Plan ou outras accións que xa se están a levar a cabo en materia de artesanía co fin de lograr unha maior eficacia e eficiencia na xestión dos recursos utilizados e evitar a duplicidade e solapamento de actuacións.

ACCIÓN

Acción 15. Creación dunha mesa intersectorial con Consellerías e institucións relacionadas coas accións contempladas no Plan

Creación dunha mesa intersectorial e establecemento de protocolos de coordinación con outras entidades promotoras da artesanía na autonomía ou con institucións e Consellerías relacionadas coa provisión dos servizos ou as accións contempladas no presente Plan.

Deseñarase un procedemento de traballo que facilite a interlocución e o establecemento dun sistema de información, análise e coordinación dos servizos, recursos e accións para facilitar o labor de todas e cada unha das institucións e entidades implicadas nestes, así como os procesos que interveñen na execución das súas actividades (derivación, sistematización de información, etc.).

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa				
LIÑA ESTRATÉXICA 1. ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L3: Posta en valor do sector artesanal galego	A15: Creación dunha mesa intersectorial con Consellerías e institucións relacionadas coas accións contempladas no Plan			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de entidades representadas nas mesas de traballo.
- Número de sesións de traballo desenvolvidas.
- Valoración das sesións de traballo.

LIÑA ESTRATÉXICA 2

CAPTACIÓN DE TALENTO. Formación e mellora continua

LIÑA DE ACCIÓN 5

Formación para mozos e mozas en técnicas e valores artesanás

OBXECTIVO 5

Desenvolvemento de plans formativos dirixidos a mozos e mozas

XUSTIFICACIÓN

Unha das principais ameazas ás que se enfronta o sector artesan galego é a escasa presenza da renovación xeracional. Polo tanto, achegar aos/ás mozos á artesanía é unha liña prioritaria para o sector.

A divulgación das posibilidades laborais que a artesanía ofrece (tanto no emprego por conta allea como, especialmente, por conta propia), podería atraer a novos/as profesionais sen relación previa (sen tradición familiar) co sector.

Pero ademais a incorporación de mozos ao sector non só é necesaria para a renovación do sector en termos cuantitativos senón tamén cualitativos xa que este/as incorporan novas competencias, visións, modelos de negocio e innovación (de produtos, procesos, combinación de técnicas e materiais, etc.) que enriquecen e contribúen á renovación e actualización do tecido produtivo artesan.

Polo tanto, as accións propostas na presente liña de acción están encamiñadas a atraer un maior número de mozos e mozas ao sector mediante o desenvolvemento dunha oferta formativa (regulada e ocupacional) actualizada e axeitada; a introdución da artesanía nos plans e itinerarios formativos e a realización de campañas e accións divulgativas, accións esenciais para a incorporación á Artesanía de Galicia dun maior número de profesionais.

Para toda a materia relacionada coa formación se contará coa colaboración da Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria e coas Escolas de Arte e Superiores de Deseño de Galicia como tradicional fonte de futuros profesionais.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

A artesanía galega conta cunha notable riqueza en técnicas e oficios, así, algunhas técnicas artesanás son exclusivas desta comunidade autónoma, e encóntanse altamente arraigadas na tradición, converténdose nun elemento diferenciador e xerador de valor fronte ás producións doutras comunidades autónomas ou doutros países.

Por iso, resulta imprescindible o mantemento e conservación do saber facer das profesións artesás e, especialmente, daquelas en vías de extinción ou cun número reducido de artesáns/ás, mediante a atracción de mozos ao sector.

A realización de campañas e accións divulgativas sobre a importancia do sector artesán, non só desde un punto de vista cultural e social senón tamén como posible saída laboral, e o pulo á creación dunha formación regulada e atractiva para os mozos e mozas son pasos necesarios para a atracción dun maior número de persoas ao sector. Propóñense as seguintes accións para dar resposta a este obxectivo:

ACCIONES

Acción 16. Favorecer a entrada de mozos e mozas no sector mediante actuacións divulgativas e plans de formación

Realización de sesións informativas e divulgativas sobre o sector artesán para mozos e mozas (estudantes e desempregados/as) nas que se invitará a participar a referentes. Así mesmo, en colaboración coas Escolas de Artes e Superior de Deseño de Galicia desenvolveranse plans formativos (realización de talleres de iniciación á actividade artesanal) nos que se ofertará formación específica en técnicas artesás e en emprendemento para mozos.

Acción 17. Programación de cursos ou talleres para a transmisión xeracional do oficio

Elaboración da programación anual de cursos ou talleres, os cales levaranse a cabo durante todo o período de vixencia do presente Plan, nos que se contará coa presenza como formadores/as de artesáns/ás expertos/as en técnicas (con especial atención a aquelas técnicas de carácter tradicional ou daqueles oficios nos que o relevo xeracional non está asegurado).

Os cursos e talleres estarán dirixidos, por unha banda, a alumnado non artesán co fin de atraer a novos talentos ao sector e, por outro lado, a novos/as artesáns/ás galegos/as que estean interesados/as en ampliar e complementar os seus coñecementos.

Acción 18. Deseño e implantación de instrumentos de avaliación da oferta formativa

Realización dun estudo que permita coñecer o grao de adecuación da oferta formativa (regulada e non regulada) existente á demanda formativa. O estudo analizará, por unha banda, a demanda por parte de mozos de formación en técnicas artesás e, por outra banda, a adecuación da formación que se está a impartir ás necesidades e características dos principais oficios artesáns (desde o punto de vista dos seus profesionais).

Acción 19. Creación de programas de formación ocupacional acordes coas necesidades formativas do sector e cos requisitos do sistema nacional de cualificacións

Revisión do catálogo de formación non regulada que ofrece a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño co obxectivo de adecuar a formación ofrecida ás necesidades e demandas do sector. Así mesmo, nesta revisión tamén se prestará especial atención e adecuará a formación ofertada aos requisitos establecidos polo Instituto Nacional de Cualificaciones (INCUAL) no seu Catálogo Nacional por Familia Profesional para a Familia Profesional de Artes e Artesanía.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa				
LIÑA ESTRATÉGICA 2.				
CAPTACIÓN DE TALENTO. Formación e mellora continua				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L5: Formación para mozos e mozas en técnicas e valores artesáns	A16: Favorecer a entrada de mozos e mozas no sector mediante actuacións divulgativas e plans de formación			
	A17: Programación de cursos ou talleres para a transmisión xeracional do oficio			
	A18: Deseño e implantación de instrumentos de avaliación da oferta formativa			
	A19: Creación de programas de formación ocupacional acordes coas necesidades formativas ecos requisitos do sistema nacional de cualificacións			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de sesións informativas e divulgativas realizadas.
- Número de entidades colaboradoras no desenvolvemento de plans formativos.
- Número de cursos, talleres ou outro tipo de oferta formativa creados para mozos e mozas.

- Número de asistentes ás sesións, cursos ou talleres.
- Porcentaxe de beneficiarios/as satisfeitos/as coa formación recibida.
- Número de estudos de post-grado (máster) en oficios artesáns creados.

LIÑA DE ACCIÓN 6

Mellora das posibilidades de formación continua dos/as profesionais artesáns/ás

OBXECTIVO 6

Ampliación da oferta formativa e dos niveis de accesos dos/as autónomos/as á formación en técnicas e oficio, así como á formación transversal

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

A mellora dos niveis de acceso dos/as autónomos/as á formación, relacionada coas técnicas propias do seu oficio, é fundamental para o sector artesán. Por tanto, as accións deste obxectivo están centradas en ampliar e mellorar a oferta formativa, adecuándoa ás necesidades dos/as artesáns/ás e ás actuacións formativas que o propio sector valora en maior medida: rotación no traballo, actividades con artesáns/ás especializados/as ou con mestres/as artesáns/ás e visitas a outros talleres ou centros de artesanía.

Por outra banda, o gran número de autónomos/as e pemes dentro do sector artesán galego leva a que o desenvolvemento de competencias transversais sexa fundamental para o desenvolvemento empresarial xa que, na maioría das ocasións, o/a artesán/á non só se dedica á produción senón que tamén é o/a responsable do resto de áreas da súa empresa.

Con todo, o interese e os coñecementos da maior parte dos/as artesáns por aspectos relacionados coa xerencia, xestión ou outras áreas empresariais é a miúdo insuficiente ou mellorable, polo que se inclúen tamén nesta liña actuacións co obxectivo de asegurar unha oferta adecuada de formación en aspectos relacionados coa xerencia e xestión empresarial (mellora da rendibilidade, desenvolvemento de negocio, novas canles de comercialización, posibilidades de internacionalización, cooperación, etc.) pero, sobre todo, accesible e adaptada ás características propias da empresa artesá.

ACCIONES

Acción 20. Promoción e difusión da oferta formativa existente

Promoción e difusión da oferta formativa existente para oficios artesáns, tipoloxía formativa (curso, seminario, taller, formación *online*, etc.), duración da formación e lugar de impartición do curso. O catálogo recollerá a formación en oficios impartida en todo o territorio galego (por entidades públicas ou privadas). Posteriormente, o catálogo poderase ampliar a nivel nacional e europeo.

Acción 21. Programa de recuperación de oficios artesáns en extinción e a súa posta en valor

En colaboración coa consellería competente en materia de cultura e educación levarase a cabo, en diferentes centros educativos, accións co obxectivo de formar aos artesáns profesionais en técnicas e oficios artesáns en extinción á vez que se tratará de atraer novos talentos aos mesmos.

