



Erasmus+

Memoria del Proyecto europeo Thrive!



Erasmus+

La Fundació Indústries Gràfiques, junto con la Escuela Antoni Algueró y el Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya colaboran en el proyecto europeo de educación para el sector de las Artes Gráficas THRIVE. Los participantes en el Proyecto son Universidades de Holanda, Bélgica, Alemania e Inglaterra. En el caso de la representación que no atañe, los representantes que ha tenido la Fundación en este proyecto han sido Joan Creus y Joan Sans, que han aportado todo su conocimiento a desarrollar los contenidos que se han elaborado, cada uno desde la faceta en la que ha podido realizar mejores aportaciones.



STIVAKO. Socio solicitante coordinador. Stivako tiene una reputación duradera en los Países Bajos como el Instituto de educación de gestión, marketing, planificación y cálculo de costos y estimaciones para la industria creativa y la industria de los medios impresos, todo en estrecha cooperación con la federación de empleadores Royal KVGGO. Stivako también tiene experiencia en el desarrollo de juegos para la educación y el espíritu empresarial. Stivako trabaja junto con la agencia de consultoría Dienstencentrum en el desarrollo de servicios de apoyo para empresas e I + D para el sector en general. Stivako tiene mucha experiencia en la gestión y coordinación de proyectos a nivel nacional y de la UE.

NYTA BV es una PYME, especialmente concentrada en educación, capacitación y apoyo para organizaciones y empresas en la industria creativa. NYTA ha gestionado (coordinado) proyectos de la UE en ECVET recientemente.

En este proyecto, el área principal será la investigación y el desarrollo de módulos de aprendizaje para las competencias empresariales para la educación de la FP. Las actividades de difusión se realizarán en la plataforma y red europea EGIN, de la cual el propietario y director de Nyta es el secretario ejecutivo.

Hill Top Consulting tiene estrechos vínculos con la industria gráfica y de impresión en el Reino Unido y está estrechamente vinculada con la federación de empleadores del Reino Unido (BPIF).

Hill Top ha participado en tareas de expertos para la federación europea de empleadores (Intergraf).

En este proyecto, Hill Top se centrará principalmente en los perfiles de la empresa de investigación, desarrollo y validación. En el desarrollo de la herramienta electrónica, la función será apoyar al desarrollador de TIC y validar los resultados y los resultados.

Universidad de Bergische Wuppertal (BUW), es una universidad con buena reputación en Alemania, con una Facultad de Ingeniería Eléctrica y de Medios y una Facultad de Arte y Diseño. University Wuppertal desempeñará un papel importante en la investigación previa sobre los perfiles de las empresas, la creación de cuestionarios con fines de investigación y el desarrollo de herramientas electrónicas. En el desarrollo real de E-Tool, validarán las etapas designadas de desarrollo y salida / entrada. Ellos probarán en campo la herramienta E y validarán la salida y los niveles de corrección.

Artevelde Hogeschool, El Colegio Universitario de Artevelde en Gante (AHS), miembro de la Asociación de la Universidad de Gante, es uno de los colegios universitarios más grandes de Flandes. Ofrece programas de estudio, entre otros: formación docente, negocios y educación gráfica para más de 13.000 estudiantes. Con la Licenciatura en Medios Gráficos y Digitales, AHS pretende familiarizar a más de 800 estudiantes con los aspectos de diseño, producción y gestión de los medios impresos y no impresos. En el proyecto, Artevelde se centrará en la investigación previa sobre módulos empresariales y la validación de estos. Además, Artevelde ayudará en los campos de evaluación y validación de las herramientas de evaluación comparativa, ya que tiene experiencia en esos campos como universidad.

Escola Algueró es una escuela industrial de FP fundada en Barcelona. Tiene vínculos muy estrechos con la federación de empleadores de Cataluña y, por lo tanto, es una escuela líder. Los cursos que ofrece la escuela son una mezcla del sector tradicional y, de hecho, la transformación de la industria de los medios tradicionales a los nuevos.

