

young   
cultentpreneurs



***Manual para trabajadores en el ámbito de la juventud:  
Los cómo y los porqués del emprendimiento cultural y creativo***



**ARTIT**



Co-funded by  
the European Union

The content of this publication represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

Consortio

STOWARZYSZENIE INTEGRACJA I ROZWÓJ

KMOP - SOCIAL ACTION AND INNOVATION CENTRE

ARTIT ATHENS ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

APROXIMAR COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL

INTERNATIONAL CONSULTING AND MOBILITY AGENCY

SWIDEAS AB

Autoras/es

Katarzyna Zapała, Stowarzyszenie Integracja i Rozwój, Poland

Mariana Restrepo, International Consulting and Mobility Agency

Theodora Giatagana, KMOP

Sophia Rodiou, Artit Athens Μονοπροσωπη Ιδιωτικη Κεφαλαιουχικη Εταιρεια

Marina Codorniu, SwIdeas AB

Julia B. C. Moreira, SwIdeas AB

João Correia, Aproximar Cooperativa De Solidariedade Social, Crl

Tania Texeira, Aproximar Cooperativa De Solidariedade Social, Crl

## Contenido

1. Resumen ejecutivo	4
Objetivos del proyecto	4
Grupos objetivo	5
Alcance del documento	5
2. Buenas prácticas: resumen de la investigación documental en Grecia, España, Portugal, Suecia y Polonia	6
3. Tendencias actuales del emprendimiento cultural y creativo en Europa y beneficios para la juventud en términos de inclusión social.	20
Definiciones	21
¿Cuál es la diferencia entre emprendimiento creativo y emprendimiento cultural?	22
Innovación y Emprendimiento	22
Redes en los ámbitos de los sectores cultural y creativo a escala europea	24
Cinco tendencias clave que están reconfigurando la ICC	27
4. Inspírate – algunos ejemplos de iniciativas juveniles	28
5. Consejos y sugerencias sobre cómo los trabajadores en el ámbito de la juventud pueden activar a los jóvenes mediante la canalización de sus culturas juveniles en grupos de emprendimiento y colaboración clusters	33
6. Conclusiones	39
7. Ejercicios de emprendimiento	40
¡Creat tu propia Brújula del competencias para el emprendimiento!	40
El diario del emprendimiento	42
8. Referencias	43

## 1. Resumen ejecutivo

El *Manual para trabajadores en el ámbito de la juventud: Los cómo y los porqués de la iniciativa empresarial cultural y creativa* constituye el primer producto resultante del proyecto titulado *Supporting youth innovative minds for cultural and creative entrepreneurship* (Apoyo a las mentes innovadoras de los jóvenes para la iniciativa empresarial cultural y creativa), cofinanciado por la Unión Europea.

Ha sido redactado por el conjunto de los socios, con el objetivo principal de recopilar las principales observaciones nacionales sobre la situación actual de los jóvenes en el mercado laboral y en el sector cultural y creativo, concretamente en Polonia, Grecia, España, Portugal y Suecia. **El análisis nacional desarrollado por cada socio fue el resultado de la investigación destinada a describir la evolución actual de la teoría, la práctica y la política en el ámbito de las posibilidades del espíritu empresarial cultural y creativo (qué se ha hecho ya, qué va a ocurrir en la materia, cuáles son los pros y los contras de las actividades que se han llevado a cabo hasta ahora).** Los socios trataron de dar respuesta a la forma en que los responsables políticos, los programas europeos y los monitores juveniles apoyan a los jóvenes que se incorporan al mercado laboral en el ámbito de la cultura. Posteriormente, estas conclusiones se comprobaron en un seminario celebrado en cada país miembro del consorcio y organizado para trabajadores en el ámbito de la juventud, durante el cual los asistentes tuvieron la posibilidad de compartir sus opiniones con los formadores.

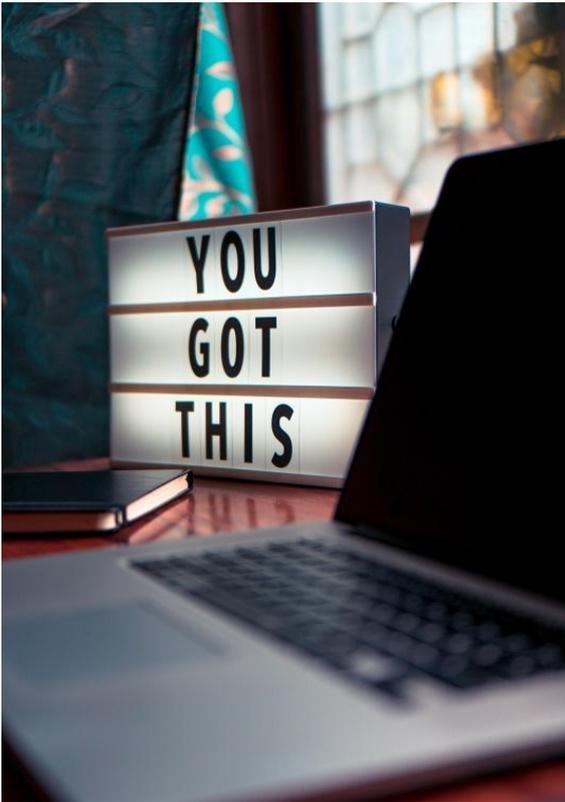
De los informes nacionales sobre buenas **prácticas se desprende claramente que el espíritu empresarial de los jóvenes y las tendencias culturales en el ámbito del espíritu empresarial cultural y creativo tienen diferentes estatus, marcos y requisitos en los países implicados.** La mayoría de los países asocian este tipo de actividad únicamente a los fondos y programas europeos, reconociendo al mismo tiempo que existe una demanda de realizar este tipo de actividades antes de entrar en el mercado laboral, y más tarde, cuando uno se enfrenta al desempleo o cuando decide buscar otras oportunidades. No existe un marco general que permita a cualquiera definir el espíritu empresarial cultural.

El presente Manual está estructurado en siete secciones e incluye, entre otras cosas, el estado del emprendimiento cultural en los países, conclusiones clave, buenas prácticas y recomendaciones, y guiará a los socios en el desarrollo de un curso innovador para jóvenes emprendedores culturales, así como un conjunto de materiales digitales que se combinarán en el álbum de recortes.

### 1) Introduction

*Supporting youth innovative minds for cultural and creative entrepreneurship* es un proyecto financiado por la Comisión Europea, en el marco del programa Erasmus+; promueve directamente la ciudadanía activa, el sentido de iniciativa de los jóvenes y el espíritu empresarial de los jóvenes, incluido el espíritu empresarial social. **En lo que respecta a la educación, el proyecto desarrollará y pondrá a disposición nuevos recursos educativos para motivar y orientar a los jóvenes que no estudian ni trabajan hacia el espíritu empresarial en el sector cultural y creativo.** A través de sus actividades, involucrará, capacitará y equipará a los jóvenes para que pongan en marcha sus jóvenes mentes creativas. Además, el proyecto sirve directamente a esta dimensión horizontal al contribuir a ampliar las oportunidades de educación no formal de calidad para los jóvenes que no estudian ni trabajan. El proyecto apoyará su reactivación y su entrada en el mercado laboral como actores activos.

La duración del proyecto es de dos años, desde mayo de 2022 de 2014 hasta abril de 2024.



## Objetivos del proyecto

El objetivo del proyecto es crear un ecosistema de aprendizaje no formal para atraer, implicar y dotar a los jóvenes que no estudian ni trabajan de las habilidades necesarias para entrar en la economía cultural y creativa e impulsar su creatividad y sus capacidades empresariales y comerciales.

Its specific objectives are to:

☑ Aumentar la capacidad de los trabajadores en el ámbito de la juventud para apoyar el espíritu empresarial cultural y creativo de los jóvenes.

☑ Motivar y activar a los jóvenes que no estudian ni trabajan para que canalicen su creatividad y capital de innovación hacia ideas emprendedoras para la economía cultural y creativa.

☑ Dotar a los jóvenes de competencias (digitales, empresariales, creativas) a través de un enfoque de aprendizaje no formal.

☑ Capacitar a los jóvenes ofreciéndoles la oportunidad de producir y compartir su trabajo.

## Grupos objetivo

El grupo objetivo directo al que se dirige el proyecto son **los jóvenes que no estudian ni trabajan de entre 18 y 29 años** de Polonia, Grecia, España, Portugal y Suecia. El proyecto parte de la premisa de que los jóvenes en esta situación son reacios a participar, ya que pueden haber perdido la confianza en la eficacia de las intervenciones sugeridas. Han perdido la confianza y la seguridad en sí mismos y necesitan estrategias de divulgación específicas para motivarles e implicarles. Por este motivo, el proyecto Young Cultentpreneurs elaborará una estrategia de divulgación y compromiso como parte de su estrategia de comunicación para identificar y llegar a dichos jóvenes.

A lo largo de la ejecución del proyecto, los socios implicarán, al menos, a 100 miembros del grupo destinatario directo.

El grupo destinatario indirecto del proyecto son **los trabajadores en el ámbito de la juventud**, que aplicarán la estrategia de divulgación y compromiso del proyecto e identificarán a los jóvenes beneficiarios en todos los países.

## Alcance del documento

El objetivo de este documento general en el marco del resultado 1 del proyecto es **recopilar las conclusiones nacionales en un análisis que facilite el desarrollo de las herramientas y el curso en la siguiente fase del proyecto.**

En particular, cada socio, a efectos de la compilación del informe sobre mejores prácticas, ha llevado a cabo una investigación documental que resume lo que se ha perseguido a nivel de política nacional en términos de emprendimiento cultural y creativo en sus países. Se prestó especial atención a las formas de implicar a los jóvenes en el espíritu empresarial cultural.

En un segundo nivel, cada socio desarrolló materiales que presentan un análisis en profundidad de las tendencias actuales en el emprendimiento cultural y creativo en Europa, proporcionaron ejemplos con énfasis en las

iniciativas juveniles, y resumieron las conclusiones y recomendaciones sobre el tema descrito. Además, en el Manual hay un gran capítulo dedicado a los métodos que pueden utilizarse para activar a los jóvenes mediante la canalización de sus culturas juveniles hacia el espíritu empresarial y las agrupaciones colaborativas. El material sería de gran ayuda especialmente para los trabajadores juveniles, ya que les familiariza y educa sobre el tema.

## 2. Buenas prácticas: resumen de la investigación documental en Grecia, España, Portugal, Suecia y Polonia.

La reestructuración económica y la transformación de los mercados laborales han limitado las oportunidades de empleo de los jóvenes, cuyas tasas de desempleo pueden ser de dos a tres veces superiores a las habituales. **A menudo, los jóvenes parecen estar cada vez más marginados, lo que provoca una pasividad y una frustración que, según se cree, conducen a comportamientos delictivos**<sup>1</sup>. En consecuencia, se promueve el espíritu empresarial como herramienta fundamental para combatir el desempleo juvenil y como uno de los principales motores de la transformación económica y social. En vista de su limitada capacidad para obtener puestos oficiales en el sector público o privado, se anima a los jóvenes a ser creadores de empleo en lugar de buscadores de empleo para, finalmente llegar a ser empresarios autónomos<sup>2</sup>.

**Hay varios estudios que sugieren el impacto positivo del espíritu empresarial a través del apoyo a la inclusión social y económica de los jóvenes en Europa, al tiempo que se apoya la expresión creativa y cultural.** De hecho, las conclusiones de Werthes et al. señalan que "los empresarios culturales y creativos desarrollan una identidad empresarial e incorporan su identidad cultural y creativa a esa identidad empresarial, mientras que la autorreflexión<sup>3</sup>" es un motor clave en el desarrollo de su identidad. Hytti y Lemmetyinen también han señalado que "el contexto cultural e histórico puede ofrecer oportunidades empresariales", destacando que, si bien la idea de un contexto determinado es importante para el espíritu empresarial, "es dentro de este contexto particular donde las posibilidades se convierten en oportunidades, o los contextos proporcionan a las nuevas empresas recursos únicos<sup>4</sup>".

Las tendencias en este sentido suelen ir acompañadas del estímulo de los gobiernos para apoyar la educación y la experiencia de los jóvenes interesados en el espíritu empresarial cultural y creativo. Pueden observarse ejemplos en el Reino Unido, donde se ofrecen oportunidades a los jóvenes con el objetivo de combatir la discriminación y mitigar los efectos de la pobreza. Se trata, por ejemplo, de la iniciativa Music For Youth, "que ofrece a los jóvenes oportunidades gratuitas de actuación y público a través de su temporada anual de conciertos y festivales" y el programa Weston Jerwood Creative Bursaries Scheme, que "crea nuevos puestos remunerados de nivel inicial en el mundo de las artes para recién licenciados en arte procedentes de entornos con bajos ingresos que hayan recibido una beca de manutención completa durante toda su carrera universitaria<sup>5</sup>".

<sup>1</sup> Jacqui Kew, Mike Herrington, Yana Litovsky, Helen Gale (2013), Generation Entrepreneur ? The state of global youth entrepreneurship.

<sup>2</sup> T. Langevang T., K.V. Gough, Diverging pathways: young female employment and entrepreneurship in sub-Saharan Africa. *The Geographical Journal*, 2012, 178 : 242-252. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2011.00457>.

<sup>3</sup> D. Werthes, R. Mauer, M. Brettel, "Cultural and creative entrepreneurs: understanding the role of entrepreneurial identity", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, Vol. 24 No. 1, pp. 290-314. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215>.

<sup>4</sup> U. Hytti, A. Lemmetyinen A., "Social entrepreneurship and entrepreneurial learning in the cultural context", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2015, Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2014-0027>.

<sup>5</sup> <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/united-kingdom-england/89-enhancing-social-inclusion-through-culture>

Esto coincide con la percepción de que **el espíritu empresarial creativo y cultural aporta iniciativas que fomentan ideas y prácticas innovadoras y sostenibles**. De hecho, según la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial:

Las industrias creativas se consideran un sector clave para facilitar la puesta en marcha de nuevas perspectivas y tecnologías a través de estrategias nacionales de desarrollo sostenible. Esto se está demostrando en varios países de la Unión Europea, en los Estados Unidos de América y en economías emergentes, como Brasil, India y China.

(...) El concepto de industria creativa incluye varios subsectores que ofrecen potencial de creación de riqueza y empleo, cuando van acompañados de políticas y estrategias adecuadas. Entre ellos se encuentran las industrias relacionadas con la publicidad, las artes, la arquitectura, la artesanía, el diseño, el cine y los medios audiovisuales, así como el sector agroindustrial textil, el diseño de moda, el cuero, los muebles, la comida ("lenta" o "slow food") e incluso los servicios relacionados con el turismo comunitario<sup>6</sup>.