Acción 22. Apoiar programas que favorezan a rotación no traballo (interna e externa)

A rotación no traballo, tanto en distintos postos nun mesmo obradoiro como a través de estancias temporais noutras empresas artesás, permite, por unha banda, adquirir unha formación transversal en distintas áreas da empresa e, por outra banda, unha formación altamente especializada en técnicas de oficio. Co obxectivo de mitigar os custos derivados da ausencia temporal dos/as profesionais no seu posto específico de traballo e do tempo requirido para a formación dos/as que se incorporan.

Acción 23. Creación dun programa piloto de formación impartida por artesáns profesionais

Desenvolvemento dun programa piloto no que se realizarán talleres ou seminarios prácticos en formato master class nos que unha selección de profesionais de diversos subsectores da artesanía galega asesorarán ao alumnado (artesáns/ás novos/as ou con menos experiencia nesa área concreta pero con coñecementos avanzados) a partir de produtos ou pezas realizados por estes/as últimos/as sobre os que o profesional artesán ofrecerá consellos técnicos (corrección de pequenos erros, mellora mediante a introdución de novas técnicas ou materiais, etc.).

Acción 24. Creación e difusión de titoriais *online*

Creación dunha serie de titoriais *online*, onde a formación sexa impartida por mestres/as artesáns/ás mediante a gravación de vídeos nos que se expliquen técnicas artesás, especialmente aquelas de carácter tradicional ou con problemas relacionados coa substitución xeracional, co obxectivo de obter documentación audiovisual de ditas técnicas e poñelas a disposición do propio sector. Para iso, realizaranse labores de difusión de devanditos titoriais.

Acción 25. Creación dun catálogo de formación *online* en técnicas artesás (titoriais) dispoñibles

Realización dun catálogo de formación *online* (gratuíta ou de pago) no que se listen e relacionen titoriais xa existentes (nacionais e internacionais) e dispoñibles *online* sobre técnicas artesás. O catálogo recollerá información por oficios artesáns, tipo de técnica, custo e idioma no que está dispoñible o titorial.

Acción 26. Desenvolvemento dun programa piloto de videoformación nunha selección de técnicas artesás

Creación dun programa piloto no que se seleccionará un número determinado de técnicas artesás para as que se desenvolverán vídeos (un ou varios por técnica) nos que se incluírá formación exhaustiva e pormenorizada da técnica en cuestión e ofrecerase solución aos problemas máis frecuentes para a súa aplicación. Para iso, contarase co coñecemento e as achegas de varios profesionais (mestres/as artesáns/ás) para cada unha das técnicas seleccionadas co fin de ofrecer distintas visións e aproximacións complementarias.

Acción 27. Creación do programa de formación en técnicas xerenciais

Este é un programa de asesoramento profesional subvencionado a artesáns e artesás con necesidades de formación continua en áreas transversais. A finalidade desta iniciativa é proporcionar aos/as profesionais artesáns/ás unha formación adaptada ás súas necesidades. Este servizo estruturarase a partir dos seguintes procedementos:

A Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño realizará a difusión da iniciativa informando os seus destinatarios/as (profesionais artesáns/ás), as fórmulas de acceso á información e a documentación a presentar, os procedementos a seguir e as áreas formativas.

De igual forma, a Fundación realizará unha convocatoria pública para a creación dunha bolsa de formadores/as que deberán acreditar a súa traxectoria e experiencia nas materias nas que se prestará a formación aos/as artesáns/ás. A bolsa de formadores/as terá como obxectivos garantir a variedade de servizos formativos ofrecidos aos/as artesáns/ás e, en paralelo, consolidar a rede de empresas ou particulares que imparten formación especializada.

A Fundación establecerá un procedemento que facilite o seguimento e a avaliación das actividades, definindo un protocolo para xestionar as altas e baixas de empresas formadoras. Non obstante, a bolsa tamén se actualizará anualmente realizando a convocatoria pública para a actualización dos datos e a incorporación de novas solicitudes de formadores/as.

Acción 28. Programa formativo para xestores/as, directivos/as e empresas

Elaboración e impartición dun programa formativo para xestores/as, directivos/as e empresas, adaptado ás características específicas das empresas artesás galegas.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa				
LIÑA ESTRATÉXICA 2.				
CAPTACIÓN DE TALENTO. Formación e mellora continua				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L6: Mellora das posibilidades de formación continua dos/as profesionais artesáns/ás	A20: Promoción e difusión da oferta formativa existente			
	A21: Programa de recuperación de oficios artesáns en extinción e posta en valor			
	A22: Apoiar programas que favorezan a rotación no traballo (interna e externa)			
	A23: Creación dun programa piloto de formación impartida por artesáns profesionais			
	A24: Creación e difusión de titoriais online			
	A25: Creación dun catálogo de formación online en técnicas artesás (titoriais) dispoñibles			
	A26: Desenvolvemento de programas piloto de videoformación nunha selección de técnicas artesás			
	A27: Creación do programa de formación en técnicas xerenciais			
	A28: Programa formativo para xestores/as, directivos/as e empresas			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de artesáns/ás formadores/as.
- Número de alumnos/as.
- Porcentaxe de alumnos/as satisfeitos/as coa formación recibida.
- Número de titoriais creados e compilados.
- Número de técnicas artesás para as que se desenvolveu videoformación.

- Número de profesionais que participaron na elaboración da videoformación.
- Número de alumnos/as da videoformación.
- Número de obradoiros beneficiarios de programas de formación.
- Número de formadores/as e área de especialización.
- Porcentaxe de obradoiros satisfeitos coa formación recibida.

RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. Visión Marca

LIÑA ESTRATÉXICA 3

COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN.

Marca Artesanía de Galicia como eixe vertebrador da promoción e a comercialización

LIÑA DE ACCIÓN 7

Potenciación da marca Artesanía de Galicia

OBXECTIVO 7

Consolidar o posicionamento da marca

XUSTIFICACIÓN

Nun momento como o presente, caracterizado por mercados cada vez máis globalizados, o valor da diferenciación é un valor engadido en alza que a artesanía achega debido aos seus produtos únicos e de calidade. A artesanía galega produce obras e obxectos de calidade excepcional e é valorada moi positivamente a nivel nacional e internacional. Ademais, a creación da marca Artesanía de Galicia contribuíu notablemente á súa promoción e valoración, incrementando o coñecemento, prestixio e a diferenciación dos produtos artesáns, así como á súa comercialización.

Esta é unha das principais fortalezas do sector artesán galego polo que debe ser aproveitada para impulsar o posicionamento nacional e internacional da artesanía galega e para unha maior promoción e comercialización do produto artesán galego.

Con todo, os niveis de utilización de marcas polo sector artesán galego son aínda reducidos. O estudo "A Artesanía de Galicia. Unha análise da competitividade do sector artesán" revela que só o 11,5% das empresas artesás galegas utiliza algunha marca, sendo Artesanía de Galicia a máis frecuente.

Por tanto, é necesario realizar actuacións concretas, como as que se expoñen na presente liña de actuación, que contribúan a que un maior número de artesáns/ás achegar e utilice a marca "Artesanía de Galicia", incidindo nas vantaxes asociadas ao seu uso.

Doutra banda, a realización de actuacións dirixidas á protección da marca "Artesanía de Galicia" e a súa difusión e promoción internacional e nacional, así como as accións encamiñadas a valorizar e dar a coñecer as especificidades, características e alta calidade dos produtos artesáns mediante a apertura de novas canles de comercialización e a través da realización de campañas de comunicación, formación e difu-

sión, contribuirá a identificar e xerar un maior mercado potencial de consumidores, presentes e futuros e a unha maior proxección nacional e internacional da Artesanía de Galicia.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

Os produtos artesáns galegos e a marca Artesanía de Galicia son valorados moi positivamente. Con todo, aínda existe unha parte importante de potenciais clientes que descoñecen as características específicas dos produtos artesáns. Por tanto, as accións propostas en relación con este obxectivo teñen unha dobre finalidade: por unha banda, dar a coñecer en maior medida o produto artesán galego e as características e especificidades do mesmo entre un público xeral non afeito a comprar artesanía e, por tanto, descoñecedor da súa alta calidade e, por outra banda, aproveitar a boa imaxe do sector e da marca entre o público máis especializado, achegando o produto a estes clientes.

As accións que a continuación se detallan e que dan contido a este obxectivo serán lideradas pola Consellería de Economía e Industria, a través da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño.

ACCIÓNS

Acción 29. Promoción, difusión e protección da marca Artesanía de Galicia

Campañas de promoción e publicidade da marca Artesanía de Galicia (ámbito autonómico e nacional). Como continuación á boa práctica que xa se está levando a cabo, a campaña dirixirase, por unha banda, aos/as propios/as artesáns/ás galegos/as, co obxectivo de difundir as vantaxes do uso da marca e conseguir a súa utilización por un maior número de profesionais; e, doutra banda, realizaranse accións de promoción e difusión da marca Artesanía de Galicia para o público xeral co obxectivo de ampliar o coñecemento da mesma tanto a nivel autonómico como a nivel nacional.

Para iso, realizarase unha análise sobre os puntos máis adecuados e de maior repercusión para levar a cabo a promoción e publicidade da marca Artesanía Galicia.

Os Centros Galegos no exterior coordinados pola Secretaría Xeral de Emigración son un elemento importante para a divulgación e difusión da marca e dos seus produtos.

Ademais, co obxectivo de incrementar a protección desta marca identificaranse os distintos puntos de venda oficiais.

Acción 30. Difusión, potenciación da adhesión e renovación da marca Artesanía de Galicia dos establecementos comerciais

Esta acción permitirá ademais de multiplicar a comercialización do produto artesán, alcanzar a súa diferenciación, evitando o intrusismo e a competencia desleal.