En el proyecto Escola Algueró operará en la remodelación de la herramienta electrónica, el desarrollo y la validación de los módulos que se han desarrollado y participará en los cursos de formación de formadores.

***Background información**

"Para hacer que Europa regrese al crecimiento y crear nuevos empleos, necesitamos más empresarios". Una cita central en el Plan de Acción de Emprendimiento 2020 de la CE. No solo tiene como objetivo facilitar la creación de nuevos negocios, sino también crear un entorno mucho más favorable para que los empresarios existentes prosperen y crezcan. La industria creativa siempre ha sido un entorno empresarial y propicio para la creación de empresas. Además, el sector de los medios está en plena transición debido a los rápidos avances en la tecnología de la información y la comunicación. El desarrollo de la industria creativa que muestra una tasa de crecimiento superior a la media. Eso supera el crecimiento promedio de la economía en general durante ese período y crea nuevos empleos. (Monitor Creative Industrie 2014, iMMovator NL y Power 2011). Al estar en la encrucijada entre las artes, los negocios y la tecnología, la industria creativa ocupa una posición estratégica para desencadenar desbordamientos e innovaciones en otras industrias. En los Países Bajos esta oportunidad se hace a la política (Topsectoren Beleid, Crossover Works # 5, febrero de 2016). Esto genera estímulos e ímpetu adicionales para crear nuevas empresas innovadoras y empresas existentes e infundir nuevas ideas en empresas más orientadas a la tradición (De Maeyer, 2015).

Grupos destinatarios:

En este proyecto investigaremos, 3 grupos:

Jóvenes empresarios; (empleados en las) empresas con potencial de crecimiento o ambición de crecimiento y empresarias.

La investigación muestra que después de 5 años de espíritu empresarial, los jóvenes empresarios en general se enfrentan a problemas comunes con su papel en la empresa. ¿Cuáles son sus fortalezas y qué opciones necesitan o deben tomar?

El segundo grupo objetivo son (las personas en) las empresas que desean desarrollarse, pero no saben en qué dirección. La investigación realizada por los interlocutores sociales en la UE (Intergraf / Uni (2010)) muestra que las empresas necesitan adquirir habilidades específicas que las hagan más versátiles y preparadas para el futuro.

El 3er grupo son las empresarias. "Las mujeres constituyen el 52% del total de la población europea, pero solo una tercera parte de las personas que trabajan por cuenta propia o de todos los empresarios iniciados en la UE. (...) Al establecer y administrar un negocio, las mujeres enfrentan más dificultades que los hombres, principalmente en el acceso a las finanzas, la capacitación, la creación de redes y la conciliación de negocios y familia. Las posibles empresarias deben conocer los programas de apoyo empresarial y las oportunidades de financiación "(EC, COM 537 (2012). Dada su manifestación y prevalencia internacional, este contexto problemático y desafío justifica un enfoque que apunta a enfoques sostenibles y entregables para uso transnacional.

Ocupaciones

Empresas, empresarios y empleados comenzarán a desarrollarse. Para apoyarlos y orientarlos, es necesario realizar investigaciones (de escritorio) y traducir un mayor refinamiento de la información. Al mapear los desarrollos en el sector hasta 2026 y traducirlos a los perfiles de la compañía, que se ubican en la línea de tiempo entre 2016 y 2026 por período de 2 años, un

modelo de desarrollo por tipo de negocio evolucionará. Las competencias críticas necesarias en este perfil en particular en ese período de tiempo se pueden describir y, posteriormente, esas competencias se adaptarán a las necesidades específicas de los 3 grupos objetivo. Para la industria creativa (particularmente en el sector de las comunicaciones) hay mucha información disponible, pero nunca mapeada de una manera práctica. La información general sobre tendencias y competencias en el siglo XXI está disponible, pero no está vinculada a los desarrollos en la industria creativa en las frecuencias de tiempo mencionadas.

