



PROGRAMA DE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Febrero de 2012

1. PRESENTACIÓN DE LA FUNDACIÓN INCYDE	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2. ANTECEDENTES	2
3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA	4
4. DESTINATARIOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
5. CONTEXTO	8
1. LA INDUSTRIA DE BASE CREATIVA Y CULTURAL (ICC).....	8
6. METODOLOGÍA DEL PROGRAMA	11
1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE PROYECTOS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
7. CONTENIDOS DEL PROGRAMA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
8. CALENDARIO	19
9. PRESUPUESTO	20

1. ANTECEDENTES

El papel de la cultura y la creatividad en las sociedades desarrolladas ha sufrido un importante cambio en los últimos años, que la sitúa en un lugar distinto al que tradicionalmente ha ocupado. Así, se ha convertido en un sólido activo estratégico de desarrollo social y en una importante plataforma económica. Pero para poder extraer todo su potencial es necesario que profesionales y empresas de esta industria combinen su capacidad creativa con herramientas de gestión propias de la actividad empresarial.

Facilitar dichas herramientas y generar el ambiente adecuado para el desarrollo de la industria creativa y cultural (ICC) es el objetivo del **Programa de Formación en Gestión Empresarial de la Industria Cultural y Creativa** en el territorio español. De manera específica, el Programa de Formación quiere poner en marcha un conjunto de acciones para fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito de la ICC; captar a personas emprendedoras y empresas del sector a las que ofrecerles Formación, Tutorización y Consultoría que conviertan los proyectos en empresas viables e innovadoras y las empresas en organizaciones competitivas con mejor posicionamiento; y generar un cluster sectorial en torno a las zonas objetivo identificadas en el desarrollo del Programa.

Teniendo esto en cuenta, la participación de la Fundación INCYDE aportará el valor añadido que genera un equipo de más de ciento cincuenta personas dedicadas a fomentar el espíritu emprendedor y desarrollar servicios de pediatría empresarial (desde la idea de negocio hasta su consolidación). De manera específica, cabe señalar que **INCYDE cuenta con un equipo de expertos**

dedicado a la promoción de las ICC y la creación de empresas en este sector, para el desarrollo de actuaciones de formación en este ámbito a través de las Cámaras de Comercio.

Este documento describe cómo propone INCYDE colaborar no sólo respondiendo a lo exigido por el Ministerio de Cultura, sino también incorporando elementos de valor añadido adicionales que mejoren los resultados esperados.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Asesorar de forma individualizada a cada uno de los participantes, tanto a los actuales como a los potenciales emprendedores en industrias culturales, sobre las oportunidades en su respectivo sector de actividad como en el desarrollo de un plan de negocio.

Manejar los instrumentos empresariales necesarios para diseñar y dirigir proyectos culturales con objetivos estratégicos definidos.

Desarrollar capacidades de prospectiva que permitan anticipar los cambios de nuestra sociedad, facilitando la comunicación y proyección de los proyectos.

Comprender los procesos culturales y las tendencias que se desarrollan en el mundo de la cultura a nivel nacional e internacional.

Fomentar el desarrollo de las nuevas tecnologías en la producción cultural, con especial atención a las creaciones digitales, tanto en los sectores artísticos tradicionales como en los vinculados al aprendizaje y al ocio creativo (cine de animación, publicidad, comunicación, páginas web, video juegos).

Adquirir habilidades y herramientas para definir objetivos, enfrentarse a desafíos, encontrar soluciones y evaluar proyectos culturales.

Entender los principios del mercado cultural en la sociedad actual.

Conocer las bases jurídicas y administrativas en los diferentes campos de actuación.

Aprender a combinar de forma equilibrada criterios de rentabilidad social y económica respetando la singularidad del hecho cultural, la sostenibilidad, el medio ambiente y la igualdad de oportunidades.

Lograr la competencia para gestionar proyectos capaces de confluir con otros sectores económicos y generar más recursos.

Elaboración y **presentación del Plan de un proyecto empresarial**, en el que se recojan todas las áreas de actividad empresarial tratadas en los diferentes módulos.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PROGRAMA

3.1 Destinatarios

- Empresarios y responsables de pequeñas empresas culturales y creativas en los distintos sectores (arte, teatro, música, danza, audiovisual, libro, nuevas tecnologías, diseño..)..
- Emprendedores que cuentan ya con un proyecto definido en cualquier ámbito de la cultura.

3.2 Número de participantes

- Un mínimo de veinte empresas/emprendedores y un máximo de veinticinco.

