
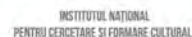


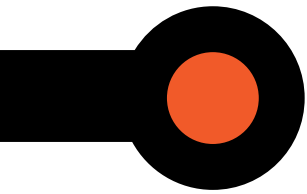


INFORME SOBRE EL PERFIL DE HABILIDADES EN PATRIMONIO CULTURAL

 Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union







INTRODUCCIÓN

La investigación actual se llevó a cabo como parte del proyecto “EUHeritage - Habilidades para la promoción, valorización, explotación, mediación e interpretación del Europeo”. El objetivo principal de nuestra investigación fue identificar las habilidades y necesidades en el sector del y otras industrias relacionadas, con el fin de elaborar un perfil de habilidades para los gestores del y otros profesionales activos en la promoción, valorización, explotación, mediación e interpretación. Otro propósito importante de la investigación fue presentar las prácticas actuales en los programas de formación dirigidos a los profesionales del patrimonio y proporcionar una lista de necesidades para futuros programas de formación. Se prestó especial atención a las habilidades digitales e innovadoras y a las habilidades transversales. El resultado de nuestra investigación ayudará en la implementación de otras actividades en el proyecto. Los principales grupos objetivo de nuestra investigación fueron los socios del proyecto, otros proveedores de FP y las partes interesadas del sector.

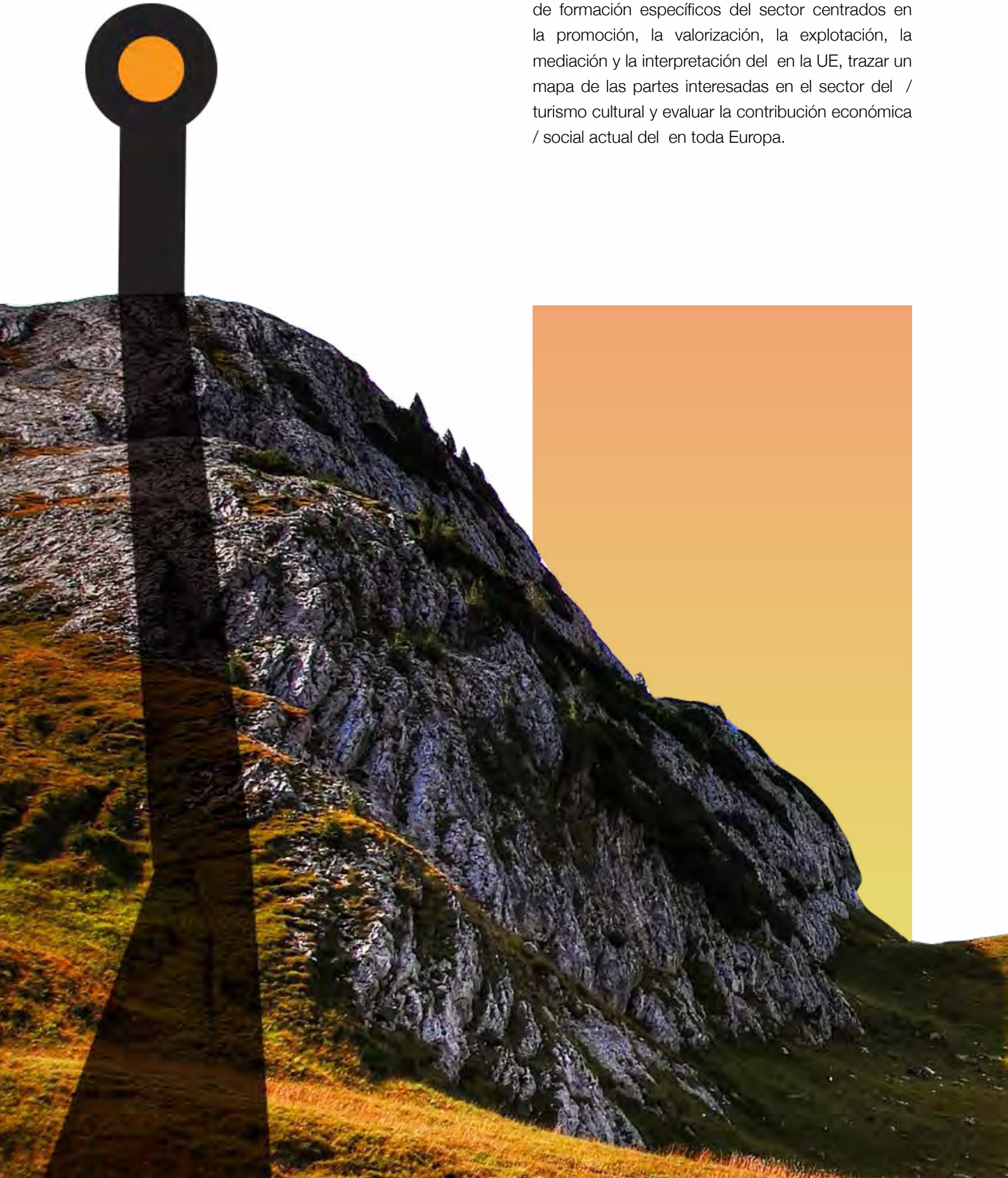
El cubre un ámbito importante, que junto con otras actividades relacionadas incluidas en los sectores culturales y creativos, son una gran contribución a la economía de la Unión Europea y a la vida cultural. Las investigaciones anteriores sobre este tema mostraron la gran aportación al mercado laboral europeo, con 634.000 personas empleadas en este sector en 2018. Este potencial de crecimiento debe ser sostenido por apoyos adecuados en cuanto a la empleabilidad y por programas de formación adecuados. El déficit de competencias refleja las necesidades de mejorar las debilidades del sistema educativo, pero también la necesidad de mantenerse actualizado respondiendo a los rápidos cambios que generan la evolución de la tecnología y la innovación.

Por lo tanto, nuestra investigación tiene como objetivo identificar la brecha entre las competencias desarrolladas en educación y formación en materia de y las competencias necesarias para el desarrollo del sector. Las intersecciones entre los sectores cultural y creativo ponen de manifiesto la importancia de las competencias transversales que puedan facilitar la colaboración entre el con otros sectores como el tecnológico, el turístico, las PYMES y otros sectores creativos y culturales.

El objetivo de nuestro análisis parte de ayudar a definir un conjunto de competencias que deben ser actualizadas dentro del sector del y que son relevantes a nivel nacional pero también a nivel europeo. Además, la investigación pretende ayudar a diseñar cursos de formación innovadores y orientados a necesidades, con el fin de integrar habilidades específicas y transversales del sector, incluyendo habilidades digitales, empresariales y blandas. Los resultados de nuestra investigación contribuirán a mejorar y reciclar las competencias de los profesionales que trabajan en el ámbito de la promoción, la valorización, la explotación, la mediación y la interpretación del patrimonio.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se llevó a cabo en el período febrero-septiembre de 2019 e incluyó tres actividades principales: investigación documental, investigación cuantitativa (encuesta) e investigación cualitativa (entrevistas a profesionales). Los objetivos de la investigación documental eran revisar los programas de formación específicos del sector centrados en la promoción, la valorización, la explotación, la mediación y la interpretación del en la UE, trazar un mapa de las partes interesadas en el sector del / turismo cultural y evaluar la contribución económica / social actual del en toda Europa.



Según las definiciones del proyecto, consideramos:

- la promoción del patrimonio como las actividades de publicidad de los sitios y monumentos del patrimonio;
- la valoración del patrimonio como conjunto de competencias para valorizar un bien patrimonial, el uso productivo de un recurso, el uso o aplicación de algo (un objeto, proceso o actividad) para que sea remunerado económicamente o genere valor;
- la explotación del patrimonio como acción de aprovechamiento y aprovechamiento de los recursos patrimoniales;
- la mediación patrimonial como procedimiento para resolver disputas sobre ;
- la interpretación del patrimonio como el arte de crear una relación entre los elementos del sitio o colección y la creación de significado y el marco de valor de los visitantes.

La lista de stakeholders incluye contactos de 1205 profesionales, de cinco categorías:

1. gestores del ; Administradores de sitios de la UNESCO; directores de museos; gestores de fundaciones culturales; administradores de centros e instalaciones culturales;
2. personal de educación, interpretación y divulgación, como gerentes y personal de divulgación y participación; Profesionales de las TIC y la tecnología, como diseñadores de experiencias digitales en el campo del y el turismo cultural; curadores; personal de servicios para visitantes; personal de participación comunitaria y educativa; personal de comunicación y promoción;
3. profesionales que trabajan en organizaciones que promueven el patrimonio inmaterial (por ejemplo, comida, festivales tradicionales, música tradicional, tradición oral, artesanías tradicionales, etc.);

4. personal de marketing y recaudación de fondos que trabaja en el ámbito del y el turismo cultural;
5. profesionales de la cadena de valor del turismo que durante su actividad diaria trabajan en la promoción del Patrimonio Cultural .

La investigación documental incluyó 384 casos de 28 países europeos, recogidos entre abril y junio de 2019. Los datos recogidos fueron: el nombre de la organización que imparte los programas de formación, el país, los grupos objetivo, el tipo de organización, el tipo de formación, el tema/la temática de la formación, el enfoque especial, el idioma de la formación, el nivel de la formación, la tarifa de la formación, el tipo de metodologías de enseñanza, el tipo de materiales de aprendizaje, el campo de las habilidades/competencias/aptitudes y el tipo de certificación. La mayoría de los proveedores de programas de formación cultural son instituciones educativas o asociaciones entre instituciones de educación superior e institutos internacionales y ONG. La mayoría de estas instituciones son públicas y sólo algunas son empresas privadas. La mayoría de los cursos se organizaron para estudiantes o tanto para estudiantes como para profesionales y abordaron especialmente temas relacionados con la gestión y la organización o el área de comunicación y medios. Más de una cuarta parte de los proveedores de formación ofrecían planes de estudio centrados en las Industrias Culturales y Creativas (ICC), otros se centraban en el turismo y algunos en el sector digital/TIC. La mayoría de los programas de formación utilizaban conferencias y sólo una pequeña parte de ellos utilizaba talleres y estudios de casos. En cuanto al pago, la mayoría de los programas de formación exigían una cuota de participación y sólo unos pocos organizadores ofrecían cursos gratuitos. La mayoría de los proveedores de formación ofrecen cursos que desarrollan habilidades, competencias y capacidades de gestión, intersectoriales y de innovación y digitales. Más de la mitad de las organizaciones que imparten cursos ofrecen una certificación de grado.



La investigación documental incluyó también un estudio destinado a identificar algunos indicadores económicos y sociales relacionados con el, para el intervalo de tiempo de tres años, 2015-2017: Evolución de la facturación; evolución del empleo; evolución de los beneficios; evolución de la productividad laboral; número de empresas; Producto Interior Bruto (PIB) o Valor Añadido Bruto (VAB), según el que estuviera disponible. Los resultados muestran que Grecia registró una tasa de empleo consistente en el sector del , es decir, alrededor del 3% del total del empleo nacional. En Italia, el número de empresas activas en el sector del aumentó de 904 en 2015 a 1.116 en 2017. En Malta, el sector del se ha expandido en los últimos cuatro años, con un aumento de casi el 20% de la facturación. Rumanía se enfrentó a un aumento general del sector del , con más de 1.800 empleados operando en 2017 y 257 empresas.

La investigación cuantitativa incluyó una encuesta con los administradores y la fuerza laboral del principalmente en los países del proyecto para generar datos adecuados que aseguren que los procesos / resultados del proyecto satisfagan sus necesidades reales de habilidades para desempeñarse en el sector del y el turismo cultural. El objetivo de esta actividad era llegar al menos a 200 cuestionarios rellenos en formularios de Google y proporcionar una base de datos y un informe de investigación. La encuesta se realizó entre mayo y julio de 2019 y los cuestionarios estaban disponibles en todos los idiomas de los socios, incluida la versión en inglés. Se recogieron 271 cuestionarios, la mayoría de ellos procedentes de Bélgica, Rumanía, Grecia e Italia. La mayoría de los encuestados no han participado en un programa de formación en el ámbito del patrimonio en los últimos 3 años. Los principales obstáculos para no asistir a un programa de formación fueron: la falta de tiempo, la falta de información detallada sobre los cursos y el programa de formación, la falta de dinero o la falta de conocimiento sobre dónde buscar estas habilidades. La mayoría de los encuestados participaron en programas de formación presencial en su propia ciudad, país o región. La mayoría de los encuestados mencionaron que aprecian hablar con los expertos, los estudios de casos, compartir la experiencia con los compañeros y muchos de ellos prefieren las visitas de estudio. En cuanto al

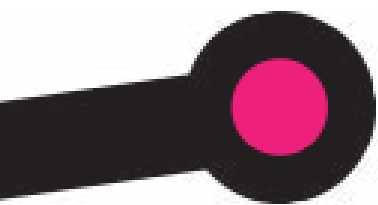
tipo de aprendizaje, la mayoría de los encuestados prefieren los seminarios, la formación a distancia y la formación combinada. Para la mayoría de los encuestados, las guías de buenas prácticas o los estudios de casos y las reuniones con expertos son las formas más eficaces de obtener más información. Las habilidades más relevantes para su actividad mencionadas por los encuestados fueron: habilidades de comunicación, habilidades de resolución de problemas, flexibilidad y ajuste o creatividad y capacidad conceptual.

Para el área de Promoción del Patrimonio, la mayoría de los encuestados necesitan mejorar las habilidades de divulgación y compromiso con la comunidad, las habilidades de creación de redes, las habilidades de marketing y las habilidades de medios sociales. Para el área de Valorización del Patrimonio, las habilidades más necesarias son las habilidades de compromiso con la comunidad y los procesos de educación que involucran a personas de diferentes edades y habilidades, habilidades de recaudación de fondos y habilidades de presentación. En el área de Explotación del Patrimonio, la mayoría de los encuestados quieren mejorar las habilidades de innovación, las habilidades comunitarias y de conservación, las habilidades de gestión y las habilidades de financiación. En el ámbito de la mediación y la interpretación, las competencias más necesarias son las digitales, las de promoción y las de toma de decisiones, así como las de copropiedad de lugares y patrimonio.

El objetivo principal de la fase cualitativa de esta investigación fue complementar los datos de la encuesta y generar un conocimiento más profundo sobre las habilidades necesarias en el sector del , con un enfoque en las necesidades y tendencias emergentes. La investigación cualitativa incluyó 53 entrevistas con expertos / responsables políticos en el sector del con el fin de identificar las necesidades de habilidades en el sector y sentar las bases para la integración / sostenibilidad del proyecto. Las habilidades más necesarias mencionadas por los encuestados fueron las habilidades de comunicación, las habilidades de compromiso con la comunidad, la alfabetización digital y mediática, las habilidades de gestión y las habilidades administrativas y financieras.







PERFIL DE HABILIDADES PARA EL INFORME DEL PATRIMONIO CULTURAL

INTRODUCCIÓN

La investigación actual se llevó a cabo como parte del proyecto “EUHeritage - Habilidades para la promoción, valorización, explotación, mediación e interpretación del Europeo”. El objetivo principal de nuestra investigación fue identificar las habilidades y necesidades en el sector del y otras industrias relacionadas, con el fin de elaborar un perfil de habilidades para los gestores del y otros profesionales activos en la promoción, valorización, explotación, mediación e interpretación. Otro propósito importante de la investigación fue presentar las prácticas actuales en los programas de formación dirigidos a los profesionales del patrimonio y proporcionar una lista de necesidades para futuros programas de formación. Se prestó especial atención a las habilidades digitales e innovadoras y a las habilidades transversales. El resultado de nuestra investigación ayudará en la implementación de otras actividades en el proyecto. Los principales grupos objetivo de nuestra investigación fueron los socios del proyecto, otros proveedores de FP y las partes interesadas del sector.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se llevó a cabo en el período febrero-septiembre de 2019 e incluyó tres actividades principales: investigación documental, investigación cuantitativa (encuesta) e investigación cualitativa (entrevistas a profesionales). Los objetivos de la investigación documental eran revisar los programas de formación específicos del sector centrados en la promoción, la valorización, la explotación, la mediación y la interpretación del en la UE, trazar un mapa de las partes interesadas en el sector del / turismo cultural y evaluar la contribución económica / social actual del en toda Europa.

Según las definiciones del proyecto, consideramos:

- la promoción del patrimonio como las actividades de publicidad de los sitios y monumentos del patrimonio;
- la valorización del patrimonio como conjunto de competencias para valorizar un bien patrimonial, el uso productivo de un recurso, el uso o aplicación de algo (un objeto, proceso o actividad) para que sea remunerado económicamente o genere valor;
- la explotación del patrimonio como acción de aprovechamiento y aprovechamiento de los recursos patrimoniales;
- la mediación patrimonial como procedimiento para resolver disputas sobre ;
- la interpretación del patrimonio como el arte de crear una relación entre los elementos del sitio o colección y la creación de significado y el marco de valor de los visitantes.

gestores del ; Administradores de sitios de la UNESCO; directores de museos; gestores de fundaciones culturales; administradores de centros e instalaciones culturales;

personal de educación, interpretación y divulgación, como gerentes y personal de divulgación y participación; Profesionales de las TIC y la tecnología, como diseñadores de experiencias digitales en el campo del y el turismo cultural; curadores; personal de servicios para visitantes; personal de participación comunitaria y educativa; personal de comunicación y promoción;

profesionales que trabajan en organizaciones que promueven el patrimonio inmaterial (por ejemplo, comida, festivales tradicionales, música tradicional, tradición oral, artesanías tradicionales, etc.);

personal de marketing y recaudación de fondos que trabaja en el ámbito del y el turismo cultural;

profesionales de la cadena de valor del turismo que durante su actividad diaria trabajan en la promoción del Patrimonio Cultural.

La investigación cuantitativa incluyó una encuesta con los administradores y la fuerza laboral del principalmente en los países del proyecto para generar datos adecuados que aseguren que los procesos / resultados del proyecto satisfagan sus necesidades reales de habilidades para desempeñarse en el sector del y el turismo cultural. El objetivo de esta actividad era llegar al menos a 200 cuestionarios rellenos en formularios de Google y proporcionar una base de datos y un informe de investigación.

La investigación cualitativa incluyó 53 entrevistas con expertos / responsables políticos en el sector del con el fin de identificar las necesidades de habilidades en el sector y sentar las bases para la integración / sostenibilidad del proyecto.



**LA REVISIÓN DE
LOS PROGRAMAS
DE FORMACIÓN
ENFOCADOS EN
LA PROMOCIÓN
Y VALORIZACIÓN
DEL PATRIMONIO
CULTURAL EN LA UE**



INTRODUCCIÓN

El siguiente capítulo presenta los resultados de la investigación documental realizada en 28 países europeos por los socios del consorcio en 2019. Esta investigación incluye datos sobre el tipo de organizaciones que brindan formación, el tema y el idioma de la formación, los planes de estudio propuestos y la duración, el tipo de metodologías de enseñanza y materiales de aprendizaje, así como el tipo de certificación otorgada.

METODOLOGÍA

La investigación documental de EUHeritage se basa en 384 casos de 28 países. Los datos se recopilaron mediante una investigación en línea durante abril-junio de 2019 en 28 países por los 7 países socios involucrados en el proyecto EuHeritage (Rumania, Italia, Alemania, Malta, España, Grecia y Bélgica). Cada socio involucrado en el proyecto asumió la responsabilidad de seleccionar y recopilar información sobre los proveedores de programas de formación y sobre las características principales de las formaciones de un determinado número de países de la UE, asignados según el idioma y la proximidad cultural. Los datos fueron recolectados considerando varios ítems relevantes y los objetivos del proyecto y de acuerdo a cuatro áreas, definidas en relación a los grupos destinatarios.

Lista de elementos:

1. Gestión y Organización del Área: Planificación empresarial; Desarrollo organizacional; Desarrollo profesional del personal.
2. Área de Comunicación y Medios: Desarrollo de audiencia; Análisis de necesidades de los clientes - Estrategia de medios / comunicación;
3. Área de Innovación: implementación de la estrategia de TIC; Desarrollo interno de sistemas, aplicaciones, habilidades; Departamento educativo
4. Intersectorial: Industrias creativas; artistas; Operadores de turismo cultural; Otras Pymes o Start-ups; Operadores educativos

Los grupos destinatarios, las áreas y los elementos fueron seleccionados conjuntamente por todos los socios involucrados en el proyecto. La cantidad de datos recopilados se vio afectada por las barreras del idioma y la disponibilidad de datos en algunos casos, especialmente de los otros países de la UE donde los socios del proyecto no pudieron encontrar profesionales disponibles para proporcionar información.



TABLA 1. Distribución de los programas de formación por país

PAIS	AUSTRIA	BÉLGICA	BULGARIA	CHIPRE	DINAMARCA	ESTONIA	FINLANDIA	FRANCIA	ALEMANIA	GRECIA	IRLANDA	ITALIA	LETONIA	LITUANIA	LUXEMBOURGO	MALTA	REINO UNIDO	LOS PAÍSES BAJOS	POLONIA	PORTUGAL	REPUBLICA CHECA	RUMANIA	SLOVAKIA	SLOVENIA	ESPAÑA	SUECIA	HUNGRÍA	CROACIA	TOTAL
RESPUESTAS	5	11	14	6	3	4	4	32	7	13	6	64	19	5	5	3	16	7	20	20	5	26	11	22	21	4	20	11	384

PERFIL DE LAS INSTITUCIONES QUE OFRECEN PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN EN PC

En cuanto al tipo de organización que imparte programas de formación sobre , el más común es la institución educativa (82%) - universidades, colegios, etc. Las organizaciones que imparten formación en asociación se encuentran solo en el 7% de los casos. En general, las asociaciones se establecen entre instituciones de educación superior y organizaciones públicas o privadas, institutos internacionales y ONG. La mayoría de los casos de asociación identificados en nuestra investigación involucran a instituciones educativas.

GRÁFICO 1. El tipo de organizaciones

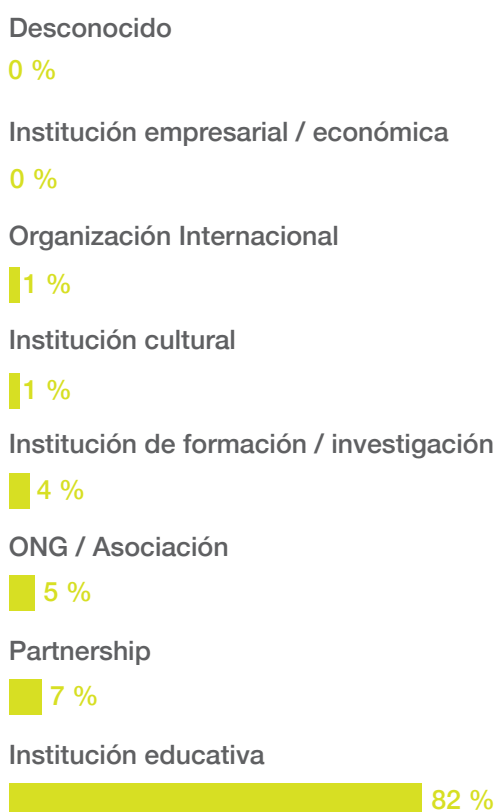
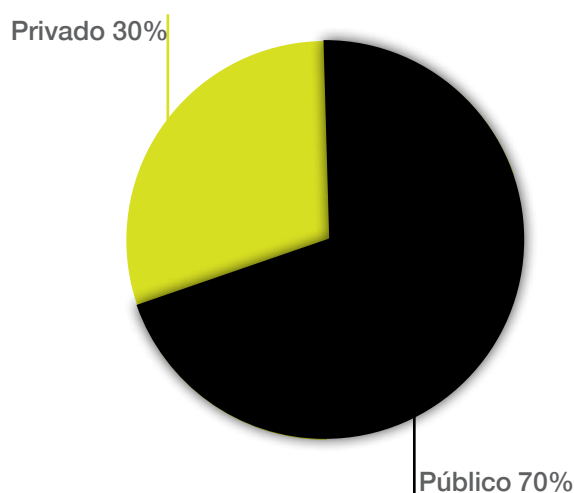


GRÁFICO 2. Distribución de proveedores de formación por tipo de organización



En cuanto al tipo de organizaciones que imparten formación, más del 70% pertenecen al sector público, mientras que el 30% son empresas privadas.