También hay que destacar que, desde el periodo recesivo en torno a la crisis de 2008, **la creatividad y la cultura han venido desempeñando un papel cada vez más importante en las políticas europeas como medios para diversificar la economía y el mercado laboral por representar fuentes de innovación, pensamiento flexible, métodos poco ortodoxos y formas creativas de resolver problemas**. Esto se reflejó en la declaración del año 2009 como Año Europeo de la Creatividad y la Innovación (Decisión nº 1350/2008/CE), una iniciativa establecida junto con la percepción de que "la creatividad y la innovación contribuyen a la prosperidad económica, así como al bienestar social e individual"<sup>7</sup>.

La innovación a través de la ICC (Industria Cultural y Creativa) potencia la excelencia europea, ya que esta tiene un doble impacto en la innovación: representa un ámbito bastante diverso que comprende la innovación del pasado (patrimonio cultural) y la innovación del futuro (por ejemplo, realidad virtual, internet de las cosas, uso inteligente de los datos de las ciudades inteligentes). La digitalización ofrece nuevas oportunidades en términos de nuevos modelos de negocio y expansión del mercado en las ICC. La integración de los macrodatos, la computación en nube, el internet de las cosas, las plataformas digitales y otras nuevas soluciones digitales en las ICC permite replantear y remodelar los modelos de negocio existentes que pueden abarcar soluciones orientadas al mercado y ampliar las audiencias existentes.

En consecuencia, se reconoce que "la creatividad y la innovación son factores prósperos para el espíritu empresarial y nuevas competencias importantes necesarias en los nuevos empleos". Por otra parte, el Consejo de Europa reconoce que la cultura es "un componente esencial y un factor clave para los derechos humanos y la democracia"<sup>8</sup>.



<sup>6</sup> UNIDO – United Nations Industrial Development Organization Vienna, "Creative industries for youth : unleashing potential and growth", Austria, V. 13-81037, May 2013, 499-500.

<sup>7</sup> <https://pjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/culture-and-creativity>

<sup>8</sup> Ibid.

**En Europa hay numerosos programas y proyectos que pretenden fomentar actitudes innovadoras y creativas entre los jóvenes.** Se centran, principalmente, en enseñarles algo nuevo, por un lado, y en exigirles que realicen alguna actividad, por otro. Por lo general, estas iniciativas se financian con fondos europeos y, para ser más concretos, suelen estar dirigidas a todos los ciudadanos en general. Pero no en todos los casos. Aun así, numerosos jóvenes se benefician de los fondos solicitando las subvenciones y poniendo en práctica los proyectos que planificaron en las solicitudes.

**Al recopilar las mejores prácticas de todos los países socios del proyecto,** cabe señalar una cierta regularidad: **todas ellas tienen mucho en común,** aunque no pueda decirse claramente que exista un único programa de financiación que apoye este tipo de actividades. Así, en general, se pueden enumerar tres posibilidades a las que pueden acceder los jóvenes:

- A. financiación de organizaciones individuales/ayuntamientos;
- B. financiación de fondos gubernamentales nacionales/fondos europeos;
- C. autofinanciación/inversores privados.

Las más frecuentes, y con mayores presupuestos, son las financiaciones europeas/gubernamentales (B). Menos frecuentes, pero aún populares, son las iniciativas financiadas con cargo a los presupuestos de organizaciones individuales/ayuntamientos (A).

En el marco de varias financiaciones pueden enumerarse múltiples **iniciativas que se llevan a cabo para permitir a los jóvenes entrar en el mercado laboral.** En general, pueden agruparse en los siguientes tipos:

- PROGRAMAS EDUCATIVOS Y DE FORMACIÓN que potencian las soft skills y los conocimientos procedentes, en general, del ámbito empresarial (introducción de nuevas formas de organización y gestión empresarial, difusión y suministro de todos los productos que se van a vender). En ocasiones, este tipo de programas se combinan con una amplia gama de servicios de asesoramiento y consultoría (jurídica, contable, financiera, etc.);
- DESARROLLO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS para proporcionar educación, formación, información, divulgación, investigación, estudios, programas, publicaciones, servicios de apoyo, red social en los ámbitos de la economía social y solidaria, la autogestión, la democracia directa, los bienes comunes, con el objetivo de beneficios colectivos y sociales y la innovación social;
- CONCESIÓN DE MICRO SUBVENCIONES A JÓVENES (de hasta 18 años) para que pongan en marcha sus propios proyectos. Las subvenciones no suelen ser elevadas, ya que los principales objetivos de este tipo de iniciativas son aumentar la participación de los jóvenes en el desarrollo de la sociedad civil y guiar a los jóvenes participantes en el programa a través del proceso de ejecución del proyecto desde el principio (redacción y presentación de la solicitud) hasta el final (liquidación del proyecto);
- CONCESIÓN DE SUBVENCIONES A JÓVENES que deseen crear su propia empresa (mayores de 18 años). Las subvenciones son elevadas e incluyen no sólo un presupuesto para la puesta en marcha de la empresa, sino también una ayuda puente que se abona entre seis meses y un año después de la

creación de la empresa y que puede utilizarse para servicios de contabilidad, tasas (alquiler, teléfono, servicios públicos). Aparte de la ayuda mencionada, cada participante en el proyecto puede beneficiarse de un asesoramiento completo en materia de consultoría, asuntos jurídicos y marketing sin coste alguno durante la duración del proyecto;

- EL DESARROLLO DE CLUSTERS proporciona a los jóvenes la oportunidad de crear sinergias con personas que piensan de forma parecida, de establecer redes y conseguir contactos que puedan ayudarles a desarrollar sus ideas, y de sentirse apoyados y rodeados de otras personas con intereses similares. Al mismo tiempo, se trata de un entorno estupendo para que los jóvenes aprendan unos de otros y de los que pertenecen al cluster.



En cuanto a las diferencias, **sólo en Grecia el emprendimiento está protegido oficialmente por la Ley N. 3908/2011**<sup>9</sup>. La nueva ley de incentivos a la inversión contiene reformas dirigidas al desarrollo económico del país a través de las inversiones, el desarrollo tecnológico y la competitividad. También incluye modificaciones institucionales relativas a la economía verde, las infraestructuras del país y los recursos humanos. Esta Ley responde a las diversas necesidades de los inversores actuales y, paralelamente, crea un entorno de inversión orientado al futuro. Una de las categorías de inversión es el emprendimiento juvenil. El grupo de edad al que afecta es el de las personas de 18 a 44 años.

**En Suecia, y en Estocolmo en particular, se ha demostrado que la creatividad está en el centro de iniciativas empresariales de gran éxito, como Ericsson, Electrolux y Spotify.** Aunque en Suecia se observa una menor proporción de emprendedores en comparación con la media de la UE (según datos de Panteia/EIM), el país muestra tendencias de desarrollo positivas en lo que respecta al espíritu empresarial, que se crea principalmente a partir de nuevas oportunidades y está relacionado con el crecimiento de Suecia. De hecho, "las estadísticas de la Agencia Sueca de Análisis de Políticas de Crecimiento muestran que la creación de nuevas empresas en Suecia ha aumentado en los últimos años". Además, los análisis de la Fundación Sueca para el Empleo y la Sociedad han indicado una actitud cada vez más positiva de los jóvenes con respecto al espíritu empresarial.

En concreto, la creatividad puede conducir a la innovación y la competitividad o el crecimiento económico, un factor que se destacó en la Estrategia Sueca de Innovación. Esta estrategia, al tiempo que reconoce la importancia de utilizar la experiencia y la capacidad de nuevas líneas de pensamiento de los jóvenes, presenta "directrices a largo plazo sobre cómo el trabajo dentro de muchas áreas políticas hasta 2020 puede crear mejores condiciones para que las personas de todas las partes de la sociedad contribuyan a una Suecia más innovadora a través de sus conocimientos, habilidades y creatividad"<sup>10</sup>.

**Polonia es bien conocida como centro europeo de start-ups.** El COVID ha puesto de manifiesto que Polonia es un ecosistema para start-ups que se ha ido desarrollando en los últimos años, y por eso el país ha sido uno de los menos afectados económicamente por la pandemia. Está emergiendo rápidamente como uno de los destinos más atractivos para las start-ups de todo el mundo, gracias a un ecosistema propicio para los emprendedores, un talento local de

<sup>9</sup> <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/58456/nomos-3908-2011>.

<sup>10</sup> <https://www.government.se/contentassets/cbc9485d5a344672963225858118273b/the-swedish-innovation-strategy>

alta calidad, una serie de casos de éxito digital e iniciativas como la creación del Campus Google. En el Mapa Global del Ecosistema de Start-ups de StartupBlink hay una muestra de 668 start-ups, 10 aceleradoras, 44 espacios de co-working, 11 organizaciones y 1 líder en Polonia<sup>11</sup>.

En numerosos estudios de investigación realizados, por ejemplo, por Start-up Poland, se aprecia claramente el aumento de start-ups con componentes de IA, lo que demuestra que esta rama se va a desarrollar más rápido que las demás. Por otro lado, es casi imposible encontrar algún informe o estadística que incluya start-ups de la industria cultural que refleje las tendencias polacas. Como se ha destacado anteriormente, hay tres ramas fuertes que están ganando en las competiciones de start-ups polacas:

- La IA es, por supuesto, una tendencia mundial, pero cada vez son más las start-ups polacas que incorporan componentes de IA a sus productos. Esta tendencia, combinada con la capacidad de desarrollo de primer orden disponible en el mercado polaco, hace de Polonia un mercado atractivo para el sector;
- Fintech. La cantidad de start-ups centradas en Fintech aumenta cada año. El sistema bancario polaco (público y privado) lleva muchos años preparado para la innovación, lo que unido a la aplicación de la directiva europea PSD2 ofrece una gran oportunidad a las start-ups que operan en este sector;
- Foodtech o Tecnología alimentaria. Se trata de una industria de enfoque relativamente nuevo pero de rápido crecimiento. En el mercado están apareciendo aceleradoras centradas en Foodtech dirigidas por líderes experimentados del ecosistema. Este tipo de soluciones también parecen atraer el interés de grandes empresas e inversores<sup>12</sup>.

Uno de los principales puntos débiles de Polonia siempre ha sido la falta de capital privado que los inversores inyectan en el sistema. Lo que también es interesante, es que en ninguno de los informes sobre las start-ups polacas se menciona la cultura en absoluto<sup>13</sup>. Sin embargo, la pandemia COVID-19 ha acelerado enormemente la digitalización del mercado de las artes y la cultura<sup>14</sup>. Por eso Legimi, empresa polaca pionera en el mercado del libro electrónico y el audiolibro, se estrenó con gran éxito en NewConnect en 2021. Las mismas tendencias se observan en una empresa polaca que fabrica lectores de libros electrónicos (InkBOOK), que también crece con dinamismo. La empresa, fundada en 2009 por Pawel Horbaczewski, al principio solo distribuía lectores electrónicos. Al cabo de seis años, sin embargo, fabricó su propio producto, que resultó competir con éxito con el dispositivo Kindle creado por el gigante tecnológico Amazon, entre otras cosas porque, a diferencia de muchos productos de este tipo, funciona con el sistema operativo Android. Para los aficionados a la pintura, la aplicación DailyArt, creada por Zuzanna Stanski. El programa envía un cuadro cada día, junto con la historia de su creación y datos interesantes sobre el autor. Así se puede conocer la colección de más de 3.000 obras de arte digitalizadas<sup>15</sup>. Todo ello sucede en Polonia.

Además, cabe destacar que ya se habían detectado empresas culturales polacas de nueva creación incluso antes de que estallara la pandemia: basta con mencionar unas nueve empresas de nueva creación y compañías del ámbito de

<sup>11</sup> <https://www.startupblink.com/startup-ecosystem/poland>

<sup>12</sup> <https://startupuniversal.com/country/poland/#focusindustries>

<sup>13</sup> More details is easy to find here: <https://innopitch.in/most-popular-startup-industries-in-2022/>, <https://inveritasoft.com/article-top-6-industries-for-startups>

<sup>14</sup> <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/kulturalne-start-upy-czy-sztuka-i-biznes-ida-ze-soba-w-parze/>

<sup>15</sup> Op. cit.

los nuevos medios de comunicación y la realidad virtual que se presentaron durante el SXSW, uno de los mayores eventos internacionales de las industrias digitales y creativas celebrado en Austin (Texas)<sup>16</sup>:

· panGenerator es un equipo interdisciplinar fundado en 2010 y con sede en Varsovia. Los miembros del grupo combinan diseño y creatividad con nuevas tecnologías. Trabajan en la intersección de varios campos y colaboran con representantes de diferentes ámbitos: ingenieros, diseñadores de moda, músicos, programadores. El grupo ya ha colaborado con muchas instituciones culturales, ofreciendo productos innovadores y experiencias interesantes al público de galerías de arte, museos y festivales;

□ La Julian Cochran Foundation es un grupo polaco de profesionales dedicados a crear soluciones culturales modernas y a cambiar la imagen de la música clásica mediante el uso de tecnologías innovadoras.

En resumen, **es importante llegar a los jóvenes y hacerles participar en las actividades que aumenten su motivación para convertirse en empresarios y despierten su interés, especialmente permitiéndoles tomar conciencia de las ventajas de unirse a la iniciativa empresarial.** Ya se ha demostrado que hay varias maneras de lograr este objetivo. Echemos un vistazo a varias buenas prácticas que se recogieron como ejemplos de soluciones eficaces para desarrollar la mentalidad empresarial entre los jóvenes.

<sup>16</sup> <https://culture.pl/pl/wydarzenie/polskie-startupy-i-firmy-z-dziedziny-nowych-mediow-i-vr-na-targach-sxsw-2018>

1	
Nombre de la práctica	I have an idea! (¡Tengo una idea !)
Breve descripción (context y grupo objetivo)	Los adolescentes (de 13 a 18 años) que estudien y/o vivan en Varsovia pueden solicitar una microbeca para sus proyectos. Deberán formar un equipo de 3 personas como mínimo. Si ninguno de ellos tiene 18 años, deberá participar un ayudante adulto.
Ejecución (principales actividades, calendario de ejecución, ubicación)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. formar el equipo</li> <li>2. rellenar el formulario de solicitud</li> <li>3. enviar la solicitud cumplimentada a mampomysl@kik.waw.pl.</li> <li>4. esperar los resultados (14 días después del envío)</li> </ol> Si se concede la solicitud: <ol style="list-style-type: none"> <li>5. asistir a la reunión con el asesor del proyecto, los coordinadores principales y financieros para familiarizarse con todas las normas relativas a las finanzas y el mantenimiento de registros, el calendario y la estimación de costes y otros aspectos de la ejecución del proyecto que se debatirán en detalle. Durante esta reunión, el asesor del proyecto y el equipo determinan la forma final del proyecto. Se convierte en el anexo del contrato entre la NCU y el equipo de jóvenes.</li> <li>6. Implementación del proyecto.</li> <li>7. asistir a la reunión posterior a la ejecución del proyecto para evaluar e informar. Durante la reunión se entrega toda la documentación (liquidación financiera del proyecto con documentos contables, informe sobre la ejecución del proyecto, documentación de evaluación, es decir, fotos, vídeos, gráficos u otros).</li> </ol>
Resultados	Sólo en una convocatoria, en 2022, se concedieron 22 proyectos. Todos los proyectos se redactaron bajo una de las tres prioridades A. (...) dirigidos al exterior del grupo y se caracterizarán por pensar: "qué podemos hacer por los demás"; B. (...) sirven para que los miembros del equipo juvenil adquieran conocimientos y/o habilidades y los utilicen en la creación del resultado final del proyecto ("qué podemos hacer con los conocimientos que ya tenemos"); C. (...) sirven para construir la imagen de Varsovia ("cómo podemos hacer más atractivo el espacio en el que vivimos o mostrar a los demás que Varsovia es interesante").
Eficacia (Cómo se midió la práctica)	El proyecto fue eficaz en cuanto al número y la calidad de las solicitudes de proyectos. Efectos medibles: número de solicitudes presentadas, número de solicitudes concedidas, número de actos, talleres y conciertos organizados, número de participantes en cada acto.
Eficiencia (cómo se asignaron los recursos y el tiempo)	La práctica produce resultados con un nivel razonable de recursos y tiempo, porque implica la movilización de las capacidades de los jóvenes tutelados por los adultos experimentados. Además, la eficacia también se mide a través del seguimiento continuo del diseño, la ejecución y los resultados de cada proyecto ejecutado.

