

GRACE



FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES DE LAS MICROEMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS PARA PONER EN MARCHA SU CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA ERA DIGITAL

INFORME SOBRE LAS LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES POLÍTICAS



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Proyecto n.º 2020-1-RO01-KA227-ADU-095722

Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los de su autor/a o autores/as y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo y Cultural Europeo (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de las mismas.

CONTENIDOS

Introducción.....	3
Trayectoria del proyecto GRACE - perspectivas de ampliación y transferibilidad	3
Datos nacionales sobre la fase de pilotaje	5
Recomendaciones políticas	11
Bibliografía	16

INTRODUCCIÓN

El objetivo del Informe sobre las lecciones aprendidas y las recomendaciones políticas es proporcionar una dirección de acción concreta de acuerdo con las conclusiones recogidas durante la ejecución de los resultados y las actividades anteriores del proyecto GRACE. Este documento desea abrir un diálogo más amplio sobre las necesidades de aprendizaje permanente de las microempresas creativas y culturales, así como sobre las iniciativas que podrían aumentar su creatividad y su capital de innovación. Además, sitúa el proyecto GRACE en los debates políticos en torno al fortalecimiento y la capacitación de los microempresarios y las pequeñas empresas a través de la adquisición de competencias digitales. Como punto final, el informe contribuirá a un amplio diálogo político y proporcionará una base para el desarrollo de futuras iniciativas.

El Informe de lecciones aprendidas y recomendaciones políticas estará disponible en 6 idiomas: inglés, rumano, griego, español, portugués y francés.

¿A quién se dirige este informe?

Las personas emprendedoras podrán hacer uso de este documento para complementar su conocimiento sobre la realidad de las microempresas creativas y culturales de los 6 países socios. Además, este informe es un material adicional a la plataforma educativa (disponible aquí: <https://moodle.grace-initiative.eu>), que contiene un curso y otros recursos útiles para las personas emprendedoras.

El personal educador de adultos/as podrá consultar el informe para comprender mejor las necesidades de los empresarios de microempresas creativas y culturales. Este documento es un apoyo adicional al ya disponible Set de herramientas para personal formador y educador de personas adultas, que está disponible aquí: [Grace_IO2_ES-toolkit_Final.pdf](#) (grace-initiative.eu). Las ONG podrán utilizar este informe para descubrir cuál es la realidad y las necesidades de los/as empresarios/as de microempresas con el fin de poder proporcionarles un apoyo y unas iniciativas personalizadas. Podrán encontrar más información útil en la página web del proyecto: www.grace-initiative.eu.

Las instituciones oficiales pueden utilizar este informe como punto de referencia a la hora de abordar iniciativas y otras actividades relativas a la digitalización del grupo objetivo de GRACE. Además, la sección de recomendaciones políticas puede ser un punto de partida para futuros debates sobre el apoyo digital proporcionado a las microempresas creativas y culturales.

Trayectoria del proyecto GRACE: perspectivas de ampliación y transferibilidad

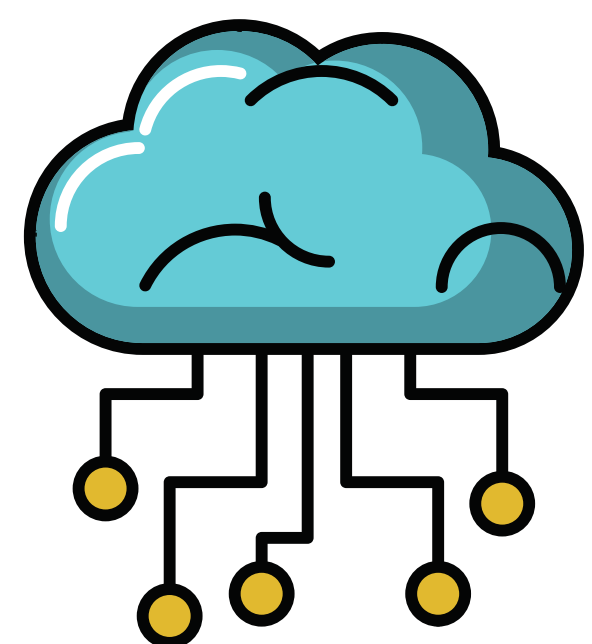
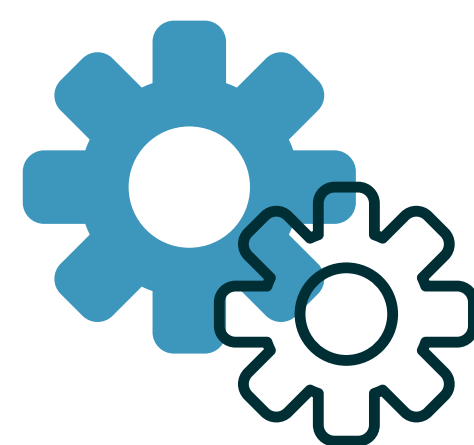
A la luz de la pandemia de COVID-19 y sus implicaciones, las microempresas culturales y creativas se vieron gravemente afectadas. Al favorecer modelos de negocio tradicionales que implican una interacción cara a cara con la clientela, poseer fondos limitados o inexistentes para la formación y la adquisición de habilidades y tener una necesidad constante de enriquecer su creatividad, las pequeñas empresas no estaban preparadas para enfrentarse a los retos planteados por la COVID-19.

