

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MÓDULO 1

COMPRENDER EL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS CCI

TEMA 1.1

INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS CLAVE DEL
ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS
CCI



Co-funded by
the European Union

Introducción

El objetivo principal de este módulo es proporcionar a los participantes una comprensión holística del espíritu empresarial en las Industrias Creativas y Culturales (ICC), abordando los retos clave propios de este sector. A través de fuentes de conocimiento específicas y estudios de casos, los participantes adquirirán conocimientos sobre el desarrollo de enfoques estratégicos para mitigar estos retos, fomentando la resiliencia y la adaptabilidad dentro del panorama empresarial de las ICC. Los procesos de toma de decisiones que tienen en cuenta los riesgos y las recompensas potenciales serán un central, guiando a los participantes sobre cómo navegar por la naturaleza compleja y dinámica de los esfuerzos empresariales creativos.

Mediante ejercicios interactivos, los participantes aprenderán a discernir las tendencias emergentes, lo que les permitirá mantenerse a la vanguardia en un panorama en rápida evolución.

El módulo también profundiza en el proceso de generación de ideas creativas, proporcionando a los participantes herramientas y metodologías para estimular la innovación en sus empresas.

Además, explora la identificación de los grupos destinatarios y las características de las empresas emprendedoras en las ICC, ofreciendo a los participantes una comprensión completa de su público potencial y de las diversas formas que pueden las empresas emprendedoras. Se proporcionará orientación práctica sobre cómo iniciar y organizar una empresa en las ICC, abordando los elementos que afectan a las distintas iniciativas empresariales y dotando a los participantes de los conocimientos básicos para lanzar y mantener con éxito sus empresas creativas.

1.1.1 ¿Qué es el espíritu empresarial en el sector artístico?

El espíritu empresarial en el sector artístico engloba una mezcla única de creatividad, perspicacia empresarial e innovación. En esencia, implica que artistas y creativos adopten una mentalidad empresarial para transformar su talento artístico en empresas sostenibles y viables. En este , el espíritu empresarial trasciende las nociones tradicionales y capacita a los artistas para tomar las riendas de sus carreras, navegar por las complejidades del mercado del arte y relacionarse con públicos diversos. Este enfoque anima a los artistas a ver su trabajo no sólo como expresiones de creatividad, sino también como productos o servicios potenciales con valor económico.

En el sector artístico, los esfuerzos empresariales van más allá de la creación artística e incluyen la gestión estratégica de la propia marca, un marketing eficaz y la comprensión de la dinámica del mercado del arte. Los artistas se enfrentan al reto de identificar oportunidades de colaboración, explorar fuentes de ingresos alternativas y aprovechar las plataformas digitales para llegar a un público más amplio. El espíritu emprendedor del sector artístico anima a los artistas a ser proactivos, innovadores y expertos en negocios, lo que les permite prosperar en un panorama en constante evolución en el que las formas tradicionales y contemporáneas del arte se entrecruzan con el comercio.

1.1.2 ¿A qué llamamos creatividad en el sector artístico?

La creatividad en el sector artístico es la savia que alimenta la expresión de ideas, emociones y perspectivas a través de diversas formas de esfuerzo artístico. Trasciende las fronteras convencionales y anima a los artistas a explorar las profundidades de su imaginación, empujando los límites de las normas y convenciones tradicionales. En el contexto artístico, la creatividad no sólo se refiere a la originalidad, sino también a la capacidad de evocar respuestas significativas y profundas del público. Es una fuerza dinámica que se nutre de la experimentación y anima a los artistas a abrazar lo desconocido, asumir riesgos y desafiar nociones preconcebidas.



1.1.3 ¿A qué llamamos innovación en el sector artístico?

En el sector artístico, la innovación se manifiesta como una fuerza transformadora que redefine los límites de la expresión artística y desafía las normas establecidas. Implica la introducción de ideas, técnicas y enfoques novedosos que amplían los límites artísticos, fomentando un estado constante de evolución dentro de las prácticas creativas. Las innovaciones en el sector artístico pueden surgir de diversas formas, como la incorporación de tecnologías de vanguardia, la experimentación con materiales poco convencionales o la síntesis de diversas disciplinas artísticas. Esta interacción dinámica entre tradición e innovación no sólo impulsa a los artistas individuales, sino que también contribuye al diálogo cultural más amplio, configurando la trayectoria de los movimientos artísticos e influyendo en el panorama creativo.

Un aspecto clave de la innovación en el sector artístico es su impacto en el compromiso del público. Los enfoques innovadores cautivan al público ofreciéndole nuevas perspectivas y experiencias envolventes. Ya sea a través de instalaciones interactivas, exposiciones de realidad virtual o actuaciones multimedia, los artistas aprovechan la innovación para crear narrativas convincentes que resuenan entre el público contemporáneo. Adoptar la innovación en el sector artístico no es sólo una forma de mantener la relevancia, sino también un poderoso catalizador de la evolución cultural, que garantiza que el arte siga reflejando, desafiando e inspirando a la sociedad de formas siempre cambiantes.