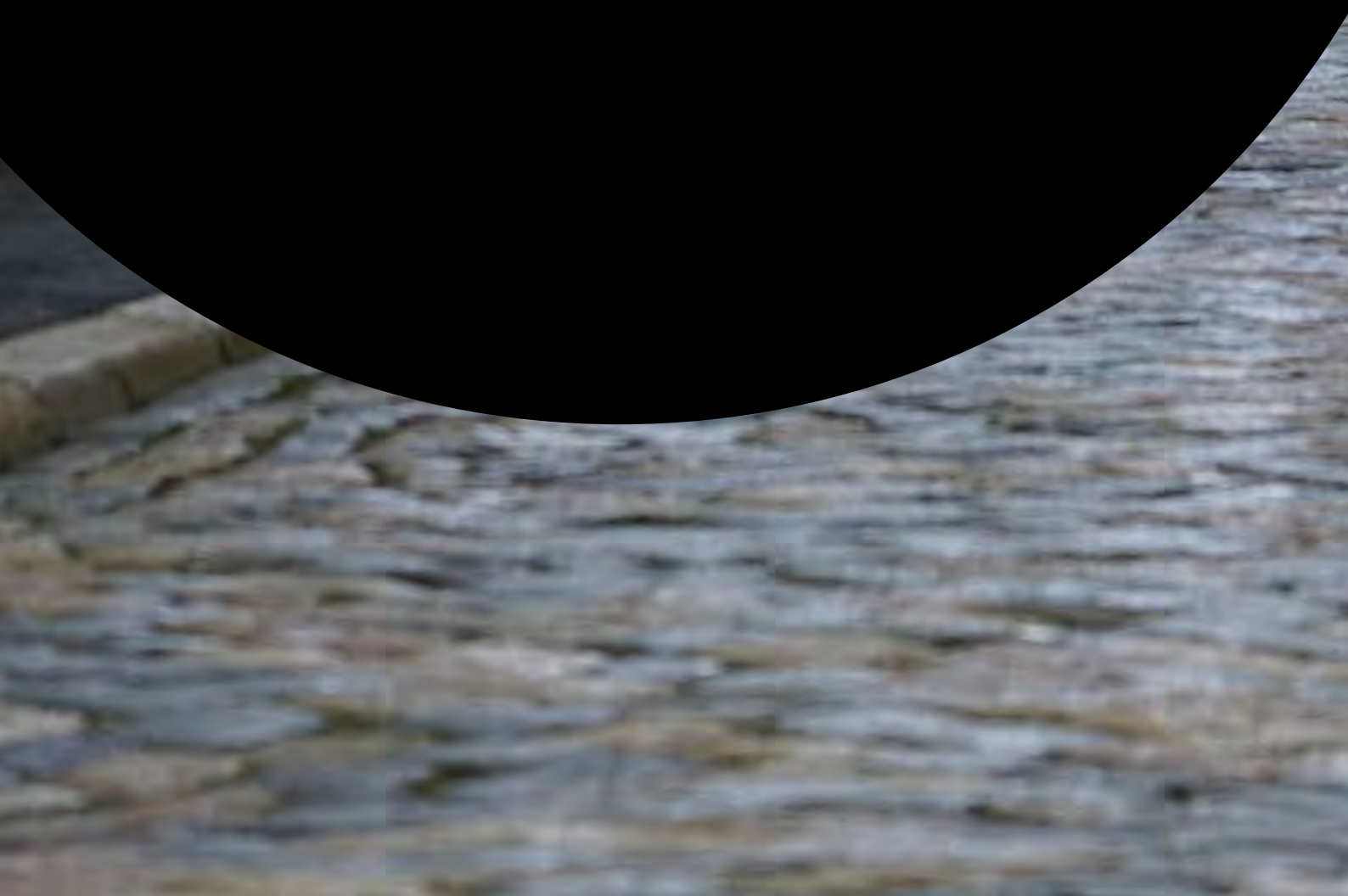


GRÁFICO 3. La distribución del tipo de organización por país

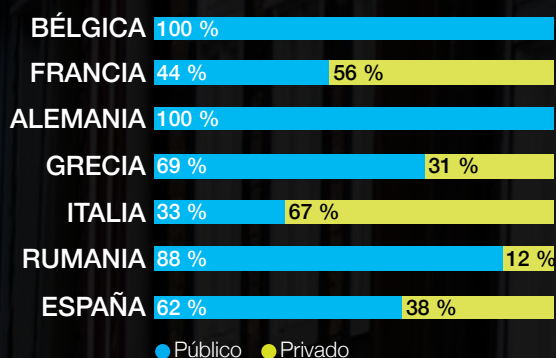


GRÁFICO 4. Los grupos destinatarios (beneficiarios)

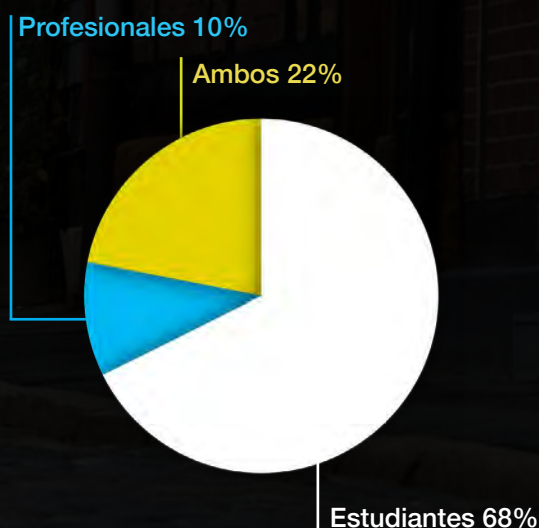
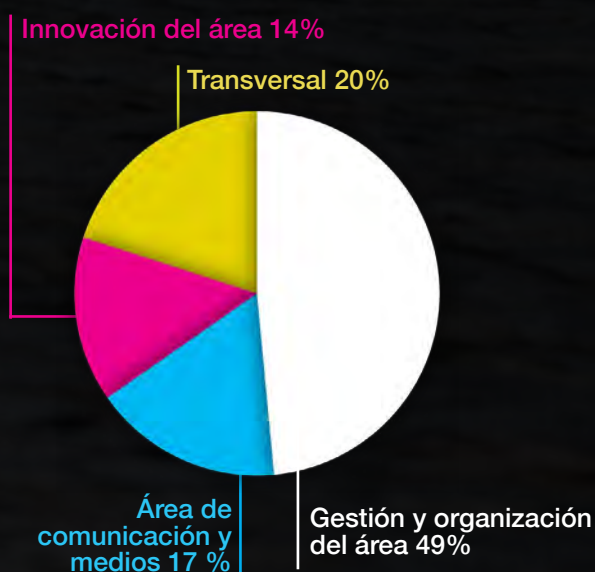


GRÁFICO 5. La distribución de los programas de formación por grupos objetivo (área)



Si consideramos el tipo de organización en relación con los países socios, Italia y Francia presentan los proveedores de formación privados más numerosos, a diferencia del resto de países socios.

Estos datos ofrecen información y explicaciones sobre la variedad de cursos identificados previamente en estos dos países. Lo más probable es que el sector privado llegara a cubrir una necesidad de capacitación que no fue satisfecha por completo por el sector público.

Aparte de Bélgica y Alemania, donde el 100% de los proveedores de formación pertenecen al sector público, Rumanía (88%) tiene el porcentaje más alto de programas de formación organizados únicamente por instituciones públicas. Las organizaciones privadas que imparten formación se encuentran principalmente en Italia (67%), Francia (56%) y España (38%).

PERFIL DE LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN SOBRE

Los grupos destinatarios a los que se dirigen los proveedores de formación incluyen estudiantes y profesionales. En general, los cursos están organizados para estudiantes en el 68% de los casos. Al mismo tiempo, en el 22% de los casos, los cursos conciernen tanto a estudiantes como a profesionales. Finalmente, encontramos una minoría del 10% de los casos en los que la formación se dirige únicamente a profesionales. Los casos más numerosos de formación para profesionales se identificaron en Rumanía (26% - 10 casos), Italia (21% - 8 casos), Hungría (11% - 4 casos), Eslovaquia (11% - 4 casos), República Checa (8% - 3 casos) y Grecia (8% - 3 casos).

Aproximadamente la mitad (49%) de los programas de capacitación conciernen a la categoría Gestión y Organización de Área, el 20% de los programas se acercan al grupo Intersectorial (Estudios de Arte Combinado, Prácticas de Arte Contemporáneo, Programa de Certificación de Guía Turístico, Maestría en Turismo, Investigación y Explotación del), mientras que el 17% se dirige al Área de Comunicación y Medios. El 14% restante se dirige a la categoría Área de innovación.

TABLA 2. La distribución de los grupos objetivo por área y por país

PROYECTO GRUPOS OBJETIVO

PAÍS	GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL ÁREA	COMUNICACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	INNOVACIÓN DEL ÁREA	INTER SECTORIAL	TOTAL
Austria	100% (5)				100% (5)
Bélgica	64% (7)	27% (3)		9% (1)	100% (11)
Bulgaria	21% (3)	29% (4)	21% (3)	29% (4)	100% (14)
Chipre	33% (2)		50% (3)	17% (1)	100% (6)
Dinamarca	100% (3)				100% (3)
Estonia	50% (2)		50% (2)		100% (4)
Finlandia	50% (2)		50% (2)		100% (4)
Francia	53% (17)	9% (3)	16% (5)	22% (7)	100% (32)
Alemania	100% (7)				100% (7)
Grecia	39% (5)	23% (3)	15% (2)	23% (3)	100% (13)
Irlanda	67% (4)	33% (2)			100% (6)
Italia	43% (27)	9% (6)	23% (15)	25% (16)	100% (64)
Letonia	26% (5)	32% (6)	21% (4)	21% (4)	100% (19)
Lituania	60% (3)			40% (2)	100% (5)
Luxemburgo		40% (2)		60% (3)	100% (5)
Malta	33% (1)	67% (2)			100% (3)
Reino Unido	81% (13)	19% (3)			100% (16)
Países Bajos	57% (4)			43% (3)	100% (7)
Polonia	15% (3)	25% (5)	25% (5)	35% (7)	100% (20)
Portugal	80% (16)	20% (4)			100% (20)
República Checa		20% (1)	20% (1)	60% (3)	100% (5)
Rumania	43% (11)	15% (4)	15% (4)	27% (7)	100% (26)
Eslovaquia	73% (8)	27% (3)			100% (11)
Eslovenia	32% (7)	23% (2)	18% (4)	27% (6)	100% (19)
España	75% (16)	5% (1)	10% (2)	10% (2)	100% (21)
Suecia	100% (4)				100% (4)
Hungría	40% (8)	30% (6)	15% (3)	15% (3)	100% (20)
Croacia	36% (4)	18% (2)		46% (5)	100% (11)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países "socios" del Patrimonio de la UE

En cuanto a la distribución de los grupos destinatarios por tipo de organización, se puede observar que la Gestión y Organización del Área está cubierta principalmente por el sector público. En la categoría Área Comunicación y Medios encontramos una distribución equitativa (17%) de los sectores público y privado. Sin embargo, las categorías de Área de Innovación e Intersectorial están cubiertas en su mayoría por el sector privado.

En cuanto a la temática y temática de la formación, encontramos que el 42% de los programas se refieren a 12% Turismo y 12% Mediación, 11% la categoría Otros (Artes Audiovisuales y Escénicas, Música como Patrimonio: de la Tradición al Producto, Estrategia, Gestión de Programas y Proyectos, Maestría en Escenografía y Diseño de Moda, Gestión de Eventos y Proyectos), 7% Digital / TIC y 6% se refieren a la categoría de Explotación.

En cuanto al tema y el tema de los programas de formación, relacionados con los países socios, el caso de Bélgica tiene los proveedores de formación más numerosos (36% - 4 casos) en turismo y otros temas, mientras que el alcanza el 27% (3 casos).

En Alemania, la mayoría de los proveedores de formación ofrecen programas sobre (71% - 5 casos), pero a diferencia de Bélgica también ofrecen cursos de valorización.

La situación de Grecia parece bastante atípica en comparación con los demás países socios. Los proveedores de capacitación tienen programas que enfatizan la mediación (31% - 4 casos).

Entre todos los socios, la situación de Francia e Italia es la más interesante. Francia e Italia cubren casi todos los temas de un programa de formación, incluida la interpretación, donde solo Chipre supera en porcentaje en comparación con todos los demás países.

Rumanía es el país donde la mayoría de los programas de formación se refieren al , con un porcentaje del 92% (24 casos). Esta situación indica el hecho de que en Rumanía la diversidad de temas propuestos por los proveedores de formación es bastante reducida.

GRÁFICO 6. Distribución de los programas de formación por grupos destinatarios (área)

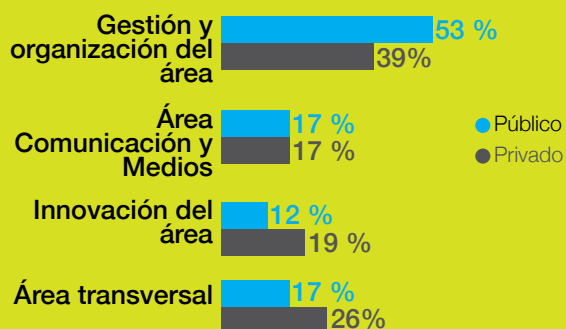


GRÁFICO 7. El tema / tema de la formación

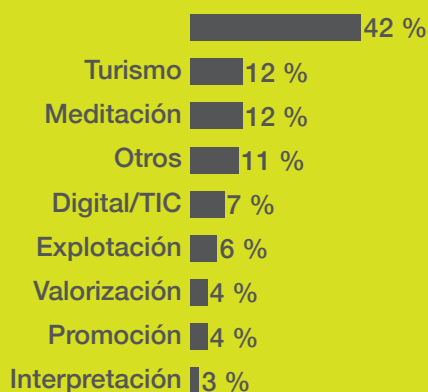


TABLA 3. La distribución del tema / tema de formación por país

PAÍS	TEMA / TEMA DE FORMACIÓN									TOTAL
	Valorización	Digital / TIC	Patrimonio Cultural	Turismo	Promoción	Explotación	Mediación	Interpretación	Otros	
Austria									100% (5)	100% (5)
Bélgica			27% (3)	36% (4)					36% (4)	100% (11)
Bulgaria		14% (2)	57% (8)	7% (1)	7% (1)	14% (2)				100% (14)
Chipre		17% (1)	17% (1)			17% (1)		17% (1)	33% (2)	100% (6)
Dinamarca		33% (1)	33% (1)	33% (1)						100% (3)
Estonia			75% (3)						25% (1)	100% (4)
Finlandia			100% (3)							100% (3)
Francia	13% (4)	3% (1)	28% (9)	16% (5)	6% (2)	9% (3)	19% (6)	6% (2)		100% (32)
Alemania	14% (1)		71% (5)			14% (1)				100% (7)
Grecia			15% (2)		15% (2)	15% (2)	31% (4)	15% (2)	8% (1)	100% (13)
Irlanda			50% (3)						50% (3)	100% (6)
Italia	5% (3)	11% (7)	47% (30)	14% (9)	5% (3)	6% (4)	11% (7)		2% (1)	100% (64)
Letonia	6% (1)	18% (3)	18% (3)	12% (2)	6% (1)		35% (6)		6% (1)	100% (17)
Lituania			100% (5)							100% (5)
Luxemburgo			100% (2)							100% (2)
Malta				100% (3)						100% (3)
Reino Unido			19% (3)					6% (1)	75% (12)	100% (16)
Países Bajos			50% (3)	33% (2)					17% (1)	100% (6)
Polonia		15% (3)	15% (3)	20% (4)	5% (1)	5% (1)	20% (4)	10% (2)	10% (2)	100% (20)
Portugal			55% (11)	25% (5)	5% (1)		10% (2)	5% (1)		100% (20)
República Checa		20% (1)	40% (2)				40% (2)			100% (5)
Rumania		4% (1)	92% (24)		4% (1)					100% (26)
Eslovaquia	13% (1)		88% (7)							100% (8)
Eslovenia	14% (3)	19% (4)	14% (3)	5% (1)		29% (6)	19% (4)			100% (21)
España			75% (15)		10% (2)	5% (1)		5% (1)	5% (1)	100% (20)
Suecia		25% (1)	75% (3)							100% (4)
Hungría	11% (2)		16% (3)	11% (2)		16% (3)	42% (8)		5% (1)	100% (19)
Croacia			9% (1)	45% (5)					45% (5)	100% (11)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países socios del Patrimonio de la UE



GRÁFICO 8.

La distribución del tema /
tema de la formación en
Bélgica

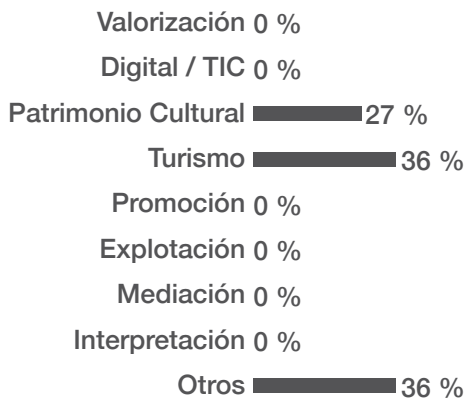


GRÁFICO 11.

La distribución del tema /
tema de la formación en
Italia

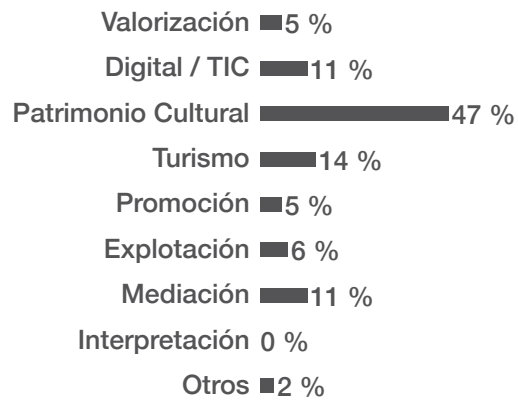


GRÁFICO 9.

La distribución del tema /
tema de la formación en
Alemania

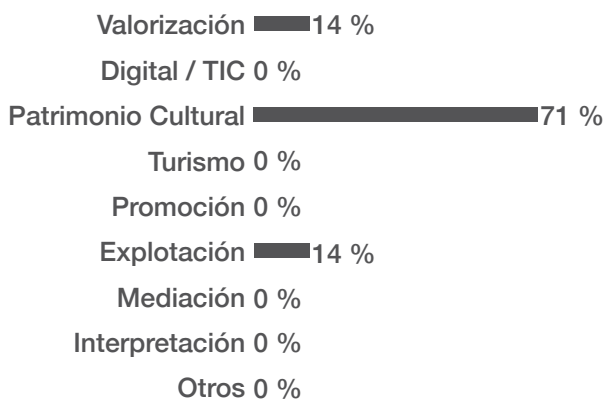


GRÁFICO 12.

La distribución del tema /
tema de la formación en
Rumania

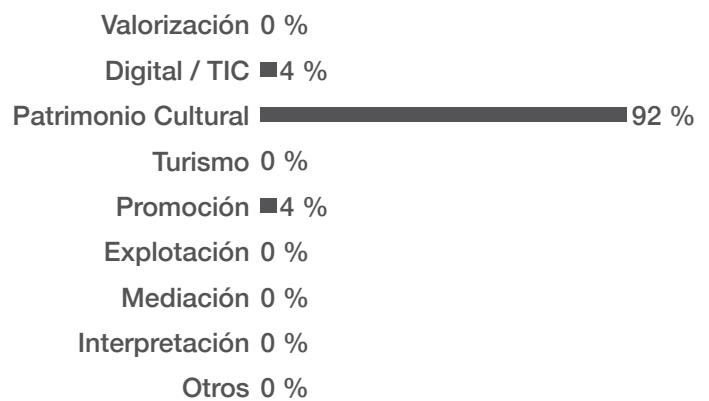


GRÁFICO 10.

La distribución del tema /
tema de la formación en
Grecia

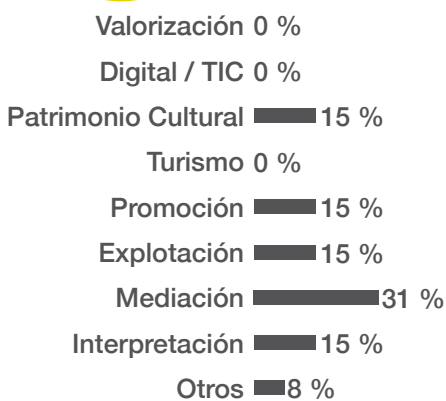
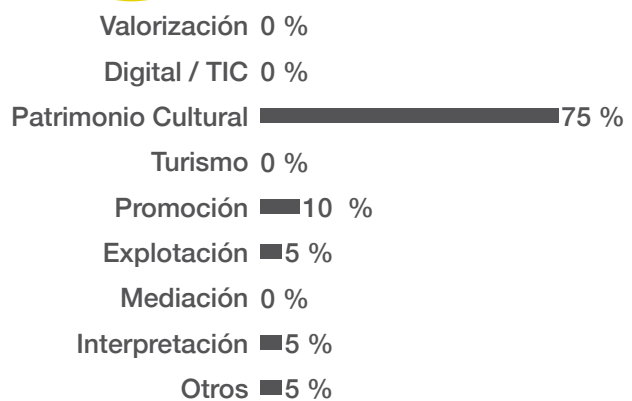


GRÁFICO 13.

La distribución del tema /
tema de la formación en
España



En cuanto a los programas de formación impartidos por organizaciones europeas, encontramos principalmente el enfoque presencial, en el 85% de los casos. En el 9% de los casos, los programas de formación se organizan tanto presenciales como online, mientras que solo el 6% de los programas están disponibles online.

Principalmente, las organizaciones que imparten formación ofrecen materiales de aprendizaje offline (69%). Al mismo tiempo, el 23% ofrece materiales de aprendizaje tanto offline como online. Solo el 8% ha elegido los materiales de aprendizaje online para sus cursos y formación.

La mayoría de los proveedores de formación (31%) aprovechan la bibliografía como soporte para sus cursos. Luego, los más utilizados son los libros de texto (16%) y los materiales audiovisuales (16%). Al mismo tiempo, los organizadores de la formación ofrecen ejercicios (10%), pruebas (10%) y simulaciones (10%).

Con respecto a los materiales de aprendizaje ofrecidos junto con los programas de formación, presentamos a continuación el tipo de materiales utilizados en cada país socio y los datos disponibles (recopilados) para los otros países extraídos de la investigación documental. Por ejemplo, en el caso de Bélgica, el 46% (5 casos) de los proveedores de formación utilizan ejercicios y el 45% (5 casos) utilizan otro tipo de materiales. Solo el 9% (1 caso) emplea simulaciones.

En Francia, el 32% (10 casos) utiliza materiales audiovisuales y el 31% (10 casos) emplea pruebas. También identificamos el uso de simulaciones (19% - 6 casos) y libros de texto (6% - 2 casos). Solo el 9% (3 casos) de los proveedores de formación utilizan otros soportes de aprendizaje. En Grecia, el más común es el uso de bibliografía (54% - 7 casos) y de materiales audiovisuales (38% - 5 casos). El 8% restante (1 caso) emplea otros materiales de aprendizaje.

En Italia, la distribución de los materiales de aprendizaje parece equilibrada: los proveedores

GRÁFICO 14. El tipo de métodos de enseñanza



GRÁFICO 15. El canal de los materiales de aprendizaje



GRÁFICO 16. El tipo de materiales de aprendizaje



de formación utilizan simulaciones (28% - 17 casos), libros de texto (20% - 12 casos), pruebas (20% - 12 casos), materiales audiovisuales (17% - 10 casos), ejercicios (8% - 5 casos) y bibliografía (2% - 1 caso). En Rumanía, el 69% (18 casos) utiliza bibliografía, mientras que el 19% (5 casos) emplea ejercicios y el 4% (1 caso) simulaciones. Solo el 8% (2 casos) utiliza otros materiales de aprendizaje.

En España, los materiales de aprendizaje consisten en bibliografía (56% - 12 casos), ejercicios (10% - 2 casos), materiales audiovisuales (29% - 6 casos) y simulaciones (5% - 1 caso).

En el caso de Bélgica, los materiales de aprendizaje se estructuran en todos los casos fuera de línea, a diferencia de Finlandia, donde todos los cursos son en línea.

En Francia, observamos que el 44% (14 casos) de los programas incluyen un enfoque tanto en línea como fuera de línea y el 9% (3 casos) se organizan exclusivamente en línea. El 47% restante (15 casos) de las capacitaciones se organizan solo fuera de línea.

La mayoría de los cursos (82% - 9 casos) observados en Grecia tienen un enfoque fuera de línea, favoreciendo la formación presencial.

TABLA 4. El tipo de material didáctico por país

PAÍS	MATERIALES								TOTAL
	BIBLIOGRAFÍA	EJERCICIOS	AUDIOVISUALES	PRUEBAS	SIMULACIÓN	LIBRO DE TEXTO	GRÁFICOS	OTROS	
Austria	0%	100% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (1)
Bélgica	0%	46% (5)	0%	0%	9% (1)	0%	0%	45% (5)	100% (11)
Bulgaria	29% (4)	50% (7)	0%	0%	0%	0%	0%	21% (3)	100% (14)
Chipre	33% (2)	0%	67% (4)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (6)
Finlandia	0%	0%	100% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (1)
Francia	0%	3% (1)	32% (10)	31% (10)	19% (6)	6% (2)	0%	9% (3)	100% (32)
Grecia	54% (7)	0%	38% (5)	0%	0%	0%	0%	8% (1)	100% (13)
Irlanda	100% (6)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (6)
Italia	2% (1)	8% (5)	17% (10)	20% (12)	28% (17)	20% (12)	0%	5% (3)	100% (60)
Letonia	0%	0%	0%	0%	6% (1)	89% (16)	0%	6% (1)	100% (18)
Malta	100% (3)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100% (3)
Reino Unido	75% (12)	19% (3)	6% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (16)
Países Bajos	0%	0%	0%	0%	0%	50% (2)	0%	50% (2)	100% (4)
Polonia	0%	10% (2)	35% (7)	40% (8)	10% (2)	5% (1)	0%	0%	100% (20)
Portugal	95% (19)	0%	5% (1)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (20)
República Checa	60% (3)	0%	40% (2)	0%	0%	0%	0%	0%	100% (5)
Rumanía	69% (18)	19% (5)	0%	0%	4% (1)	0%	0%	8% (2)	100% (26)
Eslovenia	40% (8)	0%	0%	0%	5% (1)	40% (8)	10% (2)	5% (1)	100% (20)
España	56% (12)	10% (2)	29% (6)	0%	5% (1)	0%	0%	0%	100% (21)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países socios del Patrimonio de la UE

En Italia, también encontramos que el 61% (38 casos) de las capacitaciones se organizan fuera de línea, mientras que el 31% (19 casos) se refieren tanto al enfoque en línea como fuera de línea.

Los cursos organizados en Rumanía son casi exclusivamente fuera de línea (96% - 25 casos), lo que indica una diversidad reducida.

TABLA 5. El canal de materiales de aprendizaje por país

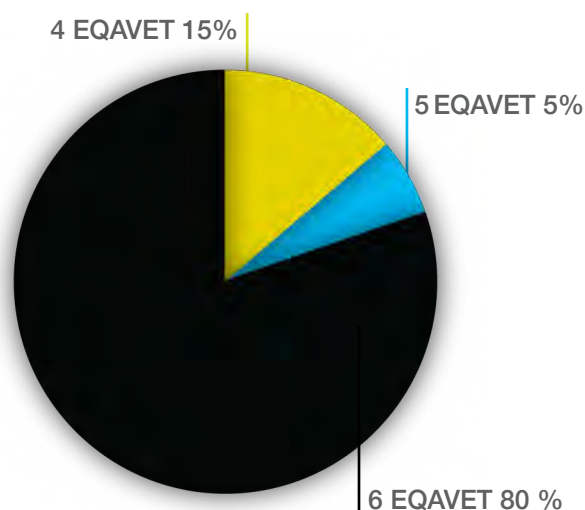
PAÍS	Frecuencias / Casos	EN LÍNEA	DESCONECTADO	AMBOS	TOTAL
Bélgica		0%	100% (11)	0%	100% (11)
Bulgaria		0%	86% (12)	14% (2)	100% (14)
Chipre		33% (2)	67% (4)	0%	100% (6)
Finlandia		100% (1)	0%	0%	100% (1)
Francia		9% (3)	47% (15)	44% (14)	100% (32)
Grecia		18% (2)	82% (9)	0%	100% (11)
Irlanda		0%	100% (6)	0%	100% (6)
Italia		8% (5)	61% (38)	31% (19)	100% (62)
Letonia		6% (1)	78% (14)	17% (3)	100% (18)
Malta		0%	100% (3)	0%	100% (3)
Reino Unido		7% (1)	67% (10)	27% (4)	100% (15)
Países Bajos		0%	40% (2)	60% (3)	100% (5)
Polonia		0%	25% (5)	75% (15)	100% (20)
Portugal		5% (1)	95% (18)	0%	100% (19)
República Checa		0%	60% (3)	40% (2)	100% (5)
Rumania		4% (1)	96% (25)	0%	100% (26)
Eslovenia		0%	91% (19)	10% (2)	100% (21)
España		33% (7)	48% (10)	19% (4)	100% (21)
Hungría		5% (1)	74% (14)	21% (4)	100% (19)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países socios del Patrimonio de la UE

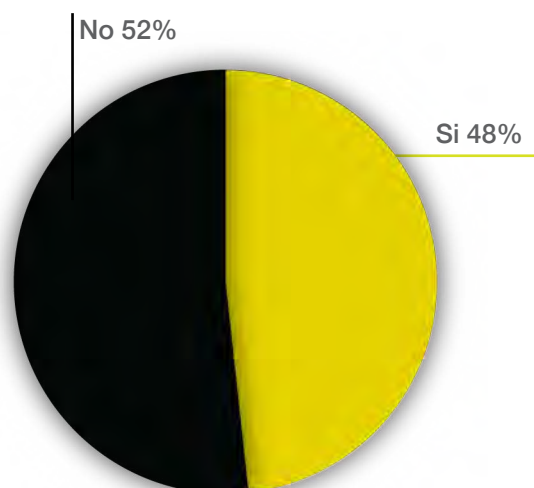
En la mayoría de los casos (80%), el nivel de formación impartido es 6 EQAVET, mientras que el 15% es 4 EQAVET y el 5% 5 EQAVET.