En consecuencia, el objetivo del proyecto GRACE era crear una respuesta coordinada a este problema mediante el fomento de un nuevo marco empresarial respaldado por herramientas digitales, dotar a las microempresas creativas y culturales de competencias digitales y promover la formación de agrupaciones digitales y la creación de redes para despertar el potencial de innovación y creatividad de las pequeñas y medianas empresas (pymes) culturales y creativas. Al abordar una serie de objetivos dirigidos al sector cultural y creativo, como la iniciativa empresarial digital, las prácticas innovadoras, el fomento de la competitividad y el crecimiento de las pymes y la activación del potencial creativo, el proyecto GRACE promulga una nueva forma de pensar para las microempresas culturales y creativas con el fin de ayudarlas en su transformación digital.

El proyecto GRACE está financiado por la Unión Europea a través de la línea de Asociaciones para la Creatividad del programa ERASMUS+. Además, el proyecto GRACE ha sido implementado por un partenariado de **7 organizaciones de 6 países europeos**: Rumanía, Grecia, Luxemburgo, España, Portugal y Reino Unido.

Surgido de esta necesidad específica, el proyecto GRACE se basa en los siguientes **objetivos concretos**:

- Dotar a las personas emprendedoras de microempresas culturales y creativas de competencias digitales para posicionar con éxito su negocio en la era digital y avanzar en su competitividad y crecimiento.
- Aumentar el conocimiento y la disponibilidad de recursos para el personal educador de personas adultas que trabaja en este ámbito, a fin de que esté plenamente equipado para apoyar a las microempresas.
- Establecer agrupaciones y redes de creatividad e innovación digitales para reforzar la transferencia de conocimientos, la creatividad y el pensamiento innovador.
- Reforzar el diálogo político transnacional sobre el apoyo a la formación de las microempresas creativas y culturales para su sostenibilidad y crecimiento.



Estos objetivos seguían la dirección trazada por los 3 productos del proyecto, que juntos forman una vía de aprendizaje para responder a las necesidades de los empresarios de los sectores cultural y creativo:

1. La plataforma educativa y el curso en línea

La plataforma educativa es un espacio educativo no formal para el aprendizaje y la comunicación abiertos y colaborativos y una reserva de buenas prácticas y otros recursos para las microempresas. Esta plataforma alberga un curso en línea sobre competencias digitales y emprendimiento digital para microempresas creativas y culturales adaptado a sus necesidades y orientado a la innovación y enriquecido con ejercicios prácticos, escenarios empresariales reales y ejemplos y estudios de casos. El material de la plataforma, así como el contenido del curso, están disponibles en 6 idiomas.

2. Set de herramientas para personal formador y educador de personas adultas

El conjunto de herramientas GRACE incluye información, orientaciones prácticas y recursos pertinentes y oportunos para formar a las microempresas en la adquisición del espíritu empresarial digital y apoyar a las personas aspirantes culturales y creativas en la adquisición de competencias digitales que les ayuden a poner en marcha su negocio. Este material está disponible en las lenguas del partenariado y se puede consultar en la página web del proyecto como fuente abierta.

3. Informe de lecciones aprendidas y recomendaciones políticas

Este informe contiene el legado del proyecto GRACE y su contribución a la agenda política, profundizando en las cuestiones relativas a las necesidades de formación y a los obstáculos que deben superarse, así como a los itinerarios educativos que pueden crearse para mejorar las competencias de las microempresas culturales y creativas.

Datos nacionales sobre la fase de pilotaje

En la siguiente sección del informe se presentan los resultados obtenidos en cada país socio tras la fase piloto del curso y el uso de la plataforma. Esta fase se adaptó a las necesidades de cada contexto nacional y se aplicó en consecuencia.

Los principales objetivos de la fase de pilotaje eran:

- Mejorar las competencias digitales de los/as profesionales de los sectores de las artes y la cultura.
- Proporcionar una solución en línea alternativa a las pequeñas empresas del sector artístico y cultural.
- Proporcionar al personal educador y formador de personas adultas un curso completo de competencias digitales en el sector de las artes y la cultura.
- Ofrecer una visión completa de las tendencias y oportunidades futuras
- Presentar y poner a prueba la plataforma
- Difundir los materiales y las oportunidades de GRACE

Reino Unido

Canary Wharf Consulting decidió llevar a cabo una sesión con las personas participantes para presentar el proyecto y sus resultados y luego dejar que exploraran y experimentaran el contenido desarrollado. La estructura de la reunión fue una sesión en línea de 2 horas con una introducción al proyecto, sus objetivos y metas, los resultados y la plataforma desarrollada en el marco del IO1. Como tienen experiencia en formación y proyectos piloto, decidieron intentar que hubiera un elemento interactivo y una conversación entre las personas participantes y el personal facilitador. Iniciaron el piloto con una actividad para romper el hielo y, a continuación, una descripción del programa y los objetivos del piloto. A continuación, se presentó la plataforma y se explicó uno de los módulos, el procedimiento de inscripción, así como las instrucciones de uso de la plataforma. Canary Wharf Consulting informó a las personas participantes de que tendrían acceso a los contenidos y que podrían finalizar la formación a su propio ritmo y tiempo.