1.1.4 Ejemplos y disciplinas.

En el sector artístico, la innovación se manifiesta como una fuerza transformadora que redefine los límites de la expresión artística y desafía las normas establecidas. Implica la introducción de ideas, técnicas y enfoques novedosos que amplían los límites artísticos, fomentando un estado constante de evolución dentro de las prácticas creativas. Las innovaciones en el sector artístico pueden surgir de diversas formas, como la incorporación de tecnologías de vanguardia, la experimentación con materiales poco convencionales o la síntesis de diversas disciplinas artísticas. Esta interacción dinámica entre tradición e innovación no sólo impulsa a los artistas individuales, sino que también contribuye al diálogo cultural más amplio, configurando la trayectoria de los movimientos artísticos e influyendo en el panorama creativo.

El sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) abarca una amplia gama de disciplinas que contribuyen a las actividades culturales, artísticas y económicas. He aquí algunas disciplinas clave dentro del sector de las ICC:

1. Artes visuales:

- Pintura
- Escultura

- Ilustración
- Fotografía



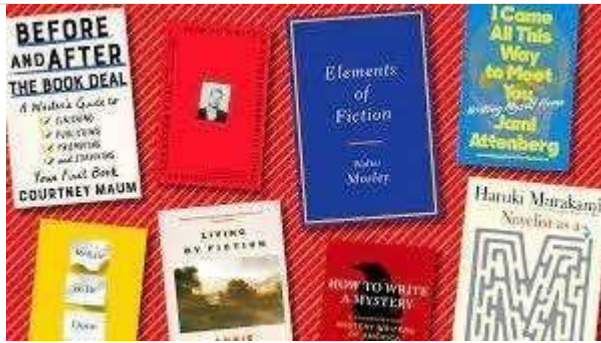
2. Artes escénicas:

- Teatro
- Danza
- Música
- Ópera



3. Literatura y edición:

- Escritura (ficción, no ficción, poesía)
- Edición de
- Edición (libros, revistas, contenidos digitales)



4. Cine y medios de comunicación:

- Cine
- Producción televisiva
- Radio
- Animación



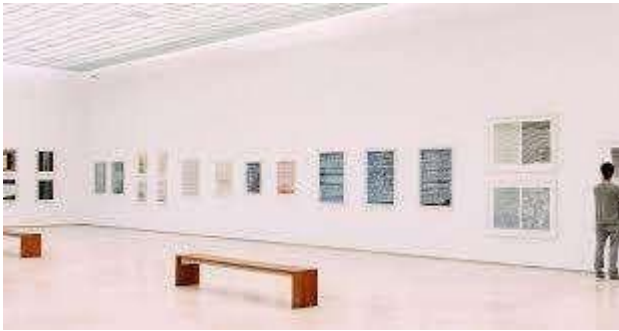
5. Diseño:

- Diseño gráfico
- Diseño de moda
- Diseño interior
- Diseño industrial



6. Patrimonio cultural:

- Museos y galerías
- Archivos y bibliotecas
- Gestión del patrimonio
- Conservación



7. Artesanía:

- Cerámica
- Artes textiles
- Fabricación de joyas
- Artesanía tradicional
- Publicidad y marketing:



8. Agencias de publicidad

- Marca
- Estudios de mercado
- Relaciones públicas



9. Música

- Composición
- Rendimiento
- Producción musical
- Ingeniería de sonido



Materiales adicionales:

- <https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors>
- https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MÓDULO 1

COMPRENDER EL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS CCI

TEMA 1.2

Analizar los principales tipos y características de
las iniciativas empresariales en las ICC



Co-funded by
the European Union

Introducción

Los empresarios individuales, las sociedades colectivas y las sociedades limitadas son tipos habituales de empresas. Un empresario individual gestiona su empresa de forma individual y se queda con todos los beneficios después de impuestos, pero también es responsable personalmente de las pérdidas. En una sociedad comercial ordinaria, los beneficios y las responsabilidades se reparten entre los socios, cada uno de los cuales paga impuestos por su parte y responde de las deudas. Las sociedades limitadas, sin embargo, son entidades jurídicas separadas de sus propietarios, que manejan sus propias finanzas y responsabilidades. Estas sociedades pueden ser comanditarias por acciones, sociedades de responsabilidad limitada por garantía, sociedades anónimas o sociedades de responsabilidad ilimitada, y sus beneficios, una vez deducido el impuesto de sociedades, pertenecen a la sociedad y se reparten entre los socios que poseen acciones. Los administradores dirigen la empresa y garantizan su funcionamiento.