3.3 Duración

- 9 semanas consecutivas a un promedio de 30 horas semanales con la siguiente distribución de contenidos:
 - Sesiones de formación conjunta:
En estas sesiones conjuntas se impartirán los contenidos generales del programa, con el fin de proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades esenciales en cada una de las áreas de conocimiento y promover las sinergias e intercambios de experiencia entre los participantes en el mismo.
 - Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizado
Con la consigna de la mayor flexibilidad y adaptación a cada uno de los alumnos participantes, se desarrollan actuaciones de seguimiento individualizado en los que se orienta a cada uno en función de su perfil profesional y de la actividad de cada empresa, en el proceso de aplicación e implementación de los

contenidos generales abordados a las sesiones conjuntas de formación.

4. CONTEXTO

1. La industria de base creativa y cultural (ICC)

«Las industrias culturales y creativas de Europa no son solamente esenciales para la diversidad cultural en nuestro continente, sino que son, además, uno de nuestros sectores económicos más dinámicos. Deben desempeñar un importante papel para ayudar a Europa a salir de la crisis»

Androulla Vassiliou, Comisaria Europea de Educación, Cultura, Multilingüismo y Juventud

Pulsando [aquí](#) puede verse el vídeo con su declaración completa (en inglés)

Este sector, que incluye las artes escénicas y visuales, el patrimonio cultural, el cine, la televisión y la radio, la música, las editoriales, los contenidos digitales, los juegos de vídeo y, los nuevos medios de comunicación, la arquitectura, el diseño, el diseño de moda y la publicidad, proporciona empleos de calidad a cinco millones de personas en la UE y representa el 2,6% del PIB europeo (esta cifra asciende al 4% en España), siendo uno de los sectores económicos con un crecimiento más rápido en la actualidad.

La Comisión Europea reconoce, además, que las industrias culturales y creativas también contribuyen a la competitividad y la cohesión social de las ciudades y las regiones. Experiencias previas indican que, si se invierte bien en este sector, se crean puestos de trabajo y se contribuye a transformar la imagen de las ciudades. Además, aunque este tipo de empresas se desarrollan inicialmente a nivel local y regional, pueden alcanzar una dimensión global si cuentan con el apoyo de su entorno inicial.

Teniendo en cuenta la importancia de este sector en la economía y la cohesión europea, la Comisión Europea lanzó en abril a consulta pública un Libro Verde ¹al efecto, bajo el título “Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas”. En él se subraya la importancia directa e indirecta del sector y se plantean tres desafíos a encarar para explotar su potencial:

- Crear los **medios adecuados** incrementando la capacidad de experimentar, innovar y tener éxito como empresarios, y proporcionando un acceso más fácil a la financiación y una adecuada combinación de competencias;
- Ayudar a las ICC a desarrollarse en su **entorno local y regional** como plataforma de lanzamiento para una mayor **presencia global**, incluido a través de más intercambios y movilidad; y
- Orientarse hacia una economía creativa catalizando los **efectos indirectos** de las ICC en una amplia gama de contextos económicos y sociales.

Algunos aspectos específicos sobre los que el Libro Verde incita a reflexionar son los siguientes:

- El **rápido desarrollo e implantación de las TIC digitales**, con sus oportunidades pero también con los desafíos que supone la alteración en el reparto del valor económico en la cadena de valor.
- La **falta de competencias empresariales** en las ICC y, por tanto, las dificultades para reforzar su potencial competitivo.
- Las **dificultades de acceso a la financiación** en un sector en el que abundan las microempresas y en las que son habituales los problemas para desarrollar y presentar un plan empresarial de manera convincente,

entre otras razones, porque en muchos casos su éxito se basa en el talento individual o en productos “estrella”, ambas cosas con elementos elevados de riesgo.

- La **importancia de la movilidad, los intercambios y el comercio internacional** para favorecer el desarrollo y la consolidación de las ICC

5. METODOLOGÍA DEL PROGRAMA

1.1. Metodología formativa

Los programas serán impartidos por personas con amplia experiencia profesional y docente, siendo todos ellos consultores homologados por la Fundación INCYDE como formadores.

Los programas se desarrollarán en la modalidad **presencial**, si bien se recurrirá al uso de la plataforma de formación on-line de la Fundación INCYDE para impartir los módulos transversales de Prevención de Riesgos Laborales; Medio Ambiente; Igualdad de Oportunidades; y Redes Sociales y Comunicación On line.