Esta información será utilizada para:

Desarrollar y distribuir materiales de capacitación multilingües y multicanal para ayudarlos a hacer realidad su ambición;

Desarrollar y comunicar un escaneo para ayudar a los usuarios a comprender mejor sus fortalezas individuales y puntos de crecimiento como empresario / gerente;

Desarrolle una herramienta de concientización para que los usuarios tomen conciencia de sus propias habilidades / brechas de competencia.

Salida

Por lo tanto, la salida está dirigida a:

1. Individuos o empresas pertenecientes a los 3 grupos.
2. Institutos de formación, VET & HE y otros institutos de formación (comerciales)
3. Alumnos y alumnas de los institutos menores de 2 años, de los cuales los alumnos tienen un vínculo directo con los grupos objetivo Jóvenes emprendedores y Mujeres empresarias.
4. Los interlocutores sociales, que pueden utilizar la información para informar a sus miembros y animarlos a desarrollarse, como empleadores y empleados.
5. EGIN; esta red para VET & HE, universidades y otras partes interesadas en la industria creativa, apoya este proyecto y utiliza el contenido como entrada para sus conferencias anuales.

Durante y después de la finalización del proyecto, en primer lugar los institutos socios, los interlocutores sociales y EGIN utilizarán los materiales desarrollados. Después de eso, seguirán otras instituciones VET y HE en los países participantes y otros países de la UE. Los individuos y las empresas que pueden acceder a la herramienta de E-scan y conciencia de manera independiente y, por lo tanto, pueden dar el paso a las actividades de capacitación con mayor aprendizaje.

***La imprenta / industria creativa - mirando hacia adelante**

(Después de Frank Romano: Transformando el negocio de impresión de hoy para el mercado de mañana: la visión desde 2020)

El mercado para la impresión y para productos impresos específicos ha estado cambiando dramáticamente.

Para 2020, el mercado habrá cambiado aún más. Como industria, no podemos mantenernos enfocados en "la forma en que siempre se han hecho las cosas". La industria necesita repensar sus negocios y los productos y servicios que producen. Mucho de eso implica repensar el enfoque para comprar equipos, así como repensar toda la cultura de la empresa. Los mercados son dinámicos. Los productos o servicios que están en demanda hoy probablemente no estarán en demanda mañana. No debemos sorprendernos de que el mercado de la impresión y las tecnologías y las personas empleadas para producir la impresión no sean menos dinámicas.

Es tentador pensar que estas son solo fuerzas malas, pero también pueden ser fuerzas buenas y muchas de estas mismas fuerzas también pueden usarse para ayudar a la industria. En algún momento, deberíamos haber puesto "Internet" aquí, pero Internet en general no es una tecnología nueva, y es solo un aspecto de una red más grande de tecnologías. No es necesariamente "Internet" lo que afecta a la industria, sino las aplicaciones habilitadas por Internet: correo electrónico, sitios web,

archivos descargables como archivos PDF, redes sociales, videos en línea y más. Estas son todas las aplicaciones específicas que han ayudado a erosionar la demanda de impresión.

También hay tecnologías de "sigilo" más sutiles que, se podría decir, nos están retirando de la impresión: tarjetas de embarque electrónicas, recibos de compras por correo electrónico, estados de cuenta en línea, formularios basados en PDF y más. Incluso los menús de los restaurantes corren el riesgo de convertirse en electrónicos, desde la señalización digital dinámica que se utiliza en las nuevas franquicias de comida rápida, hasta la tendencia emergente de usar iPads incluso en restaurantes de mesa. Entonces, si bien Internet y los medios electrónicos han provocado daños, también brindan nuevas oportunidades para los impresores. No se trata solo de poder ofrecer servicios de comunicaciones que utilizan estos canales no impresos, sino también de agregar eficiencias al propio flujo de trabajo. Web-to-print optimiza el proceso de ingreso de archivos, pero también permite que las impresoras aprovechen las pruebas y la entrega en línea.