El gráfico 18 presenta la distribución de las organizaciones que ofrecen una fase de pasantía incluida en sus programas o que eventualmente ofrecen después de la graduación un diploma que acredita la participación en un programa de pasantías.

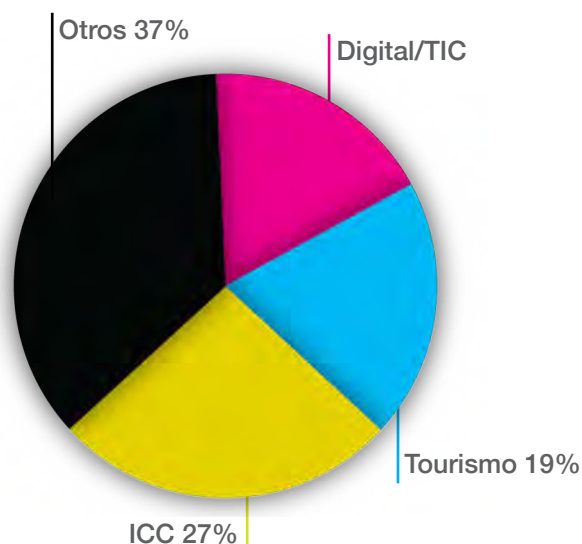
GRÁFICO 17. El nivel de formación



GRAPH 18. La certificación de prácticas



GRAPH 19. La distribución de los programas de capacitación por enfoque especial



Más de una cuarta parte (27%) de los proveedores de formación ofrecen planes de estudio centrados en las Industrias Culturales y Creativas (ICC), el 19% se centran en el Turismo y el 17% en el sector Digital / TIC. Sin embargo, el 37% de los casos organiza cursos diferentes a los dirigidos directamente por el proyecto EUHeritage.

TABLA 6. Distribución de los programas de capacitación por enfoque especial y por país

PAÍS	ENFOQUE ESPECIAL				Total
	Digital / TIC	Turismo	ICC	Otros	
Bélgica		36% (4)		64% (7)	100% (11)
Bulgaria	14% (2)	21% (3)		65% (9)	100% (14)
Chipre	17% (1)		50% (3)	33% (2)	100% (6)
Dinamarca	33% (1)	34% (1)		33% (1)	100% (3)
Estonia	33% (1)			67% (2)	100% (3)
Finlandia	50% (1)			50% (1)	100% (2)
Francia	22% (7)	41% (13)	31% (10)	6% (2)	100%
Alemania	25% (1)	25% (1)		50% (2)	100% (4)
Grecia	15% (2)	9% (1)	38% (5)	38% (5)	100% (13)
Irlanda		17% (1)	83% (5)		100% (6)
Italia	28% (17)	20% (12)	31% (19)	21% (13)	100% (61)
Letonia	27% (4)	13% (2)	13% (2)	47% (7)	100% (15)
Lituania		100% (2)			100% (2)
Luxemburgo				100% (1)	100% (1)
Malta		33% (1)	33% (1)	34% (1)	100% (3)
Reino Unido		6% (1)	94% (15)		100% (16)
Países Bajos		40% (2)		60% (3)	100% (5)
Polonia	40% (8)	15% (3)	35% (7)	10% (2)	100% (20)
Portugal		25% (5)	5% (1)	70% (14)	100% (20)
República Checa	20% (1)		60% (3)	20% (1)	100% (5)
Rumania	12% (3)	12% (3)		76% (20)	100% (26)
Eslovaquia	20% (1)	20% (1)		60% (3)	100% (5)
Eslovenia	19% (4)	10% (2)	10% (2)	61% (13)	100% (21)
España	10% (2)		70% (14)	20% (4)	100% (20)
Suecia	50% (2)			50% (2)	100% (4)
Hungría		12% (2)	18% (3)	70% (12)	100% (17)
Croacia		100% (6)			100% (6)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países socios del Patrimonio de la UE

GRÁFICO 20. El tipo de metodologías de enseñanza

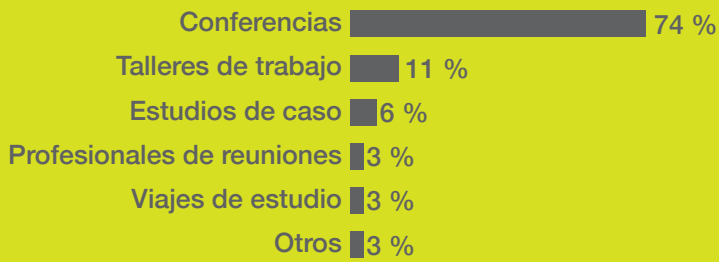


GRÁFICO 21. El tipo de tarifa de formación

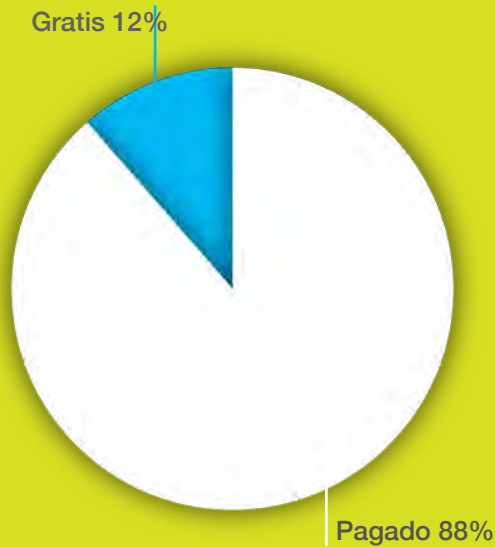
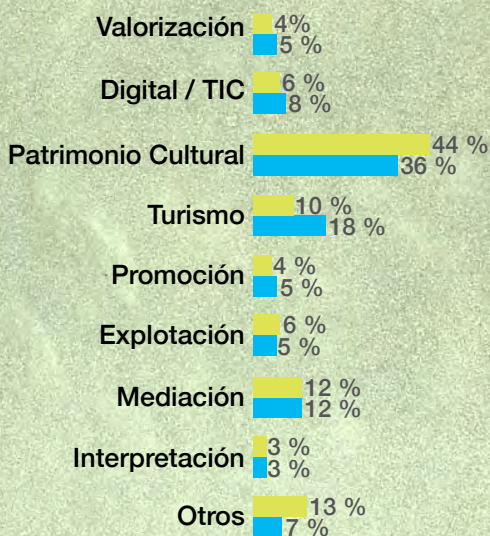


GRÁFICO 22. La distribución del tema / tema de formación por tipo de organización



La mayoría de los programas de capacitación utilizan conferencias (74%) y solo un pequeño porcentaje utiliza talleres (11%) y estudios de casos (6%).

En cuanto al pago, la mayoría de las organizaciones que ofrecen programas de formación (88%) exigen una cuota de participación. Solo el 12% ofrece formación o cursos gratuitos.

Observando la temática y el tema de formación relacionado con el tipo de organización, encontramos que , Explotación y Otros son cubiertos en un mayor porcentaje por los organismos públicos. La situación es similar para las categorías de Valorización, Promoción y Turismo. En el caso de Digital / TIC, el sector privado cubre más que las instituciones públicas.

Perfil de competencias de los programas de formación sobre

Los proveedores de formación ofrecen cursos de desarrollo de habilidades, competencias y habilidades en gestión (31%), intersectorial (26%), innovación y digital (16%), comunicación y medios (14%) y en otros sectores (13%).

GRÁFICO 23. El campo de habilidades / competencias / habilidades / aptitudes

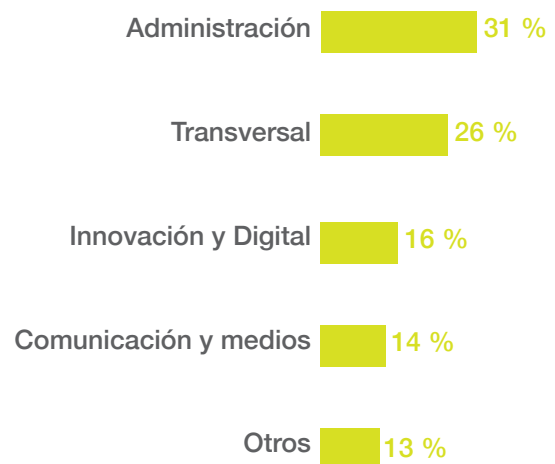


TABLA 7. La distribución de los programas de formación por campo de habilidades / competencias / habilidades / aptitudes y por país

PAÍS	CAMPO DE HABILIDADES / COMPETENCIAS / HABILIDADES / APTITUDES						
	Frecuencias / Casos	administración	Comunicación y medios	Innovación y Digital	Transversal	Otros	Total
Austria					80% (4)	20% (1)	100% (5)
Bélgica	64% (7)		18% (2)		9% (1)	9% (1)	100% (11)
Bulgaria	29% (4)		14% (2)	14% (2)		43% (6)	100% (14)
Chipre				67% (4)	33% (2)		100% (6)
Dinamarca	34% (1)			33% (1)	33% (1)		100% (3)
Estonia				50% (1)	50% (1)		100% (2)
Finlandia				100% (1)			100% (1)
Francia	38% (12)		6% (2)	34% (11)	13% (4)	9% (3)	100% (32)
Alemania	43% (3)			14% (1)	43% (3)		100% (7)
Grecia			8% (1)	8% (1)	84% (11)		100% (13)
Irlanda	66% (4)		17% (1)		17% (1)		100% (6)
Italia	32% (20)		16% (10)	29% (18)	18% (11)	5% (3)	100% (62)
Letonia	26% (5)		32% (6)	21% (4)	21% (4)		100% (19)
Lituania					100% (4)		100% (4)
Malta	34% (1)				33% (1)	33% (1)	100% (3)
Reino Unido	37% (6)		25% (4)		25% (4)	13% (2)	100% (16)
Países Bajos	40% (2)				20% (1)	40% (2)	100% (5)
Polonia	25% (5)		20% (4)	25% (5)	30% (6)		100% (20)
Portugal	60% (12)		10% (2)		15% (3)	15% (3)	100% (20)
República Checa				20% (1)	40% (2)	40% (2)	100% (5)
Rumania	4% (1)			8% (2)		88% (23)	100% (26)
Eslovaquia			50% (3)		50% (3)		100% (6)
Eslovenia	38% (8)		19% (4)	19% (4)	24% (5)		100% (21)
España	56% (12)		10% (2)		29% (6)	5% (1)	100% (21)
Suecia				100% (1)			100% (1)
Hungría	42% (8)		21% (4)		37% (7)		100% (19)
Croacia			18% (2)		82% (9)		100% (11)

* Los datos marcados en rojo corresponden a los países socios del Patrimonio de la UE

GRÁFICO 24. El tipo de certificación

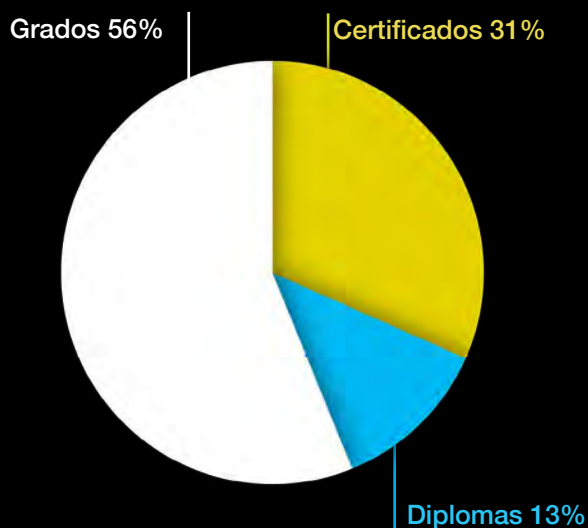
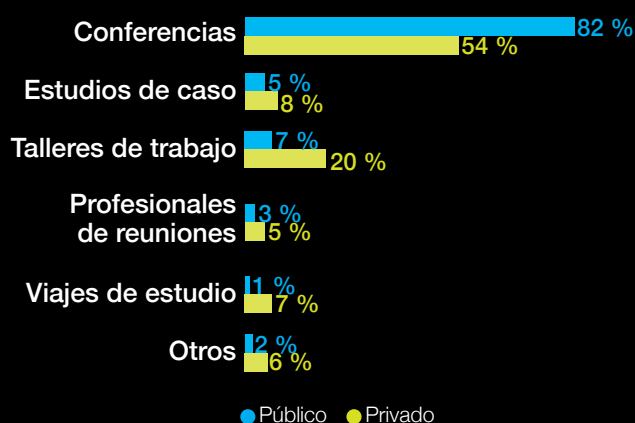


GRÁFICO 25. La distribución del tipo de metodologías de enseñanza por tipo de organización



Más de la mitad (56%) de las organizaciones que imparten cursos ofrecen una certificación de grado. Otro 31% de los programas de formación van seguidos de certificados y sólo el 13% de diplomas. Se puede observar que la mayoría de las organizaciones ofrecen certificados que son reconocidos por el mercado laboral y considerados como aprendizaje permanente.

A continuación, hemos considerado relevante identificar el tipo de metodologías de enseñanza por el tipo de organización. Encontramos que la categoría de conferencias se menciona con mayor frecuencia (82%) en el sector público. Todos los demás métodos de enseñanza tienen más probabilidades de ser utilizados por los proveedores de formación privados, como los talleres (20%) y seguidos de estudios de casos y viajes de estudio.

Si observamos el tipo de materiales de aprendizaje que se ofrecen junto con los cursos, la bibliografía (44%), las pruebas (57%) y los libros de texto (36%) se utilizan más bien en la obtención de habilidades

de gestión, los materiales audiovisuales (49%) se utilizan en la Categoría Innovación y Digital, los ejercicios se utilizan en un mayor porcentaje para la obtención de aptitudes diferentes a las mencionadas, las simulaciones (43%) y gráficos (100%) se utilizan principalmente en el desarrollo de competencias transversales.

Las organizaciones desarrollan las habilidades de gestión utilizando principalmente materiales de aprendizaje fuera de línea, mientras que las aptitudes en innovación y digital e intersectorial se mejoran principalmente con materiales y recursos en línea.

En general, los proveedores públicos de capacitación ofrecen más cursos presenciales, mientras que las organizaciones privadas favorecen el enfoque en línea.

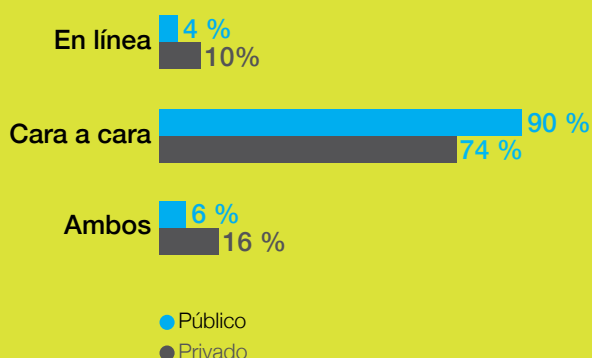
TABLA 8. La distribución del campo de habilidades / competencias / habilidades / aptitudes por tipo de materiales de aprendizaje 1

TIPO DE MATERIALES DE APRENDIZAJE 1	Administración	Comunicación y medios	Innovación y Digital	Transversal	Otros	Total
Bibliografía	45%	7%	2%	22%	24%	100%
Ejercicios	26%	23%	6%	13%	32%	100%
Materiales audiovisuales	10%	8%	49%	27%	6%	100%
Pruebas	56%	17%	17%	7%	3%	100%
Simulación	17%	17%	13%	43%	10%	100%
Libro de texto	36%	18%	24%	dieciséis%	6%	100%
Gráficos	0%	0%	0%	100%	0%	100%
Otros	32%	17%	17%	21%	13%	100%

TABLA 9. La distribución del campo de habilidades / competencias / habilidades / aptitudes por tipo de materiales de aprendizaje 2

TIPO DE MATERIALES DE APRENDIZAJE 2	Administración	Comunicación y medios	Innovación y Digital	Transversal	Otros	Total
En línea	20%	4%	28%	36%	12%	100%
Desconectado	36%	13%	10%	22%	19%	100%
Ambos	28%	19%	34%	15%	4%	100%

GRÁFICO 26. La distribución del tipo de formación por tipo de organización

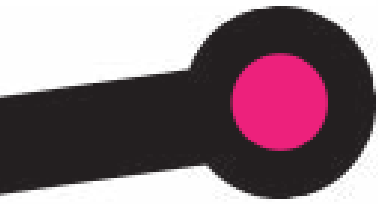


CONCLUSIONES

La mayoría de los proveedores de formación son instituciones educativas, universidades y colegios. Los grupos destinatarios a los que se dirigen los proveedores de formación incluyen generalmente a estudiantes y profesionales, pero los cursos están organizados para estudiantes en la mayoría de los casos. Aproximadamente la mitad de los programas de formación se refieren a la categoría de gestión y organización del área. En cuanto al tema y tema de la formación, descubrimos que la mayoría de los programas se refieren al Patrimonio Cultural, el turismo y la mediación. Los programas de formación son impartidos por las organizaciones europeas utilizando principalmente el enfoque presencial y la mayoría de los proveedores utilizan la bibliografía como soporte para la enseñanza. En la mayoría de los casos, el nivel de formación impartido a través de programas especializados es de 6 EQVET. Las instituciones que imparten cursos requieren una tarifa de estudio para sus paquetes de capacitación en la mayoría de los países.







IDENTIFICACIÓN DE HABILIDADES Y NECESIDADES EN LOS ÁMBITOS DEL PATRIMONIO CULTURAL Y TURÍSTICO

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de la investigación cuantitativa fue identificar las necesidades de habilidades de los especialistas que se activan en los campos del patrimonio / cultural y turístico. La encuesta se dividió en cuatro secciones principales: datos personales generales, experiencia en cultura / patrimonio / turismo, habilidades / competencias necesarias en el sector del y formación previa en patrimonio y turismo cultural.

METODOLOGÍA

La encuesta se realizó entre mayo y julio de 2019. El cuestionario se cargó en la plataforma en línea www.googleforms.com y estaba disponible en todos los idiomas de los socios, incluida la versión en inglés. Los encuestados fueron seleccionados de una lista de partes interesadas en los dominios cultural / turístico y patrimonial y recibieron una invitación individual para completar nuestro cuestionario.

La base de datos de especialistas incluyó contactos de partes interesadas de las siguientes áreas relevantes: área de gestión y organización (planificación empresarial; desarrollo de la organización; desarrollo profesional del personal), área de comunicación y medios (desarrollo de audiencia; análisis de necesidades de los clientes; estrategia de medios / comunicación), área de innovación (Implementación de la estrategia de TI; desarrollo interno de sistemas, aplicaciones, habilidades; departamento educativo) y área intersectorial (industrias creativas, artistas, operadores de turismo cultural, otras Pymes o Start-ups, operadores educativos).

Cada socio del proyecto distribuyó el enlace con el cuestionario a los encuestados pertinentes de los 28 países de la UE, de acuerdo con los principales objetivos del proyecto y las discusiones del equipo.

Las respuestas se obtuvieron de los siguientes países de la siguiente manera:

TABLA 10. Distribución de respuestas por país (cuestionarios)

PAÍS	BÉLGICA	RUMANIA	GRECIA	ITALIA	ESPAÑA	ALEMANIA	LOS PAÍSES BAJOS	MALTA	AUSTRIA	FINLANDIA	ESLOVAQUIA	REINO UNIDO	BULGARIA	TOTAL
RESPUESTAS	95	40	36	30	26	23	10	5	3	2	2	1	1	271

ANTECEDENTES PROFESIONALES EN PATRIMONIO CULTURAL

De todos los encuestados de nuestro estudio, más de la mitad (69%) son mujeres y el 31% son hombres. En general, las mujeres participan con mayor frecuencia en los sectores de actividad cultural y patrimonial, como muestra nuestra investigación.

Con respecto al segmento de edad de los encuestados, la mayoría de los encuestados están en el segmento de edad de 30 a 39 años (30%) y el 27% está en el segmento de edad de 40 a 49 años. Solo el 16% de los encuestados pertenecen al segmento de edad de 18 a 29 años.

GRÁFICO 27. Distribución de encuestados por género

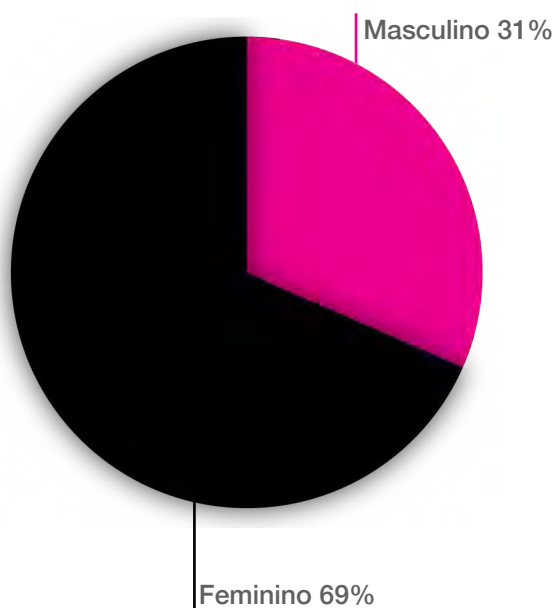


GRÁFICO 28. Distribución de encuestados por edad

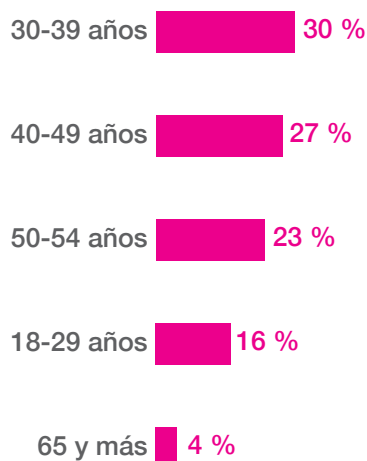




TABLA 11. Nivel de educación de los encuestados

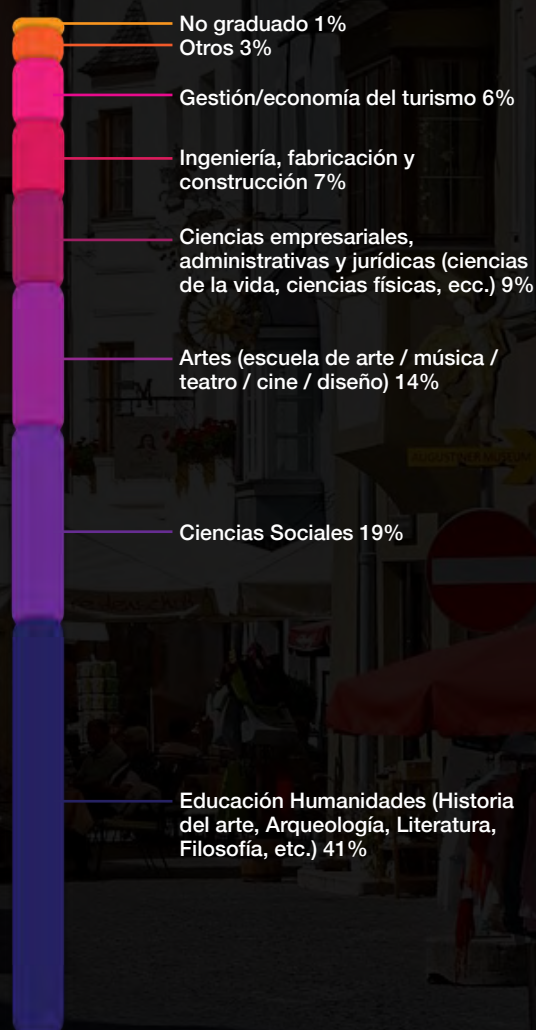
EL GRADO EDUCATIVO

La licenciatura	97%
Certificado	2%
Nada	1%
Total	100%

GRÁFICO 29. Distribución de los encuestados por ocupación



GRÁFICO 30. La distribución de los encuestados por área de diploma / grado



En cuanto al nivel de educación, la mayoría de los encuestados han mencionado que tienen un título. Solo el 1% de los encuestados no tiene título ni ningún otro tipo de certificado. En cuanto a los proveedores de títulos o certificados, los encuestados han mencionado que lo han obtenido de universidades o de cualquier tipo de institución educativa superior acreditada. En la mayoría de los casos, la asignatura del título o certificado se encuentra en campos especializados (cultura, patrimonio, turismo, museología, etc.). De los que han obtenido un diploma de posgrado, la mayoría lo tiene en campos relacionados con la cultura, el turismo, la comunicación, la gestión cultural, la arqueología, los estudios de museos, la historia o el arte.

En cuanto a la distribución de los encuestados por ocupación, la mayoría de ellos (80%) se encuentran en la categoría de funciones comunes. Por ejemplo, las funciones comunes incluyen (según la lista de ocupaciones de NACE¹): gerentes de investigación y desarrollo, directores generales y directores ejecutivos, gerentes de publicidad y relaciones públicas, profesores universitarios y de educación superior, profesionales de publicidad y marketing, profesionales asociados artísticos y culturales no clasificados. Etcétera. La lista de ocupaciones específicas incluye, entre otros: artistas visuales, archiveros y curadores, guías de viaje, archiveros y curadores, actores, arquitectos, etc.

En cuanto a la experiencia de los encuestados en el campo, la mayoría de ellos tienen una experiencia notable en muchas áreas del patrimonio, la cultura y el turismo. Los encuestados tienen experiencia en proyectos culturales o turísticos dedicados al público en general, exposiciones de museos, gestión de proyectos culturales dirigidos a adolescentes y otros grupos de edad, trabajo público, viajes patrimoniales y guías de turismo, programas de educación en museología, planificación de eventos culturales, comunicación, etc. .

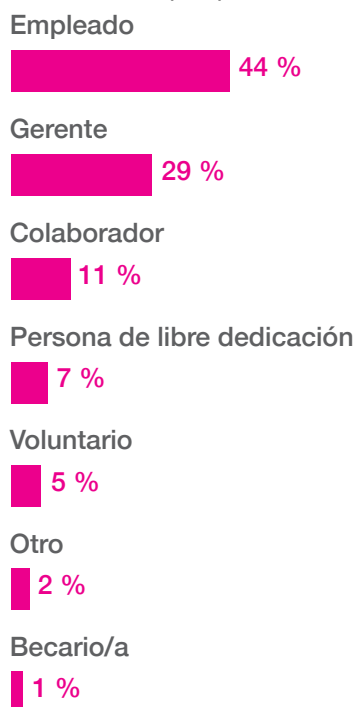
¹ https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

La distribución de los encuestados por área de diploma o grado indica que casi la mitad de nuestros encuestados se graduó en el área de Humanidades de la Educación (41%), el 19% en Ciencias Sociales y el 14% en Artes. Solo el 6% de los encuestados tiene un diploma en el área de gestión / economía del turismo.

