



4ARTPRENEUR

Competencias para el emprendimiento en el Arte y las Industrias Culturales

4ARTPRENEUR

Competences for entrepreneurship in Art and Cultural Industries

ESTHER JIMÉNEZ, JUDITH URBANO
Universitat Internacional de Catalunya, España

KEYWORDS

Art
Entrepreneurship
Education
System Dynamics
European Project

ABSTRACT

The Europe 2020 strategy recognizes that entrepreneurship is essential to promote job growth, given the opportunities and challenges arising from the structural changes that are taking place. The project 4ArtPreneur has joined a group of universities and institutions with the aim of developing a course on entrepreneurship at schools and faculties of cultural and creative industries (CCI). Through an innovative methodology they will learn the complexity of the art market, basic models of funding and marketing strategies of the CCI.

PALABRAS CLAVE

Arte
Emprendimiento
Educación
Dinámica de sistemas
Proyecto europeo

RESUMEN

La estrategia Europa 2020 reconoce el emprendimiento como fundamental para promover el crecimiento del empleo, dadas las oportunidades y desafíos derivados de los cambios estructurales actuales. El Proyecto 4ArtPreneur ha unido a un grupo de universidades e instituciones con el fin de desarrollar un curso para desarrollar las habilidades empresariales entre los estudiantes y graduados de arte e industrias creativas (ICC). A través de una metodología innovadora, aprenderán la complejidad del mercado del arte, modelos básicos de captación de ingresos y estrategias de marketing y financiación de las ICC.

Recibido: 03/ 08 / 2022

Aceptado: 12/ 10 / 2022

RETRACTED ARTICLE

1. Introducción

De acuerdo con Eurostat, la tasa de desempleo juvenil se situaba en 2021 en el 15% en la zona del euro. Entre los países europeos, el ranking de desempleo juvenil lo lideran España y Grecia, que duplican en ese año la media europea, con un 30,6 y 30,5% respectivamente. Los países que pertenecen a las instituciones que han participado en el desarrollo del proyecto que presentamos son, junto a España y Grecia, Portugal y Chipre, con un paro juvenil del 21,1% y del 17,4%.

La estrategia Europa 2020 reconoce que el emprendimiento es fundamental para promover el crecimiento del empleo, dadas las oportunidades y los desafíos que se derivan de los cambios estructurales que están produciendo. Además, el *Employment Package* (2012) reconoció el potencial del espíritu empresarial como parte de un conjunto de acciones que pueden contribuir a la creación de nuevos puestos de trabajo.

En un mundo en constante evolución, Klimczuk menciona que se acentúa la necesidad de crecimiento del emprendimiento en el sector de la cultura, y afirma que las Industrias Culturales y Creativas (ICC) representan la principal fuente de crecimiento económico (Klimczuk, 2014). Las ICC europeas ofrecen un potencial real para contribuir a la estrategia Europa 2020. Estudios como *Building a Digital Economy* (2019) muestran que las ICC son empresas altamente innovadoras con un gran potencial económico y uno de los sectores más dinámicos de la UE. Según datos del estudio *Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after COVID-19* (Lhermitte et al., 2021), en 2019 las ICC representaron el 4,4 % del PIB de la UE en términos de facturación, y proporcionaron puestos de trabajo de calidad a alrededor del 3,8% de la población activa total.

El *Entrepreneurship Action Plan 2020* (EAP 2020) destaca que las universidades deben ser más emprendedoras, por lo que recomienda invertir en educación para el emprendimiento y en aquellos grupos o disciplinas que deberían potenciarlo para fomentar una cultura del emprendimiento y de innovación que facilite la reactivación de la economía y la creación de un verdadero «espíritu emprendedor europeo», que sea capaz de movilizar a la sociedad para concretar objetivos aceptados por todos. Como se ve en el informe, a pesar de las oportunidades de empleo, los estudiantes y graduados del sector de las ICC carecen de una formación en emprendimiento (Naudin y Agusita, 2021), ya que esa capacitación empresarial no suele proporcionarse a los estudiantes y ex alumnos graduados en el sector de las ICC durante el tiempo en el que cursan sus estudios en la universidad. Además, los métodos de enseñanza tradicionales son ineficientes en el grupo profesional al que afecta más el desempleo, mientras que los programas educativos de formación de capacidades favorecen el espíritu emprendedor (Fagerholm et al. 2018).

El Proyecto Erasmus+ 4ArtPreneur, ha unido a un grupo de universidades e instituciones (Universitat Internacional de Catalunya, Barcelona; Universitat Politècnica de Valencia; Universidade Aberta, Lisboa; European University, Chipre; Mediadeals, Berlín y mydOCUMENTA, Barcelona) con la finalidad de diseñar un curso para desarrollar en los estudiantes y graduados de arte e industrias creativas la formación y las competencias de emprendimiento necesarias para que puedan acceder a las oportunidades que les ofrece el mercado laboral en el marco de las ICC.

