

# Plan de Competitividad

## Sectores Artesanos de la Comunidad Valenciana 2007 – 2009



GENERALITAT VALENCIANA  
CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA

Diciembre de 2006, Valencia





Hay ámbitos profundamente serios. Es el caso de la Artesanía. Y ello es así, porque en él, en el sumatorio de sus Gremios y Asociaciones, se resume y sintetiza esfuerzo y arte, historia y creatividad, ilusión y diseño, riesgo y trabajo bien hecho, ... ¡Cuánto de todo!, ¡cuánto bienhacer acumulado!, ¡cuánto afán, cuanto esfuerzo hay en esta actividad humana y cuanto futuro al mismo tiempo incorpora!

Este es el reto: lograr que la actividad artesana pueda convivir en paz, libertad, y oportunidad con el futuro que le envuelve.

Este es el reto: lograr que el sector de la Artesanía, sus Gremios, sus empresas, sus artesanos ... tengan un horizonte de esperanza basado en el trabajo bien hecho y en consumidores que sepan reconocer y exigir la calidad artesanal, y que sepan también que consumir artesanía es incorporar al servicio que uno tiene en cada producto artesanal, la satisfacción de premiarse por consumirlo.

Una Empresa Artesanal, es aunque parezca obvio el decirlo, una empresa, y esto exige un equilibrio, una compatibilidad entre los rituales empresariales y los rituales artesanos. Este es el objetivo de los Planes de Competitividad que entre todos hemos elaborado: una coartada, una razón para que los hombres y mujeres de la Artesanía sepan que tienen un sitio en el futuro, con dignidad y potencia, y ellos solo con la convicción de usar los instrumentos de la gestión del conocimiento y de la ambición de usarlo

Justo Nieto Nieto  
Conseller d'Empresa, Universitat i Ciència.





## ÍNDICE

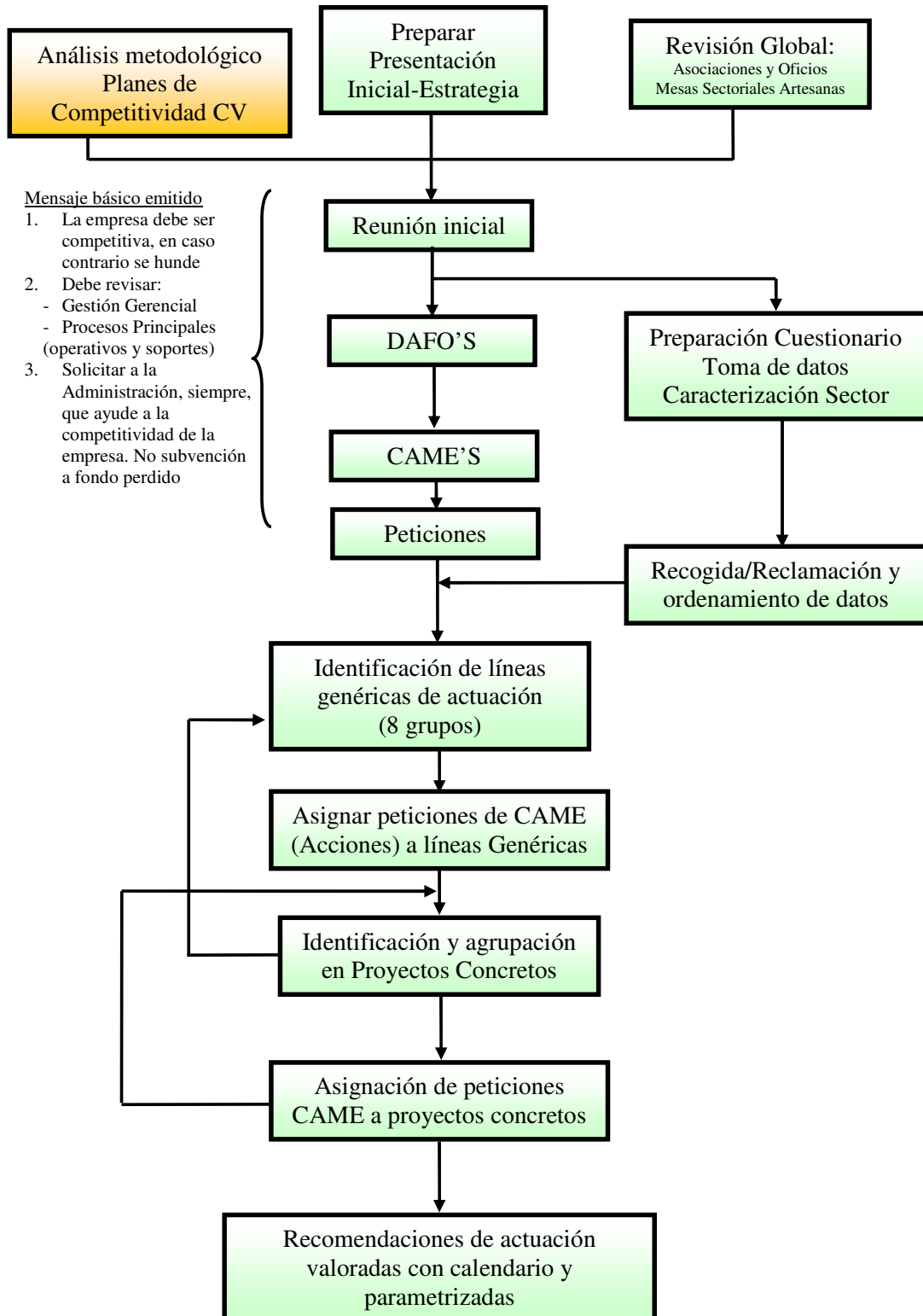
0	Carta del Conseller d'Empresa, Universitat i Ciència .....	0
1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	DIAGNÓSTICO.....	4
2.1	Normativa de la Artesanía en la Comunidad Valenciana .....	4
2.2	El Sector de la Artesanía en la Comunidad Valenciana .....	6
2.3	Agrupación por mesas sectoriales en la Comunidad Valenciana.....	7
2.4	Caracterización del Sector por mesas y asociaciones en la C. Valenciana .....	13
2.5	Tipología de empresa artesanal en la Comunidad Valenciana y características	14
3	ANÁLISIS DAFO: IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS. ....	16
3.1	Resumen Debilidades y Amenazas .....	16
3.2	Resumen Oportunidades .....	17
3.3	Resumen Fortalezas .....	17
4	ANÁLISIS CAME .....	19
4.1	Resumen Propuestas CAME .....	19
4.2	Metodología Agrupación Propuestas CAME.....	20
5	LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL SECTOR ARTESANO .....	21
5.1	Mapa Estratégico del Sector Artesanal.....	21
5.2	Definición de las Líneas de Actuación .....	25
5.3	Resumen del Presupuesto del Sector Artesano .....	26
	ANEJO 1. CARACTERIZACIÓN DE LAS MESAS SECTORIALES Y DE LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES.....	29
	ANEJO 2. DAFOs CAMES POR MESA SECTORIAL.....	41
	ANEJO 3. DAFO AGREGADO .....	89
	Anejo 4. Detalle CAME propuesto .....	113
	ANEJO 5. DETALLE LÍNEAS DE ACTUACIÓN .....	147
	ANEJO 6. RELACIÓN DE PARTICIPANTES .....	215





## 1 INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Competitividad del Sector Artesano, se obtiene basándose fundamentalmente en la metodología de trabajo que se presenta a continuación:





Esta metodología, sucintamente explicada en el esquema, se refleja, se desarrolla y explica a lo largo de todo el documento de trabajo y con todos sus anejos asociados.

El documento pretende ser ejecutivo, de manera que se parte de un documento principal que va llamando, en todo momento, a los anejos correspondientes y ello con el fin de que no se pierdan las ideas principales del mismo. Además, dado que el estudio se realiza para todo el Sector Artesano y este está previamente definido por once mesas sectoriales, es por lo que también se desarrolla por anejos puesto que cada mesa puede que sólo esté interesada en analizar o estudiar su propia información.

Las once mesas se describen detalladamente en el apartado 2.3 del presente documento, siendo las personas que realmente asisten y participan las indicadas en el **“Anejo. Relación de participantes”**.

Existen cuatro bloques principales, o capítulos, en los que se estructura el informe. Así:

El primer bloque describe el Sector Artesanal de la Comunidad Valenciana recogiendo la siguiente información:

- Marco definitorio del Sector Artesanal en la Comunidad Valenciana, recogiendo la legislación y normativa de la Artesanía existente hasta el momento (2.1).
- Caracterización del Sector desde los datos globales existentes en la Consellería, que son los del Registro de DCA's –se puede observar por provincias la evolución del 2005 y 2006- y el Repertorio de Oficios Artesanos (2.2).
- Agrupación desde la Consellería de las distintas asociaciones empresariales que representan al sector y agrupadas en 11 mesas sectoriales, con los oficios que involucran (2.3).
- De la recogida de datos de las diversas mesas y asociaciones (Ver **“Anejo. Datos de Caracterización por mesa sectorial y asociación empresarial”**), además de información general existente, se caracteriza el sector en la Comunidad Valenciana. Estos datos logrados difícilmente son comparables con otras autonomías puesto que el marco regulatorio es distinto y además son muy específicos de la forma en que se recogen (2.4).
- Definición de la tipología de empresa artesana de la Comunidad Valenciana y sus modos de competir (2.5).

El segundo bloque explica y muestra como se realiza el Análisis DAFO CAME del Sector Artesanal, recogiendo la siguiente información:

- En **“Anejo. DAFO's CAME's por mesa sectorial”**, se recogen los DAFO CAME de todas las mesas sectoriales así como la metodología aplicada.
- En **“Anejo. DAFO AGREGADO”**, el DAFO AGREGADO propiamente dicho, de forma que a partir de todos los DAFOS de las mesas se obtenga el del global del Sector.
- Se muestra el detalle del DAFO AGREGADO, de forma que se identifica la prioridad y se trazan las actuaciones según mesas artesanas, e incluso por asociación.
- Se muestra el DAFO global del Sector identificando de forma concreta las principales amenazas y debilidades (3.1), las oportunidades (3.2) y las fortalezas (3.3) que entiende el Sector, a través de sus asociaciones, que existen. Dicha problemática, o acciones o ítems están claramente priorizados, u ordenados, en grado de importancia, según el Sector Artesano.





El tercer bloque obtiene como resultado el CAME del sector con su correspondiente detalle de actuaciones, recogiendo la información de la siguiente manera:

- Tras las reuniones de propuestas de acciones estratégicas –CAME´s- se agrupan estas en función de unas líneas de acción genéricas, más la agrupación de las actuaciones que no caben en ellas.
- Resumen Propuestas CAME (4.1), en donde se da un resumen de las acciones propuestas por todas las mesas sectoriales. En definitiva es un CAME global, con acciones u actuaciones a realizar, priorizadas por el Sector Artesano.
- El CAME global se desarrolla en un CAME de detalle, que se aneja en documento aparte (**“Anejo. Detalle Propuestas CAME”**), de forma que se tiene la importancia y trazabilidad de cada una de las mesas y de asociación participante.

En el cuarto bloque se presenta el Mapa Estratégico del Sector Artesanal, a partir de la documentación obtenida en los bloques anteriores, dando lugar a la siguiente documentación:

- Tras la agrupación de líneas de actuación en proceso iterativo, explicado a lo largo del presente documento, y después de ordenarlos en proyectos, se obtiene el **“Mapa estratégico del Sector Artesanal”**, que muestra gráficamente la interrelación entre los proyectos estratégicos propuestos del Sector Artesanal de la Comunidad Valenciana (5.1). Así mismo se explican dichos proyectos como agrupación de grandes líneas de actuación.
- Se definen y desarrollan cada una de las líneas de actuación propuestas (5.2), indicando un presupuesto y un calendario en un horizonte de planificación estimado. Las líneas de actuación están parametrizadas, de forma que se explica perfectamente las cantidades propuestas. Ver **“Anejo. Líneas de Actuación 2007-2009”**.
- Así pues, por último, se da un Resumen del Presupuesto del Sector Artesano (5.3), como líneas de ayudas para el Plan de Impulso del Sector.



## 2 DIAGNÓSTICO

### 2.1 Normativa de la Artesanía en la Comunidad Valenciana

**CONCEPTO NORMATIVO DE LA ARTESANÍA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA:** Según la Ley 1/84, de Ordenación de Artesanía en la Comunidad Valenciana, en su Capítulo 1, Artículo 1

**“Se considera artesanía la actividad de creación, producción, transformación o reparación de bienes y la prestación de servicios realizada mediante un proceso en el cual la intervención personal constituye un factor predominante y que da como resultado la obtención de un producto final individualizado, que no es susceptible de una producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series”.**

Las **actividades artesanales** se clasifican en tres grupos, según la misma Ley:

- a) Artesanía de producción de bienes de consumo
- b) Artesanía de servicios
- c) Artesanía artística o de creación

Se considera **industria artesana** a toda unidad económica que, realizando una actividad comprendida en el Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Valenciana, reúna las siguientes condiciones:

- a) Que la actividad desarrollada tenga un carácter preferentemente manual, sin que pierda el carácter de manualidad por el empleo de utillaje y maquinaria auxiliar, y origine un producto individualizado pero no único.
- b) Que como responsable de la actividad de la industria figure un artesano o maestro artesano que dirija y participe en la misma.

No podrán tener la consideración de **industria artesana** aquellas unidades que ejerzan su actividad de forma ocasional o accesoria.

Podrán disfrutar de la consideración de **industria artesana** aquellas unidades económicas que se dediquen a la producción y comercialización de sus productos artesanos.

Podrán asimismo gozar de la consideración de **industria artesana** formulas asociativas dedicadas exclusivamente a la consideración de productos artesanos, siempre y cuando todos sus integrantes sean a su vez industrias artesanas.

La condición de maestro artesano o artesano se acreditará mediante la posesión del documento correspondiente, expedido por la Consellería de Industria y Comercio, previo informe de la Comisión de Artesanía de la Comunidad Valenciana, que se regula en el Decreto 83/84 de 30 de julio del Consell de la Generalitat Valenciana. Los titulares de cada uno de los mencionados documentos podrán ser objeto de tratamiento diferenciado.



La Consellería de Industria y Comercio dictará las normas precisas para acreditar la calidad de los productos artesanos, y a tal efecto se podrán establecer certificaciones acreditando la calidad artesanal de los productos de la Comunidad Valenciana, con el fin de que los productos que reúnan las condiciones que en ella se especifiquen puedan exhibir un distintivo para su identificación en el mercado.

La concesión de dichas certificaciones, sus distintivos y su regulación será competencia de la Comisión. Asimismo es competencia de la Comisión la posible declaración de Zona de Interés Artesanal –comarcas o zonas que se distingan por un artesanado activo y homogéneo- así como los distintivos de identidad geográfica e incluso la instrumentalización de posibles medidas complementarias para favorecer la permanencia del artesanado de aquellas zonas.

El reconocimiento oficial por la Administración de la condición de industria artesana se acredita mediante la concesión del Documento de Calificación expedido por la Consellería de Industria y Comercio, y que tiene un carácter voluntario.

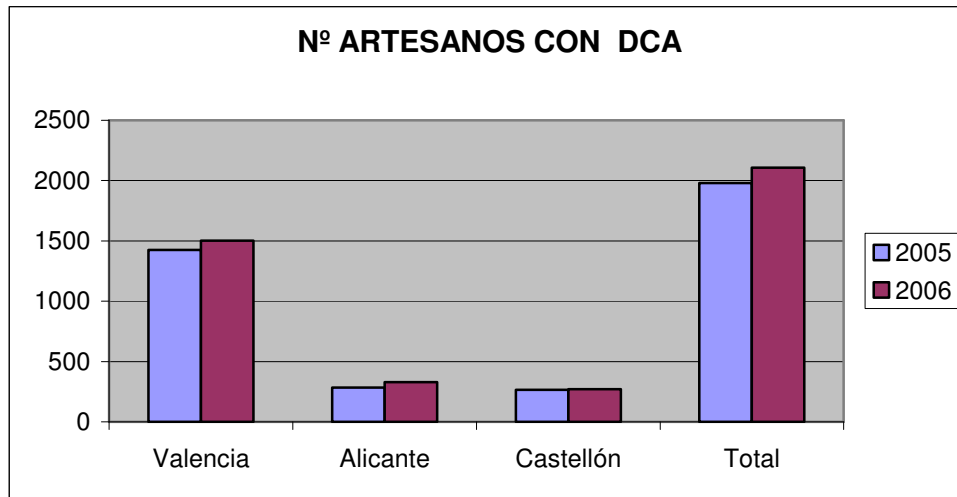
El Documento de Calificación es condición indispensable para poder acogerse a cualquier tipo de ventaja que legal o administrativamente pueda establecerse para las industrias artesanas y, en concreto, para poder hacer uso de los distintivos que acrediten su calidad artesanal y su identidad de procedencia geográfica.

En definitiva, la única normativa y reglamentación existente en la actualidad al respecto de la artesanía, como tal, en la Comunidad Valenciana son:

- Ley de la Generalitat Valenciana 1/1984 de 18 abril, de ordenación de la Artesanía
- Decreto 83/84 de 39 de julio del Consell de la Generalitat Valenciana por el que se regula la Composición y Funciones de la Comisión de Artesanía de la Generalitat Valenciana.
- Orden de 4 de junio de 1985, por la que se aprueba el Repertorio de Oficios de la Comunidad Valenciana – se reflejan 75 oficios artesanos.
- Orden de 9 de septiembre de 1994 que agrega al mencionado repertorio 21 oficios más, hasta un total de 96.

## 2.2 El Sector de la Artesanía en la Comunidad Valenciana

La Comunidad Valenciana dispone en la actualidad de los siguientes artesanos con Documento de Calificación Artesanal, indicados en la siguiente tabla y figura, que muestra asimismo, la evolución de dicho número y la distribución por provincias:



	Valencia	Alicante	Castellón	Total
2005	1425	287	268	1980
2006	1502	330	273	2105

Estos datos provienen del Registro artesano y están facilitados por la Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia. En ellos solamente se están recogiendo en la actualidad un total de 73 oficios como se muestra en la siguiente tabla:

ABANQUERO
ALFARERO
ALFOMBRERO Y TAPICERO
APICULTOR
ARTISTA FALLERO
BARNIZADOR
BASTONERO
BELENISTA
BISUTERO
BORDADOR

CALCETERO
CARPINTERO
CARPINTERO DE RIBERA
CERAMISTA
CERERO
CHOCOLATERO ARTESANO
CINCELADOR
CONSTRUCTOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES
CORDELERO Y REDERO
DECORADOR DE TELAS



DORADOR	PANADERO ARTESANO
EBANISTA	PANADERO Y PASTELERO ARTESANO
ELABORADOR FIGURAS ESCAYOLAS	PASTELERO ARTESANO
ENCUADERNADOR	PASTELERO Y CONFITERO ARTESANO
ENMARCADOR	PELETERO A MEDIDA
ESMALTADOR	PENDOLISTA
ESTERERO Y ESPARTERO	PERFUMISTA
FABRICANTE DE PIPAS	PIROTECNICO
FABRICANTE MUEBLES MIMBRE	PLATERO
FORJADOR	PROTESICO DENTAL
FUNDIDOR ARTISTICO	QUESERO ARTESANO
GANCHILLERO	RELOJERO
GRABADOR	REPUJADOR DE METALES
GUARNICIONERO	RESTAURADOR
HELADERO ARTESANO	SASTRE A MEDIDA
HOJALATERO	TALLISTA
HORCHATERO ARTESANO	TALLISTA PIEDRA Y MARMOL
JOYERO	TAPICERO DE MUEBLES
LAQUISTA	TARACEADOR
MANIPULADOR DE METALES	TEJEDOR
MANIPULADOR DE PAPEL VEGETAL	TINTORERO
MAQUETISTA	TONELERO
MARROQUINERO	TORNERO
MINIATURISTA	TURRONERO ARTESANO
MODISTA A MEDIDA	VIDRIERO
MUÑEQUERO	ZAPATERO A MEDIDA
ORFEBRE	



### 2.3 Agrupación por mesas sectoriales en la Comunidad Valenciana

De cara a la realización de los diversos estudios de los artesanos, dadas las similitudes de oficios y considerando las diversas asociaciones/gremios empresariales existentes en la Comunidad Valenciana, se decide agrupar a los artesanos en diversas mesas, hasta un total de 11, según se muestra a continuación:

#### ARTESANOS CON DOCUMENTO DE CALIFICACIÓN ARTESANAL VIGENTE A 24.11.05

ESPECIALIDAD	VALENCIA	ALICANTE	CASTELLÓN	TOTAL
--------------	----------	----------	-----------	-------

##### MESA: AGROALIMENTARIA I

HELADERO ARTESANO	13	13		<b>26</b>
HORCHATERO ARTESANO	2			<b>2</b>
CHOCOLATERO ARTESANO	1	2	1	<b>4</b>
TURRONERO ARTESANO	3	5	1	<b>9</b>

? ASOCIACIÓN EMPRESARIAL NACIONAL DE ELABORADORES ARTESANOS Y COMERCIANTES DE HELADOS Y HORCHATAS (ANHCEA)

? GREMIO DE HORCHATEROS DE ALBORAYA

? GREMIO DE HORCHATEROS DE VALENCIA

? GREMIO DE HORCHATEROS Y HELADEROS DE ALICANTE

? ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE TURRÓN, DERIVADOS Y CHOCOLATE DE LA COMUNIDAD VALENCIA (TDC)

<b>19</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>41</b>	<b>2%</b>
-----------	-----------	----------	-----------	-----------

##### MESA: AGROALIMENTARIA II

APICULTOR	9		4	<b>13</b>
QUESERO ARTESANO	5		2	<b>7</b>

? ASOCIACIÓN REGIONAL VALENCIANA DE APICULTURA (ARBA)

? ASOCIACIÓN VALLE DE HISTORIA Y MIEL

? ASOCIACIÓN DE QUESEROS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

<b>14</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>1%</b>
-----------	----------	----------	-----------	-----------

##### MESA: AGROALIMENTARIA III

PANADERO ARTESANO	55	2	88	<b>145</b>
PANADERO Y PASTELERO ARTESANO	181	2	34	<b>217</b>
PASTELERO ARTESANO	59	5	6	<b>70</b>
PASTELERO Y CONFITERO ARTESANO	2	2		<b>4</b>

? ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE PANADERÍA Y PASTELERÍA DE ALICANTE

? ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE PANADERÍA Y PASTELERÍA DE CASTELLÓN (APANCAS)

? GREMIO DE PANADEROS Y PASTELEROS DE VALENCIA

? FEDERACIÓN GREMIAL DE PANADERÍA Y PASTELERÍA DE LA PROVINCIA DE VALENCIA

? CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES DE PANADERIA Y PASTELERÍA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

? GREMIO PROVINCIAL DE PASTELEROS ARTESANOS DE ALICANTE

? ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE PASTELERÍA ARTESANA DE CASTELLÓN

? GREMIO DE MAESTROS CONFITEROS DE VALENCIA Y PROVINCIA

<b>297</b>	<b>11</b>	<b>128</b>	<b>436</b>	<b>22%</b>
------------	-----------	------------	------------	------------

**ARTESANOS CON DOCUMENTO DE CALIFICACIÓN ARTESANAL VIGENTE A 24.11.05****MESA: CERÁMICA Y VIDRIO**

ALFARERO	10	6	2	<b>18</b>
CERAMISTA	114	22	35	<b>171</b>
VIDRIERO	35	12	3	<b>50</b>

? ASOCIACIÓN VALENCIANA DE CERÁMICA AVEC-GREMIO

? ASOCIACIÓN DE FABRICANTES Y MANIPULADORES DE VIDRIO

<b>159</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>239</b>	<b>12%</b>
------------	-----------	-----------	------------	------------

**MESA: INSTRUMENTOS MUSICALES**

CONSTRUCTOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES	21	1		<b>22</b>
CORDELERO Y REDERO	1	1	1	<b>3</b>

? GREMIO DE MAESTROS ARTESANOS DE LA GUITARRA ESPAÑOLA

? GREMIO ARTESANOS DE FABRICANTES DE INSTRUMENTOS MUSICALES Y ACCESORIOS (AFIMA)

<b>22</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>1%</b>
-----------	----------	----------	-----------	-----------

**MESA: MADERA Y AFINES**

BARNIZADOR	11		1	<b>12</b>
BASTONERO	6		4	<b>10</b>
CARPINTERO	112	10	16	<b>138</b>
CARPINTERO DE RIBERA	1	2		<b>3</b>
DORADOR	1	1	2	<b>4</b>
EBANISTA	213	14	5	<b>232</b>
ENMARCADOR	6	7	1	<b>14</b>
FABRICANTE DE PIPAS	1			<b>1</b>
GRABADOR	4	1		<b>5</b>
LAQUISTA	7			<b>7</b>
RESTAURADOR	5	3	3	<b>11</b>
TALLISTA	13	4	2	<b>19</b>
TARACEADOR	9			<b>9</b>
TONELERO			1	<b>1</b>
TORNERO	7	4	3	<b>14</b>
ESTERERO Y ESPARTERO			1	<b>1</b>
FABRICANTE MUEBLES MIMBRE	35	1		<b>36</b>
MANIPULADOR DE PAPEL VEGETAL	2	3		<b>5</b>

? ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE MADERA Y MUEBLE DE ALICANTE

? ASOCIACIÓN VALENCIANA DE EMPRESARIOS DE LA CARPINTERÍA Y AFINES (ASEMAD)

? ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CESTERÍA, ARTÍCULOS DE MIMBRE, JUNCO Y AFINES

<b>433</b>	<b>50</b>	<b>39</b>	<b>522</b>	<b>26%</b>
------------	-----------	-----------	------------	------------

**MESA: FIESTAS**

ARTISTA FALLERO	55	3	9	<b>67</b>
PIROTECNICO	5		1	<b>6</b>

? GREMIO ARTESANO DE ARTISTAS FALLEROS DE VALENCIA

? GREMIO ARTESANO DE ARTISTAS FALLEROS DE BURRIANA

? GREMIO DE ARTISTAS DE HOGUERAS DE ALICANTE

? FEDERACIÓN DE ARTISTAS FALLERS I FOGUERERS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

? ASOCIACIÓN DE FABRICANTES PIROTÉCNICOS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (PIROVAL)

<b>60</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>73</b>	<b>4%</b>
-----------	----------	-----------	-----------	-----------



**ARTESANOS CON DOCUMENTO DE CALIFICACIÓN ARTESANAL VIGENTE A 24.11.05**

**MESA: MODA**

ABANQUERO	30	2	1	<b>33</b>
ALFOMBRERO Y TAPICERO	1		1	<b>2</b>
BISUTERO	8	48		<b>56</b>
BORDADOR	8			<b>8</b>
CALCETERO	3	1		<b>4</b>
DECORADOR DE TELAS	2	7	2	<b>11</b>
GANCHILLERO	1	3	2	<b>6</b>
JOYERO	88	9	8	<b>105</b>
ORFEBRE	6	1	1	<b>8</b>
PLATERO	1	6		<b>7</b>
RELOJERO	36	2	3	<b>41</b>
MODISTA A MEDIDA	17	3		<b>20</b>
SASTRE A MEDIDA	9	4		<b>13</b>
TAPICERO DE MUEBLES	46	1	2	<b>49</b>
TEJEDOR	5	1	6	<b>12</b>
TINTORERO	3	2		<b>5</b>
GUARNICIONERO	2	1	1	<b>4</b>
MARROQUINERO	22	19	3	<b>44</b>
PELETERO A MEDIDA	1			<b>1</b>
ZAPATERO A MEDIDA	5	5	3	<b>13</b>

? GREMIO ARTESANO DE ABANQUEROS

? ASOCIACION PROVINCIAL DE FABRICANTES DE BISUTERIA (ABIVA)

? GREMIO PATRONAL COLEGIO DE PLATEROS, JOYEROS, ORFEBRES, BISUTEROS, COMERCIOS AFINES Y SIMILARES DE VALENCIA Y PROVINCIA

? GREMIO PROVINCIAL DE ALICANTE DE JOYEROS, PLATEROS, RELOJEROS Y AFINES

? GREMIO DE RELOJEROS ARTESANOS DE VALENCIA Y PROVINCIA

? GREMIO ARTESANO DE SASTRES Y MODISTAS

? COLEGIO DEL ARTE MAYOR DE LA SEDA

? ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE MARROQUINERIA Y AFINES DE LA PROVINCIA DE VALENCIA (ASEMA)

**294**

**115**

**33**

**442**

**22%**





<b>MESA: OFICIOS VARIOS</b>				
BELENISTA	2			<b>2</b>
CERERO	8	4		<b>12</b>
ENCUADERNADOR	24	4	1	<b>29</b>
MAQUETISTA	3			<b>3</b>
MINIATURISTA		2		<b>2</b>
MUÑEQUERO	1	16		<b>17</b>
PENDOLISTA	1	1		<b>2</b>
PERFUMISTA	1	2	1	<b>4</b>
PROTESICO DENTAL	1			<b>1</b>
CINCELADOR	5			<b>5</b>
ESMALTADOR	1			<b>1</b>
FORJADOR	35	5	1	<b>41</b>
FUNDIDOR ARTISTICO	14	1		<b>15</b>
HOJALATERO	1	1		<b>2</b>
REPUJADOR DE METALES		2		<b>2</b>
MANIPULADOR DE METALES	8			<b>8</b>
ELABORADOR FIGURAS ESCAYOLAS	4	4	1	<b>9</b>
TALLISTA PIEDRA Y MARMOL	18	4	5	<b>27</b>
<i>? GREMIO DE CEREROS DE LA VALL D'ALBAIDA</i> <i>? GREMIO ARTESANO DE MAESTROS ENCUADERNADORES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA</i> <i>? COLEGIO OFICIAL DE PROTÉSICOS DENTALES DE CASTELLÓN Y VALENCIA</i>				
	<b>127</b>	<b>46</b>	<b>9</b>	<b>182</b>
				<b>9%</b>

<b>TOTAL GENERAL D.C.A VIGENTES</b>	<b>1.425</b>	<b>287</b>	<b>268</b>	<b>1.980</b>
	<b>72%</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>	

**Nota 1:**

La información aquí recogida referida a la denominación de la especialidad y número de artesanos proviene de la base de datos del registro artesano facilitada periódicamente desde la Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia. Por ello, puede haber un margen de variación (en oficios de índole similar) en función de la denominación asignada en el DCA a una actividad concreta según su especialidad.

**Nota 2:**

La **Mesa Sectorial Agroalimentaria IV** no figura dado que actualmente no existe ningún carnicero-charcutero en posesión de DCA, al estar pendiente su reconocimiento como oficio artesano.

La **Mesa Sectorial Entidades Asociativas Genéricas** no se ha incluido dado el carácter horizontal de los miembros de la citada Mesa.

La mesa Agroalimentaria IV, aun cuando no está recogida en las tablas anteriores, según se indica en la Nota 1, la constituyen las siguientes asociaciones:

- Federación de Carniceros de la Comunidad Valenciana (CARVAL)
- Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia
- Gremio Provincial de Carniceros-Charcuteros de Castellón
- Gremio Provincial de Empresarios Charcuteros de Alicante



En cuanto a la mesa de Entidades Asociativas Genéricas, es tal que recoge una serie de Asociaciones Artesanales diversas y que no se han encuadrado en las mesas sectoriales anteriores, como son:

Asociación de Artesanos de Altea (UNART)

Asociación de Artesanos de la Provincia de Castellón (APAC)

Asociación de Artesanos del Alto Palencia (ARPA)

Asociación de Artesanos Valencianos (ARTEVAL)

Asociación Provincial de Empresarios Artesanos de Alicante (APEA)

Confederación Interprovincial de Asociaciones y Gremios de la CV (CONAVAL)

Consejo de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la CV

Federación de Asociaciones, Gremios y Artesanos de la Provincia de Valencia



## 2.4 Caracterización del Sector por mesas y asociaciones en la C. Valenciana

Cuando se pretende conocer en detalle los datos de caracterización del sector aparecen las dificultades de encontrar datos genéricos puesto que dado el volumen de las empresas no todas aparecen en bases de datos económicas, además de su posible actualización, y en ningún caso se relacionan con la existencia de un posible DCA. De ahí que la mejor aproximación a la realidad sea solicitar dichos datos a las diversas asociaciones que representan a los artesanos.

Los datos agrupados que se obtienen del sector artesano, del año 2005, son los de la siguiente tabla:

Nº	MESA	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's
1	AGROALIMENTARIO I	95	2229	500.500,00 €	243.150,00 €	41
2	AGROALIMENTARIO II	18	215	12.685,00 €	8.045,00 €	20
3	AGROALIMENTARIO III	530	2890	58.180,00 €	21.800,00 €	436
4	AGROALIMENTARIO IV	840	1970	137.103,00 €	102.659,50 €	0
5	CERÁMICA Y VIDRIO	91	2290	28.000,00 €	8.700,00 €	239
6	INSTRUMENTOS MUSICALES	17	695	35.600,00 €	13.280,00 €	25
7	FIESTAS	345	1050	50.183,00 €	18.400,00 €	73
8	ENTIDADES AS GENÉRICAS	17	34	650,00 €	550,00 €	
9	OFICIOS VARIOS	87	300	46.600,00 €	16.700,00 €	182
10	MADERA Y AFINES	330	10686	1.032.473,00 €	390.189,00 €	522
11	MODA	302	779	1.738,22 €	- €	442
<b>TOTALES</b>		<b>2672</b>	<b>23138</b>	<b>1.903.712,22 €</b>	<b>823.473,50 €</b>	<b>1980</b>

Nota.- Datos en miles de €

En el “**Anejo Datos de caracterización por mesa sectorial y asociación empresarial**” se encuentra el detalle de los mismos por cada una de las mesas indicadas.



## 2.5 Tipología de empresa artesanal en la Comunidad Valenciana y características

Como se puede observar en el cuadro del apartado anterior y de los comentarios recibidos en las sesiones de trabajo con las distintas mesas, en general, el tipo de empresa suele ser familiar – obrador artesano-, en donde el maestro artesano es el empresario, que trabaja con una serie de empleados que conocen o son aprendices de los distintos oficios.

La media de personas por taller/empresa u obrador es de 9, pero si se disgregan tres mesas sectoriales y una de las asociaciones de otra de ellas –Cerámica y vidrio, instrumentos musicales y Madera y Afines, junto con los turroneiros del Agroalimentario I – el tamaño medio de la empresa artesana es de 4 a 5 empleados en las mismas.

Las empresas que tienen un tamaño superior son las siguientes:

- Turroneiros artesanos tienen un tamaño medio de unas 50 personas.
- Sector de la cerámica, con un tamaño medio de 26 personas (no se considera Lladró)
- Instrumentos musicales con un tamaño de 41 personas por taller.
- Madera y afines tiene un tamaño medio de 32, siendo el de cestería de 23 dentro de esta mesa sectorial

Con los datos que se dispone, estas empresas de mayor tamaño facturan del orden de un 70% del sector artesano de la Comunidad Valenciana y ocupa aproximadamente al mismo porcentaje de trabajadores. De manera que se puede concluir que la distribución de tamaño de empresas en el Sector Artesanal de la Comunidad Valenciana es normal y por consiguiente se sigue la Ley de Pareto.

Generalmente el mercado de estas empresas suele ser local, regional, en algún caso nacional e internacional, lo que permite concluir que dado el tamaño de estas empresas y el mercado al que se dirige, el principal modo de competición de estas es por segmentación geográfica y, dada la alta atomización de las mismas, se está hablando de un mercado de competencia perfecta.

Los sectores que tienen una mayor tradición de exportación, o un carácter de internacionalización son las siguientes:

- Turroneiros de Alicante (TDC) que exportan aproximadamente un 15%
- En el Agroalimentario II los apicultores exportan del orden del 10% de su producción y los queseros artesanos del orden de un 4%.
- En Cerámica y Vidrio, los fabricantes y manipuladores de vidrio exportan un 10% y los ceramistas -excluido Lladró- del orden del 15%.
- Instrumentos musicales, tiene una cierta entidad y tradición exportadora de manera que se estima que es del orden del 80%.
- Se estima que los pirotécnicos están exportando un 12%, mientras que los falleros no llega a ser prácticamente ni testimonial.
- De Oficios Varios, los cereros exportan el 15%
- Madera y Afines, tiene también un vocación exportadora ya que de cestería es un 30% y de madera del orden de un 20%
- En Moda se sabe también que los marroquineros están actualmente exportando del orden del 15%.

Con todos estos supuestos se estima que el volumen de exportación por parte del Sector Artesano en la Comunidad Valenciana es del orden de: 320 millones de €, lo que supone entre un 10 a un 15% de la producción artesana total de la Comunidad Valenciana.

Generalmente no hay una utilización masiva de todos los posibles canales de venta y distribución de los productos artesanales, estos canales suelen ser la venta directa, en tienda – mayoritariamente propia-, en algunos casos, para los talleres con volúmenes de producción y/o



empleo más elevado, se utilizan los agentes y esporádicamente se utilizan otros canales de venta y distribución. La venta a través de internet es prácticamente inexistente y es bastante escaso el marketing y la publicidad de los productos artesanales.

En general no se tienen claros los conceptos de calidad, aseguramiento, garantía de calidad, gestión de calidad, certificaciones de producto, proceso, servicio, calidad total, etc; y es raro que existan empresas artesanas que estén certificadas.



### 3 ANÁLISIS DAFO: IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.

De la información de carácter cualitativo obtenido en las reuniones de trabajo con los actores del sector –ver “*Anejo de Participantes*”–, de las distintas mesas sectoriales, que puede observarse en todas su extensión en el “*Anejo DAFO’s CAME’s por mesa sectorial*”, y procesada la información en una base de datos –véase “*Anejo DAFO AGREGADO*”– se obtiene el DAFO AGREGADO del Sector.

Como se indica en el documento DAFO AGREGADO, se agrupan las amenazas externas al sector y las debilidades internas de las empresas por los conceptos y la frecuencia de aparición de los mismos en una sola tabla. Por otra parte, se muestran las oportunidades y las fortalezas globales que entienden nuestros artesanos.

Para ver el alcance exacto de lo que se indica es preciso ver las tablas de detalle del Anejo DAFO AGREGADO, teniendo en cuenta, además, de que este apartado no deja de ser una reflexión de conjunto del sector que confirma, en parte, la agrupación de acciones propuesta que realmente vienen de la colección de las respuestas de cada uno de los DAFO’s sectoriales en cada uno de los respectivos CAME’s. Como tal resumen queda lo siguiente:

#### 3.1 Resumen Debilidades y Amenazas

Código	Problemática	Nº Mesas	Nº problemas
01	Dimensión y tipo empresa	7	8
02	Gestión empresarial	7	10
03	Producto	2	3
04	Proceso fabricación	2	3
05	I+ D+i	5	5
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	9	15
08	Comercial	5	6
09	Competencia	7	9
10	Cambio	5	6
11	Formación	6	10
12	Financiación	3	3
13	Asociacionismo	2	3
14	DCA y/o Normativa	10	17
15	Recursos humanos	7	8
20	Varios	3	3

Así pues, dada esta tabla, las debilidades y amenazas más importantes para el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana se puede entender que son el DCA y/o Normativa del Sector; Imagen, promoción y publicidad , siendo la tercera problemática agrupada, la Gestión Empresarial en el Sector, y la cuarta problemática la formación.



### 3.2 Resumen Oportunidades

Código	Área	Nº Mesas	Nº Oportunidades
03	Producto	9	17
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	5	9
08	Comercial	10	24
10	Cambio	5	5
11	Formación	2	2
13	Asociacionismo	1	1
14	DCA y/o Normativa	5	7
15	Recursos humanos	1	1
20	Varios	2	2

Así pues el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana entiende que las mayores oportunidades del sector vienen de la realización de campañas y promociones, y de todo tipo de actuaciones comerciales; así como de la seguridad y posibilidades del producto artesano que se maneja. Por último se puede incluir como oportunidad del sector la imagen, promoción y publicidad del sector artesano de la Comunidad Valenciana.

### 3.3 Resumen Fortalezas

Código	Grupo fortalezas	Nº Mesas	Nº Fortalezas
01	Dimensión y tipo empresa	11	24
03	Producto	11	36
04	Proceso fabricación	2	3
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	11	36
08	Comercial	10	38
10	Cambio	6	6
11	Formación	2	2
12	Financiación	1	1
13	Asociacionismo	1	1
14	DCA y/o Normativa	5	7
15	Recursos humanos	3	4
20	Varios	3	3

Así pues el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana entiende que las mayores fortalezas del sector vienen de la imagen actual del producto artesano y su relación con el cliente, así como de la comercialización y personalización del producto, del producto en sí e incluso, piensa que el tamaño de empresa es el adecuado a los modos de competir.

Como resultado del DAFO AGREGADO se vislumbran grandes líneas de actuación para el sector como son:



- DCA y Normativa del Sector Artesanal
- Comercial y marketing
- Promoción y creación marca artesanal
- Gestión de calidad
- Normativa y desarrollo de nuevos productos
- Productos personalizados
- Formación

Como se indica en el “**Anejo DAFO AGREGADO**” sólo se escogen para el DAFO AGREGADO los cuatro o cinco ítems principales de cada una de las mesas.

El análisis DAFO sirve, perfectamente como una herramienta para que el Sector discuta y analice de forma conjunta su realidad. Sin embargo, y aunque apunte una serie de líneas de actuación, se piensa que es necesario pasar por los resultados del CAME para obtener conclusiones más potentes, más redondas.





## 4 ANÁLISIS CAME

Del análisis DAFO CAME, que puede observarse en el “**Anejo DAFO CAME por mesa sectorial**” y tras procesar las acciones propuestas en los CAME’s por todas y cada una de las mesas sectoriales el resultado obtenido es el siguiente:

### 4.1 Resumen Propuestas CAME

Cód Area	Cód Actua	Descripción actuación	Nº mesas	Nº ítems
01	01	Actualización procedimiento DCA	10	14
01	03	Normativa	11	35
02	01	Nuevos Procesos	8	16
02	02	Nuevos Productos	9	22
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	4	5
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	7	10
03	02	Certificación de productos y garantías	8	15
03	03	Certificación de servicios/calidad	6	9
04	01	Campañas promocionales	11	53
04	02	Rutas turísticas artesanales	5	6
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	5	15
04	04	Ayudas exposición y venta	4	6
04	05	Internacionalización.	8	10
04	06	Marcas y denominaciones de origen	6	7
04	07	Portales. WEB's	8	11
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	6	13
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	4	5
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	11	37
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la C.V.	10	39
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e internet	10	57
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	10	24
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	11	116
10	00	OTROS PROYECTOS GENERICOS	2	4
10	01	Apoyo a la financiación	3	3
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	5	8
10	03	Benchmarking	2	2

Estas acciones son el resultado de agrupar, con una serie de criterios, las acciones propuestas por las diversas mesas sectoriales en las reuniones CAME.



