

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE CRAFTS CODE

Tema 1 Cómo mejorar la innovación aplicada
a los modelos y procesos empresariales



SOBRE CRAFTS CODE

CRAFTS CODE, literalmente **CÓDIGO DE ARTESANÍA**, es el acrónimo de:

Creative **A**ctions **F**or **T**ailoring **S**mes' **C**ompetitive **D**evelopment

(Acciones creativas para adaptar el desarrollo competitivo de las pymes)

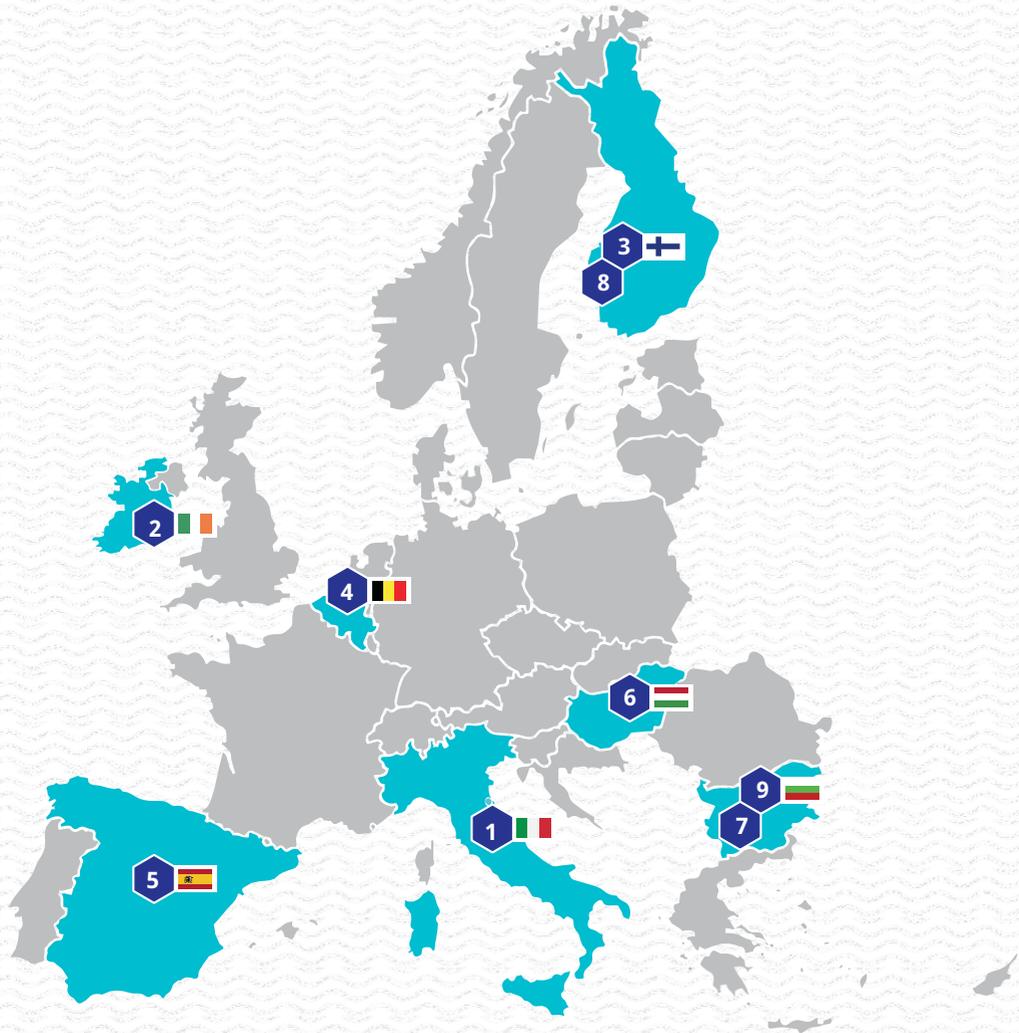


CRAFTS CODE pretende hacer las pymes de artesanía más competitivas.

¿CÓMO?

CRAFTS CODE tiene como objetivo mejorar la competitividad de las pymes de artesanía mediante el desarrollo de un marco para estimular el aprendizaje y mejorar la aplicación de políticas y programas de desarrollo regional. El proyecto identificará los obstáculos para las pymes que trabajan en el sector de la artesanía y mejorará el acceso a las ayudas para la creación de empresas, la expansión empresarial y el aumento de los niveles de innovación en las microempresas.

PARTENARIADO



1 ITALIA



Socio principal
AYUNTAMIENTO DE FLORENCIA

El Ayuntamiento participa directamente en el apoyo a la economía local de la artesanía proporcionando oportunidades y fondos a los artesanos y las pymes.

2 IRLANDA



Socio
CONSEJO DE DISEÑO Y ARTESANÍA DE IRLANDA (DCCI)

El DCCI es el principal defensor de la industria del diseño y la artesanía en Irlanda, fomentando su crecimiento y fuerza comercial.