2. Objetivos

La finalidad del proyecto es ayudar a que los estudiantes y artistas puedan tomar las mejores decisiones para emprender y/o hacer crecer su negocio en base a un conjunto relevante de parámetros. Se pretende que adquieran un pensamiento innovador y las habilidades colaborativas necesarias para poner en marcha el nuevo tipo de Pymes que requieren las empresas culturales y creativas que operan en un ecosistema complejo y en rápido movimiento, donde el networking y la experimentación son primordiales.

Para ello, es necesario capacitar a los estudiantes y graduados en la adquisición y validación de habilidades emprendedoras que se adapten a sus necesidades específicas. Teniendo en cuenta este objetivo, se ha diseñado un curso online de 3 ECTS de acceso abierto sobre emprendimiento en el ámbito de las ICC. Esta propuesta académica nace en el marco del Programa Erasmus+ de la Unión Europea (2020-1-ES01-KA203-081947) "*Innovative thinking competences for Creative Art entrepreneurship (4ArtPreneur)*".

3. Metodología

Cómo se ha comentado de acuerdo con la propuesta presentada y aprobada por la agencia europea, el curso que se propone consta de 3 ECTS que se distribuyen entre horas de enseñanza síncrona, trabajo autónomo del estudiante y foros.

El diseño del curso se desarrolló en 2 fases: una fase exploratoria, para definir los contenidos y la metodología empleada y una fase de diseño y desarrollo del programa y de los materiales a utilizar.

En la fase exploratoria y de diseño, se organizaron reuniones de trabajo online en las que participó el consorcio europeo 4ArtPreneur integrado por 4 universidades con títulos de ICC y de economía y administración de empresas y 2 empresas que brindan oportunidades para empresarios e inversores que trabajan en las industrias creativas y el sector de los medios digitales. También se hicieron dos reuniones presenciales, una en Lisboa y otra

en Berlín. En total han participado directamente en la realización del proyecto 15 académicos y profesionales y puntualmente los equipos a los que están vinculados las instituciones de referencia.

Ante la necesidad de utilizar una metodología que facilitara la comprensión de problemas complejos y sintetizara soluciones holísticas a problemas comerciales, se escogió la dinámica de sistemas, una metodología y una técnica de modelado matemático que ayuda a los estudiantes y artistas a comprender mejor la industria de las artes creativas y a la toma de decisiones. Para ello, se utiliza un conjunto de parámetros que los alumnos pueden variar para probar la plausibilidad de diferentes escenarios comerciales.

Fruto de este trabajo, se fijaron los contenidos del currículo necesarios para que los alumnos adquirieran el conocimiento empresarial en el entorno de las ICC y las herramientas que les permitan formular estrategias y probarlas antes de la implementación del proyecto de negocio y de este modo facilitar la viabilidad. Cada miembro del consorcio proporcionó un programa que se analizó y definió entre todos a partir de lo que se elaboró un currículo de emprendimiento modular, en el que el plan de estudios y los materiales de enseñanza se integran en modelos de dinámica de sistemas que simulan los casos y temas comerciales, y se creó un portfolio para que los estudiantes puedan recopilar y mostrar evidencia de sus habilidades emprendedoras para enfrentarse a futuras perspectivas de inversión.

En la segunda fase se realizó la formación de los profesores que impartían el curso piloto en los distintos países; se diseñó un cuestionario de evaluación del currículo; se analizó el público objetivo susceptible de participar; se distribuyó la información sobre la impartición del curso; y finalmente se impartió a las personas que se inscribieron.

4. Resultados

El curso 4ArtPreneur consta de 6 módulos de 0,5 ECTS. Cada módulo combina los temas propios de emprendeduría en el arte con la dinámica de sistemas (Business model canvas, Rich picture, Mapa Conceptual, Mapa de Sistemas, Mapa de Asociaciones y Diagrama de Influencias).

A continuación, se especifican los temas y contenidos de cada uno.

Módulo 1. Introducción al emprendimiento en el mercado del arte. El módulo introduce el espíritu empresarial en este mercado específico y pretende que el estudiante adquiera los conocimientos necesarios para que puedan crear su nuevo negocio, para hacerlos viables, efectivos y productivos. También se presentan las implicaciones comerciales y las dependencias del valor del arte y su construcción, y la propiedad intelectual como variable comercial. Para concluir, los estudiantes deben utilizar todo lo anterior en el enfoque del pensamiento de sistemas, comenzando con un business canvas y un rich picture.