Acción 31. Promoción e posta en marcha de novos puntos de venda da marca Artesanía de Galicia e a creación dunha tenda *online*

Situadas en lugares estratéxicos, as tendas da marca Artesanía de Galicia son o escaparate perfecto para mostrar as creacións dos talleres artesanais contribuíndo non só á comercialización senón tamén á promoción e difusión do seu traballo, á vez que serven como dinamizador turístico e cultural da zona onde se localizan.

Acción 32. Aposta pola difusión da Artesanía de Galicia como agasallo promocional

Apertura de novos mercados para o produto artesanal, prestando especial atención ao sector do agasallo promocional, institucional e de empresa.

Acción 33. Maior promoción do produto artesán no mercado nacional

Co obxectivo de promocionar a artesanía galega e dar a coñecer as súas características e especificidades e a alta calidade dos seus produtos, promoverase a presenza de produtos artesanais galegos en *showrooms* nacionais (de moda, mobiliario, decoración de interiores, contract, etc.) mediante acordos específicos cos/as organizadores/as dos mesmos. Así mesmo, co obxectivo de dar a coñecer a artesanía galega e achegala a un novo tipo de consumidor/a, caracterizado pola procura de exclusividade e de novas experiencias, realizáranse actuacións de comercialización flash, mediante a apertura de espazos de promoción por un tempo determinado (*pop-ups*) en distintos lugares da xeografía nacional.

Acción 34. Promoción e colaboración directa para a participación de obradoiros artesanais en feiras nacionais de recoñecido prestixio

Concesión de axudas a obradoiros inscritos no Rexistro Xeral de Artesanía de Galicia para fomentar a comercialización en novos mercados do territorio nacional.

Acción 35. Realización de campañas de comunicación resaltando a "autenticidade" e "exclusividade" dos produtos artesanais galegos

Campañas de comunicación incluíndo internet e Redes Sociais nas que se resalte o carácter exclusivo (pezas únicas, produtos feitos por encargo, etc.) dos produtos artesanais galegos e se poñan en valor as características de ex-

clusividade e diferenciación dos mesmos. A mensaxe deste tipo de accións irá dirixido, por unha banda, ao público en xeral e, doutra banda, realizaranse campañas específicas dirixidas a un perfil de público obxectivo consumidor de produtos exclusivos e pezas únicas (produtos “só para ti”).

Acción 36. Seminarios e talleres sobre a importancia do “Slow Made” para o público xeral

Realización de conferencias, seminarios ou talleres nos que se convidará ao público xeral a coñecer os beneficios e a importancia de adquirir produtos “slow made” (produtos feitos empregando o tempo necesario) e as características dos mesmos relacionadas, entre outras cuestións, coa súa durabilidade, o respecto ao medio ambiente, etc. fronte a outras formas de produción non sustentables (obsolescencia programada).

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. Visión Marca				
LIÑA ESTRATÉXICA 3. COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN. Marca Artesanía de Galicia como eixo vertebrador da promoción e a comercialización				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L7: Potenciación da marca Artesanía de Galicia	A29: Promoción, difusión e protección da marca Artesanía de Galicia			
	A30: Difusión e potenciación da adhesión e renovación de Artesanía de Galicia por parte dos establecementos comerciais			
	A31: Promoción e posta en marcha de novos puntos de venda da marca Artesanía de Galicia. Creación dunha tenda online			
	A32: Aposta pola difusión da Artesanía de Galicia como agasallo promocional			
	A33: Maior promoción do produto artesán no mercado nacional			
	A34: Promoción e colaboración directa para a participación de obradoiros artesáns en feiras nacionais de recoñecido prestixio			

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L7: Potenciación da marca Artesanía de Galicia	A35: Realización de campañas de comunicación resaltando a "autenticidade" e "exclusividade" dos produtos artesanás galegos			
	A36: Seminarios e talleres sobre a importancia do "Slow made" para o público en xeral			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de accións de promoción do produto artesan galego fóra de Galicia (presenza en showrooms, pop-ups, etc.).
- Número de actuacións en medios de comunicación.
- Número de novos obradoiros que se adhiren á marca "Artesanía de Galicia".
- Número de tendas da marca Artesanía de Galicia.
- Número de actuacións de promoción e difusión da marca "Artesanía de Galicia".
- Número de conferencias, seminarios ou talleres.
- Número de asistentes a conferencias, seminarios ou talleres.

LIÑA DE ACCIÓN 8

Fortalecemento da comercialización da artesanía galega

OBXECTIVO 8

Mellora do acceso a novos mercados, clientes
e fomento de novas canles de comercialización

XUSTIFICACIÓN

Existe unha percepción amplamente compartida polos/as artesáns/ás de que, no momento actual, a comercialización e a apertura de novas canles de negocio son un dos principais factores para a sustentabilidade e o crecemento das empresas artesás xa que, segundo se desprende do estudo “A Artesanía de Galicia. Unha análise da competitividade do sector artesán”, practicamente a única canle de comercialización existente é a venda directa. Ademais, unha porcentaxe importante das empresas artesás galegas só vende os seus produtos a nivel local ou autonómico e a utilización das novas canles de comercialización como a venda *online* é aínda moi minoritaria.

A mellora nas técnicas de *marketing*, a apertura de novas canles de comercialización nacionais e a promoción do comercio exterior son clave, por tanto, para a competitividade do sector polo que a realización de actuacións neste ámbito é un dos principais obxectivos do presente Plan.

Neste sentido, as actuacións que se enmarcan dentro da presente liña estratéxica perseguen un obxectivo múltiple:

Apoiar a apertura de novos mercados e clientes potenciais, tanto nacionais como internacionais, mediante a identificación de vías de acceso a novos nichos de mercado e consumo.

Consolidar a presenza da Artesanía Galega en feiras especializadas (artesás e non artesás) e potenciar a introdución de produtos artesáns galegos en canles de comercialización especializados (córneres, casetas, desfiles de moda, showrooms, etc.)

Fomentar o uso das novas tecnoloxías como ferramentas imprescindibles para a apertura de novas canles de comercialización.

Mellorar a capacitación das empresas artesás en técnicas comerciais, *marketing online* e comercio electrónico, a través de formación específica e apoiando a contratación de servizos especializados na materia.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

Desde o punto de vista dos principais axentes do propio sector, a procura de novos mercados ou potenciais clientes é unha das principais necesidades das empresas artesás. Procura de novas formas de comercialización e de novos mercados é unha necesidade para algunhas empresas artesás e unha oportunidade de crecemento para outras. As accións que a continuación se presentan teñen como obxectivo último potenciar o acceso das empresas artesás a novos clientes e mercados.

Por outra banda, fomentar a formación, capacitación e habilidades dos/as profesionais artesáns/ás relacionadas con *marketing*, técnicas de venda e comercialización é outra das necesidades detectadas polos/as propios/as artesáns/ás quen, en ocasións, carecen das habilidades necesarias para dar a coñecer as características e especificidades dos seus produtos. Así mesmo, as TIC permiten realizar campañas de *marketing online* que poden ser moi beneficiosas para o sector, así como ampliar as canles de comercialización existentes.

ACCIÓNS

Acción 37. Promoción das feiras artesás galegas

Elaboración dun catálogo -en colaboración coas provincias, municipios, asociacións profesionais- de todas as feiras artesás que se realizan en Galicia, que se difundirá e poñerase a disposición dos/as artesáns/ás. Na realización deste catálogo teranse en conta criterios relacionados coa calidade das feiras.

Acción 38. Realización dun programa de identificación de vías de acceso ao mercado nacional

Creación dun programa de identificación de vías de acceso ao mercado nacional mediante a visita e o estudo de feiras (sectoriais, multisectoriais, territoriais, profesionais, etc.), seleccionando aquelas de maior interese para os distintos subsectores que conforman a artesanía galega.

Acción 39. Identificación e promoción de novas formas de comercialización

Reformulación dos sistemas tradicionais de comercialización e estudo sobre as posibilidades que ofrecen novas formas como a asistencia a feiras especializadas; a introdución do produto artesán en córneres, casetas e desfiles de moda; o pulo á realización de showrooms e *pop ups* de artesanía; a realización de feiras ou mostras de artesanía nas que se combine a venda de produtos artesáns de alta calidade con outros elementos culturais (música, folclore, exposicións, talleres, gastronomía, etc)

Acción 40. Desenvolvemento dun programa de identificación de nichos de consumo

Programa de identificación de potenciais nichos de consumo. Realización dun estudo de prospectiva que contribúa a determinar novos segmentos de mercado e os seus compoñentes co obxectivo de predicir e identificar tendencias e atraer a nova clientela potencial.

Acción 41. Acción de difusión para fomentar unha maior utilización do *marketing online* e o comercio electrónico como novas canles de comercialización

Deseño e execución dunha acción de sensibilización e información institucional orientada especificamente a artesáns/ás galegos/as e dirixida a presentar os beneficios da utilización do *marketing online* e o comercio electrónico, especialmente en relación á posibilidade de acceder a un maior abanico de clientes (nacionais e internacionais). Na campaña difundiranse casos concretos de éxito de artesáns/ás que conseguiron atraer novos clientes grazas á utilización destas ferramentas.

Acción 42. Apoio á contratación de servizos especializados en *marketing online* e comercio electrónico, incluíndo o desenvolvemento de pasarelas de pago

A Consellería de Economía e Industria, a través da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño poñerá a disposición dunha selección de empresas, no período 2014-2016, os servizos especializados de empresas ou expertos/as en *marketing online* e comercio electrónico, incluíndo o desenvolvemento de pasarelas de pago.