3 FINLANDIA



Socio
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS DE VAASA

La VAMK es una universidad internacional de ciencias aplicadas que ofrece una formación de alto nivel orientada a la teoría y la práctica en finés e inglés.

4 BÉLGICA



Socio asesor
UNIVERSIDAD DE AMBERES ARTESIS PLANTIJN

La Universidad de Ciencias Aplicadas y Artes de Amberes Artesis Plantijn (AP) es una institución de enseñanza superior situada en Amberes, Flandes, Bélgica.

5 ESPAÑA



Socio
FUNDACIÓN EOI

Fundesarte es la institución líder en la promoción y desarrollo de las empresas de artesanía españolas como parte de la Fundación EOI.

6 HUNGRÍA



Socio
FUNDACIÓN BUDAPEST PARA LA PROMOCIÓN EMPRESARIAL

La Agencia Empresarial de Budapest (Budapest Enterprise Agency) desarrolla y promueve las microempresas y las pequeñas y medianas empresas de la capital húngara.

7 BULGARIA



Socio
RAM CENTRAL STARA PLANINA

RAM Central Stara Planina reconoce que la cultura y la creatividad son el principal motor del desarrollo sostenible.

8 FINLANDIA



Socio
CONSEJO REGIONAL DE OSTROBOTNIA

El Consejo Regional tiene como objetivo crear las condiciones necesarias para un desarrollo equilibrado y un crecimiento económico, y trabaja para el bienestar de la población de Ostrobothnia.

9 BULGARIA



Socio
MINISTERIO DE ECONOMÍA, DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS EUROPEOS DE COMPETITIVIDAD

La prioridad principal del Ministerio de Economía es crear las condiciones para un crecimiento económico sostenible en la República de Bulgaria.

ESTUDIO DE CASOS: Buenas prácticas observadas

De enero a abril de 2020, los socios de CRAFTS CODE llevaron a cabo una investigación sobre las buenas prácticas pertinentes y organizaron una serie de reuniones con las partes interesadas, los responsables y los profesionales. Las organizaciones asociadas, con la aportación de sus partes interesadas, procedieron a recopilar buenas prácticas en respuesta al tema "Cómo mejorar la innovación aplicada a los modelos y procesos empresariales".

Las reuniones e investigaciones permitieron el intercambio de experiencias y aprendizajes que luego fueron cotejados y presentados en el primer Seminario Temático Interregional (STI) los días 12 y 13 de mayo de 2020. Debido al COVID-19, los socios tuvieron que adaptar el STI (previamente programado para celebrarse en Finlandia). En su lugar, los socios organizaron una presentación pública en línea de dos días de duración. Esto permitió a las partes interesadas, a los participantes, a los

artesanos y al público en general asistir y participar en las buenas prácticas presentadas.

Al convertir nuestro STI en línea, pudimos conectar con una audiencia de 186 personas el día 1 y 112 el día 2. Este evento de dos días se grabó y se subió a YouTube y a las redes sociales para permitir que un mayor número de personas participara en el proyecto.

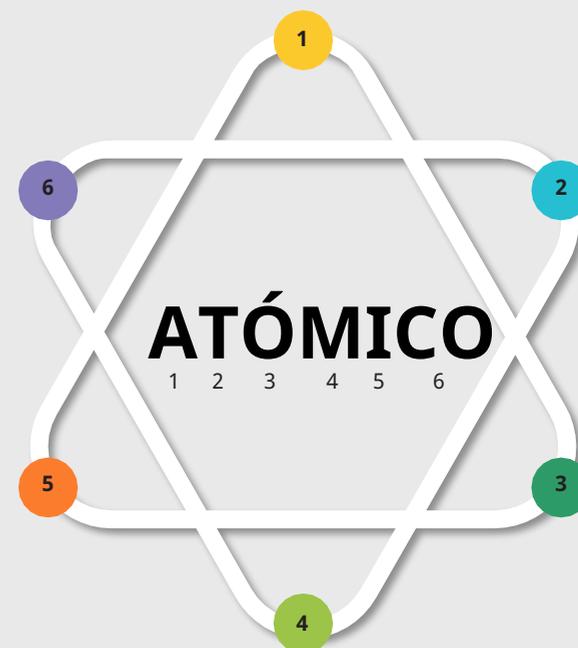
Sobre el tema 1: Cómo mejorar la innovación aplicada a los modelos y procesos empresariales.