Módulo 2. El lienzo de negocio y la dinámica de sistemas. En este módulo se exploran diferentes ideas de negocios organizadas en torno al concepto de artes creativas; se muestra el mapa conceptual como técnica de documentación para visualizar la estructura de la idea de negocio; se empodera a los estudiantes permitiéndoles transformar la información en conocimientos, estableciendo relaciones significativas entre los conceptos en orden de importancia; se replica un mapa conceptual basado en un ejemplo de un Festival Internacional de Cine y en otros negocios de artes creativas; y se crea un mapa conceptual relacionado con un negocio de artes creativas.

Módulo 3. La economía de la atención. En la economía de la atención los enfoques innovadores, la comunicación efectiva y las estrategias de marketing destacan como impulsores clave del negocio. Para ello se examinará el uso de las redes sociales, la producción de contenido y el comisariado como elementos fundamentales para la sostenibilidad de las empresas artísticas. El alumno aprenderá a distinguir entre diferentes estrategias de comunicación y marketing y cómo pueden adaptarse estratégicamente a diferentes tipos de negocios artísticos, proporcionando un mayor y más específico alcance a los diferentes tipos de audiencias a las que pretenden llegar.

Módulo 4. Estudios de mercado, competidores y oportunidades. El análisis de público objetivo y de la competencia son cruciales para reducir el riesgo en la toma de decisiones y para diseñar una estrategia de marketing efectiva. En el módulo se aprenderá a desarrollar estudios y análisis del mercado del arte con el fin de identificar, caracterizar y comprender qué quiere el público objetivo y cómo, para identificar las formas de atraer su atención e interés. También se identificarán las tendencias de mercados emergentes, así como oportunidades y amenazas del negocio.

Módulo 5. Estrategias de financiación pública y privada. La educación financiera y económica proporciona habilidades y conocimientos que apoyan la gestión del desafío constante de la sostenibilidad financiera de un negocio artístico. La selección de oportunidades de financiación externa adecuadas para necesidades comerciales específicas también puede funcionar como una herramienta efectiva en la estrategia de marketing, brindando beneficios a todos los participantes. En el módulo se explorarán las distintas fuentes de financiación privada o pública, patrocinio de una institución o entidad, en forma de subvenciones o crowdfunding.

Módulo 6. Proyecto final. En el último módulo los estudiantes crearán un modelo empresarial de un negocio relacionado con las artes, en el que incluirán todos los componentes de la dinámica de sistemas que se han ido trabajando durante el curso (Business model canvas, Rich picture, Mapa Conceptual, Mapa de Sistemas, Mapa de Asociaciones y Diagrama de Influencias).

La Tabla 1 contiene los apartados en los que se divide el contenido de cada tema.

Tabla 1. Estructura general del curso 4ArtPreneur

<p>Módulo 1: Introducción al emprendimiento en el mercado del arte.</p> <p>Introducción al emprendimiento en el mercado del arte.</p> <p>Conocimiento de los diferentes tipos de arte, que conducen a diferentes modelos de negocio.</p> <p>Implicaciones comerciales y dependencias sobre el valor del arte y su construcción.</p> <p>La propiedad intelectual como variable de negocio.</p> <p>Introducción al lienzo del modelo de negocio y las imágenes ricas, y su uso en la definición de enfoques empresariales para las ideas de negocio.</p>
<p>Módulo 2: Introducción a la economía de la experiencia y su relación con las empresas artísticas.</p> <p>Introducción a la economía de la experiencia.</p> <p>Conocimiento de los diferentes tipos de modelos curatoriales en la economía de la experiencia que conducen a diferentes modelos de negocio.</p> <p>Introducción a la definición de mapas conceptuales y su uso en el pensamiento sistémico y modelado de dinámicas de sistemas.</p>
<p>Módulo 3: Introducción a la economía de la atención.</p> <p>Introducción a la economía de la atención.</p> <p>Conocimiento de los diferentes tipos de estrategias de comunicación y marketing en la economía de la atención que conducen a elegir la combinación y el enfoque adecuados para el mercado.</p> <p>Introducción a los mapas de sistemas y su uso en el pensamiento sistémico y el modelado de dinámica de sistemas.</p>
<p>Módulo 4: Cómo realizar estudios de mercado, identificar competidores y oportunidades.</p> <p>Cómo realizar estudios de mercado e identificar competidores y oportunidades.</p> <p>Identificación de oportunidades de negocio.</p> <p>Introducción a la definición de mapas de asociación y su uso en el pensamiento sistémico y modelado de dinámicas de sistemas.</p>
<p>Módulo 5: Estrategias de financiación (programas de financiación, patrocinio, subvenciones, crowdfunding y financiación privada).</p> <p>Estrategias de financiación (programas de financiación, patrocinio, subvenciones, crowdfunding y financiación privada).</p> <p>Introducción a los diagramas de influencia y su uso en el pensamiento sistémico y el modelado de dinámicas de sistemas.</p>
<p>Módulo 6: Desarrollo del proyecto final: crear todos los elementos, desde BMC hasta el diagrama de influencia.</p> <p>Desarrollar el proyecto final: crear todos los elementos de BMC para influir en el diagrama.</p> <p>Lectura adicional: modelo de bucle causal, stock y flujos.</p>