La mejora de competencias de los participantes se trabaja mediante dos vías complementarias:

- **Formación genérica** que se imparte en sesiones de asistencia conjunta y
- **Formación específica y a “la medida”** durante la consultoría semanal mantenida con cada participante en su propio domicilio o sede social, o en la sede de la Cámara.

Tanto los contenidos teóricos como los prácticos de la formación conjunta se adaptarán a la formación previa y a los conocimientos de los participantes, de manera flexible y fomentando la participación, el debate y la búsqueda conjunta de soluciones y el desarrollo de casos prácticos. El planteamiento de experiencias e iniciativas en los distintos ámbitos de las empresas participantes permitirán examinar y discutir diferentes alternativas, analizando proyectos de éxito y las posibles causas de otros que han fracasado o no han alcanzado sus principales objetivos.

El trabajo en las tutorías individuales abordará el entorno en el que se enmarca el proyecto empresarial y las características específicas del mismo, abriendo vías

de desarrollo y consolidación de la actividad realizada por el empresario, gestor profesional o emprendedor.

En las tutorías se aplicarán a cada caso individual los contenidos de los distintos módulos, enlazándolos con las herramientas y técnicas que los participantes deberán aplicar a sus respectivas situaciones y proyectos.

1.2. Propuesta de contenido y desarrollo de los trabajos

Durante las ocho semanas de formación, en las sesiones conjuntas en el aula, se desarrollarán uno de los módulos formativos que integran el curso:

Tanto los contenidos teóricos como los prácticos de la formación conjunta en el aula se adaptarán a la formación previa y a los conocimientos de los participantes, de manera flexible y fomentando la participación, el debate y la búsqueda conjunta de soluciones y el desarrollo de casos prácticos.

El planteamiento de experiencias e iniciativas en los distintos ámbitos de las empresas culturales permitirán examinar y discutir diferentes alternativas, analizando proyectos de éxito y las posibles causas de otros que han fracasado o no han alcanzado sus principales objetivos.

EL PAPEL DE LA CULTURA EN LA NUEVA SOCIEDAD. PROYECTO DE EMPRESA Y PLAN DE NEGOCIO.

- EL CONTEXTO CULTURAL: PROCESOS Y TENDENCIAS. EL PAPEL DE LA CULTURA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO.
- LAS INDUSTRIAS Y LAS POLÍTICAS CULTURALES.
 - a. - Qué es la industria cultural y creativa.
 - b. - La cadena de valor en la industria cultural y creativa.
 - c. - Tipología de las organizaciones culturales privadas.
 - d. - Definición del mercado y del cliente.

- e. - Las políticas culturales y sus modelos.
- f. -Diferencias entre la gestión de productos y servicios culturales y otros bienes y servicios.
- g. - Crisis y oportunidades.

- EL EMPRENDEDOR CULTURAL: CAPACIDADES Y COMPETENCIAS.

- ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA.
 - a. - Identificación de oportunidades de negocio.
 - b. - Recursos empresariales.
 - c. - Análisis de la competencia – *benchmarking*.
 - d. - Definición de la empresa: La misión.

- PROYECTO DE EMPRESA.
 - a. - Fases del proceso estratégico.
 - b. - Contenido.
 - c. - Misión. Análisis DAFO.
 - d. - Visión. Objetivos.
 - e. - Política de personal.
 - f. - Procesos y eficiencia.
 - g. - Resumen de expectativas.
 - h. - Cultura organizativa.

- EL PLAN DE NEGOCIO.
 - a. - Qué es el Plan de negocio.
 - b. - Para quién es el Plan de negocio.
 - c. - Aplicaciones y apartados.

MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN. LOS PÚBLICOS DE LA CULTURA Y LAS ARTES.

- EL MARKETING EN LAS EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS.
 - a. Los hábitos de consumo cultural de la población.

- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO CULTURAL.
 - a. Segmentación de los públicos potenciales y análisis de su comportamiento ante los distintos productos ofertados.
- ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA AFIANZAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CULTURALES.
 - a. La construcción de la marca. imagen e identidad.
 - b. Marketing y fidelización de clientes.
 - c. Marketing online.
- LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS.
- MECANISMOS DE EXHIBICIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS CULTURALES.
 - a. Los distintos tipos de comercialización. Estrategias de distribución.
 - b. Funcionamiento de los canales específicos de cada sector cultural.
 - c. Eventos, ferias y festivales.
- LA CAPTACIÓN DE RECURSOS, RSC, MECENAZGO Y PATROCINIO.
- EL PLAN DE MARKETING.

GESTIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA.

- ESTRUCTURA FINANCIERA BÁSICA DE LA EMPRESA CULTURAL.
- GESTIÓN CONTABLE: ANÁLISIS, CUENTAS Y BALANCES.
 - a. Análisis de balances.
 - b. Cuentas anuales y análisis de estados financieros.
 - c. Presentación de presupuestos.
- GESTIÓN Y DIRECCIÓN FINANCIERA.
- FUENTES Y MECANISMOS DE FINANCIACIÓN EMPRESARIAL (PÚBLICOS Y PRIVADOS).

LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA CULTURAL. ASPECTOS JURÍDICOS Y FISCALES.

- TIPOLOGÍA DE LA EMPRESA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES.
- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.
- LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. PRINCIPIOS DE LA DIRECCIÓN DE PERSONAS: LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN.
- DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.
 - a. Evolución del derecho de autor. Nuevos entornos.
 - b. Las entidades de gestión de los derechos de autor.
 - c. *Creative commons* y *copyleft*.
- LEGISLACIÓN GENERAL Y ESPECÍFICA APLICABLE A LAS EMPRESAS CULTURALES.
- TRIBUTACIÓN Y SEGURIDAD SOCIAL.
- MODELOS DE CONTRATOS.

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.

- TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.
 - a. - Tipos de TIC.
 - b. - Las TIC en la empresa.
 - c. - Problemas de las TIC.
- HARDWARE Y SOFTWARE.
 - a. - El ordenador personal
 - b. - Sistemas operativos.
 - c. - Software básico.

- INTERNET.
 - a. - Breve historia de Internet.
 - b. - Aplicaciones de Internet.
 - c. - Componentes para tener conexión a Internet.
 - d. - Contratación.
 - e. - Navegadores, portales y buscadores.
- DISEÑO WEB.
 - a. - Dominio y alojamiento.
 - b. - Crear un sitio web.
 - c. - Lenguajes de programación.
 - d. - Sistemas de gestión de contenidos o CMS.
 - e. - Blogs.
 - f. - RSS.
 - g. - Streaming.
 - h. - Transferencia de ficheros.
- TÉCNICAS DE MARKETING ONLINE.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES ONLINE

- SITUACIÓN ACTUAL
- MARCO NORMATIVO
- CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEGURIDAD Y SALUD
- DERECHOS Y/O OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPRESARIOS
 - a. Derecho de los trabajadores
 - b. Obligaciones de los trabajadores
 - c. Obligaciones de los empresarios
 - d. ¿Servicios de prevención?

- TRABAJADORES AUTONOMOS
- RESPONSABILIDADES Y SANCIONES
- RIESGOS GENERALES Y MEDIDAS PREVENTIVAS
- ORGANISMOS PÚBLICOS

CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE ONLINE

- INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD
- LA FAMILIA DE NORMAS ISO 9000
- REQUISITOS DE LA NORMA UNE-EN ISO 9001
 - a. SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD
 - b. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN
 - c. GESTIÓN DE LOS RECURSOS
 - d. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO
 - e. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA
- ESCENARIOS AMBIENTALES
- ENTENDER LA GESTIÓN AMBIENTAL
- APLICAR LA GESTIÓN AMBIENTAL

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ONLINE

- CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES.
- ¿PARTICIPAMOS POR IGUAL MUJERES Y HOMBRES EN EL MERCADO LABORAL?
- LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO.
- PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEY ORGÁNICA 3/2007, DE 22 DE MARZO, PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES.
- EL PLAN DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS: UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA.
- EMPRENDIZAJE Y PODER EMPRESARIAL.

1.3. Evaluación y control de calidad

Se requerirá a todos los participantes que evalúen a cada uno de los consultores que les han prestado servicios, utilizando para ello el sistema estandarizado de control de calidad de la Fundación INCYDE. Cualquier valoración por debajo de los valores mínimos aceptados será objeto de análisis específico y, si fuera necesario, de actuaciones de formación y/o apoyo complementarias para subsanar deficiencias en la prestación del servicio.

Apoyo continuado durante los siguientes dos años

Como complemento al servicio de formación y asesoramiento, el equipo de consultores quedará a disposición de los participantes durante dos años desde la finalización del programa. Durante este tiempo contestará, por correo electrónico, cualquier duda que se le pueda plantear relacionada con la materia que haya impartido.