Los socios investigaron las buenas prácticas que respondían específicamente a lo siguiente:

1. Desarrollo de habilidades empresariales
2. Apoyo a la creación de empresas y el autoempleo
3. Colaboración intersectorial
4. Regeneración del sector de la artesanía mediante ideas innovadoras

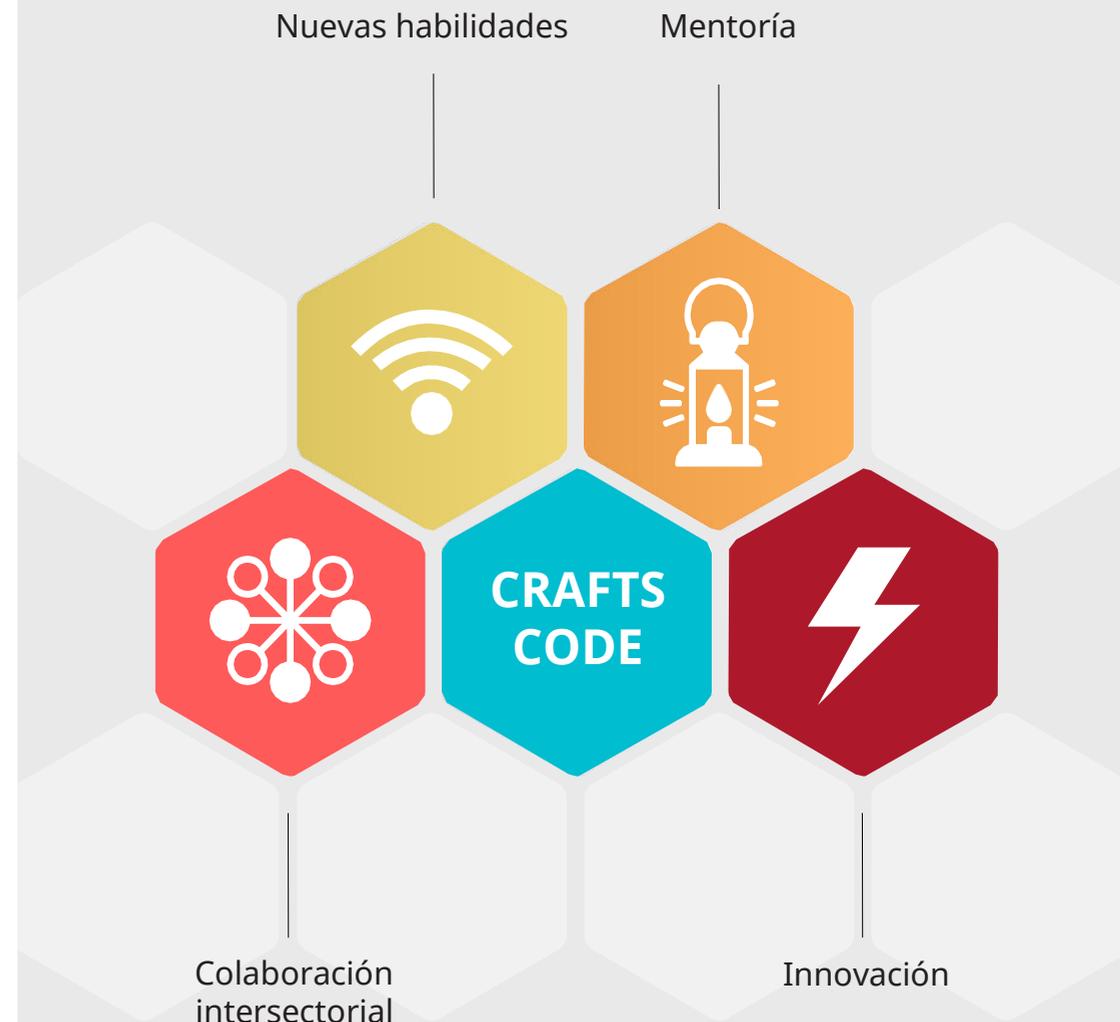
Se pidió a los socios de **CRAFTS CODE** que las buenas prácticas seleccionadas se basaran en los siguientes criterios:

Una buena práctica debería ser: **ATÓMICO**



- | | |
|---|--|
| <p>1 AVANZADA. Debe ser precursora en su campo</p> | <p>2 TRANSFERIBLE. Se tiene que poder trasladar a otros ámbitos y situaciones</p> |
| <p>3 ORIENTADA AL OBJETIVO. Debe tener un objetivo específico y bien descrito</p> | <p>4 MEDIBLE. Debe aportar resultados positivos y un claro valor añadido</p> |
| <p>5 INNOVADORA. Se diferencia de lo que actualmente se considera una práctica común</p> | <p>6 COMPLETA. Se deben tener en cuenta posibles problemas y contratiempos</p> |

Socio	Buenas prácticas	
Consejo de Diseño y Artesanía de Irlanda	1. OPTIMISE Design Ireland	
EOI Fundesarte, España	2. MISUI	
	3. Artesanía no Prato	
	4. Ceràmica Cumella	
	5. Seseña	
RAM Central Stara Planina, Bulgaria	6. Independencia empresarial	
Ayuntamiento de Florencia, Italia	7. Murate Idea Park (MIP)	
Fundación Budapest para la Promoción Empresarial	8. Programa de mentorías Poppy Bulb	
Consejo Regional de Ostrobotnia y Universidad de Ciencias Aplicadas de Vaasa (VAMK)	9. CreaAction, Hub de Industrias Creativas	
	10. Tienda comercial de Kvarken	





PRÁCTICA 1 Irlanda OPTIMISE Design

Organización a cargo de la buena práctica

Registro de dominios IE (IEDR)

En 2017, el Registro de dominios IE (IEDR) se asoció con el Consejo de Diseño y Artesanía de Irlanda (DCCI) y las Oficinas Locales de Empresa (LEO) para ofrecer OPTIMISE Design Irlanda.