Para iso, realizarase un labor previo de selección de expertos/as e empresas especializadas en *marketing online* e comercio electrónico e crearse unha base de datos ou listaxe de provedores destes servizos para os/as artesáns/ás.

Acción 43. Formación específica en técnicas de venda, *marketing* e comercialización (*off line*)

A Consellería de Economía e Industria, a través da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño, desenvolverá e seleccionará unha compilación de materiais didácticos, que incluírán distintas ferramentas pedagóxicas e soportes audiovisuais (manuais, titoriais, exemplos prácticos, etc.), especializados en técnicas de venda presencial, *marketing* e comercialización, os cales se poñerán a disposición das empresas artesás galegas.

Para a compilación destes materiais aproveitarase a formación especializada que proporciona o programa "Re-acciona" do IGAPE, especialmente no relacionado cos servizos de relanzamento comercial e imaxe e comunicación e adaptaranse os mesmos ás características do sector artesán.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. Visión Marca				
LIÑA ESTRATÉXICA 3. COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN. Marca Artesanía de Galicia como eixo vertebrador da promoción e a comercialización				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L8: Fortalecemento da comercialización da Artesanía de Galicia	A37: Promoción das feiras artesás galegas			
	A38: Realización dun programa de identificación de vías de acceso ao mercado nacional			
	A39: Identificación e promoción de novas formas de comercialización			
	A40: Desenvolvemento dun programa de identificación de nichos de consumo			
	A41: Acción de difusión para fomentar unha maior utilización da mercadotecnia online e o comercio electrónico como novas canles de comercialización			
	A42: Apoio á contratación de servizos especializados en <i>marketing online</i> e comercio electrónico, incluíndo o desenvolvemento de pasarelas de pago			
	A43: Formación específica en técnicas de venda, <i>marketing</i> e comercialización (off line)			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de entidades (provincias e municipios) participantes na promoción das feiras.
- Número de visitas e estudos de feiras.
- Número de empresas artesás que introduciron produtos a través de novas canles de comercialización.
- Número de empresas artesás que introduciron produtos en novos nichos de consumo.

- Número de actuacións de difusión.
- Número de empresas beneficiarias de servizos de *marketing online* / comercio electrónico.
- Número de ferramentas pedagóxicas compiladas (manuais, titoriais, exemplos prácticos,...).
- Número de beneficiarios/as da formación especializada.
- Número de empresas que participan en feiras nacionais.

LIÑA DE ACCIÓN 9

Internacionalización

OBXECTIVO 9

Apoio á internacionalización da empresa artesá

DESCRIBIÓN DO OBXECTIVO

O sector artesán galego ten un nivel relativamente alto de internacionalización das súas empresas, aínda que as exportacións mostran unha importante concentración en determinados países europeos.

As seguintes accións teñen como fin, por unha banda, contribuír a salvar os obstáculos identificados polas empresas artesás para iniciarse na internacionalización e, por tanto, apoiar ás empresas potencialmente exportadoras e, doutra banda, impulsar a apertura de novos mercados (para potenciais exportadoras e para aquelas que xa están a exportar).

En toda esta liña estratéxica e nas súas accións cóntase coa participación e colaboración do IGAPE (Instituto Galego de Promoción Económica)

ACCIONES

Acción 44. Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a fomentar a cultura exportadora

Accións de comunicación dirixidas a fomentar unha conciencia no sector favorable ao comercio exterior e a coñecer os beneficios que a actividade exportadora pode xerar. Realizarase un labor proactivo e sistematizado de difusión da información sobre o acceso a mercados potenciais e consolidados que é proporcionado xa por entidades especializadas en internacionalización como o IGAPE e informarase sobre as xornadas que estas entidades realizan así como sobre os servizos (asesoramento, formación, axudas, etc.) que proporcionan.

Acción 45. Sesións informativas sobre posibilidades de financiamento

Realización de xornadas informativas nas que se convidará a participar a técnicos/as especializados/as do IGAPE ou outras entidades promotoras da internacionalización, dirixidas especificamente a informar sobre as diferentes axudas

existentes para o financiamento da actividade exportadora (subvencións, Plan Primex, Re-export, axudas para a contratación de profesionais, etc.), así como calquera outra información dispoñible sobre fontes de financiamento.

Acción 46. Promoción da participación de artesáns galegos en feiras profesionais internacionais coa presenza da caseta institucional

Consolidación da participación de artesáns/ás galegos/as en feiras internacionais, continuando coa presenza da caseta institucional e apertura á participación en novas feiras (artesás e sectoriais) de especial interese para o sector (realizárase un labor de prospección das feiras máis idóneas).

Acción 47. Promoción e colaboración directa para a participación de obradoiros artesáns en feiras internacionais

Concesión de axudas a talleres inscritos en el Rexistro Xeral de Artesanía de Galicia para fomentar a comercialización en novos mercados internacionais.

Acción 48. Promoción das misións inversas con determinados sectores/países de especial interese

Selección e organización de visitas inversas de potenciais compradores, importadores, distribuidores e xornalistas especializados de certos países e sectores de especial interese para a artesanía galega. Durante as misións inversas facilitaranse puntos de encontro (incluíndo visitas a obradoiros, feiras ou encontros profesionais) con artesáns/ás galegos/as seleccionados/as de acordo aos intereses dos potenciais compradores (subsectores da artesanía galega) co obxectivo de potenciar as oportunidades de negocio.

Acción 49. Xornadas sobre as posibilidades que ofrecen as TIC para a exportación

Realización de xornadas nas que se presentará unha selección de casos de éxito e boas prácticas en relación co uso das TIC e a experiencia exportadora.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 2. MARCA DIFERENCIAL. Visión Marca				
LIÑA ESTRATÉGICA 3. COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN. Marca Artesanía de Galicia como eixo vertebrador da promoción e a comercialización				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L9: Internacionalización	A44: Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a fomentar a cultura exportadora			
	A45: Sesións informativas sobre posibilidades de financiamento			
	A46: Promoción da participación de artesáns/ás galegos/as en feiras profesionais internacionais			
	A47: Promoción e colaboración directa para a participación de obradoiros artesáns en feiras internacionais			
	A48: Promoción das misións inversas con determinados sectores/países de especial interese.			
	A49: Xornadas sobre as posibilidades que ofrecen o TIC para a exportación.			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de xornadas, accións de comunicación, comunicacións, etc. realizadas.
- Número de artesáns/ás que participaron nas distintas accións.
- Número de novas feiras coas que se establece contacto.
- Número de artesáns/ás que participaron en feiras internacionais.
- Número de empresas artesás galegas que se inician en procesos de internacionalización.
- Número de misións inversas realizadas.
- Número de participantes nas misións inversas realizadas.
- Número de feiras internacionais con participación de artesáns galegos.

RETO 3. ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL.

Visión Ideas

LIÑA ESTRATÉXICA 4

INNOVACIÓN, DESEÑO E CREATIVIDADE como aposta.

LIÑA DE ACCIÓN 10

Fomento da innovación nas empresas artesás

OBXECTIVO 10

Pulo á innovación en novos materiais, deseño, promoción e envasado dos produtos

XUSTIFICACIÓN

A innovación, no seu concepto máis amplo, é actualmente un dos factores de competitividade empresarial máis importantes, tanto pola súa incidencia nos niveis de facturación a medio e longo prazo como pola súa relación con outros factores de competitividade como a internacionalización ou a cooperación empresarial.

Sen embargo, según os datos do estudo “A Artesanía de Galicia. Unha análise da competitividade do sector artesán”, a artesanía galega mostra uns niveis de innovación relativamente baixos: unha porcentaxe elevada de empresas artesás galegas (máis dun 60%) non realizou ningún tipo de innovación no último ano.

Ademais, neste sentido, importante é tamén destacar que unha elevada porcentaxe das empresas do sector descoñecen as medidas de apoio á innovación, aínda que estas son valoradas positivamente por quen as utilizaron.

Por tanto, o fomento da innovación nas empresas artesás e a difusión das medidas e actuacións de apoio á mesma, son consideradas polo presente Plan como un dos factores clave para mellorar a posición competitiva da Artesanía de Galicia.

Así, os obxectivos e accións específicas que se propoñen nesta liña estratéxica están dirixidos a incrementar e potenciar a innovación nas empresas artesás galegas, para o que se tiveron en conta tanto os principais obstáculos á innovación identificados polos/as propios/as artesáns/as no mencionado estudo como as principais debilidades do sector en relación coa innovación. Máis concretamente, as accións propostas nesta liña estratéxica persegue os seguintes obxectivos específicos:

- Apoiar o aumento da base innovadora no sector.
- Introducir programas específicos dirixidos a atopar novos métodos de promoción dos produtos, de mellora do deseño e de mellora do envasado dos produtos.
- Favorecer as innovacións referidas á introdución de novos materiais e a cambios organizativos que favorezan a repartición de responsabilidades e melloren a toma de decisións.

DESCRIBIÓN DO OBXECTIVO

As maiores debilidades do sector artesán galego no ámbito da innovación están relacionadas con: técnicas e canles para a promoción do produto; deseño e envasado dos mesmos; e aplicacións informáticas para compras, contabilidade, etc. Non entanto, as actuacións relacionadas coa innovación (en produto, procesos ou comerciais) son realizadas por unha porcentaxe moi baixa de empresas artesanás.

Por tanto, as accións que se presentan a continuación están dirixidas a impulsar a innovación en produto, procesos e actuacións comerciais pero atendendo especialmente, por unha banda, a aqueles ámbitos onde se detectaron maiores debilidades e, por outra, a aquelas actuacións que están a dar mellores resultados (en termos de facturación) para as empresas artesanás.

En toda esta liña estratéxica e nas súas accións participa e colabora GAIN a través do programa RIS3.