Al final del pilotaje, se mantuvo un debate abierto y se pidieron opiniones sobre el pilotaje, así como sobre su experiencia general con el proyecto (los/as participantes respondieron al cuestionario de evaluación preparado por la organización social encargada de la calidad del proyecto para la implementación del pilotaje de IO1).

El número total de inscripciones para esta fase fue de 36, pero al final asistieron 21 participantes. Además, se crearon 15 cuentas individuales en la plataforma. Los principales perfiles de los/as participantes en la fase piloto eran emprendedores/as, autónomos/as y gestores/as de pequeñas empresas.

Las personas participantes sólo rellenaron/respondieron el cuestionario tras la finalización del pilotaje (esto puede considerarse la evaluación inicial, ya que no han respondido al cuestionario tras finalizar todo el contenido de la plataforma, solamente el pilotaje/presentación).

Basándose en las respuestas del cuestionario de evaluación, sugirieron los siguientes ajustes:

- Una sección con preguntas frecuentes puede ser útil ya que a veces responden a algo que no han pensado. Además, es más fácil resolver y tratar conceptos erróneos o dificultades comunes.
- Aprendizaje entre iguales, ya sea mediante vídeos de personas que hayan participado en la formación/el proyecto para compartir su experiencia o de profesionales expertos/as en competencias digitales para compartir alguna información adicional, pero sobre todo si se acercan a su formación de base y/o edad.
- El apoyo de una persona facilitadora ya está presente con el vídeo introductorio para la plataforma, pero las personas participantes, especialmente las que no tienen experiencia en habilidades digitales, a menudo pueden surgir con preguntas o problemas. El apoyo en esta materia se puede proporcionar con la opción de un chat como algo más rápido (entendemos que esto no es factible) o con videos adicionales con dificultades comunes de los participantes, o poniéndose en contacto con alguien a través de un formulario de comunicación que puede incluir cuál es el problema.

Algunas de las lecciones aprendidas del personal facilitador/formador fueron:

- La diferencia de conocimientos en competencias digitales puede ser un factor importante que afecte a la formación. Quizá para algo similar sería importante hacer una distinción entre los conocimientos (aficionados/as, novatos/as, expertos/as) y comparar resultados/necesidades.
- La tecnología y las competencias digitales se han convertido en un factor importante para que alguien pueda promocionar su empresa y hacerla más visible. Combina muchos elementos y diferentes enfoques. A través de nuestro proyecto, conseguimos abarcar/hablar de algunos de ellos. Esto puede ser una base para alguien o un punto de partida.



Grecia

Dado que hay dos organizaciones socias de Grecia, han llevado a cabo un pilotaje conjunto. KMOP Education & Innovation Hub y Clio Muse Tours organizaron el pilotaje en forma de formación en línea asíncrona. Durante el seminario web sobre herramientas, también presentaron la plataforma y los módulos. Se invitó a las personas participantes a registrarse en la plataforma y realizar el curso. También se les pidió que rellenaran un formulario de evaluación tras completar los módulos. Resulta evidente que incorporaron la implementación del pilotaje dentro de la actuación de IO2.

No organizaron ninguna sesión en línea en directo. Como ya se ha mencionado, aprovecharon el seminario web del set de herramientas para presentar también el curso e invitar a las personas participantes a suscribirse a Moodle y realizar el curso. Así pues, este webinar se consideró la primera sesión en directo.

Además, el curso se desarrolla en formato de aprendizaje en línea asíncrono, y sería difícil y tal vez sin sentido celebrar reuniones en línea en directo, ya que cada participante seguía su propio itinerario de aprendizaje.

18 participantes griegos/as asistieron a la fase piloto y crearon una cuenta en la plataforma GRACE. Los perfiles de estas personas eran: profesionales de las artes y la cultura; personas emprendedoras del sector creativo y cultural; personal educador y formador de personas adultas.

Se pidió a las personas participantes que rellenaran un formulario de evaluación tras completar los módulos. Según las 7 respuestas recibidas, la experiencia general fue muy positiva. También señalaron que este curso fue emocionante y valioso.

Algunas de las lecciones aprendidas del personal facilitador/formador fueron:

- Los/as profesionales y emprendedores/as de los sectores creativo y cultural son muy positivos/as y están abiertos/as a desarrollar sus competencias digitales.
- El personal formador debe motivar a las personas participantes para que completen los cuestionarios y actividades finales de los módulos, ya que son esenciales para la autoevaluación.

Rumanía

European Association for Social Innovation llevó a cabo el pilotaje en Rumanía utilizando un enfoque mixto de sesiones de intermediación en línea y aprendizaje a su propio ritmo. Esta organización social aprovechó la oportunidad para difundir la fase piloto en el primer seminario web IO2 que organizó, así como utilizando sus canales de redes sociales y enviando invitaciones por correo electrónico a actores viables.