EXPERIENCIA EN CULTURA / PATRIMONIO / TURISMO

En esta sección presentaremos algunos datos sobre la experiencia en cultura / patrimonio / turismo. Más del 40% de nuestros encuestados son empleados, el 29% de ellos tienen un puesto directivo y el 11% son colaboradores. Solo el 1% de los encuestados está en un programa de prácticas.

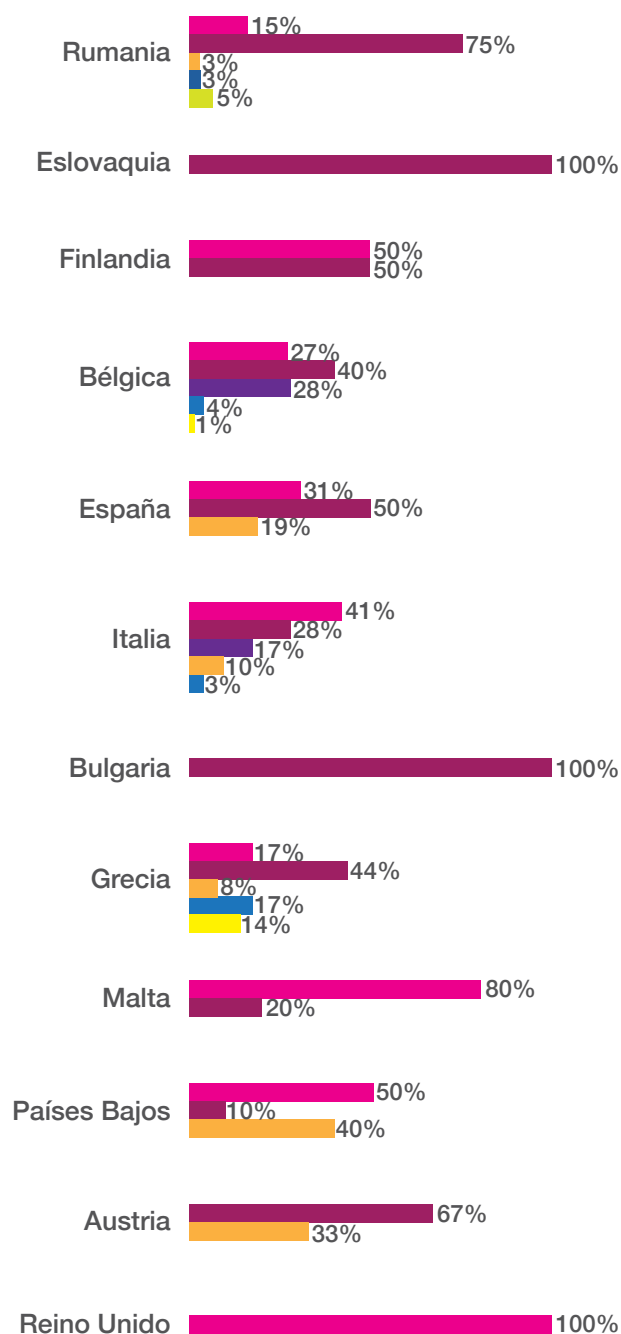
GRÁFICO 31. *Distribución de encuestados por puesto de trabajo*



El gráfico 32 presenta la distribución de los encuestados por función / trabajo dentro de la organización para cada país de la muestra.

Para los siguientes análisis de los encuestados expertos en su propia actividad profesional, utilizamos las respuestas de los encuestados tal como las mencionaron. La mayoría tiene experiencia en patrimonio, arqueología, gestión, gestión turística y gestión de proyectos.

GRÁFICO 32. *El trabajo/función de los encuestados dentro de la organización/ institución por país*



- Gerente
- Empleado
- Colaborador
- Persona de libre dedicación
- Voluntario
- Becario/a
- Otros

Arqueología

Director del festival de cine

Gerente de proyectos relacionados con el cine

Ecoturismo, , educación, medio ambiente

Conservador

Gestión cultural, Gestión de exposiciones

Responsable de proyectos para diversos eventos culturales como Street Delivery, Museum Nights, para proyectos editoriales

Arqueólogo experto; más de 25 años de actividad en el ámbito del (investigaciones de campo, exposiciones, catálogos de exposiciones, volúmenes, artículos y estudios, muebles)

Organización de exposiciones de historia, arqueólogo

Planificador de eventos culturales

Geógrafo

Marketing y Marca

Gestión Cultural

Patrimonio y sostenibilidad: participación de las partes interesadas en las prácticas patrimoniales

Coordinación de actividades y dinamización de la red

Arqueología, comunicación, comunicación digital, marketing, redes sociales

Dramaturgia, interactividad, co-creación, coordinación de investigaciones artísticas, gestión de proyectos

Formación de profesionales de museos

Investigador

Turismo, educación, emprendimiento y proyectos europeos

Gestión turística de sitios patrimoniales y análisis de datos

Patrimonio Cultural, historia del arte, museología, turismo cultural

Marketing de turismo patrimonial

Dirección editorial y proyectos de arquitectura

Formación en museos, talleres, visitas guiadas en Madrid, impartición de clases de historia del arte, coleccionismo e historia de la moda.

Política generalista y de cultura local

Coordinación, apoyo y ejecución desde la política de patrimonio inmobiliario

Cuidado experto de monumentos

Comunicación en línea

Artes Visuales, Diseño y Arquitectura

Turismo experto en comunicación

Guía y gerente

Formación de guías

Viajes patrimoniales

Talleres, Educación, Patrimonio para estudiantes, Conocimientos prácticos

Planificación cultural, control de gestión, planificación estratégica de recaudación de fondos, gestión de actividades de recaudación de fondos, organización de eventos, actividades de seguimiento y retorno

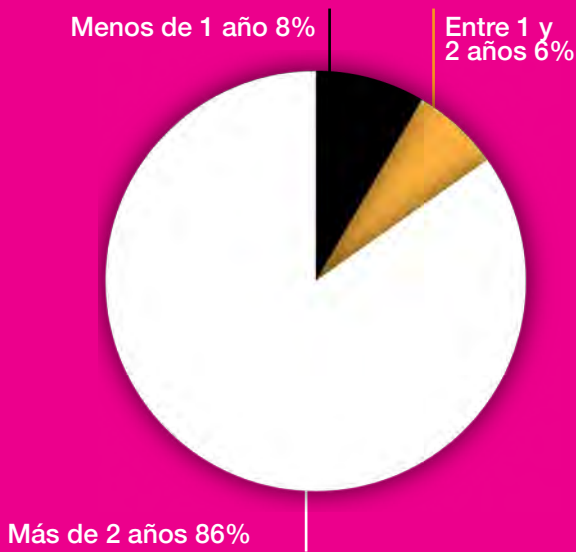
Gestión de proyectos culturales

Jefe de proyecto, representante del Sistema de Calidad, guía turístico, educador ambiental

Responsable de proyectos teatral-artísticos, guía turística, autora de ensayos

Estudios profesionales (arquitectura), asociaciones culturales que operan en el campo de la regeneración urbana y en el campo artístico.

GRÁFICO 33. Distribución de los encuestados por experiencia en el sector cultural / turístico



Más del 86% de los encuestados tienen más de 2 años de experiencia en los sectores cultural o turístico.

La mayoría de los encuestados tiene más de dos años en el sector cultural / turístico. Austria, Grecia, Rumanía, Bélgica e Italia tienen expertos con menos de un año en el sector cultural / turístico.

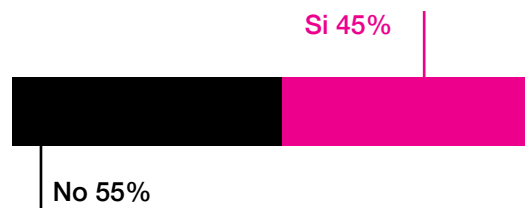
TABLA 12. Número de años de experiencia en el sector cultural / turístico por país

PAÍS	FRECUENCIAS / CASOS	MENOS DE 1 AÑO	ENTRE 1 Y 2 AÑOS	MÁS DE 2 AÑOS
Rumania		10% (4)	10% (4)	80% (32)
Eslovaquia		-	-	100% (2)
España		-	8% (2)	92% (24)
Reino Unido		-	-	100% (1)
Austria		33% (1)	-	67% (2)
Bélgica		5% (5)	4% (4)	91% (86)
Bulgaria		-	-	100% (1)
Finlandia		-	-	100% (2)
Grecia		28% (10)	8% (3)	64% (23)
Italia		3% (1)	7% (2)	90% (27)
Malta		-	20% (1)	80% (4)
Países Bajos		-	-	100% (10)
Alemania		5% (1)	5% (1)	90% (18)

Más del 50% de los encuestados no ha participado en un programa de formación en el ámbito del patrimonio en los últimos 3 años.



GRÁFICO 34. La participación en un programa de formación en el patrimonio en los últimos 3 años



En cuanto a los principales obstáculos para los encuestados que no han participado en un programa de capacitación, los más mencionados son: falta de tiempo, falta de información detallada sobre cursos y programa de capacitación, falta de dinero o no sabían dónde buscarlos. Solo el 12% de los encuestados mencionaron que no estaban interesados en participar en un programa de formación.

GRÁFICO 35. Principales obstáculos para asistir un programa de formación en los últimos 3 años

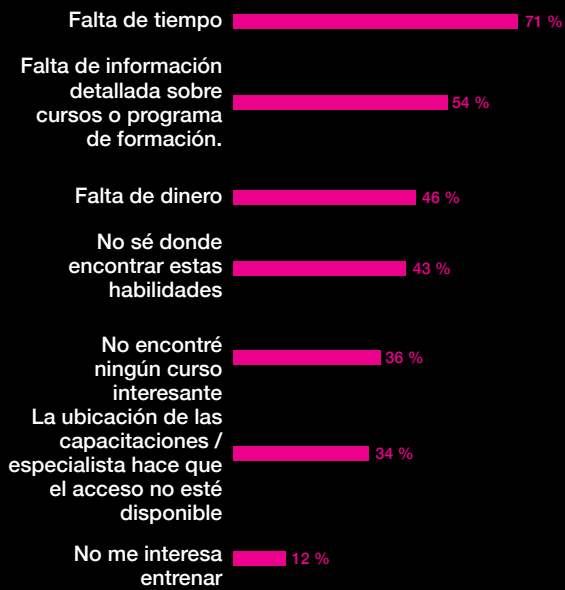
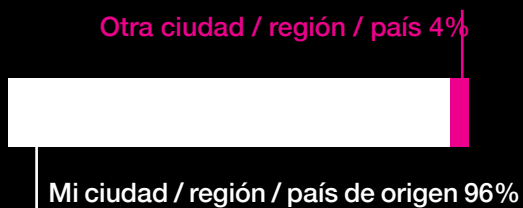


GRÁFICO 36. El tipo de programas de formación atendido por los encuestados



GRÁFICO 37. El tipo de programas de formación atendido por los encuestados



La mayoría de los encuestados participó en programas de formación presencial (38%). Solo el 30% de los encuestados obtuvo más información o habilidades específicas a través de programas de formación especializados.

Más del 90% de los encuestados participó en programas de formación en su propia ciudad, país o región. Solo el 4% de los expertos ha optado por participar en programas de formación fuera de su ciudad o región. Una de las explicaciones podría ser el costo de acceder a una sesión de capacitación en un país extranjero.

El tema principal de los programas de capacitación a los que asistieron, tal como los mencionaron los encuestados, son:

Museógrafo y museología	Restauración de cuadros sobre tabla	Gestión del patrimonio cultural a través de la historia sensorial y la memoria
Actualización en hallazgos arqueológicos y restauración patrimonial	Religión Patrimonio	Gestión de bienes culturales
Enesco Conferential, educaciones de FARO, Tourism Flanders	Trabajo público: familias y visitas a museos	Gestión del patrimonio inmueble
Academia de formación del programa Itinerarios Culturales, organizado por el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales	Profesión de arte contemporáneo	Archivos de documentación de gestión
Gestión del tiempo, resolución de conflictos y negociación.	" Museo y niño "	Diálogo y cooperación con los tomadores de decisiones
Operación de audiencia objetivo	Musa MOOC "Essential Digital	Aprendiendo en un museo
Narración	Musa MOOC "Habilidades digitales esenciales para profesionales de museos"	Sensibilización pública sobre la importancia del patrimonio cultural.
curso específico de archivo	Capacitación en medios para arqueología	Historia del arte y gestión de bienes culturales
Gestión de redes sociales y cultura	Marketing en turismo cultural, Turismo cultural	Casco histórico de Europa patrimonio cultural - conceptos
Protección del patrimonio cultural	Conservación del patrimonio cultural	Curso electrónico de participación comunitaria
Cultura social / habilidades digitales	Gestión del patrimonio cultural local	Guía de turismo educativo
Recaudación de fondos y patrimonio inmobiliario	Habilidades digitales esenciales para profesionales de museos	Educación en CH / taller educativo
Fundamentos de los estudios de museos	Medidas ecológicas en el patrimonio	Educación y mediación en museos
Patrimonio familiar	Desarrollo de habilidades digitales	Educación Adlib, banco de datos de registro Heritage
comunicación y educación	Atención al cliente	Marketing cultural
Habilidad básica en la gestión de museos	Experto en conservación de obras de arte y monumentos históricos	Acercándose a grupos específicos
Acceso a la cultura y el Patrimonio, Conservación	Planificación estratégica	Habilidades digitales esenciales para profesionales de museos
Recaudación de fondos		

La mitad de los encuestados pagaron por el curso en el que participaron. Casi la mitad (45%) participó de forma gratuita y el 5% participó en otras condiciones específicas (por ejemplo: pagado en parte por los encuestados, obtenido después de una selección profesional).

Cuando se les preguntó qué aprecian los encuestados en un curso de capacitación, el 94% de ellos mencionó que aprecian hablar con los expertos, el 90% mencionó estudios de casos, el 86% agradece compartir su experiencia con sus pares, el 80% prefiere las visitas de estudio y el 77% aprecia las sesiones prácticas.

Los encuestados prefieren el seminario como primera opción de aprendizaje. Como segunda opción seleccionaron el taller y como tercera opción seleccionaron el tipo de aprendizaje del día de información.

En cuanto a la distribución de las respuestas por países "socios", en Italia el 67% de los expertos que respondieron a nuestro estudio consideran que su educación formal es suficiente, el 69% en España, el 57% en Bélgica y el 50% en Rumanía. En Grecia, más de la mitad de los encuestados (53%) considera que la educación formal no es suficiente.

GRÁFICO 38. El tipo de pago de los programas de formación a los que asistieron los encuestados

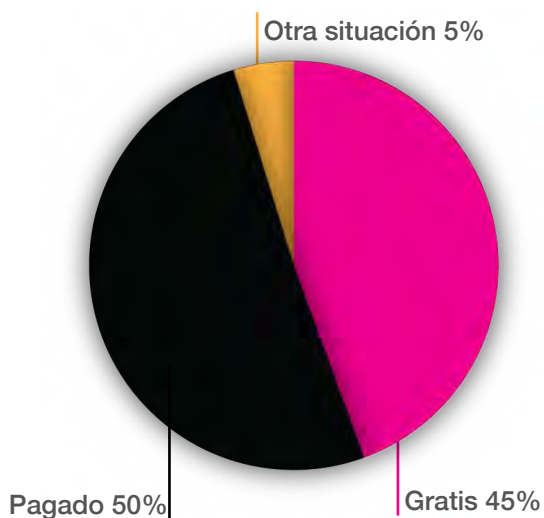


GRÁFICO 39. Los aspectos más apreciados de un curso de capacitación

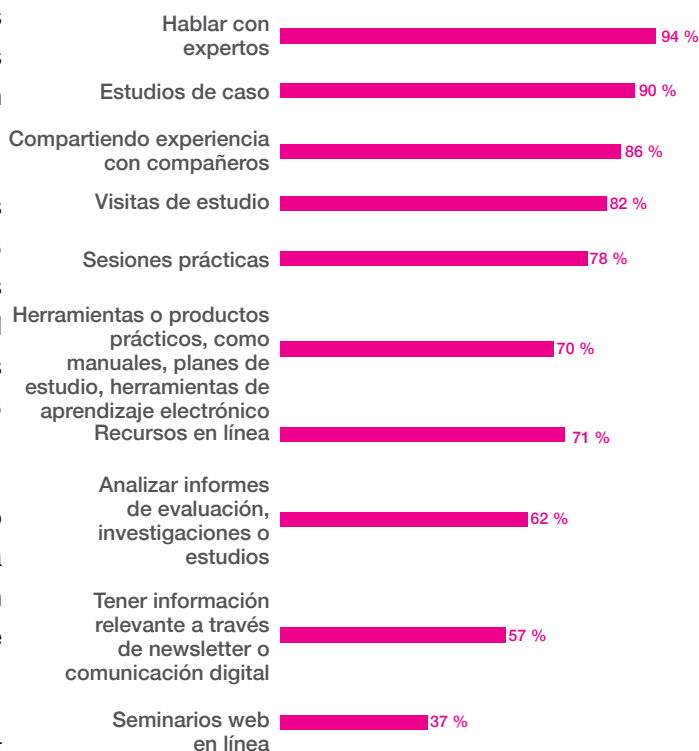


GRÁFICO 40. La preferencia por el tipo de aprendizaje, primera opción

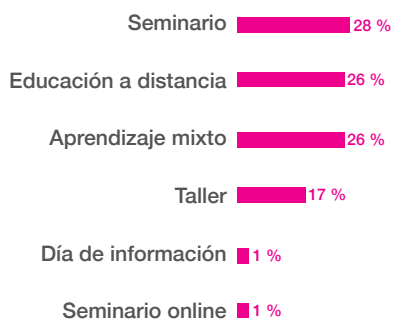
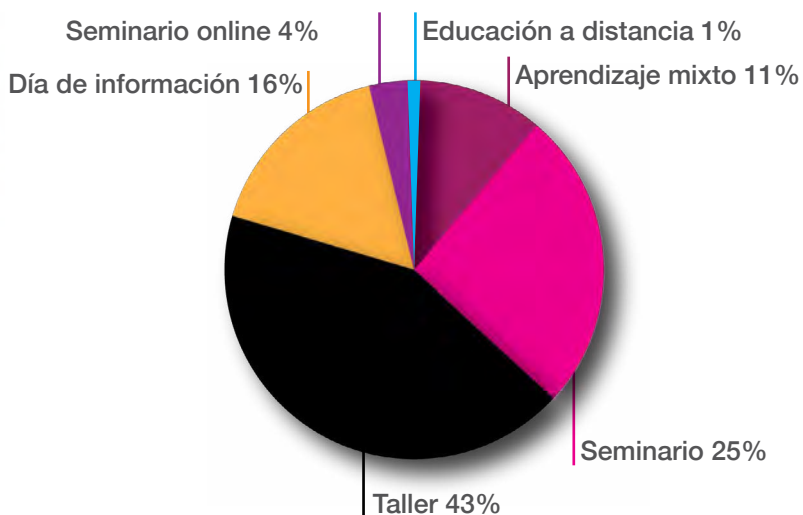


GRÁFICO 41. La preferencia por tipo de aprendizaje, segunda opción



HABILIDADES / COMPETENCIAS NECESARIAS EN EL SECTOR DEL PATRIMONIO CULTURAL

Descubrimos que los especialistas que se activan en los sectores de cultura / patrimonio o turismo consideran que las competencias más relevantes para su actividad son: capacidad de comunicación (96%), capacidad de resolución de problemas (94%), flexibilidad y adaptación (91%) o creatividad y capacidad conceptual (89%). Estos resultados indican que las habilidades blandas son muy importantes para este tipo de actividad profesional.

GRÁFICO 42. La preferencia por el tipo de aprendizaje, tercera opción

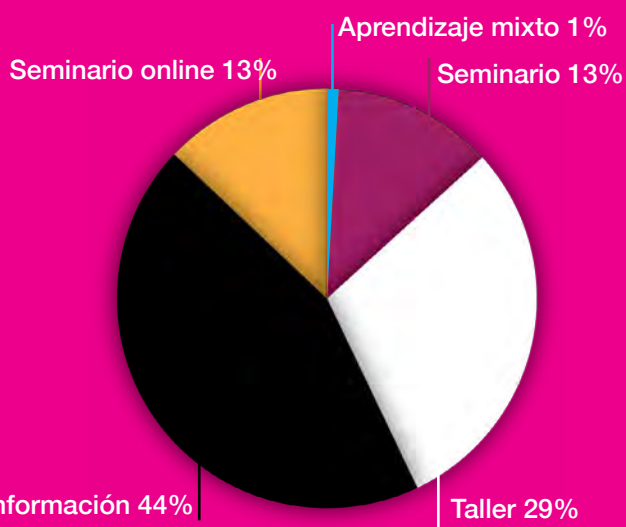


GRÁFICO 43. Distribución de encuestados que consideran adecuada la educación formal por país

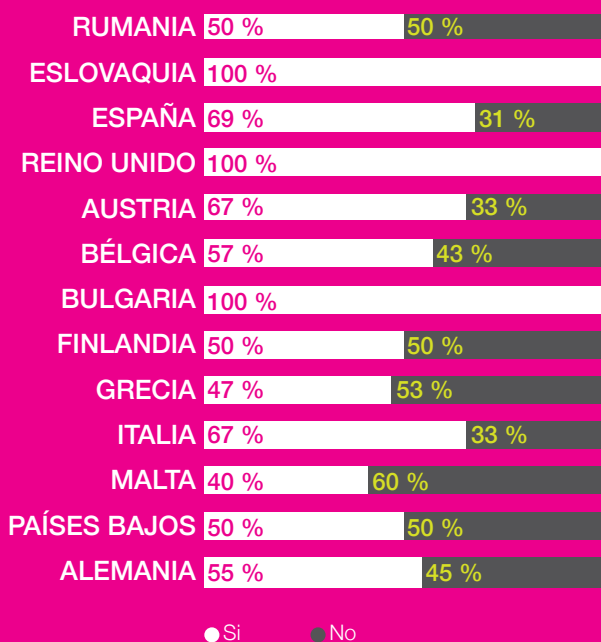
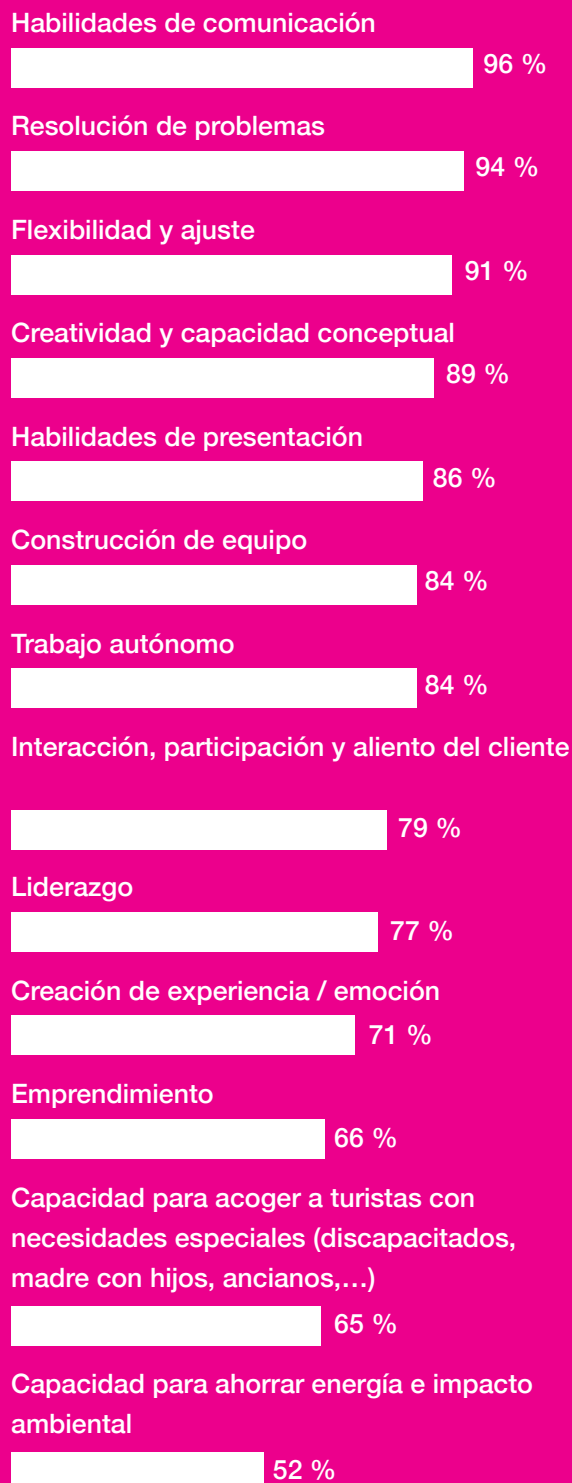


GRÁFICO 44. La evaluación de los encuestados sobre las habilidades blandas más importantes en su trabajo



Preguntamos a los encuestados cuáles son las técnicas más adecuadas para que adquieran conocimientos adicionales. Descubrimos que para la mayoría de los encuestados, las guías de buenas prácticas o los estudios de casos y las reuniones con expertos son las formas más eficientes de obtener más información. Para el 77% de los encuestados,

una herramienta práctica es más útil y solo el 56% de los encuestados mencionó que los informes de evaluación son una forma eficaz de adquirir conocimientos.

Para el área de Promoción del Patrimonio, el 76% de los encuestados necesita mejorar las habilidades de divulgación y participación comunitaria, el 72% necesita mejorar las habilidades de creación de redes, el 66% las habilidades de marketing y el 63% las habilidades de redes sociales.

Para el área de Valorización del patrimonio, al 76% le gustaría mejorar las habilidades de participación comunitaria y los procesos educativos que involucran a personas de diferentes edades y habilidades, 64% habilidades de recaudación de fondos y 61% habilidades de presentación.

Para el área de Explotación del patrimonio, el 78% de los encuestados desea mejorar el conocimiento para innovar habilidades, el 76% habilidades comunitarias y de curaduría, el 66% habilidades de gestión y 58% habilidades de financiación.