## 4.2 Metodología Agrupación Propuestas CAME

Para obtener las propuestas de acción (mostradas en el apartado anterior, como RESUMEN PROPUESTAS CAME) de todas y cada una de las mesas sectoriales, recogiendo, también, la opinión de todas las asociaciones que han participado, se ha seguido el siguiente método, un tanto iterativo, de trabajo:

1. Se recogen en las reuniones de los CAME's las propuestas por mesa sectorial de todas las asociaciones que participan como se indica en el **"Anejo DAFO's CAME's por mesa sectorial"**.
2. Se introducen todas las acciones propuestas en una base de datos Access.
3. Se definen en paralelo una serie de acciones genéricas, de tipo primario, con las que se tiene una primera idea de agrupación.
4. Se agrupan las acciones propuestas con la de acciones genéricas, manteniendo siempre la trazabilidad de la acción (se conoce la mesa que la propone e incluso la agrupación dentro de la mesa sectorial). Las acciones que no caen dentro de las acciones primarias propuestas se recogen como otro tipo de acciones o actuaciones.
5. Se analizan las acciones de otro tipo y se decide clasificar con agrupaciones tales que recogen proyectos básicos del sector (como pueden ser la redefinición del DCA, la generación de una Normativa general para el Sector Artesano, Base de datos del Sector Artesano, relaciones con la Administración, etc) y proyectos de causa común, como puede ser la Potenciación del Asociacionismo, la redefinición del Centro de Artesanía, Formación, etc.
6. En base a los conjuntos de agrupaciones de posibles actuaciones o acciones a realizar propuestas se diseña un primer borrador de Mapa Estratégico del Sector Artesano, como se verá en el próximo apartado.
7. Se formula un borrador de líneas de actuación y se le da forma de manera que la agrupación de acciones sea coherente o tenga sentido.
8. En función del Mapa Estratégico y del borrador de líneas de actuación, se proponen unos bloques de actuación que se desarrollan con acciones generales. Se vuelve a agrupar todas las acciones propuestas en función de estas últimas acciones generales, y se observa el resultado.
9. Se realizan pequeños ajustes de manera que se obtiene el detalle de agrupación, como puede observarse en el **"Anejo. Detalle Propuestas CAME"**, y dando como resultado el **"Resumen de Propuestas CAME"**, mostrado en el apartado anterior.

Con este Resumen de Propuestas CAME se puede pasar a plantear las líneas estratégicas de Actuación para el periodo 2007 – 2009, con un calendario, un presupuesto e, incluso, una parametrización de cada de las líneas propuestas, como se verá en el próximo apartado.



## 5 LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL SECTOR ARTESANO

En el presente apartado se muestra y explica el Mapa Estratégico del Sector, como se definen las líneas de actuación que engloban el Plan de Competitividad del Sector Artesanal de la Comunidad Valenciana y, por último, el resumen del presupuesto propuesto para el Sector en el horizonte de planificación del trienio 2007 al 2009.

### 5.1 Mapa Estratégico del Sector Artesanal

En la figura siguiente se muestra el Mapa Estratégico del Sector Artesanal para la Comunidad Valenciana, resultado, como se ha visto anteriormente de la agrupación de las propuestas de acción o de actuación de las diversas mesas sectoriales.

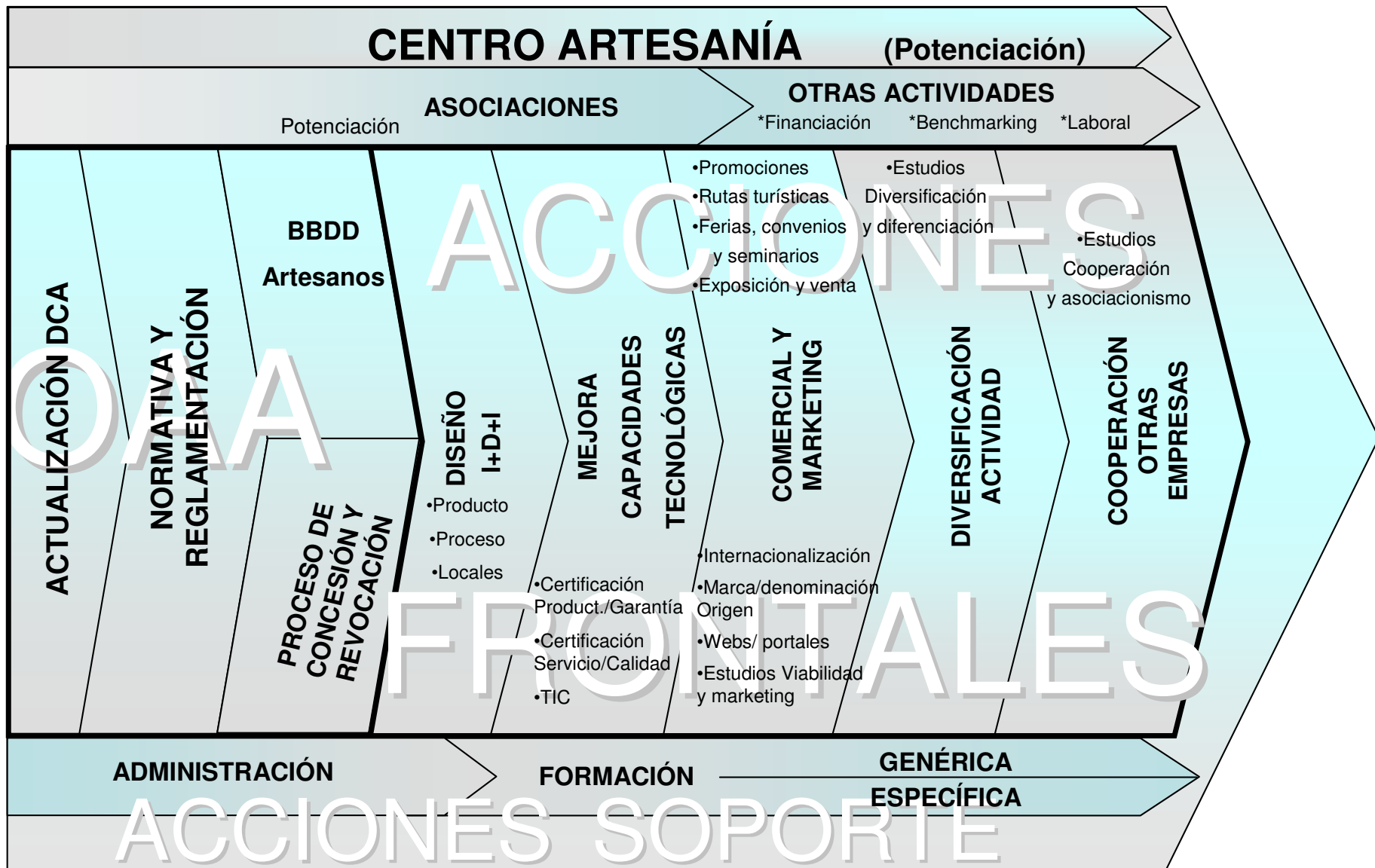
En la tabla resumen de propuestas CAME puede observarse de alguna manera la importancia que el sector le concede a cada una de las líneas de actuación que se indican por el número de mesas e ítems que lo solicita.

Se distinguen claramente tres bloques principales de proyectos con sus principales líneas generales de actuación:

- **Proyectos básicos:** Proyectos que afectan a todo el sector de una manera general y son básicos para el ordenamiento del mismo. Así se tiene:
  - 1. OAA (Ordenación Administrativa de la Artesanía)**
    - 1.1 Actualización de DCA
    - 1.2 Base de Datos Artesana
    - 1.3 Normativa y Reglamentación
  - **Proyectos Primarios:** Son proyectos que debe establecer, en concreto cada mesa sectorial en mayor o menor medida y que además es función particular del grado de desarrollo de cada una de las empresas o talleres dentro de la misma mesa. Las actuaciones propuestas seguirían, a su modo, como si fuera una cadena de valor interna; basándose, además, de la posibilidad de ordenar los posibles fondos de subvención existentes. Así se tienen los siguientes proyectos:
    - 2. I+D+i**
      - 2.1 Nuevos Procesos
      - 2.2 Nuevos Productos
      - 2.3 Establecimiento de Nuevas Instalaciones y Remodelaciones
    - 3. MEJORA CAPACIDADES TECNOLÓGICAS**
      - 3.1 TIC Informatización Asociaciones y Artesanos
      - 3.2 Certificaciones de producto y garantías
      - 3.3 Certificaciones de Servicio/Calidad



- 4. COMERCIAL Y MARKETING**
  - 4.1 Campañas promocionales: Corporativas, Sectorial e Individual
  - 4.2 Rutas Turísticas Artesanales
  - 4.3 Ferias, Convenciones y Seminarios
  - 4.x Catálogos y colecciones
  - 4.4 Exposiciones y Venta
  - 4.5 Internacionalización: IVEX, ICEX, Delegaciones; AGT's Venta, etc
  - 4.6 Marcas, Denominaciones de Origen
  - 4.7 WEB's, portales
  - 4.8 Estudios de Viabilidad y Marketing
  
- 5. DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES**
  - 5.1 Estudios de diversificación y diferenciación
  
- 6. COOPERACIÓN OTRAS EMPRESAS**
  - 6.1 Estudios de Cooperación y Asociacionismo
  
- **Proyectos soporte:** Son proyectos de apoyo horizontal a todo el Sector Artesanal en la Comunidad Valenciana que permitirán el mejor avance de manera conjunta a partir de una serie de actuaciones soporte sobre el mismo, tales como:
  
- 7. CENTRO DE ARTESANÍA**
  - 7.1 Potenciación Centro(s) de Artesanía de la CV
  
- 8. FORMACIÓN**
  - 8.1 Genérica: Gerencial, artesanal, Marketing, Informática básica, internet y web
  - 8.2 Específica: Escuela artesanos, homologaciones y titulaciones.
  
- 9. GREMIOS Y ASOCIACIONES**
  - 9.1 Potenciar asociacionismo: Estudios
  
- 10. OTRAS ACTIVIDADES**
  - 10.1 Apoyo a la financiación
  - 10.2 Laboral
  - 10.3 Benchmarking







## 5.2 Definición de las Líneas de Actuación

Cada una de las líneas de actuación, mostradas en el apartado anterior, se presenta en el “**Anejo. Líneas de Actuación 2007-2009**”, y por cada una de ellas se indica:

- **Descripción.** Esta se realiza a través de tres subapartados que incluyen:
  - **Tipología.** Indica el alcance de la actuación que se presenta, indicándose Horizontal si es para todo el Sector Artesanal y Sectorial si sólo aplicase a una o alguna de las mesas sectoriales.
  - **Objetivos.** Se apuntan los objetivos cualitativos concretos que se pretenden con la acción determinada.
  - **Descripción.** Explicación en detalle –visión, misión y alcance- de cada una de las líneas de actuación propuesta.
- **Justificación.** Motivos principales por los cuales se propone cada una de las actuaciones, referenciando al número de mesas que propone la acción –agrupada- o al número de ítems en el que se desarrolla la misma.
- **Articulación.** Cada acción tiene un desarrollo de la misma, a la manera de fases u etapas como si de un diagrama de proceso se tratara. Así pues cada una de las acciones tiene dicho desarrollo. En el caso en que se deban indicar notas al proceso para su mejor explicación se realizan en este apartado.
- **Plazos.** Es la planificación de las fases u etapas que articulan cada una de las actuaciones propuestas. En definitiva, es prácticamente el plan de trabajo general para cada línea estratégica.
- **Implantación.** Para la puesta en marcha de cada una de estas líneas de actuación propuesta es necesario dotarla de recursos –costes-, indicar los parámetros de coste sobre los que se desarrolla la línea indicando así mismo el porcentaje de aportación al desarrollo por parte de la Administración –subvención- y, por último, establecer una serie de indicadores de seguimiento del grado de implantación de cada una de las actuaciones. Así pues la implantación se realiza a través de los siguientes subapartados:
  - **Costes Anuales.** Resultado de estimar el coste unitario de cada una de las fases en que se realiza y en base a una serie de parámetros computar el coste total de la acción. Entre estos parámetros se tiene en cuenta el nivel de subvención que se dota. Los periodos posteriores en que se desarrolle cada una de las actuaciones se considera con otros parámetros de actualización.
  - **Parámetros de coste.** Son parámetros que permiten computar el total de cada una de las actuaciones, por ejemplo número de proyectos, porcentaje de subvención, consideraciones para la anualización, número de asociaciones, costes unitarios etc. Son los factores que permiten calcular el coste total a partir de un conjunto de supuestos que están desarrollados, en hoja de cálculo aparte.
  - **Indicadores de seguimiento.** Son indicadores que permiten ver la evolución del grado de implantación de la actuación.



### 5.3 Resumen del Presupuesto del Sector Artesano

El siguiente cuadro recoge el coste presupuestado en euros para cada una de las líneas para el Impulso del Sector Artesano. Se presenta el coste anualizado y en su totalidad.

	2007	Periodo 2008	2009	TOTAL
<b>TOTALES</b>	<b>5.791.169</b>	<b>3.955.906</b>	<b>4.064.389</b>	<b>13.811.464</b>
<b>I PROYECTOS BÁSICOS</b>	<b>161.150</b>	<b>37.472</b>	<b>38.595</b>	<b>237.217</b>
<b>1 ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANA</b>	<b>161.150</b>	<b>37.472</b>	<b>38.595</b>	<b>237.217</b>
1.1 ACTUALIZACIÓN DE DCA	87.600	9.023	9.293	105.916
1.2 BASE DE DATOS ARTESANOS	55.550	22.887	23.573	102.010
1.3 NORMATIVA Y REGLAMENTACIÓN	18.000	5.562	5.729	29.291
<b>II PROYECTOS PRIMARIOS</b>	<b>4.218.850</b>	<b>2.997.030</b>	<b>3.080.432</b>	<b>10.296.312</b>
<b>2 I+D+i</b>	<b>330.000</b>	<b>339.900</b>	<b>350.097</b>	<b>1.019.997</b>
2.1 NUEVOS PROCESOS	120.000	123.600	127.308	370.908
2.2 NUEVOS PRODUCTOS	60.000	61.800	63.654	185.454
2.3 ESTABLECIMIENTOS. NUEVAS INSTALACIONES Y REMODELACIONES	150.000	154.500	159.135	463.635
<b>3 MEJORA CAPACIDADES TECNOLÓGICAS</b>	<b>488.350</b>	<b>496.491</b>	<b>504.875</b>	<b>1.489.716</b>
3.1 TIC INFORMATIZACIÓN ASOCIACIONES Y ARTESANOS	217.000	217.000	217.000	651.000
3.2 CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y GARANTÍAS	198.750	204.713	210.854	614.317
3.3 CERTIFICACIÓN DE SERVICIO/CALIDAD	72.600	74.778	77.021	224.399
<b>4 COMERCIAL Y MARKETING</b>	<b>3.328.500</b>	<b>2.086.479</b>	<b>2.149.075</b>	<b>7.564.054</b>
4.1 CAMPAÑAS PROMOCIONALES: CORPORATIVA, SECTORIAL E INDIVIDUAL	2.862.000	1.711.860	1.763.216	6.337.076
4.2 RUTAS TURÍSTICAS ARTESANALES	70.800	11.124	11.458	93.382
4.3 FERIAS, CONVENCIONES Y SEMINARIOS	195.000	169.950	175.049	539.999
4.x CATALOGOS Y COLECCIONES				
4.4 EXPOSICIONES Y VENTA	23.100	23.793	24.507	71.400
4.5 INTERNACIONALIZACIÓN: IVEX, ICEX, DELEGACIONES, AGTs VENTA, ETC.	78.000	80.340	82.750	241.090
4.6 MARCAS, DENOMINACIONES DE ORIGEN	39.600	40.590	41.808	121.998
4.7 WEBS, PORTALES	48.000	36.462	37.556	122.018
4.8 ESTUDIOS DE VIABILIDAD Y MARKETING	12.000	12.360	12.731	37.091
<b>5 DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES</b>	<b>42.000</b>	<b>43.260</b>	<b>44.558</b>	<b>129.818</b>
5.1 ESTUDIOS DE DIVERSIFICACIÓN Y DIFERENCIACIÓN	42.000	43.260	44.558	129.818
<b>6 COOPERACIÓN OTRAS EMPRESAS</b>	<b>30.000</b>	<b>30.900</b>	<b>31.827</b>	<b>92.727</b>
6.1 ESTUDIOS DE COOPERACIÓN Y ASOCIACIONISMO	30.000	30.900	31.827	92.727





	Periodo			TOTAL
	2007	2008	2009	
<b>III PROYECTOS SOPORTE</b>	<b>1.411.169</b>	<b>921.404</b>	<b>945.362</b>	<b>3.277.935</b>
<b>7 CENTRO DE ARTESANÍA</b>	<b>735.000</b>	<b>370.800</b>	<b>381.924</b>	<b>1.487.724</b>
7.1 POTENCIACIÓN CENTRO DE ARTESANÍA CV	735.000	370.800	381.924	1.487.724
<b>8 FORMACIÓN</b>	<b>179.156</b>	<b>99.730</b>	<b>100.412</b>	<b>379.298</b>
8.1 FOR GENÉRICA: GEREN. ARTESANA, MKT, INFO BÁSICA, INTERNET Y WEB	102.156	22.730	23.412	148.298
8.2 FOR ESPECÍFICA: ESCUELA ARTESANOS, HOMOLOG. Y TITULACIONES	77.000	77.000	77.000	231.000
<b>9 GREMIOS Y ASOCIACIONES</b>	<b>45.617</b>	<b>39.617</b>	<b>39.617</b>	<b>124.851</b>
9.1 POTENCIAR ASOCIACIONISMO: ESTUDIOS	45.617	39.617	39.617	124.851
<b>10 OTRAS ACTIVIDADES</b>	<b>451.396</b>	<b>411.257</b>	<b>423.409</b>	<b>1.286.062</b>
10.1 APOYO A LA FINANCIACIÓN	160.276	164.057	168.793	493.126
10.2 LABORAL	240.000	247.200	254.616	741.816
10.3 BENCHMARKING	51.120	0	0	51.120



**Anejo 1: Caracterización de las Mesas Sectoriales  
y Asociaciones Empresariales**



# Plan de Competitividad

**Sectores Artesanos  
de la  
Comunidad Valenciana  
2007 – 2009**

**Anejo 1: Caracterización de las Mesas  
Sectoriales y Asociaciones Empresariales**



**GENERALITAT VALENCIANA**  
**CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA**





## ÍNDICE

CARACTERIZACIÓN POR MESA SECTORIAL .....	35
1. AGROALIMENTARIO I (HELADEROS, TURRONEROS, HORCHATEROS) .....	36
2. AGROALIMENTARIO II (QUESEROS, APICULTORES) .....	36
3. AGROALIMENTARIO III (PANADEROS, CONFITEROS, PASTELEROS) .....	36
4. AGROALIMENTARIO IV (CARNICEROS, CHARCUTEROS) .....	37
5. CERÁMICA Y VIDRIO .....	37
6. INSTRUMENTOS MUSICALES .....	37
7. FIESTAS TRADICIONALES.....	38
8. ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS.....	38
9. OFICIOS VARIOS .....	38
10. MADERA Y AFINES .....	39
11. MODA Y COMPLEMENTOS.....	39







## CARACTERIZACIÓN POR MESA SECTORIAL

Como resultado de la solicitud de datos a todas y cada una de las asociaciones empresariales, artesanas reunidas en las mesas de trabajo, vistas en el anejo de relación de participantes, aunque se convocan a todos los representantes del apartado 2 del Plan de Competitividad, y dada la respuesta que tienen estas encuestas, el resultado es el siguiente:

Nº	MESA	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCIÓN	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL	BRT/EMP
1	AGROALIMENTARIO I	95	2229	500.500,00 €	243.150,00 €	41	23	5.268,42 €	2.559,47 €	224,54 €	109,08 €	2.708,95 €	115,46 €
2	AGROALIMENTARIO II	18	215	12.685,00 €	8.045,00 €	20	12	704,72 €	446,94 €	59,00 €	37,42 €	257,78 €	21,58 €
3	AGROALIMENTARIO III	530	2890	58.180,00 €	21.800,00 €	436	5	109,77 €	41,13 €	20,13 €	7,54 €	68,84 €	12,59 €
4	AGROALIMENTARIO IV	840	1970	137.103,00 €	102.659,50 €	0	2	163,22 €	122,21 €	69,60 €	52,11 €	41,00 €	17,48 €
5	CERÁMICA Y VIDRIO	91	2290	28.000,00 €	8.700,00 €	239	25	307,69 €	95,60 €	12,23 €	3,80 €	212,09 €	8,43 €
6	INSTRUMENTOS MUSICALES	17	695	35.600,00 €	13.280,00 €	25	41	2.094,12 €	781,18 €	51,22 €	19,11 €	1.312,94 €	32,12 €
7	FIESTAS	345	1050	50.183,00 €	18.400,00 €	73	3	145,46 €	53,33 €	47,79 €	17,52 €	92,12 €	30,27 €
8	ENTIDADES AS GENÉRICAS	17	34	650,00 €	550,00 €	2	2	38,24 €	32,35 €	19,12 €	16,18 €	5,88 €	2,94 €
9	OFICIOS VARIOS	87	300	46.600,00 €	16.700,00 €	182	3	535,63 €	191,95 €	155,33 €	55,67 €	343,68 €	99,67 €
10	MADERA Y AFINES	330	10686	1.032.473,00 €	390.189,00 €	522	32	3.128,71 €	1.182,39 €	96,62 €	36,51 €	1.946,32 €	60,11 €
11	MODA	302	779	1.738,22 €	- €	442	3	6,39 €	- €	2,49 €	- €	6,39 €	2,49 €
<b>TOTALES</b>		<b>2672</b>	<b>23138</b>	<b>1.903.712,22 €</b>	<b>823.473,50 €</b>	<b>1980</b>	<b>9</b>	<b>712,47 €</b>	<b>308,19 €</b>	<b>82,28 €</b>	<b>35,59 €</b>	<b>404,28 €</b>	<b>46,69 €</b>

En donde:

- PRODUCCIÓN: Es el volumen de ventas que se realizan en miles de €
- COMPRAS: Volumen de compras que se realizan en miles de €
- EM/TALL: Nº de empleados medios por taller
- PR/TALL: Es la producción en miles de €, media, por taller
- CM/TALL: Son las compras, en miles de €, media, por taller
- PR/EMP: Producción, en miles de €, media, por empleado
- CM/EMP: Compras, en miles de €, media pro empleado
- BRT/TALL: (PRODUCCIÓN – COMPRAS)/TALLER
- BRT/EMP: (PRODUCCIÓN – COMPRAS)/TALLER

Téngase en cuenta en la toma de datos de que se parte de los datos por la asociaciones –y no todas, como se observa en los subapartados siguientes- y siendo en muchos de los casos puramente orientativos. Además es posible que existan ciertas intersecciones de empresas entre las determinadas asociaciones, también que existan talleres o empresas que no dispongan de DCA, cuestiones que podrían hacer minusvalorar los datos. Se podría tener en cuenta, además, el posible grado de cobertura de los artesanos por las asociaciones lo que conduciría a aumentar estos datos. En definitiva dada la existencia de datos y bases de los mismos, se entiende que los mejores datos posibles en este momento son los datos por las actuales asociaciones, que permite disponer de un orden de magnitud razonable.

A continuación se detallan los datos por cada una de las mesas sectoriales artesanas que han participado del estudio:



## 1. AGROALIMENTARIO I (Heladeros, Turroneiros, Horchateros)

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
ANHCEA	12	100	6.000,00 €	2.400,00 €		8	500,00 €	200,00 €	60,00 €	24,00 €	300,00 €
HELADERO HORCHATERO DE ALC	20	94	5.500,00 €	1.750,00 €		5	275,00 €	87,50 €	58,51 €	18,62 €	187,50 €
CHOCOLATERO ARTESANO											
HELADERO ARTESANO											
HORCHATERO DE VLC	18	75	3.000,00 €	1.000,00 €		4	166,67 €	55,56 €	40,00 €	13,33 €	111,11 €
HORCHATERO ALBORAYA	8	60	11.000,00 €	3.000,00 €		8	1.375,00 €	375,00 €	183,33 €	50,00 €	1.000,00 €
TDC	37	1900	475.000,00 €	235.000,00 €		51	12.837,84 €	6.351,35 €	250,00 €	123,68 €	6.486,49 €
<b>MESA: AGROALIMENTARIO I</b>	<b>95</b>	<b>2229</b>	<b>500.500,00 €</b>	<b>243.150,00 €</b>		<b>41</b>	<b>5.268,42 €</b>	<b>2.559,47 €</b>	<b>224,54 €</b>	<b>109,08 €</b>	<b>2.708,95 €</b>

En esta mesa se han tenido en cuenta las siguientes aproximaciones:

- ANHCEA tiene del orden de 400 talleres asociados, pero de ellos sólo 12 son artesanos, o tienen dicha calificación, de ahí que se mantenga el número de 12 talleres siendo los datos de empleados, producción y compras iguales que en el caso de las 400 empresas, lo cual no es necesariamente así.
- FEDACOVA da datos de compras de los Horchateros de Valencia y se supone que las ventas son tres veces las compras, puesto que no se dan datos al respecto.
- Por último, habría que revisar y comprobar muy en detalle si realmente todos los talleres y empleos de TDC, tienen la consideración de artesanos en cuanto que dispongan realmente de DCA. La productividad por empleado es la mejor del sector artesano

## 2. AGROALIMENTARIO II (Queseros, Apicultores)

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
APICULTOR	3	15	685,00 €	45,00 €	13	5	228,33 €	15,00 €	45,67 €	3,00 €	213,33 €
QUESERO ARTESANO	15	200	12.000,00 €	8.000,00 €	7	13	800,00 €	533,33 €	60,00 €	40,00 €	266,67 €
<b>MESA: AGROALIMENTARIO II</b>	<b>18</b>	<b>215</b>	<b>12.685,00 €</b>	<b>8.045,00 €</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>704,72 €</b>	<b>446,94 €</b>	<b>59,00 €</b>	<b>37,42 €</b>	<b>257,78 €</b>

Dados los grados de cobertura de estas asociaciones se tiene la impresión de que existen bastantes más talleres, al menos en los apicultores – se corrobora con el número de DCA's existentes en el Registro artesano -.

## 3. AGROALIMENTARIO III (Panaderos, Confiteros, Pasteleros)

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
ASEPAN	80	720	4.680,00 €	2.300,00 €		9	58,50 €	28,75 €	6,50 €	3,19 €	29,75 €
GREMIO PAN Y PAST VLC	385	1570	35.000,00 €	12.500,00 €		4	90,91 €	32,47 €	22,29 €	7,96 €	58,44 €
GR.PR PAN Y PAST ALC	65	600	18.500,00 €	7.000,00 €		9	284,62 €	107,69 €	30,83 €	11,67 €	176,92 €
<b>MESA: AGROALIMENTARIO III</b>	<b>530</b>	<b>2890</b>	<b>58.180,00 €</b>	<b>21.800,00 €</b>	<b>436</b>	<b>5</b>	<b>109,77 €</b>	<b>41,13 €</b>	<b>20,13 €</b>	<b>7,54 €</b>	<b>68,64 €</b>

Consideraciones de esta mesa:

- ASEPAN no da datos de compras, aunque esta vez sí ha dado los de producción, de ahí que la estimación sea la misma que las de otras asociaciones (aproximadamente el 50%)
- Se estima que el grado de cobertura es bajo y al parecer no todos deben tener DCA's
- Se estima que el volumen de esta mesa debe ser bastante mayor, probablemente más del doble, pero diversas asociaciones importantes no han aportado datos.



#### 4. AGROALIMENTARIO IV (Carniceros, Charcuteros)

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
GR PRV CHAR/CARNI DE ALC	365	532	54.103,00 €	43.282,00 €		1	148,23 €	118,58 €	101,70 €	81,36 €	29,65 €
GR PRV CHAR/CARNI DE CS	135	338	18.000,00 €	14.377,50 €		3	133,33 €	106,50 €	53,25 €	42,54 €	26,83 €
GR PRV CHAR/CARNI DE VLC	340	1100	65.000,00 €	45.000,00 €		3	191,18 €	132,35 €	59,09 €	40,91 €	58,82 €
<b>MESA: AGROALIMENTARIO IV</b>	<b>840</b>	<b>1970</b>	<b>137.103,00 €</b>	<b>102.659,50 €</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>163,22 €</b>	<b>122,21 €</b>	<b>69,60 €</b>	<b>52,11 €</b>	<b>41,00 €</b>

La principal consideración a tener en cuenta en esta mesa sectorial es que recientemente ha sido aceptada su admisión con oficio artesano a la Comisión de Artesanía que lo ha aprobado, pero de todas formas todavía no se les ha comunicado y ningún artesano ha podido registrarse como tal –DCA. De manera que todos los datos aquí reflejados es como si fuesen todos artesanos.

#### 5. CERÁMICA Y VIDRIO

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
AS FABR Y MAN DE VIDRIO	4	20	3.000,00 €	1.200,00 €		5	750,00 €	300,00 €	150,00 €	60,00 €	450,00 €
AS.VLC CERÁMICA AVEC-GREMIO	87	2270	25.000,00 €	7.500,00 €		26	287,36 €	86,21 €	11,01 €	3,30 €	201,15 €
<b>MESA: CERÁMICA Y VIDRIO</b>	<b>91</b>	<b>2290</b>	<b>28.000,00 €</b>	<b>8.700,00 €</b>	<b>239</b>	<b>25</b>	<b>307,69 €</b>	<b>95,60 €</b>	<b>12,23 €</b>	<b>3,80 €</b>	<b>212,09 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- No se considera la empresa Lladró, a pesar de disponer de DCA, por su volumen
- Las compras en cuanto a la cerámica son una estimación dada por la misma asociación.
- Dado el número de DCA's existentes deben haber artesanos que no están recogidos por estas asociaciones, tanto en los vidrieros como en los ceramistas.
- Existe una asociación de fabricantes de vidrio –de la misma Ollería- que comenzó a participar y luego no continuó en el estudio, que debería reconsiderarse su participación, que inicialmente no estaba prevista. En su caso el número de empleados por taller en el vidrio, e incluso en la misma mesa sectorial aumentaría considerablemente.

#### 6. INSTRUMENTOS MUSICALES

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
GR.MAESTROS ARTES, GUITA ESPAN	14	606	32.000,00 €	11.840,00 €		43	2.285,71 €	845,71 €	52,81 €	19,54 €	1.440,00 €
ASOC.FABRICAN INST MUS Y ACCE	3	89	3.600,00 €	1.440,00 €		30	1.200,00 €	480,00 €	40,45 €	16,18 €	720,00 €
<b>MESA: INST.MUSICALES</b>	<b>17</b>	<b>695</b>	<b>35.600,00 €</b>	<b>13.280,00 €</b>	<b>25</b>	<b>41</b>	<b>2.094,12 €</b>	<b>781,18 €</b>	<b>51,22 €</b>	<b>19,11 €</b>	<b>1.312,94 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- Existen empresas con duplicidad en ambas asociaciones, pero se ha restado la intersección de la Asociación de Instrumentos Musicales.
- El volumen de compras son una estimación del 37% de las ventas por indicación de las mismas asociaciones.
- El número de empleados por taller es elevado, comparado con otras mesas artesanas.



## 7. FIESTAS TRADICIONALES

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
PIROVAL	20	500	33.183,00 €	15.000,00 €		25	1.659,15 €	750,00 €	66,37 €	30,00 €	909,15 €
FED. ART FALLEROS Y FGUERES CV	325	550	17.000,00 €	3.400,00 €		2	52,31 €	10,46 €	30,91 €	6,18 €	41,85 €
GR. ART FALLEROS DE VLC	229	400	12.000,00 €	2.400,00 €		2	52,40 €	10,48 €	30,00 €	6,00 €	41,92 €
<b>MESA: FIESTAS</b>	<b>345</b>	<b>1050</b>	<b>50.183,00 €</b>	<b>18.400,00 €</b>		<b>73</b>	<b>145,46 €</b>	<b>53,33 €</b>	<b>47,79 €</b>	<b>17,52 €</b>	<b>92,12 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- Los datos de producción y compras de los pirotécnicos se obtienen como estimación de datos genéricos ofrecidos por la misma asociación. Ahora bien, quizás esta sea la mejor estimación.
- Existen muchos talleres/artesanos que pudiendo disponer de DCA's no los tienen.

## 8. ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
UNART											
ARPA	17	34	650,00 €	550,00 €		2	38,24 €	32,35 €	19,12 €	16,18 €	5,88 €
<b>MESA: ENTIDADES AS GENERICAS</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>650,00 €</b>	<b>550,00 €</b>		<b>2</b>	<b>38,24 €</b>	<b>32,35 €</b>	<b>19,12 €</b>	<b>16,18 €</b>	<b>5,88 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- Esta es una mesa que recoge a todos los oficios asociados por región u área geográfica.
- Aun habiendo participado más asociaciones o bien no han facilitado datos o bien no recogen el interés de la encuesta. De manera que faltan datos al respecto.

## 9. OFICIOS VARIOS

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
GR.CEREROS ARTES. ALBAIDA	7	60	21.600,00 €	6.700,00 €		9	3.085,71 €	957,14 €	360,00 €	111,67 €	2.128,57 €
ASOC.FLORES Y PLANTAS CV	80	240	25.000,00 €	10.000,00 €		3	312,50 €	125,00 €	104,17 €	41,67 €	187,50 €
<b>MESA:OFICIOS VARIOS</b>	<b>87</b>	<b>300</b>	<b>46.600,00 €</b>	<b>16.700,00 €</b>		<b>182</b>	<b>535,63 €</b>	<b>191,95 €</b>	<b>155,33 €</b>	<b>55,67 €</b>	<b>343,68 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- El gremio artesano de maestros encuadernadores no ha participado, al menos unos 30 DCA's.
- Hay una serie de oficios que no tienen representación, como son forjadores, fundidores, tallistas de piedra y mármol, etc
- A la Asociación de flores y plantas le ocurre lo mismo que se decía de la mesa Agroalimentaria IV, han sido aceptados por la Comisión de Artesanía pero todavía no existen DCA's en el registro.
- La productividad por empleado es la 2ª mejor del sector artesano.



## 10. MADERA Y AFINES

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
AS MD Y MUEBLES ALC (AEMMA)	50	2000	295.000,00 €	140.000,00 €		40	5.900,00 €	2.800,00 €	147,50 €	70,00 €	3.100,00 €
AS ESP CESTERIA Y MIMBRE...	30	686	50.473,00 €	20.189,00 €		23	1.682,43 €	672,97 €	73,58 €	29,43 €	1.009,47 €
ASEMAD	250	8000	687.000,00 €	230.000,00 €		32	2.748,00 €	920,00 €	85,88 €	28,75 €	1.828,00 €
<b>MESA: MADERA Y AFINES</b>	<b>330</b>	<b>10686</b>	<b>1.032.473,00 €</b>	<b>390.189,00 €</b>	<b>522</b>	<b>32</b>	<b>3.128,71 €</b>	<b>1.182,39 €</b>	<b>96,62 €</b>	<b>36,51 €</b>	<b>1.946,32 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- Existen dudas de que todos los talleres presentados sean artesanos.
- El número de empleados por taller es el segundo más alto después de la mesa de instrumentos musicales.
- La productividad por empleado es buena dentro del sector artesano (3ª)
- La facturación es la más elevada del sector artesano.

## 11. MODA Y COMPLEMENTOS

ASOCIACION	TALLERES	EMPLEOS	PRODUCCION	COMPRAS	DCA's	EM/TALL	PR/TALL	CM/TALL	PR/EMP	CM/EMP	BRT/TALL
RELOJEROS	160	199	- €	- €		1	- €	- €	- €	- €	- €
MARROQUINEROS	25	200	1.738,22 €	- €		8	69,53 €	- €	8,69 €	- €	69,53 €
JOYEROS/BISUTEROS	87	300	- €	- €		3	- €	- €	- €	- €	- €
<b>MESA: MODA</b>	<b>302</b>	<b>779</b>	<b>1.738,22 €</b>	<b>- €</b>	<b>442</b>	<b>3</b>	<b>5,76 €</b>	<b>- €</b>	<b>2,23 €</b>	<b>- €</b>	<b>5,76 €</b>

Consideraciones de esta mesa sectorial:

- En esta mesa falta que muchas de las asociaciones entreguen los datos, los únicos que son de fiar o de los que se dispone de datos son los marroquineros. Esto hace que los pesos relativos de las diversas mesas del sector no se puedan tener correctamente.