Relevancia (¿Cuál es la relevancia de la práctica para la futura educación, formación y decisiones profesionales de los jóvenes en relación con su comprensión del espíritu empresarial y/o la cultura?)	La práctica fue relevante para los jóvenes en el sentido de que fomenta nuevas oportunidades de proyectos, les apoya y les ayuda en el proceso de solicitud de fondos europeos.
Replicabilidad (cómo puede aplicarse la práctica en otras regiones)	Muy fácilmente. En cada región, en cada país existe la posibilidad de organizar convocatorias similares, ya que: <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> el presupuesto de los proyectos individuales no es muy elevado,</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> la normativa puede adaptarse a cada lugar de Europa,</li> <li><input type="checkbox"/> la documentación del proyecto puede adaptarse a cada organización/región/país.</li> </ul>
Participación de las partes interesadas (cómo ha involucrado la práctica a la comunidad y a otras organizaciones)	La comunidad fue la destinataria de los actos previstos en el marco del proyecto ejecutado por los jóvenes. De acuerdo con las prioridades del proyecto, las actividades debían orientarse a las necesidades de la comunidad.
Valor añadido	Los jóvenes tienen la oportunidad de preparar la propuesta de proyecto, ejecutarla y liquidarla.
Enlace o fuente donde se puede encontrar la información (en inglés si es posible)	<a href="http://www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI">www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI</a>

2	
Nombre de la práctica	Swietokrzyski Fund of Young Initiatives (Fondo Swietokrzyski de Iniciativas Jóvenes)
Breve descripción (context y grupo objetivo)	<p>La idea del proyecto, que se ha llevado a cabo en tres ediciones desde 2014 hasta 2018, era proporcionar microdonaciones al grupo destinatario. En el proyecto había dos tipos de grupos destinatarios:</p> <p>A. empleados y voluntarios de las ONG de reciente creación.</p> <p>B. grupos no formales.</p> <p>Ambos grupos tenían la posibilidad de solicitar los fondos (5 000 PLN) que podían utilizar para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> ejecutar su propio proyecto, por ejemplo, organizar talleres, actividades de animación, festivales, formaciones, etc. para la comunidad local (grupos no formales/ONG);</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> adquisición de material de oficina/equipamiento relacionado con el ámbito de actividad de la organización/adaptación de locales/mejora de las competencias de los empleados y voluntarios, etc. (sólo ONG).</li> </ul> <p>Edad de los solicitantes: 18 años o más. Tanto las ONG como los participantes del grupo no formal deben proceder de la región de Swietokrzyskie.</p>
Ejecución (principales actividades, calendario de ejecución, ubicación)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crear el grupo no formal (compuesto por un mínimo de 3 personas adultas) o establecer una ONG</li> <li>2. Rellenar el formulario de solicitud</li> <li>3. Enviar la solicitud cumplimentada a través de la plataforma <a href="http://www.fio.sir.com.pl">www.fio.sir.com.pl</a>. Había dos tipos de solicitudes: una para ONG y otra para grupos no formales.</li> </ol>

	<p>4. Esperar los resultados SI se concede la solicitud:</p> <p>5. Asistir a la reunión con el asesor del proyecto, los coordinadores principales y financieros para familiarizarse con todas las normas relativas a las finanzas y el mantenimiento de registros, el calendario y la estimación de costes y otros aspectos de la ejecución del proyecto se discutirán en detalle. Durante esta reunión, se firma el acuerdo entre el asesor del proyecto y el grupo/ONG adjudicatario.</p> <p>6. Ejecutar el proyecto.</p> <p>7. Entregar al asesor de proyectos el informe con la documentación que demuestre que el proyecto se ha ejecutado de acuerdo con la solicitud (liquidación financiera del proyecto con documentos contables, informe sustantivo sobre la ejecución del proyecto, es decir, fotos, gráficos, etc.).</p>
Resultados	<p>En cuanto a los resultados del proyecto, pueden enumerarse así:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 25 convocatorias;</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 1732 solicitudes presentadas;</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 422 solicitudes concedidas;</li> <li><input type="checkbox"/> 26 grupos no formales crearon una ONG.</li> </ul>
Eficacia (Cómo se midió la práctica)	<p>El proyecto fue eficaz en cuanto al número y la calidad de las solicitudes de proyectos. Efectos mensurables: número de solicitudes presentadas, número de solicitudes concedidas, número de actos, talleres y conciertos organizados, número de participantes en cada acto.</p>
Eficiencia (cómo se asignaron los recursos y el tiempo)	<p>La práctica produce resultados con un nivel razonable de recursos y tiempo, porque supuso la movilización de las capacidades de los miembros de los grupos no formales y del personal de las ONG recién creadas. Todos pudieron beneficiarse del apoyo de mentores en cada fase del desarrollo de la aplicación. Además, la eficacia también se mide a través del seguimiento continuo del diseño, la aplicación y los resultados de cada proyecto ejecutado.</p>
Relevancia (¿Cuál es la relevancia de la práctica para la futura educación, formación y decisiones profesionales de los jóvenes en relación con su comprensión del espíritu empresarial y/o la cultura?)	<p>La práctica fue relevante para los participantes en el sentido de que fomenta nuevas oportunidades de proyectos, les apoya y les ayuda en el proceso de solicitud de fondos europeos.</p>
Replicabilidad (cómo puede aplicarse la práctica en otras regiones)	<p>Muy fácilmente. En cada región, en cada país existe la posibilidad de org convocatorias similares, ya que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> El presupuesto de los proyectos individuales no es muy elevado,</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> La normativa puede adaptarse a cada lugar de Europa,</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> La documentación del proyecto puede adaptarse a cada organización/región/país.</li> </ul>
Participación de las partes interesadas (cómo ha involucrado la práctica a la comunidad y a otras organizaciones)	<p>La comunidad fue la destinataria de los actos previstos en el marco del proyecto ejecutado por los jóvenes. De acuerdo con las prioridades del proyecto, las actividades debían responder a las necesidades de la comunidad.</p>

Valor añadido	Los jóvenes tienen la oportunidad de preparar la propuesta de proyecto, ejecutarla y asentarla.
Enlace o fuente donde se puede encontrar la información (en inglés si es posible)	<a href="http://www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI">www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI</a>

3	
Nombre de la práctica	Portugal Fashion
Breve descripción (context y grupo objetivo)	<p>Se trata de un proyecto para la promoción nacional e internacional de la moda portuguesa, para dar visibilidad, temporada tras temporada, edición tras edición, al sector textil portugués.</p> <p>Está desarrollado por ANJE (Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios) en colaboración con ATP - Asociación Textil y de la Confección de Portugal.</p> <p>Es una forma de divulgar oportunidades entre los jóvenes, apoyando un verdadero cambio de paradigma en el sector textil, apostando en la imagen portuguesa, ya que toda su estrategia está bajo el diseño de valorizar la imagen externa de Portugal, asociando Portugal a los conceptos de moda, innovación, diseño y emprendedorismo. Se distingue en la constitución de verdaderas asociaciones entre producción y creación, es más que un proyecto de moda.</p>
Ejecución (principales actividades, calendario de ejecución, ubicación)	<p>Portugal Fashion debutó en las pasarelas internacionales en 1999, con la inclusión de cinco diseñadores y ocho marcas en el calendario de la Semana de la Moda de São Paulo.</p> <p>Desde entonces, el proyecto de ANJE y ATP ha hecho de la internacionalización de la moda portuguesa uno de sus principales pilares, realizando eventos en ciudades tan variadas como Nueva York, Madrid, Barcelona, Estambul, Londres, Viena, Milán y París (donde produce desfiles desde 2000). Por tanto, el calendario y la ubicación cambian. En este sentido, los beneficios y la operatividad de esta iniciativa deben abordarse como el valor estratégico de toda la implantación y marca de Portugal Fashion. A saber, "la estrategia de apoyo al surgimiento y crecimiento de jóvenes diseñadores ha sido muy positiva, aliándose a la idea de mantenimiento de la comunidad y garantizando, al menos al principio de la cadena, una renovación de los participantes del diseño en el sistema de la moda. En el camino de la integración progresiva de las industrias creativas, el Portugal de Moda debería ampliar aún más sus colaboraciones con escuelas y empresas, para que este apoyo forme parte de una estrategia concertada y corresponda a una visión global del sector".</p> <p>Además, en octubre de 2010, se puso en marcha el Espacio BLOOM - un espacio específico dentro de Portugal Fashion - con el objetivo de dar visibilidad al trabajo de los jóvenes que salen de las escuelas de moda y muestran potencial, así como consolidar los resultados del esfuerzo de promoción que se ha hecho sobre los diseñadores emergentes.</p>

Resultados	<p>Un estudio de impacto realizado a través de encuestas y entrevistas en 2012, encontró que los principales resultados sobre el proyecto Portugal Fashion son los siguientes (CENIT, 2012):</p> <p>En contenido periodístico y mediático, el impacto de Portugal Fashion es notorio. Un sector nacional por lo demás precario -el periodismo de moda- se eleva gracias al Portugal Fashion, con temas como la internacionalización y los nuevos talentos ganando potencial editorial.</p> <p>En cuanto a los consumidores, los amantes de la moda portugueses siguen la moda principalmente a través de los principales minoristas, siendo uniformes sobre el aspecto cultural y el trabajo de los diseñadores. Los resultados y el impacto de Portugal Fashion para impulsar la visión del consumidor portugués hacia la alta costura aún pueden mejorarse, ya que los resultados no muestran un impacto significativo en este campo.</p> <p>Respecto al tema de las Escuelas de Moda, no se alcanza un consenso, pero se nota una contribución positiva de Portugal Fashion en el sentido de crear un poder de atracción para el área de la Moda, por el enfoque aspiracional que conlleva.</p>
Eficacia (Cómo se midió la práctica)	<p>La práctica se reveló eficaz por su estrategia de internacionalización, con resultados mensurables, como: eventos de moda en ciudades tan variadas como Nueva York, Madrid, Barcelona, Estambul, Londres, Viena, Milán y París, desde 2000, siempre en una lógica de proyección de talentos y capacidades creativas en el mercado.</p>
Eficiencia (cómo se asignaron los recursos y el tiempo)	<p>La práctica presentada da resultados con un nivel razonable de recursos y tiempo, aunque la eficacia y la creación de valor tienen más importancia para la estrategia de internacionalización que la eficiencia, en el sentido de que cuando se potencia la creatividad para la creación de valor que la capacidad de producir a bajo coste, siendo condición necesaria pero no suficiente. La moda es la capacidad de proponer tendencias, de adaptar tendencias, de anticiparse, de retomar tendencias que no han sido plenamente explotadas. Entonces, desde ese punto de vista, para la competitividad de Portugal, significa eficiencia y aprovechamiento de los materiales, de los colores, de las formas, de las funcionalidades, de lo que es más técnico, de lo que es más consumo final.</p>
Relevancia (¿Cuál es la relevancia de la práctica para la futura educación, formación y decisiones profesionales de los jóvenes en relación con su comprensión del espíritu empresarial y/o la cultura?)	<p>La práctica se dirige a los jóvenes y es pertinente para ellos en el sentido de que influye en su educación, su formación y sus decisiones profesionales, enriqueciendo su comprensión de los aspectos prácticos del espíritu empresarial y de la cultura, por ejemplo: El trabajo desarrollado por asociaciones, escuelas y otros actores parece empezar a crear nuevas mentalidades, pero tiene que ir acompañado de una existencia real de apoyo, de una estructura que pueda compensar la falta de competencias. Para muchos profesionales, su carrera casi empezó en estos eventos, siguiendo su evolución desde entonces. Esta formación en torno a un sector crea posibilidades de nuevas colaboraciones y facilita su afirmación como parte importante del tejido empresarial y productivo del país.</p>

Replicabilidad (cómo puede aplicarse la práctica en otras regiones)	La práctica puede reproducirse, aplicarse o adaptarse en otras regiones, adaptándose a las necesidades, contextos y recursos de los países socios. Este proyecto puede adaptarse al contexto local y, en la medida de lo posible, ejecutarse en torno a canales/redes de cooperación ya formados, tratando de aprovechar al máximo los recursos disponibles y la experiencia acumulada.
Participación de las partes interesadas (cómo ha involucrado la práctica a la comunidad y a otras organizaciones)	La práctica propuesta contó con la participación de las partes interesadas del sector de la moda y otras organizaciones como ANJE (Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios) en colaboración con ATP (Asociación Textil y de la Confección de Portugal).
Valor añadido	Lógica empresarial, de nuevos empleos, innovación.
Enlace o fuente donde se puede encontrar la información (en inglés si es posible)	<a href="https://www.anje.pt/projetos/">https://www.anje.pt/projetos/</a> <a href="https://portugalfashion.com/">https://portugalfashion.com/</a> CENIT (2012). Estudo de avaliação do impacto do Portugal Fashion