El uso efectivo de los datos, ya sea para una verdadera automatización de marketing u otro tipo de aplicaciones de impresión dirigidas o personalizadas, se convertirá en un tema primordial para la industria a medida que nos dirigimos hacia 2020. La impresión transaccional puede ser la aplicación emblemática, pero la impresión basada en datos, especialmente a través de la producción de inyección de tinta, también está penetrando en otros tipos de aplicaciones de impresión. En Europa y Asia, los impresores, editores y anunciantes de periódicos utilizan la impresión por inyección de tinta o la impresión para imprimir anuncios "interactivos" que contienen códigos únicos, impresos de forma variable, que el anunciante utiliza para determinar dónde se vio el anuncio. Las compañías de seguros, por ejemplo, pueden crear publicaciones de bienvenida personalizadas para los nuevos

asegurados que son una mezcla de contenido variable y estático. El resultado es una mayor lealtad a la marca, una mayor satisfacción del cliente y más

El mercado en 2020 Para hacer la transición o construir un negocio orientado hacia 2020, en lugar de 1990, tendrá que adquirir no solo equipo flexible, sino también personal flexible o empleados que tengan las habilidades que los nuevos productos y servicios requerirán. Empleados que son expertos en administración y análisis de bases de datos, programadores, expertos en TI, expertos en redes sociales, dependiendo de lo que

Si quieres participar, necesitarás reclutar o entrenar. Aquí hay algunos pasos prácticos que puede tomar para probar su negocio en el futuro:

Piense en formas creativas de comercializar su propio negocio.

Hable con sus clientes; Pregunte acerca de sus necesidades de impresión más allá de lo que usted les proporciona. Si hay un denominador común (¿carteles? ¿Etiquetas? ¿Señalización?), Piense en expandirse en esa área.

Nunca dejes de buscar información, seguir tendencias y hacer preguntas.

Utiliza nuevas tecnologías de producción para tu propio negocio.

Pregunte a sus clientes actuales sobre la gama completa de sus necesidades, incluso si actualmente no las proporciona. Una vez más, si hay un denominador común (¿marketing por correo electrónico? ¿Automatización del marketing? ¿Redes sociales? ¿Móviles?), Piense en expandirse en esa área.

Siempre mire la combinación de habilidades en su negocio; ¿Alientas el espíritu emprendedor a desarrollar?

Para poder jugar con éxito en el nuevo mercado de 2020 será necesario reconsiderar un negocio de impresión actual y, en muchos sentidos, rechazar todo lo anterior con nuevas habilidades y espíritu emprendedor.

***El proyecto trata de proporcionar herramientas a emprendedor@s tanto internos como externos de las empresas, y convertirse en un referente de los programas educativos del continente europeo. Se realiza un especial esfuerzo en las mujeres emprendedoras y en l@s jóvenes que se incorporan en el sector.**

Se definen perfiles en función de los subsectores analizados y de la tipología de las personas.

Durante el periodo de trabajo se han compartido, puesto en debate y analizado todos los temas que conciernen a la preparación necesaria para obtener un éxito en el desempeño de los objetivos que se puede plantear una persona que trabaje en este sector. Como base fundamental están los contenidos a trabajar, pero lo más importante es las nuevas formas de educar, de que se asimilen los contenidos y de que se genere valor añadido en las nuevas formas de aprender en este sector.

Se han realizado reuniones en algunas de las sedes de los participantes, acogiendo en ellas los encuentros de los miembros que participan en el proyecto, dando esa visión más amplia de como el mismo sector se desarrolla

El Proyecto Thrive, genera herramientas para desarrollar las habilidades emprendedoras como base sólida para un gran futuro en la industria creativa, tiene como objetivo central dar herramientas a (jóvenes) emprendedores, emprendedoras femeninas, empresari@s y empresas y sus emplead@s en el sector creativo para entrar en un proceso de transformación e innovación necesario para sobrevivir los tiempos actuales y convertirse en una empresa/proyecto emprendedor con un plan de desarrollo de negocio sostenible.

Los resultados del proyecto serán la definición de los perfiles relevantes para las empresas, en diferentes etapas, en este camino de desarrollo hasta el año 2026.