Las empresas sociales y las cooperativas se distinguen por centrarse en los beneficios sociales y comunitarios. El objetivo de las empresas sociales es tener un impacto social o medioambiental positivo y, al mismo tiempo, ser financieramente sostenibles. Incluyen empresas comunitarias, empresas sociales, cooperativas de crédito, fideicomisos de desarrollo, empresas derivadas del sector público, ramas comerciales de organizaciones benéficas y organizaciones de comercio justo. Las cooperativas son propiedad de sus miembros y son gestionadas por ellos, que comparten los beneficios entre sí. Son habituales en los sectores de la sanidad, el comercio minorista, la agricultura, el arte y la restauración. Las organizaciones benéficas, que originalmente dependían de donaciones y voluntarios, han evolucionado hasta convertirse en grandes empresas rentables que apoyan sus causas, y muchas organizaciones incorporan ahora objetivos éticos, sociales y medioambientales en sus planes de negocio.

1.2.1 Principales tipos de iniciativas empresariales en las ICC

empresario individual es una persona que dirige su propio negocio y se considera autónomo. Esto significa que trabaja para sí mismo y gestiona su negocio por su cuenta. Aunque no haya informado oficialmente a Hacienda sobre su negocio, se le sigue considerando autónomo. En esta , el empresario individual está a cargo de todo lo relacionado con el negocio, incluidos los beneficios y las responsabilidades.



gestiona sus propios beneficios y pérdidas.



En una **sociedad mercantil ordinaria**, usted y sus socios son personalmente responsables de la empresa.

Una **sociedad limitada** es un negocio que puede crear en el que la propia empresa es responsable de sus acciones y finanzas, al margen de sus finanzas personales. Esto significa que la empresa



En una **sociedad comanditaria**, algunos socios tienen responsabilidad limitada, lo que significa sólo son responsables de las deudas de la empresa hasta la cantidad que invirtieron. En una **sociedad de responsabilidad limitada (SRL)**, todos los socios tienen responsabilidad limitada, por lo que no son personalmente responsables de las deudas de la empresa más allá de su inversión. De este modo se protege su patrimonio personal de ser utilizado para pagar las deudas de la empresa.



Las empresas sociales son negocios que pretenden tener un impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente. Trabajan para crear cambios duraderos que beneficien a las personas y al planeta, no sólo para obtener beneficios. Estas empresas se centran en resolver problemas sociales o mejorar las condiciones medioambientales sin dejar de operar de sostenible y financieramente viable.

Las cooperativas son organizaciones independientes cuyo objetivo es beneficiar a las personas que utilizan sus servicios. Son propiedad y están dirigidas por estos usuarios, que se denominan socios o usuarios-propietarios. Los beneficios de la cooperativa se reparten entre los socios.



Las organizaciones benéficas son organizaciones independientes que trabajan para ayudar al público. No obtienen beneficios; todo el dinero extra que ganan se utiliza para apoyar sus objetivos y actividades.



1.2.2 Principales características de las iniciativas empresariales en las ICC

Como empresario individual o propietario único, tiene derecho a quedarse con todos los beneficios de la empresa una vez pagados los impuestos. Aunque el término "empresario individual" implica responsabilidad exclusiva, no significa que tenga que trabajar solo; puede contratar personal. Sin embargo, es usted personalmente responsable de las pérdidas de la empresa.

En una sociedad comercial ordinaria, usted y sus socios comparten todos los beneficios y cada uno paga impuestos por su parte. También es responsable de su parte de las pérdidas de la empresa y de gastos como existencias o equipos. Si no quiere ser personalmente responsable de las pérdidas de la empresa, puede optar por una sociedad comanditaria o de responsabilidad limitada. Un socio no tiene por qué ser una persona; una empresa también puede serlo y se considera una "persona jurídica".

Una **sociedad limitada** es una empresa que maneja sus propias finanzas, separadas de su dinero personal. Después de pagar el impuesto de sociedades, los beneficios pertenecen a la empresa y pueden repartirse. La empresa tiene "socios" que poseen acciones y administradores que la dirigen. Entre los tipos de sociedades limitadas se encuentran las sociedades por acciones, las sociedades limitadas por garantía, las sociedades anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.

En una **sociedad colectiva**, los beneficios se reparten entre los socios y cada uno paga impuestos sobre su parte. En una **sociedad comanditaria**, la responsabilidad de las deudas impagadas se divide entre los socios. En una **sociedad de responsabilidad limitada**, los socios no son personalmente responsables de las deudas impagadas; su responsabilidad se limita a la cantidad que invirtieron en la empresa.