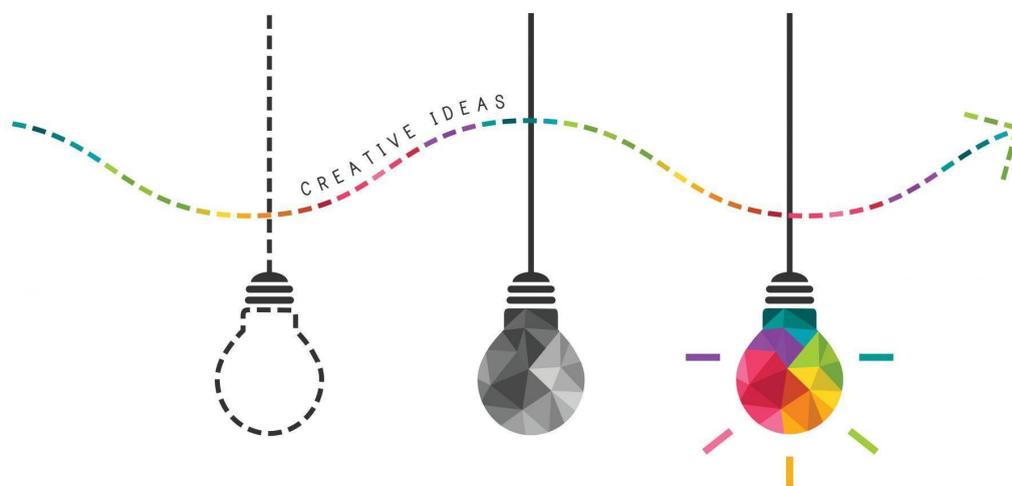
4	
Nombre de la práctica	Magallanes_ICC
Breve descripción (context y grupo objetivo)	El Programa de Apoyo al Emprendimiento Creativo - Magallanes_ICC, es promovido y organizado por la Universidad de Évora, en colaboración con la Dirección Regional de Cultura del Alentejo. El objetivo de este programa es apoyar a los emprendedores culturales y creativos en el desarrollo de sus ideas de negocio, por lo que pueden aplicar todos los candidatos con proyectos con potencial de negocio en el sector cultural y creativo, mayores de 18 años.
Ejecución (principales actividades, calendario de ejecución, ubicación)	Los proyectos presentados deben enmarcarse en las industrias culturales y creativas, correspondientes a las siguientes áreas: Artes Visuales, Patrimonio, Diseño, Arquitectura, Música, Artes Escénicas, Juegos/software educativo, Literatura, libros y prensa, Cine y vídeo, TV y radio, Publicidad. El calendario de ejecución funciona de la siguiente manera: una vez finalizado el plazo de presentación de candidaturas a través del formulario online, se realiza la valoración y preselección de hasta 20 proyectos que pasan a la Fase 2. En la Fase 2, tiene lugar una semana de formación inmersiva; evaluación y selección de hasta 10 proyectos que pasan a la Fase 3. En la Fase 3 tiene lugar el desarrollo de un modelo de negocio, prototipo y prueba de concepto. Las fechas, contenidos y formatos pueden estar sujetos a cambios por parte de la organización.
Resultados	Al final de la fase de desarrollo, los participantes tendrán que presentar prototipos y pruebas de concepto de productos o servicios y su modelo de negocio.
Eficacia (Cómo se midió la práctica)	La práctica ha demostrado su eficacia porque la escala y el crecimiento de las actividades culturales y creativas han adquirido mayor importancia en la región al aprovechar las sinergias existentes sobre el terreno.

Eficiencia (cómo se asignaron los recursos y el tiempo)	La práctica dio resultados con un nivel razonable de recursos y tiempo, porque los vínculos horizontales, tanto formales como informales, entre las empresas y las partes interesadas reducen los costes de transacción y contribuyen a la eficiencia y la competitividad. Durante la fase de desarrollo, la Universidad de Évora proporciona diversos apoyos que se reflejan en una mayor eficiencia, tales como: tutoría continuada en el desarrollo del modelo de negocio, relaciones con inversores, creación de redes (clientes, proveedores, socios comerciales), branding y marketing, cuestiones jurídicas y contables, apoyo a la producción de prototipos en el _ARTERIA_LAB y otras infraestructuras del Centro Magallanes, como el estudio multimedia, el estudio de grabación de sonido y el laboratorio de música electroacústica.
Relevancia (¿Cuál es la relevancia de la práctica para la futura educación, formación y decisiones profesionales de los jóvenes en relación con su comprensión del espíritu empresarial y/o la cultura?)	La práctica se dirige a los empresarios del sector cultural y creativo y es relevante para ellos en el sentido de que fomenta nuevas oportunidades de negocio, especialmente en áreas creativas e innovadoras. En el día a día, desempeñan un papel vital en el desarrollo de modelos empresariales innovadores de producción y distribución, haciendo hincapié en los beneficios económicos, culturales y sociales.
Replicabilidad (cómo puede aplicarse la práctica en otras regiones)	Este enfoque debería reproducirse, aplicarse o adaptarse en otras regiones, mediante asociaciones con universidades, como en este caso, y con la Dirección Regional de Cultura, para aumentar las subvenciones y los incentivos basados en el mérito, aumentar la masa crítica y el valor económico de los proyectos con mecanismos de cofinanciación (públicos y privados) capaces de tirar de la demanda de este tipo de apoyo y de empujar a las empresas y los artistas hacia lógicas más regulares de producción cultural.
Participación de las partes interesadas (cómo ha involucrado la práctica a la comunidad y a otras organizaciones)	Magallanes es el nuevo Núcleo de Innovación y Emprendimiento en las Industrias Culturales y Creativas. Estos núcleos están formados por agentes culturales y creativos de la región del Alentejo que, en el ámbito de este proyecto, establecen una asociación con la Universidad de Évora con el objetivo de apoyar a los emprendedores en el desarrollo de sus ideas de negocio, a través del acceso a infraestructuras de producción artística, prestar un espacio de trabajo no permanente, proporcionar tutoría técnica y creativa y formación específica.
Valor añadido	La utilidad pública y el valor generado por el proyecto en el ecosistema empresarial nacional. En términos económicos, estos sectores crecen por encima de la media y crean empleo, especialmente para los jóvenes, al tiempo que refuerzan la cohesión social.
Enlace o fuente donde se puede encontrar la información (en inglés si es posible)	Reglamento-Call-Empreendedores.pdf (uevora.pt) Programa de Apoio ao Empreendedorismo Criativo 2021 - _ARTERIA_LAB (uevora.pt) <a href="http://www.arterialab.uevora.pt/criativos">www.arterialab.uevora.pt/criativos</a>

5	
Nombre de la práctica	Garantía Jovem (Garantía Joven)
Breve descripción (context y grupo objetivo)	Garantía Jovem es un proyecto y un compromiso que establece que, gradualmente, y en el plazo de 4 meses desde que el joven abandone el sistema educativo o el mercado laboral, deberá suceder lo siguiente: se pondrá a disposición del grupo destinatario un empleo, oportunidades para continuar sus estudios, formación profesional o un período de prácticas. Garantía Jovem no es una garantía de empleo, sino que pretende dar a los jóvenes, lo antes posible, una oportunidad de invertir en su cualificación y de estar en contacto con el mercado laboral, para luchar contra la inactividad y el desempleo juvenil.
Ejecución (principales actividades, calendario de ejecución, ubicación)	Garantía Jovem se desarrolla de acuerdo con las siguientes actividades orientadoras: Identificación y activación rápida de los jóvenes: Una red de socios contacta, informa, orienta y motiva a los jóvenes para que participen en las acciones de Garantía Juvenil. Trabajo en red de una amplia gama de socios a nivel local: Los socios se articulan para orientar a los jóvenes hacia las soluciones más adecuadas, en función de sus expectativas y necesidades. Ofrecer respuestas ajustadas a las necesidades: los jóvenes participan sucesivamente en las acciones necesarias para completar su itinerario educativo y profesional hasta integrarse en el mercado laboral.
Resultados	Aprendizaje formal y no formal; Aumentar las cualificaciones de los jóvenes; Facilitar la entrada de los jóvenes en el mercado laboral; Reducir el desempleo juvenil.
Eficacia (Cómo se midió la práctica)	La evaluación de la eficacia de la aplicación de la Garantía Juvenil se realiza a nivel macroeconómico y microeconómico. La evaluación a nivel macro implica evaluar los cambios en una serie de indicadores como la tasa de empleo juvenil, la tasa de desempleo juvenil, la tasa de desempleo juvenil, la tasa de jóvenes inactivos, entre otros indicadores administrativos como la tasa de supervivencia de los jóvenes registrados en el servicio de desempleo a los 4, 6, 12, 16 y 24 meses; las tasas de salida de los jóvenes del desempleo registrado hacia el empleo/otras opciones de progresión (como programas de formación, programas educativos, prácticas, aprendizaje, programas de empleo); y los datos de resultados de los jóvenes que salen de las opciones de progresión enumeradas. La rentabilidad también está relacionada con la calidad de la colocación, no sólo con la cantidad (es decir, el coste del programa en función de las personas colocadas en buenos puestos de trabajo).
Eficiencia (cómo se asignaron los recursos y el tiempo)	La práctica produce resultados con un nivel razonable de recursos y tiempo, porque implica la movilización de capacidades y experiencias de los propios participantes, donde su dotación en "capital humano" resulta decisiva para la maximización de la utilidad sujeta a una limitación de recursos. La eficiencia también se mide a través del seguimiento continuo del diseño, la aplicación y los resultados de los sistemas de Garantía Juvenil

	<p>a través del sistema de vigilancia multilateral del Comité Europeo de Empleo y a través del análisis del impacto de las políticas aplicadas. La eficiencia también se mide con la sostenibilidad del modelo, la eficacia de su funcionamiento, el desarrollo de espacios intermedios de organización en red capaces de crear condiciones de escala y complementariedad, la profundización de las asociaciones entre actores de diferentes ámbitos, la inversión en la producción de un conjunto de activos de naturaleza intangible a nivel de formación de profesionales en los diferentes ámbitos y profesiones creativas, que deben promoverse de forma estratégica y coordinada.</p>
<p>Relevancia (¿Cuál es la relevancia de la práctica para la futura educación, formación y decisiones profesionales de los jóvenes en relación con su comprensión del espíritu empresarial y/o la cultura?)</p>	<p>La práctica es relevante para los jóvenes en el sentido de que fomenta nuevas oportunidades de negocio, les apoya y ayuda a encontrar una oferta de trabajo en Portugal o incluso en el extranjero, a conocer las ayudas e incentivos para crear su propio puesto de trabajo o empresa.</p>
<p>Replicabilidad (cómo puede aplicarse la práctica en otras regiones)</p>	<p>Este enfoque debería reproducirse, aplicarse o adaptarse en otras regiones como un recurso de autoaprendizaje y ayudas e incentivos gubernamentales para estos programas. como un conjunto de técnicas que pueden utilizarse en el diseño y la realización de eventos de aprendizaje de adultos para responder a las necesidades de aprendizaje y al perfil de los participantes.</p>
<p>Participación de las partes interesadas (cómo ha involucrado la práctica a la comunidad y a otras organizaciones)</p>	<p>Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Comisión Europea (CE), que apoya la aplicación de la Garantía Jovem, además del Gobierno portugués.</p>
<p>Valor añadido</p>	<p>Proporcionar a los jóvenes que no estudian ni trabajan una buena oferta de empleo, educación y formación, aprendizaje y prácticas.</p>
<p>Enlace o fuente donde se puede encontrar la información (en inglés si es posible)</p>	<p><a href="#">O Que é a Garantia Jovem? - Garantia Jovem</a> Organização Internacional do Trabalho (2017). Monitorização da Garantia Jovem: Um instrumento de apoio à formação. <i>Bureau Internacional do Trabalho</i>. Portugal</p>

### 3. Tendencias actuales del emprendimiento cultural y creativo en Europa y beneficios para la juventud en términos de inclusión social.



En Europa, el espíritu empresarial cultural y creativo ha ganado popularidad en los últimos años como medio de promover la inclusión social de los jóvenes. Algunas de las tendencias actuales son:

1. Colaboración intersectorial: Los emprendedores culturales y creativos están colaborando con empresas, gobiernos y organizaciones sin ánimo de lucro para promover el crecimiento inclusivo.
2. Digitalización: El uso de la tecnología y las plataformas digitales ha permitido oportunidades más accesibles e inclusivas para los jóvenes en las industrias culturales y creativas.
3. Finalidad social: Un número creciente de empresas culturales y creativas están incorporando objetivos sociales y medioambientales en sus modelos de negocio.

Estas tendencias aportan varios beneficios a la juventud en términos de inclusión social:

1. Empleo: El emprendimiento cultural y creativo puede crear nuevas oportunidades de empleo y contribuir al desarrollo de nuevas competencias.
2. Capacitación: Al participar en iniciativas culturales y creativas, los jóvenes pueden reforzar su autoestima y confianza.
3. Inclusión: El emprendimiento cultural y creativo puede proporcionar una plataforma para que los grupos marginados se expresen y participen en la vida cultural de la sociedad.
4. Innovación: Las industrias culturales y creativas están impulsando la innovación en una amplia gama de áreas, incluyendo la tecnología, el diseño y el marketing. Esto puede ayudar a los jóvenes a desarrollar sus capacidades empresariales y a identificar nuevas oportunidades.



Support by Lorenzo Quinn in Venice, Italy – © foto de Hans Muelers on Unsplash

## Definiciones

### ¿Qué es el emprendimiento creativo?

Según el historiador del arte Paul DiMaggio, el inicio del empresariado cultural se remonta al Boston de Massachusetts del siglo XIX. Entonces, la clase social de élite de Boston construyó formas organizativas para aislar y luego separar la cultura en alta y popular. Esencialmente, unieron la cultura al capital, dando origen al Museo de Bellas Artes de Boston y al Symphony Hall, entre otros.

Desde entonces, el emprendimiento creativo ha derivado de su significado inicial y se ha hecho más amplio e ingenioso. Al hablar de emprendimiento creativo hoy en día, nos referimos a dos cosas. Por un lado, lo reconocemos como la capacidad económica de las industrias creativas. Por otro lado, consideramos que la creatividad va de la mano del emprendimiento. La creatividad mejora la forma de dirigir, gestionar o innovar en una empresa.

Mientras que el emprendimiento tradicional se preocupa más por las ganancias materiales, el emprendimiento creativo actúa principalmente como vehículo para el cambio social en lugar de centrarse únicamente en los

beneficios. El emprendimiento creativo engloba todas las empresas con inclinación hacia las artes o el patrimonio cultural.

## ¿Qué es el emprendimiento cultural?

El emprendimiento cultural se refiere a la creación y gestión de empresas que pretenden generar valor a través de la producción y distribución de bienes, servicios y experiencias culturales. Los emprendedores culturales aprovechan su creatividad, capital cultural y redes sociales para identificar oportunidades en el mercado cultural y crear empresas innovadoras, sostenibles y culturalmente relevantes.

Según una definición propuesta por Hjalager y Phillips (2002), "el emprendimiento cultural puede considerarse como el proceso de identificar y explotar oportunidades de mercado dentro de las industrias culturales y creativas, utilizando recursos culturales y creativos relevantes y creando nuevos productos, servicios o experiencias culturales y creativas".