Resumen de la buena práctica

La ambición del programa OPTIMISE es llevar el diseño y la artesanía irlandeses al público de todo el mundo. OPTIMISE Design Ireland permite a las marcas irlandesas innovadoras y de diseño mejorar su presencia en línea, perfeccionar sus capacidades digitales y aumentar sus ventas globales de comercio electrónico, reuniendo la mejor experiencia en los sectores digital, empresarial y de diseño.

Cada empresa participante se beneficia de una exhaustiva auditoría digital, un análisis de la salud del sitio web, por parte de una agencia de marketing digital experta antes de participar en una serie de jornadas de tutoría y una clase magistral.

Resultados

Cada participante en el programa se somete a un análisis digital personalizado. Mide el rendimiento del negocio de un participante según los

apartados de marca; diseño; usabilidad UX; contenido; comercio electrónico; codificación; móvil; SEO/AdWords; medios sociales y marketing por correo electrónico.

Se proporciona un informe detallado con recomendaciones, para que los participantes tengan una hoja de ruta para mejorar su presencia en línea y su capacidad en el campo del comercio electrónico. Los participantes tienen acceso directo al programa de bonos LEO Trading Online, que ofrece una ayuda financiera de hasta 2500 €, con formación y asesoramiento para ayudar a las pequeñas empresas a hacer negocios en línea.

Desde el punto de vista de la organización del sector, OPTIMISE apoya a las pymes a:

- Ayudar a los miembros a hacer crecer sus negocios y proteger su futuro asegurándose de que son digitalmente capaces y seguros.
- Promover la excelencia digital dentro de un sector y facilitar la transformación digital.
- Garantizar que los miembros puedan competir en línea en el mercado global.

Más información

www.iedr.ie/optimise-programme/



PRÁCTICA 2 España MISUI

Organización a cargo de la buena práctica

MISUI

Resumen de la buena práctica

La marca barcelonesa MISUI es un comisariado de joyeros que colabora con sus diseñadores para desarrollar proyectos innovadores de alto valor artístico. Este enfoque implica que la autoría de las joyas se comunique siempre, dando visibilidad y protagonismo a los diseñadores.

MISUI propone un nuevo modelo de funcionamiento: la marca actúa como comisario para los joyeros y desarrolla sus colecciones a partir de un encargo a diferentes diseñadores con una trayectoria artística reconocida internacionalmente. Los diseñadores gozan de plena libertad para crear y tienen a su disposición los materiales y herramientas necesarios para transformar sus ideas en formas con los más altos estándares de calidad.

MISUI busca crear objetos en los que el lujo deriva tanto de la idea que hay detrás de la pieza como de su expresión en el diseño y en la producción final, buscando el valor artístico y material de la joya. Los principales atributos de la marca son la autoría y la técnica.

El proyecto se desmarca de la dinámica y los ritmos de la moda con piezas únicas, alejadas de las tendencias y con voluntad de permanencia.

Resultados

La principal prueba del éxito del modelo son las recaudaciones resultantes: MISUI crea piezas vanguardistas que celebran el oficio y reivindican el potencial cultural de la joyería.

Otro indicador esencial es el grado de satisfacción y participación de los autores, cuya colaboración se valora muy positivamente. Para el proyecto, este es un tema importante, ya que nació con la intención de contribuir a la evolución y trayectoria de los creadores.

Además, el nuevo enfoque de la joyería de MISUI ha despertado un gran interés en el sector y el proyecto y sus colecciones han ganado varios premios en reconocimiento del alto valor artístico y material de sus creaciones.

Más información

www.misui.es





PRÁCTICA 3 España ARTESANÍA NO PRATO

Organización a cargo de la buena práctica

Fundación Pública Artesanía de Galicia

Resumen de la buena práctica

El proyecto Artesanía No Prato se puso en marcha en 2013 y pretende generar una interrelación entre artesanía, diseño y gastronomía. Pretende conectar la *nouvelle cuisine* con la marca Artesanía de Galicia.

A través de Artesanía No Prato se da a conocer la artesanía a destacados cocineros de Galicia con el objetivo de que se conviertan en promotores de las sinergias entre la artesanía y la gastronomía, incidiendo en el valor de unir ambos sectores y sembrando nuevas colaboraciones en el diseño de productos para la *nouvelle cuisine*, así como revisando elementos tradicionales de la artesanía local.

Resultados

Manejando el equilibrio entre concepto, estética y funcionalidad, las colaboraciones entre chefs y artesanos de Galicia son cada vez mayores. Actualmente, hay más de 40 talleres que están trabajando con

cocineros gallegos y nacionales a raíz de este proyecto, así como con grandes empresas distribuidoras de material de hostelería.