Para el desarrollo de cada módulo se han diseñado las siguientes estrategias:

1. **Actividades.** Consiste en una serie de trabajos que se realizan de forma individual o en grupo. Contribuyen a la adquisición y comprensión de los conocimientos y al desarrollo de las competencias de emprendimiento. Incluyen una combinación de conferencias, trabajo, estudio e investigación individual, casos prácticos, foros y trabajo en grupo.
2. **Competencias.** Incluye las competencias de emprendeduría que se trabajan en cada módulo, de acuerdo con el marco diseñado en el 2016 por el Consejo Europeo *“EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework”*.
3. **Contenido.** Incluye los temas que se deben trabajar.
4. **Recursos.** Ofrece un conjunto de materiales, herramientas, videos y documentos digitales, que permitan a los alumnos profundizar y adquirir una comprensión de los contenidos a través de diferentes metodologías de trabajo en el aula, o de forma independiente fuera de ella.
5. **Resultado de Aprendizaje.** Creación de un modelo empresarial de un negocio relacionado con las artes, mediante un pensamiento innovador, la utilización de las herramientas adecuadas y la adquisición de las competencias de emprendimiento necesarias para la puesta en marcha de Pymes de ICC.

6. Trabajo independiente. Comprende una serie de propuestas para que los alumnos trabajen de forma autónoma para abordar los contenidos propuestos por el profesor y desarrollar las competencias que aporta cada lección.

Todas las secciones e información están disponibles en el e-portfolio de 4ArtPreneur, que recoge las evidencias de emprendimiento de pensamiento colaborativo e innovador. Se trata de una herramienta de TIC centrada en el estudiante, para recopilar y demostrar habilidades de emprendimiento, evidencias de su reflexión, autoevaluación y almacenar información para ser utilizada en el futuro para sus propias propuestas de enseñanza.

La Tabla 2 muestra un ejemplo de uno de los módulos que contempla 6 horas de trabajo de aprendizaje, más 3 horas de trabajo independiente, y 4 horas de foro.

Tabla 2. Ejemplo de una lección: Módulo 4

Módulo 4: Marketing, competidores y oportunidades.			
Resultados del aprendizaje			
Los estudiantes serán capaces de:			
Comprender cómo realizar estudios y análisis del mercado, de los competidores y de las oportunidades.			
Ilustrar patrones y relaciones con las ideas y conceptos definidos, e identificar cualquier posible brecha.			
Examinar las posibles conexiones entre los principales elementos de un negocio de artes creativas, las oportunidades y los desafíos.			
Identificar asociaciones visuales y relaciones lógicas entre los principales conceptos definidos en el mapa de sistemas, así como posibles brechas.			
Analizar, discutir y crear mapas de asociación.			
1. Temas			
Cómo realizar estudios de mercado e identificar a los competidores y las oportunidades			
Identificar oportunidades de negocio.			
Introducción a la definición de mapas de asociación y su uso en el pensamiento sistémico y el modelo de dinámicas de sistema.			
2. Objetivos			
Examinar las conexiones más relevantes y significativas de las oportunidades y desafíos de un negocio de artes creativas.			
Crear un mapa de asociación eficaz.			
3. Competencias	Niveles		
1			
2			
Actividades			
Actividades			
C.1 Identificar oportunidades	2		2
C.2 Creatividad	1		1
C.3 Visión	-		1
C.4 Evaluación de ideas	2		2
C.5 Perfilamiento ético y sostenible	3		3
C.6 Autoconciencia y autoeficacia	2		2
C.7 Motivación y perseverancia	-		2
C.8 Movilización de recursos	-		2
C.9 Educación financiera y económica	3		2
C.10 Involucrar a otras personas	2		2
C.11 Tomar la iniciativa	-		2
C.12 Planificación y gestión	-		1
C.13 Gestionar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	-		2
C.14 Trabajar con otras personas	1		1
C.15 Aprender de la experiencia	2		2

4. Preguntas esenciales

- ¿Cuáles son los desafíos y retos potenciales para un negocio de arte?
- ¿Cómo diferenciarse de los competidores?
- ¿Cuáles son las características de los mapas de asociación?
- ¿Cómo crear un mapa de asociación?