El pilotaje en Rumanía consistió en dos sesiones intermedias y un viaje de aprendizaje a ritmo individual. En un principio, estaban previstas tres sesiones intermedias, pero al final sólo se celebraron dos debido a la disponibilidad de tiempo de los/as participantes. En la primera sesión intermedia, EaSI presentó el proyecto, la plataforma y el curso y realizó una demostración de interacción con la plataforma. A continuación, se invitó a las personas participantes a crear una cuenta y comenzar su formación.

La segunda sesión se utilizó como contexto para las preguntas, la interacción entre las personas participantes y también como oportunidad para que expresaran sus opiniones sobre el pilotaje.

11 personas se inscribieron para asistir a la fase de pilotaje, de las cuales 5 participantes estuvieron presentes en las sesiones intermedias. 10 personas se inscribieron en la plataforma de aprendizaje en línea. Los perfiles de las personas participantes eran los siguientes: empresarios/as de pequeñas empresas, educadores/as de personas adultos, investigadores/as.

La evaluación del pilotaje se llevó a cabo en una de las sesiones intermedias. Las personas participantes evaluaron positivamente la iniciativa GRACE y la plataforma, manifestando que encontraban útiles los materiales. Algunas ya estaban familiarizadas con algunos de los conceptos presentados, por lo que sugirieron que la plataforma también podría incluir algunos materiales para personas con un nivel más avanzado. Además, algunas indicaron que habrían necesitado más herramientas prácticas que pudieran utilizar para mejorar sus competencias digitales.

España

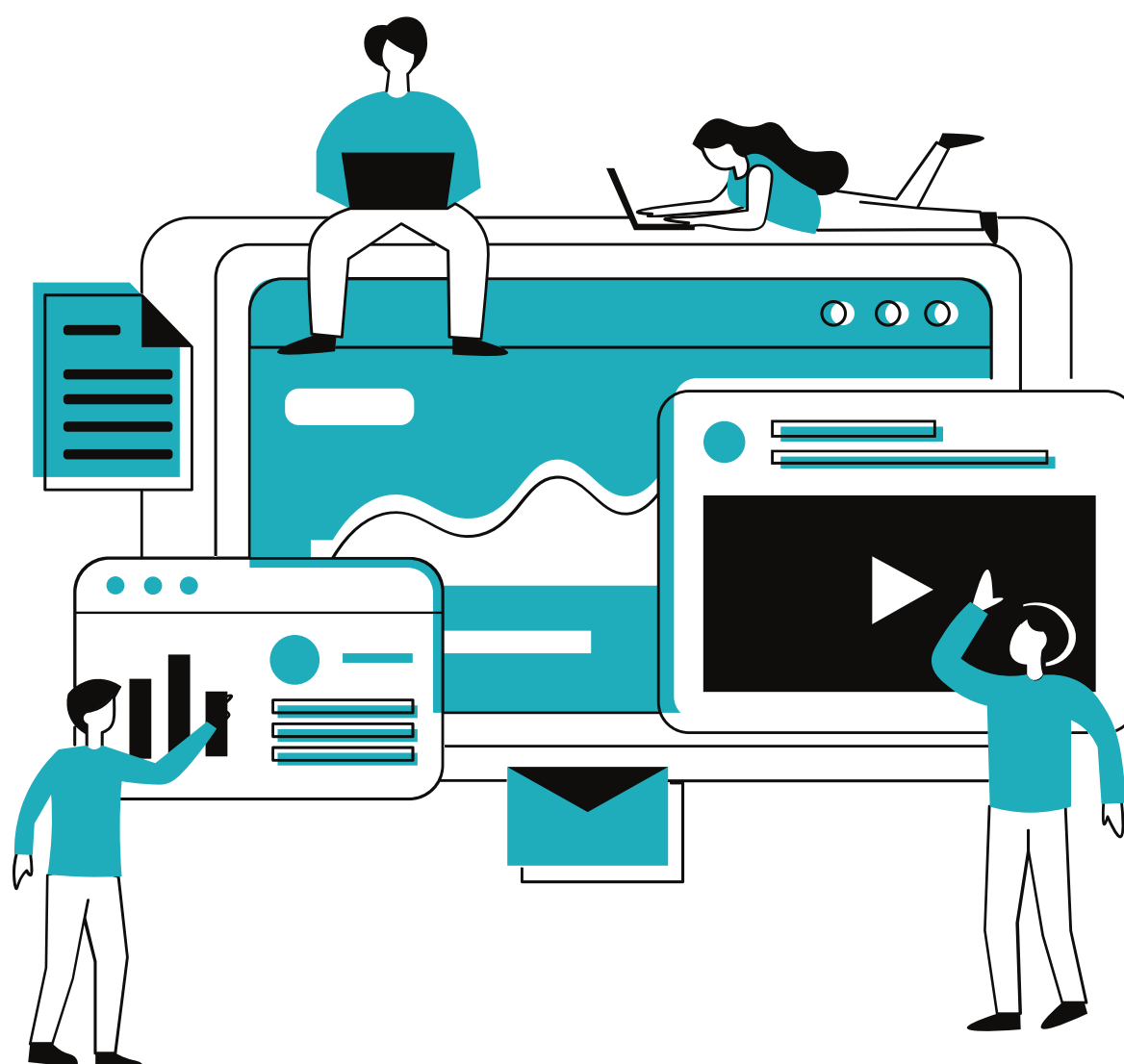
Consultoría de Innovación Social decidió implementar el pilotaje en la provincia de Granada, ya que esta provincia está llena de patrimonio cultural y es muy turística. El pilotaje de la formación se organizó en sesiones en línea, ya que así era más fácil el acceso para los/as participantes desde diferentes puntos de la región. Se les motivó para que se registraran en la plataforma y completaran los módulos. Las sesiones en línea se utilizaron para debatir e intercambiar los resultados y las necesidades adicionales de las personas participantes.