Las **empresas sociales** adoptan muchas formas, cada una con un objetivo, una estructura y una gestión únicos. Pueden ser grandes o pequeñas:

- **Empresas comunitarias:** Sirven a una comunidad específica y cuentan con representantes de la comunidad en su consejo de administración.
- **Empresas sociales:** Proporcionan empleo y formación a quienes se enfrentan a obstáculos en el mercado laboral general, como personas con discapacidad o parados de larga duración.
- **Cooperativas de crédito:** Ofrecen servicios de ahorro y préstamo a los miembros de la comunidad.
- **Instituciones financieras de desarrollo comunitario:** Proporcionan préstamos e inversiones para empresas sociales.
- **Fideicomisos de desarrollo:** Centrados en el desarrollo comunitario a través de la gestión inmobiliaria.
- **Spin-Outs del sector público:** Prestan servicios que antes prestaban organizaciones del sector público.
- **Brazos comerciales de organizaciones benéficas:** Recaudan fondos para sus organizaciones benéficas matrices a través de tiendas, formación y consultoría.
- **Organizaciones de Comercio Justo:** Garantizan que los productores reciban una remuneración justa por sus productos.
- **Otras empresas sociales:** Combinan objetivos sociales y económicos, y a menudo operan en zonas desatendidas por las empresas tradicionales.

En una **cooperativa**, un consejo de administración elegido y los directivos gestionan la organización, pero los socios tienen poder de voto en las decisiones importantes. Los socios se asocian mediante la compra de participaciones, pero cada socio tiene el mismo derecho de voto independientemente del número de participaciones que posea. Las cooperativas son habituales en sectores como la sanidad, el comercio minorista, la agricultura, el arte y la restauración.

Las **organizaciones benéficas** fueron el primer tipo de empresa social, pero hoy en día no todas las empresas sociales son benéficas. Al principio, las organizaciones benéficas dependían de las donaciones y los voluntarios. Ahora, muchas se han convertido en grandes empresas rentables que apoyan su misión original. Cada vez más empresas incluyen objetivos éticos, sociales y medioambientales en sus planes, y las organizaciones benéficas aspiran a funcionar con éxito como las empresas.

1.2.3 Ejemplos

CYCLADIC
IDENTITY



ΜΟΥΣΕΙΟ
ΚΥΚΛΑΔΙΚΗΣ
ΤΕΧΝΗΣ

: Empresa benéfica

Su misión es contribuir activamente a la protección del patrimonio de las Cícladas y apoyar a las comunidades locales para preservar, restaurar y revelar los elementos de su identidad única. Con la donación de personas participan en sus esfuerzos por preservar, restaurar y revelar los elementos de la identidad única de las Cícladas y les ayudan a apoyar a las comunidades locales y a influir positivamente en las islas Cícladas.

Ejemplos



: Organización sin ánimo de lucro

SMouTh fue fundada en 2001 en Larisa (Grecia) por Costas Lamproulis (escritor y director), Christos Ktistakis (director musical y compositor) y Sophia Koustas (musicóloga y relaciones nacionales). Durante unos dos años funcionó bajo los auspicios de la Organización Cultural del Ayuntamiento de Larisa, y en 2004 se convirtió en una entidad jurídica independiente.

Desde su , SMouTh ofrece a jóvenes y adultos oportunidades de iniciación, formación, educación, creación, inclusión, investigación y profesionalización en las artes escénicas y audiovisuales. A través de este proceso, la Sinergia pretende contribuir a la reinención de los medios de expresión artística.

El trabajo de SMouTh, tanto a local como europeo, incluye cursos educativos, actividades culturales y eventos con especial atención a los aspectos sociales, producciones profesionales de teatro, teatro musical y óperas, y la organización anual de dos festivales: Molino de las Artes Escénicas y Día Europeo de la Música en Larisa.

- <https://www.cycladicidentity.gr/en/>
- <https://www.sxolixorou.gr/>
- <https://smouth.com/> - Synergy of Music Theatre (S.Mou.Th.) es una organización sin ánimo de lucro, cuya plantilla está formada por un grupo de artistas dedicados, experimentados y emergentes.
- <https://community.creativeagora.eu/>



BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MÓDULO 1

COMPRENDER EL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS CCI

TEMA 1.3

Pasos iniciales para crear y gestionar una empresa en el
sector de las ICC



Co-funded by
the European Union

Introducción

Crear y organizar una empresa en el sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) implica unos cuantos pasos importantes. En primer lugar, esencial definir las funciones y responsabilidades dentro del equipo. Esto significa decidir quién será el Jefe de Equipo, quién se encargará de Ventas y Marketing, Finanzas, Producción, Recursos Humanos y Administración. Cada persona debe tener tareas claras que se correspondan con sus habilidades para asegurarse de que se cubren todas las partes del negocio.