5. Recursos

Herramientas:

- <https://padlet.com/>
- <https://www.canva.com/>
- <https://discord.com/>
- <https://web.hypothes.is/>
- <https://jamboard.google.com/>
- <https://miro.com/>
- <https://www.lucidchart.com/páginas/>

Referencias:

Jarrar, Y. (2020). La cara cambiante del mercado del arte: Un enfoque Khalduni. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*,5(1), 69-82. ss. <http://openaccess.ihu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12154/1069>

Kackovic, M., & Wijnberg, N. M. (2020). Artistas que encuentran galerías: empresarios que ganan legitimidad en el mercado del arte. *Teoría y Práctica del Emprendimiento*. <https://doi.org/10.1177/042258720950601>

En general N.C., Garth J.O. y Friesen M. D. (2003). Mapping the Intimate Relationships in Mind: Comparisons between Three Models of Attachment Representations, Personality and Social Psychology Bulletin.

Lecturas adicionales:

Lecturas adicionales:

Frisendal, T. (2012), *Design Thinking Business Analysis: Business Concept Mapping Applied*, Springer.

Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). *Trabajo creativo: Trabajo mediático en tres industrias culturales*. Routledge.

Kypuros, J. (2013). *Dinámica y control de sistemas con modelado de grafos de enlaces*. Boca Ratón: Taylor & Francis.

Morecroft, J. (2007). *Modelado estratégico y dinámica empresarial: Un enfoque de sistemas de retroalimentación*. John Wiley & Sons.

Recursos audiovisuales:

FOTAM 2020: Redistribución de la energía El mercado del arte está estructurado como una plantación <https://youtu.be/KoFHUUTVt4g>

Media Art and the Art Market II - Simposio Sept. 7, 2017 <https://youtu.be/2021XpIZ9yM>

El Mercado del Arte 2021: una conversación <https://youtu.be/ehWdmogBCE>

"El mercado del arte y la nueva tecnología: cortinas de humo u oportunidades reales" <https://youtu.be/LxWfMp0gzSU>

6. Evaluación

El aprendizaje se evaluará de acuerdo con la capacidad de crear un mapa de asociación. Los trabajos de los estudiantes serán revisados por otros estudiantes, con el fin de fomentar el debate y el diálogo.

Por lo tanto, la evaluación depende de la participación efectiva en las actividades obligatorias y de la calidad de las contribuciones, lo que indica una clara conexión entre las descripciones de las empresas y los mapas del sistema.

Duración (horas)	Foro	Práctica guiada (actividades de aprendizaje)	Actividades grupales (actividades de aprendizaje)	Independiente
	4h	3h (A1+A2)	3h (A3+A4+A5)	3h

7. Actividades de aprendizaje

Las actividades de aprendizaje permiten comprender y asimilar los conocimientos, desarrollar las competencias genéricas y específicas y conseguir los resultados. Para ello, se incluyen una combinación de conferencias, trabajo modular, estudio e investigaciones independientes, proyectos prácticos, trabajo en equipo y prácticas.

Nombre de la actividad	Ajuste	Procedimiento	Tiempo (minutos)
------------------------	--------	---------------	------------------