ACCIÓNS

Acción 50. Desenvolvemento de programas piloto (laboratorio) de experimentación e innovación con novos materiais

Desenvolvemento de programas piloto de experimentación e innovación con novos materiais (elementos naturais, novos materiais, híbridos, etc.) cunha selección de artesanás/ás (seleccionarase un máximo de cinco artesanás/ás procedentes de distintos subsectores da artesanía) con experiencia previa ou interese manifesto na experimentación con novos materiais, aos/ás que se facilitará o acceso a laboratorios e proporcionarase asesoramento especializado para a mellora de produtos mediante a procura de materiais avanzados dispoñibles no mercado.

Esta acción estará vinculada ao Reto 2: Investigación de referencia e competitiva do Plan Galego de Investigación, Innovación e Crecemento 2011-2015 (PLAN I2C) desenvolvido pola Axencia Galega de Innovación (GAIN)

Acción 51. Difusión de experiencias no ámbito da experimentación con novos materiais

Accións de comunicación nas que se ofrecerá información sobre experiencias de interese no ámbito da experimentación con novos materiais como, por exemplo, as investigacións e innovacións que se realizan en centros especializados como o Centro de materiais Materfad, así como os centros tecnolóxicos ou grupos galegos que se relacionan con materiais e que colaboraron co GT5 desenvolvido polo GAIN.

Acción 52. Desenvolvemento dun programa de colaboración piloto entre unha selección de empresas artesás e un ou máis centros tecnolóxicos especializados

Desenvolvemento dun programa piloto que fomente a cooperación continua no tempo entre unha selección de empresas artesás (seleccionaranse entre dúas e catro empresas), elixidas en base á súa capacidade innovadora (en relación aos seus produtos e/ou procesos) e á súa necesidade presente de introducir elementos novos na súa produción, nos procesos que desenvolven, na certificación de calidade dos seus produtos, etc.) e un ou varios centros tecnolóxicos, co fin de establecer referentes para o sector e motivar e incrementar as posibilidades de cooperación entre artesáns/ás e centros. Isto permitiría ao sector artesán galego unha mellora da súa posición competitiva derivada dun mellor aproveitamento das novas tecnoloxías e das potencialidades que a introdución de I+D+i poden supoñer para a artesanía.

Acción 53. Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a dar a coñecer as distintas aplicacións informáticas existentes para compras, contabilidade, etc.

Accións de comunicación e difusión (mailing, espazo específico na páxina web da Fundación, etc.) dirixidas a fomentar o coñecemento e utilización por parte do sector artesán de ferramentas informáticas útiles para diversas áreas de xestión empresarial. Esta acción vincúlase directamente á liña de actuación 5.1.4 Medidas de impulso para a incorporación das TIC no ámbito

Acción 54. Realización de programas específicos dirixidos a atopar novos métodos e canles de promoción dos produtos

Programa de identificación de novos métodos e canles de promoción dos produtos. Realización dun estudo prospectivo que contribúa a determinar novos métodos e canles de promoción dos produtos artesáns.

Acción 55. Elaboración dunha carteira de deseñadores/as a disposición dos/as artesáns/ás e proxectos experimentais

Elaboración dunha listaxe con deseñadores/as con interese en cooperar con artesáns/ás así como unha relación de experiencias exitosas de cooperación deseño-artesanía (referentes e boas prácticas).

Acción 56. Realización de formación especializada en presentación, etiquetaxe e packaging de produto

A programación dos cursos debe integrar respostas ás necesidades das empresas artesás e ter un carácter que combine a formación teórica coa práctica e aplicada. Ademais, é fundamental que, durante a impartición dos mesmos, se resalte a importancia que a presentación, a etiquetaxe e a embalaxe do produto teñen na valoración que os/as clientes realizan sobre o mesmo.

Acción 57. Potenciar o desenvolvemento da imaxe corporativa dunha selección de obradoiros artesáns

Potenciar a mellora da imaxe corporativa e a creación de marcas propias dunha selección de obradoiros artesáns. Durante o proxecto proporcionarase asesoramento especializado aos obradoiros participantes sobre o pulo da imaxe das súas empresas e acompañaráselles durante o proceso de creación e rexistro da súa propia marca. O resultado deste proxecto concretarase nunha guía na que se recollerán e identificarán elementos específicos que contribúan á mellora da imaxe corporativa das empresas e informarase sobre os pasos a seguir para a creación e rexistro de marcas propias.

Acción 58. Desenvolvemento dun proxecto tractor de reinterpretación da tradición e novos usos para produtos tradicionais

Proxecto tractor dirixido a fomentar novos usos para produtos tradicionais mediante a colaboración conxunta de artesáns/ás coñecedores das técnicas tradicionais galegas e novos/as artesáns/ás.

Para iso, propónse a realización de cursos de formación e xornadas de sensibilización, onde artesáns/ás tradicionais ensinen as súas técnicas aos/as novos/as artesáns/ás, facendo especial fincapé nos aspectos diferenciadores e onde se cren puntos de encontro.

Tras a realización das xornadas levará a cabo un proxecto piloto no que se propoñerá o desenvolvemento dun produto ou colección de produtos por parte dunha selección dos/as participantes nas mesmas (artesáns/ás coñecedores/as das técnicas tradicionais e artesáns/ás que realizan as súas producións con outras técnicas).

Acción 59. Realización de programas específicos de iniciación e estímulo á innovación ou adaptación de programas existentes noutras institucións ás características específicas das empresas artesás.

Programa específico de estímulo á innovación no que se poñerá a disposición das empresas artesás galegas a asistencia de técnicos/as especializados/as en asesoramento sobre financiamento para o crecemento empresarial (Peme) e para investimentos en actividades de innovación. Así mesmo, fomentaranse os puntos de encontro para favorecer a procura de socios para proxectos de cooperación.

Doutra banda, potenciarase a colaboración con entidades galegas promotoras de innovación, especialmente co GAIN, co que se realizarán acordos de colaboración para a adaptación do disposto na liña de actuación 5.1. do Plan Galego de Investigación, Innovación e Crecemento 2011-2015 (dirixida á estimulación da cultura empresarial) ás especificidades e características das empresas artesás. As accións que actualmente contempla a liña 5.1. do citado Plan son as seguintes: estimulación da cultura empresarial de innovación; accións formativas sobre xestión da innovación; identificación de necesidades mediante a análise individualizada para empresas; medidas de impulso para a incorporación das TIC no ámbito da empresa; apoio ao financiamento de proxectos de innovación tecnolóxica; apoio á realización de proxectos de I+D+i en Pemes.

Ademais, tal e como se identifica nas Estratexias de Investigación e Innovación para a Especialización Intelixente (RIS3) tratarase de desenvolver proxectos de investigación, innovación e fomentar o uso das TIC entre as empresas do sector artesanal. Para levar a cabo esta acción é de gran interese contar coa Plataforma de Innovación Galega (PINNG) que conta cos contactos profesionais máis adecuados para desenvolver estes proxectos.

Acción 60. Identificación de fontes de financiamento para empresas artesás que queren iniciar procesos de crecemento e investir en I+D+i

Identificación de posibles programas, subvencións e outras fontes de financiamento para crecemento empresarial e I+D+i (Programa Innoempresa; GAIN, Axudas do CDTI, programas de distintos ministerios, redes de *business angels*, etc.) e creación e difusión dun directorio de consulta no que se incluírán aqueles instrumentos de financiamento que máis se poden axustar ás necesidades do sector.

Acción 61. Sesións informativas sobre financiamento de proxectos de innovación

Sesións informativas sobre financiamento de proxectos mediante organización de seminarios que permitan dar a coñecer os mecanismos de axudas existentes para a realización de investimentos, contratación de persoal, internaciona-

lización, etc. identificados na acción anterior. A Axencia Galega de Innovación (GAIN) será a responsable de impartir os seminarios informativos sobre as RIS3

Acción 62. Realización de accións de comunicación específicas dirixidas ás empresas artesás resaltando o carácter aplicado dos servizos de innovación e a súa incidencia sobre a competitividade empresarial

Xornadas de presentación dos beneficios relacionados coa innovación, presentación de boas prácticas e experiencias transferibles. Presentación de experiencias exitosas no ámbito da innovación. Para iso, poderase utilizar algunha das boas prácticas identificadas pola GAIN nas RIS3 e na INICIATIVA I20, nesta última, onde se recollen 20 casos de éxito de empresas galegas que apostaron pola innovación como estratexia para aumentar a súa competitividade e conseguir crecemento empresarial.

Acción 63. Elaboración dun directorio de departamentos de universidades, organismos públicos de investigación e centros tecnolóxicos

Elaboración dun directorio autonómico que, posteriormente poida ampliarse a nivel nacional e internacional, cunha clasificación por áreas de interese. Esta información proporcionarase nos formatos e co contido que aseguren a maior utilización da mesma, polo que habería que implicar aos/as destinatarios/as no deseño da mesma. Non obstante, previsiblemente poderase utilizar como base para a recompilación da devandita información o establecido na Disposición Adicional quinta do Decreto 50/2012, de 12 de xaneiro, polo que se establece a creación da GAIN, a cal establece a creación dun Rexistro de Axentes do Sistema Galego de Innovación.

Adicionalmente contarase coa Plataforma de Innovación Galega (PINNG) que é a maior rede de profesionais galegos de innovación ademais de recoller programas de financiamento, orientación de ideas de proxectos, etc.

Acción 64. Promoción da cooperación con Centros Tecnolóxicos e Universidades

Achegamento do Sistema de Ciencia e Tecnoloxía aos espazos de encontros do sector artesán (Xornadas, Seminarios, Foros de Encontro, etc.) co obxecto de aproveitar os espazos xa establecidos e potenciar a creación de sinerxías.