A continuación, es importante identificar las habilidades de cada miembro del equipo y hacer que se autoevalúen. Esto ayuda a ver en qué es buena cada persona, como trabajar bien con los demás, comunicarse, resolver problemas, ser creativo y gestionar el tiempo. Centrarse en estas importantes habilidades es clave para el éxito de la empresa. Realizar actividades y ejercicios prácticos sobre estos temas puede ayudar al equipo a mejorar sus habilidades y a estar más preparado. De este modo, el equipo podrá comprender mejor sus funciones y trabajar juntos con mayor eficacia, lo que conducirá a una empresa de CCI bien organizada y con éxito.

1.3.1 Funciones y responsabilidades

En una empresa de Industrias Culturales y Creativas (ICC), tener claramente definidas **las funciones y responsabilidades** es crucial para el éxito del equipo y de la empresa. Cada miembro del equipo debe conocer su papel y colaborar eficazmente. **El Jefe de Equipo** desempeña un papel fundamental al proporcionar dirección y liderazgo al equipo. Se asegura de que todas las tareas se realicen a tiempo y de que todo el mundo se mantenga en el buen camino. El jefe de equipo también motiva al equipo y ayuda a resolver cualquier problema que surja.

El Jefe de Ventas y Marketing colabora con el equipo financiero para determinar el precio de venta de los productos. Identifica el mercado objetivo y desarrolla un plan de marketing integral para promocionar los productos. Esta función también implica el diseño de los materiales de marketing de la empresa, garantizando que el mensaje de la marca se comunique eficazmente al público destinatario.

El Jefe de Finanzas es responsable de calcular los costes de fabricación y venta de los productos, fijar los precios de venta y determinar los márgenes de beneficio.

Acuerdan los materiales y equipos necesarios y hacen un seguimiento de todos los costes, garantizando la salud financiera de la empresa. Esta función es esencial para tomar decisiones financieras con conocimiento de causa y mantener el control presupuestario.

El Jefe de Recursos Humanos elabora las políticas de salud y seguridad y la información legal de la empresa. Acuerda los calendarios de producción con el equipo, asigna tareas y resuelve los conflictos que puedan surgir. Mientras tanto, el **Jefe de Administración** se asegura de que todos los miembros del equipo reciban y completen la documentación necesaria, se comunica con el equipo de producción sobre los materiales necesarios y mantiene registros de las decisiones y acuerdos tomados por el equipo. Por último, el **Jefe de Producción** crea prototipos,



identifica los materiales necesarios para la producción y colabora con los departamentos financiero y administrativo para acordar los materiales necesarios, garantizando que la producción se ajuste al calendario previsto. Juntas, estas funciones garantizan el buen funcionamiento y el éxito de la empresa CCI.

1.3.2 Identificar las competencias de los empleados y su autoevaluación

La identificación de **las habilidades de los empleados y su autoevaluación** implican un enfoque sistemático para garantizar que cada miembro del equipo conozca sus puntos fuertes y sus áreas de mejora. El proceso comienza con una **evaluación** exhaustiva **de las** habilidades, en la que los empleados son evaluados en función de diversas capacidades como el *trabajo en equipo*, *la toma de decisiones*, *la comunicación* y *la gestión del tiempo*. Esto puede lograrse mediante la observación directa, los comentarios de los compañeros y las revisiones periódicas del rendimiento. También es crucial animar a los empleados a participar *en la autoevaluación*. Pueden reflexionar



sobre sus propias capacidades y contribuciones, valorándose a sí mismos por lo bien que trabajan con los demás, toman decisiones y gestionan sus tareas.

A partir de las evaluaciones y autoevaluaciones, es importante ayudar a los empleados a fijar objetivos realistas de mejora. Estos objetivos pueden implicar el desarrollo de nuevas habilidades, la mejora de las existentes o la asunción de responsabilidades adicionales. Para ayudar a los empleados a alcanzar sus objetivos, es esencial proporcionarles información y apoyo continuos. Esto puede incluir controles periódicos, formación adicional y reconocimiento de sus progresos.

El uso de plantillas de evaluación formales o formularios estructurados garantiza la coherencia del proceso de evaluación y proporciona un registro claro de la evolución de cada empleado a lo largo del tiempo. Este enfoque estructurado conduce al crecimiento personal y mejora el rendimiento general del equipo.

1.3.3 Priorizar las cualidades

Dar prioridad a ciertas cualidades en los empleados es muy importante para el éxito de una empresa de Industrias Culturales y Creativas (ICC). Las cualidades clave en las que hay que centrarse son el *trabajo en equipo*, *la comunicación* y *la adaptabilidad*. El trabajo en equipo ayuda a todos a trabajar bien juntos y a tener grandes ideas. Una buena comunicación garantiza que todos se entiendan, reduce los errores y mejora la eficacia. La adaptabilidad permite a los empleados afrontar cambios y retos con facilidad, lo que es importante en el entorno de las ICC, en constante cambio.



triunfar en un sector competitivo.