En total, 20 participantes se registraron en la plataforma y completaron el curso por su cuenta. Sin embargo, en las sesiones piloto estuvieron presentes 15 participantes. El perfil de las personas participantes era: personal formador de adultos/as y profesionales del arte y la cultura en el sector cultural y turístico. Parte de ellas trabajaban en pymes y parte eran autónomas.

La valoración general que dieron al personal facilitador fue muy positiva. Consideraron que el contenido era muy interesante. También preguntamos por las necesidades generales y adicionales de las personas participantes en relación con este proyecto y tuvimos que darnos cuenta de que las necesidades son muy diversas, dependiendo de las competencias digitales pero también del sector. Algunas empresas culturales podrán trabajar más con herramientas digitales para promocionar y vender sus productos que otras.

No hubo recomendaciones adicionales específicas sugeridas por las personas participantes, como se señaló anteriormente.

- Para el personal formador y la contratación: es bueno contar con un grupo más o menos homogéneo/con el mismo nivel de competencias e intereses; de lo contrario, los intereses de los/as participantes podrían ser muy diversos.
- Para la publicidad de los cursos: insistir en la necesidad específica de un perfil concreto en el sector cultural, ya que las necesidades podrían ser muy diversas.
- Para recibir feedback: para recibir feedback es mejor tener a la gente en persona y no en un autoaprendizaje, ya que, en muchos casos, no rellenan la evaluación.



Portugal

En Portugal, Aproximar realizó el piloto en línea. En total, fueron 4 sesiones síncronas complementarias, de 2 horas cada una, a las horas asíncronas en Moodle. Para planificar las sesiones, se elaboró: un programa de formación, detallando los módulos, contenidos, objetivos de aprendizaje, metodología de evaluación y grupo objetivo; planes de sesión, incluyendo la organización de la sesión, detallando las actividades, el material necesario para llevar a cabo las sesiones, y con una visión más concreta de los temas y de las referencias utilizadas; cronograma, para programar las sesiones, que tuvieron lugar durante el mes de diciembre.

Los métodos de facilitación, en términos pedagógicos, fueron expositivos, activos e interrogativos. El énfasis recayó en los métodos expositivos (presentar el contenido de los módulos), pero en todas las sesiones, menos en la última, las personas participantes realizaron actividades para garantizar un espacio de aprendizaje interactivo y practicar lo que se había presentado.

Además, dadas las particularidades de Aproximar (entidad docente certificada por la DGERT, autoridad pública que certifica a las organizaciones a través de un reconocimiento global de la capacidad de la entidad para llevar a cabo formaciones de acuerdo con un referente de calidad específico), todas las personas participantes que quisieron matricularse tuvieron que participar en las sesiones intermedias. En total, 12 personas participaron en al menos 1 sesión, con diversos grados de realización. Al final, 5 personas participaron en todas las sesiones intermedias y la mayoría (8) en 2 o más sesiones.

En la plataforma Moodle de GRACE, 8 personas crearon una cuenta como resultado del pilotaje portugués. Se analizó el perfil de las personas participantes en términos de ocupación profesional, educación, género y edad. Ocupación profesional: director/a y fotógrafo/a; productor/a de eventos; agente de reservas; director/a de comunicación; desempleado/a; productor/a; marca y patrocinio; consultoría de proyectos culturales; *road manager*, director/a de escena, productor/a de espectáculos; analista financiero/a; productor/a ejecutivo; profesional de la comunicación.

Para el pilotaje de GRACE, las personas participantes en Portugal rellenaron un cuestionario de satisfacción (n=6) y una evaluación de competencias y conocimientos antes y después del pilotaje (n=6) para evaluar la satisfacción y el impacto, respectivamente, de la formación. En cuanto a la evaluación de competencias y conocimientos, el alumnado debía clasificar sus habilidades y conocimientos en una escala de 1 a 5. En general, teniendo en cuenta los 17 puntos evaluados, las personas participantes del pilotaje aumentaron sus habilidades y competencias de una media de 3,1 a 4,5, lo que representa un incremento de 1,4. En pocas palabras, tras analizar la evaluación de competencias y conocimientos y el cuestionario de satisfacción, aunque el pilotaje portugués no contó con la cantidad de participantes esperada, la formación fue sin duda impactante y bien recibida.