# Plan de Competitividad

**Sectores Artesanos  
de la  
Comunidad Valenciana  
2007 – 2009**

**Anejo 2: DAFOs CAMEs por Mesa Sectorial**



**GENERALITAT VALENCIANA**  
**CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA**





## ÍNDICE

METODOLOGÍA DAFO CAME POR MESA SECTORIAL .....	47
AGROALIMENTARIO I .....	48
DAFO AGROALIMENTARIO I .....	48
CAME AGROALIMENTARIO I .....	50
AGROALIMENTARIO II .....	52
DAFO Agroalimentario II .....	52
CAME Agroalimentario II .....	54
AGROALIMENTARIO III .....	56
DAFO Agroalimentario III .....	56
CAME Agroalimentario III .....	58
AGROALIMENTARIO IV .....	60
DAFO Agroalimentario IV .....	60
CAME Agroalimentario IV .....	62
CERÁMICA y VIDRIO .....	64
DAFO Cerámica y Vidrio .....	64
CAME Cerámica y Vidrio .....	66
INSTRUMENTOS MUSICALES .....	67
DAFO Instrumentos Musicales .....	67
CAME Instrumentos Musicales .....	69
FIESTAS .....	71
DAFO Fiestas .....	71
CAME Fiestas .....	73
ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS .....	74
DAFO Entidades Asociativas Genéricas .....	74
CAME Entidades Asociativas Genéricas .....	76
OFICIOS VARIOS .....	78
DAFO Oficios Varios .....	78
CAME Oficios Varios .....	80
MADERA Y AFINES .....	81
DAFO Madera y Afines .....	81
CAME Madera y Afines .....	83
MODA .....	84
DAFO Moda .....	84
CAME Moda .....	86





## METODOLOGÍA DAFO CAME POR MESA SECTORIAL

A fin de lograr el análisis DAFO CAME de 11 mesas sectoriales, con diversas asociaciones independientes entre sí, se establece y se sigue la siguiente metodología para conseguir los resultados que se presentan en el presente anejo o documento:

1. Se confecciona un documento explicativo que recoge el análisis básico estratégico, en donde se recogen las fuerzas de Porter, el análisis de valor, etc, y en donde se explica cómo realizar un análisis DAFO CAME.
2. En una reunión inicial con cada una de las mesas artesanas se presenta el documento, es decir la metodología a seguir y se entrega dicho documento a cada una de las asociaciones que participan en el análisis.
3. Las asociaciones se trabajan por su cuenta el DAFO de su sector.
4. Se convoca a reunión de trabajo, con los consultores, a la mesa sectorial para la realización del DAFO del subsector, siguiendo la siguiente metodología:
  - a. El orden a seguir es el de análisis externo a la empresa y comenzando de lo negativo y terminando por lo positivo, es decir “amenazas y oportunidades”, pasando posteriormente al análisis interno de las empresas del sector, y de negativo a positivo también, es decir, “debilidades y fortalezas”
  - b. Por cada uno de los cuatro conceptos se realiza una exposición común, entre las asociaciones invitadas y participantes de la mesa, a la manera de la técnica de “la tormenta de ideas” o “brainstorming”. Se discuten los conceptos en caso de duda o bien por poner en común determinadas ideas del sector.
  - c. A fin de lograr consensos entre las diversas asociaciones se utiliza la técnica de la selección ponderada, con la que se consigue priorizar las problemáticas indicadas.
  - d. Se seleccionan las cuatro problemáticas más importantes por concepto del DAFO. De manera que por subsector se dispone al menos de  $4 \times 4 = 16$  problemas y en el conjunto se tiene al menos  $16 \times 11 = 176$  problemas.
5. Se recoge y clasifica la información resultante del DAFO por cada uno de las 11 mesas sectoriales y se distribuye a las distintas asociaciones participantes. Con ello se pretende que se preparen los CAME's por asociación previo a la reunión de trabajo CAME.
6. En paralelo se prepara un cuestionario de caracterización del sector que es entregado en la reunión DAFO a cada una de las asociaciones de manera que se pueda disponer de datos para conocer más en detalle el sector.
7. Las asociaciones trabajan los resultados de los DAFO's y los cuestionarios entregados.
8. Se convoca a las asociaciones a las reuniones de trabajo CAME's, de cada uno de los subsectores, siguiendo la siguiente metodología:
  - a. El orden a seguir es el de análisis externo a la empresa y comenzando de lo negativo y terminando por lo positivo, es decir “afrentar amenazas y explotar oportunidades”, pasando posteriormente al análisis interno de las empresas del sector, y de negativo a positivo también, es decir, “corregir debilidades y mantener o reforzar fortalezas”
  - b. Por cada uno de los cuatro conceptos se realiza una exposición común, entre las asociaciones invitadas y participantes de la mesa, a la manera de la técnica de “la tormenta de ideas” o “brainstorming”. Se discuten los conceptos en caso de duda o bien por poner en común determinadas ideas del sector.
  - c. A fin de lograr consensos entre las diversas asociaciones se utiliza la técnica de la selección ponderada, con la que se consigue priorizar las acciones a emprender indicadas.
  - d. Se seleccionan las acciones a realizar más importantes por concepto del CAME. De manera que por subsector se dispone al menos de  $4 \times 4 = 16$  acciones propuestas y en el conjunto se tiene al menos  $16 \times 11 = 176$  acciones a realizar.
9. A partir de ahí el equipo consultor distribuye los resultados de los CAME's a las diversas asociaciones y pasa a estudiar las agrupaciones de acciones correspondiente



## AGROALIMENTARIO I

### DAFO AGROALIMENTARIO I

#### MESA: AGROALIMENTARIO I

##### DAFO: AMENAZAS

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	UTILIZACIÓN INDEBIDA DE MARCA ARTESANA DE LOS INDUSTRIALES		3	5		8
2	CAMBIOS HÁBITOS ALIMENTICIOS: LIGHT, NUEVAS COCINAS, MÉDICOS, ETC	5	5	4		14
3	COMPRA EN GRANDES CENTROS COMERCIALES, COSTUMBRES, FRANQUICIAS		4	3		7
4	ESTACIONALIDAD					0
5	DESIGUAL CONTROL DE LA NORMATIVA PARA LOS MISMOS PRODUCTOS -LISTA	4	2	2		8
6	ABANDONO GENERACIONAL	2				2
7	DIFÍCIL ACCESO FINANCIACIÓN	1	1			2
8	HELADO NO ES CONSIDERADO COMO ALIMENTO -PLACER.					0
9	HELADOS ITALIANOS Y ARGENTINOS			1		1
10	TODO EL MUNDO ES ARTESANO	3				3

1. Heladeros y horchateros de Alicante  
 2.- Asociación Horchateros de Vlc  
 3.- Anhcea

#### MESA: AGROALIMENTARIO I

##### DAFO: OPORTUNIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
1	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS: P.E. SEMIFRIOS	2					2
2	ROMPER ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO		5				5
3	NUEVAS TENDENCIAS		4	5			9
4	HELADERÍA LUGAR DE ENCUENTRO SOCIAL	3					3
5	NUEVOS NICHOS DE MERCADO						0
6	HEDONISMO, CULTURA DEL PLACER		2	4			6
7	ARTESANO ES PRESTIGIO						0
8	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS		3	3			6
9	DESARROLLAR EL TÍTULO DE MAESTRO ARTESANO	5					5
10	CERCANÍA Y TRATO PERSONAL		1	2			3
11	ESPECIALIZACIÓN						0
12	ELABORACIÓN DE PRODUCTO A VISTA DEL PÚBLICO Y COMPLICIDAD						0
13	PRODUCTO A MEDIDA, A LA CARTA			1			1
14	MERCADO ABIERTO	1					1
15	HACER CÁTEDRA DEL HELADO, ESTUDIOS SUPERIORES DEL HELADO	4					4
16							

1. Heladeros y horchateros de Alicante  
 2.- Asociación Horchateros de Vlc  
 3.- Anhcea

**MESA: AGROALIMENTARIO I****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	FALTA PERSONAL PROFESIONAL Y CONTINUIDAD LABORAL		4	5	9
2	ESTACIONALIDAD				0
3	FALTA DE PROMOCIÓN Y MARKETING		5		5
4	DÉBIL PODER DE NEGOCIACIÓN PROVEEDORES				0
5	LARGAS JORNADAS DE TRABAJO	3		4	7
6	ATOMIZACIÓN DEL SECTOR (GREMIOS) Y TAMAÑO EMPRESA, INDV	5	1	2	8
7	FORMACIÓN: PROFESIONAL Y DIRECTIVO	2		3	5
8	CONTINUIDAD GENERACIONAL, NNII, ECONÓMICAS Y MENTALES		3		3
9	BAJA PRODUCTIVIDAD				0
10	RETRASO TECNOLÓGICO	1		1	2
11	REFORMA LOCALES ANTIGUOS EN ALQUILER				0
12	UBICACIÓN	4			4
13	ESCASEZ DE RECURSOS ECONÓMICOS				0
14	IMAGEN LOCAL ARTESANO				0
15	FALTA MENTALIDAD EMPRESARIAL		2		2

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea

**MESA: AGROALIMENTARIO I****DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	EXPERIENCIA PROFESIONAL Y PROD.	5		2	7
2	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO, TRADICIÓN	1	5	1	7
3	ATENCIÓN DIRECTA AL CLIENTE, VENTA A LA CARTA	2		4	6
4	PRODUCTO DE CALIDAD, DIFERENCIADO Y ALTO V.A.		4	5	9
5	EMPRESA FAMILIAR Y ESTACIONAL		1		1
6	FLEXIBILIDAD DE LA EMPRESA, CAPACIDAD DE RESPUESTA		3		3
7	PROXIMIDAD GEOGRÁFICA/FÍSICA AL CONSUMIDOR				0
8	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	4	2		6
9	GAMA EXTENSA DE SABORES	3		3	6

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea



**CAME AGROALIMENTARIO I**

**CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN						
Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	NORMAS Y CONTROL DEL USO ARTESANIA: PROD. ESTABL., PUBLICIDAD, ETC.	5	5	5	5	4
2	VENTANILLA DE COORDINACIÓN ÚNICA DE ARTESANOS CON LAS ADMON'S		4	1	3	3
3	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE FORMA COMPARTIDA, PILOTOS PARA MINORÍAS	1	1	2		1
4	PROMOCIONES DE CARACTERIZACIÓN/ESTUDIOS/EDUCACIÓN DE PRODUCTO	4	2	3	2	
5	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO -MARCA CV	3	3	4	4	5
6	CREACIÓN "CONSEJO RECTOR/CONTROLADOR ARTESANO"					
7	FORMACIÓN DE ARTESANOS NAUS, ÉTNICOS Y HELADOS FUNCIONALES					2
8	APROVECHAR RESULTADOS LIBRO BLANCO DE HELADOS					
9	UNIDAD DE COMUNICACIÓN CON DIETISTAS	2				
10	TIENDAS/LINEALES/CÓRNERES ARTESANAS EN GRANDES CENTROS -AYUDAS				1	

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea
- 4.- TDC cv
- 5.- Horchateros de alboraya

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN							
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
1	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS ARTESANAS	5	1	5		5	16
2	DESARROLLO DE PROGRAMAS FORMATIVOS CON TITULACIONES OFIC.	4	4	4	3	2	17
3	ORGANISMO DE CONTROL DEL USO DEL TÍTULO	3		3			6
4	COLABORACIÓN CON HOSTELERÍA DE PROD.ARTES. NORMALIZADOS		3		4	1	8
5	COLABORACIÓN ENTRE GREMIOS, P.E. CAT., PROMOC, FERIAS, FORM		5		5		10
6	ENVASADOS Y NUEVOS FORMATOS DE PRESENTACIÓN, DIFERENCIAR		2	2		3	7
7	PORTAL POR GREMIO, IMAGEN ARTESANAL DE CALIDAD	2		1	1		4
8	POTENCIAR OTROS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	1			2	4	7

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea
- 4.- TDC cv
- 5.- Horchateros de alboraya

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN							
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
1	MISIONES DE FEDERACIONES, GREMIOS, ETC.				5	3	8
2	REGULAR CONDICIONES PARA LA APERTURA DE OBRADOR	5	2	5			12
3	ESCUELA DE ARTESANO - P.E.MÁSTER UNIVERSIDAD	4		1	3	4	12
4	ACUERDO MARCO LABORAL ESPECÍFICO DE ARTESANOS	3	5		1	2	11
5	BOLSA DE TRABAJO PARA MOMENTOS PUNTA -ESTUDIANTES	2	1	2	2		7
6	POTENCIAR ASOCIACIONISMO		4	3		5	12
7	POTENCIAR CENTROS DE COMPRA	1	3	4	4	1	13

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea
- 4.- TDC cv
- 5.- Horchateros de alboraya



**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS****ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
1	CAMPANA DE PUBLICIDAD Y MARKETING		5	2	5	3	15
2	FIRMA DE ARTESANO EN EL PRODUCTO, P.E. BANQUETES	3	4	1	3		11
3	FORMACIÓN CONTINUA		3	5		4	12
4	TÍTULO MAESTRO ARTESANO	4					4
5	CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL PRODUCTO, PROD. Y CLIENTE			4	4	1	9
6	WEB INSTITUCIONAL CON ENCUESTAS, RESPUESTAS A DUDAS "ARTESANO RESPONDE"	5		3	1	2	11
7	ESTUDIOS DE CLIENTE, MERCADOS, OBSERVATORIO	2	2			5	9
8	SERVICIO A DOMICILIO						0
9	OTRAS APLICACIONES NUTRICIONALES	1	1		2		4

1. Heladeros y horchateros de Alicante
- 2.- Asociación Horchateros de Vlc
- 3.- Anhcea
- 4.- TDC cv
- 5.- Horchateros de alboraya

**AGROALIMENTARIO II****DAFO AGROALIMENTARIO II****MESA: AGROALIMENTARIO II****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	IMPORTACIÓN DE MIELES (AR. CHINA. GRECIA, ...), SIN CONTROL	2		2
2	USO ARTESANIA. DECA NO REGULADO. INTRUSISMO	5	4	9
3	ADS -Asc. Defensa Sanitaria- REGULACIONES, COMPETENCIAS, ETC.		1	1
4	PESTICIDAS, ANTIBIÓTICOS			0
5	DECRETO POLINIZACIÓN CV (MIEL)			0
7	CLIMATOLOGÍA, SEQUÍA	4		4
8	NUEVAS ENFERMEDADES, TRATAMIENTOS			0
9	ADAPTACIÓN REQUISITOS SANITARIOS SECTOR ARTESANAL	1	5	6
10	DESEQUILIBRIO PRODUCTORES Y ELABORADORES -QUESEROS.		2	2
11	DESINFORMACIÓN/MALA INFORMACIÓN CONSUMIDOR	3	3	6
12	FALTA ILUSIÓN JUVENTUD TRABAJAR SECTOR. FALTA MdO			0

1. MIEL

2. QUESO

**MESA: AGROALIMENTARIO II****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	COORDINACIÓN ADMON'S. SUBVENCIONES ARTESANIA	2		2
2	VALOR ANADIDO PRODUCTO ARTESANO. CALIDAD	5	4	9
3	PROMOCIÓN: FERIAS, CONGRESOS, EVENTOS VARIOS DE LA ADMON	4		4
4	EXISTENCIA DE NUEVOS PRODUCTOS -P.E. KEFIR	3	1	4
5	CAMBIO DEL CONSUMIDOR HACIA PRODUCTOS ARTESANOS DE CALIDAD			0
6	NUEVOS HÁBITOS.		5	5
7	MAYOR PODER ADQUISITIVO			0
8	ZONAS DE INTERÉS ARTESANAL		2	2
9	INTERÉS TURÍSTICO ZONAS RURALES	1	3	4

1. MIEL

2. QUESO

**MESA: AGROALIMENTARIO II****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	FALTA DE FORMACIÓN PRODUCCIÓN/VENTAS	5		5
2	DIMENSIÓN DE LA EMPRESA PEQUEÑA			0
3	TRANSPORTISTAS DEFICIENTES PRO. TERMINADO	1		1
4	LOGÍSTICA DEFICIENTE POR UBICACIÓN GEOGRÁF.		3	3
5	CARENCIA DE I+D		1	1
6	FALTA DE FLEXIBILIDAD FRENTE A NUEVOS PRODUCTOS		5	5
7	FALTA DE MARKETING, PROMOCIONES, ETC.	3	4	7
8	ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO			0
9	CATAS/DEGUSTACIONES ORGANOLÉPTICA PROMOCIONALES	4		4
10	FALTA DE IMPLICACIÓN EN LA REALIDAD SOCIAL DE LA ZONA	2	2	4

1. MIEL

2. QUESO



**MESA: AGROALIMENTARIO II**

**DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	DESARROLLO SOSTENIBLE	5	3	8
2	DIMENSIONES REDUCIDAS		2	2
3	CALIDAD DE PRODUCTO	4		4
4	BUEN HACER. TÉCNICAS CONTRASTADAS	3		3
5	RELACIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE. FEEDBACK	2	4	6
6	BOCA A BOCA			0
7	BUENA IMAGEN ACTUAL		5	5
8	AMPLIO POTENCIAL DE MERCADO		1	1
9	FAMA MUNDIAL DE LA MIEL ESPAÑOLA	1		1

1.MIEL

2.QUESO



## CAME AGROALIMENTARIO II

### CAME: AFRONTAR AMENAZAS

#### ACCIÓN

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	NORMATIVA Y VIGILANCIA REGULACION ARTESANO	3	2	5
2	NUEVO DECA VINCULADO A TERRITORIO		3	3
3	CAMPANAS PROMOCIONALES: INFORMACIÓN NUTRICIONAL, SECT	2		2
3	USO ETIQUETA ARTESANA, ...			0
4	ADAPTACIÓN NORMATIVA SANITARIA AL ARTESANO. REG VLC	1	1	2
5	AYUDAS PARA LA SEQUÍA			0
6	POTENCIAR LA UNION ENTRE GANADEROS Y ELABORADORES			0

- 1.MIEL  
2.QUESO

### CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES

#### ACCIÓN

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	PROMOCIONAR LA CALIDAD DE PRODUCTOS: CAMPANAS, CATAS,	3	3	6
1	DEGUTACIONES PÚBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERÍA, FERIAS			0
2	CREACIÓN FERIA DE ARTESANÍA, DESDE CONSELLERIA		1	1
3	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS, INNOVACIÓN	1		1
4	UTILIZACIÓN DEL IVEX: INTERNACIONALIZACIÓN			0
5	RUTAS TURÍSTICAS ARTESANAS, ZONAS INTERÉS ARTESANAL, TALLER		2	2
5	FERIAS LOCALES,			0
6	TALLERES/TIENDA ARTESANALES, EXHIBICIONES, SIMULACIONES	2		2

- 1.MIEL  
2.QUESO

### CAME: CORREGIR DEBILIDADES

#### ACCIÓN

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	DESARROLLO DE FORMACIÓN	3		3
2	CAMPANAS PROMOCIONALES Y MOTIVACIÓN, SALUD	2	2	4
3	MEJORA DE RED VIARIA Y TRANSPORTE PÚBLICO			0
4	ACCESO A INTERNET ZONAS RURALES			0
5	RUTAS TURÍSTICAS Y ZONAS INTERÉS ARTESANAL, SENALIZAC	1	3	4
6	COLABORACIÓN CON HOSTELERÍA		1	1

- 1.MIEL  
2.QUESO



**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

<b>ACCIÓN</b>				
<b>Nº</b>	<b>ITEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>TOTAL</b>
1	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO	5		5
2	MANTENER Y DIMENSIONAR PRODUCCIONES, DES. SOSTENIBLE		2	2
3	DENOMINACIÓN ORIGEN, TERRITORIO/ZONA ARTESANAL	4	5	9
4	CONCURSO DE PRODUCTOS		3	3
5	INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS LÍNEAS			0
6	DELEITAR AL CLIENTE, EXPLICAR, GARANTÍAS	1	4	5
7	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..			0
8	CATAS Y TALLERES	3	1	4
9	FERIAS, INTERNAC., CONGRESOS	2		2

1.MIEL

2.QUESO



## AGROALIMENTARIO III

### DAFO AGROALIMENTARIO III

#### MESA: AGROALIMENTARIO III

##### DAFO: AMENAZAS

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	NUEVOS HABITOS ALIMENTICIOS -LIGHT, NUEVAS COCINAS	5	5			2		4	4		3	23
2	FALTA RELEVO GENERACIONAL EN EL SECTOR, EN TODO ORDEN	2	3	2	2							9
3	FALTA AYUDA ADMON, PROMOCIONES, ETC						4					4
4	FALTA APOYO/AYUDA ADMON			5	5				2			12
5	COMPETENCIA DE LA INDUSTRIA: PRECIOS Y SERVICIOS	3	2	4		5	5		5	4		28
6	NO SE CUMPLE LA REGLAMENTACIÓN, PUBLICIDAD ENGANOSA, D250, D228, D205	4	4	1	4		3	5		5		26
7	FRANQUICIAS											0
8	COMPETENCIA DESLEAL (MERCADILLOS, AUTORIDADES)				1			3				4
9	GASTOS DE ENERGÍA					4				2	5	11
10	SECTOR DESAGREGADO: MUCHAS VOCES, ETC.					1			3			4
11	PRODUCTOS SUSTITUTIVOS: COLINES, BISCOTES, PAST, ETC...		1	3								4
12	DESCONOCIMIENTO DEL MUNDO ARTESANAL, REC PROFESIONAL					3	1					4
13	DISCRIMINACIÓN CON CAFETERÍAS LEY DEL TABACO				3							3
14	FALTA FORMACIÓN REGLADA						2	2	1	3	4	12
15	REGULACIÓN DE HORARIOS	1						1		1		3
16	DESESPERANZA DESPUÉS DE 40 AÑOS, MÁS DE LO MISMO											0
17	IMPUESTOS, COMPARACIÓN CON LOS INDUSTRIALES										1	1
18	MEDIDA ANTITRUST										2	2

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC

#### MESA: AGROALIMENTARIO III

##### DAFO: OPORTUNIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	ADECUAR PRODUCTOS A NUEVOS HABITOS	5	5	1			4	2	1			18
2	PROFESIONALIDAD EXISTENTE	1			2	5				1		9
3	NUEVOS MERCADOS/PRODUCTOS					1						1
4	MODA DIETA MEDITERRANEA	3	1		1		1	1				7
5	DISTINTIVO DE CALIDAD ARTESANA. DCA	4	4	2	3		3	4				20
6	NUEVOS ESTILOS DE VENTA (CAFET.)		2		4							6
7	CUMPLIR REGLAMENTACION				5	3	5	5		5		23
8	PRODUC LOCALES, DENOMINACIÓN ORIGEN...					2		3	5		1	11
9	UBICACIÓN EN SITIOS DE CONSUMO (SUPERMERCADO)	2							2			4
10	ESPECIALIZACIÓN			4					4		2	10
11	SE VEN POCAS OPORTUNIDADES									4		4
12	TRATO PERSONAL CON EL CLIENTE							3	3			6
13	NUEVAS TECNOLOGÍAS -ENVASADOS, PRESENTACIONES		3	5		4	2				3	17
14	NUEVOS PRODUCTOS NO EXISTENTES			3								5
15	NUEVOS DISEÑOS									2	4	6

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC



## MESA: AGROALIMENTARIO III

## DAFO: DEBILIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	FALTA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO, MARK	4	4		5	4	5	2	4		4	32
2	FORMACIÓN GERENCIAL Y PROFESIONALES -PRD, VENTA	3	5		2		3	5	3	5	5	31
3	COSTES LABORALES ELEVADOS -ANTIGÜEDAD, DESPIDO			4	1	3					1	9
4	NO EXISTE CONVENIO LABORAL ARTESANO					5						5
5	CARENCIA DE AYUDAS			2		2	4		2			10
6	FALTA DE Mdo CUALIFICADO	2	2	3		1	2	4		4		18
7	BAJA AUTOESTIMA				4			1	5			10
8	FALTA CAPITAL (INVERSIONES TECNOLOGÍA, I+D+i,	5	3	1			1	3		3	3	19
9	FALTA POLÍTICA PRECIOS Y COSTES											0
10	TAMANO DE EMPRESA, EMPRESA FAMILIAR,	1	1		3					1		6
11	PRECIO DEL LOCAL ELEVADO			5					1			6
12	FALTA CENTRAL DE COMPRAS									2	2	4
13	RUIDOS Y LEGISLACIÓN, M.AMBIENTE, ETC.											0
14	NO SE DAN LICENCIAS DE ACTIVIDAD DENTRO CASO URB.											0

- 1 FEDACOVA  
 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC  
 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV  
 4 PASTELERÍA ARTESANA CS  
 5 COEVAL  
 6 APANCAS  
 7 FEGREPPA  
 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE  
 9 CONFEDERACIÓN CV  
 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC

## MESA: AGROALIMENTARIO III

## DAFO: FORTALEZAS

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	COMODIDAD CLIENTE: PROXIMIDAD, VENTA PERSONALIZADA	3	4	5			5	2	1	2	4	26
2	ESPECIALIZACIÓN: CALIDAD, SERVICIO Y VARIEDAD	5	5	4			5	3	5	5	4	41
3	GARANTÍA SANITARIA	2	2	2			4			1		11
4	VENTA CARTA	4		3			4		4			15
5	EMPRESA FAMILIAR		3			1	1	4		3	1	13
6	FLEXIBILIDAD, CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN, CMAB, NEGOCIO					3		1	2		3	9
7	PRESTIGIO, DISTINCIÓN Y RECONOCIMIENTO	1	1	1		2	2	3	3	5	2	20

- 1 FEDACOVA  
 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC  
 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV  
 4 PASTELERÍA ARTESANA CS  
 5 COEVAL  
 6 APANCAS  
 7 FEGREPPA  
 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE  
 9 CONFEDERACIÓN CV  
 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC



**CAME AGROALIMENTARIO III**

**CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN												
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS, REDUCCIÓN DE COSTES	1	3									4
2	AMPLIAR GAMA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	5	5						2			12
3	DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD Y SERVICIO	2						3	5	3		13
4	DESARROLLO NORMATIVO: USO ARTES., ETIQUETAS Y PTO VENTA NORMA GRAL DE PUBLICIDAD. VIGILANCIA E IMPLICACIÓN Y COORDINACIÓN ENTRE ADMON	4	1					5		5		15
5	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS, HÁBITOS, SALUD Y CONSUMOS	3	2					1		1		7
6	CREACIÓN DE UNAS ESCUELAS ARTESANAS Y MÓDULOS FP								1			1
7	CONCIENCIAR NECESIDAD DE FORMACIÓN							2	4	2		8
8	TÍTULO RECONOCIDO PARA PODER EJERCER EL OFICIO		4					4	3	4		15

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN												
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	ELABORACIÓN Y DIVULGACION NORMATIVA, ENTENDIBLE	3	1									4
2	IMPLICACIÓN ADMON CUMPLIMIENTO NORMATIVA	4	3					5		5		17
3	DESARROLLO PROD.ECOLÓGICO Y DIETÉTICOS											0
4	REFORZAR EL VALOR DE LA ETIQUETA ARTESANA								1			1
5	ADECUARSE AL PERFIL CLIENTE ZONA	5	5					1		1		12
6	INSTITUTO DE LA ARTESANÍA	2	4									6
7	FOMENTAR RELEVO GENERACIONAL		2					3	4	3		12
8	FACILITAR TRASLADO ARTESANOS A NUEVAS ZONAS	1						4		4		9
9	MEJORAR COMUNICACIÓN CON UNIVERSIDAD E INST./INVEST											0
10	PROMOCIÓN E IMAGEN DE LA ARTESANÍA							2	5	2		9
11	AGILIZAR RESPUESTA A NUEVAS DEMANDAS								3			3
12	IGUALDAD DE HUMOS -TABACO								2			2

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN												
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	"CULTURA DEL BOCADILLO": PUBLICIDAD POSITIVA	4	4					5	5	5		23
2	INTERPROFESIONAL A NIVEL CV, TASAS PARA PUBLICIDAD	5	5									10
3	INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA Y ESTABLECIMIENTOS	2	2						4			8
4	CONVENIOS SERVEF PRÁCTICAS							4		4		8
5	GENERAR CULTURA DE EMPRESA	3	3					2	2	2		12
6	EXIGENCIA DEL TÍTULO PARA EJERCER LA PROFESIÓN	1	1					3	1	3		9
7	DETECTAR NECESIDADES DE FORMACIÓN							1	3	1		5
8	EVITAR FUGA DE CEREBROS											0
9	SUMINISTRAR A CENTROS DE PRESTIGIO											0

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC





## CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS

## ACCIÓN

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	PROMOVER Y FOMENTAR NUEVOS SERVICIOS -NNTT		3						1			4
2	INTERDULCE											0
3	FORMACIÓN ESPECIALIZADA	1	2					5	5	5		18
4	AUTOESTIMA PROFESIONAL, FOMENTAR							4		4		8
5	FOMENTAR PRODUCTOS EXCLUSIVOS	4	4					3	4	3		18
6	LO PEQUEÑO ES HERMOSO		5					2		2		9
7	GENERAR OPINIÓN EN BASE CIENTÍFICA, PAN NO ENGORDA	5							3			8
8	CALIDAD SERVICIO EN EL COMERCIO	2						1		1		4
9	NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	3	1						2			6

- 1 FEDACOVA
- 2 GREMIO PANADEROS Y PASTEL DE VLC
- 3 MAESTROS CONFITEROS VLC Y PROV
- 4 PASTELERÍA ARTESANA CS
- 5 COEVAL
- 6 APANCAS
- 7 FEGREPPA
- 8 GREMIO PASTELEROS ALICANTE
- 9 CONFEDERACIÓN CV
- 10 ASOC.PROVINCIAL PANA Y PAS ALIC

**AGROALIMENTARIO IV****DAFO AGROALIMENTARIO IV****MESA: AGROALIMENTARIO IV****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	HORARIOS COMERCIALES FRENTE A GRANDES SUPERFICIES	3		4	3	10
2	NUEVA REGLAMENTACIÓN TÉCNICO SANITARIA F. GR SUPER -ESP. RD 7/11/03	4		5		9
3	EXCESIVA OFERTA Y POCO REGULADA. COMPETENCIA CRECIENTE	1	3		1	5
4	FALTA DE PROFESIONALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS		2	3	4	9
5	GRANDES SUPERFICIES: CAMPAÑAS, ETC		5			5
6	EL CONSUMIDOR PIENSA QUE EL CARNICERO ARTESANO ES CARO					0
7	IMPUESTOS, CADA VEZ MÁS			2		2
8	INTRUSISMO NO ARTESANO			1	2	3
9	FALTA Mdo CUALIFICADA	2	1			3
10	NUEVOS HABITOS DE VIDA. CONSUMO: TIEMPO, PRISAS	5	4		5	14
11	FALTA APOYO ADMOS'S					0
12	VISION ERRÓNEA DEL CONSUMIDOR RESPECTO AL SERVICIO Y TIEMPO					0
13	ALQUILERES ANTIGUOS DESPARECEN EN 2014					0

- 1 GREMIO VALENCIA  
 2 GREMIO CASTELLÓN  
 3 GREMIO ALICANTE  
 4 FEDERACIÓN DE LA CV (CARVAL)

**MESA: AGROALIMENTARIO IV****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	NUEVOS HABITOS CONSUMIDOR	1				1
2	OFERTA ESPECIALIZADA DE PRODUCTO	2	4	5	1	12
3	NUEVAS TECNOLOGIA DE COMUNICACION	3	2	3	4	12
4	NUEVOS MERCADOS: HOSTELERIA, TURISMO, NUEVOS COLECTIVOS	5				5
5	CENTRALES DE COMPRA	4		1		5
6	MERCADO DE HOSTELERIA		5	4		9
7	NUEVOS PRODUCTOS: GAMMA MÁS AMPLIA, PRE.COCINADOS				5	5
8	IMAGEN DE MARCA: ARTESANA		1	2	2	5
9	SERVICIO AL CLIENTE, DOMICILIO		3		3	6

- 1 GREMIO VALENCIA  
 2 GREMIO CASTELLÓN  
 3 GREMIO ALICANTE  
 4 FEDERACIÓN DE LA CV



## MESA: AGROALIMENTARIO IV

## DAFO: DEBILIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	FALTA DE TECNOLOGIA INFORMATICA	3	1			4
2	FALTA OFICIO: ELABORACIÓN Y VENTA			5		5
3	PÉRDIDA DE COMUNICACIÓN CON ADMON -MERCADO MPAL			3		3
4	GESTIÓN DE TIEMPO DE PROFESIONAL	5	2	1	4	12
5	ALTOS PRECIOS MATADEROS EN CS					0
6	PEQUEÑA EMPRESA: ESTRUCTURA PERSONAL ESCASA		5		5	10
7	RECURSOS FINANCIEROS ESCASOS	4				4
8	CAPTACIÓN NUEVOS CLIENTES		4		3	7
9	FALTA ESTRATEGIA EMPRESARIAL	1				1
10	FALTA ADAPTACIÓN LEGISLACIÓN SANITARIA, PRL, ETC.			4	2	6
11	CUESTA LOGRAR SUBVENCIONES			2		2
12	BAJOS MÁRGENES COMERCIALES		3			3
13	BAJO PODER DE NEGOCIACIÓN FRENTE PROVEEDORES	2			1	3

- 1 GREMIO VALENCIA  
2 GREMIO CASTELLÓN  
3 GREMIO ALICANTE  
4 FEDERACIÓN DE LA CV

## MESA: AGROALIMENTARIO IV

## DAFO: FORTALEZAS

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	SATISFACCIÓN NECESIDADES DEL CONSUMIDOR -DETALL	5		4	3	12
2	ENAMORADO/ORGULLOSO OFICIO		3	3		6
3	ABSENTISMO BAJO			5		5
4	TRATO DIRECTO Y PERSONALIZADO	2	5			7
5	OFICIO Y PROFESIONALIDAD Y TRADICIÓN, GENERACIÓN	4			5	9
6	PRODUCTO DE CALIDAD Y VARIEDAD		2			2
7	CACHÉ/CATEGORÍA					0
8	CAPACIDAD, OPERATIVIDAD Y FLEXIBILIDAD	3	1	1	4	9
9	BUENA BASE DE PROVEEDORES			2	2	4
10	CONOCIMIENTO DIRECTO DEL CLIENTE		4			4
11	RELACION CALIDAD/PRECIO	1			1	2

- 1 GREMIO VALENCIA  
2 GREMIO CASTELLÓN  
3 GREMIO ALICANTE  
4 FEDERACIÓN DE LA CV

**CAME AGROALIMENTARIO IV****CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN						
Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	ADAPTAR HORARIOS A CLIENTES	4	1	3		8
2	RECEPCIÓN TELEFÓNICA -INTERNET- DE PEDIDOS	3				3
3	REPARTO A DOMICILIO	2	2			4
4	APAPTACIÓN ARTESANAL DE LA REGLAMENTACIÓN TÉCNICO SANITARIO		5	5		10
4	DISCRIMINACIÓN POSITIVA ARTESANAL. ART.130.1; VENTAS A CONSUMID. FINAL					0
5	DESARROLLO DE FORMACIÓN, REGLADA		4	1		5
6	POTENCIAR USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS. INNOVAC -INTERNET, ETC..	5	3	4		12
7	UNIÓN GREMIAL. POTENCIAR ASOCIACIONISMO	1		2		3

- 1 GREMIO VALENCIA  
 2 GREMIO CASTELLÓN  
 3 GREMIO ALICANTE  
 4 FEDERACIÓN DE LA CV (CARVAL)

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN						
Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	FORMACIÓN CONTINUA Y RECICLAJE	5		2		7
2	FACILITAR INFORMACIÓN PRODUCTOS -PUBL; ETIQUETAJE, RECETAS		5	3		8
3	SERVICIO A CLIENTE: ASESORES CULINARIOS; ABRIR OBRADORES	4	3	5		12
4	MARCA DE CALIDAD DEL GREMIO	3		1		4
5	CLIENTE FANTASMA/MISTERIOSO	1				1
6	POTENCIAR SERVICIO A DOMICILIO		2	4		6
7	IMAGEN CORPORATIVA	2	1			3
8	INTERNET Y PÁGINA WEB		4			4
9	DELEGAR EN EMPLEADOS					0
10	ADAPTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS A LAS OPERACIONES					0

- 1 GREMIO VALENCIA  
 2 GREMIO CASTELLÓN  
 3 GREMIO ALICANTE  
 4 FEDERACIÓN DE LA CV

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN						
Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	DELEGAR, REDUCIR HORARIO					
2	ESPECIALIZACIÓN, REDUCCIÓN DE REFERENCIAS	1	1			2
3	PROMOCIONAR LA ENSEÑANZA Y FORMACIÓN	3	2	3		8
4	PROMOCIÓN, PUBLICIDAD ARTESANAL, CALIDAD	2	3	2		7
4	RECETAS, PROMOCIONES CULINARIAS, SANIDAD, RESTAURAC					0
5	INMIGRANTES, CONOCER CULTURA, NUEVO MERCADO			1		1

- 1 GREMIO VALENCIA  
 2 GREMIO CASTELLÓN  
 3 GREMIO ALICANTE  
 4 FEDERACIÓN DE LA CV



**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	ESCUELAS DE ARTESANOS, PROMOCIÓN COLEGIOS	5	4	4		13
2	CATEGORÍA SOCIAL AL CARNICERO, PROMOCIÓN, Q SERV	4	1	5		10
3	LOBBY CHARCUTEROS ARTESANOS		3	3		6
4	POTENCIAR INFLUENCIA EN CLIENTES, CONFIANZA	2				2
5	DCA ARTESANO	3	5	2		10
6	COLABORACIÓN CON RESTAURADORES		2			2
7	PROMOCIÓN ARTESANAL	1		1		2

- 1 GREMIO VALENCIA
- 2 GREMIO CASTELLÓN
- 3 GREMIO ALICANTE
- 4 FEDERACIÓN DE LA CV



## CERÁMICA Y VIDRIO

### DAFO CERÁMICA Y VIDRIO

#### MESA: CERÁMICA Y VIDRIO

##### DAFO: AMENAZAS

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	COMPETENCIA ASIÁTICA	3	1	5	9
2	PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	2		2	4
3	OTRAS REGIONES -ANDALUCÍA Y TALAVERA			1	1
4	ESCASA DIFUSIÓN DEL PRODUCTO	1		3	4
5	COSTE DE ENERGÍA		5		5
6	COMPLICACIÓN CRECIENTE GESTIÓN EMPRESARIAL				0
7	FALTA MOTIVACIÓN NUEVAS GENERACIONES				0
8	COSTE DE MdO		3		3
9	CAMBIO HABITOS/GUSTOS CONSUMIDOR (NACIONAL)	5		4	9
10	PRODUCTOS DESAPARECIDOS DE PUNTOS DE VENTA	4			4
11	ESCASEZ DE PROFESIONALES.				0
12	ESCASO PODER DE NEGOCIACIÓN DE RECUPERADORES		4		4
13	KIOTO		2		2

1. MAN. VIDRIO  
2. AVIVAL  
3. CERÁMICA

#### MESA: CERÁMICA Y VIDRIO

##### DAFO: OPORTUNIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	CV, ZONA DE GRAN ATRACTIVO TURÍSTICO				0
2	INTERNACIONALIZACIÓN PRODUCTO	5	1	1	7
3	NUEVAS UTILIDADES DEL PRODUCTO		2		2
4	DISEÑO INNOVADOR	4	4	2	10
5	MARCA COLECTIVA "CERÁMICA DE MANISES"			5	5
6	SERVICIO Y ATENCIÓN CLIENTE. INFORMACIÓN COMERCIANTE				0
7	CAMPAÑAS PROMOCIONALES DE MARKETING			4	4
8	ETIQUETA ORIGEN PRODUCTO ORIGEN VIDRIO, RECICLADO	1	5		11
9	APLICACIÓN ART.130.1 CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	3		3	6
10	APROVECHAR NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFO PARA PROMOCIÓN	2	3		5

1. MAN. VIDRIO  
2. AVIVAL  
3. CERÁMICA

**MESA: CERÁMICA Y VIDRIO****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	ESTRUCTURA DE COSTES ELEVADA	2		5	7
2	CADA EMPRESA HACE GUERRA POR SU CUENTA		2		2
3	ESCASEZ REDES DISTRIBUCIÓN	3		4	7
4	NO IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO CON EL ORIGEN				0
5	FALTA DE NUEVOS DISEÑOS				0
6	DESCONOCIMIENTO DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO			3	3
7	INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN OBSOLETAS				0
8	ABANDONO DE TÉCNICAS DE ALTO VALOR AÑADIDO				0
9	FALTA DE PERSONAL CUALIFICADO. ENVEJECIMIENTO		4	2	6
10	ESCASA FORMACIÓN EMPRESARIAL				0
11	ESCASEZ DE RECURSOS PROPIOS				0
12	DIFICULTADES PERTENENCIA ASOCIACIÓN			1	1
13	TAMAÑO REDUCIDO EMPRESA. PERSONALIZACIÓN AL DUEÑO	5			5
14	DEPENDENCIA DE LA ENERGÍA		5		5
15	I+D+i, TECNOLOGÍA	4	1		5
16	DIFICULTAD CRÉDITOS BANCARIOS	1	3		4
17	REQUERIMIENTOS LEGALES DE LA ADMON				0

1. MAN. VIDRIO  
2. AVIVAL  
3. CERÁMICA

**MESA: CERÁMICA Y VIDRIO****DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	PRODUCTO DE BUENA CALIDAD	5		5	10
2	BUEN HACER Y TRADICIÓN	2	4	1	7
3	FLEXIBILIDAD DE VARIACIONES PRODUCTO A LA DEMANDA	1	3	4	8
4	INNOVACIÓN Y DISEÑO DE FORMAS Y DECORADOS		5	3	8
5	USO: FUNCIONAL Y DECORATIVO				0
6	GAMA EXTENSA DE PRODUCTOS Y ESTILOS	3	2	2	7
7	FLEXIBILIDAD DE LA ESTRUCTURA	4			4
8	MdO EXPERIMENTADA Y ÚNICA, ARTESANA				0
9	MMPP ÚNICA		1		1

1. MAN. VIDRIO  
2. AVIVAL  
3. CERÁMICA



**CAME CERÁMICA Y VIDRIO**

**CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2
1	REGULACIÓN, VIGILANCIA Y ACTUACIÓN PROD. EXTRANJEROS Y EMP.COMERCIALES	1	1
2	PROMOCIÓN PROD.AUTÓCTONOS, ARTESANOS -NACIONAL Y EXTRANJERO	3	3
3	IDENTIFICAR NUEVAS NECESIDADES, CANALES, TENDENCIAS	2	2

1.CERÁMICA  
2.MAN.VIDRIO

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	APLICACION REAL ART.130 -VENTAJAS AL SECTOR POR ADMON	4	1	5
2	APOYO LANZAMIENTO DE MARCA -MANISES Y OLLERÍA.	5	5	10
3	REVISIÓN CRITERIOS DE USO ETIQUETA ARTESANÍA CV.	1	2	3
4	TRABAJOS EXCLUSIVOS EN BASE AL DISEÑO Y TIRADAS CORTAS (CER.AUTOR)			0
5	POTENCIAR EL SERVICIO DEL IVEX PARA EL SECTOR ARTESANO	3		3
6	CREAR CONSORCIOS POR SECTOR PARA INTERNACIONALIZAR		4	4
7	ESTUDIOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR -VIABILIDAD	2	3	5

1.CERÁMICA  
2.MAN.VIDRIO

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	UNIDADES PRODUCTIVAS ENTRE EMPRESAS		5	5
2	POTENCIAR ASOCIACIONISMO	4		4
3	ADAPTAR VIDRIO Y CERÁMICA A OTROS CLIENTES/SECTORES P.E. CONSTR, ETC		2	2
4	DESARROLLO Y EJECUCIÓN PROGRAMAS FORMATIVOS	5		5
5	BUSQUEDA Y DESARROLLO NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	2	4	6
6	TIENDAS ARTESANAS -MÓVILES Y/O FIJAS			0
7	RUTAS TURÍSTICAS ARTESANAS		1	1
8	EXPOSICIÓN Y VENTA DE ARTESANÍA EN EL CENTRO DE ARTE.	1		1
9	I+D CERÁMICA, P.E. TÉCNICA, USOS, NUEVAS APLICACIONES	3	3	6

1.CERÁMICA  
2.MAN. VIDRIO

**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	PROGRAMAS FORMATIVOS QUE MANTENGAN EL OFICIO	4	2	6
2	DESARROLLO DE NUEVOS DISEÑOS DE PRODUCTOS	2	4	6
3	SISTEMAS DE CALIDAD	1	5	6
4	MANTENER Y APOYAR ACTIVIDADES DE ASOCIACIÓN	5	1	6
5	MANTENER PATRIMONIO CULTURAL	3	3	6
6	LA FANGA (R			

1.CERÁMICA  
2.MAN. VIDRIO



**INSTRUMENTOS MUSICALES****DAFO INSTRUMENTOS MUSICALES****MESA: INSTRUMENTOS MUSICALES****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	COMPETENCIA DESLEAL (IMPORT. MADE IN SPAIN)	5	5	10
1	NO EXISTE LEGISLACIÓN SOBRE MADE IN ...			0
3	PÉRDIDA DE PROFESIONALES -JUBILACIONES. REL GENER	3	4	7
4	IMPORTADORES/FABRICANTE DE CHINA INDIA		1	1
5	FALTA CULTURA MUSICAL	1		1
6	TIPO DE CAMBIO		2	2
7	COSTE MARKETING CRECIENTE POR GLOBALIZACIÓN	4	3	7
8	NUEVAS TECNOLOGÍAS A IMPLANTAR: PROD. Y PROCESO	2		2
10	IMPORTACIÓN MADERA			0
11	BARNICES ESPECIALES -GOMA LACA- DESAPARECE PROFE.			0
7	PÉRDIDA IMAGEN GUITARRA ESPAÑOLA			0

1.GUI

2.INS

**MESA: INSTRUMENTOS MUSICALES****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	IMAGEN GUITARRA ESPAÑOLA (CONSTRUCCION, ...	5	5	10
2	NUEVOS MERCADOS (SEGMENTO ALTO)	3	4	7
3	HACER MARCA FUERTE, REFORZAR IMAGEN	4	3	7
4	CRISIS EMPRESAS DEL SECTOR	1		1
5	PROFESIONALIDAD EXISTENTE	2	2	4
6	RUTAS ARTESANAS-TURÍSTICAS		1	1

1.GUI

2.INS

**MESA: INSTRUMENTOS MUSICALES****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	EDAD MEDIA ALTA DE LA MdO -45, 50.			
2	COMPONENTE MdO >50% ELEVADO	5	5	10
3	CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL. DISTRIBUIDOR			0
4	NO SE CONTROLA EL PVP. USUARIO FINAL DESCONOCIDO		4	4
5	MARCAS BLANCAS AL ARTESANO PURO		2	2
6	VENTA DIRECTA			0
7	FORMACIÓN MANDOS INTERMEDIOS	2		2
8	TODAS LAS MMPP SON IMPORTADAS			0
9	ALTOS STOCKS DE MMPP -SECADO Y ENVEJECIMIENTO(>2.5 AÑOS)	3	3	6
10	TIEMPO CICLO DE FABRICACIÓN MUY ELEVADO(>2 MESES)	4		4
11	REGULACIONES M.AMBIENTE, Y C.INCENDIOS		1	1
12	INCREMENTO COSTE DE MdO	1		1

1.GUI

2.INS



**MESA: INSTRUMENTOS MUSICALES**

**DAFO: FORTALEZAS**

<b>Nº</b>	<b>ITEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>TOTAL</b>
1	FORMA DE PAGO. PREPAGO O CARTA DE CRÉDITO	2	5	7
2	EXPERIENCIA DE LA MdO	4	4	8
3	IMAGEN DE PRODUCTO	5	2	7
4	CONOCIMIENTO MERCADO MUNDIAL(2FERIAS)	1	1	2
5	FLEXIBILIDAD DE PRODUCTO ANTE EL CLIENTE	3	3	6
6	CONOCIMIENTO BBDD PROVEEDORES			0
7	RESPECTO AL DISTRIBUIDOR			0

1.GUI

2.INS

**CAME INSTRUMENTOS MUSICALES****CAME: AFRONTAR AMENAZAS****ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	REGULACIÓN: P.E. INDICAR PROCEDENCIA OBLIGATORIA, ...	5	5	10
2	APOYO A FORMACIÓN PRÁCTICA DE MANERA FLEXIBLE BASE COMÚN CON EBANISTERÍA, P.E.; ESCUELA	1	1	2
3	PORTAL DEL GREMIO			0
4	AYUDAS ASISTENCIA FERIAS Y RELACIONES CONSERVATORIOS	4	4	8
5	PROSPECCIÓN FERIAS Y NUEVOS MERCADOS		3	3
6	CONCURSO INTERNACIONAL DE GUITARRA CIUDAD VALENCIA	2		2
7	APOYO COMPRA MAQUINARIA, P.E. CONTROL NUMÉRICO	3	2	5
8	I+D+i NUEVOS PROCESOS			0