GRÁFICO 45. Las herramientas útiles para adquirir conocimientos adicionales

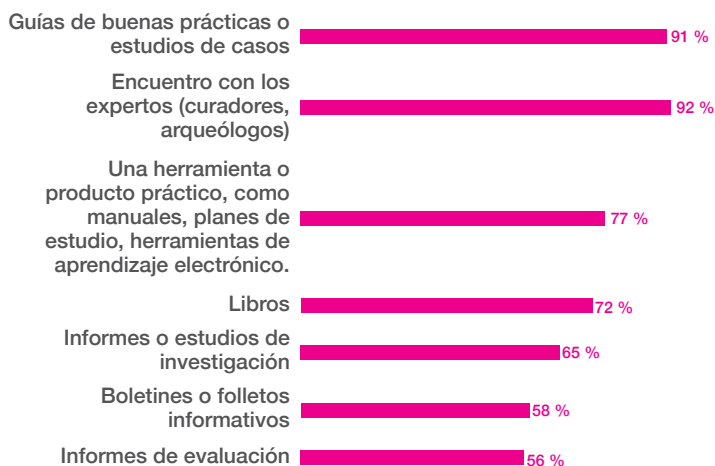


GRÁFICO 46. Necesidades de competencias en la promoción del patrimonio



GRÁFICO 47. Necesidades de competencias en la valorización del patrimonio

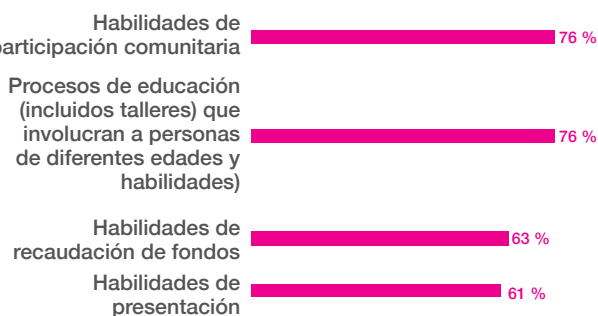


GRÁFICO 48. Necesidades de conocimientos especializados en explotación del patrimonio



GRÁFICO 49. Necesidades de conocimientos de mediación e interpretación del patrimonio



Para el área de Mediación e Interpretación, el 71% de nuestros encuestados desea mejorar sus habilidades digitales, el 69% habilidades dirigidas a la defensa y los tomadores de decisiones y el 57% copropiedad de sitios / habilidades patrimoniales.

Para la promoción del patrimonio, las habilidades más necesarias son: habilidades de relaciones públicas para España, Rumania y Grecia, habilidades de marketing en Rumania, Grecia e Italia, habilidades de redes sociales en Rumania, España y Grecia, habilidades de accesibilidad son necesarias en Rumania, Grecia e Italia, Habilidades de creación de redes en España, Bélgica e Italia y Habilidades de divulgación / Habilidades de participación comunitaria en Italia, Rumania, Grecia y Bélgica.

TABLA 14. Necesidades de competencias en promoción del patrimonio por país

PAÍS <i>Frecuencias / Casos</i>	Habilidades de presentación	Habilidades de recaudación de fondos	Habilidades de participación comunitaria	Procesos de educación (incluidos talleres) que involucran a personas de diferentes edades y habilidades)
Rumania	83% (33)	77% (31)	83% (33)	90% (36)
Eslovaquia	100% (2)	50% (1)	100% (2)	100% (2)
España	69% (18)	58% (15)	81% (21)	77% (20)
Reino Unido	0%	100% (1)	0%	100% (1)
Austria	33% (1)	100% (3)	100% (3)	67% (2)
Bélgica	52% (49)	44% (42)	78% (74)	74% (70)
Bulgaria	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)
Finlandia	100% (2)	50% (1)	50% (1)	100% (2)
Grecia	67% (24)	83% (30)	64% (23)	81% (29)
Italia	50% (15)	83% (25)	87% (26)	63% (19)
Malta	100% (5)	60% (3)	80% (4)	80% (4)
Países Bajos	30% (3)	60% (6)	30% (3)	60% (6)
Alemania	50% (10)	55% (11)	65% (13)	75% (15)

Para la explotación del patrimonio, las habilidades más necesarias son: conocimientos técnicos para innovar y habilidades de curaduría comunitaria para Rumania, España; y en Bélgica, Grecia, know-how para innovar habilidades, habilidades comerciales y habilidades de gestión en Italia.

TABLA 15. Necesidades de competencias en explotación del patrimonio por país

PAÍS <i>Frecuencias / Casos</i>	Habilidades de gestión	Habilidades de financiación	Habilidades para los negocios	Know-how para innovar habilidades	Habilidades de curaduría comunitaria
Rumania	78% (31)	67% (27)	70% (28)	80% (32)	77% (31)
Eslovaquia	50% (1)	50% (1)	50% (1)	50% (1)	50% (1)
España	62% (16)	62% (16)	54% (24)	81% (21)	73% (19)
Reino Unido	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)
Austria	67% (2)	67% (2)	67% (2)	100% (3)	33% (1)
Bélgica	52% (49)	38% (36)	32% (30)	75% (71)	78% (74)
Bulgaria	100% (1)	100% (1)	0%	100% (1)	100% (1)
Finlandia	100% (2)	50% (1)	100% (2)	100% (2)	50% (1)
Grecia	86% (31)	83% (30)	72% (26)	75% (27)	89% (32)
Italia	73% (22)	70% (21)	73% (22)	76% (23)	70% (21)
Malta	100% (5)	80% (4)	100% (5)	100% (5)	80% (4)
Países Bajos	50% (5)	60% (6)	60% (6)	90% (9)	60% (6)
Alemania	45% (9)	55% (11)	45% (9)	85% (17)	45% (9)

* Solo se calcularon las respuestas 'sí'

Para la mediación e interpretación del patrimonio, las habilidades más necesarias son: habilidades digitales en Rumania, España y Grecia, copropiedad de sitios / habilidades patrimoniales en Grecia, Italia y Rumania, defensa dirigida a los tomadores de decisiones en Grecia, Italia y España.

TABLA 16. Necesidades de competencias en mediación e interpretación del patrimonio por país

País	Frecuencias / Casos	Habilidades digitales	Copropiedad de sitios / habilidades patrimoniales	Incidencia dirigida a las habilidades de los tomadores de decisiones
Rumania		78% (31)	67% (27)	60% (24)
Eslovaquia		50% (1)	50% (1)	100% (2)
España		77% (20)	65% (17)	73% (19)
Reino Unido		100% (1)	100% (1)	100% (1)
Austria		33% (1)	33% (1)	33% (1)
Bélgica		67% (64)	41% (39)	62% (59)
Bulgaria		0%	100% (1)	100% (1)
Finlandia		50% (1)	0%	50% (1)
Grecia		75% (27)	81% (29)	86% (31)
Italia		70% (21)	70% (21)	83% (25)
Malta		80% (4)	80% (4)	60% (3)
Países Bajos		70% (7)	30% (3)	60% (6)
Alemania		70% (14)	45% (9)	55% (11)

CONCLUSIONES

En cuanto a la distribución de edad de los encuestados, la mayoría de los encuestados tienen más de 30 años, y el grupo de edad menos representado es el menor de 30 años, además, son más a menudo mujeres encuestadas. En cuanto al nivel de educación, la mayoría de los encuestados tiene un título, mientras que solo unos pocos no tienen un título o cualquier otro tipo de certificación. La mayoría de los encuestados se encuentran en ocupaciones incluidas en la categoría de función común y casi la mitad de los encuestados se graduó en el área de Educación Humanitaria. Más de la mitad de los encuestados no han participado en un programa de formación en el ámbito del patrimonio en los últimos 3 años y la mayoría de los encuestados tiene más de dos años de experiencia en el sector cultural / turístico.

La proporción de quienes consideran que la educación formal es adecuada o suficiente para su trabajo es ligeramente superior a la mitad. Con respecto a las habilidades / competencias más importantes, identificamos los siguientes resultados: gestión

de proyectos, relaciones públicas, participación y desarrollo de la audiencia, " recolección de datos ", " análisis de datos " uso de computadoras.

Para el área de Promoción del Patrimonio, la mayoría de los encuestados necesitan mejorar las habilidades de participación comunitaria y de divulgación, para el área de Valorización del patrimonio, les gustaría mejorar las habilidades de participación comunitaria y los procesos educativos que involucran a personas de diferentes edades y habilidades, para el área de Explotación del patrimonio que la mayoría de los encuestados desea para mejorar el know-how para innovar habilidades y para el área de Mediación e Interpretación, la mayoría de nuestros encuestados quieren mejorar sus habilidades digitales.



PERFIL DE HABILIDADES PARA GESTORES DEL PATRIMONIO CULTURAL Y OTROS PROFESIONALES EN PROMOCIÓN Y VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

INTRODUCCIÓN

El propósito principal de la etapa cualitativa de esta investigación fue complementar los datos de la encuesta y generar un conocimiento más profundo sobre las habilidades necesarias en el sector del , con un enfoque en las necesidades y tendencias emergentes. La información recopilada proporcionará a los socios los datos necesarios para desarrollar cursos de formación que aumenten las competencias, habilidades y conocimientos de los profesionales del Patrimonio Cultural.

Cabe señalar que la mayoría de los profesionales entrevistados opinan que algunas de las habilidades más importantes necesarias en este sector se relacionan con la comunicación (ser un buen comunicador y poder colaborar bien con los demás), la mayoría de las otras habilidades derivadas de las habilidades comunicativas. . Las habilidades digitales también son consideradas importantes por la mayoría

de los encuestados, especialmente porque el entorno digital puede ayudar en todos los aspectos del patrimonio (promoción, valorización, explotación, interpretación). Aunque muy pocos hablaron de la escasez en este campo, algunas de las más importantes identificadas por los profesionales se refieren a recursos económicos limitados, mentalidades obsoletas, personal sin formación, lagunas en las competencias digitales y el continuo crecimiento de los costes tecnológicos.

METODOLOGÍA

La encuesta se realizó entre mayo y julio. El objetivo de la investigación cualitativa es obtener un conocimiento profundo de ciertos fenómenos, para comprender mejor las motivaciones y actitudes del grupo destinatario relevante incluido en la investigación hacia temas de interés específicos. Para alcanzar estos objetivos, cada país socio administró 53 entrevistas sociológicas a profesionales del y el turismo cultural (activándose en áreas como gestión y organización, comunicación, medios de comunicación, educación) en 12 países de la UE de la siguiente manera:

- 4 entrevistas desde Bélgica
- 1 entrevista de la República Checa
- 4 entrevistas desde Finlandia
- 5 entrevistas desde Alemania
- 5 entrevistas desde Grecia
- 9 entrevistas desde Italia
- 2 entrevistas desde Lituania
- 6 entrevistas desde Malta
- 1 entrevista de Polonia
- 1 entrevista de Portugal
- 8 entrevistas desde Rumanía
- 7 entrevistas desde España

Todas las entrevistas siguieron un protocolo de entrevista (duración, consentimiento informado, confidencialidad de los datos, anonimato) e incluyeron siete preguntas abiertas, cuyas respuestas permiten a los socios explorar las habilidades necesarias de los profesionales de este sector.

Algunos límites de esta investigación se refieren a la experiencia de los entrevistadores en la realización de entrevistas sociológicas en profundidad y, como consecuencia, algunas preguntas de la guía de entrevistas fueron omitidas o modificadas por los entrevistadores y, por lo tanto, no se pudo obtener ningún conocimiento de ellas. Otro límite se refiere a las no respuestas de algunos encuestados en diferentes preguntas, por lo que tienen menos datos para analizar. Dada la complejidad de este estudio, se recomienda correlacionar los hallazgos de la investigación cualitativa con los resultados de la investigación cuantitativa.

ANTECEDENTES PROFESIONALES DE LOS EXPERTOS EN PROMOCIÓN, VALORIZACIÓN, EXPLOTACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATROMONIO CULTURAL

La mayoría de los profesionales se han estado activando en el sector del durante al menos cinco años, algunos de ellos hasta 15-20 años y algunos, durante más de 20 años, la mayoría de ellos con años de experiencia profesional en marketing y comunicación, educación, gestión o relaciones públicas, experiencia adquirida en instituciones públicas o privadas. Algunos de los encuestados son directores, gerentes o presidentes de diferentes instituciones culturales, agencias de turismo cultural u ONG. Una parte importante de ellos actúan como jefes de departamento en museos, investigadores o profesores (asistentes) en las universidades.

La mayoría de los proyectos en los que se han involucrado los encuestados a lo largo de los años tienen que ver con la interpretación del patrimonio a través de diversos medios (mediante el uso de tecnología, exposiciones interactivas, talleres, visitas guiadas, diseño de experiencias personales en diferentes sitios patrimoniales, gamificación en museos), participación comunitaria (a través de la participación de personas de la comunidad en los programas de la institución, a través de voluntarios), accesibilidad para diferentes grupos objetivo (niños, adolescentes, adultos mayores, visitantes con baja visión o ciegos, personas con inestabilidad mental, inmigrantes) y colaboración con diversas instituciones

a través de proyectos o programas conjuntos diseñados para aumentar la participación e interés en las personas. Una pequeña parte de los encuestados se ha involucrado principalmente en los aspectos administrativos y financieros, la recaudación de fondos o la negociación, digitalización o investigación de diversos proyectos realizados por su institución. El objetivo de todos los proyectos llevados a cabo o coordinados por estos profesionales siempre ha sido hacer visible y accesible el patrimonio a un gran número de personas diferentes. Como han dicho muchos de los encuestados, la comunicación y ser un buen narrador son claves en todos los aspectos del Patrimonio Cultural.

En cuanto a la experiencia educativa del encuestado, una parte significativa ha finalizado al menos una maestría o un doctorado en el ámbito cultural, como historia, historia del arte, arquitectura, arqueología, etnología o gestión cultural. Una parte menor tiene estudios en campos ajenos a la cultura, como administración, marketing, tecnología o negocios. Aunque la mayoría de los encuestados asistieron a la universidad en sus propios países, una pequeña parte de ellos tenía experiencias educativas en el extranjero, principalmente a nivel de posgrado.

La mayoría de los encuestados ha participado al menos una vez en un programa de formación (local o internacional), aunque no específicamente en el campo del patrimonio. Los encuestados que nunca han participado en una formación, asistieron a conferencias sobre los temas de interés o adquirieron experiencia en su campo participando en proyectos europeos que les hicieron darse cuenta de la importancia de las competencias transversales e intersectoriales.

Algunas de las capacitaciones más concurridas en el campo del patrimonio fueron museología y recaudación de fondos, seguidas de la gestión de colecciones de arte, derecho del arte, interpretación del patrimonio, diseño de exposiciones, curaduría para diferentes públicos, turismo sostenible. Otro tipo de capacitaciones no relacionadas con el campo patrimonial en las que participaron los encuestados fueron en marketing, informática, diseño gráfico, comunicación web, prácticas de negociación, gestión de proyectos. La mayoría de los encuestados

encontraron útiles las capacitaciones o cursos en los que participaron, lo que les permitió comprender mejor un tema específico, facilitar el trabajo en red con otros profesionales del , intercambiar buenas prácticas y diversas estrategias que podrían adaptar e implementar en su propia institución. . Una parte muy pequeña de los encuestados consideró que las capacitaciones que tomaron fueron una experiencia decepcionante.

LAS HABILIDADES MÁS NECESITADAS EN PROMOCIÓN, VALORIZACIÓN, EXPLOTACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

Cuando se trata de las habilidades más necesarias en el sector cultural, la mayoría de los profesionales opinan que las habilidades de comunicación son cruciales para hacer llegar el mensaje a una amplia gama de audiencias y partes interesadas. Ser de mente abierta, proactivo, conocer las tendencias actuales (culturales, tecnológicas, sociales, etc.) y ser capaz de cambiar y adaptar constantemente las estrategias a las necesidades actuales de las personas son habilidades importantes para hacer que el patrimonio sea accesible, interesante y digno de protección, no solo en a nivel local, pero a nivel nacional o internacional.

„Sino también para comunicarse, para adaptar el nivel apropiado de lenguaje para diferentes grupos, para observar las necesidades de los grupos y buscar los temas y las formas de crear interés de la historia en los visitantes, la forma en que comunica no solo las palabras que uso, cómo construyes la historia, pero cómo la adaptas a las diferentes necesidades de diferentes grupos, personas en diferentes áreas culturales, personas de diferentes edades, diferentes antecedentes educativos, esto en general, comunicación y un estándar de servicio al consumidor “.

(Jefe del departamento de educación del museo,
Polonia)

Ser un buen comunicador, ser capaz de crear un diálogo (escrito o hablado) con varios tipos de personas e **involucrarlos de manera efectiva y utilizar una amplia variedad de herramientas e ideas** para hacerlo son habilidades importantes. Involucrar a las personas de manera efectiva no solo crea interés y una mejor comprensión en un determinado aspecto del patrimonio, sino que tiene el potencial de crear una comunidad en torno a una determinada institución, programa o idea.

„Conciencia de que no todo el mundo tiene la misma comprensión y estima por la cultura. Para algunos grupos demográficos, se debe invertir más energía para crear conciencia sobre la importancia de la cultura. Si bien la clase media educada va naturalmente al museo, otros grupos pueden sentirse incómodos al respecto porque lo asocian con las élites. Es importante ser consciente de esa brecha y aumentar la relevancia que tiene el museo para todos los grupos demográficos. La relevancia no está presente de forma natural, sino que debe crearse. Para lograr eso, es importante poder cambiar las perspectivas y comunicar los contenidos de manera que todos puedan conectarse con ellos ”

(Becario en Gestión del Patrimonio y Relaciones Públicas, Alemania)

„Además, es importante incrementar el diálogo con los visitantes. Lo hacemos brindándoles espacio para que expresen sus opiniones sobre temas controvertidos, utilizando nuestras exhibiciones como punto de partida. Esto nos permite ser más conscientes de lo que es importante para nuestros huéspedes. Además, usamos más

los comentarios y así mostramos a los invitados que han sido escuchados “.

(Becario en Gestión del Patrimonio y Relaciones Públicas, Alemania)

Además de esto, los proyectos o programas de colaboración pueden conducir a futuras alianzas o patrocinios sostenibles con actores locales (agencias de turismo, ONG, otras instituciones culturales, organizaciones públicas o privadas), incluidos los políticos y, como consecuencia, aumentar el interés y la conciencia por el patrimonio. **Poder colaborar y cooperar con otros** es importante para desarrollar mayores iniciativas culturales y difundir el conocimiento sobre el patrimonio, como tal, hablando **idiomas extranjeros** y ser capaz de trabajar en red y hacer conexiones con otros profesionales es una habilidad importante.

„Esta capacidad de establecer redes, aprender a construir redes y colaborar y crear iniciativas culturales más grandes que puedan atraer a mayores audiencias para que podamos tener una mejor asistencia, buenas prácticas entre otras instituciones, esta capacidad de establecer redes, de colaborar es muy importante, no solo en a escala europea, pero en formas muy básicas, la colaboración es importante para difundir el conocimiento “.

(Jefe del departamento de educación, Polonia)

Mente abierta y voluntad de **aprender nuevas habilidades y adaptarse**. En consecuencia, aplicarlos a determinadas situaciones son otras dos habilidades importantes para crear un impacto y un interés en la comunidad y las partes interesadas locales.

«Cuando desee promover la cultura, debe hacerlo de una manera que sea accesible y no intimidante incluso para las personas que nunca han estado en ningún tipo de institución cultural, para que sea acogedora y no parezca inaccesible»

(Director del departamento de exposiciones, aprendizaje y comunicación, República Checa)

Habilidades de participación comunitaria son tan importantes como las habilidades comunicativas, al desarrollar procesos participativos e involucrar a diferentes grupos de personas como niños, adolescentes o adultos mayores como voluntarios en diversos eventos, se crea un vínculo entre comunidad, sociedad y patrimonio. Es importante que los profesionales puedan desarrollar programas o proyectos interesantes y atractivos para una amplia gama de personas o grupos sociales, pero especialmente para los jóvenes.

“Si no los educamos ahora para que les gusten los museos y preservar su patrimonio, no tendrán ningún interés en preservar el patrimonio y con gusto lo harán cuando crezcan”.

(Jefe del departamento de educación del museo, Portugal)

“Construir una comunidad alrededor de su institución, una comunidad que le gustaría participar en iniciativas y comprometerse en algunas iniciativas, por eso es muy importante porque es importante para la institución, pero también puede abrir nuestras puertas y no crear algo solo aquí, sino ir más allá y difundir el conocimiento sobre el patrimonio en la comunidad, especialmente en el futuro es importante, porque es posible que no tengamos fondos suficientes para proteger el patrimonio y es por eso que necesitamos tener voluntarios en algunos eventos, para ayudar a crear la comunidad, crear más iniciativas, para que la comunidad entienda los problemas o los desafíos que enfrenta nuestra institución, porque la protección, la restauración es muy importante, pero hay mucho dinero invertido en ello. Para descubrir el valor real del patrimonio hay que explorarlo, sentirlo realmente,”

(Jefe del departamento de educación, Polonia)

„Otra estrategia prometedora es integrar a las personas mayores como voluntarios en el museo. Esto puede abrir nuevas oportunidades tanto para el museo como para los voluntarios mayores y hacer del museo un lugar participativo ”.

Director del Museo, Alemania)

Los profesionales consideran que la **alfabetización digital y mediática** es otra habilidad importante, por lo que ser flexible, estar dispuesto a aprender cosas nuevas y experimentar con técnicas nuevas e innovadoras ayuda en todos los aspectos de la promoción, valorización, explotación e interpretación del patrimonio. Tener conocimientos digitales no significa ser un experto en el entorno digital, sino tener al menos una comprensión básica y una visión general de por qué y cómo utilizar los datos digitales. La digitalización y el aumento de las TIC también facilitan la accesibilidad a una audiencia más amplia. Algunos de los encuestados opinan que existe una gran escasez de competencias digitales entre las organizaciones.

„Las habilidades digitales en diversas dimensiones son muy importantes. Las colecciones deben digitalizarse, debe haber archivos digitales de nuestras exhibiciones y nuestros eventos. También utilizamos la dimensión digital en nuestra exposición, por ejemplo, códigos QR y estaciones de audio. Las estaciones de audio hacen que el museo sea más atractivo para los visitantes

ciegos y agregan otra dimensión al patrimonio “.

Gerente de museo, Alemania)

“Lo que creo es una mejor comprensión de qué son los datos y qué podríamos hacer con los datos que incluyen los datos. Esto proviene de nuestro contenido o de los metadatos de nuestro contenido, pero también de los datos que provienen de los usuarios que utilizan nuestros servicios. Por lo tanto, debemos comprender mejor qué tipo de datos están produciendo nuestros usuarios y cómo podemos explotarlos “.

(Asesor ministerial principal, Ministerio de Educación y Cultura, Departamento de Política Artística y Cultural, División de Arte y , Finlandia)

Todos los profesionales entrevistados opinan que el entorno digital ya está presente en el sector del y, como tal, se espera que los profesionales tengan buenas habilidades digitales y también estén dispuestos a mantenerse al día y aprender sobre nuevas tecnologías y formas de implementarlas en sus proyectos o instituciones.

“El entorno digital está afectando al sector del de muchas maneras, por lo que si pienso en el trabajo del museo, está presente en la gestión de colecciones, en la educación, en las redes sociales, etc. A veces pienso que ni siquiera es posible separarlos, porque ya estamos viviendo en el entorno digital ”.

(Especialista en formación y desarrollo, Finlandia)

El entorno digital podría desempeñar un papel fundamental en todos los aspectos del patrimonio (promoción, valorización, explotación e interpretación), especialmente al facilitar el acceso a una amplia gama de personas. Por otro lado, como se dijo anteriormente, la tecnología solo debe usarse como una herramienta para valorizar el patrimonio y no como un medio en sí mismo, debe haber un equilibrio entre lo digital y lo analógico. Las iniciativas digitales deben implementarse de tal manera que no se sientan abrumadoras o inaccesibles, ya que la tecnología solo debe usarse como una herramienta para mejorar la comprensión de las personas sobre un determinado aspecto cultural y solo si es necesario.

„Para mí, lo digital es bastante abstracto y no sensual. Sin embargo, combinarlo con encuentros y objetos reales podría ser emocionante. Veo la dimensión digital como una oportunidad para aportar más contenidos / consolidar los contenidos en el

Sin embargo, debe usarse con cuidado, de lo contrario puede resultar en una sobreestimulación en el museo. Aumenta el ritmo pero reduce el enfoque en los contenidos“.

(Curador y educador de museo, Alemania)

“La tecnología es buena, pero por otro lado no creo que lo sea todo, también tenemos tablets y algunas otras herramientas interactivas, a veces son buenas para explicar, para mostrar a la gente, pero por otro lado el objetivo no es que alguien vendrá al museo, se sentará

sus iPads todo el tiempo, puede hacer eso en casa, por lo que el museo debería darte algo más que esto, por lo que la tecnología debería ser solo una herramienta , no un producto final “.

(Director del departamento de exposiciones, aprendizaje y comunicación, República Checa)

Algunos de los problemas identificados por los profesionales tienen que ver con la brecha generacional, ya que las generaciones mayores, de 50 años o más, tienen menos habilidades digitales que sus contrapartes más jóvenes. Nuestros encuestados consideran que los profesionales como estos deben estar capacitados para que aprendan

eficiente y eficaz. Otro problema identificado se relaciona con las mentalidades obsoletas y la falta de voluntad para ver los beneficios de la tecnología y, como tal, no incorporarlos en sus instituciones.

„La innovación también es una habilidad importante. Especialmente en los museos, algunos empleados carecen de la capacidad de ajustar constantemente sus estrategias a lo largo de su carrera y se sienten abrumados cuando se trata de la digitalización. Es importante mantenerse en contacto con las tecnologías y tendencias cambiantes de la sociedad“.

(Becario en Gestión del Patrimonio y Relaciones)

“Las herramientas digitales, como aplicaciones, plataformas, paseos artísticos e iniciativas se ven (si es que se ven) con escepticismo en cuanto a su uso, accesibilidad y potencial de penetración, junto con la falta de recursos y tiempo para abordarlas adecuadamente. En mi opinión, el principal problema es que la mayoría de las organizaciones no sienten realmente la necesidad de (de hecho) volverse digitales, subestimar su potencial y tratar sus reflejos digitales como elementos “agradables” para los jóvenes ”.

(Gerente Grecia)

Algunos ejemplos analógicos de herramientas de interpretación del patrimonio ofrecidos por los encuestados son los siguientes: visitas guiadas, talleres y actividades para varios grupos, exhibiciones de texto, estudios interactivos para diferentes exposiciones, eventos. Algunos ejemplos digitales incluyen folletos interactivos, pantallas de plasma interactivas, cortometrajes o documentales, exposiciones en línea, archivos digitales, recorridos virtuales, boletines, sitios web, redes sociales, audioguías, códigos QR, aplicaciones.

Algunos ejemplos de promoción del patrimonio dados por los encuestados son correos electrónicos, boletines, folletos, libros, publicaciones en las redes sociales (algunas instituciones tienen publicaciones bilingües o trilingües), sitios web (en más idiomas). Algunos encuestados creen que subcontratar aspectos promocionales del marketing a agencias externas o tener un equipo que se ocupe exclusivamente de estos aspectos aumentaría la imagen pública de la institución cultural.

“Creo que la mayoría de las organizaciones más pequeñas luchan con la gestión de su imagen / perfil público y la promoción de su oferta cultural (productos y servicios). Intentan hacer todo lo posible siguiendo vías de comunicación básicas (como relaciones públicas, comunicados de prensa, boletines informativos y, en cierta medida, publicidad a través de medios tradicionales y digitales), pero de una manera bastante limitada, pasiva y no inspiradora. Esto se atribuye a una serie de factores que se identifican tanto en su discapacidad financiera para financiar campañas promocionales a mayor escala y más creativas, contemporáneas e imaginativas en una amplia combinación de medios como en su sorprendente falta de experiencia en el marketing general, la comunicación y los medios digitales. campos de gestión”

(Gerente y supervisor, Grecia)

Algunos de los encuestados opinan que las habilidades de gestión, las habilidades administrativas y financieras también son importantes, junto con la conciencia profesional, reconociendo la importancia del trabajo de uno, la convicción de que el trabajo que uno realiza es relevante. Ser capaz de colaborar y cooperar bien con otros con el objetivo de crear asociaciones o proyectos conjuntos es otra habilidad importante en el campo del . Algunos de los encuestados consideran que poder trabajar bajo presión y con recursos financieros limitados son habilidades que deben aprenderse.