Otras cualidades importantes son *la resolución de problemas*, *la creatividad* y *la gestión del tiempo*. La capacidad de resolución de problemas ayuda a los empleados a solucionar los problemas con rapidez y eficacia. La creatividad es esencial en el sector de las ICC porque impulsa ideas nuevas y únicas. La gestión del tiempo garantiza que los proyectos se terminen a tiempo, manteniendo alta la productividad y satisfaciendo las necesidades del cliente. Al centrarse en estas cualidades, una empresa de ICC puede crear un equipo fuerte que logre sus objetivos y

1.3.4 Simulación de actividades sobre los temas

Funciones del equipo Belbin:

<https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>

Belbin Team Roles es un marco para comprender y aprovechar los puntos fuertes y débiles del comportamiento individual en entornos de equipo. Identifica nueve roles distintos que las personas adoptan de forma natural en los equipos, clasificados en roles sociales, de pensamiento y orientados a la acción. Estos roles incluyen Investigador de recursos, Trabajador en equipo, Coordinador, Plantador, Monitor, Evaluador, Especialista, Formador, Implementador y Finalizador. Cada rol tiene puntos fuertes específicos y puntos débiles permitidos. El marco ayuda a mejorar el rendimiento del equipo garantizando una combinación equilibrada de roles, fomentando una mejor comunicación y mejorando la dinámica general del equipo.

1. **Acceda al cuestionario:** Obtenga el cuestionario en el sitio web de Belbin o en su organización.
2. **Inventario de autopercepción:** Completa la sección de autoevaluación, donde calificarás tus propios comportamientos y preferencias.
3. **Evaluaciones de observadores:** Pida a sus colegas o a los miembros de su equipo que realicen evaluaciones como observadores, que les ofrezcan su punto de vista sobre su comportamiento en situaciones de equipo.
4. **Recopile los resultados:** Envíe los cuestionarios cumplimentados para su análisis.
5. **Revise su informe:** Reciba un informe detallado en el que se destacan las funciones principales y secundarias de su equipo, junto con sus puntos fuertes y débiles.

Para más información, [visite](https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles) <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>.

O puede ver el vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=OvdLniaszY>

Belbin® Team Role Summary Descriptions



Materiales adicionales:

- <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/culture-creative-industries-and-sports/cultural-and-creative-sectores.html>
- <https://www.goethe.de/ins/gb/en/sta/ion/fri/tei.html>

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MÓDULO 1

COMPRENDER EL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS CCI

TEMA 1.4

Retos de las ICC que afectan a las empresas y
afrontarlos



Co-funded by
the European Union

Introducción

Los empresarios de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) se enfrentan a varios grandes retos. Conseguir financiación es difícil porque las empresas creativas se consideran arriesgadas, lo que provoca problemas financieros e ingresos irregulares. El mercado es muy competitivo, por lo que las empresas tienen que seguir innovando y comercializando bien para destacar. Proteger su trabajo creativo para no lo copien es otro problema importante. Equilibrar la creatividad con las necesidades del negocio, gestionar el tiempo y crear redes útiles también es difícil, sobre todo para los que son nuevos y carecen de experiencia.

Para afrontar estos retos, es muy importante tomar buenas decisiones. Los empresarios deben tener en cuenta tanto los riesgos como los beneficios de cada elección. Esto significa recopilar información, comprender los posibles riesgos y ver cómo encaja cada decisión con sus objetivos empresariales. Deben tener planes para hacer frente a los riesgos, como ahorrar dinero extra y tener planes de reserva. También es útil implicar al equipo en la toma de decisiones para obtener diferentes puntos de vista y fomentar el trabajo en equipo. Al considerar cuidadosamente los riesgos y las recompensas y trabajar juntos, los empresarios de las ICC pueden tomar decisiones inteligentes que ayuden a sus empresas a crecer y tener éxito.

1.4.1 Destacar los retos específicos a los que se enfrentan los empresarios de las ICC

Los empresarios de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) se enfrentan a varios retos. En primer lugar, conseguir dinero y mantenerse financieramente estable es difícil. Las empresas creativas se consideran arriesgadas, por lo que es **difícil encontrar financiación**. Además, los ingresos pueden ser irregulares, por lo que es importante administrar el dinero con cuidado.