<p>R1: Discutir, volver a dibujar y explicar el mapa de asociación para la promoción del Festival de Cine.</p>	<p>Se supervisa el trabajo en grupos de 3-5 estudiantes</p> <p>Online: se utilizan foros: Miró, Lucidchart, Izito o similares.</p> <p>Aula: se usan bolígrafos de colores, hojas de papel grandes (A1 o más) o foros en línea</p>	<p>Reparar el ejemplo del Festival de Cine (anexo) con el fin de volver a dibujar el Mapa de Asociación para discutir y explicar las posibles relaciones entre los conceptos esbozados en el Mapa.</p> <p>Objetivos: Crear un mapa de asociación para la película</p>	<p>90</p>
<p>A2: Discutir, volver a dibujar y explicar las posibles relaciones descritas en el Mapa de Asociación para una película del Festival de Cine Internacional basado en el Modelo Creativo de negocio de artes</p>	<p>Se supervisa el trabajo en grupos de 2-5 estudiantes</p> <p>Online: utilizan foros: Miró, Lucidchart, Izito o similares.</p> <p>Aula: se usan bolígrafos de colores, hojas de papel grandes (A1 o más) o foros en línea</p>	<p>Revisar el Lienzo de Modelo de Negocio del Festival de Cine para crear un Mapa de Asociación. Discutir y explicar las posibles relaciones que se formaron entre los conceptos esbozados en el Mapa.</p> <p>Objetivos: Establecer las posibles relaciones entre los conceptos esbozados en el Mapa para el Lienzo de Modelo de Negocio proporcionado para el Festival de Cine. Recibir comentarios de pares.</p>	<p>90</p>
<p>R3: Discutir lo que se debe incluir en un mapa de asociación para un negocio propio de artes creativas</p>	<p>Se supervisa el trabajo en grupos de 2-5 estudiantes</p> <p>Online: utilizan foros: Miró, Lucidchart, Izito o similares.</p> <p>Aula: se usan bolígrafos de colores, hojas de papel grandes (A1 o más) o foros en línea</p>	<p>Establecer asociaciones significativas entre los conceptos para el propio modelo de negocio.</p> <p>Objetivos: Establecer y definir los conceptos que deben incluir en el Mapa de Asociación para crear un negocio propio de artes creativas</p>	<p>90</p>
<p>A4: Diseñar un mapa de asociación para un negocio propio de artes creativas</p>	<p>Se supervisa el trabajo en grupos de 2-5 estudiantes</p> <p>Online: utilizan foros: Miró, Lucidchart, Izito o similares.</p> <p>Aula: se usan bolígrafos de colores, hojas de papel grandes (A1 o más) o foros en línea</p>	<p>Revisar el mapa de sistemas que se ha creado. Establecer asociaciones entre Ideas. Seleccionar de 15 a 20 conceptos y elementos para incluir en los mapas de asociación.</p> <p>Objetivos: Identificar las conexiones entre los principales elementos de un negocio de artes creativas, oportunidades y desafíos.</p>	<p>90</p>
<p>R5: Presentar, discutir y evaluar el mapa de asociación desarrollado en la Actividad 4 basado en su propio negocio</p>	<p>Se supervisa el trabajo en grupos de 2-5 estudiantes</p> <p>Online: utilizan foros: Miró, Lucidchart, Izito o similares.</p> <p>Aula: se usan bolígrafos de colores, hojas de papel grandes (A1 o más) o foros en línea</p>	<p>Comparar los Mapas de Asociación de nuevos negocios artísticos y creativos. Recibir comentarios de los compañeros.</p> <p>Objetivos: Crear un mapa de asociación para el su propio negocio de artes creativas.</p>	<p>90</p>

Seguindo los estándares y directrices del Espacio Europeo de Educación Superior, se propone una evaluación continua que fomente la retroalimentación entre profesores y estudiantes. Este proceso permite a los alumnos tomar conciencia de cómo asumen el aprendizaje y, si fuera necesario, la posibilidad de mejorar los conocimientos adquiridos. Es un proceso de evaluación basado en el aprendizaje que incluye la autoevaluación y la evaluación. Las actividades propuestas a lo largo del curso optimizan el aprendizaje profundo y aseguran una mayor sostenibilidad a largo plazo de los contenidos impartidos (Gibbs y Simpson, 2009).

De acuerdo con lo anterior, para que el alumno asimile la formación y el grado de consecución de los objetivos, la evaluación que se propone contempla:

1. Evaluación del profesor de la práctica guiada
2. Evaluación por pares en las actividades grupales
3. Autoevaluación del propio trabajo por el estudiante en las actividades independiente

Para el proyecto final se plantea una evaluación del profesor y una autoevaluación del alumno.

Las competencias de emprendimiento que se evalúan de los estudiantes son las propuestas en 2016 por el Consejo Europeo, *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Este marco define el emprendimiento como la capacidad de actuar sobre oportunidades e ideas, y transformarlas en valor financiero, cultural o social.

EntreComp identifica tres áreas de competencias:

1. Ideas y oportunidades
2. Recursos
3. Proactividad

Cada una de estas 3 áreas incluye 5 competencias que conforman la competencia empresarial general y proporcionan los resultados de aprendizaje que un emprendedor debe tener. La Tabla 3 resume las áreas, las competencias y su definición.

Tabla 3. Áreas, Competencias y Definición.

Área	Competencias	Definición
IDEAS Y OPORTUNIDADES	C1 - Detectar oportunidad	Los estudiantes pueden encontrar oportunidades que generan valor para los demás.
	C2 - Creatividad	Los estudiantes pueden desarrollar múltiples ideas que crean valor para los demás.
	C3 - Visión	Los estudiantes pueden imaginar un futuro deseable.
	C4 - Valoración de Ideas	Los estudiantes pueden entender y apreciar el valor de las ideas.
	C5 - Pensamiento ético y sostenible	Los estudiantes pueden reconocer el impacto de sus elecciones y comportamientos, tanto dentro de la comunidad como en el medio ambiente.
RECURSOS	C6 - Autoconciencia y autoeficacia	Los estudiantes confían en su propia capacidad para generar valor para los demás.
	C7 - Motivación y perseverancia	Los estudiantes quieren seguir su pasión y crear valor para los demás.
	C8 - Movilización de recursos	Los estudiantes pueden encontrar y usar los recursos de manera responsable.
	C9 - Educación financiera y económica	Los estudiantes pueden elaborar el presupuesto para una actividad sencilla.
	C10 - Movilizar a otros	Los estudiantes pueden comunicar sus ideas con claridad y entusiasmo.