1.GUI

2.INS

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES****ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	PROMOCIONES DE LA GUITARRA ESPAÑOLA, IVEX	3	3	3
2	TIENDAS EN DUTY FREE AEROPUERTOS INST.MUSICALES ETIQUETAS ARTESANÍA CV; PUBLICIDAD EN REVISTA IBERIA	2	2	2
3	RUTAS ARTESANAS TURÍSTICAS	1	1	1
4	PROYECTO PUERTO			

1.GUI

2.INS

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES****ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	MEJORA DE PROCESOS: SUBCONTRATACIÓN, KAIZEN, MODULARIZACIÓN	2	2	2
2	SISTEMAS DE CALIDAD			
3	I+D+i DE ENVEJECIMIENTO DE MADERAS	1	1	1
4	DISCRIMINACIÓN POSITIVA PARA I+D+i ARTESANOS	3	3	3

1.GUI

2.INS



**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

**ACCIÓN**

<b>Nº</b>	<b>ITEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
1	GRUPOS DE MEJORA/CÍRCULOS DE CALIDAD	1	
2	UTILLAJES Y MÁQU. CONTROL NUMÉRICO		2
3	SEIS SIGMA Y CONTROL ESTADÍSTICO DE PROCESO		
4	REFORZAR MARCA ARTESANA Y PERSONAL	2	3
5	AUTOCERTIFICACIÓN DE PRODUCTO	3	2

1.GUI

2.INS

**FIESTAS TRADICIONALES****DAFO FIESTAS TRADICIONALES****MESA: FIESTAS****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	CRECIMIENTO DEL SECTOR INFERIOR A MEDIO -CONGELADO	5	5	5	15
2	EXCESIVA REGLAMENTACIÓN Y ENTES ADMON DISTINTOS -GASTOS	3	3		6
3	SIENDO ARTESANÍA EXCLUSIVA CV NINGUNA DIFERENCIACIÓN ADMON	4		4	8
4	INSTRUSISMO LABORAL -OTROS OFICIOS E INMIGRANTES				0
5	LOS INMIGRANTES NO SE INTEGRAN EN LA FIESTA				0
6	CAMBIO EN LOS GUSTOS DEL PERSONAL JOVEN. PÉRDIDA TRADICIÓN			1	1
7	TECNOLOGÍA ARMA DE DOBLE FILO (DIGITALIZACIÓN Y NNMM)			3	3
8	EXCESIVA COMPETENCIA.IMPORTACIÓN CHINA, INDIA, ETC.		4		4
9	NO EXISTE PERSONAL PREPARADO EN EL MERCADO, NO HAY ESCUELA	2	1	2	5
10	NO HAY MENTALIDAD DE OFICIO. RECONOCIMIENTO. FALTA ATRACTIVO		2		2
11	DESAPARECE FIGURA APRENDIZ ANTIGUO	1			1
12	MULTIMEDIA				0

1.F.VLC  
2.PIRO  
3.F.BU

**MESA: FIESTAS****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	EXPORTACION Y NUEVOS NICHOS -DECORACION, ETC..	5	5	5	15
2	PARQUES TEMÁTICOS				0
3	MULTIMEDIA			3	3
4	MECANIZAR Y SUBCONTRATAR PROCESOS		4		4
5	INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS				0
6	POTENCIAR IMAGEN DEL SECTOR -P.E. USO INTERNET	4	2	4	10
7	CONTROL DE CALIDAD -MARCADO CE, ARTESANO	1	1		2
8	AYUDAS DE LAS ADMON'S	3	3	1	7
9	COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS (ESPACIO, PERSONAL, ETC	2		2	4
10	VENTA CRUZADA				0

1.F.VLC  
2.PIRO  
3.F.BU



**MESA: FIESTAS**

**DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	FALTA LIQUIDEZ. NEGOCIACIÓN BANCOS				
2	TAMAÑO PEQUEÑO: ESTRUCTURA Y FORMACIÓN EMPRESARIAL	4	5		9
3	FALTA UNIDAD DE CRITERIO SOBRE PRESUPUESTOS	5	2	5	12
4	CARGAS FISCALES. AUTÓNOMOS	2	1	4	7
5	NO EXISTE PROMOCIONES NI MARKETING -COLECTIVO E INDIVIDUAL				0
6	CARENCIA ASISTENCIA TECNOLÓGICA		3		3
7	LABORATORIOS ACREDITADOS -EXPLOSIVOS.				0
8	COMPETENCIA DESLEAL INTERNA: BAJO COSTES		4	3	7
9	STOCK PRODUCTO TERMINADO	3		2	5
10	BASES DE CONCURSOS FALTA CLÁUSULAS DE SEGURIDAD				0
11	CARENCIA DE PERSONAL CUALIFICADO -	1			1
12	SEGUROS DEL ORGANIZADOR, EN GENERAL			1	1

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU

**MESA: FIESTAS**

**DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	CALIDAD DE PRODUCTO		5	3	8
2	PRESTIGIO INTERNACIONAL		4		4
3	EXISTENCIA DEL COLECTIVO		3		3
4	ADAPTACION AL CAMBIO. FLEXIBILIDAD	4	2	1	7
5	RELACIÓN CALIDAD PRECIO		1		1
6	EXCLUSIVIDAD DE CV	5		5	10
7	CREATIVIDAD Y ARTE	2		4	6
8	CENTRAL DE COMPRAS	3			3
9	FACILIDAD/CAPACIDAD DE DIVERSIFICACIÓN	1		2	3

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU

**CAME FIESTAS TRADICIONALES****CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN					
Nº	ÍTEM	1	2	3	TOTAL
1	RECONOCIMIENTO OFICIAL DE LA FORMACIÓN REQUERIDA POR GREMIO	3		3	6
2	ORIENTAR LAS POTENCIALES SUBVENCIONES A FIESTAS TRADICIONALES		1	1	2
3	CAMPAÑA DE MARKETING A NIVEL INSTITUCIONAL	2	2	2	6
4	ESTUDIO POLÍTICA DE PRECIOS VS POLÍTICA DE COSTES	1	3		4

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN					
Nº	ÍTEM	1	2	3	TOTAL
1	FACILITAR EXPORTACIÓN MERCANCIAS PELIGROSAS PTO.VLC		5		5
2	CREAR UN PORTAL DE ARTISTA FALLERO Y DOTAR ASOCIADOS	1		3	4
3	CAMPAÑAS PROMOCIONALES ADMON: RUTAS, MUSEO, ETC.	5	3	2	10
4	RECONOCIMIENTO CONTRATOS DE TEMPORALIDAD	3		5	8
5	IMPUESTOS PREFERENTES, SEGÚN ART.130 CONST ESPAÑOLA	4	4	4	12
6	POOL DE FIESTAS	2	1	1	4
7	UNIFICAR Y ESTANDARIZAR CONTRATOS		2		2

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN					
Nº	ÍTEM	1	2	3	TOTAL
1	ASESORÍA EXTERNA EN OPERACIONES Y FORMACIÓN DIRECTIVA	4	5	2	11
2	TRATAMIENTO FISCAL DIFERENCIADO AL ARTESANO	5	4	4	13
3	REGULACIÓN DE CONTRATACIÓN POR LAS ADMON'S	2	3	3	8
4	REFORZAR EL DCA	1	2	1	4
5	INCORPORACION DE CAD/CAM				0
6	ESCUELA ARTESANA BÁSICA PARA VARIOS SECTORES	3	1	5	9

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU

**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

ACCIÓN					
Nº	ÍTEM	1	2	3	TOTAL
1	PROTECCIÓN Y DEFENSA DE TRADICIONES FESTIVAS CV	3	3	3	3
2	NUEVOS PRODUCTOS E INNOVACIÓN	2	2	2	2
3	MEJOR ACCESO A LA INFORMACIÓN	1	1	1	1

1.F.VLC

2.PIRO

3.F.BU



## ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS

### DAFO ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS

#### MESA: ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS

##### DAFO: AMENAZAS

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	IMPORTACIÓN CHINA, INDIA, ETC...	3	5			8
2	LA SOCIEDAD HA PERDIDO EL CONCEPTO DE ARTESANÍA		4	3	1	8
3	PUGNA CONCEPTO OFICIO ARTESANO					0
4	LA AMENAZA ES ESTAR EN INDUSTRIA -TOPE FABRICACIÓN, IMP					0
5	LEGISLACIÓN NO ADECUADA A LA ARTESANÍA	5	3			8
6	ART. 130.1 CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA.		2	5	5	12
7	EL PROCESO ARTESANAL DE FABRICACIÓN NO ES COMPETITIVO				2	2
8	INTRUSISMO DE LOS INDUSTRIALES EN EL MUNDO ARTESANAL	4	1	4	4	13
9	INCREMENTO DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN: MMPP	1		2		3
10	NO EXISTE PROMOCIÓN DE LA ADMON DE LOS PRODUCTOS ARTESANOS	2		1	3	6
11	EL PEOR ENEMIGO DEL ARTESANO ES OTRO ARTESANO					0

- 1.- FEDERACIÓN VLC
- 2.- APAC
- 3. C.C.CS
- 4.- ARPA

#### MESA: ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS

##### DAFO: OPORTUNIDADES

Nº	ITEM	1	2	3	4	TOTAL
1	AMPLIAR MERCADOS Y PRODUCTOS (OFICINAS TURISMO)	5		4	1	10
2	INCORPORACIÓN DE NOVEDADES TECNOLÓGICAS EN PROD.		5	5		10
3	EXISTENCIA DE ESCUELAS DE FORMACIÓN: PROF. Y GERENCIAL					0
4	ADAPTACIÓN A NUEVAS TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN (INTERNET)		4	3		7
5	RUTAS TURÍSTICAS ARTESANAS	4				4
6	APROVECHAR CONOCIMIENTO ARTESANO PARA ENSEÑANZA		1	1	5	7
7	DENOMINACIONES DE ORIGEN, ETIQUETAS DE ARTESANÍA	2	3		2	7
8	ASISTENCIA A FERIAS, MARKETING	3		2	4	9
9	CLUSTER DE ARTESANÍA (ASOCIACIONISMO, RECURSOS COMPART)	1	2		3	6

- 1.- FEDERACIÓN VLC
- 2.- APAC
- 3. C.C.CS
- 4.- ARPA



**MESA: ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	TOTAL
1	ESCASA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA	4				4
2	FALTA FORMACIÓN: PROFESIONAL, GERENCIAL, ETC..	2	5		3	10
3	ADAPTACIÓN A LOS NUEVOS TIEMPOS: COMPETITIVIDAD, ETC.				5	5
4	SOLEDAD DEL ARTESANO					0
5	SE PRODUCEN ARTÍCULOS QUE NO SON DE INTERÉS	1				1
6	ARTESANO NO SE CONSIDERA EMPRESA		4		1	5
7	FALTA I+D+i					0
8	FALTAN RECURSOS FINANCIEROS	5	3		4	12
9	NO SIRVE PARA NADA EL DCA					0
10	COSTE SALARIAL DEL APRENDIZ				2	2
11	FALTA MARKETING		2			2
12	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	3	1			4

1.- FEDERACIÓN VLC

2.- APAC

3. C.C.CS

4.- ARPA

**MESA: ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS****DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ÍTEM	1	2	3	4	TOTAL
1	EMPRESA FAMILIAR, UNIDAD FAMILIAR PRODUCTIVA	4	5		1	10
2	PRODUCTO ARTESANO, DIFERENCIACIÓN Y CALIDAD	5	4		4	13
3	CONFIANZA DE CLIENTES, PRESTIGIO	2			5	7
4	DOMINIO DE LA TÉCNICA, HABILIDAD MANUAL, VBLE	1	3			4
5	YO ME LO COMO Y ME LO GUISO				3	3
6	TRADICIÓN Y PATRIMONIO CULTURAL		2			2
7	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, DISEÑO	3	1		2	6

1.- FEDERACIÓN VLC

2.- APAC

3. C.C.CS

4.- ARPA



**CAME ENTIDADES ASOCIATIVAS GENÉRICAS**

**CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN		1	2	3	4	5	TOTAL
Nº	ITEM						
1	DIVULGAR LA ARTESANIA, PROMOCIONES, CAMPANAS, ACT.EXTRAESCOLARES, TALLERES EN VIVO,ETC.			3	5	3	11
2	REGULACIÓN Y USO PALABRA ARTESANÍA			5	4	2	11
3	CONTROLAR PROCESO DE ELABORACIÓN			1	2	5	8
4	APLICAR EL ART.130.1 A LOS ARTESANOS, MODIFICAR IAE			4	3	4	11
5	CONTROL APERTURA BAZARES ORIENTALES						0
6	ACOTAR EMPRESAS, CONCEPTO EUROPEO REVISIÓN			2		1	3
7	USOS DE LA ETIQUETA ARTESANA				1		1

- 1.- FEDERACIÓN VLC
- 2.- APAC
- 3. C.C.CS
- 4.- ARPA
- 5.- UNART

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN		1	2	3	4	5	TOTAL
Nº	ITEM						
1	APOYO Y SUBVENCIONES ASISTENCIA A FERIAS			5	4	4	13
2	DEFINIR Y POTENCIAR MARCA ÚNICA ARTESANÍA EN CV				5		5
3	INTERCAMBIOS INTERNACIONALES ARTESANOS, APOYO						0
4	FOMENTAR FERIAS ARTESANAS			2		5	7
5	CAMPAÑAS PARA PRESENTAR OFICIOS Y TRADICIONES			3	2		5
6	CURSOS DEMO Y ENSANANZA OFICIOS POR ARTESANOS				1	2	3
7	FORMACIÓN, OFICIOS					1	1
8	EXPLOTACIÓN DEL ASOCIACIONISMO						0
9	RUTAS DE ARTESANÍA, LOCALES EN AEROPUERTOS, TURISMO			4	3	3	10
10	PÁGINAS WEB Y CATÁLOGOS VIRTUALES			1			1

- 1.- FEDERACIÓN VLC
- 2.- APAC
- 3. C.C.CS
- 4.- ARPA
- 5.- UNART

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN		1	2	3	4	5	TOTAL
Nº	ITEM						
1	MENTALIZAR AL ARTESANO QUE ES EMPRESARIO			1			1
2	CAJA DE ARTESANO E INSTRUMENTOS FINANCIEROS ESPECIFICOS			5		5	10
3	MODIFICAR SISTEMA FISCAL			3		1	4
4	SOPORTE DE GESTIÓN				4	4	8
5	SEG.SOCIAL DE EMPLEADOS			2			2
6	RETOMAR FIGURA APRENDIZ						0
7	CENTRO DE INFO.Y ASISTENCIA PARA AYUDAS ARTES -VENTANILLA				5	3	8
8	FOMENTO DE ASOCIACIONISMO PARA COMERCIALIZACIÓN, REDES			4	2		6
9	EXPOSICIONES Y VENTA DE PRODUCTOS -C.ART-, TIENDAS				3		3
10	COMERCIO/MARKETING PLURIARTESANO, ETC.,				1	2	3

- 1.- FEDERACIÓN VLC
- 2.- APAC
- 3. C.C.CS
- 4.- ARPA
- 5.- UNART



**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

**ACCIÓN**

Nº	ITEM	1	2	3	4	5	TOTAL
1	ATENCIÓN PERSONALIZADA: TRATO, ASESORAMIENTO			3	3	2	8
2	CERTIFICACIÓN PRODUCTO POR ARTESANO			2	2	3	7
3	INNOVAR NUEVOS PRODUCTO Y DISEÑOS			1	1	1	3
4	SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO						0

1.- FEDERACIÓN VLC

2.- APAC

3.- C.C.CS

4.- ARPA

5.- UNART

**OFICIOS VARIOS****DAFO OFICIOS VARIOS****MESA: OFICIOS VARIOS****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	NO HAY VALORACIÓN DEL TRABAJO ARTESANO	5	4	9
2	FALTA DE CONTROL DE LA REGLAMENTACIÓN POR LA ADMON, PE ETIQUETADO		5	5
3	COMPETENCIA DE OTROS PAÍSES CON PRODUCTOS ELABORADOS	3		3
4	DESPRECIO POLÍTICAS ANTIDUMPING -DUMPING CHINO.			0
5	COMPETENCIA DE MAYORISTAS	4		4
6	REGLAMENTACIÓN LABORAL CORSÉ PARA ARTESANO		2	2
7	FALTA DE PERSONAL CUALIFICADO			0
8	NO HAY VÍAS DE FINANCIACIÓN ESPECÍFICA PARA ARTESANOS	1		1
9	ASOCIACIONISMO DÉBIL	2		2
10	MMPP COMO DERIVADO DEL PETRÓLEO, PARAFINAS		1	1
11	CAMBIOS SOCIORELIGIOSOS			0
12	DEMANDA ELÁSTICA -SENSIBLE AL PRECIO			0
13	VARIACIÓN DE POLÍTICAS Y REGLAMENTACIÓN CON CAMBIOS DE GOBIERNO		3	3

1.FLO  
2.CER

**MESA: OFICIOS VARIOS****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	ESPECIALIZACIÓN SERVICIO Y PRODUCTO	5		5
2	CAMBIO DE HÁBITOS -P.E. SPA, CENAS, ESOTERISMO, M.AMB.	2	4	6
3	COMERCIO ELECTRÓNICO	4		4
4	NUEVAS MMPP -RESINAS, FLOR SECA		3	3
5	PROLIFERACIÓN DE PRODUCTOS CHINOS, DIFERENCIACIÓN PROD		5	5
6	AYUDAS A LA FORMACIÓN			0
7	INNOVACIÓN Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	3	2	5
8	FALTA DE SUBVENCIONES	1	1	2

1.FLO  
2.CER

**MESA: OFICIOS VARIOS****DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	RRHH NO CUALIFICADOS: PROFESIONALES Y DIRECTIVOS			0
2	FALTA CONCEPCIÓN DE EMPRESA	5	2	7
3	IMAGEN ESTANCADA, MARKETING			0
4	CARENCIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	2	5	7
5	PODER DE COMPRA MUY BAJO		1	1
6	NO HAY BENCHMARKING	1		1
7	DESINTERÉS POR LA CALIDAD, PROD. ,MARCAS, PROCESO, ETC.		4	4
8	NO INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	3		3
9	I+D+i	4	3	7
10	FALTA FINANCIACIÓN			0
11	CANALES DE DISTRIBUCIÓN, VENTAS CRUZADAS			0

1.FLO  
2.CER



**MESA: OFICIOS VARIOS**

**DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	SERVICIO AL CLIENTE	4		4
2	FLEXIBILIDAD		5	5
3	RELACION CALIDAD PRECIO	3		3
4	EXPERIENCIA EN LOS PROCESOS, CONOCIMIENTO DEL OFICIO	5	4	9
5	NUEVAS VÍAS DE CONSUMO: BODAS, PLANTAS, ADOSADOS	2		2
6	CONOCIMIENTOS DE MMPP		3	3
7	EMPRESA FAMILIAR	1		1
8	LOGÍSTICA EXTERNA EN VALL D'ALBAIDA -CV, ETC		1	1
9	INFRAESTRUCTURA INDUSTRIA AUXILIAR, ALMACENISTAS		2	2

1.FLO

2.CER



**CAME OFICIOS VARIOS**

**CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN				
Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	REGIMEN ESPECIAL, LABORAL, SS, ARTESANO -FLEXIBILIDAD, DISCRIMINACIÓN	3	3	6
2	PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO A TRAVÉS DE LA ARTESANÍA	2		2
3	RÉGIMEN ESPECIAL FISCAL, DISCRIMINACIÓN POSITIVA		1	1
4	REGLAMENTACIÓN, CONTROL, CALIDAD Y SU APLICACIÓN	1	2	3
5	VIGILANCIA CUMPLIMENTACION REGLAMENTACION ASIATICOS			0

1. FLO  
2. CER

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN				
Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	DISEÑO: APOYO PARA EL DESARROLLO, INST. DISEÑO ARTESANO	3	3	6
2	CAJA ARTESANOS		1	1
3	ETIQUETAJE ARTESANO DE CV, EXPLOTAR Y PROMOCIONAR	2		2
4	PROMOCIÓN, PRESENCIA EN FERIAS			0
5	OBSERVATORIO DE LA ARTESANÍA	1	2	3

1. FLO  
2. CER

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN				
Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	REPLANTEAR ORGANOS DE LA ARTESANÍA: CENTRO ÚNICO, ...	2	3	5
2	RECONVERSIÓN A LA ALEMANA DE LOS ARTESANOS VALENCIANOS		1	1
3	REFORZAR EL DCA, ETIQUETA ARTESANA	3		3
4	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS	1	2	3
5	CENTRO DE APOYO DE GESTIÓN EMPRESARIAL			0

1. FLO  
2. CER

**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

ACCIÓN				
Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	INFORMACIÓN DE SERVICIOS, DIVULGACIÓN			0
2	ESTABLECIMIENTO DE GARANTÍAS, PRODUCTO Y SERVICIOS		1	1
3	INSTITUTO TECNOLÓGICO ARTESANO	3	2	5
4	I+D+i, CENTRO ARTESANO	1	3	4
5	CONTROL TOTAL DEL PROCESO DESDE ORIGEN -TRAZABILIDAD	2		2

1. FLO  
2. CER

**MADERA Y AFINES****DAFO MADERA Y AFINES****MESA: MADERA Y AFINES****DAFO: AMENAZAS**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	COMPETENCIA PRODUCTOS CHINOS	5	2	4	11
2	USO ETIQUETA ARTESANA POR INDUSTRIALES	2	5		7
3	COMPETENCIA CADENAS DISTRIBUCIÓN -IKEA	3	3	3	9
4	COSTES SALARIALES CRECIENTES	4			4
5	NO EXISTEN ESCUELAS DE OFICIOS		4	5	9
6	ENDEUDAMIENTO DE FAMILIAS	1		1	2
7	ATOMIZACIÓN DE EMPRESAS				0
8	PODER NEGOCIACIÓN DE CONSTRUCTORES				0
9	IMAGEN DETERIORADA DE ARTESANO Y PRODUC.				0
10	INMIGRANTES -P.ESTE-, EMPRES. ILEGAL				0
11	SOPORTE INSUFICIENTE ADMON		1		1
12	ESCASO CONOCIMIENTO DE PRESCRIPTORES DE MMPP			2	2

1. CESTERIA
2. VLC
3. ALICANTE

**MESA: MADERA Y AFINES****DAFO: OPORTUNIDADES**

Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	ARTESANÍA VALOR CULTURAL. PATRIMONIO	1	4		5
2	REVISTAS DE DECORACIÓN, POSIBLE PROMOCIÓN		3		3
3	CV ZONA TURISTICA IMPORTANTE	5		3	8
4	CAMBIO HÁBITOS CONSUMIDOR: DISEÑO, CONS. RECONS	4	1	5	10
5	INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIONES -FÍSICAS Y TEC			4	4
6	CHINA, COMERCIO EXTERIOR	2	5		7
7	ENTORNO ECONÓMICO FAVORABLE			1	1
8	DEMANDA DE PROFESIONALES NO CUBIERTA		2	2	4
9	CONCIENCIA Y PROMOC. M.AMBIENTE. (PROY.VIVIR CON MADERA)				0
10	CIUDAD DE LA LUZ				0
11	FERIAS, EXPOSICIONES	3			3

1. CESTERIA
2. VLC
3. ALICANTE



**MESA: MADERA Y AFINES**

**DAFO: DEBILIDADES**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	ALTO PRECIO MMPP. PODER NEGOCIACION BAJO	5		5
2	FORMACIÓN GERENCIAL INEXISTENTE	3	4	7
3	NO HAY LOBBY ARTESANO. NO PRESENCIA EN MEDIOS	2		2
4	RECURSOS FINANCIEROS, ESCASOS			0
5	GUERRA DE PRECIOS	1		1
6	LARGO PERIODO FORMACIÓN DEL PROFESIONAL -P.E. EBANISTA	4		4
7	INEXISTENCIA DE MARCA			0
8	MARKETING ESCASO: NO CONOCIMIENTO CONSUMIDOR FINAL		5	5
9	ELEVADO Nº PRODUCTOS SUSTITUTIVOS			0
10	FALTA MOTIVACIÓN TRABAJADORES. GESTIÓN RRHH, VISIÓN FUTURO			0
11	TAMAÑO DE EMPRESA		1	1
12	INEXISTENCIA DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE DISEÑO			0
13	INERCIA AL CAMBIO		2	2
14	INDIVIDUALISMO		3	3
15	NO HAY I+D+i ESTRUCTURADA			0

1. VLC

2. ALICANTE

**MESA: MADERA Y AFINES**

**DAFO: FORTALEZAS**

Nº	ITEM	1	2	TOTAL
1	PRODUCTO DE GRAN VALOR ANADIDO	5	5	10
2	SABER HACER	4	4	8
3	PLURALIDAD Y VARIEDAD DE PRODUCTOS	2	1	3
4	FLEXIBILIDAD POR TAMAÑO	3	3	6
5	NECESIDAD DE RECURSOS DE INVERSIÓN REDUCIDOS			0
6	EXISTEN MUCHAS EMPRESAS		2	2
7	TRADICIÓN ARTESANAL MADERA Y AFINES CV	1		1

1. VLC

2. ALICANTE



**CAME MADERA Y AFINES****CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN					
Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	PROMOCIONAR PRODUCTO ARTESANO, CERTIFICADO	5	2	5	12
2	CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA ESP. Y CE PROD.ASIÁTICOS	3			3
3	APROVECHAR VENTAJAS DE SERVICIOS FRENTE PR.ASIAT		3	3	6
4	CONSORCIO EXPORTACIÓN ARTESANAL	1	1	2	4
5	USO Y CONCESIÓN ETIQUETA SEGÚN CRITERIO GREMIOS	4	5	1	10
6	ESCUELAS DE OFICIOS DE GREMIOS	2	4	4	10

1. CESTERIA
2. VLC
3. ALICANTE

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN					
Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	PROMOCIÓN MATERIAL DIDÁCTICO EN COLEGIOS				0
2	CAMPANA IMAGEN: CONSUMO RESPONSABLE, RUTAS TURISTICAS,	1	3	2	6
3	DECORACIÓN MUNICIPIOS POR ARTESANOS,	2	2		4
4	WEB ARTESANÍA, EN CONDICIONES		1	1	2
5	APOYO A FERIAS INTERNACIONALES, IVEX, ETC..	3		3	6

1. CESTERIA
2. VLC
3. ALICANTE

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN					
Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	FORMACIÓN PROFESIONAL Y GERENCIAL, A MEDIDA DEL ARTESANO	4	4	5	13
2	CLUB DE EXPERTOS, INTERCAMBIOS -BENCHMARKING		3		3
3	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS, CENTRO TECNOLÓGICO, GEST...	2	5	2	9
4	CENTRAL DE COMPRAS				0
5	SOPORTES PROMOCIONALES CONJUNTOS	1		3	4
6	PROMOCIÓN DEL ASOCIACIONISMO	3	1	1	5
7	DISCRIMINACIÓN POSITIVA DEL ARTESANO: SS, FORM, IVAS, ETC.. LEY DE ARTESANÍA	5	2	4	11

1. VLC
2. ALICANTE
3. CESTERIA

**CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS**

ACCIÓN					
Nº	ITEM	1	2	3	TOTAL
1	CONEXIÓN EMPRESA INDUSTRIAL Y ARTESANO	3	4		7
2	POOL DEL ARTESANO	2		2	4
3	PUBLICIDAD, PUBLICIDAD Y PUBLICIDAD	5	1	5	11
4	ENSEÑAR	1	2	3	6
5	LOBBY ARTESANAL. FORMA INSTITUCIONAL GREMIOS	4	5	4	13
5	COMITÉ/CONSEJO DE GREMIOS				0
6	NOCHE DE ARTESANÍA		3	1	4

1. VLC
2. ALICANTE
3. CESTERIA



## MODA Y COMPLEMENTOS

### DAFO MODA Y COMPLEMENTOS

MESA: MODA

DAFO: AMENAZAS

Nº	ITEM									TOTAL
1	PRODUCTOS PSEUDOARTESANOS									0
2	COPIAS				4					4
3	PROTECCIÓN LEGAL			5			1			6
4	SUDESTE ASIÁTICO (COMPETENCIA)						5			5
5	PRECIO IMPORTACIÓN					5				5
6	MARCAS, COMPITEN CON ARTESANIA -ROPA	2					4			6
7	INTRUSISMO -RELOJEROS, DCA	1			3				3	7
8	FALTA LEGISLACION COMPLETA SOBRE ARTESANOS		5					4	5	14
9	DESCONOCIMIENTO V. ANADIDO ARTESANO	3			4			3	4	14
10	CARENCIA DE MARKETING SOBRE ARTESANIA	5	1		2		2		2	12
11	DISPERSIÓN Y ATOMIZACIÓN DEL SECTOR		3					1		4
12	FALTA APOYO ADMON A COLEGIOS Y GREMIOS. NO ORDENACIÓN	4		2	5	3		5		19
13	BAJOS PRECIOS CONFECCIÓN INDUSTRIAL									0
14	APRECIACIÓN DEL EURO (SI EXPORTO)									0
15	NO ILUSIONA, NO INTERESA LA ARTESANIA COMO EMPRESARIO			1	1	1		2	1	6
16	NO SE SALIR DEL HOYO									0
17	GRANDES SUPERFICIES		2	3				3		8
18	INSEGURIDAD CIUDADANA -ASALTOS, ATRACOS.		4	4						8
19	DISPONIBILIDAD DE MMPP EN MARROQUINARIA Y RELOJERIA						2			2
20	MARCAS Y SERVICIOS TÉCNICOS									0

MESA: MODA

DAFO: OPORTUNIDADES

Nº	ITEM									TOTAL
1	EXPANSIÓN ECONÓMICA. APROVECHAR CRECIMIENTO CONSUMO	2		5	4					11
2	COMPLEMENTARIEDAD ARTESANAL. TOTAL LOOK	4	5							9
3	PREDISPOSICIÓN ADMON. CREACIÓN PROGRAMAS			3	5	1	4	4	1	18
4	SINGULARIDAD DE LA OFERTA ARTESANA		1	1				1		3
5	NUEVOS NICHOS DE MERCADO/PRODUCTO (HOMBRES,ZURDOS...)						2			2
6	MADE IN VALENCIA/SPAIN. IDENTIFICACIÓN PRODUCTO					2	5	5	2	14
7	ILUSIÓN EMPRESARIAL				1					1
8	PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE VALENCIA. APROVECHAR	3	4	2	3			3	5	20
9	INTERNET Y OTROS CANALES				2	4			3	9
10	DISPONIBILIDAD/ACCESO DE INFORMACIÓN									0
11	PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS		2							2
12	FÉRIAS Y EMBAJADAS, IVEX	1				3	1			5
13	PROMOCION ARTESANOS EN DIVERSOS MEDIOS, CANALES	5	3	4		5	3	2	4	26
14	INCLUIR PROMOCIÓN IMAGEN VLC ARTESANIA									0

MESA: MODA

DAFO: DEBILIDADES

Nº	ITEM									TOTAL
1	CARENCIA I+D+i. Y NO ACCESO NUEVAS TECNOLOGÍAS		3		5	3		1	3	15
2	DEBILIDAD FINANCIERA		1				1		4	6
3	ESTRUCTURA COMERCIAL ANTICUADA			2	4		5			11
4	EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DIFÍCIL	2				2	4	5		13
5	TAMAÑO REDUCIDO DE EMPRESA									0
6	FALTA DE AGRUPACIÓN EN GREMIOS. NO ASOCIACIONISMO	3	2	1	3	1		4	5	19
7	INCAPACIDAD DE HACER FRENTE AL CAMBIO DEL ENTORNO							3		3
8	INCAPACIDAD DE MARKETING/CADENA DE VALOR	5		5		4	2			16
9	FALTA FORMACIÓN EMPRESARIAL				1					1
10	FALTA APRENDICES			4						4
11	ARTICULOS DE TEMPORADA -ABANIQUERO					5				5
12	VENTA UNA VEZ AÑO									0
13	MIEDO INCREMENTO VOLUMENES									0
14	INSEGURIDAD EN OPERACIONES MERCANTILES							3		3
15	IMAGEN POBRE DEL ARTESANO ANTE EL PÚBLICO	4	5	3	2				2	16
16	INMOVILISMO PARTE DEL SECTOR	1	4					2	1	8



## MESA: MODA

## DAFO: FORTALEZAS

Nº	ITEM									TOTAL
1	EMPRESARIOS UNICOS -ABANQUERO					5				5
2	TRATO PERSONALIZADO AL CLIENTE			1	3			5		9
3	ESFUERZO, SACRIFICIO. NO TIENE HORAS									0
4	CAPACIDAD DE SORPRENDER Y TÉCNICA ESPECIALIZADA	2	1		1			5		9
5	EXCLUSIVIDAD Y PRESTIGIO			2	5				2	9
6	TRADICIÓN SOSTENIDA DE CALIDAD	1			5	1	1		3	11
7	PIEZA ÚNICA	3							4	7
8	COLABORACIÓN FAMILIAR				4					4
9	DISEÑOS PROPIOS. CAPACIDAD DE DISEÑO Y CREACIÓN	5	5						4	14
10	CALIDAD/PRECIO				3		2	3		8
11	GARANTÍA DE PRODUCTO Y CERTIFICACIÓN		4	2	4	4	2	1	5	22
12	AFÁN DE MEJORA									0
13	SATISFACCIÓN CLIENTE POR USO PRODUCTO ÚNICO								1	1
14	PERSONALIZACIÓN	4	3		2	3	4	3	2	21

**CAME MODA Y COMPLEMENTOS****CAME: AFRONTAR AMENAZAS**

ACCIÓN									TOTAL
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	
1	LEGISLACIÓN DE LA CV SOBRE ARTESANÍA(IMP.,DCA,ARTESANO)	4	5	5	1	5	5		25
2	CREACIÓN DE COLEGIOS PROFESIONALES	5	4	4	2		4	1	20
3	PROMOCIÓN ARTESANAL DIFERENCIADA: PUERTO, CENTRO ARTESANÍA, ETC.	3			3	4	3	2	15
4	NUEVO CENTRO DE ARTESANÍA								0
5	CREACIÓN DE ESCUELAS DE ARTESANOS Y OFICIOS	2	3		4	1			10
6	CREACIÓN DE COMERCIAL PARA DISTRIBUCIÓN PRODUCTOS	1		2		3	1		7
7	PROYECTOS AGRUPADOS		2				2		4
8	APOYO FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES		1		5			5	11
9	ORGANIZACIÓN/GESTIÓN			3				4	7
10	ARTESANÍA COMO RECURSO TURISTICO			1		2			3
11	IVEX, CAMARAS DE COMERCIO, ETC							3	3

1. G.J.
2. G.S.
3. G.R.
4. G.B.
5. G.A.
6. CS
7. M

**CAME: EXPLOTAR OPORTUNIDADES**

ACCIÓN									TOTAL
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	
1	PROYECTO PUERTO/COPA AMERICA	4	5		5	3			17
2	CATÁLOGOS DE ARTESANÍA	2	4	2	2	5			15
3	PUBLICIDAD VARIADA. TV, RADIO, ETC..., CON PARTICIPACIÓN GREMIO	5		5		4	3	1	18
4	PORTAL DE INTERNET DE ART.VALENCIANA		3		4		1		8
5	MATERIALIZACIÓN DE PROPUESTAS						5		5
6	MARCA DE ARTESANÍA VALENCIANA (CONCURSOS, ETC)	1			3	1			5
7	IMAGINACIÓN PARA DIFERENCIAR EL PRODUCTO			1	1				2
8	APOYO DE PROGRAMA PUBLICIDAD/MARKETING EMPRESAS		2	4				4	10
9	PROMOCIÓN Y SEGUIMIENTO INTERNACIONAL/POR SECTORES			3		2		3	8
10	DOTAR DE CONTENIDO/MEDIOS AL CENTRO DE ARTESANÍA	3					4		7
11	ASESOR A LAS EMPRESAS A LA EMPRESAS MERCHANDAISING							2	2
12	SEMANA/FERIA ARTESANÍA		1				2	5	8

1. G.J.
2. G.S.
3. G.R.
4. G.B.
5. G.A.
6. CS
7. M

**CAME: CORREGIR DEBILIDADES**

ACCIÓN									TOTAL
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	
1	COLEGIACIÓN OBLIGATORIA	5	5	5	5	5	5		30
2	DEPARTAMENTO DISEÑO GREMIOS		4					5	9
3	NUEVA IMAGEN DEL ARTESANO, PUBLICIDAD		3	4		3	4		14
4	UTILIZAR LOS INSTITUTOS TECNOLÓGICOS -I+D				4			4	8
5	FACILITAR AYUDAS A I+D+i, Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	3			3	1		3	10
6	GABINETE DE APOYO EN TEMAS GEST./MKTING/COMER. -FEDERADO SERIES TV, PUBLICACIONES HISTÓRICAS DE GREMIOS ARTESANALES	1	2	3	1		3	2	12
8	CAJA ARTESANOS	4		2		4	1		11
9	BENCHMARKING CON ITALIA, FRANCIA Y OTRAS CCAA	2	1	1	2	2	2	1	11

1. G.J.
2. G.S.
3. G.R.
4. G.B.
5. G.A.
6. CS
7. M



## CAME: MANTENER O MEJORAR FORTALEZAS

ACCIÓN									TOTAL
Nº	ITEM	1	2	3	4	5	6	7	
1	GARANTIA POR EL ARTESANO INDIVIDUAL DEL PRODUCTO FIRMAR EL PRODUCTO INDIVIDUALMENTE	5	5	1		5	1		17
2	ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NNDD (C.ARTE.)			3	2	3			8
3	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS				4	4	3	5	16
4	POTENCIAR ESCUELAS DE DISEÑO/OFICIO ARTESANAS	4	3		3	2	5	1	18
5	PUBLICITAR IMAGEN PROD.ARTESANO		2	5				2	9
6	DESARROLLO DE MARCA/GREMIO			2		1	2	4	9
7	FORMACIÓN/INFO EMPRESARIAL (P.E. DISEÑADORES)	3			1				4
8	PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTO	2	1		5			3	11
9	NOCHE DE LA ARTESANÍA	1	4						5
10	APOYO SOSTENIDO DE LA ADMON			4			4		8

1. G.J.
2. G.S.
3. G.R.
4. G.B.
5. G.A.
6. CS
7. M













# Plan de Competitividad

**Sectores Artesanos  
de la  
Comunidad Valenciana  
2007 – 2009**

**Anejo 3: DAFO Agregado**



**GENERALITAT VALENCIANA**  
**CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA**





## ÍNDICE

1. DAFO AGREGADO.....	95
2. RESUMEN DE DEBILIDADES Y AMENAZAS.....	96
2.1. Detalle Debilidades y Amenazas Dafo .....	97
3. RESUMEN DE OPORTUNIDADES.....	103
3.1. Detalle Oportunidades DAFO .....	105
4. RESUMEN DE FORTALEZAS.....	108
4.1. Detalle Fortalezas DAFO .....	109





## 1. DAFO AGREGADO

Se entiende por DAFO AGREGADO al resultante de sumar o agregar todos los DAFO's de las 11 mesas sectoriales que han realizado el análisis.

Por facilitar todo el estudio, analizar y reflejar/trazar todas y cada una de las problemáticas existentes, además de identificar las distintas áreas de oportunidades y grupo de fortalezas del sector Artesanal de la Comunidad Valenciana, que se encuentran las diversas mesas, es por lo que se dispone y procesan todos los ítems en una base de datos en Access.

Por una parte se agrupan en una serie de conceptos generales las "debilidades y amenazas", que pueden entenderse a la luz de la tabla de "Detalle Debilidades y Amenazas", y por otras el resumen de "oportunidades" y el resumen de "fortalezas" que a su vez se explica en las correspondientes tablas de "Detalle de Oportunidades" y "Detalle de Fortalezas".

Las tablas resumen muestran codificados los distintos conceptos agrupados indicando en los mismos el número exacto de mesas que lo ha reflejado y el número de problemas distintos con que aparece dicho concepto, estos números son el resultado de las veces que aparecen en los detalles. Con ello se pretende identificar de alguna manera la importancia relativa que el Sector concede a cada uno de los conceptos expuestos.

La comprensión exacta de cada uno de los conceptos expuestos viene de la luz que arroja las tablas de detalle, que recogen, en su caso, la problemática –número problemas-, el área de oportunidades –número de oportunidades- o grupo de fortalezas –número de fortalezas; al recoger todos los ítems de las mesas artesanas e identificando las mismas por cada uno de los ítems. La contabilización de las diversas mesas distintas que proponen un ítem por cada uno de los conceptos es lo que da el número de mesas.

Así pues, la importancia relativa de cada uno de los conceptos que se manejan en las tablas resumen es función, a la vez, del número de problemas que aparecen y de la cantidad de mesas distintas que lo proponen.

El Sector Artesanal, como resultado de la participación del mismo en el presente ejercicio, entiende que los resúmenes del DAFO son los siguientes:

## 2. RESUMEN DE DEBILIDADES Y AMENAZAS

Código	Problemática	Nº Mesas	Nº problemas
01	Dimensión y tipo empresa	7	8
02	Gestión empresarial	7	10
03	Producto	2	3
04	Proceso fabricación	2	3
05	I+ D+i	5	5
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	9	15
08	Comercial	5	6
09	Competencia	7	9
10	Cambio	5	6
11	Formación	6	10
12	Financiación	3	3
13	Asociacionismo	2	3
14	DCA y/o Normativa	10	17
15	Recursos humanos	7	8
20	Varios	3	3

Así pues, dada esta tabla las debilidades y amenazas más importantes para el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana se puede entender que son el DCA y/o Normativa del Sector; Imagen, promoción y publicidad y, por recoger una tercera problemática agrupada, la Gestión Empresarial en el Sector, eligiendo la cuarta debilidad sería la formación.