Además, las personas que trabajan en el sector creativo y cultural pueden encontrar financiación a través de diversas fuentes, como subvenciones públicas, fundaciones privadas, crowdfunding y programas de financiación especializados. Estas son algunas de las principales fuentes y cómo acceder a ellas:

- <https://culturalfoundation.eu/>
- [Europa Creativa - Cultura y creatividad \(europa.eu\)](https://europa.eu/cultura-y-creatividad/europa.eu)
- <https://www.goethe.de/en/>

Explorando estas diversas fuentes de financiación y utilizando los recursos disponibles, las personas que trabajan en el sector creativo y cultural pueden conseguir el apoyo financiero necesario para sus proyectos e iniciativas.

En segundo lugar, el sector de las ICC es muy **competitivo**. Muchas empresas intentan hacerse notar, por lo que destacar es todo un reto. Los empresarios tienen que ser innovadores en su marketing y ofrecer productos o servicios únicos para atraer a los clientes.

Challenges Faced by Entrepreneurs and How to Overcome Them



Otro reto es **proteger su trabajo creativo**. Es fácil que otros copien o utilicen sus creaciones sin permiso. Los empresarios deben conocer las leyes de propiedad intelectual para evitar que les roben su trabajo.

Las personas que trabajan en el sector creativo en la UE pueden proteger su trabajo creativo mediante diversos mecanismos y estrategias legales. Estos son los principales métodos:

Derechos de autor:

1. Protección automática: En la , la protección de los derechos de autor es automática

concedida por la creación de una obra original. Esto incluye obras literarias, dramáticas, musicales y artísticas.

- 2. Registro:** Aunque el registro no es obligatorio para la protección de los derechos de autor, puede ser beneficioso para demostrar la titularidad y la fecha de creación en caso de litigio. En algunos países de la UE existen sistemas de registro voluntario.
- 3. Duración:** Los derechos de autor suelen durar toda la vida del creador más 70 años después de su muerte.

Marcas registradas:

- 1. Protección de marcas:** Las marcas protegen los nombres de marca, logotipos y eslóganes utilizados en el comercio. Esto ayuda a distinguir los productos o servicios en el mercado.
- 2. Registro:** Las marcas pueden registrarse a nivel nacional (por ejemplo, en la Oficina Alemana de Patentes y Marcas) o a nivel de la UE a través de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). Las marcas registradas confieren derechos exclusivos de uso de la marca.
- 3. Duración:** La protección de la marca puede durar indefinidamente, siempre que la marca se renueve cada 10 años.

Patentes:

- 1. Protección de la innovación:** Las patentes protegen las nuevas invenciones y soluciones técnicas.
- 2. Proceso de solicitud:** Para obtener una patente, hay que presentar una solicitud en la oficina nacional de patentes o en la Oficina Europea de Patentes (OEP). La invención debe ser nueva, implicar una actividad inventiva y ser susceptible de aplicación industrial.
- 3. Duración:** Las patentes suelen ofrecer protección durante un máximo de 20 años a partir de la fecha de presentación.

Recursos:

- **Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO):** <https://www.euipo.europa.eu/en>
- **Oficina Europea de Patentes (OEP):** <https://www.epo.org/en>
- **Guía de la OMPI sobre propiedad intelectual:** <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>
- **Comisión Europea sobre derechos de autor:** <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/copyright>

Por último, **equilibrar la creatividad** con las necesidades empresariales puede resultar difícil. Los empresarios suelen sentirse presionados a cambiar su visión artística para ganar dinero. También necesitan crear redes y encontrar recursos, como mentores, algo difícil para los recién llegados.

La **gestión eficaz del tiempo** es otro reto, ya que tienen que hacer malabarismos con múltiples tareas y plazos. La **falta de experiencia** puede hacer que estas tareas sean aún más desalentadoras. Adaptarse a las nuevas tecnologías y hacer frente a las diferentes expectativas culturales y sociales de los nuevos mercados también es un reto. Afrontando estos retos, los empresarios de las ICC pueden mejorar sus posibilidades de éxito.

1.4.2 Procesos de toma de decisiones que tienen en cuenta los riesgos y beneficios potenciales

La toma de decisiones en las Industrias Culturales y Creativas (ICC) implica analizar tanto los riesgos como los beneficios de cada opción.

Los empresarios necesitan recabar información sobre **las ventajas y los posibles problemas** de sus decisiones. Esto les ayuda a entender qué podría salir bien o mal en cada decisión.

Making Informed Decisions



A continuación, es importante **evaluar los riesgos**. Los empresarios deben pensar en lo probables que son los riesgos y en el impacto que podrían tener en la empresa. Esto incluye riesgos financieros, como perder dinero, y riesgos no financieros, como dañar la reputación de la empresa. Al comprender estos riesgos, pueden hacer planes para , como ahorrar dinero extra o tener planes de respaldo.