A través da GAIN crearanse grupos de traballo para a posta en marcha da RIS3.

Acción 65. Accións de colaboración con centros tecnolóxicos especializados para formación

Accións de colaboración cun ou varios centros tecnolóxicos especializados. No desenvolvemento da iniciativa piloto concretaranse os termos específicos da colaboración (contidos, cronograma, formación a impartir, etc.). Unha vez finalizado o programa piloto, procederase á difusión dos seus resultados mediante

diversos medios: redes sociais, xornadas, páxinas web das empresas artesás participantes, do(s) centro(s) tecnolóxico(s), páxina web da Fundación, etc.

Acción 66. Elaboración e divulgación dunha listaxe de referentes

Elaboración dunha listaxe de experiencias exitosas no marco da cooperación entre artesáns/ás e distintos axentes do Sistema de Ciencia e Tecnoloxía para que se converta nunha ferramenta útil na que mostrar boas prácticas de colaboración así como xerar bases de datos de empresas (tanto do sector artesán como doutros sectores) interesadas en iniciar experiencias de cooperación. Procederáse á difusión da listaxe mediante diversos medios: asociacións, redes sociais, xornadas, web da Fundación, etc.

Acción 67. Accións de colaboración con Escolas de Arte e Superiores de Deseño, Universidades e deseñadores /as profesionais

Accións de colaboración con Escolas de Arte e Superiores de Deseño e Universidades co obxectivo de achegar aos mozos e as mozas desas disciplinas á artesanía co fin de crear vínculos entre os alumnos, os deseñadores profesionais e os obradoiros artesanais para fomentar o emprendemento e o aproveitamento dos coñecementos dos actuais e futuros profesionais do sector. O coñecemento e o establecemento de vínculos coa artesanía pode atraer a potenciais emprendedores/as e colaboradores/as.

Acción 68. Accións para dar a coñecer os avances e resultados de investigacións de interese para o sector artesán

Desenvolvemento de accións en colaboración coa GAIN para dar a coñecer os avances e resultados de investigacións de interese para o sector artesán. Neste sentido, os encontros deben centrarse nas áreas de especialización con maior interese para a artesanía (deseño, arquitectura, etc.) pero sen desestimar outras especialidades.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN
RETO 1. COMPETITIVIDADE. Visión Empresa
LIÑA ESTRATÉXICA 1.

ORDENACIÓN DO SECTOR. Fortalecemento do tecido produtivo artesán, actualización do repertorio de oficios e posta en valor do sector

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L10: Fomento da innovación nas empresas artesás	A50: Desenvolvemento de programas piloto (laboratorio) de experimentación e innovación con novos materiais			
	A51: Difusión de experiencias no ámbito da experimentación con novos materiais			
	A52: Desenvolvemento dun programa de colaboración piloto entre unha selección de empresas artesás e un ou máis centros tecnolóxicos especializados			
	A53: Realización de accións de comunicación específicas dirixidas a dar a coñecer as distintas aplicacións informáticas existentes para compras, contabilidade, etc			
	A54: Realización de programas específicos dirixidos a atopar novos métodos e canles de promoción dos produtos.			
	A55: Elaboración dunha carteira de deseñadores/as a disposición dos/as artesáns/ás e proxectos experimentais			
	A56: Realización de formación especializada en presentación, etiquetaxes e packaging de produto			
	A57: Potenciar o desenvolvemento da imaxe corporativa dunha selección de obradoiros artesáns			
	A58: Desenvolvemento dun proxecto tractor de reinterpretación da tradición e novos usos para produtos tradicionais			

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L10: Fomento da innovación nas empresas artesás	A59: Realización de programas específicos de iniciación e estímulo á innovación ou adaptación de programas existentes noutras institucións ás características das específicas das empresas artesás			
	A60: Identificación de fontes de financiamento para empresas artesás que queiran iniciar procesos de crecemento e investir en I+D+i			
	A61: Sesións informativas sobre financiamento de proxectos de innovación			
	A62: Realización de accións de comunicación específicas dirixidas ás empresas artesás, resaltando o carácter aplicado dos servizos de innovación e a súa incidencia sobre a competitividade empresarial			
	A63: Elaboración dun directorio de departamentos de universidades, organismos públicos de investigación e centros tecnolóxicos			
	A64: Promoción da cooperación con centros tecnolóxicos e universidades			
	A65: Accións de colaboración con centros tecnolóxicos especializados para formación			
	A66: Elaboración e divulgación dunha listaxe de referentes			
	A67: Accións de colaboración con Escolas de Arte e Superiores de Deseño, universidades e deseñadores/as profesionais			
	A68: Accións para dar a coñecer os avances e resultados de investigacións de interese para o sector artesán.			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de accións levadas a cabo.
- Número de participantes nas accións (do sector artesán e doutros sectores).

- Grao de satisfacción (cuestionarios de avaliación) sobre as experiencias dos/as participantes.
- Número de novos produtos ou produtos mellorados significativamente grazas á experimentación.
- Número de accións de difusión e comunicación.
- Número de artesáns/ás que participaron en sesións e cursos (formación).
- Número de artesáns/ás en programas de iniciación e estimulación á innovación.
- Número de artesáns/ás participantes en sesións informativas.
- Número de empresas artesás que se incorporan á base innovadora.
- Número de colaboracións con outras entidades.
- Número de artesáns/ás participantes nos programas piloto e en experiencias de colaboración.
- Porcentaxe de actores implicados en accións de innovación en cooperación satisfeitos coas mesmas

LIÑA ESTRATÉXICA 5

Artesanía na rede e uso das novas tecnoloxías.

LIÑA DE ACCIÓN 11

Mellora da presenza das empresas e do produto artesán galego na rede

OBXECTIVO 11

Aproveitamento das posibilidades TIC e mellora da presenza do sector en Internet e nas redes sociais

XUSTIFICACIÓN

Nos últimos anos, o uso das TIC e, a presenza en Internet e nas redes sociais tense convertido nunha parte fundamental da estratexia de comunicación, *marketing* e comercialización de moitas empresas, aportándolles claras vantaxes competitivas fronte a aquelas que aínda non teñen presenza web.

Non obstante, tal e como se desprende do estudo “A Artesanía de Galicia. Unha análise da competitividade do sector artesán” aínda que, en termos xerais, as empresas artesáns galegas presentan bos niveis de dotación de equipos TIC, en acceso a redes inaráicas e en acceso a internet, a súa presenza na web é reducida (o 31,8% dispón dunha páxina web propia e un 31,2% ten presenza en redes sociais).

En relación coa incorporación das TIC ás empresas artesáns, estas teñen identificado cales, ao seu xuízo, deberían ser as dúas principais liñas de apoio ao sector. Os resultados sinalan que as maiores demandas se concretan no deseño de páxinas web e no equipamento TIC, xunto a actuacións de apoio para incorporarse ao comercio electrónico, a formación en TIC e o apoio para incorporar ou actualizar *software* de xestión.

Por tanto, a incorporación, utilización e aproveitamento das TIC e a maior presenza das empresas e produtos artesáns galegos na rede é un eixe de actuación importante para mellorar a posición do sector en termos de competitividade.

Neste sentido, as actuacións que se propoñen nesta liña estratéxica teñen como obxectivo mellorar a capacitación do sector no uso e aproveitamento das posibilidades que as TIC ofertan ás súas empresas, especialmente no relacionado coa mellora da imaxe corporativa e as estratexias de comunicación das empresas artesáns para o que se deseñaron unha batería de accións encamiñadas á potenciación e mellora do deseño web e a mellorar a capacitación dos/as artesáns/as en ferramentas de *marketing online* e *community management*.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

Internet e as redes sociais cambiaron o xeito de comunicación e abriron un inmenso potencial de difusión, promoción e comercialización a miles de clientes en todo o mundo. Non obstante, o uso das ferramentas TIC (páxinas web, blogs, redes sociais ou a combinación de todas elas) require dun coñecemento especializado xa que non é suficiente con contar cun bo produto senón que é necesario coñecer estratexias de posicionamento, deseñar webs lucidas e acordes ao produto ofertado, desenvolver contidos actualizados e xestionar a presenza nas redes e as comunidades creadas en torno a estas para que os produtos artesáns cheguen ao maior número de potenciais clientes. Pero, ademais, o uso e aproveitamento das posibilidades que ofrecen as TIC non soamente é beneficioso para a imaxe corporativa senón que tamén ofrece un amplo abanico de posibilidades para mellorar todas as áreas e procesos.

A identificación da necesidade de apoios en relación co deseño de páxinas web, detectada polas propias empresas artesáns, unido aos potenciais beneficios dun maior aproveitamento do uso das TIC, determinan a necesidade de impulsar accións dirixidas a mellorar estes aspectos. Por tanto, as accións que a continuación se presentan teñen como finalidade o aproveitamento e uso óptimo dos beneficios que internet e as redes sociais poden ofrecer ao sector artesán.

ACCÍONS

Acción 69. Formación para a mellora do deseño web

Formación para a mellora do deseño web, no que se identificará e implicará a unha selección de artesáns/ás que estean interesados/as na creación ou mellora do deseño das súas web. O programa terá como obxectivo o asesoramento especializado na creación ou actualización de páxinas web que sexan atractivas e fáciles de actualizar para os/as artesáns/ás, así como o asesoramento en estratexias para a optimización de motores de busca. As leccións aprendidas servirán para realizar un manual de asesoramento para outras empresas artesás en materia de deseño web e posicionamiento, así como para identificar as ferramentas dispoñibles (en moitos casos gratuítas) para iso.