En cuanto al alumnado, durante la retroalimentación de la sesión final, se presentaron los siguientes comentarios y sugerencias:

- Fue muy útil, el emprendimiento digital es una habilidad necesaria en todos los sentidos.
- Me gustaron mucho las actividades.
- Los recursos en Moodle son muy completos e interesantes.
- Formación completa que ofrece una visión amplia y honesta.
- Herramientas y estrategias útiles e innovadoras.

Sugerencias:

- Tiempo insuficiente para la cantidad de contenidos, se necesitan más horas para la formación.
- Ayudar a crear y nutrir el negocio de una forma más práctica.
- Necesaria una parte más práctica.

Recomendaciones políticas

Esta sección del informe propone una serie de recomendaciones políticas a la luz de los datos recogidos y de la investigación realizada en cada país socio. Estas recomendaciones pueden ser utilizadas por los responsables políticos y otras organizaciones competentes como puntos de partida para el desarrollo de futuras iniciativas y estrategias dirigidas a las microempresas creativas y culturales. Además, esta sección contribuye a la sostenibilidad del proyecto GRACE presentando las áreas en las que se pueden emprender nuevas acciones.



Reino Unido

A partir de la experiencia de la organización social en la ejecución del proyecto GRACE y de la interacción con sus participantes (partes interesadas y grupo destinatario inmediato: propietarios/as de pequeñas empresas del sector cultural y creativo), llegamos a la siguiente conclusión.

En Reino Unido hay muchas pequeñas empresas que se han visto gravemente afectadas por la pandemia y la constante evolución en el departamento tecnológico, que les ha obligado de forma bastante brusca a aprender nuevas habilidades sin ninguna orientación o ayuda específica. La mayoría de estos conocimientos requieren una formación específica y, para empezar, es posible que las personas tengan incluso una barrera lingüística. Sobre todo porque se han visto afectadas por la pandemia, lo último que quieren es gastar dinero en formación sobre algo que no entienden del todo y no se dan cuenta de su importancia o de cómo les va a ayudar. Basándonos en nuestra experiencia, las personas participantes se mostraron dispuestas a participar e intentar incorporar nuevas habilidades y conocimientos a su trabajo.

Basándonos en todo esto, nuestra recomendación sería que los responsables políticos escucharan estas necesidades y les ayudaran de forma que pudieran elevarlas. Las microempresas constituyen la mayoría de las empresas del Reino Unido, por lo que creemos que es esencial apoyarlas.

RECOMENDACIONES

Que las partes interesadas impartan seminarios sobre cuestiones importantes que puedan haber afectado a las pequeñas empresas (como la forma de solicitar compensaciones por las dificultades a las que se han enfrentado, un par de reuniones de consulta con directores/as de empresas que puedan ayudarles a mantener y elevar su negocio y seminarios sobre competencias digitales basados en el contenido de la empresa y el nivel de competencias digitales). Como ya se ha mencionado, dado que el inglés puede no ser la primera lengua para algunas personas, una investigación a pequeña escala sobre los antecedentes nacionales y los posibles subgrupos con un/a intérprete o un/a facilitador/a que hable su lengua podría ayudar también a estos/as propietarios/as.

En segundo lugar, organizar reuniones en forma de pequeños grupos en los que las personas emprendedoras puedan reunirse y debatir los posibles problemas que hayan tenido y dar la oportunidad a las demás de compartir cómo podrían haber afrontado un problema similar. Un/a facilitador/a puede ser útil para dirigir la conversación y ayudar en los casos en que parezca haber un malentendido o una dificultad. Además, puede presentar algunos temas y problemas potenciales y pedir a las personas participantes que respondan cómo los abordarían con sus recursos actuales.

Por el momento, no existe ninguna investigación concreta o ampliada sobre el tema que pueda servir de apoyo, pero la opinión de los/as participantes en el proyecto GRACE puede servir de base y hacer un seguimiento basado en ella.

El impacto esperado sería el cierre de menos microempresas por no poseer las habilidades/los medios y el apoyo necesarios para este nuevo entorno y su elevación significaría el florecimiento de la industria de mercado. Es algo de lo que todos se beneficiarían. Por supuesto, también habrá efectos secundarios positivos.

Grecia

Sobre la base de la experiencia y los datos recogidos a través de la investigación documental y sobre el terreno, el seminario web sobre herramientas y el pilotaje del proyecto GRACE, se recomienda desarrollar un plan holístico y estratégico para reforzar y potenciar la transición digital en los sectores creativo y cultural.

RECOMENDACIONES

La primera etapa consiste en apoyar esta transición a nivel individual. Esto podría facilitarse incluso desde la escuela. El desarrollo de las competencias digitales debería incorporarse al plan de estudios principal de la escuela. Así, cuando una persona termine la escuela ya estará bien equipada con las competencias digitales necesarias. Además, debería haber oportunidades de formación a nivel individual en el contexto del aprendizaje permanente durante la vida profesional de alguien. Esto podría ser muy útil para los/as microempresarios/as y autónomos/as de los sectores creativo y cultural.

La segunda etapa consiste en apoyar la transición digital a nivel organizativo. Las pequeñas empresas deben ofrecer a sus empleados/as oportunidades de formación y desarrollo de competencias digitales. Cada empresa del sector creativo y cultural actúa como una organización dinámica con necesidades digitales específicas. Por lo tanto, es crucial apoyar a sus empleados/as en este proceso de desarrollo y cambio.