También se han sumado a esta iniciativa, con excelentes resultados, restaurantes con estrellas Michelin como Casa Solla (Poio, Pontevedra), A Tafona (Santiago de Compostela) o Culler de Pau (O Grove, Pontevedra). La inclusión de estos chefs ha funcionado como grupo impulsor de cocineros jóvenes que han comenzado a introducir la artesanía en sus proyectos.

Más información

www.artesaniadegalicia.xunta.gal/es



PRÁCTICA 4 España Ceràmica Cumella

Organización a cargo de la buena práctica

Ceràmica Cumella

Resumen de la buena práctica

Convertir un taller de cerámica en una empresa artesanal especializada en grandes proyectos arquitectónicos solo es posible mediante la innovación, tanto en el proceso como en el modelo de negocio.

Observando y analizando el proceso de producción, Ceràmica Cumella pudo encontrar soluciones prácticas. Se convirtieron en una empresa de referencia gracias a sus innovaciones basadas en un concepto artesanal a medida para cada proyecto, sin necesidad de tener un catálogo con una línea cerrada de productos.

Las artes aplicadas a la arquitectura inspiraron el modernismo catalán, que generó gran parte del patrimonio arquitectónico que actualmente visitan millones de personas de todo el mundo. Con esta visión, un ceramista puede ofrecer mucho valor añadido también a la artesanía contemporánea, pero para ello debe aprender a hablar el mismo idioma que los arquitectos contemporáneos y ofrecerles procesos y resultados que se ajusten a los proyectos actuales.

Esto es lo que Ceràmica Cumella ha conseguido, aportando un gran valor añadido a todos los proyectos en los que participa. Este valor no es solo estético, sino que suele ser también funcional, ya que su profundo conocimiento del material les permite aplicar innovaciones que responden a las necesidades de los proyectos más exigentes. Hay un diálogo constante interdisciplinario y de I+D.

Resultados

Esta práctica destaca porque la carga de trabajo de los artesanos mejora, facilitando sus tareas.

El resultado es muy claro: acorta los tiempos de los procesos y, en consecuencia, la rentabilidad de la empresa.

Más información

www.cumella.cat





PRÁCTICA 5 España Seseña

Organización a cargo de la buena práctica

Seseña: innovación de productos y canales de comercialización

Resumen de la buena práctica

Seseña es una marca de capas españolas con más de 100 años de existencia, dirigida por la cuarta generación de fabricantes de capas. Seseña se ha transformado con éxito, pasando de ser una marca centrada únicamente en las capas a una marca de moda global. Mantiene los diseños tradicionales de la capa pero, al mismo tiempo, ha desarrollado nuevas líneas con diseños contemporáneos. Ha conseguido reducir la edad media de sus clientes y desde 1998 mantiene y mejora un canal de marketing en línea con distribución internacional. También tienen una tienda y un taller en el centro de Madrid. La innovación se ha desarrollado en toda la cadena de valor sin perder la esencia artesanal. Al comprender su mercado, sus clientes y sus procesos de producción, Seseña se ha transformado con éxito, pasando de ser una marca que antes se centraba únicamente en las capas tradicionales, a una marca de moda contemporánea en general.

Resultados

La prueba más objetiva son los resultados de la empresa y el crecimiento de la facturación y ventas en línea (que formaban parte de los objetivos del Plan Estratégico). Pero también, cómo ha cambiado la media de edad de los clientes.

Las ventas totales de la empresa aumentaron de 170 000 € en 2013 a 300 000 € en 2019. Un crecimiento del 76 %. Las ventas en línea pasaron de 11 000 € en 2013 a 55 000 € en 2019. Un aumento del 400 %. De 24 unidades vendidas en 2013 a 100 unidades en 2019.

Más información

www.sesena.com



PRÁCTICA 6 Bulgaria Independencia empresarial

Organización a cargo de la buena práctica

Valentin Dimitrov

Resumen de la buena práctica

Valentin Dimitrov combina de forma única la artesanía y el diseño, los conocimientos tecnológicos y de marketing, el respeto por las tradiciones y una sensación instintiva de la nueva realidad, una voluntad de compartir y enseñar.

El maestro artesano ha organizado un ciclo de negocio completamente independiente que comienza con la fabricación de la arcilla cruda, continúa con hacer el diseño, la fabricación de la obra de cerámica en su propio torno, la cocción en su horno de cerámica (también hecho por él) y, finalmente, la realización del producto en el mercado a través de su sitio web multilingüe.

Resultados

Muchos particulares y galerías de Bulgaria y del extranjero cuentan con productos de artesanía de cerámica realizados por este maestro artesano, que utiliza la técnica del esgrafiado.

Esto incluye el singular parque histórico, cultural y de entretenimiento educativo cerca de Varna.

Se venden cientos de hornos y tornos de cerámica;

- Decenas de cursos de formación organizados;
- Identidad empresarial consolidada desde hace más de 30 años;
- Considera que hay una buena relación coste-beneficio.