El espíritu empresarial cultural es un campo interdisciplinar que se nutre del espíritu empresarial, los estudios culturales, el marketing, la gestión y las artes. En los últimos años se le ha prestado cada vez más atención, ya que las industrias culturales y creativas se han convertido en los principales motores del crecimiento económico, la innovación y el intercambio cultural en todo el mundo.

En conclusión, el emprendimiento cultural es una forma única de iniciativa empresarial que aprovecha los recursos culturales y las capacidades creativas para crear nuevos productos, servicios y experiencias culturales que satisfagan las demandas del mercado, contribuyendo al mismo tiempo a la diversidad cultural y al desarrollo de la sociedad.

## Referencias:

Hjalager, A. M., & Phillips, L. (2002). A definition of cultural tourism and its significance. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 91-116.

## ¿Cuál es la diferencia entre emprendimiento creativo y emprendimiento cultural?

- El emprendimiento creativo y el emprendimiento cultural son conceptos relacionados pero con diferencias claras. El emprendimiento creativo se refiere al proceso de creación y gestión de empresas que aprovechan la creatividad, la innovación y el diseño para generar valor. Los emprendedores creativos identifican oportunidades para nuevos productos, servicios o experiencias que satisfagan las demandas del mercado y utilizan su creatividad y sus habilidades de diseño para dar vida a estas ideas.
- Por otra parte, el espíritu empresarial cultural se refiere al proceso de creación y gestión de empresas cuyo objetivo es generar valor a través de la producción y distribución de bienes, servicios y experiencias culturales. Los emprendedores culturales aprovechan su capital cultural, sus redes sociales y su creatividad para identificar oportunidades en el mercado cultural y crear empresas innovadoras y culturalmente relevantes.

En resumen, el emprendimiento creativo es un concepto más amplio que abarca una amplia gama de empresas impulsadas por la creatividad y la innovación, mientras que el emprendimiento cultural es una forma más específica de emprendimiento que se centra en las industrias culturales y creativas. Ambos conceptos comparten el objetivo de utilizar la creatividad y la innovación para crear valor, pero el emprendimiento creativo se centra más en la producción cultural y el patrimonio cultural.

## Innovación y emprendimiento

El espíritu empresarial y la innovación son cruciales para los sectores y las industrias culturales y creativas, ya que desempeñan un papel fundamental en el impulso del crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo cultural.

El espíritu empresarial en las industrias culturales y creativas implica identificar y explotar las oportunidades del mercado cultural mediante la creación de nuevos productos, servicios o experiencias culturales. Los emprendedores culturales aprovechan su capital cultural y sus habilidades creativas para crear valor en el mercado cultural, y desempeñan un papel clave a la hora de impulsar el crecimiento y el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

La innovación, por su parte, se refiere al proceso de creación y aplicación de nuevas ideas, productos, procesos o servicios que se traducen en mejoras significativas de la eficiencia, la eficacia y la competitividad. La innovación es esencial para las industrias culturales y creativas, ya que permite a las empresas y organizaciones mantenerse a la vanguardia y ofrecer productos, servicios y experiencias nuevos e innovadores a sus clientes.

Según un estudio de la Comisión Europea (2011), "la innovación es un motor esencial para la competitividad, el crecimiento y la creación de empleo en las industrias culturales y creativas. Estas industrias se caracterizan por un alto nivel de creatividad y contenido cultural, y desempeñan un papel clave en la configuración de la diversidad cultural y creativa de Europa y en el fomento del diálogo y el intercambio intercultural".

En conclusión, el espíritu empresarial y la innovación son fundamentales para el éxito y el crecimiento de los sectores y las industrias culturales y creativas, ya que permiten a las empresas y organizaciones crear nuevos productos, servicios y experiencias culturales que satisfagan las demandas del mercado y contribuyan al desarrollo cultural.

### Referencias:

European Commission (2011). Innovation in the Cultural and Creative Industries. Disponible en: [https://ec.europa.eu/culture/policy-support/innovation-cultural-and-creative-industries\\_en](https://ec.europa.eu/culture/policy-support/innovation-cultural-and-creative-industries_en)

La Unión Europea (UE) reconoce el importante papel que desempeñan los sectores cultural y creativo (SCC) para impulsar el crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo cultural y, como tal, ofrece una serie de programas de apoyo para ayudar a estos sectores a prosperar. A continuación, se enumeran algunos de los principales regímenes de ayuda a los sectores culturales y creativos en Europa:

- ❑ Europa Creativa: Europa Creativa es un programa de financiación establecido por la Comisión Europea para apoyar a los sectores culturales y creativos en Europa. Proporciona financiación a organizaciones culturales y creativas, así como apoyo a la cooperación transfronteriza y el intercambio cultural.
- ❑ Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER): El FEDER es un fondo de la Unión Europea que presta apoyo a proyectos de desarrollo regional en ámbitos como la innovación, el emprendimiento y el patrimonio cultural.

- ▣ Fondo Social Europeo (FSE): El FSE es un fondo de la Unión Europea que proporciona apoyo a proyectos destinados a promover la inclusión social y reducir la pobreza, incluido el apoyo a iniciativas de emprendimiento cultural y creativo.
- ▣ Fondo Cultural Europeo (FCE): El ECF es un fondo de la Unión Europea que proporciona apoyo a proyectos culturales y creativos que promueven el diálogo intercultural y el intercambio cultural.
- ▣ Banco Europeo de Inversiones (BEI): El BEI es un banco de la Unión Europea que proporciona apoyo financiero a una amplia gama de proyectos de inversión, incluidos los de los sectores cultural y creativo.
- ▣ Mecanismo de Garantía de los Sectores Cultural y Creativo (CCSGF): El CCSGF es una iniciativa de la Comisión Europea que presta apoyo a los sectores cultural y creativo ofreciendo garantías financieras a organizaciones y empresas culturales y creativas.
- ▣ Mecanismo de Garantía del Sector Cultural y Creativo en Europa Creativa 2014-2020
- ▣ Financiación por el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología de nuevas comunidades de conocimiento e innovación para las industrias culturales y creativas.
- ▣ Opciones en el marco de Horizonte Europa
- ▣ Erasmus para jóvenes empresarios
- ▣ Proyecto Worth Partnerships
- ▣ Iniciativa STARTS (Innovation at the nexus of Science, Technology, and the ARTS), el programa de residencias STARTS.
- ▣ Apoyo de la UE a las nuevas empresas digitales

## References:

European Commission (2021). Creative Europe. Disponible en: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node_en)

European Commission (2021). European Regional Development Fund. Disponible en: [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-regional-development-fund\\_en](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-regional-development-fund_en)

European Commission (2021). European Social Fund. Disponible en: [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-social-fund\\_en](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-social-fund_en)

Existen diversos regímenes europeos de ayudas a la ICC:

- [Cultural and Creative Sector Guarantee Facility in Creative Europe 2014-2020](#)
- European Institute of Innovation and Technology's funding of new [Knowledge and Innovation Communities](#) for the cultural and creative industries
- Options under [Horizon Europe](#)
- [Erasmus for Young Entrepreneurs](#)
- [Worth Partnerships Project](#)
- [STARTS Initiative](#) (Innovation at the nexus of Science, Technology, and the ARTS), the STARTS Residency programme
- [EU Support for digital Start-ups](#)



### Redes en los ámbitos de los sectores cultural y creativo a escala europea

Existen varias redes a escala europea que apoyan y promueven los sectores cultural y creativo (SCC). Estas redes reúnen a partes interesadas de todas las industrias culturales y creativas y ofrecen oportunidades de colaboración, intercambio de conocimientos y promoción. A continuación figuran algunos ejemplos de estas redes:

1. Fundación Cultural Europea (ECF): La ECF es una red europea que apoya el intercambio y la colaboración cultural, además de fomentar el diálogo y el entendimiento intercultural.
2. Red Europea de Empresas Creativas (ECBN): La ECBN es una red europea de empresas y organizaciones creativas que tiene como objetivo apoyar y promover las industrias creativas en Europa.
3. Red Europea de Cultura y Desarrollo (ENCult): ENCult es una red europea que promueve el papel de la cultura en el desarrollo sostenible y tiene como objetivo apoyar a los sectores culturales y creativos.
4. Creative Europe Desk Network: La Creative Europe Desk Network es una red de organizaciones europeas que proporcionan información y apoyo a los sectores culturales y creativos en el marco del programa Europa Creativa.
5. Red Europea de Centros de Formación de la Administración Cultural (ENCATC): ENCATC es una red europea de centros de formación que promueven el estudio de la gestión y administración cultural, además de apoyar el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

#### Referencias:

European Cultural Foundation (2021). About ECF. Disponible en: <https://www.culturalfoundation.eu/about-ecf>  
European Creative Business Network (2021). About ECBN. Disponible en: <https://www.ecbn.eu/about-us>  
European Network for Culture and Development (2021). About ENCult. Disponible en: <https://en-cult.org/about/>

# young cultentpreneurs

European Commission (2021). Creative Europe Desk Network. Disponible en: [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/support/creative-europe-desk-network\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/support/creative-europe-desk-network_en)

European Network of Cultural Administration Training Centres (2021). About ENCATC. Disponible en: <https://www.encatc.org/about-us/mission-and-vision/>

Arjo Klamer (2011) nos da algunas ideas sobre las **características importantes** del buen emprendedor cultural:

- Alerta ante las oportunidades
- Creativo en cuanto al contenido artístico, pero también a la hora de organizar la conversación y disponer las finanzas
- El contenido artístico es su pasión y compromiso
- Persuasivos en el sentido de que son capaces de implicar a la gente
- Prudentes y muestran valentía, esperanza y fe en sus acciones
- Las competencias necesarias para iniciar una actividad empresarial en las industrias culturales y creativas son muchas. En la actualidad, los jóvenes emprendedores culturales deben trabajar en el desarrollo de las siguientes habilidades:

- |   |                               |
|---|-------------------------------|
| ✓ Innovación  | ✓ Organizados y disciplinados |
| ✓ Marketing   | ✓ Desarrollo estratégico      |
| ✓ Asunción de riesgos   | ✓ Liderazgo                   |
| ✓ Creatividad y pensamiento creativo<br>– “thinking out of the box” | ✓ Networking – Trabajo en red |
| ✓ Independencia   | ✓ Conectar empresas           |
| ✓ Producir, fijar un grupo objetivo, vender, fabricar               |                               |



Todo empresario debe conocer la diferencia entre **eficacia** y **creatividad**.

## Ser eficaz

- ✓ Te ciñes a lo que sabes hacer

## Ser creativo

- ✓ Piensas con originalidad

- ✓ Explotas lo que sabes
- ✓ Satisfaces las necesidades actuales de los clientes
- ✓ Planificas
- ✓ Exiges responsabilidad
- ✓ Impones procesos y estructuras
- ✓ Exploras lo que no sabes
- ✓ Te anticipas a las necesidades futuras de los clientes
- ✓ Dejas que las cosas surjan
- ✓ Permites la libertad y la flexibilidad
- ✓ Evitas los procesos y fomentas las interacciones no estructuradas

En la sociedad contemporánea, todo empresario debe conocer las tecnologías digitales y el poder de las redes sociales. Las herramientas de marketing y promoción en línea pueden no sólo presentar los productos y servicios artísticos de los empresarios a públicos más amplios, sino también crear verdaderos fans y admiradores, atraer inversores y socios, aumentar su reputación y sus perspectivas. Tales herramientas son:

- Marketing y promoción en redes sociales: captación de tráfico o atención del sitio web a través de las redes sociales.
- Marketing y promoción de afiliación: promoción mediante la colocación de anuncios o enlaces al sitio web
- Blogging: publicaciones periódicas en línea (weblog) sobre temas concretos.
- Marketing y promoción por correo electrónico: marketing directo utilizando el correo electrónico para publicidad, envío de boletines electrónicos, newsletters y anuncios
- Motor de búsqueda, marketing y promoción: pago por situar el sitio web en una posición destacada en los resultados de un motor de búsqueda
- Publicidad en vídeo en línea: colocación de un breve anuncio en vídeo al principio de un vídeo en línea

Además de las herramientas de promoción en línea, los empresarios culturales pueden utilizar diferentes herramientas para atraer la atención de la gente hacia su trabajo. En Internet existen plataformas profesionales especializadas, dedicadas a diferentes artes, como Behance, DeviantArt, iStockPhoto. En estas plataformas, los empresarios pueden subir sus obras de arte (o fotos y vídeos de sus productos) para ponerse en contacto con posibles clientes o empresas dispuestos a contratar sus servicios, establecer contactos con personas creativas afines, recibir apoyo y reconocimiento y aprender. Dependiendo de la industria cultural o creativa específica, los empresarios pueden emplear métodos de promoción fuera de línea, por ejemplo, intervenciones urbanas (al presentar su arte en espacios públicos como calles, parques, etc.). Pueden participar en residencias creativas (donde artistas de distintos países co-crean juntos), presentar su trabajo en un festival (los festivales son los lugares donde la comunidad y los compañeros artistas valoran la innovación) o implicar a su público en actividades participativas.



## Cinco tendencias clave están reconfigurando la ICC

- 1. La implantación digital aumenta el acceso a los contenidos culturales e impulsa el crecimiento de la ICC**, ya que éstos se consumen cada vez más digitalmente a través de Internet, las redes sociales o nuevos formatos digitales (como los podcasts). En respuesta al cambio hacia el consumo digital, la publicidad también se está desplazando de los medios impresos tradicionales a la esfera digital.
- 2. El liderazgo intelectual y las nuevas narrativas para promover la sostenibilidad ecológica** están cobrando cada vez más importancia en la comunidad de ICC. Las ICC, como actores influyentes en la sociedad, pueden desempeñar un papel destacado a la hora de fomentar cambios individuales y sociales hacia políticas más ecológicas y opciones de consumo más sostenibles. Asimismo, las CCS están adoptando prácticas sostenibles para reducir su huella de carbono en toda la cadena de valor.
- 3. Las nuevas formas de colaboración** (desarrollo cooperativo de proyectos entre pequeñas empresas y autónomos) dan lugar a modelos innovadores como los centros creativos y los espacios de trabajo conjunto, que pueden impulsar el desarrollo socioeconómico, especialmente en las zonas urbanas.
- 4. Un nuevo marco regulador europeo** abre nuevas oportunidades de generación de ingresos, en particular mediante la mejora de la concesión de licencias de contenidos protegidos por derechos de autor. Asimismo, los nuevos sistemas de remuneración excepcional de los derechos de autor durante la pandemia de COVID-19 (por ejemplo, los nuevos modelos de remuneración desarrollados por las Organizaciones de Gestión Colectiva) podrían dar lugar a nuevas soluciones de monetización y a cambios reglamentarios adicionales.
- 5. Las industrias culturales son parte integrante de la economía de la experiencia y el turismo.** Se calcula que el turismo cultural representa hasta el 40% del turismo europeo. Además, las instituciones culturales (museos y teatros) de toda Europa están experimentando con nuevos servicios digitales en respuesta a la pandemia COVID-19.