PROACTIVIDAD	C11 - Tomando la iniciativa	Los estudiantes están dispuestos a intentar resolver los problemas que afectan a sus comunidades.
	C12 - Planificación y gestión	Los estudiantes pueden definir los objetivos de una actividad sencilla de creación de valor.
	C13 - Hacer frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	Los estudiantes no tienen miedo de cometer errores mientras prueban cosas nuevas.
	C14 - Trabajar con otros	Los estudiantes pueden trabajar en equipo para crear valor.
	C15 - Aprender a través de la experiencia	Los estudiantes pueden reconocer lo que han aprendido participando en actividades de creación de valor.

5. Discusión

Ante la falta de educación empresarial innovadora para los estudiantes y graduados en artes creativas en toda la UE, el curso diseñado en el proyecto 4ArtPreneur facilita una metodología empresarial específicamente dirigida a estos perfiles de alumnos, y proporciona los materiales y herramientas de apoyo para que las facultades de los campos de las ICC les ayuden a adquirir un pensamiento innovador y las competencias necesarias para emprender su propio negocio.

El proyecto se encuentra actualmente en la segunda fase de desarrollo. En el mes de enero de 2022 se impartió un curso en formato híbrido en la Universidad Politécnica de Valencia para profesores, en el que se les enseñó la metodología, los recursos y las herramientas de 4ArtPreneur para dominar la dinámica de sistemas y el eportfolio. El curso dirigido a los alumnos se ha impartido durante los meses de junio y julio del mismo año en las universidades de Chipre, Portugal y España. El *feedback* de estos alumnos es crucial para poder ver la utilidad del curso, si se adecúa a la finalidad para la que está diseñado, que es ser comprendida en el mercado del arte y las industrias culturales, si su duración y carga de trabajo es adecuada, si requiere de presencialidad o no, etc. Sus sugerencias, opiniones y visión crítica es importante de cara a reajustar el curso y analizar e implementar los aspectos de mejora necesarios. Todos los alumnos que han realizado el curso piloto han contestado a una encuesta sobre éste que constaba de 10 preguntas, referenciadas en la Tabla 4.

Tabla 4. Encuesta para alumnos del curso piloto

1. Entiendo la estructura de las lecciones
2. Entiendo los contenidos del curso
3. Me parece útil la dinámica de Sistemas
4. Las actividades son adecuadas para el curso
5. Las instrucciones para las actividades están claras
6. Hay suficiente tiempo para realizar las actividades
7. He podido explicar mi trabajo de manera sencilla a través del eportfolio
8. Entiendo la evaluación de las actividades
9. ¿Qué parte del curso te ha gustado más?
10. ¿Tienes alguna sugerencia para mejorar el curso?

A día de hoy han contestado la encuesta los alumnos de Chipre y España, que ya han finalizado el curso. Son un total de 38 respuestas (71,1% mujeres y 28,9% hombres) en su mayoría de entre 18 y 32 años. Cada pregunta debía ser puntuada entre 0 y 5. La tabla 5 muestra las respuestas numéricas obtenidas en las preguntas de la 1 a la 8. Las preguntas 9 y 10 tenían respuesta abierta y serán comentadas más adelante.

Tabla 5. Respuestas a la encuesta para alumnos del curso piloto

PUNTUACIÓN	1	2	3	4	5
1. Entiendo la estructura de las lecciones	0	1 (2,6%)	5 (13,2%)	10 (26,3%)	22 (57,9%)
2. Entiendo los contenidos del curso	0	1 (2,6%)	5 (13,2%)	11 (28,9%)	21 (55,0%)
3. Me parece útil la Dinámica de Sistemas	0	1 (2,6%)	7 (18,4%)	13 (34,2%)	17 (44,7%)
4. Las actividades son adecuadas para el curso	1 (2,6%)	1 (2,6%)	4 (10,5%)	13 (34,2%)	19 (50%)
5. Las instrucciones para las actividades están claras	0	1 (2,6%)	6 (15,8%)	14 (36,8%)	17 (44,7%)
6. Hay suficiente tiempo para realizar las actividades	2 (5,3%)	4 (10,5%)	4 (10,5%)	11 (28,9%)	17 (44,7%)
7. He podido enviar mi trabajo de manera sencilla a través del eportfolio	2 (5,3%)	2 (5,3%)	11 (28,9%)	11 (28,9%)	11 (28,9%)
8. Entiendo la evaluación de las actividades	0	0	9 (23,7%)	13 (34,2%)	16 (42,1%)