Más información

www.sgrafito-keramika.eu





PRÁCTICA 7 Italia Murate Idea Park

Organización a cargo de la buena práctica

Murate Idea Park (MIP)

Resumen de la buena práctica

El programa MIP identifica y presenta a un mentor que asesora al empresario en la adquisición de conocimientos, perspectivas y habilidades sociales, guiando al alumno a lo largo de fases complejas de toma de decisiones.

La mentoría comienza en las primeras etapas de la formación de una nueva empresa, se trata de una relación de confianza a largo plazo, en la que el alumno dirige la relación, invitando al mentor a ayudarle a tomar decisiones difíciles.

Resultados

Las mentorías son una gran ayuda para las empresas emergentes.

El programa tiene como objetivo:

- Desarrollar futuros líderes;
- Apoyar el crecimiento personal y profesional;
- Impartir nuevas habilidades;
- Conservar o transmitir conocimientos importantes;
- Mejorar el compromiso y la moral.

Durante los dos últimos años, el programa MIP ha aplicado esta práctica, desarrollando una red de mentores con diversas trayectorias, y emparejando a los mentores con empresas y emprendedores que han sido admitidos en Murate Idea Park. Los resultados han sido muy positivos, como demuestran la madurez de las propuestas empresariales y la ejecución satisfactoria de los planes de negocio resultantes.

Más información

www.murateideapark.it

THINK
OUTSIDE
THE BOX



PRÁCTICA 8 Hungría

Programa de mentorías Poppy Bulb

Organización a cargo de la buena práctica

Panyizsuzsi és Társa Ltd.

Resumen de la buena práctica

Método innovador de desarrollo empresarial adaptado a empresarias artesanas (preparación en línea y personal) con pequeños cursos gratuitos impartidos por empresarias artesanas certificadas y de renombre.

Resultados

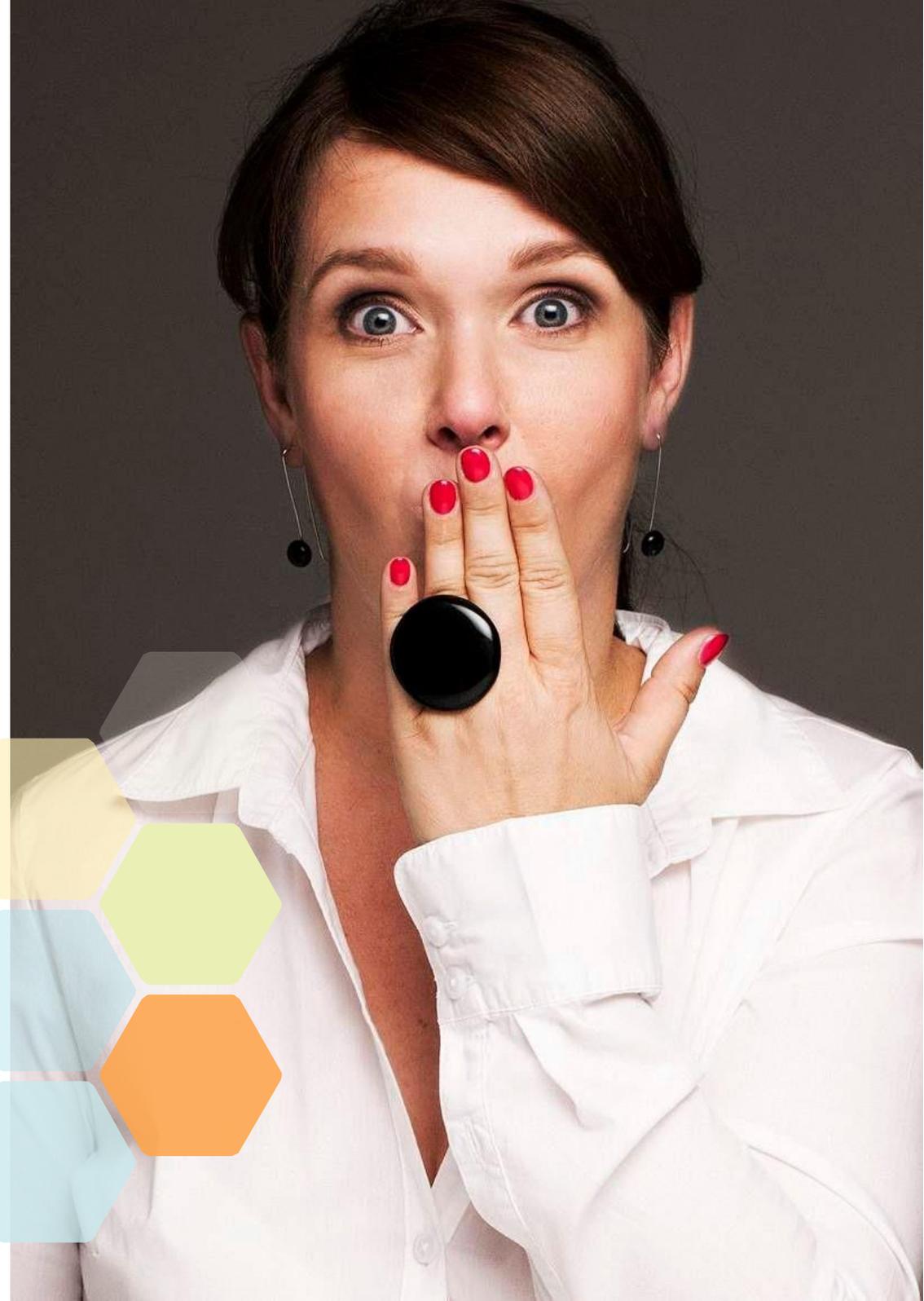
- Fue creado por la mujer que tuvo la idea, que es diseñadora de joyas.
- El concepto puede implementarse por menos de cien euros y sus contenidos están más que probados, ya que la creadora aplicó las técnicas a su propia empresa.
- Desde su creación, hasta 500 alumnos han completado el curso *online* de pago y más de 3000 los cursos gratuitos que se adaptan a las necesidades del cliente.
- El método puede aplicarse con facilidad, rapidez y poca inversión en cualquier otra región o país.