## 4. Inspírate: algunos ejemplos de iniciativas juveniles

Este capítulo explora diversas iniciativas juveniles en Europa que pretenden mejorar la empleabilidad y las competencias de los jóvenes o proporcionarles financiación para ideas de proyectos. Estas iniciativas ofrecen formación personalizada, educación profesional y apoyo al empleo a los jóvenes. Estas iniciativas han ayudado a miles de jóvenes a incorporarse a la población activa o a crear sus propias empresas y proporcionan a los jóvenes subvenciones y financiación para poner en práctica sus ideas de proyectos en diversos ámbitos, como la cultura, el medio ambiente, la seguridad y el deporte, y ayudan a los jóvenes a desarrollar su creatividad y su capacidad de liderazgo a la vez que tienen un impacto positivo en sus comunidades.

### Generación IN, itinerarios de empleo juvenil

"Generación IN" ayuda a los jóvenes que no estudian ni trabajan a crear su propia empresa o a convertirse en autónomos. Los participantes deben estar inscritos en Garantía Juvenil o cumplir los requisitos de inscripción, tener una idea de negocio y vivir en las ciudades donde opera el programa. El programa ofrece itinerarios individualizados, asesoramiento técnico y financiero, microcréditos, formación en línea y presencial, y acceso a recursos. Los participantes desarrollaron habilidades empresariales y crearon 97 empresas y 176 puestos de trabajo. Las mujeres han logrado mayores porcentajes de emprendimiento e inserción laboral que los hombres, y el programa también ha apoyado la reinserción de las participantes en la formación. El programa se ha llevado a cabo en diferentes ciudades de toda España y, debido a la pandemia, actualmente se realiza en línea.

### Programa PICE - Cámara de Comercio de España

El Plan de Formación ayuda a los jóvenes desempleados de entre 16 y 25 años (o 30 en el caso de las personas con discapacidad) a mejorar sus competencias y su empleabilidad. También ayuda a las empresas que buscan contratar a jóvenes cualificados. El plan ofrece mejora de las competencias básicas, formación en idiomas y TIC, formación profesional específica y fomento del espíritu emprendedor. El Plan de Movilidad pretende mejorar la empleabilidad ofreciendo prácticas profesionales en empresas de toda la UE. Desde 2015, el plan ha ayudado a 181.563 jóvenes, incluyendo orientación profesional, formación básica, formación específica para el empleo e intermediación laboral.

### POEJ -Programa Operativo de Empleo Juvenil – Cruz Roja Española, Fundación ONCE y Fundación Secretariado Gitano

La iniciativa POEJ de Cruz Roja Española, la Fundación ONCE y la Fundación Secretariado Gitano ayuda a jóvenes de entre 16 y 30 años que no estudian ni trabajan y necesitan apoyo. Su objetivo es reducir la pobreza y las tasas de abandono escolar y proporcionar formación y acceso al empleo. El programa ha atendido a más de 22.700 jóvenes desde 2016, de los que el 50% no tiene trabajo ni estudios secundarios inferiores. El Plan de Empleo de Cruz Roja ofrece servicios personalizados para mejorar la empleabilidad o el acceso al empleo, con proyectos como PULSA Empleo, Escuela de Segundas Oportunidades, Formación para la Inserción Laboral y Aprender Trabajando. La iniciativa ha beneficiado a más de 46.000 jóvenes vulnerables, de los que más de 10.500 han encontrado empleo y casi 11.000 han obtenido una cualificación. La iniciativa también se ha asociado con más de 4.600 empresas, incluidas pequeñas y medianas empresas, para ofrecer oportunidades de empleo a los jóvenes.

### Youth initiatives – (Iniciativas juveniles)

El programa "Iniciativas juveniles" ofrece una subvención de 3.000 zlotys a jóvenes participantes de entre 13 y 18 años para poner en práctica sus ideas de proyecto, que no deben durar más de 3 meses. Los responsables seleccionan las actividades, y los fondos proceden del presupuesto del Ayuntamiento de Varsovia. Los solicitantes pueden consultar a los mentores del programa para que les orienten en el proceso de solicitud.

Más información sobre la iniciativa en el sitio web [www.mazowsze.zhr.pl/inicjatywy-mlodziejowe/?fbclid=IwAR19pdSy1cXOvzSF2grUSFNjj8sx0WH13BRL2oJI12G00CnIQVRHVskOV0](http://www.mazowsze.zhr.pl/inicjatywy-mlodziejowe/?fbclid=IwAR19pdSy1cXOvzSF2grUSFNjj8sx0WH13BRL2oJI12G00CnIQVRHVskOV0).

### I have an idea! - (¡Tengo una idea!)

La iniciativa ofrece una subvención de 3500,00 PLN para que los adolescentes (de 13 a 18 años) pongan en marcha su propio proyecto. La mayoría de los proyectos concedidos en el pasado se centraron en la cultura, como cortometrajes, espectáculos, festivales y eventos culturales. Algunos ejemplos de proyectos premiados en 2019 y 2020 incluyen la puesta en escena de un musical, un festival de arte, formación en escritura creativa y la producción de una película. El Ayuntamiento de Varsovia financia las subvenciones, y los solicitantes pueden consultar a los mentores del programa para recibir apoyo en la preparación y presentación de sus solicitudes. Más información sobre la iniciativa en el sitio web [www.kik.waw.pl/projekty/mam-pomysl2/](http://www.kik.waw.pl/projekty/mam-pomysl2/).

### Opole Region for the youth – (Región de Opole para la juventud)

Esta iniciativa proporciona fondos a organizaciones no gubernamentales para financiar iniciativas juveniles de base con un importe máximo de 4.000 PLN. Estas organizaciones trabajan con los jóvenes para poner en práctica sus ideas en materia de medio ambiente, seguridad, deporte y cultura y les proporcionan apoyo y experiencia a lo largo de todo el proyecto. La organización específica centrada en cuestiones culturales es Opolskie dla młodzieżowych inicjatyw kulturalnych, y la ejecuta Stowarzyszenie Opolskie Lamy. El proyecto pretende aumentar la participación de los jóvenes en el desarrollo de la sociedad civil en la región de Opole. Para más información, visite el sitio web de la iniciativa: [www.opolskie.pl/opolskie-dla-mlodziezy](http://www.opolskie.pl/opolskie-dla-mlodziezy).

### Thes Gala Cooperative – (Cooperativa Thes Gala)

En los últimos años, Tesalia y Larisa han surgido como líderes en empresas agrícolas innovadoras, agrupaciones empresariales y cooperativas de nueva generación. Entre ellas, THESgala y THESgi son cooperativas lecheras y agrícolas emblemáticas, respectivamente. THESgala, dirigida por Thanasis Vakalis, controla y comercializa el 10% de la producción láctea del país con un control de calidad total, mientras que THESgi cultiva una amplia variedad de productos en 30.000 hectáreas.

El equipo de THESgala y THESgi goza de una reputación positiva entre las cooperativas europeas, a las que visitan con frecuencia e informan de las últimas innovaciones tecnológicas en producción y comercialización. Sin embargo, su rasgo definitorio es su conciencia empresarial colectiva. Las cooperativas sirven como medio para crear una presencia empresarial de escala y lograr una posición dominante en el mercado.

El éxito de las cooperativas se atribuye a su sentido común y a la absoluta honradez y transparencia de sus operaciones. Los miembros del consejo de administración no reciben un salario; todos los socios tienen los mismos derechos y obligaciones. Las cooperativas creen en las sinergias y en la creación de industrias a su alrededor. Su lema principal, "Cooperamos de forma diferente", refleja su enfoque único de la iniciativa empresarial colectiva.

### LIOFYLLO

Liofylo es una startup griega que crea material innovador a partir de hojas de olivo para lograr un impacto social y medioambiental. Las hojas de olivo suelen considerarse un residuo durante la producción de aceite de oliva, lo que se traduce en más de 150.000 toneladas de hojas de olivo desechadas anualmente en Grecia. Liofylo aprovecha estos residuos agrícolas y crea un material ecológico utilizando adhesivos biodegradables y/o de base biológica. El equipo fabrica dos tipos de paneles que tienen potencial para aplicarse a una amplia gama de productos. También siguen los principios de la economía circular y reutilizan los paneles destruidos durante la producción para crear piezas de arte únicas. Liofylo pretende desarrollar la empresa y crear puestos de trabajo al tiempo que promueve la cultura griega y

una mentalidad ecoconsciente. La heterogeneidad del equipo contribuye al rápido desarrollo de la empresa cooperativa social, y Liofyllo es la única empresa con derecho a utilizar la patente internacional de "Paneles de hoja de olivo respetuosos con el medio ambiente". Sus productos son personalizados y únicos para quienes aprecian las creaciones ecológicas y la belleza natural.

## Augmenta Agriculture

Augmenta Agriculture es una startup griega fundada en 2017 por los agricultores e ingenieros George Varvarelis y Dimitris Evaggelopoulos. La empresa se especializa en tecnología de agricultura de precisión, que ayuda a promover prácticas agrícolas sostenibles. En marzo, la compañía anunció que había completado una ronda de inversión de serie A de 8 millones de dólares liderada por CNH Industrial y Pymwymic, ambos importantes actores industriales y de desarrollo sostenible. La mayor parte de los empleados de Augmenta Agriculture trabajan en Grecia, con un equipo adicional en Estados Unidos. La innovadora tecnología de la empresa incluye un sistema instalado en el techo de los vehículos agrícolas, que utiliza cámaras para escanear el campo durante las operaciones. Esta información en tiempo real se utiliza después para aplicar ingredientes como fertilizantes y reguladores del crecimiento de las plantas, y se espera añadir pronto más funciones para la aplicación de pesticidas.

## Uni.Fund VC

Uni.Fund es un fondo de capital riesgo que invierte en empresas tecnológicas en fase inicial con el objetivo de desarrollar el ecosistema emprendedor en Grecia. El fondo gestiona 30 millones de euros y ya ha invertido en más de 20 startups. El objetivo de Uni.Fund es encender el espíritu emprendedor y aprovechar el potencial de las universidades griegas, la investigación y el desarrollo, y la industria tecnológica apoyando el desarrollo de equipos e implementando estrategias exitosas de salida al mercado.

Por otro lado, EQUIFUND es una plataforma de inversión creada mediante la cooperación entre la República Helénica y el FEI. Está financiada por el Fondo de Fondos griego ESIF TAESYM, la Unión Europea/Fondo Europeo de Desarrollo Regional/Programa Operativo EPANEK, el FEI e inversores privados. La plataforma tiene como objetivo facilitar el acceso a la financiación de las PYME en Grecia mediante el desarrollo de capital riesgo y capital privado a través de la cooperación con intermediarios financieros seleccionados.

## Job ahoi! — Work can be fun! – (¡Trabajo ahoi! - ¡Trabajar puede ser divertido!)

La premisa del proyecto "Job ahoi!" es enseñar a los jóvenes que el trabajo puede ser divertido y dar un sentido de finalidad y realización a sus vidas. El objetivo es animarles a adoptar nuevas perspectivas tras periodos de desempleo y hacerles sentir que son necesarios.

- enseñar a los jóvenes desempleados competencias técnicas y sociales,
- mejorar su situación personal
- promover su desarrollo personal.

La asociación Open Youth Work Dornbirn ejecuta el proyecto en Austria en colaboración con la provincia federal de Vorarlberg.

[https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf)

## Young People in Urban Spaces – (Jóvenes en espacios urbanos)

Orizzontale fue creado por arquitectos y estudiantes de la facultad de arquitectura y contó también con la participación de otros jóvenes de las zonas de Roma donde se desarrollaron las actividades. Los objetivos eran dar a conocer a los jóvenes cómo se gestiona una ciudad e implicarlos más en la comunidad y en proyectos de revitalización de la vida urbana. Orizzontale trabajó en una serie de actos públicos en los que se experimentó con espacios olvidados. La Juventud financió este proyecto de iniciativa juvenil en la agencia nacional Action de Italia.

[https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf)

### Know your needs – (Conoce tus necesidades)

El objetivo de "Know your needs" es hacer frente a los problemas a los que se enfrentan los jóvenes de la UE que emigran por motivos económicos sin haber reflexionado seriamente sobre sus acciones o lo que quieren de la vida. La Juventud financió este proyecto de intercambio juvenil en la agencia nacional Action de Lituania. El Centro Lituano de la Juventud llevó a cabo el proyecto en colaboración con Youth for Society (Estonia), Asociación Juvenil Inter (España) y Hammersmith and Fulham Volunteer Centre (Reino Unido).

[https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf)

### Apps for Good

Ofrece programas gratuitos de aprendizaje creativo para escolares de todo el Reino Unido, enseñándoles a utilizar las nuevas tecnologías para diseñar y fabricar productos que les ayuden a marcar la diferencia en su mundo. Ofrecen a los educadores contenidos y recursos gratuitos para enseñar a los alumnos a crear un futuro mejor a través de la tecnología.

En 2020/21 se llegó a 20.382 estudiantes en el Reino Unido, de los cuales el 51% eran niñas. En general, los estudiantes consideran que han mejorado sus habilidades de comunicación y presentación, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y el diseño de productos. Un aspecto positivo de la iniciativa es que enseñan algo más que codificación. Están dando a los jóvenes las habilidades y la confianza que necesitan para prosperar utilizando las nuevas tecnologías para crear productos que resuelvan los problemas que les preocupan. Tras completar sus cursos, los estudiantes están más interesados en trabajar en tecnología o en poner en marcha sus propias empresas. A través de sus contenidos y enlaces con la industria, los estudiantes pueden ver la variedad de trabajos disponibles y cómo se aplica a sus intereses.

<https://www.appsforgood.org/about>

### STPLN:lab

STPLN:lab es un proyecto gratuito para que los emprendedores de las ICC dispongan de un espacio para trabajar en sus negocios e ideas. Tiene una duración de 12 meses y ofrece a los participantes una plaza gratuita en la STPLN, acceso a talleres y estudios, equipos multimedia, máquinas y herramientas, asesoramiento personal y un programa continuo con asesoramiento financiero y jurídico gratuito, intercambios internacionales y mucho más. El proyecto ha permitido a varios empresarios crear sus redes, dar a conocer sus negocios y crecer, al tiempo que les ha proporcionado un espacio para desarrollar sus capacidades creativas y participar en el aprendizaje entre iguales. La falta de un espacio desde el que trabajar y los elevados costes que suele suponer para los emprendedores invertir en espacios de oficina a menudo pueden conducir al aislamiento y obstaculizar el crecimiento de una idea. La iniciativa ha sido importante para llenar este vacío y proporcionar un espacio sin costes para el desarrollo empresarial.