Todo esto puede verse en detalle, en la siguiente tabla que es la de Detalle de Problemática Debilidades y Amenazas DAFO:





## 2.1. DETALLE DEBILIDADES Y AMENAZAS DAFO

Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	6	ATOMIZACIÓN DEL SECTOR (GREMIOS) Y TAMAÑO EMPRESA, INDV	01	Agroalimentaria I
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	10	FALTA DE IMPLICACION EN LA REALIDAD SOCIAL DE LA ZONA	02	Agroalimentaria II
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	6	PEQUENA EMPRESA: ESTRUCTURA PERSONAL ESCASA	11	Agroalimentaria IV
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	6	ARTESANO NO SE CONSIDERA EMPRESA	10	Entidades Asociativas Genéricas
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	2	TAMAÑO PEQUEÑO: ESTRUCTURA Y FORMACION EMPRESARIAL	05	Fiestas
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	2	COMPONENTE MdO >50% ELEVADO	06	Instrumentos Musicales
01	Dimensión y tipo empresa	DEBILIDADES	1	ALTO PRECIO MMPP. PODER NEGOCIACION BAJO	07	Madera y Afines
01	Dimensión y tipo empresa	AMENAZAS	1	HORARIOS COMERCIALES FRENTE A GRANDES SUPERFICIES	11	Agroalimentaria IV
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	5	LARGAS JORNADAS DE TRABAJO	01	Agroalimentaria I
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	4	GESTIÓN DE TIEMPO DE PROFESIONAL	11	Agroalimentaria IV
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	1	ESTRUCTURA DE COSTES ELEVADA	04	Cerámica y Vidrio
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	6	ARTESANO NO SE CONSIDERA EMPRESA	10	Entidades Asociativas Genéricas
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	10	TIEMPO CICLO DE FABRICACION MUY ELEVADO(>2 MESES)	06	Instrumentos Musicales
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	9	ALTOS STOCKS DE MMPP -SECADO Y ENVEJECIMIENTO(>2.5 ANOS)	06	Instrumentos Musicales
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	6	LARGO PERIODO FORMACION DEL PROFESIONAL -P.E. EBANISTA	07	Madera y Afines
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	1	ALTO PRECIO MMPP. PODER NEGOCIACION BAJO	07	Madera y Afines
02	Gestión empresarial	DEBILIDADES	2	FALTA CONCEPCION DE EMPRESA	09	Oficios Varios
02	Gestión empresarial	AMENAZAS	5	COSTE DE ENERGIA	04	Cerámica y Vidrio
03	Producto	DEBILIDADES	7	DESINTERES POR LA CALIDAD, PROD. ,MARCAS, PROCESO, ETC.	09	Oficios Varios
03	Producto	DEBILIDADES	4	CARENCIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	09	Oficios Varios
03	Producto	AMENAZAS	8	NUEVAS TECNOLOGIAS A IMPLANTAR: PROD. Y PROCESO	06	Instrumentos Musicales
04	Proceso fabricación	DEBILIDADES	10	TIEMPO CICLO DE FABRICACION MUY ELEVADO(>2 MESES)	06	Instrumentos Musicales
04	Proceso fabricación	DEBILIDADES	7	DESINTERES POR LA CALIDAD, PROD. ,MARCAS, PROCESO, ETC.	09	Oficios Varios
04	Proceso fabricación	AMENAZAS	8	NUEVAS TECNOLOGIAS A IMPLANTAR: PROD. Y PROCESO	06	Instrumentos Musicales
05	I+ D+i	DEBILIDADES	8	FALTA CAPITAL (INVERSIONES TECNOLOGIA, I+D+i,	03	Agroalimentaria III
05	I+ D+i	DEBILIDADES	15	I+D+i, TECNOLOGIA	04	Cerámica y Vidrio
05	I+ D+i	DEBILIDADES	1	CARENCIA I+D+i, Y NO ACCESO NUEVAS TECNOLOGIAS	08	Moda
05	I+ D+i	DEBILIDADES	9	I+D+i	09	Oficios Varios
05	I+ D+i	AMENAZAS	8	NUEVAS TECNOLOGIAS A IMPLANTAR: PROD. Y PROCESO	06	Instrumentos Musicales



Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
06	Nuevas tecnologías	DEBILIDADES	8	FALTA CAPITAL (INVERSIONES TECNOLOGÍA, I+D+i,	03	Agroalimentaria III
06	Nuevas tecnologías	DEBILIDADES	15	I+D+i, TECNOLOGIA	04	Cerámica y Vidrio
06	Nuevas tecnologías	DEBILIDADES	1	CARENCIA I+D+i, Y NO ACCESO NUEVAS TECNOLOGÍAS	08	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	7	FALTA DE MARKETING, PROMOCIONES, ETC.	02	Agroalimentaria II
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	1	FALTA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO ARTESANO, MARK	03	Agroalimentaria III
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	11	FALTA MARKETING, Canales de comercialización y distribución	10	Entidades Asociativas Genéricas
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	8	MARKETING ESCASO: NO CONOCIMIENTO CONSUMIDOR FINAL	07	Madera y Afines
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	15	IMAGEN POBRE DEL ARTESANO ANTE EL PUBLICO	08	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	DEBILIDADES	8	INCAPACIDAD DE MARKETING/CADENA DE VALOR	08	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	11	DESINFORMACIÓN/MALA INFORMACIÓN CONSUMIDOR	02	Agroalimentaria II
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	6	NO SE CUMPLE LA REGLAMENTACIÓN, PUBLICIDAD ENGANOSA	03	Agroalimentaria III
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	4	FALTA DE PROFESIONALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS	11	Agroalimentaria IV
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	4	ESCASA DIFUSIÓN DEL PRODUCTO	04	Cerámica y Vidrio
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	2	LA SOCIEDAD HA PERDIDO EL CONCEPTO DE ARTESANÍA	10	Entidades Asociativas Genéricas
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	7	COSTE MARKETING CRECIENTE POR GLOBALIZACIÓN	06	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	10	CARENCIA DE MARKETING SOBRE ARTESANÍA	08	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	9	DESCONOCIMIENTO V.ANADIDO ARTESANO	08	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	AMENAZAS	1	NO HAY VALORACIÓN DEL TRABAJO ARTESANO	09	Oficios Varios



Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
08	Comercial	DEBILIDADES	3	TRANSPORTISTAS DEFICIENTES PRO.TERMINADO	02	Agroalimentaria II
08	Comercial	DEBILIDADES	4	LOGÍSTICA DEFICIENTE POR UBIGACION GEOGRÁF.	02	Agroalimentaria II
08	Comercial	DEBILIDADES	8	CAPTACIÓN NUEVOS CLIENTES	11	Agroalimentaria IV
08	Comercial	DEBILIDADES	3	ESCASEZ REDES DISTRIBUCION	04	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	DEBILIDADES	4	NO SE CONTROLA EL PVP. USUARIO FINAL DESCONOCIDO	06	Instrumentos Musicales
08	Comercial	DEBILIDADES	7	DESINTERES POR LA CALIDAD, PROD. MARCAS, PROCESO, ETC.	09	Oficios Varios
09	Competencia	DEBILIDADES	8	COMPETENCIA DESLEAL INTERNA: BAJO COSTES	05	Fiestas
09	Competencia	AMENAZAS	5	COMPETENCIA DE LA INDUSTRIA: PRECIOS Y SERVICIOS	03	Agroalimentaria III
09	Competencia	AMENAZAS	1	COMPETENCIA ASIATICA	04	Cerámica y Vidrio
09	Competencia	AMENAZAS	1	IMPORTACIÓN CHINA, INDIA, ETC...	10	Entidades Asociativas Genéricas
09	Competencia	AMENAZAS	1	COMPETENCIA DESLEAL (IMPORT. MADE IN SPAIN)	06	Instrumentos Musicales
09	Competencia	AMENAZAS	1	COMPETENCIA PRODUCTOS CHINOS	07	Madera y Afines
09	Competencia	AMENAZAS	3	COMPETENCIA CADENAS DISTRIBUCIÓN -IKEA	07	Madera y Afines
09	Competencia	AMENAZAS	5	COMPETENCIA DE MAYORISTAS	09	Oficios Varios
09	Competencia	AMENAZAS	3	COMPETENCIA DE OTROS PAISES CON PRODUCTOS ELABORADOS	09	Oficios Varios
10	Cambio	AMENAZAS	2	CAMBIOS HABITOS ALIMENTICIOS: LIGHT, NUEVAS COCINAS, MÉDICOS, ETC	01	Agroalimentaria I
10	Cambio	AMENAZAS	3	COMPRA EN GRANDES CENTROS COMERCIALES, COSTUMBRES, FRANQUICIAS	01	Agroalimentaria I
10	Cambio	AMENAZAS	9	ADAPTACIÓN REQUISITOS SANITARIOS SECTOR ARTESANAL	02	Agroalimentaria II
10	Cambio	AMENAZAS	1	NUEVOS HABITOS ALIMENTICIOS -LIGHT, NUEVAS COCINAS	03	Agroalimentaria III
10	Cambio	AMENAZAS	10	NUEVOS HABITOS DE VIDA. CONSUMO: TIEMPO, PRISAS	11	Agroalimentaria IV
10	Cambio	AMENAZAS	9	CAMBIO HABITOS/GUSTOS CONSUMIDOR (NACIONAL)	04	Cerámica y Vidrio



Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
11	Formación	DEBILIDADES	7	FORMACIÓN: PROFESIONAL Y DIRECTIVO	01	Agroalimentaria I
11	Formación	DEBILIDADES	1	FALTA DE FORMACION PRODUCCION/VENTAS	02	Agroalimentaria II
11	Formación	DEBILIDADES	2	FORMACION GERENCIAL Y PROFESIONALES -PRD, VENTA	03	Agroalimentaria III
11	Formación	DEBILIDADES	2	FALTA FORMACION: PROFESIONAL, GERENCIAL, ETC..	10	Entidades Asociativas Genéricas
11	Formación	DEBILIDADES	2	TAMAÑO PEQUEÑO: ESTRUCTURA Y FORMACION EMPRESARIAL	05	Fiestas
11	Formación	DEBILIDADES	6	LARGO PERIODO FORMACION DEL PROFESIONAL -P.E. EBANISTA	07	Madera y Afines
11	Formación	DEBILIDADES	2	FORMACION GERENCIAL INEXISTENTE	07	Madera y Afines
11	Formación	AMENAZAS	14	FALTA FORMACION REGLADA	03	Agroalimentaria III
11	Formación	AMENAZAS	9	NO EXISTE PERSONAL PREPARADO EN EL MERCADO, NO HAY ESCUELA	05	Fiestas
11	Formación	AMENAZAS	5	NO EXISTEN ESCUELAS DE OFICIOS	07	Madera y Afines
12	Financiación	DEBILIDADES	8	FALTA CAPITAL (INVERSIONES TECNOLOGÍA, I+D+i,	03	Agroalimentaria III
12	Financiación	DEBILIDADES	8	FALTAN RECURSOS FINANCIEROS	10	Entidades Asociativas Genéricas
12	Financiación	AMENAZAS	6	TIPO DE CAMBIO	06	Instrumentos Musicales
13	Asociacionismo	DEBILIDADES	3	FALTA UNIDAD DE CRITERIO SOBRE PRESUPUESTOS	05	Fiestas
13	Asociacionismo	DEBILIDADES	6	FALTA DE AGRUPACION EN GREMIOS. NO ASOCIACIONISMO	08	Moda
13	Asociacionismo	AMENAZAS	12	FALTA APOYO ADMON A COLEGIOS Y GREMIOS. NO ORDENACION	08	Moda



Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
14	DCA y/o Normativa	DEBILIDADES	10	FALTA ADAPTACIÓN LEGISLACIÓN SANITARIA, PRL, ETC.	11	Agroalimentaria IV
14	DCA y/o Normativa	DEBILIDADES	4	CARGAS FISCALES- AUTONOMOS	05	Fiestas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	1	UTILIZACIÓN INDEBIDA DE MARCA ARTESANA DE LOS INDUSTRIALES	01	Agroalimentaria I
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	5	DESIGUAL CONTROL DE LA NORMATIVA PARA LOS MISMOS PRODUCTOS -LISTA	01	Agroalimentaria I
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	2	USO ARTESANIA. DECA NO REGULADO. INTRUSISMO	02	Agroalimentaria II
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	6	NO SE CUMPLE LA REGLAMENTACIÓN, PUBLICIDAD ENGANOSA	03	Agroalimentaria III
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	2	NUEVA REGLAMENTACIÓN TÉCNICO SANITARIA F. GR SUPER -ESP. RD 7/11/03	11	Agroalimentaria IV
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	8	INTRUSISMO DE LOS INDUSTRIALES EN EL MUNDO ARTESANAL	10	Entidades Asociativas Genéricas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	6	ART. 130.1 CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA.	10	Entidades Asociativas Genéricas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	4	LA AMENAZA ES ESTAR EN INDUSTRIA -TOPE FABRICACIÓN, IMP	10	Entidades Asociativas Genéricas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	2	EXCESIVA REGLAMENTACION Y ENTES ADMON DISTINTOS -GASTOS	05	Fiestas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	3	SIENDO ARTESANÍA EXCLUSIVA CV NINGUNA DIFERENCIACIÓN ADMON	05	Fiestas
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	1	COMPETENCIA DESLEAL (IMPORT. MADE IN SPAIN)	06	Instrumentos Musicales
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	2	USO ETIQUETA ARTESANA POR INDUSTRIALES	07	Madera y Afines
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	8	FALTA LEGISLACIÓN COMPLETA SOBRE ARTESANOS	08	Moda
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	13	VARIACIÓN DE POLÍTICAS Y REGLAMENTACIÓN CON CAMBIOS DE GOBIERNO	09	Oficios Varios
14	DCA y/o Normativa	AMENAZAS	2	FALTA DE CONTROL DE LA REGLAMENTACIÓN POR LA ADMON, PE ETIQUETADO	09	Oficios Varios



Cód	Problemática	Apartado	Línea	Item	cod	Mesa
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	1	FALTA PERSONAL PROFESIONAL Y CONTINUIDAD LABORAL	01	Agroalimentaria I
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	5	LARGAS JORNADAS DE TRABAJO	01	Agroalimentaria I
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	6	FALTA DE MDO CUALIFICADO	03	Agroalimentaria III
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	6	PEQUEÑA EMPRESA: ESTRUCTURA PERSONAL ESCASA	11	Agroalimentaria IV
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	9	FALTA DE PERSONAL CUALIFICADO. ENVEJECIMIENTO	04	Cerámica y Vidrio
15	Recursos humanos	DEBILIDADES	6	LARGO PERIODO FORMACION DEL PROFESIONAL -P.E. EBANISTA	07	Madera y Afines
15	Recursos humanos	AMENAZAS	9	NO EXISTE PERSONAL PREPARADO EN EL MERCADO, NO HAY ESCUELA	05	Fiestas
15	Recursos humanos	AMENAZAS	3	PERDIDA DE PROFESIONALES -JUBILACIONES. REL GENER	06	Instrumentos Musicales
20	Varios	AMENAZAS	7	CLIMATOLOGIA, SEQUIA	02	Agroalimentaria II
20	Varios	AMENAZAS	5	COSTE DE ENERGIA	04	Cerámica y Vidrio
20	Varios	AMENAZAS	1	CRECIMIENTO DEL SECTOR INFERIOR A MEDIO -CONGELADO	05	Fiestas



### 3. RESUMEN DE OPORTUNIDADES

Código	Área	Nº Mesas	Nº Oportunidades
03	Producto	9	17
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	5	9
08	Comercial	10	24
10	Cambio	5	5
11	Formación	2	2
13	Asociacionismo	1	1
14	DCA y/o Normativa	5	7
15	Recursos humanos	1	1
20	Varios	2	2

Así pues el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana entiende que las mayores oportunidades del sector vienen de la realización de campañas y promociones, y de todo tipo de actuaciones comerciales; así como de la seguridad y posibilidades del producto artesano que se maneja. Por último se puede incluir como oportunidad del sector la imagen, promoción y publicidad del sector artesano de la Comunidad Valenciana.

Todo esto puede verse en detalle, en la siguiente tabla que es la de Detalle de Oportunidades DAFO:







### 3.1. DETALLE OPORTUNIDADES DAFO

Cód	Área	Apartado	Línea	Oportunidad	Mesa
03	Producto	OPORTUNIDADES	6	HEDONISMO, CULTURA DEL PLAGER	Agroalimentaria I
03	Producto	OPORTUNIDADES	3	NUEVAS TENDENCIAS	Agroalimentaria I
03	Producto	OPORTUNIDADES	2	ROMPER ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO	Agroalimentaria I
03	Producto	OPORTUNIDADES	2	VALOR AÑADIDO PRODUCTO ARTESANO. CALIDAD	Agroalimentaria II
03	Producto	OPORTUNIDADES	4	EXISTENCIA DE NUEVOS PRODUCTOS -P.E. KEFIR	Agroalimentaria II
03	Producto	OPORTUNIDADES	6	NUEVOS HÁBITOS	Agroalimentaria II
03	Producto	OPORTUNIDADES	1	ADECUAR PRODUCTOS A NUEVOS HÁBITOS	Agroalimentaria III
03	Producto	OPORTUNIDADES	2	OFERTA ESPECIALIZADA DE PRODUCTO	Agroalimentaria IV
03	Producto	OPORTUNIDADES	4	DISEÑO INNOVADOR	Cerámica y Vidrio
03	Producto	OPORTUNIDADES	8	ETIQUETA ORIGEN PRODUCTO ORIGEN VIDRIO. RECICLADO	Cerámica y Vidrio
03	Producto	OPORTUNIDADES	1	AMPLIAR MERCADOS Y PRODUCTOS (OFICINAS TURISMO)	Entidades Asociativas Genéricas
03	Producto	OPORTUNIDADES	2	INCORPORACION DE NOVEDADES TECNOLOGICAS EN PROD.	Entidades Asociativas Genéricas
03	Producto	OPORTUNIDADES	4	CAMBIO HÁBITOS CONSUMIDOR: DISEÑO, CONS. REPONS	Madera y Afines
03	Producto	OPORTUNIDADES	6	MADE IN VALENCIA/SPAIN. IDENTIFICACIÓN PRODUCTO	Moda
03	Producto	OPORTUNIDADES	5	PROLIFERACION DE PRODUCTOS CHINOS, DIFERENCIACION PROD	Oficios Varios
03	Producto	OPORTUNIDADES	7	INNOVACIÓN Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	Oficios Varios
03	Producto	OPORTUNIDADES	1	ESPECIALIZACIÓN SERVICIO Y PRODUCTO	Oficios Varios
06	Nuevas tecnologías	OPORTUNIDADES	8	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS	Agroalimentaria I
06	Nuevas tecnologías	OPORTUNIDADES	13	NUEVAS TECNOLOGÍAS -ENVASADOS, PRESENTACIONES	Agroalimentaria III
06	Nuevas tecnologías	OPORTUNIDADES	3	NUEVAS TECNOLOGÍA DE COMUNICACIÓN	Agroalimentaria IV



Cód	Área	Apartado	Línea	Oportunidad	Mesa
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	2	VALOR AÑADIDO PRODUCTO ARTESANO. CALIDAD	Agroalimentaria II
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	6	POTENCIAR IMAGEN DEL SECTOR -P.E. USO INTERNET	Fiestas
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	3	HACER MARCA FUERTE, REFORZAR IMAGEN	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	1	IMAGEN GUITARRA ESPAÑOLA (CONSTRUCCION, ...	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	5	PROFESIONALIDAD EXISTENTE	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	3	CV ZONA TURISTICA IMPORTANTE	Madera y Afines
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	1	ARTESANIA VALOR CULTURAL. PATRIMONIO	Madera y Afines
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	8	PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE VALENCIA. APROVECHAR	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	OPORTUNIDADES	13	PROMOCIÓN ARTESANOS EN DIVERSOS MEDIOS, CANALES	Moda
08	Comercial	OPORTUNIDADES	6	HEDONISMO, CULTURA DEL PLACER	Agroalimentaria I
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	ROMPER ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO	Agroalimentaria I
08	Comercial	OPORTUNIDADES	3	NUEVAS TENDENCIAS	Agroalimentaria I
08	Comercial	OPORTUNIDADES	9	INTERÉS TURISTICO ZONAS RURALES	Agroalimentaria II
08	Comercial	OPORTUNIDADES	4	EXISTENCIA DE NUEVOS PRODUCTOS -P.E. KEFIR	Agroalimentaria II
08	Comercial	OPORTUNIDADES	13	NUEVAS TECNOLOGÍAS -ENVASADOS, PRESENTACIONES	Agroalimentaria III
08	Comercial	OPORTUNIDADES	9	SERVICIO AL CLIENTE, DOMICILIO	Agroalimentaria IV
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	OFERTA ESPECIALIZADA DE PRODUCTO	Agroalimentaria IV
08	Comercial	OPORTUNIDADES	6	MERCADO DE HOSTELERIA	Agroalimentaria IV
08	Comercial	OPORTUNIDADES	5	MARCA COLECTIVA "CERÁMICA DE MANISES"	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	INTERNACIONALIZACIÓN PRODUCTO	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	OPORTUNIDADES	4	DISEÑO INNOVADOR	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	OPORTUNIDADES	7	DENOMINACIONES DE ORIGEN, ETIQUETAS DE ARTESANÍA	Entidades Asociativas Genéricas
08	Comercial	OPORTUNIDADES	8	ASISTENCIA A FERIAS, MARKETING	Entidades Asociativas Genéricas
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	INCORPORACION DE NOVEDADES TECNOLÓGICAS EN PROD.	Entidades Asociativas Genéricas
08	Comercial	OPORTUNIDADES	1	AMPLIAR MERCADOS Y PRODUCTOS (OFICINAS TURISMO)	Entidades Asociativas Genéricas
08	Comercial	OPORTUNIDADES	1	EXPORTACION Y NUEVOS NICHOS -DECORACION, ETC..	Fiestas
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	NUEVOS MERCADOS (SEGMENTO ALTO)	Instrumentos Musicales
08	Comercial	OPORTUNIDADES	6	CHINA, COMERCIO EXTERIOR	Madera y Afines
08	Comercial	OPORTUNIDADES	4	CAMBIO HABITOS CONSUMIDOR: DISEÑO, CONS. REPOS	Madera y Afines



Cód	Área	Apartado	Línea	Oportunidad	Mesa
08	Comercial	OPORTUNIDADES	1	ESPECIALIZACIÓN SERVICIO Y PRODUCTO	Oficios Varios
08	Comercial	OPORTUNIDADES	5	PROLIFERACIÓN DE PRODUCTOS CHINOS, DIFERENCIACIÓN PROD	Oficios Varios
08	Comercial	OPORTUNIDADES	2	CAMBIO DE HABITOS -P.E. SPA, CENAS, ESOTERISMO, M.AMB.	Oficios Varios
08	Comercial	OPORTUNIDADES	7	INNOVACIÓN Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	Oficios Varios
10	Cambio	OPORTUNIDADES	6	NUEVOS HABITOS.	Agroalimentaria II
10	Cambio	OPORTUNIDADES	1	ADECUAR PRODUCTOS A NUEVOS HABITOS	Agroalimentaria III
10	Cambio	OPORTUNIDADES	1	AMPLIAR MERCADOS Y PRODUCTOS (OFICINAS TURISMO)	Entidades Asociativas Genéricas
10	Cambio	OPORTUNIDADES	4	CAMBIO HABITOS CONSUMIDOR: DISEÑO, CONS. REPONS	Madera y Afines
10	Cambio	OPORTUNIDADES	2	CAMBIO DE HABITOS -P.E. SPA, CENAS, ESOTERISMO, M.AMB.	Oficios Varios
11	Formación	OPORTUNIDADES	9	DESARROLLAR EL TÍTULO DE MAESTRO ARTESANO	Agroalimentaria I
11	Formación	OPORTUNIDADES	6	APROVECHAR CONOCIMIENTO ARTESANO PARA ENSEÑANZA	Entidades Asociativas Genéricas
13	Asociacionismo	OPORTUNIDADES	9	COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS (ESPACIO, PERSONAL, ETC	Fiestas
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	9	DESARROLLAR EL TÍTULO DE MAESTRO ARTESANO	Agroalimentaria I
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	7	CUMPLIR REGLAMENTACIÓN	Agroalimentaria III
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	5	DISTINTIVO DE CALIDAD ARTESANA. DCA	Agroalimentaria III
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	8	ETIQUETA ORIGEN PRODUCTO ORIGEN VIDRIO. REICLADO	Cerámica y Vidrio
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	9	APLICACIÓN ART.130.1 CONSTITUCIÓN ESPANOLA	Cerámica y Vidrio
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	7	DENOMINACIONES DE ORIGEN, ETIQUETAS DE ARTESANIA	Entidades Asociativas Genéricas
14	DCA y/o Normativa	OPORTUNIDADES	6	MADE IN VALENCIA/SPAIN. IDENTIFICACIÓN PRODUCTO	Moda
15	Recursos humanos	OPORTUNIDADES	5	PROFESIONALIDAD EXISTENTE	Instrumentos Musicales
20	Varios	OPORTUNIDADES	8	AYUDAS DE LAS ADMON'S	Fiestas
20	Varios	OPORTUNIDADES	3	PREDISPOSICION ADMON. CREACIÓN PROGRAMAS	Moda



## 4. RESUMEN DE FORTALEZAS

Código	Grupo fortalezas	Nº Mesas	Nº Fortalezas
01	Dimensión y tipo empresa	11	24
03	Producto	11	36
04	Proceso fabricación	2	3
06	Nuevas tecnologías	3	3
07	Imagen, promoción y publicidad	11	36
08	Comercial	10	38
10	Cambio	6	6
11	Formación	2	2
12	Financiación	1	1
13	Asociacionismo	1	1
14	DCA y/o Normativa	5	7
15	Recursos humanos	3	4
20	Varios	3	3

Así pues el Sector Artesano de la Comunidad Valenciana entiende que las mayores fortalezas del sector vienen de la imagen actual del producto artesano y su relación con el cliente, así como de la comercialización y personalización del producto, del producto en sí e incluso, piensa que el tamaño de empresa es el adecuado a los modos de competir.

Todo esto puede verse en detalle, en la siguiente tabla que es la de Detalle de Fortalezas DAFO:



## 4.1. DETALLE FORTALEZAS DAFO

Cód	Área	Apartado	línea	Fortaleza	Mesa
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	8	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Agroalimentaria I
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	2	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO, TRADICION	Agroalimentaria I
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	7	BUENA IMAGEN ACTUAL	Agroalimentaria II
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	7	PRESTIGIO, DISTINCIÓN Y RECONOCIMIENTO	Agroalimentaria III
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	4	VENTA CARTA	Agroalimentaria III
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	8	CAPACIDAD, OPERATIVIDAD Y FLEXIBILIDAD	Agroalimentaria IV
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	4	TRATO DIRECTO Y PERSONALIZADO	Agroalimentaria IV
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	5	OFICIO Y PROFESIONALIDAD Y TRADICION, GENERACION	Agroalimentaria IV
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	2	BUEN HACER Y TRADICION	Cerámica y Vidrio
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	3	FLEXIBILIDAD DE VARIACIONES PRODUCTO A LA DEMANDA	Cerámica y Vidrio
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	3	CONFIANZA DE CLIENTES, PRESTIGIO	Entidades Asociativas Genéricas
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	1	EMPRESA FAMILIAR, UNIDAD FAMILIAR PRODUCTIVA	Entidades Asociativas Genéricas
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	7	CREATIVIDAD E INNOVACION, DISEÑO	Entidades Asociativas Genéricas
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	7	CREATIVIDAD Y ARTE	Fiestas
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	2	EXPERIENCIA DE LA MdO	Instrumentos Musicales
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	5	FLEXIBILIDAD DE PRODUCTO ANTE EL CLIENTE	Instrumentos Musicales
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	2	SABER HACER	Madera y Afines
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	4	FLEXIBILIDAD POR TAMAÑO	Madera y Afines
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	6	TRADICION SOSTENIDA DE CALIDAD	Moda
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	14	PERSONALIZACION	Moda
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	9	DISEÑOS PROPIOS. CAPACIDAD DE DISEÑO Y CREACION	Moda
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	11	GARANTIA DE PRODUCTO Y CERTIFICACION	Moda
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	14	PERSONALIZACIÓN	Moda
01	Dimensión y tipo empresa	FORTALEZAS	2	FLEXIBILIDAD	Oficios Varios
03	Producto	FORTALEZAS	8	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Agroalimentaria I
03	Producto	FORTALEZAS	9	GAMA EXTENSA DE SABORES	Agroalimentaria I
03	Producto	FORTALEZAS	4	PRODUCTO DE CALIDAD, DIFERENCIADO Y ALTO V.A.	Agroalimentaria I
03	Producto	FORTALEZAS	1	EXPERIENCIA PROFESIONAL Y PROD.	Agroalimentaria I



Cód	Área	Apartado	línea	Fortaleza	Mesa
03	Producto	FORTALEZAS	3	CALIDAD DE PRODUCTO	Agroalimentaria II
03	Producto	FORTALEZAS	6	GAMA EXTENSA DE PRODUCTOS Y ESTILOS	Cerámica y Vidrio
03	Producto	FORTALEZAS	4	INNOVACIÓN Y DISEÑO DE FORMAS Y DECORADOS	Cerámica y Vidrio
03	Producto	FORTALEZAS	2	BUEN HACER Y TRADICIÓN	Cerámica y Vidrio
03	Producto	FORTALEZAS	1	PRODUCTO DE BUENA CALIDAD	Cerámica y Vidrio
03	Producto	FORTALEZAS	7	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, DISEÑO	Entidades Asociativas Genéricas
03	Producto	FORTALEZAS	2	PRODUCTO ARTESANO, DIFERENCIACIÓN Y CALIDAD	Entidades Asociativas Genéricas
03	Producto	FORTALEZAS	6	EXCLUSIVIDAD DE CV	Fiestas
03	Producto	FORTALEZAS	1	CALIDAD DE PRODUCTO	Fiestas
03	Producto	FORTALEZAS	3	IMAGEN DE PRODUCTO	Instrumentos Musicales
03	Producto	FORTALEZAS	3	PLURALIDAD Y VARIEDAD DE PRODUCTOS	Madera y Afines
03	Producto	FORTALEZAS	1	PRODUCTO DE GRAN VALOR ANADIDO	Madera y Afines
03	Producto	FORTALEZAS	11	GARANTÍA DE PRODUCTO Y CERTIFICACIÓN	Moda
03	Producto	FORTALEZAS	9	DISEÑOS PROPIOS. CAPACIDAD DE DISEÑO Y CREACIÓN	Moda
04	Proceso fabricación	FORTALEZAS	8	CAPACIDAD, OPERATIVIDAD Y FLEXIBILIDAD	Agroalimentaria IV
04	Proceso fabricación	FORTALEZAS	4	EXPERIENCIA EN LOS PROCESOS, CONOCIMIENTO DEL OFICIO	Oficios Varios
04	Proceso fabricación	FORTALEZAS	6	CONOCIMIENTOS DE MMPP	Oficios Varios
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO, TRADICIÓN	Agroalimentaria I
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO, TRADICIÓN	Agroalimentaria I
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	8	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Agroalimentaria I
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	7	BUENA IMAGEN ACTUAL	Agroalimentaria II
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	5	RELACION DIRECTA CON EL CLIENTE. FEEDBACK	Agroalimentaria II
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	4	VENTA CARTA	Agroalimentaria III
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	7	PRESTIGIO, DISTINCIÓN Y RECONOCIMIENTO	Agroalimentaria III
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	4	TRATO DIRECTO Y PERSONALIZADO	Agroalimentaria IV
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	5	OFICIO Y PROFESIONALIDAD Y TRADICIÓN, GENERACION	Agroalimentaria IV
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	3	FLEXIBILIDAD DE VARIACIONES PRODUCTO A LA DEMANDA	Cerámica y Vidrio
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	BUEN HACER Y TRADICIÓN	Cerámica y Vidrio
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	3	CONFIANZA DE CLIENTES, PRESTIGIO	Entidades Asociativas Genéricas
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	7	CREATIVIDAD Y ARTE	Fiestas
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	4	ADAPTACION AL CAMBIO. FLEXIBILIDAD	Fiestas
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	6	EXCLUSIVIDAD DE CV	Fiestas



Cód	Área	Apartado	línea	Fortaleza	Mesa
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	EXPERIENCIA DE LA MdO	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	5	FLEXIBILIDAD DE PRODUCTO ANTE EL CLIENTE	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	3	IMAGEN DE PRODUCTO	Instrumentos Musicales
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	SABER HACER	Madera y Afines
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	4	FLEXIBILIDAD POR TAMANO	Madera y Afines
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	11	GARANTÍA DE PRODUCTO Y CERTIFICACIÓN	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	6	TRADICIÓN SOSTENIDA DE CALIDAD	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	9	DISEÑOS PROPIOS. CAPACIDAD DE DISEÑO Y CREACIÓN	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	14	PERSONALIZACIÓN	Moda
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	2	FLEXIBILIDAD	Oficios Varios
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	4	EXPERIENCIA EN LOS PROCESOS, CONOCIMIENTO DEL OFICIO	Oficios Varios
07	Imagen, promoción y publicidad	FORTALEZAS	3	RELACION CALIDAD PRECIO	Oficios Varios
08	Comercial	FORTALEZAS	5	RELACIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE. FEEDBACK	Agroalimentaria II
08	Comercial	FORTALEZAS	2	ESPECIALIZACIÓN: CALIDAD, SERVICIO Y VARIEDAD	Agroalimentaria III
08	Comercial	FORTALEZAS	1	COMODIDAD CLIENTE: PROXIMIDAD, VENTA PERSONALIZADA	Agroalimentaria III
08	Comercial	FORTALEZAS	4	VENTA CARTA	Agroalimentaria III
08	Comercial	FORTALEZAS	1	SATISFACCIÓN NECESIDADES DEL CONSUMIDOR -DETALL	Agroalimentaria IV
08	Comercial	FORTALEZAS	4	TRATO DIRECTO Y PERSONALIZADO	Agroalimentaria IV
08	Comercial	FORTALEZAS	2	BUEN HACER Y TRADICIÓN	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	FORTALEZAS	3	FLEXIBILIDAD DE VARIACIONES PRODUCTO A LA DEMANDA	Cerámica y Vidrio
08	Comercial	FORTALEZAS	3	CONFIANZA DE CLIENTES, PRESTIGIO	Entidades Asociativas Genéricas
08	Comercial	FORTALEZAS	4	ADAPTACIÓN AL CAMBIO. FLEXIBILIDAD	Fiestas
08	Comercial	FORTALEZAS	3	PLURALIDAD Y VARIEDAD DE PRODUCTOS	Madera y Afines
08	Comercial	FORTALEZAS	3	RELACION CALIDAD PRECIO	Oficios Varios
08	Comercial	FORTALEZAS	1	SERVICIO AL CLIENTE	Oficios Varios
08	Comercial	FORTALEZAS	2	FLEXIBILIDAD	Oficios Varios
10	Cambio	FORTALEZAS	4	ADAPTACION AL CAMBIO. FLEXIBILIDAD	Fiestas
12	Financiación	FORTALEZAS	1	FORMA DE PAGO. PREPAGO O CARTA DE CREDITO	Instrumentos Musicales
15	Recursos humanos	FORTALEZAS	1	EXPERIENCIA PROFESIONAL Y PROD.	Agroalimentaria I
15	Recursos humanos	FORTALEZAS	2	BUEN HACER Y TRADICIÓN	Cerámica y Vidrio
15	Recursos humanos	FORTALEZAS	2	EXPERIENCIA DE LA MdO	Instrumentos Musicales
20	Varios	FORTALEZAS	1	DESARROLLO SOSTENIBLE	Agroalimentaria II





**Anejo 4: Detalle CAME propuesto**



# Plan de Competitividad

Sectores Artesanos  
de la  
Comunidad Valenciana  
2007 – 2009

Anejo 4: Detalle CAME propuesto



GENERALITAT VALENCIANA  
CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA





## **ÍNDICE**

1. DETALLE CAME PROPUESTO .....	119
---------------------------------	-----





## 1. Detalle CAME propuesto

c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
01	01	Actualización procedimiento DCA	LEGISLACIÓN DE LA CV SOBRE ARTESANÍA(IMP.,DCA, ARTESANO)	Moda
01	01	Actualización procedimiento DCA	NUEVO DECA VINCULADO A TERRITORIO	Agroalimentaria II
01	01	Actualización procedimiento DCA	DESARROLLO NORMATIVO: USO ARTES.,ETIQUETAS Y PTO VENTA, norma general de publicidad	Agroalimentaria III
01	01	Actualización procedimiento DCA	USO Y CONCESIÓN ETIQUETA SEGUN CRITERIO GREMIOS	Madera y Afines
01	01	Actualización procedimiento DCA	DCA ARTESANO	Agroalimentaria IV
01	01	Actualización procedimiento DCA	REFORZAR EL DCA, ETIQUETA ARTESANA	Oficios Varios
01	01	Actualización procedimiento DCA	ETIQUETAJE ARTESANO DE CV, EXPLOTAR Y PROMOCIONAR	Oficios Varios
01	01	Actualización procedimiento DCA	REVISION CRITERIOS DE USO ETIQUETA ARTESANÍA CV.	Cerámica y Vidrio
01	01	Actualización procedimiento DCA	REFORZAR EL DCA	Fiestas
01	01	Actualización procedimiento DCA	USOS DE LA ETIQUETA ARTESANA	Entidades Asociativas Genéricas
01	01	Actualización procedimiento DCA	REFORZAR EL VALOR DE LA ETIQUETA ARTESANA	Agroalimentaria III
01	01	Actualización procedimiento DCA	CREACION "CONSEJO RECTOR/CONTROLADOR ARTESANO"	Agroalimentaria I
01	01	Actualización procedimiento DCA	USO ETIQUETA ARTESANA, ...	Agroalimentaria II
01	01	Actualización procedimiento DCA	COMITÉ/CONSEJO DE GREMIOS	Madera y Afines
01	03	Normativa	NORMAS Y CONTROL DEL USO ARTESANÍA: PROD. ESTABL., PUBLICIDAD, ETC.	Agroalimentaria I
01	03	Normativa	NORMATIVA Y VIGILANCIA REGULACION ARTESANO	Agroalimentaria II
01	03	Normativa	TITULO RECONOCIDO PARA PODER EJERCER EL OFICIO	Agroalimentaria III
01	03	Normativa	IMPLICACION ADMON CUMPLIMIENTO NORMATIVA	Agroalimentaria III
01	03	Normativa	TRATAMIENTO FISCAL DIFERENCIADO AL ARTESANO	Fiestas
01	03	Normativa	IMPUESTOS PREFERENTES, SEGÚN ART.130 CONST ESPANOLA	Fiestas
01	03	Normativa	REGULACIÓN: P.E. INDICAR PROCEDENCIA OBLIGATORIA, ...	Instrumentos Musicales
01	03	Normativa	COLEGIACIÓN OBLIGATORIA	Moda
01	03	Normativa	LEGISLACION DE LA CV SOBRE ARTESANIA(IMP.,DCA, ARTESANO)	Moda
01	03	Normativa	REGIMEN ESPECIAL, LABORAL, SS, ARTESANO -FLEXIBILIDAD, DISCRIMINACIÓN	Oficios Varios
01	03	Normativa	DESARROLLO NORMATIVO: USO ARTES.,ETIQUETAS Y PTO VENTA, norma general de publicidad	Agroalimentaria III
01	03	Normativa	APAPTACIÓN ARTESANAL DE LA REGLAMENTACION TÉCNICO SANITARIO	Agroalimentaria IV
01	03	Normativa	APLICACIÓN REAL ART.130 -VENTAJAS AL SECTOR POR ADMON	Cerámica y Vidrio



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
01	03	Normativa	REGULACIÓN Y USO PALABRA ARTESANÍA	Entidades Asociativas Genéricas
01	03	Normativa	DISCRIMINACIÓN POSITIVA DEL ARTESANO: SS, FORM, IVAS, ETC., ley de artesanía	Madera y Afines
01	03	Normativa	USO Y CONCESIÓN ETIQUETA SEGUN CRITERIO GREMIOS	Madera y Afines
01	03	Normativa	REGLAMENTACIÓN, CONTROL, CALIDAD Y SU APLICACIÓN	Oficios Varios
01	03	Normativa	REGULAR CONDICIONES PARA LA APERTURA DE OBRADOR	Agroalimentaria I
01	03	Normativa	REGULACION, VIGILANCIA Y ACTUACION PROD. EXTRANJEROS Y EMP. COMERCIALES	Cerámica y Vidrio
01	03	Normativa	APLICAR EL ART.130.1 A LOS ARTESANOS, MODIFICAR IAE	Entidades Asociativas Genericas
01	03	Normativa	DISCRIMINACIÓN POSITIVA PARA I+D+i ARTESANOS	Instrumentos Musicales
01	03	Normativa	ACUERDO MARCO LABORAL ESPECIFICO DE ARTESANOS	Agroalimentaria I
01	03	Normativa	ADAPTACIÓN NORMATIVA SANITARIA AL ARTESANO. REG VLC	Agroalimentaria II
01	03	Normativa	REGULACIÓN DE CONTRATACIÓN POR LAS ADMON'S	Fiestas
01	03	Normativa	REGIMEN ESPECIAL FISCAL, DISCRIMINACIÓN POSITIVA	Oficios Varios
01	03	Normativa	MODIFICAR SISTEMA FISCAL	Entidades Asociativas Genericas
01	03	Normativa	CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA ESP. Y CE PROD.ASIÁTICOS	Madera y Afines
01	03	Normativa	ELABORACIÓN Y DIVULGACIÓN NORMATIVA, ENTENDIBLE	Agroalimentaria III
01	03	Normativa	UNIFICAR Y ESTANDARIZAR CONTRATOS	Fiestas
01	03	Normativa	SEG.SOCIAL DE EMPLEADOS	Entidades Asociativas Genericas
01	03	Normativa	IGUALDAD DE HUMOS -TABACO	Agroalimentaria III
01	03	Normativa	DISCRIMINACIÓN POSITIVA ARTESANAL. ART.130.1; VENTAS A CONSUMID. FINAL	Agroalimentaria IV
01	03	Normativa	CONTROL APERTURA BAZARES ORIENTALES	Entidades Asociativas Genericas
01	03	Normativa	SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO	Entidades Asociativas Genericas
01	03	Normativa	VIGILANCIA CUMPLIMENTACIÓN REGLAMENTACIÓN ASIÁTICOS	Oficios Varios
02	01	Nuevos Procesos	I+D CERÁMICA, P.E. TÉCNICA, USOS, NUEVAS APLICACIONES	Cerámica y Vidrio
02	01	Nuevos Procesos	I+D+i DE ENVEJECIMIENTO DE MADERAS	Instrumentos Musicales
02	01	Nuevos Procesos	DISEÑO: APOYO PARA EL DESARROLLO, INST. DISEÑO ARTESANO	Oficios Varios





c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
02	01	Nuevos Procesos	SOPORTE DE GESTIÓN	Entidades Asociativas Genericas
02	01	Nuevos Procesos	ASESORÍA EXTERNA EN OPERACIONES Y FORMACIÓN DIRECTIVA	Fiestas
02	01	Nuevos Procesos	MEJORA DE PROCESOS: SUBCONTRATACIÓN, KAIZEN, MODULARIZACIÓN	Instrumentos Musicales
02	01	Nuevos Procesos	APOYO COMPRA MAQUINARIA, P.E. CONTROL NUMERICO	Instrumentos Musicales
02	01	Nuevos Procesos	UTILLAJES Y MAQU. CONTROL NUMERICO	Instrumentos Musicales
02	01	Nuevos Procesos	UNIDADES PRODUCTIVAS ENTRE EMPRESAS	Cerámica y Vidrio
02	01	Nuevos Procesos	INVERSION EN TECNOLOGÍA Y ESTABLECIMIENTOS	Agroalimentaria III
02	01	Nuevos Procesos	FACILITAR AYUDAS A I+D+i, Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	Moda
02	01	Nuevos Procesos	ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NNDD (C.ARTE,)	Moda
02	01	Nuevos Procesos	UTILIZAR LOS INSTITUTOS TECNOLOGICOS -I+D	Moda
02	01	Nuevos Procesos	INCORPORACIÓN DE CAD/CAM	Fiestas
02	01	Nuevos Procesos	I+D+i NUEVOS PROCESOS	Instrumentos Musicales
02	01	Nuevos Procesos	ADAPTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS A LAS OPERACIONES	Agroalimentaria IV
02	02	Nuevos Productos	POTENCIAR USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, INNOVAC -INTERNET, ETC..	Agroalimentaria IV
02	02	Nuevos Productos	I+D CERAMICA, P.E. TÉCNICA, USOS, NUEVAS APLICACIONES	Cerámica y Vidrio
02	02	Nuevos Productos	DESARROLLO DE NUEVOS DISEÑOS DE PRODUCTOS	Cerámica y Vidrio
02	02	Nuevos Productos	DISEÑO: APOYO PARA EL DESARROLLO, INST. DISEÑO ARTESANO	Oficios Varios
02	02	Nuevos Productos	FOMENTAR PRODUCTOS EXCLUSIVOS	Agroalimentaria III
02	02	Nuevos Productos	NUEVOS PRODUCTOS E INNOVACION	Fiestas
02	02	Nuevos Productos	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS	Oficios Varios
02	02	Nuevos Productos	INNOVAR NUEVOS PRODUCTO Y DISEÑOS	Entidades Asociativas Genericas
02	02	Nuevos Productos	AMPLIAR GAMA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Agroalimentaria III
02	02	Nuevos Productos	UNIDADES PRODUCTIVAS ENTRE EMPRESAS	Cerámica y Vidrio
02	02	Nuevos Productos	PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTO	Moda
02	02	Nuevos Productos	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS DE FORMA COMPARTIDA, PILOTOS PARA MINORÍAS	Agroalimentaria I
02	02	Nuevos Productos	ENVASADOS Y NUEVOS FORMATOS DE PRESENTACION, DIFERENCIAR	Agroalimentaria I
02	02	Nuevos Productos	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS, INNOVACION	Agroalimentaria II
02	02	Nuevos Productos	INVERSION EN TECNOLOGÍA Y ESTABLECIMIENTOS	Agroalimentaria III
02	02	Nuevos Productos	FACILITAR AYUDAS A I+D+i, Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	Moda
02	02	Nuevos Productos	DEPARTAMENTO DISEÑO GREMIOS	Moda
02	02	Nuevos Productos	AGILIZAR RESPUESTA A NUEVAS DEMANDAS	Agroalimentaria III