Cabe resaltar que solamente una o dos respuestas puntúan alguna pregunta en 1 o 2 y que la mayoría de respuestas puntúan 5 en todas las preguntas (por tanto, siempre más del 42% de estudiantes). El otro tanto por ciento más numeroso puntúa con un 4 (representan siempre más del 26,3% de las personas encuestadas). Así, la pregunta menos valorada es la número 7 que valora el portfolio y cómo enviar los trabajos a través de esta plataforma; también en la puntuación está más repartida en la pregunta 6 sobre el tiempo para realizar los trabajos, puesto que hay 2 respuestas que han puntuado 0, 4 que han puntuado 1 y 4 que han puntuado 2, aunque el resto queda repartido en 11 respuestas puntuando 2, 11 a 3 y 11 a 4.

Sobre las respuestas abiertas, a la pregunta 9 sobre qué es lo que más les ha gustado del curso, respondieron 30 estudiantes. 5 de ellos citaron las rich pictures y los diagramas. 4 de ellas se centraron en los debates que se llevaron a cabo. El resto son respuestas variadas, que valoran desde al profesor, a el trabajo en equipo, o el hecho de compartir experiencias tanto con los alumnos como con el profesor.

Sobre la pregunta número 10, las sugerencias para mejorar el curso, 9 estudiantes contestaron que no. 7 de ellos mencionaron que el curso debería ser más largo. 4 participantes hicieron referencia a los case studies, concluyendo que debería haber más variedad para intentar cubrir diferentes industrias culturales. El resto de las respuestas son más variadas: sobre la dificultad del e-portfolio, dividir a los estudiantes según sus disciplinas, más actividades para hacer en casa, etc.

Así, debemos esperar las respuestas de los estudiantes de Portugal que están en estos momentos terminando el curso para llevar a cabo un análisis de este *feedback* y poder mejorar los aspectos más destacados mencionados.

6. Conclusiones

Los objetivos del proyecto europeo se han conseguido en la medida en que se ha diseñado un curso dirigido a estudiantes y graduados de ICC y se ha puesto en práctica el programa piloto en el que, a falta de datos de uno de los países miembros, el *feedback* que hasta la fecha se ha recogido es bueno y permitirá implementar mejoras que enriquecerán el curso para conseguir los objetivos propuestos. Es importante destacar el interés y el número de solicitudes que llegaron para la inscripción.

De todos modos, es importante apuntar que el resultado del proyecto es a largo plazo, dado que se pretende la inserción laboral de estudiantes y graduados de ICC, además del reto que supone atender las necesidades individuales de los alumnos por la variedad de industrias culturales que existen. Cuando se haya desplegado e implementado el curso en otras universidades e instituciones, se podrá valorar si se consiguen los objetivos de inserción en el mercado del arte de estos alumnos. Para ello, se debería hacer un seguimiento de los alumnos que cursen el curso a lo largo del tiempo y ver su recorrido y trayectoria en este sentido.

7. Agradecimientos

Este proyecto se financió en el marco del Programa Erasmus+ de la Unión Europea (2020-1-ES01-KA203-081947) "Innovative thinking competences for Creative Art entrepreneurship (Artpreneur)".

RETRACTED ARTICLE

Referencias

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 10, 593884.
- COM (2010). *Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*. European Commission. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52012DC0173>
- Entrepreneurship Action Plan* (2020). European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52012DC0795>
- European Commission (EC). (2010). *EUROPE 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Working paper {COM (2010) 2020}*.
- Eurostat (2022) Euro area unemployment at 7.0% diciembre 2021 https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/search/-/search/estatsearchportlet_WAR_estatsearchportlet_INSTANCE_bHVjvvn1SZ8J?p_auth=ITGtG0X2&text=Euro+area+unemployment+at+7.0%25
- Fagerholm, F., Hellas, A., Luukkainen, M., Kyllönen, K., Yaman, S., y Mäenpää, H., *Designing and implementing an environment for software start-up education: Patterns and anti-patterns*. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2018.08.060>, *Journal of Systems and Software*, 146, 1-13 (2018)
- INITIATIVE, C. O. C. S. B. (2010) *Building a digital Economy* <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>
- Klimczuk, Andrzej (2014). *Barriers to the Development of Creative Industries in a Culturally Diverse Region. Coactivity: Philosophy, Communication* 22 (2) 145-152. <https://doi.org/10.3846/cpc.2014.13>
- Lhermitte, M., Alvarez, H., Marcout, C., Nam, Q., Sauze, E. (2021). *Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after COVID-19*. EY Consulting
- Naudin, A., Agusita, E. (2021, September) *Rethinking Cultural and Creative Entrepreneurship Education. Proceedings of the European Conference on Innovation & Entrepreneurship*. 628-634. Lisbon, Portugal.

RETRACTED ARTICLE