El núcleo de los perfiles de la empresa será la descripción de las competencias básicas y habilidades empresariales que deben estar presentes en la empresa a nivel de la gestión y las habilidades emprendedoras a nivel de los empleados.

-En el año 2014 se analiza la situación del sector, llegando a las siguientes reflexiones que darán pie al punto de partida del proyecto:

Europa ahora tiene el mercado interno más grande del mundo, una fuerza laboral educada y muchas de las empresas innovadoras líderes en el mundo. Y estamos entre los mejores artistas del mundo en ciencia excelente y productos innovadores. Estamos en la misma liga que nuestros competidores internacionales como los Estados Unidos, Japón y Corea del Sur.

También estamos a la vanguardia en campos clave de la ciencia y la tecnología, como la salud, los alimentos, las energías renovables y las tecnologías medioambientales, y en los últimos años, el ecosistema de innovación de Europa ha mejorado notablemente. Sin embargo, el impacto económico de nuestras inversiones y reformas en I + D depende en última instancia de la capacidad de nuestras economías para orientarse aún más hacia el conocimiento y hacia la innovación. En los próximos años en Europa, necesitamos “invertir y preparar nuestras economías para el futuro”. El éxito de la Unión por la innovación depende no solo de la mayor eficiencia de las políticas públicas, sino también de implementar y aprovechar al máximo las condiciones marco adecuadas para estimular a las empresas europeas a innovar.

Ciencias económicas

Después de solo un año de crecimiento moderado, el impulso de la economía de la UE comenzó a desacelerarse en la primavera de 2014. En la segunda mitad de este año, el crecimiento del PIB en la UE será muy modesto, mientras que en la zona del euro casi se estancará.

La desaceleración en Europa se ha producido a medida que el legado de la crisis financiera y económica mundial persiste en forma de presiones de desapalancamiento y ajustes internos y externos incompletos. Una debilidad en el crecimiento potencial que ya era visible en las bajas ganancias de productividad en los años previos a la crisis se ha visto agravada por la contracción en la formación de capital y el aumento del desempleo estructural desde 2008.

-Hasta el 2016 se trabaja con el estudio del sector, llegando a conclusiones que determinan el tratar el estudio del futuro de la formación en el sector Gráfico.

Tendencias - Printmedia: la industria de la reducción continúa

Las compañías de Printmedia han experimentado años pobres en los últimos años, donde las ventas cayeron. La causa de este deterioro es una aceleración en la disminución del volumen de periódicos y revistas en particular. Y a diferencia de 2013 y 2014, los ingresos por pedidos extranjeros disminuyeron. De todos modos, la industria de la impresión está en un declive estructural: la ya larga contracción del mercado de productos impresos crea una presión permanente sobre los ingresos, los márgenes y la rentabilidad de la impresión. Desde el comienzo de la crisis a finales de 2008, la industria perdió aproximadamente un tercio de su facturación. Los ingresos probablemente no se pueden recuperar.

El número de quiebras también es mucho más largo que el promedio en la industria. La mayoría de las impresoras indica una pérdida o un cambio en el punto de equilibrio. Especialmente las empresas de impresión más grandes que proporcionan impresión offset en volumen, están luchando en el mercado europeo con una competencia seria. Muchas grandes asignaciones domésticas y extranjeras van a impresoras de Europa del Este. Generalmente operan con una base de costo mucho menor. Pero también en el mercado local los precios están bajo presión debido a la persistente sobrecapacidad de las imprentas. Una nueva iniciativa, como las subastas impresas en Internet, intenta unir la oferta y la demanda. Sin embargo, la subasta de pedidos también tiene una presión adicional sobre los precios.

La visión - futura sucursal está en línea.

La recuperación económica actual no supondrá una pequeña diferencia para la industria de la impresión. Para los próximos años, los expertos predicen una disminución continua de las ventas en el sector de la impresión. Las tendencias negativas detrás de la disminución constante en los volúmenes de impresión no se ven afectadas. El uso decreciente de lo impreso en la sociedad tiene dos causas principales:

-disminución de la lectura (preferencia por contenidos audiovisuales),

-digitalización.