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
02	02	Nuevos Productos	UTILIZAR LOS INSTITUTOS TECNOLÓGICOS -I+D	Moda
02	02	Nuevos Productos	IMAGINACIÓN PARA DIFERENCIAR EL PRODUCTO	Moda
02	02	Nuevos Productos	INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVAS LINEAS	Agroalimentaria II
02	02	Nuevos Productos	DESARROLLO PROD.ECOLOGICO Y DIETETICOS	Agroalimentaria III
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	POTENCIAR USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, INNOVAC -INTERNET, ETC..	Agroalimentaria IV
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	RUTAS DE ARTESANÍA, LOCALES EN AEROPUERTOS, TURISMO	Entidades Asociativas Genericas
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA Y ESTABLECIMIENTOS	Agroalimentaria III
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	FACILITAR TRASLADO ARTESANOS A NUEVAS ZONAS	Agroalimentaria III
02	03	Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones	TIENDAS/LINEALES/CÓRNERNS ARTESANAS EN GRANDES CENTROS -AYUDAS	Agroalimentaria I
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	POTENCIAR USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, INNOVAC -INTERNET, ETC..	Agroalimentaria IV
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	INTERNET Y PÁGINA WEB	Agroalimentaria IV
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	CREAR UN PORTAL DE ARTISTA FALLERO Y DOTAR ASOCIADOS	Fiestas
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	RECEPCIÓN TELEFONICA -INTERNET- DE PEDIDOS	Agroalimentaria IV
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NNDD (C.ARTE,)	Moda
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	PORTAL POR GREMIO, IMAGEN ARTESANAL DE CALIDAD	Agroalimentaria I
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	PÁGINAS WEB Y CATÁLOGOS VIRTUALES	Entidades Asociativas Genericas
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	PORTAL DEL GREMIO	Instrumentos Musicales
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	ACCESO A INTERNET ZONAS RURALES	Agroalimentaria II



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
03	01	TIC Informatización asociaciones y artesanos	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II
03	02	Certificación de productos y garantías	AUTOCERTIFICACIÓN DE PRODUCTO	Instrumentos Musicales
03	02	Certificación de productos y garantías	PROMOCIONAR PRODUCTO ARTESANO, CERTIFICADO	Madera y Afines
03	02	Certificación de productos y garantías	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO -MARCA CV	Agroalimentaria I
03	02	Certificación de productos y garantías	DELEITAR AL CLIENTE, EXPLICAR, GARANTÍAS	Agroalimentaria II
03	02	Certificación de productos y garantías	CERTIFICACIÓN PRODUCTO POR ARTESANO	Entidades Asociativas Genericas
03	02	Certificación de productos y garantías	GARANTIA POR EL ARTESANO INDIVIDUAL DEL PRODUCTO, firmar el producto individualm	Moda
03	02	Certificación de productos y garantías	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO	Agroalimentaria II
03	02	Certificación de productos y garantías	CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANOS	Moda
03	02	Certificación de productos y garantías	FIRMA DE ARTESANO EN EL PRODUCTO, P.E. BANQUETES	Agroalimentaria I
03	02	Certificación de productos y garantías	CONTROLAR PROCESO DE ELABORACIÓN	Entidades Asociativas Genericas
03	02	Certificación de productos y garantías	GRUPOS DE MEJORA/CIRCULOS DE CALIDAD	Instrumentos Musicales
03	02	Certificación de productos y garantías	ESTABLECIMIENTO DE GARANTÍAS, PRODUCTO Y SERVICIOS	Oficios Varios
03	02	Certificación de productos y garantías	DESARROLLO DE MARCA/GREMIO	Moda
03	02	Certificación de productos y garantías	MARCA DE ARTESANÍA VALENCIANA (CONCURSOS, ETC)	Moda
03	02	Certificación de productos y garantías	TRABAJOS EXCLUSIVOS EN BASE AL DISEÑO Y TIRADAS CORTAS (CER.AUTOR)	Cerámica y Vidrio
03	03	Certificación de servicios/calidad	SISTEMAS DE CALIDAD	Cerámica y Vidrio
03	03	Certificación de servicios/calidad	DELEITAR AL CLIENTE, EXPLICAR, GARANTÍAS	Agroalimentaria II
03	03	Certificación de servicios/calidad	REGLAMENTACIÓN, CONTROL, CALIDAD Y SU APLICACIÓN	Oficios Varios
03	03	Certificación de servicios/calidad	DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD Y SERVICIO	Agroalimentaria III
03	03	Certificación de servicios/calidad	CONTROL TOTAL DEL PROCESO DESDE ORIGEN -TRAZABILIDAD	Oficios Varios
03	03	Certificación de servicios/calidad	CALIDAD SERVICIO EN EL COMERCIO	Agroalimentaria III
03	03	Certificación de servicios/calidad	CLIENTE FANTASMA/MISTERIOSO	Agroalimentaria IV
03	03	Certificación de servicios/calidad	SISTEMAS DE CALIDAD	Instrumentos Musicales
03	03	Certificación de servicios/calidad	SEIS SIGMA Y CONTROL ESTADÍSTICO DE PROCESO	Instrumentos Musicales
04	01	Campañas promocionales	CAMPANA DE PUBLICIDAD Y MARKETING	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	CAMPANAS PROMOCIONALES Y MOTIVACION, SALUD	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIONAR LA CALIDAD DE PRODUCTOS: CAMPANAS, CATAS,	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	"CULTURA DEL BOCADILLO": PUBLICIDAD POSITIVA	Agroalimentaria III
04	01	Campañas promocionales	ESCUELAS DE ARTESANOS, PROMOCION COLEGIOS	Agroalimentaria IV



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
04	01	Campañas promocionales	SERVICIO A CLIENTE: ASESORES CULINARIOS; ABRIR OBRADORES	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIÓN PROD.AUTOCTONOS, ARTESANOS -NACIONAL Y EXTRANJERO	Cerámica y Vidrio
04	01	Campañas promocionales	MANTENER PATRIMONIO CULTURAL	Cerámica y Vidrio
04	01	Campañas promocionales	DIVULGAR LA ARTESANÍA, PROMOCIONES, CAMPAÑAS, ACT.EXTRAESCOLARES, TALLERES EN VI	Entidades Asociativas Genericas
04	01	Campañas promocionales	CAMPANA DE MARKETING A NIVEL INSTITUCIONAL	Fiestas
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIONAR PRODUCTO ARTESANO, CERTIFICADO	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	CAMPANA IMAGEN: CONSUMO RESPONSABLE, RUTAS TURÍSTICAS, Niños y web	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	PUBLICIDAD VARIADA. TV, RADIO, ETC.. CON PARTICIPACION GREMIO	Moda
04	01	Campañas promocionales	PROMOCION, PUBLICIDAD ARTESANAL, CALIDAD, recetas, promociones culinarias, sanid	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	CATEGORÍA SOCIAL AL CARNICERO, PROMOCIÓN, Q SERV	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	FACILITAR INFORMACIÓN PRODUCTOS -PUBL; ETIQUETAJE, RECETAS	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	CAMPANAS PROMOCIONALES ADMON: RUTAS, MUSEO, ETC.	Fiestas
04	01	Campañas promocionales	PUBLICIDAD, PUBLICIDAD Y PUBLICIDAD	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	NUEVA IMAGEN DEL ARTESANO, PUBLICIDAD	Moda
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIONES DE CARACTERIZACIÓN/ESTUDIOS/EDUCACIÓN DE PRODUCTO	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	WEB INSTITUCIONAL CON ENCUESTAS, RESPUESTAS A DUDAS; "ARTESANO RESPONDE"	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	CAMPANAS PROMOCIONALES: INFORMACIÓN NUTRICIONAL, SECT	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	TALLERES/TIENDA ARTESANALES, EXHIBICIONES, SIMULACIONES	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	INTERPROFESIONAL A NIVEL CV, TASAS PARA PUBLICIDAD	Agroalimentaria III
04	01	Campañas promocionales	LO PEQUEÑO ES HERMOSO	Agroalimentaria III
04	01	Campañas promocionales	PROTECCIÓN Y DEFENSA DE TRADICIONES FESTIVAS CV	Fiestas
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIONES DE LA GUITARRA ESPANOLA, IVEX	Instrumentos Musicales
04	01	Campañas promocionales	DECORACIÓN MUNICIPIOS POR ARTESANOS,	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO A TRAVES DE LA ARTESANÍA	Oficios Varios
04	01	Campañas promocionales	CATAS Y TALLERES	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIÓN E IMAGEN DE LA ARTESANÍA	Agroalimentaria III
04	01	Campañas promocionales	CAMPANAS PARA PRESENTAR OFICIOS Y TRADICIONES	Entidades Asociativas Genericas
04	01	Campañas promocionales	APROVECHAR VENTAJAS DE SERVICIOS FRENTE PR.ASIAT	Madera y Afines



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
04	01	Campañas promocionales	APOYO DE PROGRAMA PUBLICIDAD/MARKETING EMPRESAS	Moda
04	01	Campañas promocionales	CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL PRODUCTO, PROD. Y CLIENTE	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	CONCURSO DE PRODUCTOS	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	SOPORTES PROMOCIONALES CONJUNTOS	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	MANTENER Y DIMENSIONAR PRODUCCIONES, DES. SOSTENIBLE	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	IMAGEN CORPORATIVA	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	CONCURSO INTERNACIONAL DE GUITARRA CIUDAD VALENCIA	Instrumentos Musicales
04	01	Campañas promocionales	NOCHE DE ARTESANIA	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	PUBLICITAR IMAGEN PROD.ARTESANO	Moda
04	01	Campañas promocionales	OTRAS APLICACIONES NUTRICIONALES	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	PROMOCION ARTESANAL	Agroalimentaria IV
04	01	Campañas promocionales	NOCHE DE LA ARTESANIA	Moda
04	01	Campañas promocionales	APROVECHAR RESULTADOS LIBRO BLANCO DE HELADOS	Agroalimentaria I
04	01	Campañas promocionales	DEGUSTACIONES PÚBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERÍA, FERIAS	Agroalimentaria II
04	01	Campañas promocionales	LA FANGA (R	Cerámica y Vidrio
04	01	Campañas promocionales	PROYECTO PUERTO	Instrumentos Musicales
04	01	Campañas promocionales	PROMOCION MATERIAL DIDÁCTICO EN COLEGIOS	Madera y Afines
04	01	Campañas promocionales	SERIES TV, PUBLICACIONES HISTÓRICAS DE GREMIOS ARTESANALES	Moda
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIÓN, PRESENCIA EN FERIAS	Oficios Varios
04	01	Campañas promocionales	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II
04	02	Rutas turísticas artesanales	RUTAS ARTESANAS TURISTICAS	Instrumentos Musicales
04	02	Rutas turísticas artesanales	RUTAS TURÍSTICAS Y ZONAS INTERES ARTESANAL, SENALIZAC	Agroalimentaria II
04	02	Rutas turísticas artesanales	RUTAS TURISTICAS ARTESANAS, ZONAS INTERÉS ARTESANAL, TALLER	Agroalimentaria II
04	02	Rutas turísticas artesanales	RUTAS DE ARTESANÍA, LOCALES EN AEROPUERTOS, TURISMO	Entidades Asociativas Genéricas
04	02	Rutas turísticas artesanales	CAMPANAS PROMOCIONALES ADMON: RUTAS, MUSEO, ETC.	Fiestas
04	02	Rutas turísticas artesanales	RUTAS TURÍSTICAS ARTESANAS	Cerámica y Vidrio
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	APOYO Y SUBVENCIONES ASISTENCIA A FERIAS	Entidades Asociativas Genéricas
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	AYUDAS ASISTENCIA FERIAS Y RELACIONES CONSERVATORIOS	Instrumentos Musicales
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	APOYO A FERIAS INTERNACIONALES, IVEX, ETC..	Madera y Afines
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	PROYECTO PUERTO/COPA AMERICA	Moda
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	TALLERES/TIENDA ARTESANALES, EXHIBICIONES, SIMULACIONES	Agroalimentaria II



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	FOMENTAR FERIAS ARTESANAS	Entidades Asociativas Genéricas
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	PROMOCIONES DE LA GUITARRA ESPANOLA, IVEX	Instrumentos Musicales
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	CATAS Y TALLERES	Agroalimentaria II
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	CREACIÓN FERIA DE ARTESANIA, DESDE CONSELLERIA	Agroalimentaria II
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	PROSPECCIÓN FERIAS Y NUEVOS MERCADOS	Instrumentos Musicales
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	APOYO FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES	Moda
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	FERIAS, INTERNAC., CONGRESOS	Agroalimentaria II
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	SEMANA/FERIA ARTESANIA	Moda
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	DEGUSTACIONES PUBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERIA, FERIAS	Agroalimentaria II
04	03	Ayuda ferias, misiones y otros eventos	FERIAS LOCALES,	Agroalimentaria II
04	04	Ayudas exposición y venta	PROMOCIÓN ARTESANAL DIFERENCIADA: PUERTO, CENTRO ARTESANIA, ETC...	Moda
04	04	Ayudas exposición y venta	COMERCIO/MARKETING PLURIARTESANO, ETC.,	Entidades Asociativas Genéricas
04	04	Ayudas exposición y venta	EXPOSICIONES Y VENTA DE PRODUCTOS -KART-, TIENDAS	Entidades Asociativas Genéricas
04	04	Ayudas exposición y venta	EXPOSICIÓN Y VENTA DE ARTESANIA EN EL CENTRO DE ARTE.	Cerámica y Vidrio
04	04	Ayudas exposición y venta	DEGUSTACIONES PÚBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERIA, FERIAS	Agroalimentaria II
04	04	Ayudas exposición y venta	TIENDAS ARTESANAS -MOVILES Y/O FIJAS	Cerámica y Vidrio
04	05	Internacionalización.	TIENDAS EN DUTY FREE AEROPUERTOS INST.MUSICALES, etiquetas artesanía CV, publici	Instrumentos Musicales
04	05	Internacionalización.	CREAR CONSORCIOS POR SECTOR PARA INTERNACIONALIZAR	Cerámica y Vidrio
04	05	Internacionalización.	MISIONES DE FEDERACIONES, GREMIOS, ETC.	Agroalimentaria I
04	05	Internacionalización.	CONSORCIO EXPORTACION ARTESANAL	Madera y Afines
04	05	Internacionalización.	POTENCIAR EL SERVICIO DEL IVEX PARA EL SECTOR ARTESANO	Cerámica y Vidrio
04	05	Internacionalización.	FACILITAR EXPORTACIÓN MERCANCIAS PELIGROSAS PTO.VLC	Fiestas
04	05	Internacionalización.	PROMOCIÓN Y SEGUIMIENTO INTERNACIONAL/POR SECTORES	Moda
04	05	Internacionalización.	IVEX, CÁMARAS DE COMERCIO, ETC	Moda
04	05	Internacionalización.	INTERCAMBIOS INTERNACIONALES ARTESANOS, APOYO	Entidades Asociativas Genéricas
04	05	Internacionalización.	UTILIZACION DEL IVEX: INTERNACIONALIZACION	Agroalimentaria II
04	06	Marcas y denominaciones de origen	DENOMINACIÓN ORIGEN, TERRITORIO/ZONA ARTESANAL	Agroalimentaria II
04	06	Marcas y denominaciones de origen	APOYO LANZAMIENTO DE MARCA -MANISES Y OLLERIA.	Cerámica y Vidrio
04	06	Marcas y denominaciones de origen	REFORZAR MARCA ARTESANA Y PERSONAL	Instrumentos Musicales



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
04	06	Marcas y denominaciones de origen	MARCA DE CALIDAD DEL GREMIO	Agroalimentaria IV
04	06	Marcas y denominaciones de origen	DEFINIR Y POTENCIAR MARCA ÚNICA ARTESANÍA EN CV	Entidades Asociativas Genéricas
04	06	Marcas y denominaciones de origen	DESARROLLO DE MARCA/GREMIO	Moda
04	06	Marcas y denominaciones de origen	MARCA DE ARTESANÍA VALENCIANA (CONCURSOS, ETC)	Moda
04	07	Portales. WEB's	WEB INSTITUCIONAL CON ENCUESTAS, RESPUESTAS A DUDAS; "ARTESANO RESPONDE"	Agroalimentaria I
04	07	Portales. WEB's	CATALOGOS DE ARTESANÍA	Moda
04	07	Portales. WEB's	WEB ARTESANÍA, EN CONDICIONES INTERNET Y PÁGINA WEB	Madera y Afines
04	07	Portales. WEB's	INTERNET Y PÁGINA WEB	Agroalimentaria IV
04	07	Portales. WEB's	CREAR UN PORTAL DE ARTISTA FALLERO Y DOTAR ASOCIADOS	Fiestas
04	07	Portales. WEB's	PORTAL DE INTERNET DE ART.VALENCIANA	Moda
04	07	Portales. WEB's	RECEPCION TELEFONICA -INTERNET- DE PEDIDOS	Agroalimentaria IV
04	07	Portales. WEB's	PORTAL POR GREMIO, IMAGEN ARTESANAL DE CALIDAD	Agroalimentaria I
04	07	Portales. WEB's	PÁGINAS WEB Y CATALOGOS VIRTUALES	Entidades Asociativas Genéricas
04	07	Portales. WEB's	PORTAL DEL GREMIO	Instrumentos Musicales
04	07	Portales. WEB's	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	BUSQUEDA Y DESARROLLO NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	Cerámica y Vidrio
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	IDENTIFICAR NUEVAS NECESIDADES, CANALES, TENDENCIAS	Cerámica y Vidrio
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	ESTUDIOS ESTRATÉGICOS DEL SECTOR -VIABILIDAD	Cerámica y Vidrio
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	ESTUDIO POLÍTICA DE PRECIOS VS POLÍTICA DE COSTES	Fiestas
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	DECORACION MUNICIPIOS POR ARTESANOS,	Madera y Afines
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	INMIGRANTES, CONOCER CULTURA, NUEVO MERCADO	Agroalimentaria IV
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	POTENCIAR SERVICIO A DOMICILIO	Agroalimentaria IV
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	REPARTO A DOMICILIO	Agroalimentaria IV
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	ESTUDIOS DE CLIENTE, MERCADOS, OBSERVATORIO	Agroalimentaria I
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	POTENCIAR OTROS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	Agroalimentaria I
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCION	Agroalimentaria III
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	PROMOVER Y FOMENTAR NUEVOS SERVICIOS -NNTT	Agroalimentaria III
04	08	Estudios de marketing y viabilidad	SERVICIO A DOMICILIO	Agroalimentaria I
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	I+D CERAMICA, P.E. TÉCNICA, USOS, NUEVAS APLICACIONES	Cerámica y Vidrio



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	ATENCIÓN PERSONALIZADA: TRATO, ASESORAMIENTO	Entidades Asociativas Genéricas
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	ADECUARSE AL PERFIL CLIENTE ZONA	Agroalimentaria III
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD Y SERVICIO	Agroalimentaria III
05	01	Estudios de diversificación y diferenciación	ESPECIALIZACIÓN, REDUCCIÓN DE REFERENCIAS	Agroalimentaria IV
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	POTENCIAR CENTROS DE COMPRA	Agroalimentaria I
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	SERVICIO A CLIENTE: ASESORES CULINARIOS; ABRIR OBRADORES	Agroalimentaria IV
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	RUTAS ARTESANAS TURÍSTICAS	Instrumentos Musicales
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	AYUDAS ASISTENCIA FERIAS Y RELACIONES CONSERVATORIOS	Instrumentos Musicales
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	ESCUELA ARTESANA BÁSICA PARA VARIOS SECTORES	Fiestas
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CONEXIÓN EMPRESA INDUSTRIAL Y ARTESANO	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	COLABORACIÓN CON HOSTELERÍA DE PROD.ARTES. NORMALIZADOS	Agroalimentaria I
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	COLABORACION CON HOSTELERÍA	Agroalimentaria II
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CATAS Y TALLERES	Agroalimentaria II
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CREAR CONSORCIOS POR SECTOR PARA INTERNACIONALIZAR	Cerámica y Vidrio
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	FOMENTO DE ASOCIACIONISMO PARA COMERCIALIZACIÓN, REDES	Entidades Asociativas Genéricas
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CAMPANAS PARA PRESENTAR OFICIOS Y TRADICIONES	Entidades Asociativas Genéricas





c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	POOL DE FIESTAS	Fiestas
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	APROVECHAR VENTAJAS DE SERVICIOS FRENTE PR.ASIAT	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	GENERAR OPINIÓN EN BASE CIENTIFICA, PAN NO ENGORDA	Agroalimentaria III
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	SOPORTES PROMOCIONALES CONJUNTOS	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CONSORCIO EXPORTACIÓN ARTESANAL	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	UNIDAD DE COMUNICACIÓN CON DIETISTAS	Agroalimentaria I
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	COLABORACIÓN CON RESTAURADORES	Agroalimentaria IV
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	IMAGEN CORPORATIVA	Agroalimentaria IV
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	ADAPTAR VIDRIO Y CERÁMICA A OTROS CLIENTES/SECTORES P.E. CONSTR, ETC	Cerámica y Vidrio
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	COMERCIO/MARKETING PLURIARTESANO, ETC.,	Entidades Asociativas Genéricas
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CONCURSO INTERNACIONAL DE GUITARRA CIUDAD VALENCIA	Instrumentos Musicales
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CREACIÓN DE COMERCIAL PARA DISTRIBUCIÓN PRODUCTOS	Moda
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	OTRAS APLICACIONES NUTRICIONALES	Agroalimentaria I
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS, REDUCCIÓN DE COSTES	Agroalimentaria III
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	RUTAS TURISTICAS ARTESANAS	Cerámica y Vidrio
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	PROYECTOS AGRUPADOS	Moda
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	ARTESANÍA COMO RECURSO TURISTICO	Moda



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	DEGUSTACIONES PUBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERIA, FERIAS	Agroalimentaria II
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	INTERDULCE	Agroalimentaria III
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	CENTRAL DE COMPRAS	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	PROMOCIÓN MATERIAL DIDÁCTICO EN COLEGIOS	Madera y Afines
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	PROMOCION, PRESENCIA EN FERIAS	Oficios Varios
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	SUMINISTRAR A CENTROS DE PRESTIGIO	Agroalimentaria III
06	01	Estudios de cooperación y asociacionismo	POTENCIAR LA UNIÓN ENTRE GANADEROS Y ELABORADORES	Agroalimentaria II
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	PROMOCIONAR LA ENSEÑANZA Y FORMACIÓN	Agroalimentaria IV
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	PROGRAMAS FORMATIVOS QUE MANTENGAN EL OFICIO	Cerámica y Vidrio
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	MEJOR ACCESO A LA INFORMACIÓN	Fiestas
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	POTENCIAR ESCUELAS DE DISEÑO/OFICIO ARTESANAS	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	REPLANTEAR ORGANOS DE LA ARTESANIA: CENTRO ÚNICO, ...	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	INSTITUTO TECNOLÓGICO ARTESANO	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	FORMACIÓN CONTINUA	Agroalimentaria I
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS ARTESANAS	Agroalimentaria I



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	I+D+i, CENTRO ARTESANO	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	OBSERVATORIO DE LA ARTESANIA	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	WEB INSTITUCIONAL CON ENCUESTAS, RESPUESTAS A DUDAS; "ARTESANO RESPONDE"	Agroalimentaria I
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	DESARROLLO DE FORMACION	Agroalimentaria II
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	FORMACION CONTINUA Y RECICLAJE	Agroalimentaria IV
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	DESARROLLO Y EJECUCIÓN PROGRAMAS FORMATIVOS	Cerámica y Vidrio
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	CENTRO DE INFO.Y ASISTENCIA PARA AYUDAS ARTES -VENTANILLA	Entidades Asociativas Genericas
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	ESCUELA ARTESANA BASICA PARA VARIOS SECTORES	Fiestas
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS, CENTRO TECNOLOGICO, GEST...	Madera y Afines
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	GABINETE DE APOYO EN TEMAS GEST./MKTING/COMER. -FEDERADO	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	PROMOCION ARTESANAL DIFERENCIADA: PUERTO, CENTRO ARTESANIA, ETC...	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	VENTANILLA DE COORDINACION UNICA DE ARTESANOS CON LAS ADMON'S	Agroalimentaria I
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	DESARROLLO DE FORMACION, REGLADA	Agroalimentaria IV
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	WEB ARTESANIA, EN CONDICIONES	Madera y Afines
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	PORTAL DE INTERNET DE ART.VALENCIANA	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	ESTUDIOS DE CLIENTE, MERCADOS, OBSERVATORIO	Agroalimentaria I
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	OBSERVATORIO DE TENDENCIAS, HABITOS, SALUD Y CONSUMOS	Agroalimentaria III



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	Agroalimentaria III
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	INSTITUTO DE LA ARTESANÍA	Agroalimentaria III
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	CLUB DE EXPERTOS, INTERCAMBIOS -BENCHMARKING	Madera y Afines
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	PROMOCIÓN Y SEGUIMIENTO INTERNACIONAL/POR SECTORES	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	DETECTAR NECESIDADES DE FORMACION	Agroalimentaria III
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	EXPOSICIONES Y VENTA DE PRODUCTOS -KART-, TIENDAS	Entidades Asociativas Genericas
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	UTILIZAR LOS INSTITUTOS TECNOLÓGICOS -I+D	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	DOTAR DE CONTENIDO/MEDIOS AL CENTRO DE ARTESANÍA	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	FORMACIÓN/INFO EMPRESARIAL (P.E. DISEÑADORES)	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	ASESOR A LAS EMPRESAS A LA EMPRESAS MERCHANDAISING	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	NUEVO CENTRO DE ARTESANÍA	Moda
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	CENTRO DE APOYO DE GESTIÓN EMPRESARIAL	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	INFORMACIÓN DE SERVICIOS, DIVULGACIÓN	Oficios Varios
07	01	Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la CV.	MEJORAR COMUNICACIÓN CON UNIVERSIDAD E INST./INVEST	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CAMPANAS PROMOCIONALES Y MOTIVACIÓN, SALUD	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	"CULTURA DEL BOCADILLO": PUBLICIDAD POSITIVA	Agroalimentaria III



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIONAR LA ENSEÑANZA Y FORMACIÓN	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	POTENCIAR USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, INNOVAC -INTERNET, ETC..	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	SERVICIO A CLIENTE: ASESORES CULINARIOS; ABRIR OBRADORES	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	DIVULGAR LA ARTESANIA, PROMOCIONES, CAMPANAS, ACT.EXTRAESCOLARES, TALLERES EN VI	Entidades Asociativas Genéricas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ATENCIÓN PERSONALIZADA: TRATO, ASESORAMIENTO	Entidades Asociativas Genéricas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	FORMACIÓN PROFESIONAL Y GERENCIAL, A MEDIDA DEL ARTESANO	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIONAR PRODUCTO ARTESANO, CERTIFICADO	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CAMPANA IMAGEN: CONSUMO RESPONSABLE, RUTAS TURÍSTICAS, Niños y web	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	GENERAR CULTURA DE EMPRESA	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ADECUARSE AL PERFIL CLIENTE ZONA	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIÓN, PUBLICIDAD ARTESANAL, CALIDAD, recetas, promociones culinarias, sanid	Agroalimentaria IV



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	FACILITAR INFORMACIÓN PRODUCTOS -PUBL; ETIQUETAJE, RECETAS	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	SOPORTE DE GESTIÓN	Entidades Asociativas Genericas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ASESORIA EXTERNA EN OPERACIONES Y FORMACIÓN DIRECTIVA	Fiestas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CAMPANAS PROMOCIONALES ADMON: RUTAS, MUSEO, ETC.	Fiestas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	NUEVA IMAGEN DEL ARTESANO, PUBLICIDAD	Moda
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIONES DE CARACTERIZACIÓN/ESTUDIOS/EDUCACIÓN DE PRODUCTO	Agroalimentaria I
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CAMPANAS PROMOCIONALES: INFORMACIÓN NUTRICIONAL, SECT	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	TALLERES/TIENDA ARTESANALES, EXHIBICIONES, SIMULACIONES	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	LO PEQUEÑO ES HERMOSO	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	FOMENTAR RELEVO GENERACIONAL	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ADAPTAR HORARIOS A CLIENTES	Agroalimentaria IV



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	DECORACIÓN MUNICIPIOS POR ARTESANOS,	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CATAS Y TALLERES	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	AUTOESTIMA PROFESIONAL, FOMENTAR	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CAMPANAS PARA PRESENTAR OFICIOS Y TRADICIONES	Entidades Asociativas Genéricas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	APROVECHAR VENTAJAS DE SERVICIOS FRENTE PR.ASIAT	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ENSEÑAR	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL PRODUCTO, PROD. Y CLIENTE	Agroalimentaria I
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CONCURSO DE PRODUCTOS	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CONCIENCIAR NECESIDAD DE FORMACION	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	POTENCIAR INFLUENCIA EN CLIENTES, CONFIANZA	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	INTERNET Y PAGINA WEB	Agroalimentaria IV



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CREAR UN PORTAL DE ARTISTA FALLERO Y DOTAR ASOCIADOS	Fiestas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	SOPORTES PROMOCIONALES CONJUNTOS	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCION	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	IMAGEN CORPORATIVA	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	CONCURSO INTERNACIONAL DE GUITARRA CIUDAD VALENCIA	Instrumentos Musicales
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	OTRAS APLICACIONES NUTRICIONALES	Agroalimentaria I
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	RECEPCIÓN TELEFÓNICA -INTERNET- DE PEDIDOS	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ORGANIZACIÓN/GESTIÓN	Moda
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NNDD (C.ARTE,)	Moda
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PORTAL POR GREMIO, IMAGEN ARTESANAL DE CALIDAD	Agroalimentaria I
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PÁGINAS WEB Y CATÁLOGOS VIRTUALES	Entidades Asociativas Genéricas





c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	MENTALIZAR AL ARTESANO QUE ES EMPRESARIO	Entidades Asociativas Genéricas
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	FORMACIÓN/INFO EMPRESARIAL (P.E. DISEÑADORES)	Moda
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	DEGUSTACIONES PÚBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERÍA, FERIAS	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	EVITAR FUGA DE CEREBROS	Agroalimentaria III
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	DELEGAR, REDUCIR HORARIO	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	DELEGAR EN EMPLEADOS	Agroalimentaria IV
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PORTAL DEL GREMIO	Instrumentos Musicales
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIÓN MATERIAL DIDÁCTICO EN COLEGIOS	Madera y Afines
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCION, PRESENCIA EN FERIAS	Oficios Varios
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	ACCESO A INTERNET ZONAS RURALES	Agroalimentaria II
08	01	Formación Genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e Internet	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	DESARROLLO DE PROGRAMAS FORMATIVOS CON TITULACIONES OFIC.	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	TITULO RECONOCIDO PARA PODER EJERCER EL OFICIO	Agroalimentaria III
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION ESPECIALIZADA	Agroalimentaria III
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	ESCUELAS DE ARTESANOS, PROMOCIÓN COLEGIOS	Agroalimentaria IV
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	PROGRAMAS FORMATIVOS QUE MANTENGAN EL OFICIO	Cerámica y Vidrio
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION PROFESIONAL Y GERENCIAL, A MEDIDA DEL ARTESANO	Madera y Afines
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	POTENCIAR ESCUELAS DE DISEÑO/OFICIO ARTESANAS	Moda
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	ESCUELA DE ARTESANO - P.E.MASTER UNIVERSIDAD	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION CONTINUA	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	RECONOCIMIENTO OFICIAL DE LA FORMACION REQUERIDA POR GREMIO	Fiestas
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	DESARROLLO DE FORMACION	Agroalimentaria II
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION CONTINUA Y RECICLAJE	Agroalimentaria IV
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	ESCUELAS DE OFICIOS DE GREMIOS	Madera y Afines
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	EXIGENCIA DEL TITULO PARA EJERCER LA PROFESION	Agroalimentaria III
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	DESARROLLO DE FORMACION, REGLADA	Agroalimentaria IV
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	ENSENAR	Madera y Afines



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	APOYO A FORMACIÓN PRÁCTICA DE MANERA FLEXIBLE, base común ebanistería, p.e. escu	Instrumentos Musicales
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	CREACION DE ESCUELAS DE ARTESANOS Y OFICIOS	Moda
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION DE ARTESANOS NAUS, ETNICOS Y HELADOS FUNCIONALES	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	CURSOS DEMO Y ENSAÑANZA OFICIOS POR ARTESANOS	Entidades Asociativas Genericas
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	ORGANISMO DE CONTROL DEL USO DEL TITULO	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	FORMACION, OFICIOS	Entidades Asociativas Genericas
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	TITULO MAESTRO ARTESANO	Agroalimentaria I
08	07	Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones	CREACION DE UNAS ESCUELAS ARTESANAS Y MODULOS FP	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POTENCIAR CENTROS DE COMPRA	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	NORMATIVA Y VIGILANCIA REGULACION ARTESANO	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	TITULO RECONOCIDO PARA PODER EJERCER EL OFICIO	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACION ESPECIALIZADA	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	IMPLICACION ADMON CUMPLIMIENTO NORMATIVA	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ESCUELAS DE ARTESANOS, PROMOCIÓN COLEGIOS	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	SERVICIO A CLIENTE: ASESORES CULINARIOS; ABRIR OBRADORES	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROGRAMAS FORMATIVOS QUE MANTENGAN EL OFICIO	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	MANTENER Y APOYAR ACTIVIDADES DE ASOCIACIÓN	Cerámica y Vidrio



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	MANTENER PATRIMONIO CULTURAL	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	RUTAS ARTESANAS TURISTICAS	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACION PROFESIONAL Y GERENCIAL, A MEDIDA DEL ARTESANO	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	LOBBY ARTESANAL. FORMA INSTITUCIONAL GREMIOS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COLEGIACION OBLIGATORIA	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POTENCIAR ESCUELAS DE DISEÑO/OFICIO ARTESANAS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PUBLICIDAD VARIADA. TV, RADIO, ETC., CON PARTICIPACIÓN GREMIO	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ESCUELA DE ARTESANO - P.E.MASTER UNIVERSIDAD	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACIÓN CONTINUA	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DESARROLLO NORMATIVO: USO ARTES., ETIQUETAS Y PTO VENTA, norma general de publicidad	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIÓN, PUBLICIDAD ARTESANAL, CALIDAD, recetas, promociones culinarias, sanid	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CATEGORÍA SOCIAL AL CARNICERO, PROMOCIÓN, Q SERV	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	RECONOCIMIENTO OFICIAL DE LA FORMACIÓN REQUERIDA POR GREMIO	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CAMPANAS PROMOCIONALES ADMON: RUTAS, MUSEO, ETC.	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	AYUDAS ASISTENCIA FERIAS Y RELACIONES CONSERVATORIOS	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	USO Y CONCESIÓN ETIQUETA SEGUN CRITERIO GREMIOS	Madera y Afines



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	NUEVA IMAGEN DEL ARTESANO, PUBLICIDAD	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREACION DE COLEGIOS PROFESIONALES	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POTENCIAR ASOCIACIONISMO	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIONES DE CARACTERIZACIÓN/ESTUDIOS/EDUCACIÓN DE PRODUCTO	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COLABORACIÓN ENTRE GREMIOS, P.E. CAT., PROMOC, FERIAS, FORM	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DESARROLLO DE FORMACIÓN	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CAMPANAS PROMOCIONALES: INFORMACION NUTRICIONAL, SECT	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	TALLERES/TIENDA ARTESANALES, EXHIBICIONES, SIMULACIONES	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACION CONTINUA Y RECICLAJE	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DESARROLLO Y EJECUCIÓN PROGRAMAS FORMATIVOS	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ESCUELA ARTESANA BASICA PARA VARIOS SECTORES	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROTECCIÓN Y DEFENSA DE TRADICIONES FESTIVAS CV	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIONES DE LA GUITARRA ESPANOLA, IVEX	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ESCUELAS DE OFICIOS DE GREMIOS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONEXIÓN EMPRESA INDUSTRIAL Y ARTESANO	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DECORACIÓN MUNICIPIOS POR ARTESANOS,	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO A TRAVÉS DE LA ARTESANÍA	Oficios Varios



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ACUERDO MARCO LABORAL ESPECÍFICO DE ARTESANOS	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COLABORACIÓN CON HOSTELERÍA DE PROD.ARTES. NORMALIZADOS	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COLABORACION CON HOSTELERIA	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ADAPTACIÓN NORMATIVA SANITARIA AL ARTESANO. REG VLC	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CATAS Y TALLERES	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DESARROLLO DE FORMACION, REGLADA	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	LOBBY CHARCUTEROS ARTESANOS	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREAR CONSORCIOS POR SECTOR PARA INTERNACIONALIZAR	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FOMENTO DE ASOCIACIONISMO PARA COMERCIALIZACIÓN, REDES	Entidades Asociativas Genericas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CAMPAÑAS PARA PRESENTAR OFICIOS Y TRADICIONES	Entidades Asociativas Genericas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ORIENTAR LAS POTENCIALES SUBVENCIONES A FIESTAS TRADICIONALES	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POOL DE FIESTAS	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	GRUPOS DE MEJORA/CÍRCULOS DE CALIDAD	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCION DEL ASOCIACIONISMO	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	APROVECHAR VENTAJAS DE SERVICIOS FRENTE PR.ASIÁT	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ENSEÑAR	Madera y Afines



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	RECONVERSIÓN A LA ALEMANA DE LOS ARTESANOS VALENCIANOS	Oficios Varios
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL PRODUCTO, PROD. Y CLIENTE	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONCURSO DE PRODUCTOS	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONCIENCIAR NECESIDAD DE FORMACION	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	GENERAR OPINIÓN EN BASE CIENTIFICA, PAN NO ENGORDA	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POTENCIAR ASOCIACIONISMO	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	REVISIÓN CRITERIOS DE USO ETIQUETA ARTESANIA CV.	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ACOTAR EMPRESAS, CONCEPTO EUROPEO REVISIÓN	Entidades Asociativas Genéricas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	APOYO A FORMACION PRACTICA DE MANERA FLEXIBLE, base común ebanistería, p.e. escu	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	SOPORTES PROMOCIONALES CONJUNTOS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONSORCIO EXPORTACION ARTESANAL	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POOL DEL ARTESANO	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	BENCHMARKING CON ITALIA, FRANCIA Y OTRAS CCAA	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREACIÓN DE ESCUELAS DE ARTESANOS Y OFICIOS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DESARROLLO DE MARCA/GREMIO	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACION DE ARTESANOS NAUS, ÉTNICOS Y HELADOS FUNCIONALES	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	UNIDAD DE COMUNICACIÓN CON DIETISTAS	Agroalimentaria I