<https://www.stplnlab.se/>

## Aim Higher – (Apuntar más alto)

El proyecto pretendía ofrecer a los jóvenes de comunidades inmigrantes nuevas perspectivas sobre el valor de la escuela y la educación debatiendo los problemas que les afectan directamente. El objetivo inmediato era influir positivamente en la asistencia, las calificaciones, los resultados de los exámenes y, finalmente, la graduación, con la intención a más largo plazo de ayudarles a estar mejor preparados para afrontar la vida.

En todo el proyecto se utilizaron enfoques de aprendizaje no formal. Los participantes se implicaron en todos los aspectos del proyecto, ayudando en tareas creativas, administrativas y de gestión, en la planificación de eventos y en la elaboración de presupuestos. Los jóvenes dirigieron el proyecto para los jóvenes.

Reunió a 30 jóvenes de Dinamarca, Suecia y Reino Unido en Brønshøj (zona de Copenhague) durante 10 días en diciembre de 2013. Todos tuvieron la oportunidad de discutir y reflexionar, y formadores experimentados facilitaron juegos de rol, debates, talleres y trabajo en equipo, actividades de desarrollo personal sobre la creación de CV, entrevistas de trabajo y progresión profesional. El resultado fue que cada vez más estudiantes tienen mejores aptitudes, más confianza en sí mismos y están más preparados para trabajar.

El énfasis en el desarrollo profesional y personal y el trabajo en grupo dentro de la formación han sido clave para lograr los resultados. La iniciativa era importante para ayudar a los jóvenes a superar su inseguridad y crear vínculos y redes.

[https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf)

## Foróige Network for Teaching Entrepreneurship – (Red Foróige para la Enseñanza del Emprendimiento)

Este programa ayuda a los jóvenes de comunidades desfavorecidas a desarrollar aptitudes empresariales y liberar su talento y potencial. Trabaja con jóvenes de 12 a 18 años en proyectos escolares y extraescolares en toda Irlanda que aumentan la finalización de los estudios y la asistencia a la universidad. Los profesores y animadores juveniles también reciben formación en habilidades y recursos para impartir el programa a través de la Universidad NFTE. Se les conoce como formadores certificados en Emprendimiento. Los jóvenes de comunidades desfavorecidas estudian todos los aspectos de la creación y gestión de una empresa, incluido el uso de subvenciones iniciales para comprar suministros, la colaboración con empresarios sociales y líderes comunitarios, las visitas a empresas y el trabajo con mentores empresariales.

El programa se desarrolla de septiembre a mayo de cada año. En 2013 se graduaron 1 500 jóvenes. Ahora pueden optar a una beca de Emprendimiento en IT Sligo, que ofrece una vía para convertir las ideas empresariales en realidad y proporciona apoyo financiero, tutoría y acceso a ferias comerciales internacionales. Las investigaciones realizadas por la Universidad de Harvard entre 2001 y 2003 sobre el impacto del programa NFTE concluyeron que habían aumentado las aspiraciones profesionales, el interés por asistir a la universidad, los conocimientos empresariales, el comportamiento de liderazgo y la creencia en la capacidad de alcanzar los objetivos vitales.

[https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf)

## Entrum

Entrum es un programa de Emprendimiento juvenil que pretende desarrollar una mentalidad emprendedora en estudiantes de 13 a 19 años proporcionándoles una experiencia empresarial fuera de su entorno escolar y familiar. El programa utiliza una metodología de cuatro pasos para inspirar, enseñar habilidades prácticas, ayudar a crear redes y mostrar nuevos horizontes. Los jóvenes forman equipos de puesta en marcha, planifican su tiempo y sus finanzas, y desarrollan sus ideas y productos en laboratorios de emprendimiento. El programa culmina con un concurso nacional de ideas empresariales, y los ganadores reciben ayudas para sus start-ups o proyectos de emprendimiento social. La metodología desarrolla el pensamiento creativo e innovador, registra las competencias y habilidades en diarios de proyectos y fomenta el trabajo colaborativo y la creatividad. El programa fomenta la capacidad de convertir los retos en oportunidades y asumir la responsabilidad de las acciones en un contexto más amplio.

## 5. Consejos y sugerencias sobre cómo los trabajadores en el ámbito de la juventud pueden activar a los jóvenes mediante la canalización de sus culturas juveniles en grupos de emprendimiento y colaboración.

A través de este capítulo, compartiremos varias ideas que pueden servir como consejos y sugerencias para inspirar a los trabajadores en el ámbito de la juventud sobre cómo activar a los jóvenes mediante la canalización de sus culturas juveniles, principalmente a través del espíritu empresarial, pero también a través de agrupaciones de colaboración. De hecho, muchas de estas ideas podrían aplicarse también a otras industrias y sectores, pero en este caso nos centraremos en la industria cultural y creativa.



La cultura juvenil se refiere a la práctica cultural de los miembros de este grupo de edad mediante la cual expresan sus identidades y demuestran su sentido de pertenencia a un grupo particular de jóvenes. Creemos en la idea de que la juventud, como grupo social, se adhiere a valores, objetivos y comportamientos comunes distintos de los del mundo adulto, que le permiten desarrollar su propio carácter distintivo y su personalidad dentro de la sociedad.

El Emprendimiento puede ayudar a los jóvenes a encontrar su lugar en el mercado laboral, fomentando su inclusión. Además, el hecho de pretender transformar sus culturas juveniles en ideas y empresas de Emprendimiento puede potenciar su sentimiento de pertenencia a esas culturas, ya que pueden sentir que están participando activamente en mantenerlas vivas, representándolas. Además, de este modo, los jóvenes también pueden convertirse en propulsores de su propia cultura. Como señala el estudio "Stimulating Youth Emprendimiento: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people", hay dos razones principales por las que los jóvenes emprenden el camino del Emprendimiento: una es la necesidad (es decir, la falta de oportunidades laborales) y la otra es el interés propio (es decir, el deseo de crear su propia empresa, ser sus propios jefes, etc.).

En cuanto a las agrupaciones, la mayor ventaja que pueden encontrar los jóvenes es la oportunidad de crear sinergias con personas que piensan de forma parecida, de establecer redes, de conseguir contactos que les ayuden a desarrollar sus ideas y de sentirse apoyados y rodeados de otras personas con intereses similares. Al mismo tiempo, éste puede ser un gran entorno para que los jóvenes aprendan unos de otros y de los que pertenecen a la agrupación.

Para que los monitores juveniles potencien los aspectos mencionados, hay algunas preguntas esenciales que requieren una respuesta:

**¿Cuál es la perspectiva que tienen los jóvenes con los que trabajamos sobre el mercado laboral y el espíritu empresarial?**

Para responder a esta pregunta, es necesario evaluar en primer lugar el nivel de conocimiento, atracción e implicación de los jóvenes con la empresa y los negocios, con el fin de establecer un punto de referencia de sus actitudes y comportamientos actuales con el tema<sup>17</sup>. Esto puede hacerse, por ejemplo, mediante encuestas o conversaciones directas.

**¿Cómo despertar la curiosidad de los jóvenes y motivarles para que canalicen su cultura hacia el espíritu empresarial?**

Es importante llegar a los jóvenes y atraerlos hacia los clusters de Emprendimiento y Colaboración utilizando los medios más eficientes y eficaces para impulsar su motivación y despertar su interés, especialmente permitiéndoles tomar conciencia de las ventajas de unirse a los clusters de Emprendimiento y Colaboración. Algunos consejos para lograrlo pueden ser:

- Hacer uso de las plataformas y espacios que les resulten atractivos: redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, etc.), conferencias, seminarios, correo electrónico, participación en festivales, revistas, podcasts, vídeos de YouTube, boca a boca, reparto de folletos en espacios frecuentados por jóvenes....
- Colaborar con colegios, universidades y otros espacios educativos para poder hablar con los jóvenes y compartir con ellos información sobre las posibilidades que ofrece el emprendimiento y los clusters, organizar talleres educativos, etc.

De hecho, sería interesante ofrecer educación en Emprendimiento ya a través de la educación formal. De este modo, los jóvenes podrían familiarizarse con el concepto desde las primeras etapas de su carrera profesional. No obstante, para ello sería crucial formar a los profesores en el campo del Emprendimiento y, más concretamente, en nuevas metodologías actualizadas e interactivas para enseñar a emprender. Esto podría ayudar a fomentar la curiosidad de los estudiantes por convertirse en empresarios. Es importante hacerles conscientes de los beneficios que el Emprendimiento puede aportarles, como la oportunidad de desarrollar sus ideas, construir sus propios caminos y crear su propia empresa en la que puedan tomar sus propias decisiones. Además, darles la oportunidad de elaborar estrategias y desarrollar un plan de negocio, aunque sea ficticio, puede despertar su interés y motivarles a aprender sobre el espíritu empresarial.

**Entonces, ¿qué tipo de actividades pueden utilizar los monitores juveniles para apoyar la activación de los jóvenes?**

Los jóvenes necesitan adquirir conocimientos previos sobre todo lo que pueden desarrollar a través del espíritu empresarial y los clusters para sentirse preparados para entrar en esos entornos. Por lo tanto, podría ser aconsejable:

- **1) Ofrecer a los jóvenes diferentes actividades que apoyen su creatividad para que sus culturas juveniles se conviertan en proyectos de emprendimiento:**
  - Talleres y formación (tanto en línea como fuera de línea) sobre Emprendimiento y emprendimiento cultural/creativo.

<sup>17</sup> Ibid., p. 30.

- Conferencias, seminarios, presentaciones o charlas (de té), especialmente aquellas en las que empresarios ya asentados del sector cultural y creativo comparten sus experiencias y consejos con nuevos y jóvenes emprendedores, ya que los primeros pueden ofrecer grandes ejemplos reales de primera mano que pueden servir de inspiración a los segundos.
- Servicios de tutoría y coaching para guiar y apoyar a los jóvenes en su trayectoria.
- Organizar eventos empresariales juveniles en los que los jóvenes con ideas empresariales puedan crear sinergias, conectar y aprender unos de otros.
- También es una posibilidad ofrecerles contenidos que puedan seguir a través de las redes sociales desde sus smartphones (por ejemplo, Instagram reels, stories, posts, vídeos...).

Otras opciones son las que presenta mi.cluster<sup>18</sup>:

- Jornadas de Prácticas. Se trata de eventos para jóvenes/estudiantes que ofrecen información sobre oportunidades de prácticas en empresas de la industria cultural y creativa (ICC). Las prácticas pueden proporcionar a los nuevos empresarios una valiosa experiencia de primera mano mientras aprenden de su empresa de acogida.
- Viajes educativos. Organice viajes educativos que permitan a los jóvenes descubrir distintos ejemplos de iniciativa empresarial en el sector cultural y creativo. Los viajes educativos son también muy buenas herramientas para ayudar a los jóvenes a desarrollar entre ellos relaciones significativas que puedan beneficiar a sus redes e ideas empresariales.
- Jornadas profesionales. Se trata de actos de creación de redes para que los estudiantes que deseen explorar las posibilidades de la industria cultural y creativa conozcan las últimas actualizaciones y perspectivas profesionales.

Por último, pero no por ello menos importante, otra idea que puede ser muy útil para despertar la motivación de los jóvenes por el emprendimiento y aumentar su interés por los clusters de colaboración es animarles a participar en concursos y premios de emprendimiento, como el que ofrece el Campus del Emprendimiento<sup>19</sup>. El lector puede encontrar actividades y recursos adicionales al final de este mismo capítulo.

- 1) A través de las actividades anteriormente mencionadas, abordar temas como:
  - ¿Qué es la cultura?
    - o ¿Cuál es "mi cultura"? Apoyar a los jóvenes para que descubran su propia "cultura juvenil", la que les identifica. Esto es crucial para que puedan desarrollar una idea de negocio viable que pueda llevarles a convertirse en empresarios de éxito.
    - o ¿Cómo puede "mi cultura" convertirse en una idea empresarial?
  - ¿Qué es la creatividad?
    - o Potenciar las habilidades de creatividad para el Emprendimiento, sus propias culturas y sus ideas de negocio.
  - Conocimientos sobre Emprendimiento:
    - o ¿Qué es el Emprendimiento?
    - o ¿Cómo convertirse en empresario?
    - o ¿Cómo convertir mi idea en un negocio? o ¿Cómo fijar objetivos estratégicos realistas y acordes con los recursos disponibles?
    - o ¿Cómo elaborar un plan de empresa, un plan financiero y un análisis de mercado?

<sup>18</sup> <https://www.mi-cluster.gr/en/activity-fields/yeap/1668-yeap.html>

<sup>19</sup> <https://www.entrepreneurship-campus.org/>

- Conocimientos financieros, posibilidades de financiación y aspectos jurídicos.
- Habilidades para el Emprendimiento:
  - ¿Qué habilidades necesito para convertirme en un empresario de éxito? (por ejemplo, comunicación, resiliencia, liderazgo, etc.). El marco EntreComp<sup>20</sup> de la UE puede ser muy útil para identificar estas aptitudes).
  - Teniendo en cuenta mis conocimientos y mi personalidad, ¿cuáles de las habilidades anteriores pueden actuar como mis puntos fuertes para hacerme avanzar?
  - Teniendo en cuenta mi formación y mi personalidad, ¿cuáles de las competencias anteriores necesito desarrollar más?

En general, para formar a los jóvenes en Emprendimiento, es crucial animarles a ser autónomos, buenos aprendices, observadores, exploradores y resilientes, para que sean capaces de aprender de los errores y superar los obstáculos que se les presenten. También es pertinente formarles en pensamiento analítico, conocimientos financieros, fijación de objetivos, planificación, comunicación y trabajo en equipo.<sup>21</sup>

Las actividades de grupo sobre los temas anteriores no sólo brindarán a los jóvenes la oportunidad de adquirir habilidades y conocimientos, sino también de conocer a otros jóvenes que pueden impulsar sus ideas e inspirarles. Al mismo tiempo, los jóvenes podrán establecer contactos y crear oportunidades de colaborar juntos para desarrollar sus ideas empresariales.

### Así pues, ¿cuáles pueden considerarse puntos clave para involucrar a los jóvenes en el Emprendimiento?

Según el documento de UNICEF titulado “Youth Entrepreneurship: concepts and evidence”<sup>22</sup>, existen algunas áreas clave a tener en cuenta a la hora de comprometerse en el apoyo al espíritu empresarial de los jóvenes y desarrollar actividades educativas o formativas para ellos. Algunas de las conclusiones que se pueden extraer de ellos son:

1. Es importante empezar a desarrollar la mentalidad emprendedora desde una edad temprana (es decir, fomentar la creatividad, la cognición y las habilidades socioemocionales para el emprendimiento en la escuela).
2. Es destacable utilizar métodos que vayan más allá de los aspectos técnicos para hacer hincapié en el aprendizaje entre iguales y experimental, la psicología empresarial, la tutoría y los modelos de conducta positivos, ya que serán más beneficiosos para formar intenciones, mentalidades y habilidades empresariales.
3. Los programas educativos deben adaptarse para responder a las múltiples limitaciones de los destinatarios (por ejemplo, habilidades, conocimientos y antecedentes previos). El diseño y la orientación están sujetos a los objetivos del programa, las necesidades de los beneficiarios y el contexto.
4. Considerar la posibilidad de explorar proyectos de microemprendimiento que permitan a los jóvenes empezar a pequeña escala.