Acción 70. Formación básica en técnicas de *community management* (presenza en redes sociais e xestión das comunidades)

Desenvolvemento de sesións e cursos a través dunha entidade formativa experta en *community management* e en artesanía.

A programación dos cursos debe integrar respostas ás necesidades das empresas artesás atendendo ás súas demandas. O deseño dos programas formativos deberá contemplar, polo menos, a seguinte temática:

- *E-marketing* aplicado (estratexia de *e-marketing*)
- Redes sociais e funcionalidades
- *Community management*: xestión e fomento da imaxe corporativa a través da interacción con usuarios/as e clientes das redes
- Identificación de ferramentas de *marketing online*
- Plan de comunicación e *marketing*

Acción 71. Realización de xornadas de referentes para incrementar o coñecemento e difundir as oportunidades de negocio e formación ligadas ao uso das TIC

Realización de conferencias, seminarios ou obradoiros nos que se invitará a profesionais do sector artesán, pero tamén procedentes doutros sectores, a que presenten experiencias exitosas do uso das TIC no ámbito empresarial (oportunidades de negocio, formación especializada, etc.).

Acción 72. Formación especializada para incrementar o uso da rede para trámites administrativos e burocráticos

Formación específica sobre os usos e aplicacións de dúas ferramentas fundamentais para o uso da rede para realizar trámites administrativos e burocráticos: a sinatura e o certificado dixital, así como o modo de obter ambos e os distintos tipos de certificados dixitais existentes.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 3. ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL. Visión Ideas				
LIÑA ESTRATÉXICA 5. Artesanía na Rede e uso das novas tecnoloxías				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L11: Mellora da presenza das empresas e do produto artesán galego na rede.	A69: Formación para a mellora do deseño web			
	A70: Formación básica en técnicas de <i>community management</i> (presenza en redes sociais e xestión das comunidades)			
	A71: Realización de xornadas de referentes para incrementar o coñecemento e difundir as oportunidades de negocio e formación ligadas ao uso das TIC			
	A72: Formación especializada para incrementar o uso da rede para trámites administrativos e burocráticos			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Número de páxinas web novas ou que realizasen modificacións substanciais no seu deseño web.
- Número de empresas participantes.
- Perfil empresarial dos participantes (sub-sector de actividade artesán, tamaño empresarial, localización xeográfica, etc.).
- Número de accións formativas realizadas.
- Número de horas de formación impartidas.
- Número de artesáns/ás formados/as.
- Porcentaxe de beneficiarios/as das actuacións satisfeitos/as coas mesmas.
- Número de artesáns/ás ou obradoiros que conseguiron a sinatura dixital, o certificado dixital ou ambos.

LIÑA ESTRATÉXICA 6

Pulo á COOPERACIÓN intra e intersectorial

LIÑA DE ACCIÓN 12

Pulo á cooperación

OBXECTIVO 12

Fomento da cooperación intra e intersectorial

XUSTIFICACIÓN

En liñas xerais, a cooperación pode ser definida como calquera sistema mediante o cal un grupo de persoas, empresas entidades ou institucións se unen para compartir os seus recursos, coñecementos e saberes ou capacidades, co fin de obter un beneficio mutuo.

A literatura especializada coincide en sinalar que, cada vez en maior medida, unha parte da competitividade das empresas xérase no exterior das mesmas, é dicir, nas relacións que estas logran establecer co seu entorno e con outros sectores. Polo tanto, a cooperación aparece como un factor de competitividade empresarial determinante que se sustenta tanto na valoración crecente da especialización produtiva como no abano de vantaxes asociadas á colaboración con terceiros.

Pero, ademais, no caso das empresas artesás a cooperación adquire unha especial importancia derivada do seu escaso tamaño medio, xa que é unha vía de superación dalgunhas das desvantaxes competitivas asociadas ás empresas de menor tamaño. Entre outras vantaxes, cabe destacar a posibilidade de acceder a pedidos e a mercados máis amplos que a cooperación pode xerar.

Non obstante, só unha minoría das empresas artesás galegas coopera con terceiros e fanno fundamentalmente con outras empresas artesás ou con deseñadores/as. En opinión do propio sector artesán, o descoñecemento das vías de acceso ou de comunicación con empresas e axentes doutros sectores, a falla de asociacións fortes que puidesen liderar os proxectos de cooperación, a falla de capacidade produtiva para desenvolver proxectos de grande envergadura, o individualismo ou falla de confianza e os escasos espazos de encontro con terceiros son os principais obstáculos para a cooperación intersectorial.

Por tanto, identificar posibles liñas de cooperación mediante a busca de sinerxías con outros sectores ou axentes, así como entre as propias empresas artesás, e fo-

mentar a cultura da cooperación no sector son os obxectivos principais que enmarcan as actuacións que se inclúen na presente liña de actuación.

DESCRIPCIÓN DO OBXECTIVO

O fomento da cultura de cooperación entre as propias empresas artesás, así como con empresas doutros sectores, adquire especial relevancia no caso da artesanía, xa que pode contribuír a superar algunhas das desvantaxes competitivas asociadas ao reducido tamaño das empresas. Non obstante, a cooperación con terceiros non pode centrarse nun sector concreto, senón que ten que adecuarse ás características e necesidades de alianza de cada subsector artesán. As accións que se presentan vinculadas a este obxectivo fan referencia ao conxunto da artesanía galega, pero contribuirán ao coñecemento e delimitación dos intereses subsectoriais de cooperación con terceiros. Non obstante, a modo orientativo, os sectores que *a priori* poden ter maior interese para algúns dos principais subsectores artesáns galegos detállanse a continuación:

Téxtil: sector da moda (deseñadores/as, industria, comercios, pasarelas, revistas e *showrooms*); sector do interiorismo e decoración (interioristas, arquitectos/as, comercios e feiras monográficas do téxtil).

Mobles de madeira: sector do deseño (deseñadores/as de produto, enxeñeiros/as e artistas); sector do servizo de interiorismo e decoración (interioristas, arquitectos/as, comercios, feiras monográficas do moble); sector da restauración artística (museos, proxectos de recuperación patrimonial de mobiliario).

Xoiería: sector da arte (galerías e tendas de museos); sector de restauración artística (museos e proxectos de recuperación patrimonial de xoiería, orfebrería e relojería); sector de servizos (reparación).

Cerámica: sector do deseño (deseñadores/as de produto, enxeñeiros/as e artistas); sector do interiorismo e decoración (interioristas, arquitectos/as, comercios e feiras monográficas do agasallo); sector da restauración/gastronomía (cociñeiros/as, pasteleiros/as, *gourmets*, restaurantes, empresas de alimentación e feiras monográficas internacionais de alimentación).

Mármore, pedra, escaiola: sector do interiorismo e decoración (interioristas, comercios); sector da construción (arquitectos/as, feiras monográficas nacionais e internacionais); sector da restauración artística (proxectos de recuperación patrimonial de edificios); sector de servizos (intervencións e mantemento).

Instrumentos musicais: sector da música (músicos/as, concertistas, institucións musicais, comercios, feiras monográficas) e sector da restauración artística (museos, proxectos de recuperación patrimonial de instrumentos musicais).

Por outra banda, segundo se desprende do estudo “A Artesanía de Galicia. Unha análise da competitividade do sector artesán”, o maior interese das empresas artesás galegas á hora de cooperar con terceiros céntrase no sector turístico. A aparición e auxe do turismo da experiencia e a recuperación de elementos tradicionais como elementos diferenciadores supoñen unha boa oportunidade para o sector xa que a artesanía é unha parte integral da experiencia que os e as turistas desexan. Por tanto, o pulo desta cooperación pode proporcionar un amplo abano de posibilidades a ambos sectores. Tendo en conta o anterior, unha gran parte das accións que se propoñen para impulsar centraranse na cooperación co GAIN, a Axencia Galega de Turismo e a Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria.

ACCIONES

Acción 73. Elaboración dun directorio de empresas artesás con interese na cooperación con terceiros e principais sectores de interese

Elaboración dun directorio de empresas e asociacións artesás con interese na con terceiros, o cal se facilitará a colexios, asociacións sectoriais, entes públicos e empresas interesadas, de cara a que estes poidan facer tanto un uso propio do mesmo como poñelo a disposición dos seus asociados/as. Proponse un directorio autonómico cunha clasificación por técnicas, que amose experiencias previas (fotos de traballos) e aporte información indirecta sobre a calidade dos traballos e a capacidade dos/as artesás/ás (premios obtidos, clientes, provedores de organismos oficiais,...).

Acción 74. Creación dunha wiki especializada en cooperación para o sector artesán (inter e intrasectorial)

Creación dunha wiki especializada que amose experiencias exitosas de colaboración e permita almacenar e actualizar datos de empresas (tanto do sector artesán como de outros sectores) interesadas en iniciar experiencias de cooperación. A wiki converterase, por tanto, nun instrumento participativo mediante o que se potenciará o coñecemento entre distintos axentes e se impulsará a colaboración entre os mesmos. A wiki consistirá nun sitio web no que as súas páxinas poderán ser editadas por múltiples administradores/as e/ou usuarios/as a través do navegador web. Os/as usuarios/as poderán crear, modificar ou borrar un mesmo texto compartido.

Acción 75. Xeración dun grupo tractor. Creación de proxectos, liderados por axentes do propio sector, que favorezan a cooperación institucional con outros sectores

No ámbito da cooperación é moi importante ter primeiras experiencias que teñan un efecto demostrador e faciliten a incorporación doutras empresas artesás polo que se propón a xeración dun grupo tractor que fomente estas primeiras experiencias (con colexios profesionais, grandes empresas, etc.), outorgándolles facilidades económicas, ou doutro tipo e solicitando, como contrapartida, a divulgación da experiencia entre iguais (en grupos de traballo, obradoiros, etc.).