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	MANTENER Y DIMENSIONAR PRODUCCIONES, DES. SOSTENIBLE	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONVENIOS SERVEF PRÁCTICAS	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCION	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	UNIÓN GREMIAL. POTENCIAR ASOCIACIONISMO	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COLABORACIÓN CON RESTAURADORES	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	IMAGEN CORPORATIVA	Agroalimentaria IV
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ADAPTAR VIDRIO Y CERÁMICA A OTROS CLIENTES/SECTORES P.E. CONSTR, ETC	Cerámica y Vidrio
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COMERCIO/MARKETING PLURIARTESANO, ETC.,	Entidades Asociativas Genéricas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CURSOS DEMO Y ENSEÑANZA OFICIOS POR ARTESANOS	Entidades Asociativas Genéricas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CONCURSO INTERNACIONAL DE GUITARRA CIUDAD VALENCIA	Instrumentos Musicales
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA ESP. Y CE PROD. ASIÁTICOS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREACIÓN DE COMERCIAL PARA DISTRIBUCION PRODUCTOS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	OTRAS APLICACIONES NUTRICIONALES	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DETECTAR NECESIDADES DE FORMACION	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS, REDUCCIÓN DE COSTES	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ELABORACION Y DIVULGACIÓN NORMATIVA, ENTENDIBLE	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	RUTAS TURÍSTICAS ARTESANAS	Cerámica y Vidrio





c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	FORMACIÓN, OFICIOS	Entidades Asociativas Genericas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	UNIFICAR Y ESTANDARIZAR CONTRATOS	Fiestas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DEPARTAMENTO DISEÑO GREMIOS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREACIÓN DE UNAS ESCUELAS ARTESANAS Y MÓDULOS FP	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROYECTOS AGRUPADOS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	APOYO SOSTENIDO DE LA ADMON	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	IGUALDAD DE HUMOS -TABACO	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	ARTESANÍA COMO RECURSO TURISTICO	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	MATERIALIZACIÓN DE PROPUESTAS	Moda
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CREACIÓN "CONSEJO RECTOR/CONTROLADOR ARTESANO"	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	APROVECHAR RESULTADOS LIBRO BLANCO DE HELADOS	Agroalimentaria I
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	MEJORA DE RED VIARIA Y TRANSPORTE PUBLICO	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	DEGUSTACIONES PUBLICAS Y EN ESCUELAS HOSTELERIA, FERIAS	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	INTERDULCE	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	CENTRAL DE COMPRAS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	COMITÉ/CONSEJO DE GREMIOS	Madera y Afines
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIÓN MATERIAL DIDÁCTICO EN COLEGIOS	Madera y Afines



c1	c2	Actuación	Propuesta participantes	Mesa
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	VIGILANCIA CUMPLIMENTACIÓN REGLAMENTACIÓN ASIÁTICOS	Oficios Varios
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCION, PRESENCIA EN FERIAS	Oficios Varios
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	AYUDAS PARA LA SEQUIA	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	PROMOCIONES Y PRESENTACIONES, WEB, ETC..	Agroalimentaria II
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	SUMINISTRAR A CENTROS DE PRESTIGIO	Agroalimentaria III
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	EXPLOTACIÓN DEL ASOCIACIONISMO	Entidades Asociativas Genéricas
09	01	Estudio de potenciación del asociacionismo	POTENCIAR LA UNIÓN ENTRE GANADEROS Y ELABORADORES	Agroalimentaria II
10	00	OTROS PROYECTOS GENERICOS	APOYO SOSTENIDO DE LA ADMON	Moda
10	00	OTROS PROYECTOS GENERICOS	MATERIALIZACIÓN DE PROPUESTAS	Moda
10	00	OTROS PROYECTOS GENERICOS	MEJORA DE RED VIARIA Y TRANSPORTE PUBLICO	Agroalimentaria II
10	00	OTROS PROYECTOS GENERICOS	AYUDAS PARA LA SEQUIA	Agroalimentaria II
10	01	Apoyo a la financiación	CAJA DE ARTESANO E INSTRUMENTOS FINANCIEROS ESPECIFICOS	Entidades Asociativas Genéricas
10	01	Apoyo a la financiación	CAJA ARTESANOS	Moda
10	01	Apoyo a la financiación	CAJA ARTESANOS	Oficios Varios
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	REGIMEN ESPECIAL, LABORAL, SS, ARTESANO -FLEXIBILIDAD, DISCRIMINACIÓN	Oficios Varios
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	RECONOCIMIENTO CONTRATOS DE TEMPORALIDAD	Fiestas
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO A TRAVES DE LA ARTESANIA	Oficios Varios
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	RECONVERSIÓN A LA ALEMANA DE LOS ARTESANOS VALENCIANOS	Oficios Varios
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	BOLSA DE TRABAJO PARA MOMENTOS PUNTA -ESTUDIANTES	Agroalimentaria I
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	CONVENIOS SERVEF PRACTICAS	Agroalimentaria III
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	SEG.SOCIAL DE EMPLEADOS	Entidades Asociativas Genéricas
10	02	Apoyo a la contratación de aprendices	RETOMAR FIGURA APRENDIZ	Entidades Asociativas Genéricas
10	03	Benchmarking	ACOTAR EMPRESAS, CONCEPTO EUROPEO REVISIÓN	Entidades Asociativas Genéricas
10	03	Benchmarking	BENCHMARKING CON ITALIA, FRANCIA Y OTRAS CCAA	Moda

## **ANEJO 5: DETALLE DE LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN**



# Plan de Competitividad

## Sectores Artesanos de la Comunidad Valenciana 2007 – 2009

### Anejo 5: Detalle de las Líneas de Actuación



GENERALITAT VALENCIANA  
CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA





## ÍNDICE

1.- ESTRUCTURA DE LAS ACCIONES A EMPRENDER.....	153
2.- DETALLE DE LAS ACCIONES.....	154
2.1. Área de actuación 1: Ordenación de la Actividad Artesana .....	155
2.2. Área de actuación 2: I+D+i+d .....	161
2.3. Área de actuación 3: MEJORA CAPACIDADES TECNOLOGICAS .....	167
2.4. Área de actuación 4: COMERCIAL Y MARKETING.....	173
2.5. Área de actuación 5: DIVERSIFICACION ACTIVIDADES .....	190
2.6. Área de actuación 6: COOPERACION INTER-EMPRESARIAL .....	192
2.7. Área de actuación 7: CENTROS DE APOYO Y DESARROLLO .....	194
2.8. Área de actuación 8: FORMACION .....	198
2.9. Área de actuación 9: GREMIOS Y ASOCIACIONES .....	204
2.10. Área de actuación 10: ACTUACIONES DIVERSAS.....	207
3. PRESUPUESTOS Y PLAZOS.....	212







## 1.- ESTRUCTURA DE LAS ACCIONES A EMPRENDER

Las distintas actuaciones se han agrupado en 3 proyectos, 10 áreas de actuación y 27 actuaciones que se indican a continuación:

### I.- Proyectos Básicos

- 1.- Ordenación de la Artesanía
  - 1.1.- Actualización del DCA
  - 1.2.- Título de Maestro Artesano
  - 1.3.- Título de Artesano
  - 1.4.- Regulación del concepto "Artesanía"
  - 1.5.- Etiqueta de Artesanía

### II.- Proyectos Primarios

- 2.- I+D+i+diseño (aplicación, difusión, ...)
  - 2.1.- Desarrollo de nuevos procesos
  - 2.2.- Desarrollo de nuevos productos
  - 2.3.- Establecimiento de nuevas instalaciones
- 3.- Mejora de capacidades tecnológicas
  - 3.1.- TIC Informatización de asociaciones y talleres
  - 3.2.- Certificación de productos y garantías
  - 3.3.- Certificación de servicios / calidad
- 4.- Comercial y Marketing
  - 4.1.- Campañas promocionales: Corporativa, sectoriales, e individual.
  - 4.2.- Rutas turísticas artesanales
  - 4.3.- Ferias, convenciones, seminarios
  - 4.4.- Exposiciones y venta
  - 4.5.- Internacionalización
  - 4.6.- Marcas, denominación de origen
  - 4.7.- Comercio electrónico
  - 4.8.- Estudios de viabilidad y marketing
- 5.- Diversificación de actividades
  - 5.1.- Estudios de diversificación y diferenciación
- 6.- Cooperación interempresarial
  - 6.1.- Estudios de cooperación y asociacionismo

### III.- Proyectos Soporte

- 7.- Centros de apoyo y desarrollo de la Artesanía
- 8.- Formación
  - 8.1.- Formación genérica
  - 8.2.- Formación específica. Escuela de artesanos. Titulaciones
- 9.- Gremios y Asociaciones
- 10.- Otras actividades
  - 10.1.- Apoyo a la financiación
  - 10.2.- Laboral
  - 10.3.- Benchmarking



## 2.- DETALLE DE LAS ACCIONES

A continuación se detallan las distintas áreas y actuaciones, así como el resumen de los mismos.

- La mayoría de actuaciones están soportadas por las propuestas generadas en las sesiones CAME, por parte de los representantes artesanos
- Se proporciona el soporte de las valoraciones, mediante parámetros de coste
- En las actuaciones se refleja una discriminación positiva en el porcentaje de subvenciones, hacia los artesanos en comparación con otros tipos de actuaciones, de acuerdo a la interpretación del artículo 130 de la constitución.



## ÁREA DE ACTUACIÓN 1: ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANA

### Actuación 1.1. Actualización procedimiento DCA

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Actualización del procedimiento de concesión del DCA en la Comunidad Valenciana.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Revisar, actualizar y establecer un nuevo procedimiento de concesión del DCA, para un mejor control y satisfacción del colectivo de artesanos.</p> <p>Dos puntos esenciales a considerar en el nuevo procedimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Intervención de las asociaciones de artesanos en la concesión</li><li>• Cautelas de la Administración. Homologación de asociaciones y derecho de revocación</li></ul>

### Justificación

- ✓ Consenso prácticamente en todas las mesas en actuar sobre este tema. Propuestas de 14 acciones CAME de 10 mesas de 11 con temas directamente relacionado al DCA
- ✓ El concepto de artesano varía en función de los participantes de las distintas mesas e incluso dentro de la misma mesa y a veces contradictorio. Variables múltiples del concepto de artesano: artista, número de empleados, utilización o no de maquinaria, producto único, producto no repetible....
- ✓ El concepto actual de artesano es la tenencia del DCA
- ✓ Existen asociaciones que han participado y que tienen asociados en su mayoría no artesanos.
- ✓ Asociaciones convocadas a distintas mesas no han participado
- ✓ En una misma provincia coexisten asociaciones que representan a la misma actividad artesanal.
- ✓ Hay artesanos que no están vinculados a asociación alguna, y artesanos que no tienen DCA.
- ✓ En algunos establecimientos artesanos se comercializan productos industriales

### Articulación

- ✓ El tema DCA es un tema candente, polémico y urgente. Se recomienda que su articulación se base en los siguientes principios:
  - Las asociaciones artesanales deben participar sustancialmente en la definición del concepto artesano y en su concesión. Para ello deben estar homologadas.
  - El DCA y la etiqueta asociada, se debe conceder al binomio artesano o industria artesanal e instalaciones.
  - La concesión del DCA, no implica la certificación de un producto o gama de productos como producto artesano. La gama de productos que elabore un artesano debe estar sujeta a certificación.

**Articulación (Cont.)**

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Redacción de borrador. Artesano y papel asociaciones. Condiciones homologación asociaciones. Etiqueta. Proceso de concesión DCA
  - Exposición a asociaciones.
  - Soporte a las asociaciones y recogida de su retroalimentación.
  - Nuevo proceso de DCA.
  - Homologación asociaciones
  - Arranque nuevo proceso. Pilotos
  - Periodo transitorio
- ✓ Notas a la ejecución de estas fases.
  - Redacción de unas bases de ejecución o proyecto y su adjudicación.
  - Participación activa de los recursos de la Administración y de las Asociaciones
  - Recomendable que la fase de homologación la realice el FVQ
- ✓ Una vez puesto en marcha, sería necesario un mantenimiento anual del proyecto completo.

**Plazos**

- Adjudicación del proyecto, Abril de 2007.
- Nuevo procedimiento DCA, Agosto 2007
- Homologación asociaciones. Comienzo Septiembre 2007.
- Piloto: Noviembre 2007
- Periodo transitorio: Terminación 2008
- Mantenimiento acción: 2008 y 2009

**Implantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>87.600 €</b>	<b>9.023 €</b>	<b>9.293 €</b>	<b>105.916 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste año 2007: Coste Proyecto, y Coste Homologación (FVQ)</li> <li>- Año 2008: Coste mantenimiento. 10%+ipc</li> <li>- Año 2009: Coste mantenimiento. 10%+ipc</li> <li>- Subvención 100%</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-. Adjudicación proyecto</li> <li>-. Documento nuevo proceso DCA</li> <li>-. Homologación asociaciones. Comienzo</li> <li>-. Piloto</li> </ul> </li> </ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 1: ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANA (CONT.)

### Actuación 1.2. Base de datos Artesanos

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Creación y mantenimiento de base de datos de Artesanos de la Comunidad Valenciana.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Crear y mantener una nueva base de datos de artesanos, partiendo de los datos existentes del DCA actuales.</p> <p>Datos a incorporar entre otros: Asociación a la que pertenecen y nº de empleados</p>

### Justificación

- ✓ Se fundamenta en las justificaciones de la actuación anterior, actualización del DCA
- ✓ Adicionalmente esta actuación, se deriva de la encuesta de caracterización realizada. No se conoce con fiabilidad por las Asociaciones participantes en el estudio, ni el número de artesanos, ni el número de empleados
- ✓ Existen artesanos que no están vinculados a asociaciones de artesanos
- ✓ La explotación de esta base de datos beneficiaría a la Administración, Asociaciones de Artesanos y al colectivo

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Diseño del proceso.
  - "Mailing" petición datos y seguimiento respuestas.
  - Programación e implantación. Creación base de datos.
  - Explotación base de datos. Administración, Asociaciones y artesanos. Mapa geográfico de artesanos y asociaciones
  - Retroalimentación artesanos y asociaciones
- ✓ Notas a la ejecución de estas fases.
  - Redacción de unas bases de ejecución o proyecto y su adjudicación.
  - Participación activa de los recursos de la Administración, de los artesanos y de las asociaciones
- ✓ Una vez puesto en marcha, sería necesario un mantenimiento anual del proyecto completo.



### Plazos

- Adjudicación del proyecto: Abril de 2007.
- Mailing petición datos: Agosto 2007
- Creación base de datos. Octubre 2007.
- Explotación base datos: Diciembre 2007
- Retroalimentación: febrero 2008
- Mantenimiento acción: 2008 y 2009

### Implantación

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>55.550 €</b>	<b>22.887 €</b>	<b>23.573 €</b>	<b>102.010 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste año 2007: Coste Proyecto</li> <li>- Coste año 2008: Coste mantenimiento. 40%+ ipc</li> <li>- Coste año 2009: Coste mantenimiento. 40%+ ipc</li> <li>- Subvención 100%</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-. Adjudicación proyecto</li> <li>-. Mailing</li> <li>-. Creación base datos</li> <li>-. Explotación base datos</li> <li>-. Retroalimentación</li> </ul> </li> </ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 1: ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANA (CONT.)

### Actuación 1.3. Normativa

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Revisar la normativa vigente relativa al colectivo artesanal y actualizarla</b>
<b>Descripción</b>	<p>Revisar la normativa vigente en las distintas CCAA y en la CV.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Actualizar la normativa de la CV, con las siguientes directrices:</li><li>• Normativa líder de todas las CCAA, en cuanto al desarrollo y potenciación del mundo artesanal</li><li>• Debe recoger la nueva visión del DCA</li><li>• Vigilancia del cumplimiento de normativas vigentes, que protejan al artesano de la competencia, que en ciertos casos, incumple dicha normativa</li><li>• Adaptación de normas existentes, que restringen la actividad legítima del artesano.</li></ul>

Justificación
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Consenso en todas las mesas para actuar en este tema. Propuestas de 35 acciones CAME de las 11 mesas</li><li>✓ La discriminación positiva del artículo 130.1 de la Constitución, no se ha materializado</li><li>✓ La Administración no se implica en el cumplimiento de la normativa existente. No se vigila el cumplimiento de la legislación laboral y/o de normas de productos en determinados casos.</li><li>✓ No existe un régimen laboral especial del artesano.</li><li>✓ La normativa actual en los distintos sectores en donde actúa el artesano no es de fácil comprensión</li><li>✓ No está claramente especificada la utilización de los términos de artesano y artesanía.</li></ul>



### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Estudio de la normativa existente.
  - Propuesta normativa CV.
  - Desarrollo normativa por la Administración.
  - Aprobación y difusión por la Administración
- ✓ Notas a la ejecución de estas fases.
  - Redacción de unas bases de ejecución o proyecto y su adjudicación, para el estudio y propuesta.
  - Participación activa de los recursos de la Administración y de la asociaciones de artesanos.
- ✓ Todos los años debe existir un mantenimiento de esta actuación.

### Plazos

- Adjudicación del proyecto: Abril de 2007.
- Propuesta normativa: Julio 2007
- Desarrollo normativa y aprobación: Noviembre 2007
- Mantenimiento acción: 2008 y 2009

### Implantación

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>18.000 €</b>	<b>5.562 €</b>	<b>5.729 €</b>	<b>29.291 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste año 2007: Propuesta Normativa (Asesoría externa)</li> <li>- Coste año 2008: Coste mantenimiento. 30%+ ipc</li> <li>- Coste año 2009: Coste mantenimiento. 30%+ ipc</li> <li>- Subvención 100%</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- . Adjudicación proyecto</li> <li>- . Propuesta normativa</li> <li>- . Desarrollo normativa y aprobación</li> </ul> </li> <li>- Evolución nuevos DCA's.</li> </ul>			





## ÁREA DE ACTUACIÓN 2: I+D+I+D

### Actuación 2.1 Nuevos procesos

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Apoyar inversiones asociaciones artesanos o artesanos individuales para el desarrollo e implantación de nuevos procesos</b>
<b>Descripción</b>	Promocionar el desarrollo de nuevos procesos de fabricación bien a un artesano individual o a un conjunto de artesanos, a través de su asociación.

### Justificación

- ✓ Propuestas de 16 acciones CAME de 8 mesas, la mayoría genéricas
- ✓ Muestra de acciones específicas:
  - Envejecimiento de la madera, sector instrumentos musicales.
  - Unidades productivas, sector cerámico.
  - Inversión en tecnología envasado, sector agroalimentario

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de proyectos de I+D+i. procesos
  - Evaluación de proyectos y concesión
  - Realización y ejecución. Finalización proyecto.
  - Evaluación proyecto terminado y pago
- ✓ Notas a la ejecución de estas fases.
  - Redacción de unas bases de ejecución o proyecto y su adjudicación.
  - Potenciar y catalizar proyectos comunes de varios artesanos a través de las asociaciones
  - Proporcionar créditos blandos para financiar el proyecto
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta actuación se repite todos los años.

### Plazos

- Convocatoria proyectos: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Evaluación proyecto y pago.
- Acción: repetición en 2008 y 2009



<b>Implantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>120.000 €</b>	<b>123.600 €</b>	<b>127.308 €</b>	<b>370.908 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste Proyecto unitario: 100.000 €</li><li>- Nº de proyectos: 4</li><li>- Subvención: 30%</li><li>- Coste 2007: 120.000€</li><li>- Coste año 2008: Coste 2007+ ipc</li><li>- Coste año 2009: Coste 2008 + ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>-. Convocatoria proyectos</li><li>-. Adjudicación proyectos</li></ul></li><li>- Plazo de tramitación crédito blando</li><li>- Plazo de evaluación final y pago proyecto entregado</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 2: I+D+I+D (CONT.)

### Actuación 2.2 Nuevos productos

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Apoyar inversiones asociaciones artesanos o artesanos individuales para el desarrollo e implantación de nuevos productos</b>
<b>Descripción</b>	Promocionar el desarrollo e implantación de nuevos productos bien a un artesano individual o a un conjunto de artesanos, a través de su asociación.

### Justificación

- ✓ Propuestas de 22 acciones CAME de 9 mesas, la mayoría genéricas
- ✓ Muestra de acciones específicas:
  - Personalización del producto, sector moda.
  - Uso de nuevas aplicaciones en la cerámica, sector cerámico.
  - Desarrollo en productos ecológicos y dietéticos, sector agroalimentario

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de proyectos de I+D+i. nuevos productos
  - Evaluación de proyectos y concesión
  - Realización y ejecución. Finalización proyecto.
  - Evaluación proyecto terminado y pago
- ✓ Notas a la ejecución de estas fases.
  - Redacción de bases del proyecto y su adjudicación.
  - Potenciar y catalizar proyectos comunes de varios artesanos a través de las asociaciones
  - Proporcionar créditos blandos para financiar el proyecto
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta actuación se repite todos los años.

### Plazos

- Convocatoria proyectos: Marzo 2007.
- Evaluación proyecto y adjudicación: Abril 2007
- Realización proyecto: Mayo 2007 a
- Pago.
- Acción: repetición en 2008 y 2009



Implantación				
Costes (euros)	2007	2008	2009	TOTAL
	60.000 €	61.800 €	63.654 €	185.454 €
Parámetros coste	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste Proyecto unitario: 50.000 €</li><li>- Nº de proyectos: 4</li><li>- Subvención: 30%</li><li>- Coste 2007: 60.000€</li><li>- Coste año 2008: Coste 2007+ ipc</li><li>- Coste año 2009: Coste 2008 + ipc</li></ul>			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria proyectos</li><li>- Adjudicación proyectos</li></ul></li><li>- Plazo de tramitación crédito blando</li><li>- Plazo de evaluación final y pago proyecto entregado</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 2: I+D+I+D (CONT.)

### Actuación 2.3 Establecimientos. Nuevas instalaciones y remodelaciones

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a las remodelaciones y o a las nuevas instalaciones del colectivo artesano</b>
<b>Descripción</b>	Ayudar a las remodelaciones de establecimientos existentes o traslados o implantación de nuevos establecimientos y ayudar a la modificación de instalaciones existentes o implantación de instalaciones nuevas.

Justificación
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Propuestas de 5 acciones CAME de 4 mesas.</li><li>✓ Muestra de acciones específicas:<ul style="list-style-type: none"><li>• Facilitar traslado de artesanos a otras zonas, sector agroalimentario.</li><li>• Tiendas, lineales, "corners" en centros comerciales, sector agroalimentario.</li><li>• Tiendas/ expositores en aeropuertos, sector asociaciones genéricas</li></ul></li></ul>

Articulación
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria de proyectos de remodelación o nuevos establecimientos/instalaciones.</li><li>- Evaluación de proyectos y concesión</li><li>- Realización y ejecución. Finalización proyecto.</li><li>- Evaluación proyecto terminado y pago</li></ul></li><li>✓ Notas a la ejecución de estas fases.<ul style="list-style-type: none"><li>- Redacción de bases del proyecto y su adjudicación.</li><li>- Potenciar y catalizar proyectos comunes de varios artesanos a través de las asociaciones</li><li>- Proporcionar créditos blandos para financiar los proyectos aprobados.</li><li>- Participación activa de los recursos de la Administración.</li></ul></li><li>✓ Esta actuación se repite todos los años.</li></ul>

Plazos
<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria proyectos: Marzo 2007.</li><li>- Adjudicación: Mayo 2007</li><li>- Evaluación proyecto y pago.</li><li>- Acción: repetición en 2008 y 2009</li></ul>



Implantación				
	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>150.000 €</b>	<b>154.500 €</b>	<b>159.135 €</b>	<b>463.635 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste Proyecto unitario: 100.000 €</li><li>- Nº de proyectos: 5</li><li>- Subvención: 30%</li><li>- Coste 2007: 150.000€</li><li>- Coste año 2008: Coste 2007+ ipc</li><li>- Coste año 2009: Coste 2008 + ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria proyectos</li><li>- Adjudicación proyectos</li></ul></li><li>- Plazo de tramitación crédito blando</li><li>- Plazo de evaluación final y pago proyecto entregado</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 3: MEJORA CAPACIDADES TECNOLOGICAS

### Actuación 3.1 TIC. Informatización asociaciones y artesanos

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Potenciar la utilización masiva de ordenadores en el colectivo de artesanos y sus asociaciones.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Facilitar y primar la compra de equipos informáticos y software básico al colectivo de artesanos y a sus asociaciones.</p> <p>Esta acción propone como objetivo el informatizar en un plazo de 3 años al 100% de las asociaciones y al 40% de los artesanos</p>

Justificación
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Propuestas de 10 acciones CAME de 7 mesas.</li><li>✓ Los resultados de la encuesta de caracterización de las distintas mesas proporcionan una utilización baja de los artesanos de las tecnologías de la información.</li><li>✓ Alrededor del 50% de las asociaciones participantes no tienen correo electrónico.</li><li>✓ Los equipos informáticos facilitarían a:<ul style="list-style-type: none"><li>- Asociaciones:<ul style="list-style-type: none"><li>Registro y gestión de asociados</li><li>Web's corporativas</li><li>Guía de asociados y productos</li><li>Correo electrónico</li><li>Mejora de Servicios asociados</li></ul></li><li>- Artesanos<ul style="list-style-type: none"><li>Mejora de gestión</li><li>Correo electrónico</li><li>Web individual</li><li>Venta por correo electrónico</li></ul></li></ul></li></ul>

Articulación
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria de subvención compra equipos informáticos. Condiciones para optar</li><li>- Evaluación de solicitudes y concesión</li><li>- Compra de equipo, e instalación.</li><li>- Pago subvención</li></ul></li></ul>



### Articulación (Cont.)

- ✓ Notas a la ejecución fases.
  - Redacción de bases de compra y concesión.
  - Potenciar la participación en la actuación de las asociaciones y artesanos
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las solicitudes de ayuda aprobadas a artesanos y asociaciones
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta actuación se repite todos los años.

### Plazos

- Convocatoria solicitudes: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Instalación progresiva: Mayo 2007 a Diciembre 2007
- Pago
- Acción: repetición en 2008 y 2009

### Implantación

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>217.000 €</b>	<b>217.000 €</b>	<b>217.000 €</b>	<b>651.000 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste unitario: 1.000 €. Hardware y Software e instalación</li> <li>- Nº de solicitudes: 310</li> <li>- Subvención: 70%</li> <li>- Coste 2007: 217.000 €</li> <li>- Coste año 2008: Coste 2007</li> <li>- Coste año 2009: Coste 2008</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocatoria solicitudes</li> <li>- Adjudicación solicitudes</li> </ul> </li> <li>- Evolución solicitudes asociaciones y artesanos</li> <li>- Plazo de instalación equipos y pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li> </ul>			





## ÁREA DE ACTUACIÓN 3: MEJORA CAPACIDADES TECNOLOGICAS (CONT.)

### Actuación 3.2 Certificación de productos y garantías

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Crear normativa especificaciones de la gama de productos artesanos y establecer e implantar el proceso de certificación de la gama</b>
<b>Descripción</b>	<p>Crear la normativa de especificaciones de producto/gama de productos artesanos.</p> <p>Certificar productos/gama de productos de artesanos.</p> <p>Realizar el seguimiento de los productos/gama certificados</p> <p>Esta acción propone como objetivo el crear 225 normativas, y certificar los productos/gama a 660 artesanos y su seguimiento en un plazo de 3 años</p> <p>La certificación de gama de producto, implica etiqueta de gama de producto para el artesano individual</p>

### Justificación

- ✓ Propuestas de 15 acciones CAME de 8 mesas en su mayoría genéricas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Autocertificación del producto, sector instrumentos musicales
  - Certificación del producto por el artesano, sector asociaciones genéricas
  - Garantía del producto por el artesano. Firma. Sector moda

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de proyecto de normativa de especificaciones de gama de productos artesanos.
  - Convocatoria de proyecto de soporte a artesanos en la certificación de gama de productos y seguimiento de la certificación a entidades certificadoras
  - Evaluación de concursantes a la convocatoria y resolución
  - Creación de normativa especificaciones gama de productos artesanos.
  - Convocatoria de ayudas a artesanos de soporte a la certificación de gama d productos
  - Evaluación de solicitudes de artesanos y resolución
  - Certificación por entidades acreditadas de la gama de productos del artesano individual
  - Seguimiento de la certificación del artesano individual
  - Pago artesano

**Articulación (Cont.)**

- ✓ Notas a la ejecución fases.
  - Redacción de bases en las convocatorias
  - Potenciar la participación en la actuación de las asociaciones y artesanos
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las solicitudes de ayuda aprobadas a artesanos
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta actuación se repite todos los años.

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Certificación progresiva: Julio 2007 a Diciembre 2007
- Pago.
- Acción: repetición en 2008 y 2009

**Implantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>198.750 €</b>	<b>204.713 €</b>	<b>210.854 €</b>	<b>614.317 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste unitario norma: 900 €.</li> <li>- Nº de normas: 75</li> <li>- Nº Gama productos/artesano:3</li> <li>- Coste preparación certificación: 1.200 €</li> <li>- Coste certificación entidad: 150 €</li> <li>- Coste seguimiento entidad: 150 €</li> <li>- Nº artesanos: 220</li> <li>- Subvención: 50%</li> <li>- Coste 2007: 198.750 €</li> <li>- Coste año 2008: Coste 2007 + ipc</li> <li>- Coste año 2009: Coste 2008 + ipc</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-. Convocatoria solicitudes</li> <li>-. Adjudicación solicitudes</li> </ul> </li> <li>- Evolución solicitudes artesanos</li> <li>- Evolución artesanos certificados</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li> </ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 3: MEJORA CAPACIDADES TECNOLOGICAS (CONT.)

### Actuación 3.3 Certificación de servicios/calidad

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Crear normativa especificaciones de calidad de servicio del artesano al cliente y establecer e implantar el proceso de certificación</b>
<b>Descripción</b>	<p>Crear la normativa de especificaciones de calidad de servicio.</p> <p>Certificar la calidad de servicio del artesano individual.</p> <p>Realizar el seguimiento de las certificaciones.</p> <p>Esta acción propone como objetivo el crear 44 normativas, y certificar la calidad de servicio de 660 establecimientos de artesanos y su seguimiento en un plazo de 3 años</p> <p>La certificación de calidad de servicio , implica etiqueta de DCA EXCELENTE</p>

### Justificación

- ✓ Propuestas de 9 acciones CAME de 6 meses en su mayoría genéricas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Deleitar al cliente, sector agroalimentario
  - Diferenciación por servicio, sector agroalimentario
  - Trazabilidad, sector oficios varios
  - Cliente fantasma, sector agroalimentario

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de proyecto de normas de calidad de servicio de establecimientos artesanos.
  - Convocatoria de proyecto de certificación de calidad de servicio a entidades acreditadas
  - Evaluación de concursantes a la convocatoria y resolución
  - Creación de normativa de calidad de servicio establecimientos artesanos.
  - Convocatoria de ayudas a artesanos de soporte a la certificación calidad de servicio
  - Evaluación de solicitudes de artesanos y resolución
  - Certificación por entidades acreditadas de la calidad de servicio del artesano individual
  - Seguimiento de la certificación del artesano individual
  - Pago artesano

**Articulación (Cont.)**

- ✓ Notas a la ejecución fases.
  - Redacción de bases en las convocatorias
  - Potenciar la participación en la actuación de las asociaciones y artesanos
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las solicitudes aprobadas de artesanos
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta actuación se repite todos los años.

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Certificación progresiva: Julio 2007 a Diciembre 2007
- Pago.
- Acción: repetición en 2008 y 2009

**Implantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>72.600 €</b>	<b>74.778 €</b>	<b>77.021 €</b>	<b>224.399 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste unitario norma: 900 €.</li> <li>- Nº de normas: 44</li> <li>- Coste preparación certificación: 300 €</li> <li>- Coste certificación entidad: 150 €</li> <li>- Coste seguimiento entidad: 150 €</li> <li>- Nº artesanos: 220</li> <li>- Subvención: 50%</li> <li>- Coste 2007: 72.600 €</li> <li>- Coste año 2008: Coste 2007 + ipc</li> <li>- Coste año 2009: Coste 2008 + ipc</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-. Convocatoria solicitudes</li> <li>-. Adjudicación solicitudes</li> </ul> </li> <li>- Evolución solicitudes artesanos</li> <li>- Evolución artesanos certificados</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li> </ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING

### Actuación 4.1 Campañas promocionales

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Promocionar al artesano mediante campañas de publicidad en los medios, campañas de difusión en distintos colectivos, y ayudas a la publicidad sectorial e individual</b>
<b>Descripción</b>	<p>Serie promocional del artesano de 10 capítulos de 30 minutos para TV. Un capítulo general y el resto sectoriales</p> <p>“Spot” publicitario en TV.</p> <p>Campañas de promoción en asociaciones de Amas de Casa y Colegios. Cursos talleres</p> <p>Noche de la artesanía</p> <p>Ayuda a la publicidad sectorial</p> <p>Ayuda a la publicidad individual</p>

### Justificación

- ✓ Consenso en todas las mesas. Propuestas de 53 acciones CAME en las 11 mesas
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Alimentación y salud. Productos artesanales. Sector agroalimentario
  - “Cultura del bocadillo”, sector agroalimentario
  - Promoción en Colegios, varios sectores
  - Mantener patrimonio cultural, sector cerámica y vidrio
  - Protección y defensa de tradiciones festivas de la C.V., sector fiestas
  - Noche de la artesanía, sector madera
  - Promoción autoempleo, sector oficios varios
  - Nueva imagen del artesano, sector moda
  - Publicidad variada con participación del gremio, sector moda
  - Promoción productos artesanos autóctonos a nivel nacional y extranjero, sector cerámico
  - Servicio al cliente, asesores culinarios, recetas. Sector agroalimentario
  - Concurso internacional guitarra ciudad de Valencia, sector instrumentos musicales
  - Campañas para presentar oficios y tradiciones, entidades asociativas genéricas
  - Degustaciones y exhibiciones publicas, sector agroalimentario
  - “El artesano responde”, sector agroalimentario
  - Series TV, publicaciones históricas de gremios artesanales, sector moda
  - Campañas de marketing a nivel institucional, varios sectores
  - Talleres, exhibiciones, catas, sector agroalimentario

Todas las propuestas han servido de base para la confección de actuaciones y los mensajes contenidos en las mismas pueden servir de base inicial para las distintas campañas propuestas



### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatorias de realización de serie promocional televisiva de la artesanía de 10 capítulos de 30 minutos y de un "spot" publicitario.
  - Evaluación de concursantes a la convocatoria y resolución
  - Producción serie televisiva.
  - Producción "spot"
  - Emisión serie
  - Emisiones spot
  - Convocatoria de ayudas a asociaciones/artesanos para impartir cursos prácticos en talleres para Asociaciones de amas de casa y otros colectivos
  - Evaluación de solicitudes y resolución
  - Impartición de cursos en talleres
  - Campañas de promoción de las asociaciones artesanales en Colegios, Asociaciones de amas de casa y otros colectivos. Soporte video promocional
  - Convocatorias ayudas promoción sectorial e individual
  - Evaluación de solicitudes y resolución
  - Realización promociones sectoriales e individuales.
  - Evaluación realización actuaciones y pago.
  - Noche de la artesanía. Preparación y realización.
- ✓ Notas a la ejecución fases.
  - Redacción de bases en las convocatorias
  - La participación en las actuaciones de las asociaciones y artesanos es fundamental
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las actuaciones
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Estas actuaciones, con excepción de la producción de la serie promocional televisiva, se repiten todos los años.

### Plazos

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Producción progresiva serie capítulos : Julio 2007 a Diciembre 2007
- Emisión serie: Septiembre 2007 a Diciembre 2007
- Producción "spot": Mayo 2007
- Emisiones "spot": Junio 2007 a Diciembre 2007
- Cursos talleres: Septiembre 2007 a Diciembre 2007
- Campañas Promocionales: Septiembre 2007 a Diciembre 2007
- Realización ayudas publicidad sectorial e individual: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009, salvo producción serie televisiva



Implantación				
Costes (euros)	2007	2008	2009	TOTAL
	2.862.000 €	1.711.860 €	1.763.216 €	6.337.076 €
<b>Parámetros coste</b>	<p>APARTADO1</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Coste producción capítulo 30 minutos: 120.000 €.</li><li>- Nº de capítulos: 10</li><li>- Subvención 100%</li></ul> <p>APARTADO 2</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Coste producción spot publicitario: 60.000 €</li><li>- Nº spots:1</li><li>- Coste emisión spot: 4.500 €</li><li>- Nº emisiones spot/año: 50</li><li>- Coste noche artesanía: 18.000 €</li><li>- Subvención: 100%</li></ul> <p>APARTADO3</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cursos taller/año: 10</li><li>- Coste curso. 3.000 €,</li><li>- Coste promoción asociación: 60.000 €</li><li>- Nº de asociaciones: 20</li><li>- Coste promoción individual: 15.000 €</li><li>- Nº de artesanos: 220</li><li>- Subvención: 30%</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- Coste 2007: 2.862.000 € (apartados 1, 2 y 3)</li><li>- Coste 2008. 1,711.860 € (apartados 2 y 3)+ipc</li><li>- Coste 2009. 1,763.216 € (apartados 2 y 3)+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria</li><li>- Adjudicación</li><li>- Producción series</li><li>- Producción "spot"</li></ul></li><li>- Evolución solicitudes ayudas asociaciones y artesanos</li><li>- Cursos talleres realizados</li><li>- Campañas promocionales asociaciones realizadas</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.2 Rutas turísticas artesanales

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Estudiar y establecer rutas de artesanos en la C.V. de acuerdo al colectivo de artesanos, número, oficios y localización geográfica. Promocionar rutas establecidas</b>
<b>Descripción</b>	<p>Aprovechar las rutas turísticas existentes en la Comunidad Valenciana y ubicar en ella la visita a artesanos o asociaciones, o crear una nueva.</p> <p>Establecer rutas artesanales</p> <p>Sustanciar las potenciales mejoras comerciales o publicitarias de la ruta</p> <p>Promocionar las rutas artesanales establecidas</p> <p>El objetivo de esta acción se fija en establecer y promocionar 9 rutas artesanales en el periodo 2007-2009</p>

#### Justificación

- ✓ Soportada por 6 propuestas de acciones CAME de 5 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Rutas artesanas turísticas, varios sectores.
  - Campañas promocionales Administración rutas artesanas, varios sectores.

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de estudio rutas artesanales.
  - Evaluación de concursantes a la convocatoria y resolución
  - Realización del estudio.
  - Promoción de rutas artesanales.
- ✓ Notas a la ejecución fases.
  - Redacción de bases convocatoria
  - La participación de las asociaciones y artesanos es fundamental en el establecimiento de rutas
  - La colaboración con Ayuntamientos y Turismo es muy importante para la promoción
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ La acción de promoción de rutas se repite en el 2008 y 2009.



**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicación: Mayo 2007
- Realización estudio: Mayo 2007 a Septiembre 2007
- Promoción: Septiembre 2007 a Diciembre 2007
- Pago.
- Repetición de promociones en 2008 y 2009

**Implantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>70.800 €</b>	<b>11.124 €</b>	<b>11.458 €</b>	<b>93.382 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	APARTADO 1 - Coste estudio inicial rutas: 60.000 €. - Subvención 100%  APARTADO 2 - Coste promoción ruta: 12.000 € - Nº rutas: 9 - Nº años 3 - Subvención: 30%  - Coste 2007: 70.800 € (apartados 1 y 2 ) - Coste 2008. 11.124 € (apartado 2)+ipc - Coste 2009. 11.458 € (apartado 2)+ipc			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	- Cumplimiento calendario: - . Convocatoria - . Adjudicación - . Finalización estudio  - Rutas establecidas  - Evolución solicitudes ayudas asociaciones  - Plazo de pago  - Dotación sin cubrir			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.3 Ayuda ferias, misiones y otros eventos

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a la participación de los artesanos y asociaciones artesanales en distintos eventos promocionales: ferias, misiones y otros.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Aprovechar el evento Copa de América, para realizar una exposición artesanal en el Puerto. "Proyecto puerto"</p> <p>Feria artesanía. Aprovechar alguna de las ferias que se realizan en Valencia, para instaurar un pabellón o zona de exhibición artesanal</p> <p>Asistencia a Ferias</p> <p>Misiones comerciales y misiones comerciales inversas</p>

#### Justificación

- ✓ Soportada por 15 propuestas de acciones CAME de 5 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Apoyo subvenciones asistencia a Ferias, varios sectores
  - Creación de la feria de artesanía, varios sectores
  - Misiones

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas, "proyecto puerto", exposiciones en ferias, asistencia a ferias y misiones comerciales.
  - Evaluación de solicitudes artesanos/asociaciones y resolución
  - Participación y asistencia a eventos.
  - Evaluación participación asistencia y pago.
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases convocatoria
  - La participación de las asociaciones y artesanos es fundamental en el "proyecto puerto", en la feria de artesanía, asistencia a ferias y en las misiones comerciales.
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las actuaciones
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Todas las acciones se mantienen en los años 2008 y 2009, salvo el "proyecto puerto".

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicación: Abril 2007
- Participación asistencia eventos: Mayo 2007 a Abril 2008
- Pago.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009, salvo "proyecto puerto"

**Implantación**

<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>195.000 €</b>	<b>169.950 €</b>	<b>175.049 €</b>	<b>539.999 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<p>APARTADO1</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Dotación "proyecto puerto": 60.000 €.</li><li>- Subvención 50%</li></ul> <p>APARTADO 2</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Coste exposición feria 30m2: 5.000 €</li><li>- Nº participantes: 40</li><li>- Bolsa asistente feria: 600 €</li><li>- Nº asistentes:100</li><li>- Nº misiones comerciales: 5</li><li>- Participantes misión :10</li><li>- Bolsa asistente misión: 1.000 €</li><li>- Nº misiones inversas: 2</li><li>- Participantes misión inversa: 10</li><li>- Bolsa asistente misión inversa: 1.000 €</li><li>- Subvención: 50%</li></ul> <p>- Coste 2007: 195.000 € (apartados 1 y 2 )</p> <p>- Coste 2008. 169.950 € (apartado 2)+ipc</p> <p>- Coste 2009. 175.049 € (apartado 2)+ipc</p>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria</li><li>- Adjudicación</li></ul></li><li>- Evolución exposiciones en Feria artesanal</li><li>- Evolución asistencia a Ferias</li><li>- Evolución misiones comerciales</li><li>- Evolución misiones inversas</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.4 Ayudas exposición y venta

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Promocionar la exposición y venta de productos artesanales en locales de la Administración.</b>
<b>Descripción</b>	Utilizar el Centro de Artesanía de Valencia para realizar exposición y venta de productos artesanos.  Las exposiciones serían rotativas interviniendo todas las mesas de artesanos, y tendrían una duración aproximada de 1 mes., incluidos montaje y desmontaje exposición.

#### Justificación

- ✓ Soportada por 6 propuestas de acciones CAME de 4 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Exposiciones y venta de productos, varios sectores
  - Exposiciones y venta de productos en el Centro de Artesanía, sector cerámica y vidrio
  - Comercio pluri artesano, sector asociaciones genéricas

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Acuerdo de las mesas para exponer.
  - Establecimiento de calendario y logística para las mesas participantes.
  - Dotación de la Administración para la ayuda en montaje y desmontaje de exposiciones.
  - Pago ayuda a mesas participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases dotación
  - La participación de las asociaciones es fundamental
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009

#### Plazos

- Exposición a mesas del proyecto por la Administración y acuerdos: Enero 2007.
- Establecimiento de calendario y logística: Enero 2007
- Exposiciones rotativas mensuales: Febrero 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009



<b>ICoste mplantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>23.100 €</b>	<b>23.793 €</b>	<b>24.507 €</b>	<b>71.400 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste montaje desmontaje exposición: 3.000 €.</li><li>- Exposiciones: 11</li><li>- Subvención: 70%</li> <li>- Coste 2008: 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>-. Acuerdos</li><li>-. Establecimiento calendario y logística</li><li>-. Calendario</li></ul></li> <li>- Evolución exposiciones</li> <li>- Evolución ventas en exposiciones</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.5 Internacionalización

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayuda a proyectos de exportación de grupos de artesanos. Estudio, búsqueda de canales y promoción.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Realizar estudio de exportación para un consorcio o grupo de artesanos, a un determinado país. Análisis portafolio productos y precios. Volúmenes. Logística de envío.</p> <p>Buscar canales de venta.</p> <p>Promocionar la gama de productos.</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009 se cifra en 6 proyectos.</p>

#### Justificación

- ✓ La internacionalización está soportada por 10 propuestas de acciones CAME de 8 meses.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Crear consorcios exportación artesanal, varios sectores
  - Promoción internacional por sectores

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de proyectos ayuda a la exportación.
  - Evaluación de proyectos y resolución
  - Realización del proyecto.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases proyecto y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las actuaciones
  - La participación de las asociaciones de artesanos es fundamental
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Mayo de 2007
- Realización proyecto: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009

**Coste mplantación**

<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>78.000 €</b>	<b>80.340 €</b>	<b>82.750 €</b>	<b>241.090 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste estudio: 18.000 €.</li><li>- Coste búsqueda canales: 30.000 €</li><li>- Coste promoción: 30.000 €</li><li>- Nº proyectos: 2</li><li>- Subvención: 50%</li> <li>- Coste 2007: 78.000 €</li><li>- Coste 2008: 80.340 € 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 82.750 € 2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- . Convocatorias</li><li>- . Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Evolución proyectos</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.6 Marcas y denominaciones de origen

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayuda a asociaciones o artesanos individuales a registrar marcas y denominaciones de origen y a su promoción.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Soporte a la consecución de marcas y denominaciones de origen</p> <p>Registro de marcas y denominaciones de origen.</p> <p>Promoción de marcas y denominaciones de origen.</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009 se cifra en 15 marcas y 3 denominaciones de origen.</p>

#### Justificación

- ✓ Estas actuaciones están soportadas por 7 propuestas de acciones CAME de 6 meses.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Desarrollo de marca gremio, varios sectores.
  - Denominación de origen, zona artesanal, sector agroalimentario.
  - Definir y potenciar marca artesanía en CV. Sector asociaciones genéricas.