Las habilidades de recaudación de fondos y la promoción dirigidas a los tomadores de decisiones son habilidades importantes, la mayoría de los profesionales consideran que el sector cultural necesita más fondos para poder contratar y capacitar a más profesionales y crear iniciativas culturales más impactantes y duraderas. Saber cómo redactar propuestas de financiación para diferentes tipos de fondos, saber dónde buscar fondos y cómo encontrar patrocinadores o desarrollar asociaciones son otras dos habilidades importantes que debe tener cuando se trata de trabajo patrimonial. Colaborar eficazmente con otras instituciones y partes interesadas locales (especialmente las políticas) y ser capaz de comunicar el valor que el tiene para el público puede conducir a asociaciones, financiación de eventos o programas conjuntos que podrían aumentar el interés por el patrimonio.

Una pequeña parte de los encuestados ha estado de acuerdo en que la experiencia en gestión (de proyectos), administrativa, legal y financiera es importante en el desarrollo de proyectos o programas.

“Muchas organizaciones en el campo del Patrimonio Cultural tienen un gobierno local como organismo organizador. La comprensión de los procesos de toma de decisiones de los gobiernos, una relación constructiva con el nivel político y la persuasión (sobre la importancia del patrimonio, la organización, ciertas inversiones o proyectos, etc.) son importantes en este contexto”.

(Administrador de expedientes y soporte de políticas, Bélgica)

„Cuando se trata de recaudación de fondos y patrocinio, debe tenerse en cuenta que los patrocinadores están en una posición muy poderosa, ya que pueden elegir a quién y qué contenidos apoyar. Aquí, las personas que trabajan en el deben trabajar de manera inquebrantable y segura en los proyectos que consideran importantes en lugar de optar por la opción que tiene más probabilidades de obtener financiación. Finalmente, la persuasión es crucial. Uno debe ser capaz de escribir buenos textos para llevar sus temas a la agenda y obtener financiamiento”.

(Curador y educador de museo, Alemania)

Los profesionales de la cultura opinan que **habilidades gerenciales y comerciales** son clave y tener incluso un conocimiento básico de los aspectos administrativos o financieros de un proyecto o programa implementado ayuda enormemente en la explotación del Patrimonio Cultural.

„Las habilidades de gestión son muy importantes, porque si desea implementar un nuevo proyecto, debe saber cómo administrar el presupuesto, el tiempo, las personas, es importante combinar nuevas habilidades, nueva tecnología con el patrimonio, a veces experimentar con nuevas formas de gestionar algunas iniciativas educativas o culturales. Si trabajas en el ámbito cultural tienes que saber redactar proyectos, construir los objetivos, cómo identificar al grupo destinatario, cómo elegir las formas adecuadas de difundir el conocimiento, o la información sobre el proyecto, la agenda del proyecto. “

(Jefe del departamento de educación en el museo,
Polonia)

Habilidades de liderazgo y mentalidad abierta

son habilidades importantes para alguien que gestiona un proyecto o una organización. Tener profesionales, pasantes, voluntarios o la comunidad local participando regularmente en las capacitaciones fortalece el vínculo entre la sociedad y el patrimonio y mejora la participación local.

“Para garantizar una mejora de la explotación del , creo que es fundamental formar no solo a los profesionales del sector, sino también a los miembros de la comunidad, para que sea posible dotarlos de habilidades de gestión y de curaduría. Esto implicaría inevitablemente un mayor sentido de pertenencia y la difusión del concepto de que la propia comunidad es la verdadera propietaria del , por lo que debe preservarlo, mejorarlo y promoverlo”.

(Investigador de la Universidad, España)

Otro aspecto importante es ser **Jugador de equipo**, saber gestionar un equipo o formar parte de uno. Una parte significativa de los encuestados considera que el trabajo en equipo es un aspecto importante de la explotación del patrimonio hoy en día, con el aumento de la inter / multidisciplinariedad y el respeto de la experiencia de alguien en un determinado campo, tener la mente abierta y escuchar nuevas ideas podría conducir a mejores y más exitosas iniciativas. Los proyectos, programas e iniciativas culturales son desarrollados y ejecutados por un equipo de profesionales, no por una sola persona, por lo que el trabajo en equipo es importante para trabajar hacia un objetivo común.

Algunas habilidades innovadoras sugeridas por los profesionales incluyen encontrar formas nuevas, interesantes y atractivas de comunicar el valor y la importancia del patrimonio a otros y, como consecuencia, hay un enfoque en educar a los jóvenes de manera creativa para aumentar su interés y su futura participación en el patrimonio. Otra habilidad que podría ser beneficiosa es **reclutando voluntarios** o nuevos miembros en una institución y motivarlos a participar en programas o actividades a largo plazo, lo que podría crear un sentido de participación, un sentido de comunidad que les haría darse cuenta de que el patrimonio también les pertenece.

“Creo que la mejor definición de éxito en el campo cultural contemporáneo radica en la fuerza del espíritu colaborativo, el reconocimiento de la necesidad del trabajo en equipo multidisciplinar, el respeto a la especialización y la voluntad / capacidad de ser firme en el saber hacer indiscutible, escuchar diferentes opiniones y mantener la mente abierta para los campos que van más allá del área de especialización”.

(Gerente y supervisor, Grecia)

Algunos profesionales han destacado la importancia de **inter/multidisciplinariedad** dentro del ámbito patrimonial. Nuevamente, las habilidades digitales son importantes, especialmente estar dispuesto a **experimentar con nuevas tecnologías** que podría realzar la visita experiencial a un determinado espacio cultural (tecnologías VR y AR, por ejemplo). Al comprender la necesidad y la importancia de la digitalización, las instituciones podrían facilitar el acceso al patrimonio a varias personas. Otras habilidades se refieren a **crowdfunding y crowdsourcing** junto con **diseño de servicio** y **mercadeo de guerrilla**, que no solo es una estrategia prometedora, sino también asequible.

Algunos de los profesionales han mencionado que las legislaciones vigentes en sus países de origen suponen barreras para las instituciones o iniciativas culturales y patrimoniales y, como consecuencia, limitan la capacidad de los profesionales de la cultura para desarrollar habilidades nuevas e innovadoras.

EXPECTATIVAS SOBRE UN PROGRAMA DE FORMACIÓN EN EL DOMINIO DEL PATRIMONIO

Una amplia gama de temas se consideró interesante o útil para alguien que se activa en el sector del patrimonio. La mayoría de los profesionales desearían recibir más formación sobre **administración** (habilidades de liderazgo, habilidades de gestión de personas), recaudación de fondos (dónde buscar financiación, cómo atraer fondos, cómo encontrar patrocinadores), **cursos curatoriales** (creación de exposiciones amigables y educativas, curaduría internacional, curaduría para diferentes tipos de personas, gestión de colecciones públicas), **habilidades digitales** (digitalización, gestión de datos, marketing, opciones TIC y sus aplicaciones en el ámbito del patrimonio, narración digital, proyectos digitales y participativos), **colaboración y promoción dirigida a los tomadores de decisiones** (colaboración entre pequeñas y grandes instituciones culturales, políticos, diversas partes interesadas), **participación de la comunidad** (dirigidos a determinados públicos, captación de voluntarios).

En cuanto al tipo de programa, la mayoría de los profesionales preferiría una formación en forma de talleres / seminarios, formación práctica, estudios de casos e intercambio con expertos sobre diferentes estrategias, desarrollando proyectos en pequeños grupos. Muy pocos de los encuestados participarían en una formación de e-learning pura, la mayoría de ellos considerando que el aprendizaje en línea no sería tan eficiente como el contacto directo. El aprendizaje combinado sería la opción ideal, actuando el e-learning como soporte para los talleres / seminarios.

Dado que la mayoría de los profesionales preferirían una formación en forma de talleres o seminarios, la duración ideal oscila entre unas pocas horas al día y unas pocas semanas. Una pequeña parte de los encuestados estaría dispuesta a participar en capacitaciones de meses de duración, pero la mayoría considera que unos días serían ideales para mejorar las habilidades ya existentes y unos días en el transcurso de unas pocas semanas serían ideales para aprender algo nuevo. Para algunos de

los encuestados, no hay restricciones en lo que respecta a la duración de la formación y algunos han sugerido que se podría seguir una formación puramente e-learning durante meses.

En cuanto a la ubicación de la capacitación, los profesionales preferirían una capacitación local o nacional en sus países de origen, en lugares que mejorarían la experiencia de la capacitación, y algunos consideran que una capacitación internacional sería más atractiva, pero automáticamente más costosa. Algunos profesionales opinan que los formadores deberían estar dispuestos a trasladarse a diferentes lugares.

Si bien muy pocos de los profesionales entrevistados han respondido a la pregunta sobre el costo de dicha capacitación, en su mayoría dependería de la duración de la capacitación, el tipo de programa, los materiales brindados o el prestigio y experiencia de la institución que acredite la formación. Así, para una formación corta de uno o dos días el coste sería inferior a 50 euros, para una formación que se realizaría unos días a la semana durante varias semanas, el coste estaría entre 100 - 300 euros y para una formación que tendría lugar unos días a la semana en el transcurso de unos meses a un año, el costo sería de entre 400 y 1500 euros. Una parte de los encuestados esperaría que su empleador pagara por sus capacitaciones, algunos de ellos sugirieron pagar en cuotas o poder usar cupones.

La certificación fue el aspecto menos comentado del programa de capacitación, pero de las respuestas recibidas las opiniones están divididas, algunos profesionales consideran que no sería necesaria una certificación, ya sea por su valor a corto plazo, ya sea porque los conocimientos adquiridos de la capacitación sería importante que una certificación; otros profesionales que estén considerando una certificación, si no es esencial, es bueno tenerla porque podría aumentar sus posibilidades en el mercado. Un aspecto importante a tener en cuenta es que, si se recibe una certificación, debe contar con la licencia de una autoridad competente.



Habilidades y competencias para las que se necesita formación



- *Habilidades de comunicación*
- *Habilidades para resolver problemas*
- *Flexibilidad y ajuste*
- *Creatividad y capacidad conceptual*
- *Habilidades de divulgación y participación comunitaria*
- *Habilidades de construcción de redes*
- *Habilidades de marketing*
- *Habilidades de redes sociales*
- *Habilidades de participación comunitaria*
- *Procesos educativos que involucran a personas de diferentes edades y capacidades.*
- *Habilidades de recaudación de fondos*
- *Habilidades de presentación*
- *know-how para innovar habilidades*
- *Habilidades de comunidad y curaduría*
- *Habilidades de gestión*
- *Habilidades de financiación*
- *Habilidades digitales*
- *Habilidades orientadas a la promoción y la toma de decisiones*
- *Copropiedad de sitios / habilidades patrimoniales*
- *Habilidades de participación comunitaria*
- *Habilidades administrativas y financieras*
- *Habilidades de recaudación de fondos y promoción*
- *Habilidades para los negocios*
- *Habilidades de liderazgo*





**CONTRIBUCIÓN
ECONÓMICA /
SOCIAL ACTUAL
DEL PATRIMONIO
CULTURAL EN
EUROPA**



ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA / SOCIAL DEL PATRIMONIO CULTURAL EN EUROPA

Contexto

Los Sectores Cultural y Creativo (CAC) han ganado una importancia creciente no solo como proveedores de cultura, sino también para generar valor agregado, ofreciendo un mayor número de puestos de trabajo y buenas perspectivas para las iniciativas emprendedoras, especialmente entre la población joven. Debido a su creciente importancia social y económica, los responsables de la toma de decisiones en toda Europa comenzaron a redactar varias estrategias y políticas destinadas a crear un entorno adecuado para el desarrollo de los CAC, así como para impulsar su potencial y aumentar su contribución a las economías nacionales.

Si bien se han registrado avances en el campo

de la elaboración de políticas y estrategias, aún existe la necesidad de un enfoque sistemático y coherente, para no generar confusión y dificultades conceptuales y metodológicas. Por tanto, sigue siendo necesario explicar de forma más clara el papel de estos sectores, quiénes son y qué políticas, estrategias y financiación son las más adecuadas para ellos.

Cabe mencionar que los CSS registran el 1% de la población activa en todo el mundo que se dedica principalmente a actividades relacionadas con las artes visuales, la industria del libro y la música, y encuentran el mercado más grande en Asia-Pacífico (33% de las ventas), seguido de cerca por Europa (32%) y Estados Unidos (28%). Hay varias estadísticas que reflejan el importante papel de estas actividades en la economía: ya sea por su participación en la actividad económica en general, por su contribución cualitativa al crecimiento económico o por su

papel en la mejora de las ventajas competitivas. Por ejemplo, en la Unión Europea, los CAC representan el 3,3% del PIB y el 3% del empleo total; este tipo de especialización explica aproximadamente el 50% de la varianza del PIB per cápita.

² Libro blanco - Liberar el potencial económico de los sectores cultural y creativo en Rumania, C. Croitoru, V. Cojan, A. Becut, D. Mucica, 2017.

También es importante la tendencia del comercio internacional de bienes y servicios culturales. Por ejemplo, según la base de datos de Eurostat, el comercio internacional de servicios culturales de la UE-28 aumentó de 2.951,9 millones de euros en 2010 a 7.797,3 millones de euros en 2017, es decir, un aumento del 164%. Al mismo tiempo, las importaciones extra UE-28 de bienes culturales aumentaron un 16,2%, mientras que las exportaciones extra UE-28 aumentaron un 54,6%, lo que demuestra el creciente poder de las actividades de los CAC a nivel internacional. El saldo comercial de bienes culturales registró un valor positivo de 8.574,6 millones de euros en 2017, contribuyendo así al saldo comercial global de la Unión Europea.

Los aspectos antes mencionados se aplican también al, que adquirió una importancia creciente y necesita mejores enfoques en términos de elaboración de políticas y estrategias. Sin embargo, el tiene algunas particularidades dentro de los CAC, ya que este subsector es una combinación de actividades de entidades públicas y privadas y, por lo tanto, en

principio requiere un enfoque y cuidado específicos en la recopilación de datos estadísticos.

Información y metodología

Según *ESSnet-Cultura, Informe final, 2012*, los siguientes diez sectores de Sectores Cultural y Creativo se han definido como:

- Patrimonio
- Archivo
- Bibliotecas
- Reserva y Prensa
- Artes visuales
- Las artes escénicas
- Audiovisuales y Multimedia
- Arquitectura
- Publicidad
- Artesanías

El dominio cultural del se compone de museos, lugares históricos y sitios arqueológicos. Incluye las actividades que consisten en producir, difundir y preservar el patrimonio, así como las actividades de educación y gestión / regulación que se adjuntan. Estos cubren principalmente las siguientes actividades:

- Actividades de **producción** para el mantenimiento de colecciones para museos y el reconocimiento de la característica histórica de los lugares (monumentos, sitios o edificios).

NACE REV. 2

9102	La clase incluye funcionamiento de museos de todo tipo: <ul style="list-style-type: none"> • Museos de arte, museos de joyería, muebles, disfraces, cerámica, platería; • Museos de historia natural, ciencia y tecnología, museos históricos, incluidos los museos militares; • Otros museos especializados; • Museos al aire libre.
9103	La clase incluye la operación y preservación de sitios y edificios históricos.
9104	La clase incluye la operación de jardines zoológicos y reservas naturales.

² <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

- Las actividades de **conservación** son vitales para el patrimonio, cuyo objetivo es preservar para su transferencia y difusión.
- Las actividades interdisciplinarias de **educación** (que posibilita la creación y es sensible a las actividades culturales) y de **administración**, así como las actividades de financiación, son las actividades de apoyo vinculadas a todos los dominios sectoriales. La vertiente participativa (participación social y prácticas culturales) representa el objetivo final de cualquier contenido cultural.

Para medir la contribución social y económica del , se han utilizado los siguientes códigos NACE rev.2 de 4 dígitos.

Este estudio tuvo como objetivo realizar una investigación sobre los siguientes indicadores económicos y sociales relacionados con el , para el intervalo de tiempo de tres años, 2015-2017:

- Evolución de la facturación;
- Evolución del empleo;
- Evolución de las ganancias;
- Evolución de la productividad laboral;
- Número de empresas;
- Producto Interno Bruto (PIB) o Valor Agregado Bruto (VAB), según esté disponible.

El análisis actual ha utilizado las siguientes fuentes de datos e información:

- La base de datos de Eurostat para la cultura, como principal fuente de datos;
- Datos recopilados por los socios del consorcio a nivel nacional, destinados a completar la información que falta en la base de datos de Eurostat.

Desafortunadamente, los principales problemas encontrados en este análisis fue la escasez de datos necesarios para el . Entre los seis indicadores indicados anteriormente, Eurostat ofrece datos solo para el indicador de empleo. Incluso en este caso, los datos no cubren solo los tres códigos NACE utilizados en la definición, sino que también se refieren a otras actividades. El indicador de Eurostat se denomina Bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales. Para ello se podrían dar dos posibles explicaciones: i) el volumen de operaciones en entidades privadas es bajo ya que la mayor

participación se registra en el sector público; y ii) dificultades para recopilar datos adecuados de los países nacionales.

El concepto estadístico de empleo cultural se deriva de la metodología propuesta por la Red de Cultura del Sistema Estadístico Europeo (ESS) en el informe final ESSnet-Cultura (2012):

- Miembro de la población activa que ejerce una ocupación cultural y trabaja en el sector cultural;
- Miembro de la fuerza laboral que tiene una ocupación cultural fuera del sector cultural (por ejemplo, un diseñador que trabaja en una industria manufacturera como la textil o la automoción);
- Miembro de la plantilla que ejerce una ocupación no cultural en el sector cultural.

Investigando la base de datos de Eurostat, se eligió otro indicador relacionado con el , es decir, el Gasto de consumo medio de los hogares privados en bienes y servicios culturales por finalidad de consumo de la COICOP. Los datos están disponibles para dos años, 2010 y 2015. Las estadísticas incluidas en la sección Gasto cultural comprenden los datos que se derivan de dos fuentes distintas: Encuesta de Presupuestos de los Hogares (HBS) e Índices Armonizados de Precios al Consumidor (IPCA). Por tanto, la cobertura y periodicidad de las estadísticas en esta sección depende de estas fuentes de datos primarias.

En las estadísticas de cultura, el gasto de las personas y los hogares en bienes y servicios culturales puede considerarse como un indicador de la participación en la cultura; Los datos sobre el gasto privado proporcionan la clave para completar el análisis de los datos procedentes de otras fuentes (por ejemplo, encuestas específicas sobre participación cultural como el módulo ad hoc EU-SILC sobre participación social y cultural).

Resultados

Empleo en el Patrimonio Cultural

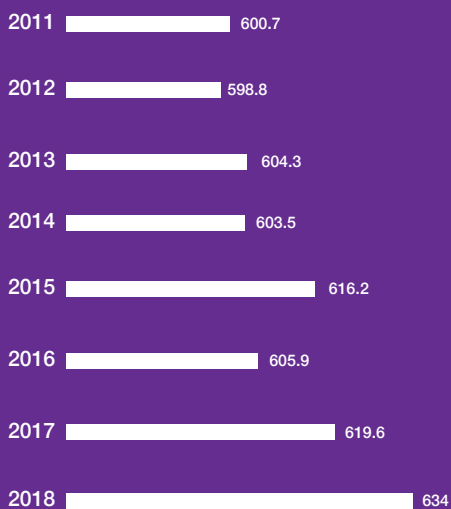
El empleo en el Patrimonio Cultural se presenta para el período 2011-2017 con datos de Eurostat.

El empleó a 634 mil personas en 2018, con casi 35 mil personas más en comparación con 2011.

País / HORA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Unión Europea - 28 países	600,7	598,8	604,3	603,5	616,2	605,9	619,6	634
Bélgica	dieciséis	15,7	13	14,4	15,3	16,1	15,7	16,6
Bulgaria	8,9	8,2	7,7	8,9	9,5	9,4	8,5	9,5
Chequia	19,4	21,9	26	22,1	18,7	24,1	22,7	24,2
Dinamarca	16,3	19,3	19,3	18,8	18,5	18,6	18,5	18
Alemania	70,4	63,9	69,6	60,6	66,1	61,5	62,6	59,5
Estonia	5,7	6	6,3	5,2	4,3	5,1	5	5,3
Irlanda	3,9	3,8	4,1	4,5	5,4	5,1	5,3	5,6
Grecia	7,7	6,7	6,5	7,5	5,4	7,3	7	6,7
España	39	34,5	33,7	38,2	41	34,8	37,5	44,2
Francia	61,5	57,2	69,1	65,2	60,9	59,1	62,6	71,2
Croacia	7,5	8	5,9	6,4	4,9	5,1	7,1	8,4
Italia	42,6	50,4	52,4	55,5	56,4	56,2	51,5	47,5
Chipre	0,8	1	0,6	0,5	0,8	0,6	0,8	0,6
Letonia	4,9	6,1	5,4	6,3	5,9	8,3	6,1	4,9
Lituania	7,4	7,7	8,3	10,2	10,3	9,4	10,7	10,8
Luxemburgo	0,9	0,7	0,8	0,5	:	0,9	0,5	1,3
Hungría	17,7	18,2	14,7	16,2	19,9	23,7	19,7	18,8
Malta	0,4	0,7	0,5	0,7	0,6	0,7	0,8	0,8
Países Bajos	28,4	27,8	22,8	23	24,3	23,9	22,6	22,6
Austria	11,5	11,9	7,9	9,8	9,3	9,3	11,4	13,1
Polonia	56	57,5	61,9	60	64,3	60,4	61	69,9
Portugal	10,7	11,3	8,8	12,1	12,4	11,6	11,3	12,5
Rumania	11,7	11,8	9,2	8,6	9,3	11,9	14,5	9,8
Eslovenia	5,9	5,1	5,2	5,2	4,7	3,9	4,3	4
Eslovaquia	4,7	5,8	6,6	7,1	7	5,3	8,1	9,2
Finlandia	13,2	12,3	10,7	12,4	10,8	12	12	11,9
Suecia	20,1	19,7	20,7	21,7	20,6	22,7	24,8	24,8
Reino Unido	107,6	105,8	106,6	102,1	109,2	99	107	102,1
Islandia	0,7	1,1	1	1	0,8	1	1,2	1
Noruega	10,7	10	8,6	8,4	8,3	8,7	8,4	8,2
Suiza	13,3	11,4	15,4	16,4	19,1	16,7	17,7	16,9
Montenegro	:	:	:	:	:	1,3	:	:
Macedonia del Norte	1	1,9	2,3	1,6	1,3	1,8	2,4	1,1
Serbia	4,4	9,1	6,9	7,7	7,2	6,6	6,7	5,8
Turquía	6,2	8,6	11,5	9	10	15,1	17	19,7

Fuente: base de datos de Eurostat

GRÁFICO 50. EU28 - Empleo en el patrimonio cultural (miles de personas)



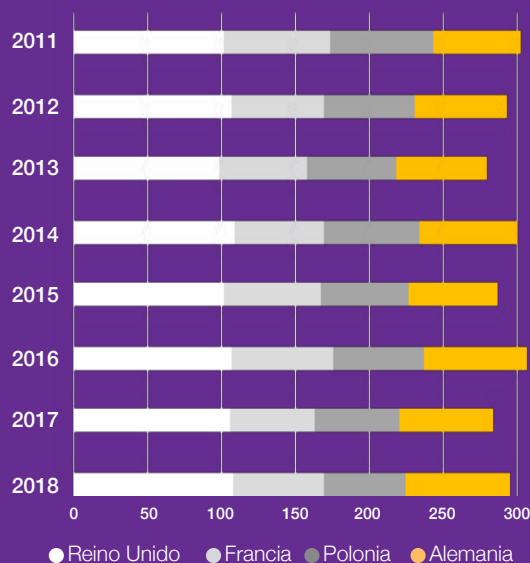
Fuente: base de datos de Eurostat

Si bien no es espectacular, este es un crecimiento del 5,5%, lo que significa que el Patrimonio no solo fue capaz de sostener puestos de trabajo, sino también podría crear otros nuevos a largo plazo.

El mayor número de empleados en 2018 se registra en Reino Unido (102,1 mil personas), Francia (71,2 mil personas), Polonia (69,9 mil personas) y Alemania (59,5 mil personas). Esto se explica por el alto legado histórico de los dos países y la presencia de un elevado número de museos y otros objetivos patrimoniales. Los tres países suman el 47,7% del empleo total del Patrimonio, más de 300 mil personas en 2018. El ritmo de crecimiento en el intervalo analizado para estos países fue del 2,4%.

que la participación del empleo en Patrimonio no fluctuaba mucho, es decir, entre el 7,2% y el 7,6%, lo que significa que mantuvo el ritmo del desarrollo total de los CAC durante todo el horizonte temporal de análisis. El patrimonio registró una disminución en 2016, pero luego se recuperó al 102% cruzando el ritmo de crecimiento anual del total de CCS.

GRÁFICO 51. Empleo patrimonial en el Reino Unido, Francia, Polonia y Alemania (miles de personas)



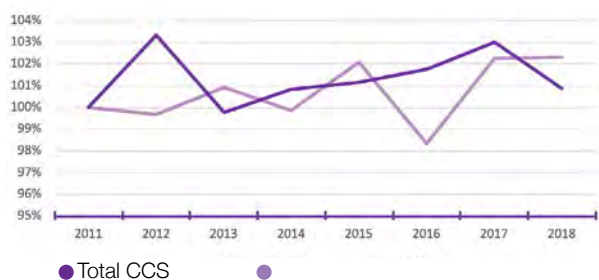
Fuente: base de datos de Eurostat

GRÁFICO 52. Participación del patrimonio en el total de CCS (%)



Fuente: base de datos de Eurostat

GRAPH 53. Cambio de CCS de ritmos y herencia (%)



Fuente: base de datos de Eurostat

Gastos de los hogares para el Patrimonio Cultural

Los gastos de los hogares se expresan como Gasto de consumo medio de los hogares privados en bienes y servicios culturales por finalidad de consumo de la COICOP. Los datos se presentan para 2010 y 2015.