Acción 76. Promoción da artesanía entre os sectores non artesáns de maior interese para a cooperación. Accións de difusión do valor engadido dos produtos artesáns e do "saber facer" dos seus profesionais

Realización de accións de difusión do valor da incorporación da artesanía en relación con elementos como a calidade, a autenticidade e a exclusividade (valores cada vez máis demandados e valorados por un determinado perfil de clientes) como elemento diferencial que outros sectores poden incorporar facilmente en certas liñas da súa produción (liñas *gourmet*, liñas exclusivas, arquitectura, etc.).

Acción 77. Asesoramento para a apertura de obradoiros ao público

Programa de asesoramento técnico para obradoiros interesados na apertura dos mesmos a visitas. Porase a disposición dunha selección de obradoiros que mostrasen especial interese, ou xa estean abrindo os seus obradoiros ao público, dun servizo de consultoría que realizará un asesoramento técnico sobre os requisitos legais que deberán cumprir e impartirá formación especializada sobre atención ao público.

Acción 78. Desenvolvemento dun programa específico para potenciar a colaboración entre as empresas artesás e as empresas turísticas

Desenvolvemento dun programa específico para potenciar a colaboración de ambos sectores. Para a identificación das liñas comúns de actuación realizáranse varias xornadas de presentación aos distintos axentes nas que se dea a coñecer a importancia da cooperación entre ambos sectores e os beneficios relacionados coa mesma, co obxectivo de conseguir a súa implicación no programa (implicación dos responsables políticos e institucionais) e desenvolver os eixes que lle darán contido.

Acción 79. Desenvolvemento dun proxecto de creación dunha rede de artesanía onde se integren os recursos e servizos turísticos de interese do sector artesán en Galicia

A creación dunha rede de artesanía consistirá na integración dos recursos e servizos turísticos de interese do sector artesán en Galicia, co fin de construír un produto turístico singular creado a partir da calidade e identidade do destino, optimizando a promoción e a comercialización conxunta e o desenvolvemento socioeconómico integral do territorio.

Desenvolvemento dun proxecto específico ligado ao Camiño de Santiago, referente patrimonial e turístico de Galicia no mundo, onde unha promoción da produción artesanal relacionada con esta ruta de peregrinación supón un importante dinamizador económico e cultural do noso territorio.

Para a creación da rede implicarase aos seguintes axentes do sector artesán: obradoiros artesanais, tendas de artesanía, museos e centros de interpretación; do sector turístico: hoteis, casas rurais, restaurantes, axencias receptivas e comercios, oficinas de turismo, guías turísticos, servizos de transporte e oferta de ocio temática (actividades alleas ao turismo do sector pero susceptibles de enriquecer a oferta de ocio da zona) e da Administración: concellos, mancomunidades, deputacións, comunidades autónomas, asociacións profesionais, etc.

Acción 80. Pulo de programas piloto (e reorientación dos xa existentes) de integración de obradoiros artesanais en diferentes rutas turísticas xa consolidadas

Realización dunha experiencia piloto de integración de obradoiros de artesanía, nunha das rutas turísticas que oferta a Axencia Galega de Turismo, como punto de visita do devandito roteiro. O programa piloto constará, ao menos, do seguinte contido: selección da ruta piloto, en base a 2 ou 3 roteiros máis óptimos para o sector –consideracións técnicas (número de recursos artesanais, grao de interese turístico do recurso,...)–; inventario dos obradoiros artesanais localizados nos municipios da ruta seleccionada e análise da súa idoneidade, segundo as características do local e o nivel de servizos dos devanditos obradoiros; consulta aos obradoiros sobre o seu interese de adscrición á ruta piloto, informándolles sobre os beneficios que isto lles reportaría; elaboración dun plan de comunicación (material promocional). A experiencia piloto servirá para a reorientación, se fose necesario, dos programas xa existentes.

Acción 81. Promoción da artesanía vinculada ao sector turístico e á iconografía galega

Posta en marcha de accións para impulsar unha liña específica de produtos artesanais exclusivos vinculados a aqueles elementos propios da cultura, tradición e iconografía galega (valores patrimoniais) e dirixidos a distintos perfís de público, aínda que se prestará especial atención ao turismo interior (autonómico e nacional).

Acción 82. Promoción da comercialización vinculada ao turismo

Promoción da comercialización do produto artesán mediante a súa introdución, presentación e venda en establecementos do sector turístico. Potenciarase un modelo de colaboración integral e estable entre os sectores do turismo e a artesanía galega, concretamente, mediante a presentación e venda de produto artesanal nos establecementos hosteleiros e restaurantes da comunidade autónoma. Para isto, levarase a cabo unha folla de ruta, así como unha selección de axentes a implicar (empresas artesás e hosteleiras/restauradoras), seleccionadas en base ás súas características e intereses. A folla de ruta incluirá un cronograma proposto para a aplicación das accións a levar a cabo.

DESENVOLVEMENTO TEMPORAL DAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

RETO 3. ARTESANÍA INNOVADORA E TRANSVERSAL. Visión Ideas				
LIÑA ESTRATÉXICA 6.				
Pulo á COOPERACIÓN intra e intersectorial				
Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L12: Pulo á cooperación	A73: Elaboración dun directorio de empresas artesás con interese na cooperación con terceiros e principais sectores de interese			
	A74: Creación dunha wiki especializada en cooperación para o sector artesán (inter e intrasectorial)			
	A75: Xeración dun grupo tractor. Creación de proxectos, liderados por axentes do propio sector, que favorezan á cooperación institucional con outros sectores			
	A76: Promoción da artesanía entre os sectores non artesáns de maior interese para a cooperación. Accións de difusión do valor engadido dos produtos artesáns e do "saber facer" dos seus profesionais			
	A77: Asesoramento para a apertura de obradoiros ao público			
	A78: Desenvolvemento dun programa específico para potenciar a colaboración entre as empresas artesás e as empresas turísticas			

Liña de acción	Acción	2014	2015	2016
L12: Pulo á cooperación	A79: Desenvolvemento dun proxecto de creación dunha rede de artesanía onde se integren os recursos e servizos turísticos do sector artesán en Galicia			
	A80: Pulo de programas piloto (e reorientación dos xa existentes) de integración de obradoiros artesanís en diferentes roteiros turísticos xa consolidados			
	A81: Promoción da artesanía vinculada ao sector turístico e á iconografía galega			
	A82: Promoción da comercialización vinculada ao turismo			

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Perfil empresarial dos participantes (subsector de actividade artesá, antigüidade da empresa, tamaño, etc.).
- Número de artesáns/ás que participaran en encontros.
- Número de actuacións de promoción e difusión da artesanía por sectores aos que se dirixen.
- Número de horas de formación impartidas.
- Número de usuarios/as da wiki.
- Número de empresas e entidades non artesás implicadas nas distintas actuacións.
- Número de empresas artesás participantes nos programas.
- Número de empresas do sector turístico participantes nos programas.
- Número de entidades e axentes do sector artesán e doutros sectores implicados na Rede Turística/Artesá.
- Número de obradoiros artesanís en roteiros turísticos novos ou incorporados recentemente aos xa existentes.
- Número de produtos artesanís creados especificamente aproveitando o potencial do turismo e a iconografía galega.
- Número de obradoiros participantes no programa de asesoramento para apertura ao público.

- Número de novos obradoiros con apertura ao público.
- Número de visitantes nos novos obradoiros abertos ao público.
- Niveis de satisfacción dos/as participantes nas distintas actuacións.

Anexo I. Entidades e artesáns/ás entrevistados/as

ENTIDADE OU ARTESÁN/A	PERSOA DE CONTACTO	CARGO/SUB-SECTOR ARTESÁN
ASOCIACIÓN GALEGA DE ARTESÁNS (AGA)	Manuel González	Presidente de AGA e membro da Comisión Galega de Artesanía
ASOCIACIÓN GALEGA DE ARTESÁNS TRADICIONAIS (AGAT)	Albino Quinteiro	Presidente da AGAT e membro da Comisión Galega de Artesanía
Artesán	Antonio Suárez Dávila	Cestería
Artesán	Javier Martín (Taller Taxus)	Madeira
ASOCIACIÓN OLEIROS DE BUÑO	Carmen Labrador	Presidenta da asociación e oleira
Artesán	Ricardo Antelo	Cantería
Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño	Elena Fabeiro	Xerente
Artesán	José Manuel Sanín (Sanín Percusión Tradicional)	Instrumentos musicais
Artesá	Ana Serra - Media Lúa (Tenda/obradoiro)	Coiro
Organizadora da MOSTRA DE CAMARIÑAS	Dolores Lema	Encaixe
Artesá	Elena Ferro	Coiro
Artesá	Lucía Catuxo (Tenda/obradoiro)	Cerámica
AGALCARI (Asociación Galega de Carpintería de Ribeira)	Gerardo Triñanes	Presidente
COLEXIO OFICIAL DE XOIARÍA	Óscar Rodríguez	Presidente do colexio e xoieiro
ASOCIACIÓN DE ARTESÁNS DE OURENSE	Olga Santos	Presidenta da asociación, membro da Comisión Galega de Artesanía e restauradora
Xunta de Galicia. Consellería de Economía e Industria	Sol María Vázquez Abeal	Directora Xeral de Comercio
Artesán	Elías (Olería de Gundivós)	Oleiro

Fonte: Elaboración propia

galicia



XUNTA
DE GALICIA