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas a registro y promoción de marcas y denominaciones de origen.
  - Evaluación de solicitudes y resolución
  - Soporte y consecución de registro.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar las actuaciones
  - La participación de las asociaciones de artesanos y artesanos es imprescindible
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009





Plazos
<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias: Marzo 2007.</li><li>- Adjudicaciones: Mayo de 2007</li><li>- Consecución registro marcas y denominaciones origen: Junio 2007 a Diciembre 2007</li><li>- Pago ayuda a participantes.</li><li>- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009</li></ul>

Coste mplantación				
Costes (euros)	2007	2008	2009	TOTAL
	39.600 €	40.590 €	41.808 €	121.998 €
Parámetros coste	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste soporte registro marca: 30.000 €</li><li>- Coste registro marca: 3.000 €</li><li>- Nº participantes: 5</li><li>- Coste soporte registro denominación origen: 30.000 €</li><li>- Coste registro denominación origen 3.000 €</li><li>- Nº participantes: 1</li><li>- Subvención: 20%</li><li>- Coste 2007: 39.600 €</li><li>- Coste 2008: 40.590 € 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 41.808 € 2008+ipc</li></ul>			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Evolución proyectos</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)

### Actuación 4.7 Portales. Web's

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Crear un portal de la artesanía de la CV y ayudar a crear portales de asociaciones artesanales y artesanos individuales.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Crear portal de la artesanía de la Comunidad Valenciana.</p> <p>Ayudar a la creación de portales de asociaciones artesanales.</p> <p>Ayudar a la creación de portales de artesanos individuales.</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009 además de la creación del portal de artesanía de la CV, se cifra en 30 portales de asociaciones y 60 portales de artesanos individuales.</p>

#### Justificación

- ✓ Estas actuaciones están soportadas por 11 propuestas de acciones CAME de 8 meses.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Promoción y recepción pedidos, sector agroalimentario
  - Portal del Gremio, varios sectores
  - Portal institucional en condiciones, varios sectores
  - Catálogos virtuales, sector entidades genéricas

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas a para la creación de portales.
  - Evaluación de solicitudes y resolución.
  - Creación de portales.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos y artesanos es imprescindible
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Mayo de 2007
- Creación de portales: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009

**Coste mplantación**

<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>48.000 €</b>	<b>36.462 €</b>	<b>37,556 €</b>	<b>122.018 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste portal artesanía C.V.: 18.000 €</li><li>- Mantenimiento años siguientes: 30%</li><li>- Subvención : 100%</li> <li>- Coste web asociación: 3.000 €</li><li>- Nº asociaciones: 10</li><li>- Coste web artesano: 1.500 €</li><li>- Coste registro denominación origen 3.000 €</li><li>- Nº artesanos: 20</li><li>- Subvención: 50%</li> <li>- Coste 2007: 48.000 €</li><li>- Coste 2008: 36.462 €      2007- web CV + manteni.+ipc</li><li>- Coste 2009: 37.556 €      2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Evolución portales asociaciones y artesanos</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**ÁREA DE ACTUACIÓN 4: COMERCIAL Y MARKETING (CONT.)****Actuación 4.8 Estudios de marketing y viabilidad****Descripción**

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a las asociaciones en la realización de estudios de marketing y viabilidad de un sector.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Estudio estratégico del sector.</p> <p>Viabilidad. Nuevos productos y mercados Canales de distribución Rentabilidad</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009, se cifra en 3 estudios.</p>

**Justificación**

- ✓ Esta actuación está soportada por 13 propuestas de acciones CAME de 6 meses.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Estudios estratégicos del sector, viabilidad. Sector cerámico.
  - Estudio de mercados y clientes, sector agroalimentario.
  - Estudio política de precios versus política de costes, sector fiestas

**Articulación**

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas a para estudios estratégicos.
  - Evaluación de solicitudes y resolución.
  - Realización del estudio.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos es imprescindible
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Mayo de 2007
- Realización estudio: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009

**Coste mplantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>12.000 €</b>	<b>12.360 €</b>	<b>12.731 €</b>	<b>37.091 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste estudio: 24.000 €</li><li>- Nº estudios: 1</li><li>- Subvención : 50%</li> <li>- Coste 2007: 12.000 €</li><li>- Coste 2008: 12.360 € 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 12.731 € 2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Evolución nº estudios</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 5: DIVERSIFICACION ACTIVIDADES

### Actuación 5.1 Estudios de diversificación y diferenciación

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a las asociaciones y artesanos en la realización de estudios de diversificación y diferenciación.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Estudio diversificación y diferenciación del sector.</p> <p>Estudio diversificación y diferenciación artesano individual</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009, se cifra en 3 estudios sectoriales y 15 estudios individuales</p>

#### Justificación

- ✓ Estas actuaciones están soportadas por 5 propuestas de acciones CAME de 4 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Nuevas aplicaciones sector cerámico.
  - Adecuarse al perfil de la zona y clientes, sector agroalimentario.
  - Diferenciación por calidad y servicio, sector agroalimentario

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas a para estudios de diferenciación y diversificación.
  - Evaluación de solicitudes y resolución.
  - Realización del estudio.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos y artesanos es imprescindible
  - Participación activa de los recursos del Centro de Artesanía.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009

**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Mayo de 2007
- Realización estudio: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009

**Coste mplantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>42.000 €</b>	<b>43.260 €</b>	<b>44.558 €</b>	<b>129.818 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste estudio sectorial: 24.000 €</li><li>- Nº estudios: 1</li> <li>- Coste estudio artesano individual: 12.000 €</li><li>- Nº estudios: 5</li> <li>- Subvención : 50%</li> <li>- Coste 2007: 42.000 €</li><li>- Coste 2008: 43.260 € 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 44.558 € 2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li> <li>- Evolución nº estudios sectoriales e individuales</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**ÁREA DE ACTUACIÓN 6: COOPERACION INTER - EMPRESARIAL****Actuación 6.1 Estudios de cooperación y asociacionismo****Descripción**

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a las asociaciones y artesanos en la realización de estudios de cooperación.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Estudio sectorial, cooperación artesanos de un sector</p> <p>Estudio sectorial, cooperación sector con otros sectores artesanos o empresariales.</p> <p>Estudios individuales, cooperación entre artesanos del mismo sector o diferentes</p> <p>El objetivo de esta actuación en el periodo 2007 al 2009, se cifra en 3 estudios sectoriales y 9 estudios individuales</p>

**Justificación**

- ✓ Estas actuaciones están soportadas por 37 propuestas de acciones CAME de las 11 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Potenciar centros de compra, varios sectores.
  - Colaboración con hostelería, dietistas y restauradores, sector agroalimentario.
  - Crear consorcios para internacionalización, varios sectores
  - Conexión empresa industrial y artesano, sector madera
  - Redes comerciales comunes, varios sectores.
  - "Pool" de fiestas, sector fiesta.
  - Rutas turísticas artesanas

**Articulación**

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayudas a para estudios de cooperación sectorial e individuales.
  - Evaluación de solicitudes y resolución.
  - Realización de estudios.
  - Pago ayuda a participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos y artesanos es imprescindible
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ Esta acción se mantiene en los años 2008 y 2009



**Plazos**

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Mayo de 2007
- Realización estudios: Junio 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009

**Coste mplantación**

	2007	2008	2009	TOTAL
<b>Costes (euros)</b>	<b>30.000 €</b>	<b>30.900 €</b>	<b>31.827 €</b>	<b>92.727 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste estudio sectorial: 24.000 €</li><li>- Nº estudios: 1</li><li>- Coste estudio artesano individual: 12.000 €</li><li>- Nº estudios: 3</li><li>- Subvención : 50%</li><li>- Coste 2007: 30.000 €</li><li>- Coste 2008: 30.900 € 2007+ipc</li><li>- Coste 2009: 31.827 € 2008+ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Evolución nº estudios sectoriales e individuales</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**ÁREA DE ACTUACIÓN 7: CENTROS DE APOYO Y DESARROLLO****Actuación 7.1 Potenciación Centro o Centros de Artesanía de la C.V.**

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Potenciar el Centro o Centros de Artesanía de la C.V., transformándolos en centros de conocimiento, exhibición y soporte de la artesanía de la Comunidad</b>
<b>Descripción</b>	<p>El mundo artesanal es muy amplio en actividades y sectores. El/los Centro/s de Artesanía deben actuar como antenas de gestión del conocimiento de la artesanía, como lugar de exhibiciones selectivas de productos artesanos, y como punto focal del soporte al artesano y a las asociaciones artesanales en sus relaciones con la Administración. Un centro artesano debería tender al siguiente modelo:</p> <p>1.- <u>Antena</u> del conocimiento, para ello se necesitan y a título de ejemplo, las siguientes competencias o la capacidad para adquirirlas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comercial, marketing y publicidad</li> <li>- Observatorio de tendencias de productos artesanales y mercados</li> <li>- Canales de venta</li> <li>- Internacionalización</li> <li>- Técnicas de promoción y publicidad</li> <li>- Ferias y exhibiciones</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I+D+i</li> <li>- Diseño, y proceso de elaboración <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de diseño</li> <li>- Procesos de fabricación</li> </ul> </li> <li>- Logística <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de pedidos</li> <li>- Planificación y Control de la producción</li> <li>- Gestión de envíos y distribución</li> </ul> </li> <li>- Calidad <ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificaciones, homologaciones y garantías</li> <li>- Marcas</li> <li>- Denominaciones de origen</li> <li>- Reclamaciones de clientes</li> </ul> </li> <li>- Financiera y contable <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios de competitividad y viabilidad</li> <li>- I+D+i</li> </ul> </li> <li>- Recursos humanos, laboral y legal <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación</li> <li>- Convenios</li> <li>- S.S.</li> <li>- Legislación mercantil, laboral y artesanal</li> </ul> </li> </ul>



**Descripción  
(Cont.)**

- Informática
    - Hardware y software básico. Internet y Portales
    - Software estándar de gestión, diseño y producción
  - Gestión de Dirección
  - Relaciones externas
    - Relaciones con centros tecnológicos
    - Relaciones con organismos: IVEX, ICEX, SEPI, FVQ,....
    - Relaciones con la Administración local, Comunidades y central
    - Relaciones con otros centros de artesanía
  - Subvenciones
  - Gestión de la información
    - Proporcionar información relevante de los temas anteriores a las asociaciones y a los artesanos
- 2.- Lugar de exhibiciones selectivas de productos artesanos.
- Se preparan de forma continua y rotacional, exhibiciones de productos artesanos seleccionados, de los distintos sectores artesanales.
- 3.- Punto focal del soporte al artesano y a las asociaciones artesanales en sus relaciones con la Administración.
- Vigilancia cumplimiento del DCA, de marcas y de Homologación de asociaciones.
- Soporte a denuncias competencia desleal. Iniciador gestión subvenciones.
- El proyecto de promoción de centro/s de artesanía llevaría consigo:
- Estudio de análisis e implantación modelo propuesto. Nuevo/s Centro/s de Artesanía.  
Diagnostico del actual Centro de Artesanía y transformación de acuerdo al modelo propuesto
  - La contratación de recursos humanos adicionales y la remodelación del Centro son una primera estimación del posible resultado del estudio anterior.



### Justificación

- ✓ Las peticiones sobre actividades requeridas al Centro de Artesanía u a otros organismos similares están soportadas por 39 propuestas de acciones CAME de 10 mesas.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Observatorio de tendencias, hábitos y consumos.
  - Promoción artesanal
  - Nuevos canales de distribución y venta
  - Estudios de mercados y clientes
  - Promoción y seguimiento internacional
  - Portal de la Artesanía Valenciana
  - I+D+i
  - Gabinete de apoyo en temas de gestión empresarial/marketing y comercial
  - Centro de apoyo de gestión empresarial
  - Detectar necesidades de formación
  - Desarrollo de programas formativos
  - Desarrollo de formación reglada
  - Formación empresarial
  - Club de expertos. Benchmarking
  - Utilizar Institutos Tecnológicos
  - Mejorar comunicación con Universidad y Centros de Investigación
  - Mejor acceso a la información
  - Centro de información
  - Exposición y venta de productos
  - Ventanilla de coordinación única con las administraciones

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria estudio nuevo modelo Centro de Artesanía.
  - Convocatoria proyecto remodelación Centro Artesanía
  - Convocatoria mobiliario y equipo nuevos puestos de trabajo recursos humanos Centro de Artesanía
  - Convocatoria plazas recursos humanos Centro de Artesanía
  - Evaluación concursantes convocatorias y resolución
  - Realización de estudio nuevo modelo.
  - Remodelación Centro Artesanía
  - Contratación recursos humanos.
  - Contratación mobiliario y equipos puestos de trabajo
  - Instalación puestos de trabajo
  - Pago estudio nuevo modelo
  - Pagos remodelación y puestos de trabajo
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ En los años 2008 y 2009, no hay actuaciones, se considera únicamente el componente salarial de los recursos humanos

**Plazos**

- Convocatorias estudio nuevo modelo y remodelación: Febrero 2007.
- Adjudicaciones estudio nuevo modelo y remodelación: Marzo 2007
- Realización estudio nuevo modelo y remodelación: Abril 2007 a Septiembre 2007
- Convocatoria plazas recursos y mobiliario y equipo puestos trabajo: Octubre 2007
- Evaluación y resolución. Octubre 2007.
- Instalación mobiliario y equipos puestos de trabajo: Noviembre 2007.
- Contratación recursos humanos: Diciembre 2007
- Pagos.

**Coste mplantación**

<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>735.000 €</b>	<b>370.800 €</b>	<b>381.924 €</b>	<b>1.487.724 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste estudio nuevo modelo C.A.: 90.000 €</li><li>- Coste remodelación : 600.000 €</li><li>- Coste profesional: 36.000 €</li><li>- Nº profesionales: 10</li><li>- Utilización profesionales 2007: 1 mes</li><li>- Coste equipo y mobiliario puesto de trabajo: 1.500 €</li><li>- Nº puestos trabajo: 10</li><li>- Subvención: 100%</li> <li>- Coste 2008: coste salarial+ipc</li><li>- Coste 2009: coste salarial +ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatorias</li><li>- Adjudicaciones</li></ul></li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 8: FORMACION

### Actuación 8.1 Formación genérica: Gerencial, Marketing, Informática básica e internet

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Ayudar a la formación genérica de los artesanos en materias básicas: gerenciales, comerciales/marketing y de informática/inernet/portales.</b>
<b>Descripción</b>	<p>Estudio sectorial de peculiaridades y necesidades del sector artesanal en los temas de formación gerencial, comercial / marketing e informática/internet /portales.</p> <p>Desarrollo detallado de un programa de formación 72 horas, compuesto de 3 módulos: gerencial, comercial e informática. El desarrollo incluye el diseño de los módulos, la documentación y guía para el profesor y la documentación a entregar al alumno.</p> <p>Impartición 14 cursos en el periodo 2007 a 2009</p> <p>Registro de cursos y asistentes en base de datos artesanos</p>

#### Justificación

- ✓ Estas actuaciones están soportadas por 57 propuestas acciones CAME de 10 mesas, relacionadas directa o indirectamente con este tema.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Promocionar la enseñanza y la formación.
  - Formación profesional y gerencial.
  - Formación directiva.
  - Delegar
  - Fomentar el relevo generacional
  - Autoestima profesional
  - Soporte a la gestión
  - Organización
  - Promoción artesanía
  - Publicidad
  - Atención personalizada
  - Adaptarse al perfil del cliente
  - Servicio al cliente
  - Merchandising
  - Paginas web y catálogos virtuales
  - Portal del gremio
  - Recepción telefónica de pedidos



### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria para estudio sectorial de necesidades de formación.
  - Convocatoria para desarrollo programa y acciones formativas
  - Evaluación de concursantes y resolución.
  - Realización de estudios.
  - Convocatoria ayudas asociaciones cursos.
  - Establecimiento calendario cursos y asociaciones
  - Impartición de cursos
  - Registro datos cursos en Base Datos Artesanos
  - Pago a adjudicaciones y a asociaciones participantes
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos y artesanos es imprescindible
  - Los cursos deben estar totalmente orientados a los artesanos. No son cursos estándar
  - El centro de artesanía debe jugar un papel esencial. Revisión contenidos, planificación y logística de los cursos.
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ La impartición de cursos y registro de participantes se mantiene en los años 2008 y 2009

### Plazos

- Convocatorias: Marzo 2007.
- Adjudicaciones: Abril 2007
- Realización estudios: Mayo 2007 a Septiembre 2007
- Establecimiento calendario: Octubre 2007
- Impartición cursos: Octubre 2007 a Diciembre 2007
- Registro Base Datos Artesanos: Noviembre 2007 a Diciembre 2007
- Pago ayuda a participantes.
- Repetición de actuaciones en 2008 y 2009



Coste mplantación				
Costes (euros)	2007	2008	2009	TOTAL
	102.156 €	22.730 €	23.412 €	148.298 €
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coste estudio sectorial: 30.000 €</li> <li>- Desarrollo programa formación: 64.800 €</li> <li>- Coste unitario impartición y material: 10.800 € 15 asistentes</li> <li>- Coste registro curso base datos artesanos: 150€</li> <li>- Nº cursos 2007: 2</li> <li>- Nº cursos 2008 y 2009 : 6 por año</li> <li>- Subvención impartición cursos : 70% Resto actividades: 100%</li> <li>- Coste 2008: impartición cursos, registro e ipc</li> <li>- Coste 2009: impartición cursos, registro e ipc</li> </ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento calendario: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocatorias</li> <li>- Adjudicaciones</li> <li>- Estudios</li> </ul> </li> <li>- Evolución nº cursos, módulos y participantes</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li> </ul>			





## ÁREA DE ACTUACIÓN 8: FORMACION (CONT.)

### Actuación 8.2 Formación específica artesanos. Plan de estudios oficios y titulaciones

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Desarrollar un plan de formación de los distintos oficios artesano seleccionados. Plan de estudios y titulaciones</b>
<b>Descripción</b>	<p>Este plan implica:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Propuesta, borrador del plan de estudios de cada uno de los oficios seleccionados.</li><li>• Determinación de conocimientos teóricos y prácticos para desarrollar el oficio. Lugar en los que se adquieren dichos conocimientos y profesores idóneos para impartirlos.</li><li>• Planificación de aprendizaje y duración de los estudios. Propuesta de titulaciones</li><li>• Validación del borrador del plan de estudios por oficio, con las distintas asociaciones de artesanos. Propuesta de titulaciones y Centros de aprendizaje</li><li>• Validación del borrador del plan de estudios validado por las asociaciones con los organismos competentes de la Administración. Propuesta de titulaciones y Centros</li><li>• Consolidación. Redacción del plan de estudios definitivo. Aprobación por los organismos competentes. Centros de Aprendizaje. Titulaciones.</li><li>• Plan de implantación</li></ul> <p>En el periodo 2007 2009 se fija como objetivo el establecer el plan de estudios del 50% de los oficios existentes, 80, y su plan de implantación.</p>

### Justificación

- ✓ Esta actuación está soportada por 24 propuestas acciones CAME de 10 mesas, relacionadas directa o indirectamente con este tema.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Desarrollo de programas formativos con titulaciones oficiales.
  - Título reconocido para poder ejercer el oficio.
  - Formación especializada.
  - Programas formativos que mantengan el oficio
  - Potenciar escuelas de oficio artesano
  - Formación continua
  - Reconocimiento oficial de la formación requerida por el gremio
  - Escuelas de oficios de gremios
  - Exigencia de título para poder ejercer
  - Título de maestro artesano
  - Desarrollo de formación reglada
  - Apoyo a la formación práctica y flexible.
  - Creación de escuelas artesanas y módulos de formación profesional.



### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria proyecto plan de estudios de oficios e implantación.
  - Evaluación de concursantes y resolución.
  - Realización del proyecto.
  - Pago concursante adjudicado
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
    - . Propuesta
    - . Validación asociaciones
    - . Validación organismos administración.
    - . Consolidación y redacción plan
    - . Implantación
  - Proporcionar créditos blandos para financiar la actuación
  - La participación de las asociaciones de artesanos, artesanos, organismos de la administración son imprescindibles.
  - La práctica del oficio en talleres artesanales es fundamental para la consecución del título.
  - El profesorado debe seleccionarse de acuerdo a criterios de conocimiento y experiencia demostrada
  - Participación activa de los recursos de la Administración.
- ✓ El proyecto tiene una duración de 3 años. 2007 a 2009, con una cobertura del 50% de oficios artesanales

### Plazos

- Convocatoria: Marzo 2007
- Adjudicación: Abril 2007
- Realización proyecto: Mayo 2007 a Diciembre de 2009



<b>Coste mplantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>77.000 €</b>	<b>77.000 €</b>	<b>77.000 €</b>	<b>231.000 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste anual propuesta: 40.000 €</li><li>- Coste anual validación asociaciones: 5.000 €</li><li>- Coste anual validación org. Adm.: 8.000 €</li><li>- Coste anual consolidación: 8.000 €</li><li>- N° oficios anuales : 13</li><li>- N° asociaciones anuales: 8</li> <li>- Subvención: 100%</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>-. Convocatorias</li><li>-. Adjudicaciones</li><li>-. Estudio parciales</li></ul></li> <li>- Evolución nº planes estudio finales oficios</li> <li>- Plazo de pago</li> <li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**ÁREA DE ACTUACIÓN 9: GREMIOS Y ASOCIACIONES****Actuación 9.1 Estudio de potenciación del asociacionismo.**

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Potenciar el asociacionismo y su papel en el mundo artesanal</b>
<b>Descripción</b>	<p>El modelo ideal de una asociación de artesanos implica la promoción y defensa de sus asociados, mediante una participación activa en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización normativa. Criterios de definición de artesanos, y de concesión del DCA</li> <li>- Vigilancia normativa. Competencia desleal. Defensa legal del artesano.</li> <li>- Control de asociados.</li> <li>- Programas de formación. Titulaciones. Escuelas artesanales.</li> <li>- Promoción comercial y publicidad de asociados y de sus productos.</li> <li>- Cooperación entre asociados, con otras asociaciones, o con mundo empresarial</li> <li>- Conocimiento situación sectores de los asociados.</li> <li>- Esquema dirección.</li> <li>- Relaciones con la Administración. Problemática y propuestas soluciones</li> </ul> <p>La propuesta de esta actuación comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de modelo de asociación de artesanos</li> <li>- Diagnostico de asociaciones existentes. Estimamos 50</li> <li>- Plan de implantación modelo asociación</li> </ul>

**Justificación**

- ✓ Esta actuación está soportada por 116 propuestas acciones CAME de las 11 mesas, relacionadas directa o indirectamente con este tema.
- ✓ Muestra de propuestas:
  - Desarrollo normativo de regulación del artesano. Divulgación entendible por artesano
  - Uso y concesión etiqueta según criterios gremios.
  - Mantener patrimonio cultural
  - Vigilancia cumplimiento normativa y competencia desleal.
  - Implicación de la Administración en el cumplimiento de la normativa.
  - Concienciar necesidad de formación
  - Formación continua y especializada. Reciclaje.
  - Programas formativos que mantengan los oficios.
  - Formación profesional y gerencial.
  - Desarrollo formación reglada.
  - Escuelas de artesanos.
  - Título reconocido para poder ejercer el oficio.
  - Promoción, publicidad artesanal. Imagen corporativa y del artesano
  - Nueva imagen del artesano.



### Justificación (Cont.)

- ✓ Muestra de propuestas (Cont.):
- ✓
  - Exhibiciones. Talleres/tiendas.
  - Concursos de productos.
  - Consorcios para la exportación artesanal.
  - Conexión con empresas industriales o de servicios.
  - Central de compras
  - Rutas turísticas
  - Reconversión de artesanos "a la alemana"
  - Comité/consejo de gremios

### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria proyecto modelo, diagnóstico y plan de implantación de asociaciones artesanales.
  - Evaluación de concursantes y resolución.
  - Realización del proyecto.
  - Pago concursante adjudicado
- ✓ Notas a la ejecución de fases.
  - Redacción de bases y adjudicación
    - Propuesta modelo
    - Diagnóstico asociaciones
    - Plan de implantación.
  - La participación de las asociaciones de artesanos es imprescindible.
  - Participación activa de los recursos de la Administración.

El proyecto tiene una duración de 3 años. 2007 a 2009, con una cobertura del 100% de las asociaciones

### Plazos

- Convocatoria: Marzo 2007
- Adjudicación: Abril 2007
- Realización proyecto: Mayo 2007 a Diciembre de 2009



<b>Coste mplantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>45.617 €</b>	<b>39.617 €</b>	<b>39.617 €</b>	<b>124.851 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste modelo asociación: 6.000 €</li><li>- Coste anual diagnostico asociaciones: 24.617 €</li><li>- Coste anual plan implantación: 15.000 €</li><li>- Nº asociaciones: 50</li><li>- Plazo ejecución : 3 años</li><li>- Subvención: 100%</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- Convocatoria</li><li>- Adjudicación</li><li>- Realización anual</li></ul></li><li>- Evolución nº asociaciones</li><li>- Plazo de pago</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**ÁREA DE ACTUACIÓN 10: ACTUACIONES DIVERSAS****Actuación 10.1 Apoyo a la financiación.**

Descripción	
<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Conceder créditos blandos a las ayudas concedidas a los artesanos, para la financiación de las mismas</b>
<b>Descripción</b>	<p>Concedida la ayuda, se le concede adicionalmente un préstamo de financiación, por el importe de la actuación.</p> <p>Las actuaciones programadas a cargo del artesano o asociación artesanal ascienden a 24,7 millones de €</p> <p>La ayuda se fija en la concesión de créditos por este importe, con ayuda de 2 puntos</p>

Justificación
✓ Discriminación positiva al artesano.

Articulación
✓ Esta acción se articula en las siguientes fases: <ul style="list-style-type: none"><li>- Concesión crédito blando en el momento de la adjudicación de la ayuda.</li><li>- Participación activa de los recursos de la Administración.</li></ul>
El proyecto tiene una duración de 3 años. 2007 a 2009

Plazos
- De acuerdo a la concesiones de ayuda: 2007 a 2009

Coste mplantación				
Costes (euros)	2007	2008	2009	TOTAL
	160.276 €	164.057 €	168.793 €	493.126 €
<b>Parámetros coste</b>	- Importe total actuaciones subvencionada - 2 puntos rebaja interés			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	- Cumplimiento calendario: -. Plazo concesión crédito blando  - Evolución nº créditos  - Dotación sin cubrir			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 10: ACTUACIONES DIVERSAS (CONT.)

### Actuación 10.2 Apoyo a la contratación de aprendices.

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Apoyo a la contratación de aprendices</b>
<b>Descripción</b>	Esta actuación tiene como objetivo el apoyar la contratación anual de 100 aprendices en el sector artesanal, durante 6 meses.

#### Justificación

- ✓ Discriminación positiva al artesano.

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria de ayuda a la contratación de aprendices.
  - Evaluación y resolución de solicitudes
  - Contratación de aprendices.
  - Pago ayudas
  - Participación activa de las asociaciones y artesanos.

El proyecto tiene una duración de 3 años. 2007 a 2009

#### Plazos

- Convocatoria: Febrero 2007.
- Resolución: Marzo 2007.
- Contratación: Abril
- Pago

El proceso se repite durante el periodo 2008 a 2009





<b>Coste mplantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>240.000 €</b>	<b>247.200 €</b>	<b>254,616 €</b>	<b>741.816 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste aprendiz: 4.800 €</li><li>- Nº aprendices: 100</li><li>- Subvención : 50%</li><li>- Coste 2008, 2009.: coste 2007 + ipc</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>- . Convocatoria</li><li>- . Resolución</li></ul></li><li>- Evolución nº contrataciones</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			



## ÁREA DE ACTUACIÓN 10: ACTUACIONES DIVERSAS (CONT.)

### Actuación 10.3 Benchmarking.

#### Descripción

<b>Tipología</b>	Horizontal
<b>Objetivos</b>	<b>Estudio comparativo del tratamiento al artesano de la C.V. con otras comunidades autónomas y países de la CEE</b>
<b>Descripción</b>	Estudiar el tratamiento del artesano en la C.V. comparativamente con 10 comunidades autónomas y 3 países de la CEE

#### Justificación

- ✓ Ser la Comunidad líder en la promoción y defensa del artesano.

#### Articulación

- ✓ Esta acción se articula en las siguientes fases:
  - Convocatoria del estudio.
  - Evaluación y resolución de solicitudes
  - Realización del estudio.
  - Pago ayudas

#### Plazos

- Convocatoria: Febrero 2007.
- Resolución: Marzo 2007.
- Realización estudio: Abril 2007 a Octubre 2007
- Pago



<b>Coste mplantación</b>				
<b>Costes (euros)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>51.120 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>51.120 €</b>
<b>Parámetros coste</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Coste unitario CCAA: 3.600 €</li><li>- Coste unitario pais CEE: 5.040 €</li><li>- Nº CCCAA: 10</li><li>- Nº países CEE: 3</li><li>- Subvención : 100%</li></ul>			
<b>Indicadores de seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimiento calendario:<ul style="list-style-type: none"><li>-. Convocatoria</li><li>-. Resolución</li><li>-. Realización estudio</li></ul></li><li>- Evolución CCAA y Países CEE</li><li>- Dotación sin cubrir</li></ul>			

**PRESUPUESTOS Y PLAZOS**

El siguiente cuadro recoge el coste presupuestado en euros para cada una de las líneas para el impulso del sector. Se presenta el coste anualizado y en su totalidad.

	2007	Periodo 2008	2009	TOTAL
<b>TOTALES</b>	<b>5.791.169</b>	<b>3.955.906</b>	<b>4.064.389</b>	<b>13.811.464</b>
<b>I PROYECTOS BÁSICOS</b>	<b>161.150</b>	<b>37.472</b>	<b>38.595</b>	<b>237.217</b>
<b>1 ORDENACIÓN DE LA ACTIVIDAD ARTESANA</b>	<b>161.150</b>	<b>37.472</b>	<b>38.595</b>	<b>237.217</b>
1.1 ACTUALIZACIÓN DE DCA	87.600	9.023	9.293	105.916
1.2 BASE DE DATOS ARTESANOS	55.550	22.887	23.573	102.010
1.3 NORMATIVA Y REGLAMENTACIÓN	18.000	5.562	5.729	29.291
<b>II PROYECTOS PRIMARIOS</b>	<b>4.218.850</b>	<b>2.997.030</b>	<b>3.080.432</b>	<b>10.296.312</b>
<b>2 I+D+i</b>	<b>330.000</b>	<b>339.900</b>	<b>350.097</b>	<b>1.019.997</b>
2.1 NUEVOS PROCESOS	120.000	123.600	127.308	370.908
2.2 NUEVOS PRODUCTOS	60.000	61.800	63.654	185.454
2.3 ESTABLECIMIENTOS. NUEVAS INSTALACIONES Y REMODELACIONES	150.000	154.500	159.135	463.635
<b>3 MEJORA CAPACIDADES TECNOLÓGICAS</b>	<b>488.350</b>	<b>496.491</b>	<b>504.875</b>	<b>1.489.716</b>
3.1 TIC INFORMATIZACIÓN ASOCIACIONES Y ARTESANOS	217.000	217.000	217.000	651.000
3.2 CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y GARANTÍAS	198.750	204.713	210.854	614.317
3.3 CERTIFICACIÓN DE SERVICIO/CALIDAD	72.600	74.778	77.021	224.399
<b>4 COMERCIAL Y MARKETING</b>	<b>3.328.500</b>	<b>2.086.479</b>	<b>2.149.075</b>	<b>7.564.054</b>
4.1 CAMPAÑAS PROMOCIONALES: CORPORATIVA, SECTORIAL E INDIVIDUAL	2.862.000	1.711.860	1.763.216	6.337.076
4.2 RUTAS TURÍSTICAS ARTESANALES	70.800	11.124	11.458	93.382
4.3 FERIAS, CONVENCIONES Y SEMINARIOS	195.000	169.950	175.049	539.999
4.x CATÁLOGOS Y COLECCIONES				
4.4 EXPOSICIONES Y VENTA	23.100	23.793	24.507	71.400
4.5 INTERNACIONALIZACIÓN: IVEX, ICEX, DELEGACIONES, AGTs VENTA, ETC.	78.000	80.340	82.750	241.090
4.6 MARCAS, DENOMINACIONES DE ORIGEN	39.600	40.590	41.808	121.998
4.7 WEBS, PORTALES	48.000	36.462	37.556	122.018
4.8 ESTUDIOS DE VIABILIDAD Y MARKETING	12.000	12.360	12.731	37.091
<b>5 DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES</b>	<b>42.000</b>	<b>43.260</b>	<b>44.558</b>	<b>129.818</b>
5.1 ESTUDIOS DE DIVERSIFICACIÓN Y DIFERENCIACIÓN	42.000	43.260	44.558	129.818
<b>6 COOPERACIÓN OTRAS EMPRESAS</b>	<b>30.000</b>	<b>30.900</b>	<b>31.827</b>	<b>92.727</b>
6.1 ESTUDIOS DE COOPERACIÓN Y ASOCIACIONISMO	30.000	30.900	31.827	92.727



	Periodo			TOTAL
	2007	2008	2009	
<b>III PROYECTOS SOPORTE</b>	<b>1.411.169</b>	<b>921.404</b>	<b>945.362</b>	<b>3.277.935</b>
<b>7 CENTRO DE ARTESANÍA</b>	<b>735.000</b>	<b>370.800</b>	<b>381.924</b>	<b>1.487.724</b>
7.1 POTENCIACIÓN CENTRO DE ARTESANÍA CV	735.000	370.800	381.924	1.487.724
<b>8 FORMACIÓN</b>	<b>179.156</b>	<b>99.730</b>	<b>100.412</b>	<b>379.298</b>
8.1 FOR GENÉRICA: GEREN. ARTESANA, MKT, INFO BÁSICA, INTERNET Y WEB	102.156	22.730	23.412	148.298
8.2 FOR ESPECÍFICA: ESCUELA ARTESANOS, HOMOLOG. Y TITULACIONES	77.000	77.000	77.000	231.000
<b>9 GREMIOS Y ASOCIACIONES</b>	<b>45.617</b>	<b>39.617</b>	<b>39.617</b>	<b>124.851</b>
9.1 POTENCIAR ASOCIACIONISMO: ESTUDIOS	45.617	39.617	39.617	124.851
<b>10 OTRAS ACTIVIDADES</b>	<b>451.396</b>	<b>411.257</b>	<b>423.409</b>	<b>1.286.062</b>
10.1 APOYO A LA FINANCIACIÓN	160.276	164.057	168.793	493.126
10.2 LABORAL	240.000	247.200	254.616	741.816
10.3 BENCHMARKING	51.120	0	0	51.120









# Plan de Competitividad

**Sectores Artesanos  
de la  
Comunidad Valenciana  
2007 – 2009**

**Anejo 6: Relación de participantes**



**GENERALITAT VALENCIANA**  
**CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA**





## RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN LA S MESAS ARTESANAS

En las mesas artesanas han participado expertos y representantes de las siguientes asociaciones, empresas y entidades:

### ADMINISTRACIÓN

#### Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia

Ilmo. Sr. Director General de Industria y Comercio, D. José Miguel Salavert Fernández.

### ASOCIACIONES EMPRESARIALES POR MESA ARTESANA

#### Mesa 1: Agroalimentario I

- **Asociación Empresarial Nacional de Elaboradores Artesanos y Comerciantes de Helados y Horchatas**  
D. José Luis Gisbert Valls
- **Gremio de Horchateros y Heladeros de Alicante**  
D. Francisco Hernández González
- **Gremio de Horchateros de Alboraya**  
D. Daniel Tortajada
- **Asociación de Fabricantes de Turrón, Derivados y Chocolates de la Comunidad Valenciana**  
D. Alexis Verdú Iborra

#### Mesa 2: Agroalimentario II

- **Asociación Valle Historia y Miel**  
D<sup>a</sup>. Amalia Anaya Catalán.
- **Asociación de Queseros de la Comunidad Valenciana**  
D. Angel de Valeriano Rojo



### **Mesa 3: Agroalimentario III**

- **ASEPAN. As Fabricantes y/o Expendedores de Pan y Bollería, Pastelería y Afines de la Comunidad Valenciana**  
D<sup>a</sup>. Marta Esteve Navarro
- **Gremio de Panaderos y Pasteleros de Valencia**  
D. Juan Bautista Piquer Pomer  
Vicente Martínez Micó
- **Gremio Provincial de Panaderos y Pasteleros artesanos de Alicante**  
D. Ernesto Rico Pérez  
D. Raúl Asencio Pastor
- **Federación Gremial de Panadería y Pastelería de la Provincia de Valencia**  
D<sup>a</sup> Emilia Bagues Bonet
- **Confederación de Organizaciones de Panadería y Pastelería de la Comunidad Valenciana**  
D. José Báguena Canet

### **Mesa 4: Agroalimentario IV**

- **Federación de Carniceros de la Comunidad Valenciana (CARVAL)**  
D. Eusebi Vicente García
- **Gremio de Carniceros y Charcuteros de la Provincia de Valencia**  
D<sup>a</sup>. Mercedes de la Guía Maciá
- **Gremio de Carniceros y Charcuteros de la Provincia de Castellón**  
D Enrique Navarro Gómez de Almazora  
D Juan Vicente Fuentes Caudet  
D Andrés Vargas Cerro
- **Gremio de Carniceros y Charcuteros de la Provincia de Alicante**  
D Vicente Sánchez Esteve  
D Juan López Pérez  
D Antonio López Devesa  
D Luis Briega Grande

### **Mesa 5: Cerámica y Vidrio**

- **Asociación de Fabricantes y Manipuladores de Vidrio**  
D Francisco Grau Monpó
- **Asociación Valenciana de Cerámica AVEC GREMIO**  
D Pedro García Clemente  
D José Navarro Navarro



#### **Mesa 6: Instrumentos Musicales**

- **Gremio Maestros Artesanos de la Guitarra Española**
  - D Victor Manuel Raimundo Anglada
  - D Javier Ortiz Ruiz
- **Asociación Fabricantes Instrumentos Musicales y Accesorios**
  - D Manuel Adalid Balbuena
  - D Javier Ortiz Ruiz

#### **Mesa 7: Fiestas Tradicionales**

- **Gremio Artesano de Artistas Falleros de Valencia**
  - D. Manuel Algarra Salinas
- **Federación de Artistas Falleros y Fogueres de la Comunidad Valenciana**
  - D. Manuel Algarra Salinas
- **Gremio Artesano de Artistas Falleros de Burriana**
  - D. Xavi Ribes Segura
- **PIROVAL Asociación Fabricantes Pirotécnicos de la Comunidad Valenciana**
  - D. José Guillermo Rodríguez-Bronchú Orts

#### **Mesa 8: Entidades Asociativas Genéricas**

- **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Castellón**
  - D<sup>a</sup>. Consuelo Ramos
  - D<sup>a</sup> Silvia Ordiñaga
- **ARPA Asociación de Artesanos del Alto Palancia**
  - D José Magdalena Santafe
  - D. Julio Ginés Flaj
  - D<sup>a</sup> Sacramento Royo Calvo
- **UNART Asociación de Artesanos de Altea**
  - D<sup>a</sup>. Silvia Granda
  - D<sup>a</sup> Amparo Rius Jordán
- **APAC Asociación de Artesanos de Castellón**
  - D. Pedro Domínguez Luna



#### **Mesa 9: Oficios Varios**

- **Gremio de Cereros de la Vall d'Albaida**  
D. Juan Vila Vañó
- **Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología Hortícola de la Comunidad Valenciana**  
D<sup>a</sup>. Salud Lis Pardo  
D<sup>a</sup> Olga Franco Lorenzo

#### **Mesa 10: Madera y Afines**

- **Asociación de Empresarios de Madera y Mueble de Alicante (AEMMA)**  
D<sup>a</sup>. Nuria Atiénzar
- **Asociación Española de Cestería y Artículos de Rattan**  
D. Jesús Beltrán Navarro  
D<sup>a</sup> Diana Berenguer Mir
- **Asociación Valenciana de Empresarios de Carpintería y Afines (ASEMAD)**  
D. Jorge Linares Ferrán  
D José Luis López Senón

#### **Mesa 11: Moda y Complementos**

- **Asociación de Empresarios de Marroquinería y Afines de la Comunidad Valenciana**  
D. Francisco Carrasco Suay  
D Juan Luis Marqués Romero
- **Asociación Provincial de Fabricantes de Bisutería (ABIVA)**  
D. Bernardino Orenes Bermejo  
D Roberto Esteve Ferrero
- **Gremio Relojeros Artesanos de Valencia y Provincia**  
D. Andrés Pérez Ruiz
- **Colegio del Arte Mayor de la Seda**  
D<sup>a</sup>. Carmen Rius
- **Gremio Artesano de Abaniqueros**  
D. José Antonio Giner Nave
- **Gremio Artesano de Sastres y Modistas**  
D Antonio Pons Ferrer



- **Gremio Patronal Colegio de Plateros, Joyeros, Orfebres, Bisutereros, Comercios afines y similares de Valencia y Provincia**

D Antonio Romero Pérez

D<sup>a</sup> Carmen Ferrando Roda

D Fernando Martínez Pérez

#### **EMPRESA CONSULTORA**

#### **BAROAS Consultoría y Proyectos S.L.**

D. Francisco Baixauli Soria.

D. Manuel López de Andujar Pastor