Equilibrar las recompensas y los riesgos es el siguiente paso. Los empresarios deben considerar cómo encaja cada decisión con sus objetivos empresariales. Una decisión de alta recompensa pero de alto riesgo puede estar bien si se ajusta a sus planes a largo plazo y están preparados para gestionar los riesgos. En

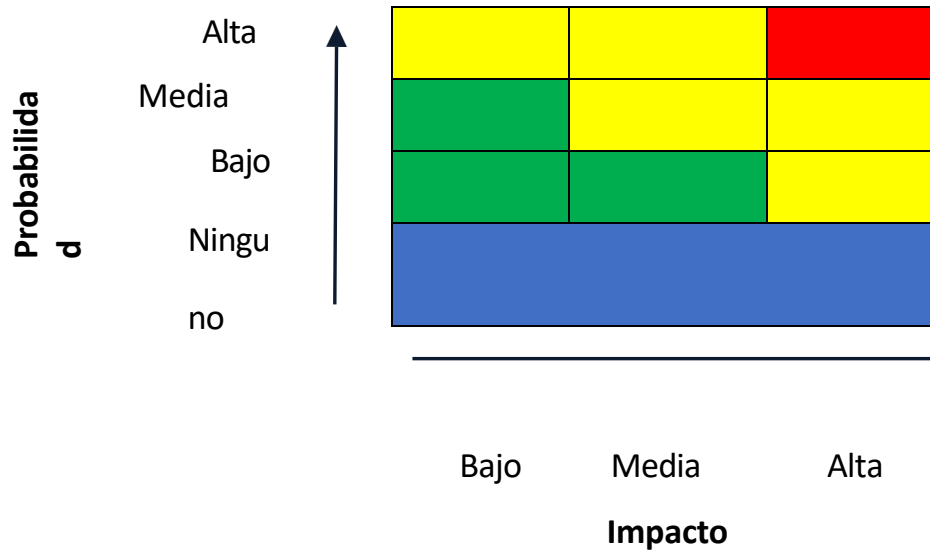
Por otro lado, una decisión **más segura** con recompensas menores podría ser mejor si desean estabilidad y crecimiento constante.

Por último, es importante que **el equipo** participe en el proceso de toma de decisiones. Contar con la opinión de los miembros del equipo garantiza que se tengan en cuenta diferentes puntos de vista, lo permite tomar mejores decisiones. Esto también ayuda a que el equipo se sienta más conectado y comprometido con las decisiones tomadas. Analizando cuidadosamente los riesgos y las recompensas y trabajando juntos, los empresarios de las ICC pueden tomar decisiones inteligentes que ayuden al crecimiento de sus empresas.

1.4.3 Simulación de actividades sobre los temas

1. Actividad: Familiarizarse con la forma de medir el impacto y la probabilidad - Matriz de riesgos

Figura 1: Matriz de exposición al riesgo



La matriz de riesgos se compone de cuatro áreas:

- La primera zona (verde) representa los riesgos con baja probabilidad de ocurrencia y bajo impacto;
- La segunda zona (amarilla) representa los riesgos con un nivel medio de probabilidad o un nivel medio de impacto;
- La tercera zona (roja) representa los riesgos con alta probabilidad de ocurrencia e impacto crítico;
- La cuarta área (azul) representa los riesgos que no tienen posibilidades de producirse o los riesgos que se han superado.

El plan de priorización de riesgos se divide en cuatro indicadores de nivel definidos por el índice de riesgo del suceso.

- **Índice de riesgo crítico** (rojo): El índice de riesgo crítico es una combinación de impacto grave y alta probabilidad. Un suceso con un índice de riesgo alto requiere una respuesta inmediata, ya que podría poner en peligro el avance de todo el proyecto.
- **Índice de riesgo moderado** (amarillo): El índice de riesgo moderado es una combinación de un parámetro con un valor alto y otro con un valor bajo. Aunque no se trata de acontecimientos con una implicación crucial en el proyecto, deben vigilarse de cerca y ajustarse a lo largo del mismo.
- **Índice de riesgo marginal** (verde): El índice de riesgo marginal es una combinación de dos parámetros de valor bajo. Los sucesos de esta naturaleza sólo tienen un impacto local en el proyecto y pueden ser corregidos por el equipo del proyecto en cuanto se producen.
- **Índice de riesgo eliminado** (azul): El Índice de Riesgo Eliminado se refiere a los riesgos se han superado y ya no suponen una amenaza para el éxito del proyecto.

Materiales adicionales:

- <https://hyperproof.io/resource/the-ultimate-guide-to-risk-prioritization/#~:text=La%20priorización%20del%20riesgo%20es%20el%20proceso,negocio%20y%20necesidad%20remediada%20primero.>
- <https://www.logicmanager.com/resources/erm/risk-prioritization-is-key-to-risk-mitigation/>
- <https://www.nea.org/>
- <https://artsandculture.google.com/>

BuS Youth

Oportunidades de negocio
para los jóvenes en el sector
de las ICC