La tercera etapa consiste en apoyar la transición digital a nivel comunitario. Las oportunidades de formación y desarrollo de competencias digitales también deberían estar disponibles en el contexto de los municipios o incluso de los barrios.

La cuarta y última etapa consiste en apoyar la transición digital a nivel nacional mediante conferencias, intercambio de buenas prácticas, aplicación a lugares arqueológicos y museos nacionales.

Resulta evidente que para desarrollar un plan tan holístico es absolutamente necesaria la financiación. La financiación es fundamental para todas las etapas, tanto para la formación como para las infraestructuras. Para aplicar esta transición digital estratégica, también es necesaria la colaboración entre el Estado y las empresas. Este enfoque holístico repercutiría en la sociedad en su conjunto y a todos los niveles: individual, organizativo, comunitario y nacional, con lo que la transición digital en los sectores creativo y cultural sería más fluida y sostenible.

Rumanía

A la luz de la aplicación de los resultados del proyecto GRACE, hemos llegado a la conclusión de que es necesario actuar a través de políticas públicas para uniformizar el nivel de competencias digitales de las microempresas culturales y creativas a nivel de la UE. Basándonos en la investigación realizada por el partenariado GRACE, el desarrollo del set de herramientas para el personal formador y el pilotaje de la plataforma GRACE, una de las deducciones a las que hemos llegado es que la pandemia COVID-19 afectó directamente al grupo objetivo del proyecto. Además, otra de las conclusiones a las que hemos llegado es que el apoyo prestado por las instituciones públicas y las partes interesadas a las microempresas del sector cultural y creativo es limitado y presenta algunas lagunas. Hay que reconocer que esta realidad incluye también a las microempresas rumanas.

RECOMENDACIONES

Sesiones constantes de consulta a nivel local con representantes de los municipios/actores pertinentes.

La creación de redes locales de apoyo que incluyan a los/as empresarios/as de microempresas culturales y creativas y que estén gestionadas por las autoridades locales.

La creación de otros contextos de cooperación entre las personas emprendedoras de pequeñas empresas y las partes interesadas (eventos de creación de redes; formación dedicada al grupo objetivo; eventos en los que puedan informarse sobre la búsqueda de oportunidades).

España

En España hay muchas iniciativas públicas para promover la digitalización de las pequeñas empresas de todos los sectores; por ejemplo, la campaña «España digital 2025» lanzada por el Gobierno español (<https://espanadigital.gob.es>), cuyo objetivo es mejorar la conexión digital con la tecnología 5G, pero también las competencias digitales de las personas usuarias y la ciberseguridad. Las competencias digitales incluyen la transformación digital de la empresa y el aprendizaje digital. Este documento estratégico se dirige a las empresas en general, pero también a sectores específicos como el alimentario, la sanidad, la movilidad y el turismo.

También hay un Plan de acción para pymes de 2021 a 2023 con un presupuesto de 4.656 M€. Este incluye:

- Digitalización básica de las pymes
- Apoyo en la gestión del cambio
- Formación digital
- Apoyo a la digitalización sectorial
- Una «etiqueta digital PYME».

La recomendación es monitorear de cerca los cambios obtenidos durante la implementación del plan de acción mencionado y, luego, hacer un seguimiento y ver cuáles son las necesidades de las personas emprendedoras de microempresas que no fueron cubiertas. El factor importante será no sólo invertir en equipos técnicos, sino también en las habilidades de las personas usuarias para que puedan beneficiarse al máximo de las nuevas tecnologías.

Portugal

Uno de los principales objetivos para la próxima década en la Unión Europea es capacitar a la ciudadanía y las empresas en la transformación digital. Los objetivos de la Comisión Europea, descritos en el «Programa de políticas de la Década Digital», son claros: hasta 2030, más del 90 % de las pymes deberían tener al menos un nivel básico de intensidad digital, el 80 % de la población debería tener al menos competencias digitales básicas y el 75 % de las empresas de la UE debería utilizar la nube, la inteligencia artificial y los macrodatos. Más allá de estos objetivos, las políticas para proteger los datos europeos y seguir desarrollando la Identidad Digital Europea también son preocupaciones para el Programa de políticas de la Década Digital.

No obstante, los Estados miembros de la Unión Europea presentan diferentes índices de inclusión digital y adopción de tecnologías digitales en las empresas, como pone de manifiesto el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI), los indicadores que siguen y resumen el progreso digital de los Estados miembros.

El Informe sobre el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales 2022 presenta dos indicadores fundamentales para acceder a esta realidad: el Índice de Intensidad Digital (IDD), que mide el uso de diferentes tecnologías digitales (12 en total) a nivel empresarial, demuestra que solo en 4 países (Finlandia, Dinamarca, Malta y Suecia) el porcentaje de empresas con un IDD muy alto (adopción de al menos 10 de las tecnologías analizadas) supera el 8 %. En cambio, en Rumanía y Grecia hay más de un 60 % de empresas con un índice de innovación digital muy bajo (escasa inversión en tecnologías digitales).