<sup>20</sup> [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en)

<sup>21</sup> <https://www.lifehack.org/articles/communication/10-effective-ways-teach-your-kids-about-entrepreneurship.html>

<sup>22</sup> <https://www.unicef.org/media/72406/file/Youth-entrepreneurship-concepts-and-evidence-issue-brief-2019.pdf>

5. Apoyar una mejor medición de los resultados, especialmente mediante la realización de encuestas de seguimiento y evaluaciones a largo plazo para evaluar el impacto de los programas en los resultados empresariales y medir su rentabilidad.

En cuanto a los jóvenes que ya están creando sus empresas como nuevos empresarios, hay varias opciones que podrían aplicarse para apoyarles en su camino:

- Promover los viveros de empresas académicos como difusores de información sobre el espíritu empresarial. Estos viveros pueden ayudar a los estudiantes a acceder a servicios de apoyo de calidad al inicio de un negocio, o incluso ofrecer ellos mismos estos servicios.
- Ofrecer apoyo al desarrollo empresarial no sólo en forma de subvenciones y préstamos, sino también en forma de formación. Esto puede hacerse mediante clusters de colaboración o a través de organizaciones e instituciones juveniles. Sería ideal que este tipo de formación adoptara 2 formatos diferentes pero complementarios:
  - o Formación en grupo - que permite a los participantes intercambiar ideas, inspirarse y aprender de los demás.
  - o Formación individual - que permite individualizar el apoyo, determinar con mayor precisión las necesidades del alumno y crear un plan de acción personalizado. Esta formación también podría basarse en consultas periódicas entre un experto/consejero profesional y el joven.
- Ofrecer orientación y apoyo a los jóvenes para obtener incentivos económicos y financiación que puedan fomentar su actividad.

Por último, otro punto clave para descubrir cómo implicar y apoyar mejor a los jóvenes en la actividad empresarial es desarrollar la investigación. Aunque existen algunas encuestas sobre la entrada real y la creación de nuevas empresas por parte de los jóvenes, hay muy pocos estudios que tengan en cuenta el potencial empresarial<sup>23</sup>. Además, también es importante abogar por la reducción de las barreras administrativas y normativas para los jóvenes en los niveles de formulación de políticas, de modo que puedan acceder al espíritu empresarial de una manera más fácil.

### **Por último, pero no por ello menos importante, ¿cuáles son los recursos que los trabajadores juveniles pueden adoptar para aumentar el interés de los jóvenes por el emprendimiento?**

Para activar a los jóvenes en los ámbitos del emprendimiento y las agrupaciones de colaboración, los trabajadores en el ámbito de la juventud deben encontrar recursos para informarles sobre las oportunidades actuales y motivarles a participar. Como se ha mencionado anteriormente, la mejor manera de informar a los jóvenes es llegar a ellos a través de los espacios que frecuentan, ya sean en línea o fuera de línea.

Por ejemplo, en lo que respecta a los métodos online, se puede informar y llegar mejor a los jóvenes a través de plataformas de medios sociales como Instagram, TikTok, Facebook, etc. Otros medios interesantes de explorar y que también pueden ser eficaces son el correo electrónico, las revistas, los podcasts o YouTube.

En cuanto a los métodos offline, lo mejor puede ser colaborar con centros educativos (colegios, universidades, etc.), utilizar técnicas de boca a boca, participar en festivales...

Se recomienda una combinación de métodos online y offline: mientras que los medios en línea pueden ser más eficaces para despertar la curiosidad y llegar a un mayor número de personas, las actividades cara a cara pueden

<sup>23</sup> [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_094025.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf) (p.19)

crear una relación directa entre los trabajadores juveniles y los jóvenes que hace que estos últimos se vuelvan más accesibles.

En general, es importante dar voz y protagonismo a los jóvenes. Las experiencias que utilizan el lenguaje (por ejemplo, la jerga) y los canales de comunicación comunes entre los jóvenes hacen que el mensaje sea más impactante también para otros grupos de jóvenes.

En cuanto a los recursos disponibles para informar a los jóvenes sobre emprendimiento, especialmente los dedicados a los sectores cultural y creativo, existen espacios como el Cluster de Juventud que ofrece información sobre oportunidades para jóvenes emprendedores, desde cursos en línea hasta programas Erasmus Plus que pueden ayudar a los jóvenes a adquirir experiencia profesional (por ejemplo, Erasmus+ Prácticas, Erasmus+ Job Shadowing, etc.). La asistencia a este tipo de cursos y programas proporcionará a los jóvenes conocimientos teóricos y prácticos muy útiles, habilidades y experiencia que podrán, más adelante, aplicar en su camino hacia el emprendimiento.

Además, los Centros de Recursos SALTO-YOUTH ofrecen diferentes recursos que pueden servir de inspiración para diseñar e implementar actividades de formación en emprendimiento. A continuación, puede encontrar algunos enlaces interesantes a diferentes conjuntos de herramientas, informes y directrices que pueden facilitar esta tarea:

- Investigación ‘Entrepreneurship Skills Demand’:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/research-study-entrepreneurship-skills-demand.3183/>
- Entrepreneurial Ecosystem Toolkit:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/entrepreneurial-ecosystem-toolkit.3144/>
- Social and Cultural Entrepreneurship:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/social-and-cultural-entrepreneurship.2740/>
- IMPACT test - herramienta para que los individuos y los educadores midan las competencias empresariales:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/impact-test-tool-for-individuals-and-for-educators-to-measure-entrepreneurial-competences.2700/>
- Guía del emprendimiento cultural :  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/guide-on-cultural-entrepreneurship.2648/>
- Herramientas de emprendimiento en el ámbito del Arte y la Cultura:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/tools-of-entrepreneurship-in-the-field-of-art-and-culture.2420/>
- Herramientas para el conocimiento activo del emprendimiento 2.0:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/tools-for-active-knowledge-on-entrepreneurship-2-0.1739/>
- Toolkit T.A.K.E. - Herramientas para un conocimiento activo del emprendimiento:  
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/toolkit-t-a-k-e-tools-for-active-knowledge-on-entrepreneurship.1589/>

## 6. Conclusiones

La implicación de los jóvenes en el sector cultural y creativo es tan importante como impulsar iniciativas que promuevan el arte y la cultura. Como hemos analizado en este manual, son muchas las acciones que se están llevando a cabo en diferentes países europeos para la inclusión de los jóvenes que no estudian ni trabajan en programas de emprendimiento relacionados con el arte y la cultura, sin embargo, es necesario un esfuerzo aún mayor para promover la ciudadanía activa, el sentido de iniciativa de los jóvenes y el emprendimiento juvenil incluyendo el emprendimiento social.

Para ello es necesario, por un lado, adaptarse a los cambios actuales impulsados principalmente por las nuevas tecnologías, el cambio climático y una mayor conciencia colectiva sobre la sostenibilidad y la necesidad de políticas verdes, y por otro, incidir en la inclusión de la educación en emprendimiento desde edades tempranas.

El cambio que ha supuesto la era digital ha afectado profundamente a todos los sectores y ámbitos de la vida, y la ICC no ha sido menos, con un claro giro hacia el consumo digital de la cultura, algo que ya estaba presente desde hace algunos años, pero que se ha incrementado a raíz de la pandemia. Estas nuevas tecnologías son una oportunidad para hacer la cultura y el arte más accesibles y abiertos al gran público y, dado que los jóvenes ya han crecido con estas tecnologías, pueden desarrollar todo su potencial en el ámbito cultural utilizándolas como una poderosa herramienta para tener un impacto más allá de las fronteras.

Además, inculcar conocimientos de emprendimiento puede ser clave para el futuro empleo de los jóvenes, ya que el emprendimiento puede ayudar a los jóvenes a encontrar su lugar en el mercado laboral, fomentando su inclusión. La cultura es un motor social y económico, así como uno de los principales pilares en la construcción de la propia identidad.

En el presente Manual el usuario puede encontrar iniciativas y buenas prácticas que pueden servir de inspiración en el desarrollo de otras iniciativas que promuevan el emprendimiento de los jóvenes que no estudian ni trabajan en toda Europa, junto con consejos y sugerencias sobre cómo activar a los jóvenes a través de la canalización de la cultura juvenil hacia el emprendimiento y los clusters de colaboración. En última instancia, el objetivo es proporcionar una herramienta que pueda ayudar a los trabajadores en el ámbito de la juventud con respecto a la inserción en el mercado laboral, concretamente en el sector cultural y creativo, de aquellos jóvenes que no estudian ni trabajan.

Teniendo en cuenta el importante papel del arte y la cultura en la sociedad y el gran impacto que tiene a todos los niveles, es importante que los jóvenes se sientan partícipes y reciban las herramientas necesarias para alcanzar todo su potencial en este sector, proporcionándoles una oportunidad para el empoderamiento, el desarrollo de sus ideas, la creación de su propia empresa y, por tanto, la construcción de su propio camino.



## 7. Ejercicios de emprendimiento

### ¡Crea tu propia Brújula de competencias para el emprendimiento!

Esta actividad ayudará a los participantes a reflexionar sobre algunas de las competencias más importantes que puede necesitar un empresario para prosperar. Las competencias definidas se inspiran en el marco EntreComp de la Comisión Europea (<https://entrecompeurope.eu/>). No obstante, no dude en adaptar la brújula a las necesidades de sus participantes y seleccionar las competencias que considere convenientes para su grupo destinatario.

Instrucciones :

1. Pide a los participantes que dibujen sus propios círculos de brújula o, si no, proporciónales el que aparece a continuación. El centro del círculo es 0 mientras que la parte exterior del mismo es 10. Los participantes pueden clasificar cada una de las competencias de 0 a 10, siendo 0 "no desarrollada" y 10 "competente".
2. Pide a los participantes que coloquen un punto en las líneas correspondientes. Participants may connect all dots together through a line that will reveal the shape of their Entrepreneurship Skills Compass.
3. Realiza una sesión informativa en pequeños grupos o en parejas, siguiendo las siguientes preguntas:
  - ¿Qué forma tiene tu brújula?
  - ¿Qué áreas son las más desarrolladas? Estos son tus puntos fuertes. ¿Cómo puedes beneficiarte de ellos?  
¿Qué áreas te gustaría mejorar? ¿Por qué? ¿Qué puedes hacer para mejorarlas?
4. Pide a los participantes que establezcan un plan de acción para sí mismos. Puedes utilizar las siguientes preguntas como guía:
  - ¿Qué acciones realizarás después de este ejercicio?

- ¿Cuándo?
- ¿Dónde?
- ¿Con quién? ¿Quién puede apoyarte?
- ¿Cómo?
- ¿Cómo te asegurarás de que sigues tu plan de acción?
- ¿Cuáles serán tus indicadores de éxito?

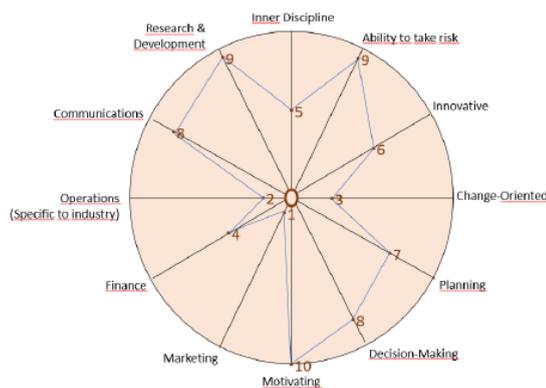
## Create your own Skills Compass!

**INSTRUCTIONS**

- Draw your own circle and write each skill on the outside. One per line.
- The middle of the circle is 0 and the outside is 10.
- Rank your skills and place a spot on the line from 0 to 10. Being 0 "not developed" and 10 "proficient".
- Finally, put all the dots together to reveal the shape of your Skills Compass!

**REFLECTION**

- Which areas are the most developed?
- Which areas would you like to improve? What can you do to improve them?



*Assess your abilities, knowledge and skills, your own pros and cons.*



## El diario del emprendimiento

young   
cultentpreneurs

# THE ENTREPRENEURIAL DIARY

Adapted from Hägg (2021)

What have I done and who have I met?

Why did I do what I did?

Deeper reflection and analysis of previous answers

Reflection on entrepreneurial theory

What are my goals for the next week?



Co-funded by the European Union







Design by:



## 8. Referencias

Garcia M., Fares J., Youth in Africa's Labor Market. Directions in Development; Human Development, DC: World Bank, Washington 2008, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6578> License: CC BY 3.0 IGO.

Hytti A., Lemmetyinen A., "Social entrepreneurship and entrepreneurial learning in the cultural context", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2015, Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2014-0027>.

Jacqui K., Herrington M., Litovsky Y., Gale H., Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship, 2013.

Langevang T., Gough K.V., Diverging pathways: young female employment and entrepreneurship in sub-Saharan Africa. *The Geographical Journal*, 2012, 178 : 242-252. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2011.00457>.

Werthes D., Mauer R., Brettel M., "Cultural and creative entrepreneurs: understanding the role of entrepreneurial identity", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, Vol. 24 No. 1, pp. 290-314. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215>.

UNIDO – United Nations Industrial Development Organization Vienna, "Creative industries for youth: unleashing potential and growth", Austria, V. 13-81037, May 2013, 500.

<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/58456/nomos-3908-2011>

<https://www.government.se/contentassets/cbc9485d5a344672963225858118273b/the-swedish-innovation-strategy>

Verma M., The Polish Early Stage Landscape From An Indian Lens

<https://www.startupblink.com/startup-ecosystem/poland>

<https://startupuniversal.com/country/poland/>

<https://startupuniversal.com/country/poland/#focusindustries>

<https://innopitch.in/most-popular-startup-industries-in-2022/>,

<https://inveritasoft.com/article-top-6-industries-for-startups>

<https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/kulturalne-start-upy-czy-sztuka-i-biznes-ida-ze-soba-w-parze/>

<https://culture.pl/pl/wydarzenie/polskie-startupy-i-firmy-z-dziedziny-nowych-mediow-i-vr-na-targach-sxsw-2018>

<https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/youth-culture>

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_094025.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf)

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_094025.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf)

<https://www.mi-cluster.gr/en/activity-fields/yeap/1668-yeap.html>

<https://www.entrepreneurship-campus.org/>

[https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en)

<https://www.lifehack.org/articles/communication/10-effective-ways-teach-your-kids-about-entrepreneurship.html>

<https://www.unicef.org/media/72406/file/Youth-entrepreneurship-concepts-and-evidence-issue-brief-2019.pdf>

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/documents/publication/wcms\\_094025.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf)

<https://youthcluster.org/en/about-us/>