De estos dos, la digitalización tiene el mayor impacto y proporciona varias formas de reducir la demanda de impresión entre los consumidores y en los negocios. Los consumidores leen sus noticias e información que es gratuita en Internet o intercambian sus periódicos impresos

en una versión digital en la tableta. El negocio automatiza y digitaliza continuamente para reducir costos.

Aquí va la digitalización a expensas de la impresión de formularios, post impresión y folletos publicitarios.

Impresión atrapada en un escenario de contracción estructural, que es muy difícil de romper. Los próximos años continuarán reduciendo los volúmenes y presionando algunos de los premios de la industria. El segmento de la industria, donde aún no ha visto un crecimiento en las ventas, son las impresoras en línea. Aumentará la competencia con una serie de impresoras tradicionales que pondrán sus servicios cada vez más en línea. Probablemente este sea el futuro para la industria: ofrece una amplia variedad de servicios y productos para varios mercados a través de Internet.

-En el 2018 se plantean ya cuestiones concretas que abordar, teniendo en cuenta los nuevos factores:

Capturar la atención y el valor en el panorama de medios de varias velocidades global de hoy nunca ha sido más desafiante.

Los últimos 20 años han provocado una ola de interrupciones en las tecnologías, la distribución y los formatos. Todo esto, más los cambios resultantes en el comportamiento de los usuarios, están erosionando las fronteras que alguna vez fueron sólidas, definiendo industrias e impulsando el límite de lo que significa ser una "compañía de medios". me gusta:

¿Cómo podemos usar el análisis de datos mientras establecemos la confianza?

¿Cómo podemos romper todo el ruido y retener la atención del consumidor?

¿Cómo podemos seguir innovando mientras nos mantenemos fieles a nuestra voz auténtica?

Comprender en qué gastan su dinero los consumidores y los anunciantes en la industria del entretenimiento y los medios de comunicación puede ayudar a informar muchas decisiones comerciales importantes. Pero poder encontrar datos comparables, para múltiples segmentos y países de entretenimiento y medios, y de una sola fuente, puede ser un desafío.

-Las previsiones a partir del 2020 surgen en función de la información que se ha obtenido desde el principio del proyecto, y esta será la base en que se basará el estudio realizado.

Los ingresos mínimos garantizados en un país tras otro como máquinas desplazan la mayor parte del mercado laboral humano ... Aunque algunos hombres muy ricos siguen siendo dueños de la mayor parte del dinero del mundo, el empleo de las mujeres y el poder adquisitivo superan a los hombres.

Habrán más robots utilizados como terapeutas, acompañantes, asistentes e incluso amigos para ayudar a las personas en su día a día. Las personas podrán comprar sus robots a través de proveedores tipo Amazon, los personalizarán de acuerdo con sus necesidades a través de bots vendidos en mercados digitales similares a Spotify.

Una vez que el entusiasmo por las ciudades inteligentes disminuya, nos damos cuenta de que incluso la tecnología más avanzada tiene límites (y que agrupar a un gran número de personas en el mismo espacio y confiar en bits y bytes para que todo funcione no es el futuro), el

enfoque será cambio hacia aldeas inteligentes, y cómo construimos una red distribuida de centros de población más pequeños y sostenibles.

Habrà una mezcla de pensamiento tradicional (construcción de la comunidad, producción y consumo local, sistemas integrados de transporte rural, monedas locales y un enfoque igualitario en la calidad de vida y la calidad del medio ambiente), todo promovido, respaldado y mantenido por el uso de métodos tradicionales, apropiados. Tecnologías y las últimas redes y dispositivos digitales.

En estos momentos se están finalizando las traducciones a los diferentes idiomas que han participado, con el fin de poder tener el proyecto finalizado en su totalidad en el mes de octubre del 2019. El proyecto estará disponible para las escuelas del sector y para todos los usuarios interesados en la página web <https://www.thriveproject.eu>