La diferencia es aún más significativa cuando se analizan las pequeñas y medianas empresas: en 2021, el 80 % de las pymes de los países nórdicos tienen un nivel básico de intensidad digital. En comparación con Rumanía y Bulgaria, ambas por debajo del 30 %, y Portugal y Grecia en torno al 50 %. El otro indicador fundamental que debe analizarse es la proporción de individuos con competencias digitales básicas o por encima de las básicas. Los datos de Eurostat (2021) ofrecen un panorama similar entre los Estados miembros: Finlandia, Islandia y los Países Bajos superan el 75 %, mientras que Rumanía, el más bajo, se sitúa en el 27,72 %. La media de la UE 27 se sitúa en torno al 54 % (en 2020).

RECOMENDACIONES

En resumen, aunque se observa un aumento constante en los últimos años, pueden hacerse recomendaciones políticas para garantizar que se alcancen los objetivos de la UE para 2030. A este respecto, y analizándolo en el marco del programa político de la «Década Digital», se formulan dos recomendaciones políticas en materia de capital humano, dirigidas a las competencias digitales de la mano de obra, y de empresas, dirigidas a la integración de la tecnología digital.

Innovación abierta horizontal - La innovación abierta puede definirse como el uso por parte de las empresas de ideas y vías de acceso al mercado externas e internas para fomentar el avance tecnológico (Chesbrough, 2003). En lo que respecta a la adopción por parte de microempresarios y pymes, la innovación abierta horizontal refleja un acceso más fácil a nuevas soluciones y un camino más claro hacia la adopción de tecnologías digitales (Brodny & Tutak, 2022).

Aunque a través de políticas y planes de acción nacionales, relacionados con el Programa Europa Digital (es decir, Plano de Ação para a Transição Digital de Portugal, DIGITAL EUROPE European Digital Innovation Hubs), se ha invertido y financiado en centros de innovación digital nacionales y europeos, faltan estrategias y políticas para fomentar la adopción de tecnología por parte de las empresas de los niveles bajo y muy bajo del DIII, que, como se ha presentado, representan la mayoría de las pymes en numerosos Estados miembros. Estos centros están adaptados a las competencias digitales avanzadas. Como tal, la primera recomendación es el desarrollo de centros, o redes similares, para las empresas con DIII bajo o muy bajo, fomentando la innovación y la colaboración adaptadas a sus necesidades y asegurando que, para 2030, el 90 % de las pymes tengan al menos un nivel básico de intensidad digital.

La segunda recomendación, relacionada con el proyecto GRACE y el sector creativo y cultural (SCC), es fomentar el comercio electrónico a través de la formación de personas adultas y de EFP para los/as trabajadores/as y empresarios/as del CCS, ya que es uno de los principales motores del progreso económico y digital del sector artístico (Massi et al., 2020). En el pilotaje del proyecto GRACE, el alumnado mostró un aumento significativo de sus competencias para adaptar sus negocios al comercio electrónico.

Por último, en el SCC, el cambio del papel de la persona consumidora a agente que puede interactuar directamente para intercambiar y coproducir productos y servicios basados en el arte (O'Connor y Wynne, 2017) debe ser aprovechado a nivel empresarial, pero también por los responsables políticos, ya que representa una oportunidad para fomentar las competencias digitales en la población y garantizar que las empresas europeas de SCC se mantengan a la vanguardia de la innovación digital.

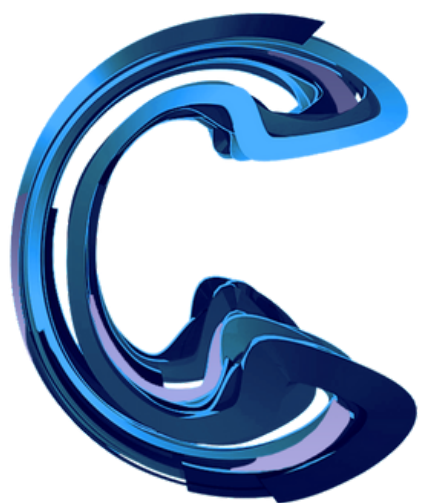
CONCLUSIÓN

Para concluir, el valor añadido aportado por este documento está representado por las vías de mejora en relación con el proceso de digitalización de las microempresas creativas y culturales. Además, el informe presenta la realidad de la situación en los 6 países socios y desea formular con ello una **llamada a la acción** que pueda responder a las necesidades identificadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brodny, J., & Tutak, M. (2022). Analyzing the level of digitalization among the enterprises of the European Union member states and their impact on economic growth. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 70.
- Chesbrough, H.W. (2003), *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business Press, Boston, MA.
- Hossain, M., & Kauranen, I. (2016). Open innovation in SMEs: a systematic literature review. *Journal of Strategy and management*, 9(1), 58-73.
- Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (2020). *Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries*. Routledge, London, UK, 10, 9780429329852.
- O'Connor, J., & Wynne, D. (2017). *From the Margins to the Centre: Cultural production and consumption in the post-industrial city*. Routledge.

GRACE



Cofinanciado por
la Unión Europea

Proyecto nº 2020-1-RO01-KA227-ADU-095722

Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo y Cultural Europeo (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de las mismas.