- Una sola persona (con las cualidades, los conocimientos y la experiencia adecuados) es suficiente para gestionarlo.
- Una de las estudiantes, una empresaria que se dedica al teñido de seda y que creó la tienda en línea silkandmore.hu como resultado de la mentoría, recibió un pedido de 100 pañuelos de un banco comercial gracias a su atractivo sitio web. El banco ha seguido siendo uno de sus clientes desde entonces (<https://silkandmore.hu/>).
- Los emprendedores pueden crear un sitio o tienda web por su cuenta durante el curso.

Más información

www.makgubo.hu

<https://panyizsuzsi.hu/>





PRÁCTICA 9 Finlandia CreaAction

Organización a cargo de la buena práctica

Centro de diseño de Finlandia Occidental Muova

Resumen de la buena práctica

CreAction reúne a actores clave de diferentes sectores creativos, incluido el de la artesanía, para trabajar en casos reales y encontrar oportunidades de colaboración.

CreAction Hub aborda el reto de crear e innovar nuevos negocios a través de clústeres

y mirar más allá de las soluciones tradicionales que limitan la creación de nuevas oportunidades, negocios, modelos empresariales, innovación e ingresos.

Al reconocer el valor y el potencial del sector creativo para otros sectores, CreAction crea la oportunidad de transferir conocimientos y experiencia a otros sectores, incluyendo, por ejemplo, la industria.

Resultados

Resultados concretos hasta la fecha:

1. Las empresas parecen estar dispuestas a unirse a la actividad del centro y son activas (esto no puede darse por sentado en Finlandia).

2. Resultados concretos orientados al usuario como consecuencia de la actividad del centro. En sus actividades diarias normales, estas empresas no tienen tiempo para trabajar en tales tareas.
3. Ejemplos utilizados para expandir el pensamiento más allá de las soluciones obvias.
4. Soluciones para los problemas de las organizaciones (para los que ofrecieron casos) que pueden suponer la creación de nueva innovación empresarial y de los procesos.

Más información

www.creve.fi



PRÁCTICA 10 Finlandia Tienda Kvarken

Organización a cargo de la buena práctica

Tienda Kvarken

Resumen de la buena práctica

La tienda de Kvarken ha sido creada por ocho artesanos independientes para el sitio del Patrimonio Mundial de Kvarken. La independencia de los comercios permite que los precios sean más asequibles para los clientes.

Resultados

Este caso es un ejemplo de cómo un pequeño grupo de artesanos independientes puede crear su propio negocio:

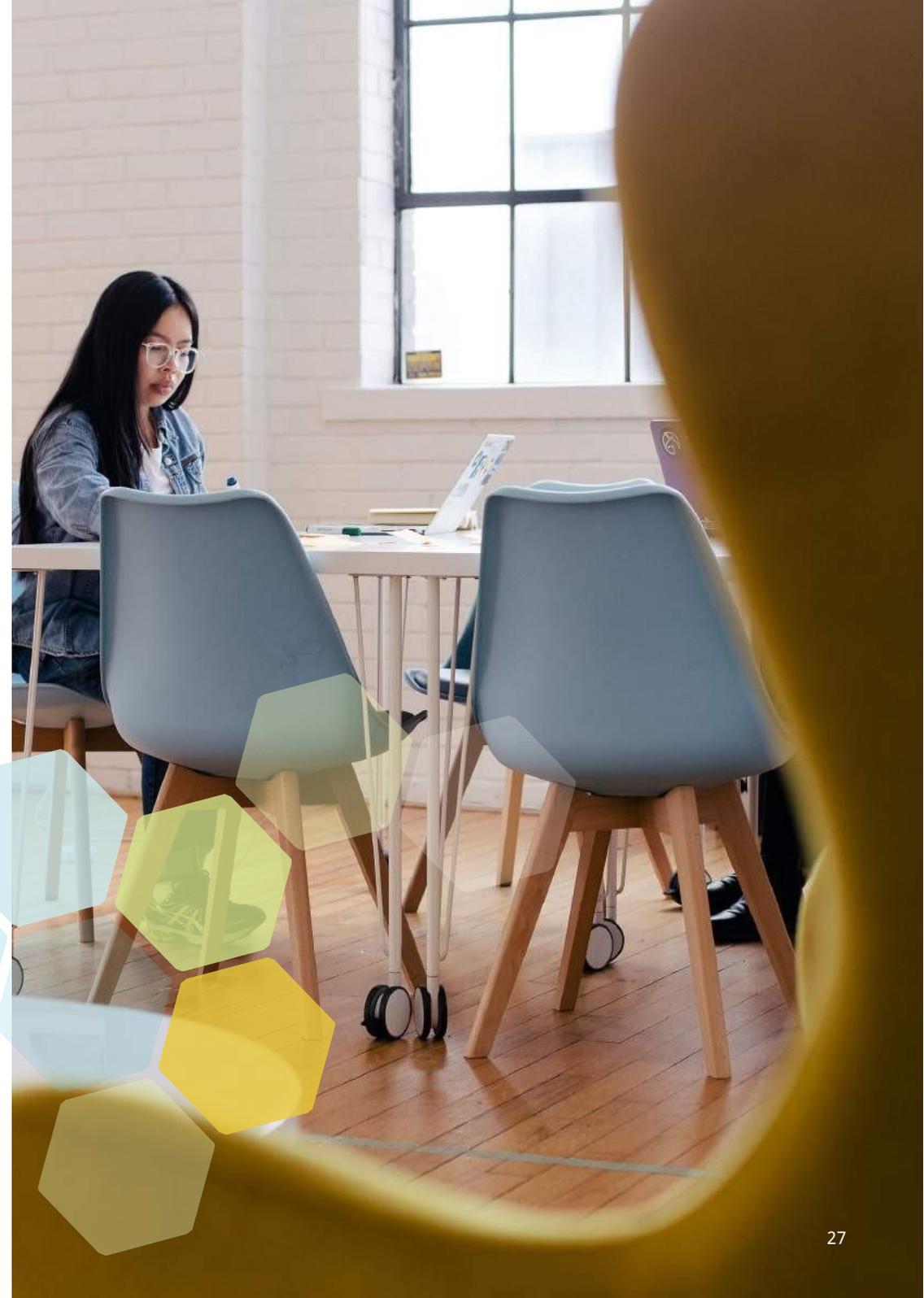
Pruebas del éxito a partir del verano de 2019:

- Nuevos grupos de clientes y actividades (turismo);
- Un resultado financiero que fue suficiente para desarrollar la actividad (en un lugar con menor flujo turístico y de clientes);
- Independencia: el grupo pudo llevar a cabo actividades empresariales por sí mismo;
- Comentarios positivos;

- A pesar de las dudas iniciales, la tienda aumentó la cooperación en el pueblo;
- Un mayor nivel de actividad del pueblo;
- Sugerencia de nuevos productos para el pueblo;
- Mejora de las habilidades lingüísticas y del bienestar mental.

Más información

www.bjorkokvarkenshop.com



ITALIA



Socio principal
AYUNTAMIENTO DE
FLORENCIA

Carlotta Viviani
Tel. +390552616083



IRLANDA



Socio
CONSEJO DE DISEÑO Y
ARTESANÍA DE IRLANDA
(DCCI)

Shauna Sweeney
Tel. +353 56 7761804



FINLANDIA



Socio
UNIVERSIDAD DE
CIENCIAS APLICADAS DE
VAASA

Tanja Oraviita
Tel. 00 358 40 1632940



BÉLGICA



Socio asesor
UNIVERSIDAD DE
AMBERES ARTESIS
PLANTIJN

Hilde Hoefnagels
Tel. +32 496 70 36 66



ESPAÑA



Socio
FUNDACIÓN EOI

Laura Miguel Baumann
Tel. +34 913 495 600



HUNGRÍA



Socio
FUNDACIÓN BUDAPEST
PARA LA PROMOCIÓN
EMPRESARIAL

Mónika Alíz Mészáros
Tel. 0036304543050



BULGARIA



Socio
RAM CENTRAL STARA
PLANINA

Mariela Petrova
Tel. +359 66 804 613



FINLANDIA



Socio
CONSEJO REGIONAL DE
OSTROBOTNIA

Tarja Hautamäki
Tel. +358 44 723 5007



BULGARIA



Socio
MINISTERIO DE
ECONOMÍA, DIRECCIÓN
GENERAL DE
FONDOS EUROPEOS DE
COMPETITIVIDAD
Desislava Mihalkova
Tel. +359 2 39329 297



CRAFTS CODE

 www.interregeurope.eu/craftscode

 www.facebook.com/CraftsCode/

 www.instagram.com/craftscode/

 [@code_crafts](https://twitter.com/code_crafts)

Socios del proyecto