Los resultados de la tabla siguiente indican un pequeño consumo de Patrimonio tanto en términos

absolutos como en participación en el consumo total de los CAC. Este podría ser también el efecto de las dificultades encontradas en la recopilación de datos y la escasez de estudios realizados sobre la contribución social y económica de la . A partir de los datos de Eurostat, podemos observar un aumento del consumo del Patrimonio en términos absolutos y relativos, es decir, un aumento del 1,2% en 2010 al

GEO / COICOP	2010			2015		
	Total CCS	Patrimonio	%	Total CCS	Patrimonio	%
Bélgica	1.171,2	41,9	3,6%	904,6	29,8	3,3%
Bulgaria	155,7	0,5	0,3%	205,7	1,3	0,6%
Republica checa	614,7	18,5	3,0%	570,5	27,8	4,9%
Dinamarca	1.592,7	19,5	1,2%	:	:	:
Alemania	1.188,4	14,1	1,2%	1.274,5	15,9	1,2%
Estonia	380,3	3,4	0,9%	536,6	14,1	2,6%
Irlanda	1.620,4	12,3	0,8%	1.012,4	12,9	1,3%
Grecia	555,2	0,7	0,1%	502,3	1,4	0,3%
España	883,7	7,9	0,9%	677,3	11,9	1,8%
Francia	1.000,8	14,6	1,5%	:	:	:
Croacia	498,8	1,6	0,3%	589,8	7,6	1,3%
Italia	761,1	19,3	2,5%	583,4	17,8	3,1%
Chipre	1.085,4	5,9	0,5%	617,6	13,3	2,2%
Letonia	369,4	4,1	1,1%	408,6	8,3	2,0%
Lituania	310,7	8,7	2,8%	433,0	1,3	0,3%
Luxemburgo	1.097,7	0,0	0,0%	1.044,0	3,7	0,4%
Hungría	467,5	4,6	1,0%	359,8	2,5	0,7%
Malta	1.069,2	2,2	0,2%	913,3	7,6	0,8%
Países Bajos	:	:	:	952,8	70,5	7,4%
Austria	1.568,8	19,9	1,3%	1.214,6	24,3	2,0%
Polonia	670,8	3,1	0,5%	472,4	5,5	1,2%
Portugal	697,7	8,3	1,2%	487,8	7,0	1,4%
Rumania	201,5	0,4	0,2%	211,8	1,4	0,7%
Eslovenia	913,4	4,6	0,5%	786,8	16,2	2,1%
Eslovaquia	442,7	2,1	0,5%	556,5	10,1	1,8%
Finlandia	1.147,6	12,2	1,1%	892,1	10,6	1,2%
Suecia	1.377,8	8,9	0,6%	1.434,9	10,8	0,8%
Reino Unido	1.226,9	30,2	2,5%	1.158,0	36,4	3,1%
TOTAL EU28	23.070,1	269,5	1,2%	18.801,1	370,0	2,0%

2,0% en 2015. El consumo añadido de los hogares en la UE28 muestra un crecimiento de 269,5 € / hogar en 2010 a 370,0 € / hogar en 2015, es decir, un incremento superior al 37%.

El consumo medio de los hogares en 2015 se presenta en el Gráfico 54. El mayor consumo se registró en Holanda con 70,5 € / hogar / mes, lo que podría considerarse un resultado destacado. En el límite inferior está Lituania con solo 1,3 € / hogar / año. El consumo medio de la UE28 es de 14,2 € / hogar / mes. Se puede observar que, en general, los países de Europa occidental tienen un consumo más alto que los países de Europa del Este, basado también en los presupuestos familiares más altos para la primera categoría.

El gráfico 55 presenta la proporción del consumo de en el total de CAC para 2010 y 2015 y permite comparaciones entre los países para los dos años. Se han excluido Dinamarca y Francia porque no hay datos para 2015 para ellos. También podemos notar la falta de datos para Holanda en 2010, pero dado que tiene el mayor consumo (7,4%), se ha incluido en el gráfico. El consumo medio de la UE aumentó del 1,2% en 2010 al 2,0% en 2015, como ya se ha presentado.

República Checa tiene resultados notables para ambos años, especialmente en 2015 cuando alcanza el nivel de casi el 5%. Bélgica y Reino Unido registran cuotas elevadas en ambos años y están en línea con las cifras registradas en términos absolutos. Por otro lado, el consumo de Lituania registró una caída sustancial del 2,8% en 2010 a solo el 0,3% en 2015, en línea también con los resultados en términos absolutos.

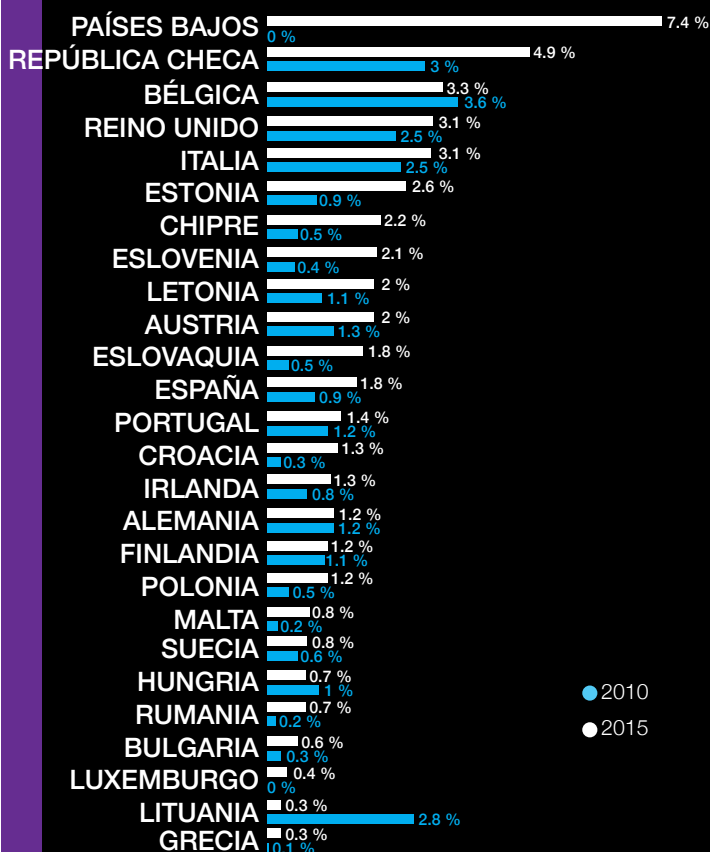
ESTUDIOS DE CASO PARA PAÍSES SOCIOS

Como los indicadores económicos propuestos para este análisis no se encontraron en la base de datos de Eurostat, se pidió a los equipos de país que son socios de este proyecto que proporcionaran datos a nivel nacional. Esto ayudará a tener una idea del tamaño económico del en estos países respectivos. Sin embargo, teniendo en cuenta

GRÁFICO 54. Consumo del Patrimonio Cultural en 2015 (euro / hogar / mes)



GRÁFICO 55. Share of Heritage consumption in Total CCSs in 2010 and 2015 (%)



otro, la información no se comparará entre estados, sino que se analizará para cada país por separado.

El único país que no pudo proporcionar datos fue Bélgica, donde, entre otras razones, hay poca investigación sobre el impacto económico y social del , y las estadísticas gubernamentales oficiales son bastante amplias, por ejemplo, presentan estadísticas de los sectores de Turismo o Cultura en su conjunto. Por tanto, el país cuenta con documentos relacionados con el sector analizado, pero no con los datos requeridos para nuestro estudio.

A continuación presentamos los datos proporcionados por los países socios.



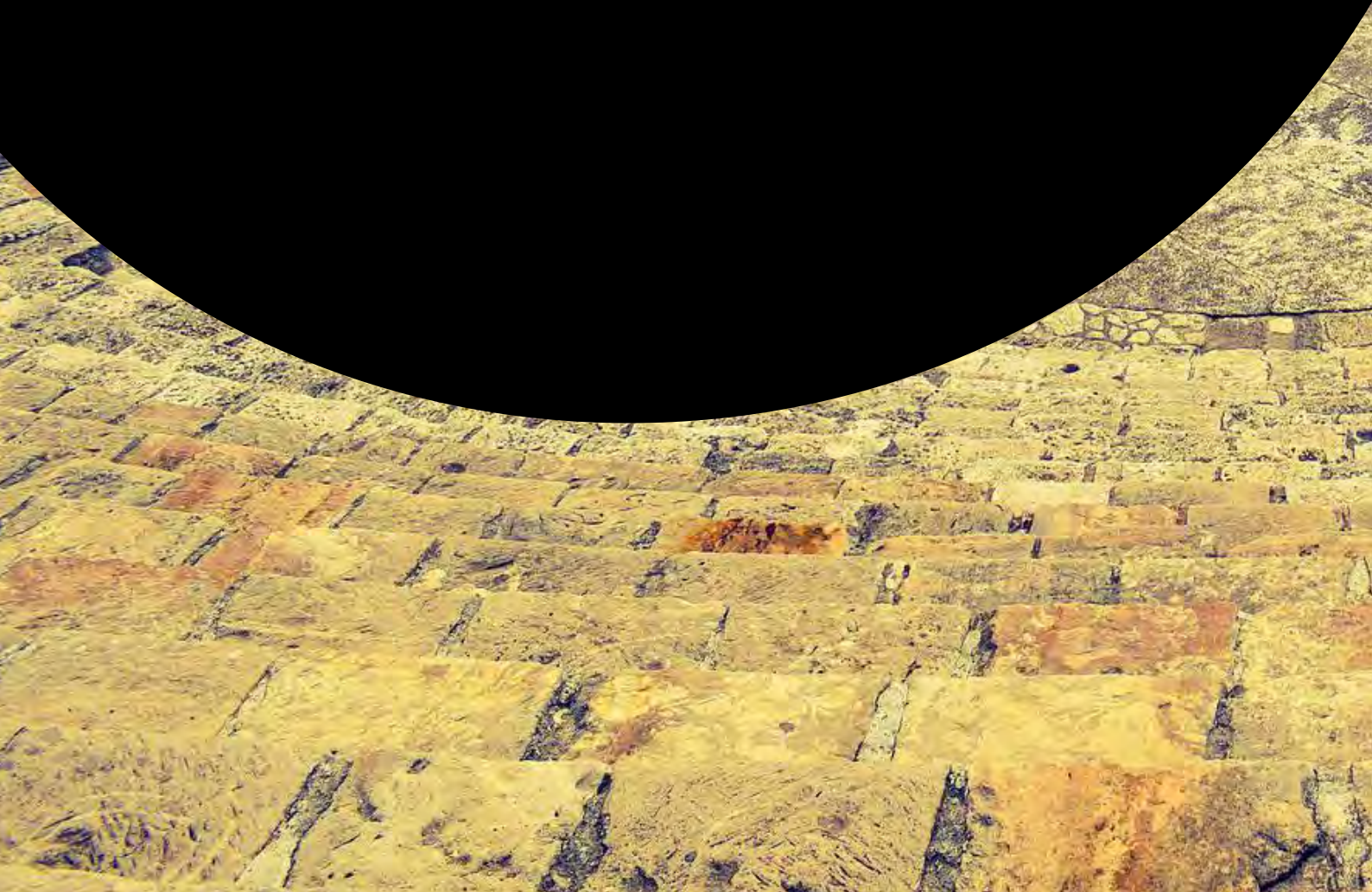
ALEMANIA

INDICADOR	2015	2016	2017
Facturación (miles de euros) 1	2013: min. nr. de los gastos públicos: 494 Mil. Euro	n / A	n / A
Empleo 2	n / A	Min. 36.000	n / A
Beneficio (miles de euros)	n / A	n / A	n / A
Productividad laboral (miles de euros de facturación / plantilla)	n / A	n / A	n / A
Numero de empresas	n / A	n / A	n / A
PIB (Millones de Euros) 3	3,048,860	3,159,750	3,277,340

Los datos más relevantes se encuentran para el PIB, con un incremento de más de 220 miles de euros en dos años (alrededor del 7,5%). En 2016 se estimó un mínimo de 36.000 empleados en el sector del .

Fuentes:

1. Statistisches Bundesamt (2018). P. 8. Bildung und Kultur Spartenbericht Baukultur, Denkmalschutz und Denkmalpflege: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kurichkultur/spartuken/5216206189004.pdf?__blob=publishingFile (consultado: 19.07.2019).
2. Statistisches Bundesamt (2018). Pág. 7. Bildung und Kultur Spartenbericht Baukultur, Denkmalschutz und Denkmalpflege: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kur9ich416/spartlikationen/Downloads-Kultur952/spartlikationen.pdf?__blob=publishingFile (consultado: 19.07.2019).
3. Organización para la cooperación económica y el desarrollo. (09.07.2019). Von Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos: <https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=60702> abgerufen
4. Fuentes consultadas adicionalmente:
5. Fachbeirates an die Kultusministerkonferenz. (Abril de 2014). Abschlussbericht - Empfehlungen des Fachbeirates an die Kultusministerkonferenz zur Fortschreibung der deutschen Tentativliste für das UNESCO-Welterbe
6. Institut der deutschen Wirtschaft (2019). Deutschland in Zahlen: <https://www.deutschlandinzahlen.de/diz/> Versión de impresión ›DIZ_2019_e-Book (Consulta: 17.07.2019)
7. Jahrbuch 2018 –2019 Deutsche UNESCO Kommission (2019). Deutsche UNESCO-Kommission eV: https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-06/DUK-Jahrbuch_2018-2019.pdf





GRECIA

INDICADOR	2015	2016	2017
Facturación (miles de euros)	49,802 euros	41.812 euros	n / A
Empleo	2,9% del empleo total	3,2% del empleo total	3,2% del empleo total
Beneficio (miles de euros)	n / A	n / A	n / A
Productividad laboral (facturación en euros / plantilla)	15.20	13.30	n / A
Numero de empresas	733	630	n / A
PIB / VAB	PIB: 177.258 VAB por industria 6.612 (millones)	PIB: 176.488 VAB por industria 6.469 (millones)	PIB: 180.218 VAB por industria 6.462 (millón)

Grecia registra una tasa de empleo constante en el sector del , es decir, alrededor del 3% del empleo nacional total. El PIB registra un ligero aumento de casi 3,0 millones de euros, mientras que el VAB ronda los 6,5 millones de euros.

Fuentes:

1. Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/culture/data/database>;
2. <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SBR01/2015>: Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales;
3. <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL15/>
4. <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL45/>:- Arte, entretenimiento, recreación, otras actividades de servicios, actividades de los hogares como empleadores, actividades de producción de bienes y servicios indiferenciados de los hogares para uso propio, actividades de organismos y organismos extraterritoriales.



ITALIA

INDICADOR	2015	2016	2017
Facturación (miles de euros)	1.167,9	2.855,7	2.916,7
Empleo	52,0	53,1	51,0
Beneficio (miles de euros)	200 millones	172 Millones	200 millones
Evolución de la productividad laboral (miles de euros de facturación / plantilla)	49,28	54,92	54,93
Numero de empresas	904	1061	1,116
PIB / VAB	PIB 1,636,372	PIB 1,672,438	PIB 1,724,954
	VAB 2,8 mil millones de euros	VAB 2,9 mil millones de euros	VAB 2,8 mil millones de euros

Italia registra valores muy altos de VAB, es decir, 2.8 mil millones de euros, mientras que el nivel de beneficio es de 200 millones de euros en 2017. La productividad laboral casi alcanzó los 55 mil euros / persona ocupada en 2016 y 2017. Un número creciente de empresas que operan en el sector también demuestra los buenos resultados generales.

Fuentes:

1. Unioncamere, fondazione Symbola.
2. lo sono cultura, Report 2018 https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1529596696147_io_sono_cultura_2018.pdf.
3. lo sono cultura, report 2017 http://www.symbola.net/assets/files/loSonoCultura_2017_DEF_1498646352.pdf.
4. lo sono cultura, report 2016 http://www.symbola.net/assets/files/lo%20sono%20cultura%202016%20DEFINITIVO%20bassa%20risoluzione_1469703511.pdf.



MALTA

INDICADOR	2015	2016	2017	2018
Facturación (miles de euros)	19,167	22,071	22,624	22,936
Empleo	464	494	460	472
Beneficio (miles de euros)	-692	-732	-678	-584
Productividad laboral (miles de euros de facturación / plantilla)	48	52	58	57
Numero de empresas	42	45	47	n / A
VAB (valor agregado bruto)	12.992	14.097	14.430	15,280

El sector se ha expandido en los últimos 4 años, con un incremento cercano al 20% de la facturación. La rentabilidad es negativa, aunque va mejorando en 2018. La productividad laboral registra un buen crecimiento basado en una buena rotación. El VAB también muestra una tendencia positiva, con un + 17,6% en 2018 en comparación con 2015.

Notas:

1. Facturación: La producción es el total de productos creados durante el período contable. (ESA2010).
2. Empleo: Número de puestos de trabajo (a tiempo completo y parcial).
3. VAB: el superávit operativo neto es la producción bruta menos el costo de los bienes y servicios intermedios para dar valor agregado bruto, y menos la compensación de los empleados y los impuestos y subsidios a la producción y las importaciones, menos el consumo de capital fijo (SEC 2010).
4. Productividad laboral: Producción per cápita.



RUMANIA

INDICADOR

	2015	2016	2017
Evolución del volumen de negocios (miles de euros)	38.116,9	40.657,0	45.529,3
Empleo	1,669	1,765	1.835
Evolución del beneficio (miles de euros)	7.346,0	10.740,7	9.720,8
Productividad laboral (miles de euros de facturación / plantilla)	4,40	6,09	5.30
Numero de empresas	235	251	257
VAB (millones de euros)	19,9	10,7	27,1

Rumanía se enfrenta a un aumento general del sector, con más de 1.800 empleados operando en 2017 y 257 empresas. Posteriormente, la facturación pasó de 38,1 millones de euros en 2015 a 45,5 millones de euros en 2017, es decir, un + 19,4%.

La actividad positiva se destaca por la evolución del valor añadido bruto, especialmente en 2017, cuando alcanza el 27,1% millones de euros. Esto significa un incremento de más de 7 millones de euros respecto a 2015 o + 36,1%.

Fuentes:

1. Instituto Nacional de Estadísticas de Rumania, <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#!/pages/tables/insse-table>
2. Borg Design, www.listadefirme.ro



ESPAÑA

INDICADOR	2015	2016	2017
Facturación (miles de euros)	2.505.000	2,470,000	n / A
Empleo	41.000	34.800	37,500
Evolución del beneficio (miles de euros)	n / A	n / A	n / A
Productividad laboral (miles de euros de facturación / plantilla)	n / A	n / A	n / A
Numero de empresas	5.364	5.589	4,625
PIB / VAB (millones de euros)	0,24 del PIB / 0,26 de VAB	0,23 del PIB / 0,24 de VAB	n / A

Los datos indican una actividad constante en España, con algunas fluctuaciones, pero no importantes. Hay una leve disminución de tendencias, pero no significativa. Por ejemplo, el PIB disminuye con solo 0,01 millones de euros en 2016 en comparación con 2015 y el VAB cae con solo 0,02 millones de euros para el mismo período. Los demás indicadores muestran una actividad constante y un volumen de operaciones relativamente alto.

Fuentes:



1. Datos proporcionados por país socio.





CONCLUSIONES

La revisión de los programas de formación actuales sobre impartidos en los países de la UE destacó que los proveedores más habituales son la institución educativa y, en algunos casos, se establecen asociaciones entre instituciones de educación superior y organizaciones públicas o privadas, institutos internacionales y ONG. En cuanto al tipo de organizaciones que imparten formación, la mayoría de ellas pertenecen al sector público, mientras que los grupos destinatarios a los que se dirigen los proveedores de formación incluyen estudiantes y profesionales, pero principalmente los cursos están organizados para estudiantes.



Aproximadamente la mitad de los programas de formación se refieren a la categoría de Gestión y Organización del Área, el resto de los programas se refieren al grupo Intersectorial (Estudios de Arte Combinados, Prácticas de Arte Contemporáneo, Programa de Certificación de Guía Turístico, Maestría en Turismo, Investigación y Explotación del), y Área de Comunicación y Medios. Los proveedores de formación ofrecen especialmente cursos sobre el desarrollo de habilidades, competencias y habilidades en gestión, habilidades intersectoriales o innovación y habilidades digitales.

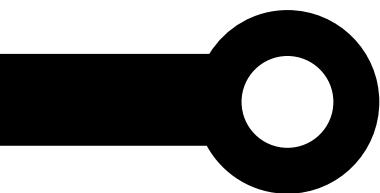
Las habilidades más necesarias en el son: capacidad de comunicación, capacidad de resolución de problemas, flexibilidad y adaptación o creatividad y capacidad conceptual. Existen diferencias según el área de incluida en nuestro análisis. Para el área de Promoción del patrimonio, las habilidades más necesarias son las habilidades de participación comunitaria, habilidades de creación de redes, habilidades de marketing y habilidades de redes sociales. Para el área de Valorización del patrimonio, lo más necesario son las habilidades de recaudación de fondos y las habilidades de presentación. Para Heritage Exploitation, lo más necesario son las habilidades de innovación, las habilidades de curador, las habilidades de gestión y las habilidades de financiación. Para el área de Mediación e Interpretación, las más necesarias son las habilidades digitales, las habilidades de los tomadores de decisiones y la copropiedad de los sitios / habilidades del patrimonio.



*Habilidades y
competencias
para las que ya se
ofrece formación*

- *Habilidades de gestión*
- *Habilidades intersectoriales*
- *Habilidades de innovación*
- *Habilidades digitales*
- *Habilidades de comunicación y medios*





Anexo 1. Fuentes de la investigación documental

NOMBRE DEL ENTRENAMIENTO	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN QUE OFRECE EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	SITIO WEB
AUSTRIA		
MSc Sanierung und Revitalisierung ("Renovation and revitalization")	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/sanierungrevitalisierung/index.php
MSc Konzeptuelle Denkmalpflege ("Conceptual monument preservation")	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/konzeptuelle-denkmalpflege/index.php
Academic Expert "Sanierung und Revitalisierung" (= Renovation and revitalization)	Donau University Krems	https://www.donau-uni.ac.at/de/studium/sanierungrevitalisierung/index.php
Diploma Conservation and Restoration	Academy of Fine Arts Vienna	https://www.akbild.ac.at/portal_en/studies/study-programs/conservation-and-restoration/?searchterm=oehreko@akbild.ac.at*&set_language=en
Diploma Conservation and Restoration	University of Applied Arts Vienna	https://www.dieangewandte.at/jart/prj3/angewandte-2016/main.jart?rel=en&content-id=1454062384336&reserve-mode=active
BÉLGICA		
Toerisme & Recreatiemanagement	Thomas More - Mechelen	www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/toerisme-en-recreatiemanagement
Bachelor in het toersime en recreatiemanagement	PXL - Hasselt	www.pxl.be/toerisme-en-recreatiemanagement
Toerisme & Recreatiemanagement	Erasmushogeschool Brussel	www.erasmushogeschool.be/nl/opleidingen/toerisme-recreatiemanagement
Toerisme & Recreatiemanagement	VIVES-Noord - Brugge	www.vives.be/nl/opleidingen/handelswetenschappen-en-bedrijfskunde/bachelor-toerisme-en-recreatiemanagement
Sport- en Cultuurmanagement	Thomas More - Turnhout	www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/bedrijfsmanagement/sport-en-cultuurmanagement

Sport- en Cultuurmanagement	VIVES - Noord - Brugge	www.vives.be/nl/opleidingen/handelswetenschappen-en-bedrijfskunde/cultuurmanagement
Event- & projectmanagemet	Arteveldehogeschool Gent	www.arteveldehogeschool.be/opleidingen/bachelor/officemanagement/event-en-projectmanagement
Ma-na-Ma Archivistiek	cooperation between 4 universities: VUB (compulsory subjects) - KUL - UG - UIA (optional subjects)	www.vub.ac.be/opleiding/archivistiek-erfgoed-en-hedendaags-documentbeheer
Postgraduaat Onderwijs en Erfgoed	Odisee Hogeschool i.s.m. de onderzoekslijn erfgoededucatie van VIVES Hogeschool, met medewerking van FARO	www.vives.be/nl/opleidingen/onderwijs/postgraduaat-erfgoed-en-onderwijs
Postgraduaat Cultuureducator	PXL Hasselt	www.pxl.be/Pub/Opleidingen/Postgraduaat/Postgraduaat-Cultuureducator.html
Master in de Erfgoedstudies	Universiteit Antwerpen	www.uantwerpen.be/nl/studeren/opleidingsaanbod/master-erfgoedstudies
BULGARIA		
Culture and arts in transition: the digital era-The Cultural Management Academy	Sofia Development Association, Sofia University „St. Kliment Ohridskiand, EUNIC, the University of Bucharest and the Goethe-Institut	http://academy.sofia-da.eu/ http://sofia-da.eu/images/projects/CMA_open_call_2019_eng.pdf
Workshop for Conservation of Ancient Greek Pottery	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/ancient-greek-pottery-conservation-course
Apollonia Pontica Archaeology Field School	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/ancient-greek-excavtions-apollonia-pontica
International project “CANEPAL” - the European heritage of sheep farming and pasture life	The National History Museum	https://historymuseum.org/en/projects/asd/
	Sofia City Art Gallery	http://www.sghg.bg/?page=za_nas_obrazovanie
Management and Socialisation of Cultural Heritage	Sofia University “St. Kliment Ohridski”	https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/filosofski_fakultet/specialnosti/magist_rski_programi/filosofski_fakultet/specialnost_kulturologiya/menidzhm_nt_i_socializaciya_na_kulturnoto_nasledstvo
Preservation of the Bulgarian Cultural Heritage	Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Faculty of Slavic Philology, the Faculty of Philosophy and the Center for Slavonic-Byzantine Studies “Ivan Dujčev	https://www.slav.uni-sofia.bg/index.php/magistri-programi/224

'Fresco-Hunting" Photo Research Expedition to Medieval Balkan Churches	Public-NGO - The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/medieval-fresco-photo-expedition
Digital presentation and preservation of cultural and scientific heritage	ICT Cluster Burgas	https://www.ictc-burgas.org/en/events/digital-presentation-and-preservation-of-cultural-and-scientific-heritage
Underwater Archaeology Field School in the Black Sea	The Balkan Heritage Foundation-The Balkan Heritage Field School	https://www.bhfieldschool.org/program/underwater-archaeology-in-the-black-sea
The European project SKIVRE – 'Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage'	INI-Novation Bulgaria OOD-The European project SKIVRE – 'Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage'	https://www.frh-europe.org/projects/skivre http://www.ini-novation.com/about-us/partners http://www.ini-novation.com/skivre-project-team-visited-the-tsarnogorski-monastery/
B.A. in Culture and Cultural Tourism	South-West University of Neofit Rilski	https://www.swu.bg/academic-activities/academic-programmes/bachelor-programmes/sociology,-anthropology-and-cultural-studies/culture-and-cultural-tourism.aspx?lang=en https://www.swu.bg/media/460703/culture%20i%20cultural%20tourism%20en.pdf
B.A. in Cultural Studies and Cultural management	South-West University of Neofit Rilski	https://www.swu.bg/academic-activities/academic-programmes/bachelor-programmes/sociology,-anthropology-and-cultural-studies/cultural-studies.aspx https://www.swu.bg/media/521051/cultural%20studies%20and%20management.pdf
OPENING RURAL HERITAGE TO OPEN MINDS- Transnational Training Workshop for Youth	Center of Heritage Interpretation -Bulgaria	http://www.ycarhe.eu/uploads/media/atelier%20bulgarie/WorkshopSofia_YCARHe_info-pack.pdf http://www.ycarhe.eu/uploads/media/atelier%20bulgarie/C2_Greek%20Team%20Proposal.ppsx.pdf http://www.ycarhe.eu/en/activities/field-workshops/workshop-in-bulgaria
CROACIA		
BA on Restoration and Conservation (wood, paper, textile, metal and ceramics)	University of Dubrovnik	http://www.unidu.hr/datoteke/635izb/restauracija.pdf
Croatian Language and Literature (single-major)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Croatian%20and%20Slavic%20Studies_17_18_EN.PDF
Undergraduate university study programme of Ethnology and Anthropology (double major)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Ethnology%20and%20Anthropology_17_18_EN.PDF

Ethnology and Anthropology	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/Ethnology%20and%20Anthropology_17_18_EN.PDF
Media and Social Culture	University of Dubrovnik	http://www.unidu.hr/datoteke/635izb/mediji.pdf
Journalism and Public Relations	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Undergraduate university study programme of Culture and Tourism (single major, full time and part time)	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Management of Destination Organizations and Companies	College of Management and Design "Aspira"	http://www.aspira.hr/semester-overview?lang=en
Hotel Management	College of Management and Design "Aspira"	http://www.aspira.hr/semester-overview?lang=en
Entrepreneurship in Culture and Tourism	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
Cultural and Natural Heritage in Tourism	University of Zadar	http://www.unizd.hr/Portals/0/ms/odjeli/TIK_17_18_EN.PDF
CHIPRE		
TIME Program	MBE is jointly offered by a consortium of three universities: The University of Crete, the University of Cyprus and the Wageningen University in Netherlands. It is recognized by the Greek, Cypriot and Dutch Education authorities within the framework of the Bologna Process.	https://www.timembe.eu/en/program/keyfacts
Cultural Policy and Development	Open University of Cyprus	http://www.ouc.ac.cy/web/guest/s1/programme/ppa/description
Entrepreneurship and Innovation	Open University of Cyprus	http://www.ouc.ac.cy/web/guest/cert/business
Science and Technology in Cultural Heritage	The Cyprus Institute	https://www.cyi.ac.cy/index.php/education/phd-programs/science-and-technology-in-cultural-heritage/phd-dch-program-overview.html
Interaction Design	Cyprus Univeristy of Technology	https://www.cut.ac.cy/studies/masters/master-programmes/mga-gr-ide/?languageld=1 & https://www.idmaster.eu/
Contemporary Art Practices	Frederick Univeristy	http://www.frederick.ac.cy/ma-in-fine-art-program-profile

REPÚBLICA CHECA

Museology	Masaryck University - Faculty of Arts	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/491-museology#application
Liberal Arts and Humanities	Charles University - Faculty of Humanities	https://humanities.fhs.cuni.cz/SHVENG-17.html
Contemporary European Cultural History	Charles University	https://fhs.cuni.cz/FHSENG-715.html
Visual Informatics	Masaryck University - Faculty of Informatics	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/25295-visual-informatics-eng
Combined Art Studies	Masaryck University - Faculty of Arts	https://www.muni.cz/en/bachelors-and-masters-study-fields/24632-combined-art-studies

DINAMARCA

MA Sustainable Heritage Management	“ Aarhus University”	http://kandidat.au.dk/en/sustainable-heritage-management/
HACK4DK	“ ARos – Aarhus Kunstmuseum, Danish Agency for Culture, Danish Film Institute, Danish State Archives, DR/Dansk Kulturarv, MMex – Meaning Making Experience, National Gallery of Denmark, National Museum of Denmark Natural History Museum The Royal Library of Denmark)”	
MA Tourism	Aalborg University	https://www.en.aau.dk/education/master/tourism/specialisations/global-tourism-development/student-guidance/

ESTONIA

Training Course “Heritage and Rights”	ICOMOS”Our Common Dignity” working group, ICOMOS Estonia, Estonian Academy of Arts and University of Tartu, Institute of Human Rights, ICOMOS Norway and The Norwegian Centre of Human Rights, University of Oslo, Environmental Board and Heritage Board of Estonia	https://www.kaitsealad.ee/eng/training-course-heritage-and-rights
Landscape Architecture	Estonian University of Life Sciences	https://www.emu.ee/userfiles/emu2015/file/master%20annotation.pdf
Documentary and Digital Cultural Heritage	Tallinn University	https://ois2.tlu.ee/tluois/subject/INT7119.DT
Media Literacy, Reuse, and Heritage in Education	Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School (project partner)	

FINLANDIA

MA programme in Nordic Cultural and Social Resilience	University of Turku	http://masters.utu.fi/programmes/nordic-cultural-and-social-resilience/
Museum Ethics 2.0: Ethical aspects in cultural heritage work	ICOM Finland and the Finnish Museums Association	http://museoetiikka.blogspot.com/p/tietoa-seminaarista.html
Project "HERITAGE HUBS: Practical Classes in Exploring, Sharing and Practicing the Cultures of Ourselves and Others"	Association of Cultural Heritage Education in Finland (Not really training, but an EU project)	
Digitaaliseen kulttuuriperinnöille verkkokurssi: Massive Open Online Course (MOOC) / Digital Cultural Heritage MOOC	University of Helsinki	https://blogs.helsinki.fi/digiloikka/kulttuuriperinnon-maisteriohjelman/

FRANCIA

Master Valorisation du patrimoine et développement territorial	Université de Limoges	https://www.fli.unilim.fr/master/valorisation-patrimoine-developpement-territorial/
Techniques, Patrimoine, Territoires de l'Industrie : histoire, valorisation, didactique	Université Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG64522&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Développement et Aménagement Touristique des Territoires	Université Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48279&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Economie du Développement Touristique International	Université Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48273&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Tourisme parcours Gestion et Valorisation Touristique du Patrimoine	Université Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG48278&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Protection et valorisation du patrimoine historique et culturel	Le Mans Université	http://www.univ-lemans.fr/fr/formation/catalogue-des-formations/licence-professionnelle-LICP/sciences-humaines-et-sociales-0001/lp-protection-et-valorisation-du-patrimoine-historique-et-culturel-program-lp-protection-et-valorisation-du-patrimoine-historique-et-culturel.html

MASTER Patrimoine culturel immatériel (PCI)	Université de Tours	https://international.univ-tours.fr/offre-de-formation/nos-formations/arts-lettres-langues/master-patrimoine-culturel-immateriel-pci--253228.kjsp
Master Patrimoine et Musées	Université de Reims	https://www.univ-reims.fr/formation/nos-formations/catalogue/arts-lettres-langues/master-patrimoine-et-musees,21632,35925.html
Master Gestion du Patrimoine	Dauphine Université Paris	https://www.dauphine.psl.eu/fr/formations-et-diplomes/masters/gestion-patrimoine.html
Bachelor management of tourism projects	INEAD	https://www.fede.education/fede-school/inead/
Bachelor Gestion et Valorisation Naturaliste	Le Cours Diderot	http://www.coursdiderot.com/formations/3eannee/bachelor-gestion-valorisation-naturaliste.html
Mecic	Burgundy School of Business	https://www.bsb-education.com/programmes/masteres-specialises/ms-mecic-management-des-entreprises-culturelles-industries-creatives/presentation.html
Master Direction de Projets ou Etablissements Culturels, Projets Culturels et Diversification des Publics	Université de Rouen Normandie	http://lsh.univ-rouen.fr/master-direction-de-projets-ou-etablissements-culturels-projets-culturels-et-diversification-despublics-543166.kjsp?RH=1382971718462
Master Études européennes et internationales parcours Tourisme culturel et promotion internationale des territoires	Université Cergy-Pontoise	https://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-XB/arts-lettres-langues-ALL/master-etudes-europeennes-et-internationales-parcours-tourisme-culturel-et-promotion-internationale-des-territoires-program-tcpit.html
LP GEPSAC (Gestion Culturelle)	IUT Chambéry	http://www.iut-chy.univ-savoie.fr/index.php/formations/les-licences-professionnelles-lp/agec
MBA IN ARTS & CULTURAL MANAGEMENT	IESA's international department	https://www.iesa.edu/
MBA IN CULTURAL ENTREPRENEURSHIP & TOURIS	IESA's international department	https://www.iesa.edu/
Master in International Tourism Marketing	Toulouse Business School	https://www.tbs-education.fr/formations/ms-msc/masters-science-msc/msc-international-tourism-hospitality-and-travel-marketing-management-paris

Master Sciences Humaines et Sociales Mention : Patrimoine et musées Parcours : Médiation culturelle, patrimoine et numérique	Université Paris Nanterre	https://www.parisnanterre.fr/offre-de-formation-/master-sciences-humaines-et-sociales-br-mention-patrimoine-et-musees-br-parcours-mediation-culturelle-patrimoine-et-numerique--416442.kjsp
LICENCE PRO Métiers du tourisme : communication et valorisation des territoires parcours Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication appliquées au tourisme	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/licence-pro-metiers-du-tourisme-communication-et-valorisation-des-territoires-parcours-nouvelles-technologies-de-l-information-et-de-la-communication-appliquees-au-tourisme-ntic--386320.kjsp?RH=composantes
Management de l'innovation parcours Innovation Management des Technologies & Entrepreneuriat (IMT&E)	Université Pantheon Sorbonne	http://www.pantheonsorbonne.fr/ws/ws.php?_cmd=getFormation&_oid=UP1-PROG65038&_redirect=voir_presentation_diplome&_lang=fr-FR
Mastère Spécialisé ® Entrepreneuriat & Management de l'Innovation	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/mastere-specialise-Entrepreneuriat-et-Management-de-l-Innovation
MSc in Digital Marketing & Data Science	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/msc-marketing-digital-data-science
Mastère Spécialisé ® Transformation Digitale, Marketing & Stratégie	emlyon business school	https://masters.em-lyon.com/fr/ms-transformation-digitale-marketing-et-strategie
Motion design	ITECOM Art Design NICE	
Tourisme, culture et numérique : quelles méthodes ?	Class Central MOOC	https://www.classcentral.com/course/france-universite-numerique-tourisme-culture-et-numerique-queelles-methodes-11184 https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:UPVD+95004+session02/about
MASTER Tourisme parcours TIC appliquées au développement des territoires touristiques	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/master-tourisme-parcours-tic-appliquees-au-developpement-des-territoires-touristiques-tic-adtt--386330.kjsp?RH=composantes
LICENCE PRO e-commerce et marketing numérique parcours Développement durable des territoires par l'e-commerce et l'e-tourisme	université Toulouse - Jean Jaurès	https://www.univ-tlse2.fr/licence-pro-e-commerce-et-marketing-numerique-parcours-developpement-durable-des-territoires-par-l-e-commerce-et-l-e-tourisme-ddt-ecet--386316.kjsp?RH=composantes
Master Oenotourisme & E-Tourisme	Formasup Campus Bordeaux	https://www.supevents-tourism.com/formations/mastere-dmoe-winetourism-marketing.html

BTS tourisme	IEFT Lyon Paris	http://www.ieftourisme.com/formations/bts-tourisme/
Summer Camp - Paris: 5000 years of history	Sorbonne University - Summer School	https://www.academiccourses.com/Summer-Course-Paris-A-Factory-of-A-Capital-5000-Years-of-History/France/Sorbonne-University-Summer-School/
Paris - Studio Art, Dance & Music	IES Abroad French language course	https://www.iesabroad.org/programs/paris-studio-art-dance-music
ALEMANIA		
MA "Materielles und Immaterielles Kulturerbe"(material and immaterial cultural heritage)	University Paderborn	https://kw.uni-paderborn.de/en/historisches-institut/kulturerbe/studium/master-kulturerbe/
B. Sc. "Baukulturerbe" (= building culture heritage)	RheinMain University of Applied Sciences	https://www.hs-rm.de/de/fachbereiche/architektur-und-bauingenieurwesen/studiengaenge/baukulturerbe-bsc/#infos-fuer-studieninteressierte-22103
MSc "Digital Technologies in Heritage Conservation"	Conducted jointly by the Department of Heritage Sciences at the University of Bamberg and the University of Applied Sciences Coburg.	https://www.uni-bamberg.de/en/iadk/denkmalwissenschaften/digital-technologies-in-heritage-conservation/ma-dht/
M.A."World Heritage Studies"	Brandenburg University of Technology in Cottbus	http://www.b-tu.de/en/worldheritage-ma
Not a training yet, but part of very similar sounding ERASMUS+ project "HERITAGE-PRO"	"Kultur und Arbeit e.V."	http://kultur-und-arbeit.de/leistungen-und-projekte/kulturerbe/2018-2021-heritage-pro
B.A. International Degree in Applied Leisure Studies	City University of Applied Sciences Bremen	https://www.hs-bremen.de/internet/en/studium/stg/isaf/
M.A. Cultural Management (Part-Time)	City University of Applied Sciences Bremen	https://www.graduatecenter.org/en/part-time-mba-master/master-in-cultural-management.html
GRECIA		
CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT: ARCHAEOLOGY, CITY AND ARCHITECTURE	National and Kapodistrian Univeristy of Athens - Faculty of History & Archaeology	http://www.dpmsdiach.arch.uoa.gr/index.html
"Cultural Heritage Management and New Technologies with 2 specialisations: a) Management of Cultural Resources and b) Cultural Informatics"	University of Patras - Department of Cultural Heritage Management and New Technologies	http://www1.culture.upatras.gr/

Heritage Management	Athens University of Economics and Business (AUEB) in Greece in collaboration with the University of Kent in UK	http://www2.aueb.gr/heritage/
Cultural entrepreneurship: Designing and developing business models in the field of cultural industries	Hellenic American Union	http://www.hau.gr/?i=culture.en.new-seminars&itemCode=culturalentrepreneurshipnew
Academy of Cultural Management (CMA) course in Culture and Arts in transition: the Digital Age	Goethe-Institutes of Sofia, Bucharest, Thessaloniki and Sarajevo	https://www.goethe.de/prj/cma/en/index.html
COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	NATIONAL & KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS - FACULTY OF COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	http://en.media.uoa.gr/
“COMMUNICATION & MEDIA STUDIES with five thematic areas: 1. European Communications: Structures and Policies 2. Public Opinion and Public Communication 3. Cultural Studies 4. Conflicts: Conflict Management and Communication 5. Digital Communication Media and Interactive Environments”	NATIONAL & KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS - FACULTY OF COMMUNICATION & MEDIA STUDIES	http://en.media.uoa.gr/
Audience Enlargement and Enrichment in the field of Culture	Hellenic American Union	http://www.hau.gr/?i=culture.en.new-seminars&itemCode=inclusion
Cultural Technology and Communication	University of the Aegean - Department of Cultural Technology and Communications	http://www.ct.aegean.gr/Home/Proptyxiako
	University of the Aegean - Department of Cultural Technology and Communications	https://ci.aegean.gr/
Networking Cities and Representations	University of Patras - Department of Cultural Heritage Management and New Technologies	http://www1.culture.upatras.gr/en/
Fine Arts and Sciences of Art	University of Ioannina - Department of Fine Arts and Sciences of Art	http://www.arts.uoi.gr/en/mainEN.html
Tour Guide Certification Program	Aristotle University of Thessaloniki - Postgraduate Program in Museology - LLP	http://ma-museology.web.auth.gr/en/dpms_postgraduate/intensive-tour-guide-certification-program/
HUNGRÍA		
Master of Arts in “Cultural Heritage Studies: Academic Research, Policy, Management”	Central European University - Cultural Heritage Studies Program	https://medievalstudies.ceu.edu/chs

Cultural Heritage Management and Sustainable Development	Institute for Social and European Study Foundation - Corvinus University Budapest	http://www.ises.hu/en/s/3550/programme-description
Tourism Management	Kodolányi János University of Applied Sciences	
Art and Design Management	Budapest Metropolitan University	
Applied Management	University of Pecs	
Management Sciences	University of Pannonia	
Management and Organizational Sciences	University of Kaposvár	
Human Resources Counselling	Eötvös Loránd University	
Cultural Sensitivity Program	University of Pecs	
Music as Heritage: from Tradition to Product	Forum for Folk Arts Fund - Central European University - Music Hungary -	https://summeruniversity.ceu.edu/MUSIC-2019
Communication and Media Studies	Budapest Metropolitan University	
Film Studies	Eötvös Loránd University	
Ph.D. in Communication and Media Science	Corvinus University of Budapest, Faculty of Social Sciences and International Relations	
PhD in International Relations	Corvinus University of Budapest, Faculty of Social Sciences and International Relations	
Educational Science	Eötvös Loránd University	
Intercultural Psychology and Education	Eötvös Loránd University	
Classical Music Performance	University of Pecs	
Cultural Heritage Studies	Central European University - Cultural Heritage Studies Program	www.mastersportal.com
Global Policy for Cultural and Creative Industries	CEU School of Public Policy	
Master in Tourism Management	Budapest Metropolitan University	
IRLANDA		
Master in Arts Management	NCAD	https://www.ncad.ie/
Master in Arts Management	IADT	http://www.iadt.ie/

Master in Cultural Management	Technological University Dublin	https://www.dit.ie/
Master in Cultural Management	University of Limerich	https://www.ul.ie/
Master in CClIs	University College Dublin	https://www.ucd.ie/
Master in Communication & Media	University College Cork	https://www.ucc.ie/
ITALIA		
Master of Arts in Sustainable Cultural Heritage	The American University of Rome	
Master in Event Management	Up Level School of Management	
Bachelor Degree in Business Administration	European School of Economics	
Master in Arts and Culture Management	Rome Business School	
Operator of Cultural Heritage	Università della Basilicata	
Economics and Cultural and Unesco Heritage Management	Università di Palermo	
Museology, management and enhancement of cultural heritage	Università Niccolò Cusano	
Master in Arts Management	IED – Istituto Europeo di Design Rome	
Corso Specialistico di II Livello in Art Direction and Copywriting	IUAD Accademia della Moda	
Master in Management dei Servizi Museali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=231
GIOCA (Graduate degree in Innovation and Organization of Culture and Arts)	Università di Bologna	http://corsi.unibo.it/gioca/Pages/default.aspx
Master in Performing Arts Management	Politecnico di Milano	http://www.mip.polimi.it/en/academics/people-and-careers/masters/mpam-master-in-performing-arts/
Master di I livello in World Heritage and Cultural Pojects for Development	Università di Torino / Politecnico di Torino	http://www.itcilo.org/masters-programmes/master-in-world-heritage-and-cultural-projects-for-development
Master di II livello in Conservazione, Gestione e Valorizzazione del Patrimonio Industriale	Università di Padova / Associazione Italiana per il Patrimonio Archeologico Industriale	http://www.unipd.it/conservazione-gestione-valorizzazione-patrimonio-industriale

Doppio Master di II livello in Management dei Beni e delle Attività Culturali	Ca' Foscari	http://www.unive.it/pag/4793/
Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali (EGArt)	Ca' Foscari	http://www.unive.it/pag/3212/
Master in Economia e Management dell'Arte e dei Beni Culturali	Il Sole 24 Ore Business School	https://www.bs.ilssole24ore.com/master-full-time/economia-e-management-dellarte-e-dei-beni-culturali-la0039.html
Arts Management	Istituto Europeo di Design	http://www.ied.it/firenze/scuola-management/corsi-master/manager-dellarte/CP01488E#q0tLRFxm3D92UVUF.97
Business for Arts and Culture	Istituto Europeo di Design	http://www.ied.it/venezia/scuola-management/corsi-master/business-administration-for-arts-and-cultural-events/CMG2095E#2Yomot0YRSvCaeIF.97
Master in Management delle Risorse Artistiche e Culturali	IULM - Libera Università di Lingue e Comunicazione	http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/studiare-alla-iulm/master/management-delle-risorse-artistiche-e-culturali-marac
Master in arts management and administration	Università Bocconi	http://www.sdabocconi.it/en/specialized-master-full-time-executive/mama
Master on line in Tutela e valorizzazione del e italiano all'estero	Università di Parma	http://www.tutela.icon-master.it/it
Master in Management dei Beni Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=1
Master in Management degli Eventi Artistici e Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=6
Master in Progettare Cultura	Politecnico di Milano - Università Cattolica Milano	http://almed.unicatt.it/almed-progettare-cultura-arte-design-imprese-culturali-scheda-di-presentazione-5916 - http://www.polidesign.net/it/progettarecultura
CRPC	Fondazione Fitzcarraldo	http://crpc.fitzcarraldo.it/
Management dei Beni Culturali	Arte data	https://www.artedata.it/corsi-master-online-matera-firenze/master-online/management-dei-beni-culturali/
Master I livello in Servizi educativi per il patrimonio artistico, dei musei storici e di arti visive	Università Cattolica Milano	https://offertaformativa.unicatt.it/master-servizi-educativi-per-il-patrim-artistico-dei-musei-storic-i-e-di-arti-visive

Master in New Media Communication e Interaction Design	IAAD istituto d'arte applicata e design (Turin)	https://www.iaad.it/master-in-new-media-communication/
Museology New Media and Museum Communication	IULM Milano	http://www.iulm.com/wps/wcm/connect/iulmcom/iulm-com/study-at-iulm/master-s-degrees/european-museology
Master in Communication Technologies and Multimedia	Università di Brescia	https://www.unibs.it/didattica/corsi-di-laurea-triennale-e-magistrale/ingegneria/corsi-di-laurea-magistrale/communication-technologies-and-multimedia-corsi-inglese
Master in Comunicazione, Social Media & Web Marketing	Up Level School of Management (Milano, Roma, Napoli)	https://www.uplevel.it/master/master-in-comunicazione-social-media-e-web-marketing/
Marketing & Digital Communication	LUMSA	
Science and Technology for the Conservation of Cultural Heritage	Sapienza	
Digital Animation Artist	SantaGiulia di belle arti	
Social Theatre	Sapienza	
“Sciences and Technologies for the Conservation of Cultural Heritage”	Sapienza	
Conservation and Restoration of Cultural Heritage	Università degli studi di Bari	
Corso di Alta Formazione Architettura di Rigenerazione	Yacademy - Bologna	https://www.yacademy.it/course/architettura-rigenerazione
Master in Museum Experience Design	IED Comunicazione (VE)	https://www.ied.it/venezia/scuola-management/corsi-master/museum-experience-design/CVVCCMI001_01
Master in Digital Communication Strategy	IED Milan, Rome, Naples	https://www.ied.it/corsi/master-comunicazione?activityId=701w0000000ftGD&gclid=EAlaQobChMlu9qGk6v84AIVefIRCh29Vg30EAAYASABEgL1LvD_BwE
Master Social Media Marketing con stage garantito e retribuito	digital-coach.it	digital-coach.it
Master Web Marketing e Social Media con stage garantito e retribuito	digital-coach.it	digital-coach.it

“Architettura dell’Informazione e User Experience Design”	IULM Milano	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/masterit/master-user-experience-design/home/home
Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali	Palazzo Spinelli Associazione	http://www.palazzospinelli.org/ita/course.asp?id=master&idn=118
2nd level Specializing Master in Design for Arts and Cultural Innovation	Università degli studi di Torino e Politecnico di Torino	https://didattica.polito.it/master/design_for_arts/2017/introduction
Master in tecnologia dei supporti digitali (DMT)	EIT DIGITAL MASTER SCHOOL (Trento)	https://masterschool.eitdigital.eu/
Cultural Heritage Studies	Università della Basilicata	
Executive Master in Hotel Management & Digital Tourism 4.0	Sida Group Management Academy	
Bachelor Degree in Travel and Tourism Management	The American University of Rome	
Marketing multimediale per l’enogastronomia, l’ospitalità ed il turismo	IULM	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/studiare-alla-iulm/master/progettazione-multimediale-enogastronomia
“Master’s of Hospitality and Tourism Management Degree “	IULM	https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/MasterEN/mtm/home
Corso Base di Turismo Responsabile	AITR	http://www.aitr.org/corso-base-turismo-responsabile-della-scuola-aitr-roma-15-17-marzo-2019/
Master in Promozione Turistica e Gestione dei beni e degli eventi culturali	Università di Bologna	https://master.unibo.it/turismoculturale/it
Master in Comunicazione per le Industrie Creative	Università La Cattolica Milano e Roma	https://offertaformativa.unicatt.it/master-servizi-educativi-per-il-patrim-artistico-dei-musei-storic-i-e-di-arti-visive-programma
Master in Cultura del Cibo e del Vino. Promuovere l’eccellenza made in Italy	Ca’ Foscari (VE)	https://www.unive.it/pag/4963/
Master di I livello “e ed enogastronomia”	UniNettuno	https://www.uninettunouniversity.net/it/master-patrimonio-culturale-enogastronomia.aspx
Corso per operatore per turismo esperienziale	Associazione X4U (Progetto Artès)	https://www.progettoartes.it/corsi-formazione-turismo/
Corso per operatore per turismo esperienziale	IET Milano	https://www.istitutoeuropeodelturismo.com/nuova/corsi/corso-operatore-turismo-esperienziale/
Tecnico Polivalente Superiore del Turismo	UET - Scuola Universitaria Europea per il Turismo	https://uetitalia.it/product/tecnico-polivalente-superiore-del-turismo-2/

Master in Tourism Strategy & Management	Università Bicocca	https://www.unimib.it/didattica/master-universitari/master-aa201718/tourism-strategy-and-management
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali – Tourism Product Manager	Fondazione ITS Turismo e Attività Culturali	http://its-turismopiemonte.it/didattica/its-marketing-turistico/
Master in Sviluppo creativo e gestione delle attività culturali	Ca' Foscari / Scuola Holden	https://www.unive.it/pag/4970/
LETONIA		
Entrepreneurship and Management	Riga Technical University	
Business Administrator in Tourism	Information Systems Management Institute in Riga	
Bachelor in Event and Leisure Management	Turiba University	
International Media and Culture Management	Latvian Academy of Culture	
Bachelor in Event and Leisure Management	Riga Technical University	
Master in Sociology of Organizations and Public Administration	Latvia University of Life Sciences and Technologies	
Telecommunications, Bachelor	Riga Technical University	
Cultural Heritage Governance and Communication	Latvian Academy of Culture	
Master's in Cultural and Social Anthropology	University of Latvia	
Cultural and Intercultural Studies	Latvian Academy of Culture	
Cultural Heritage Governance and Communication	Latvian Academy of Culture	
Management of Information Systems	Transport and Telecommunication Institute	
Master in Information Technology	Liepaja University	
Audiovisual and Performing Arts	Latvian Academy of Culture	
Professional Master's degree in Business Administration	UN World Tourism Organization	
Management of Culture and Creative Industries	Latvian Academy of Culture	

Tourism and Hospitality Management	Turiba University	
Creative Industries	Latvian Academy of Culture	
LITUANIA		
Fine Arts Studies and Curatorship	Vilnius Academy of Arts (VAA)	https://www.vda.lt/en/study_programs/undergraduate-ba/fine-arts-studies-and-curatorship-lt
European Heritage	European Humanities University	http://en.ehu.lt/studies/cultural-heritage-and-tourism/
MA programme in Historic and Cultural Heritage	European Humanities University	http://en.ehu.lt/studies/historic-and-cultural-heritage/
Recreation and tourism	Klaipėda University	https://web.liemsis.lt/kuis/stp_report_ects.card_ml?p_stp_id=695&p_year=2016&p_lang=EN&p_tinkl_kodas=B16NUD0695
Tourism Management and Heritage	Mykolas Romeris University	https://stdb.mruni.eu/studiju_programos_aprasas.php?id=10225&l=en
LUXEMBURGO		
Master in Learning and Communication in Multilingual and Multicultural Contexts	Université du Luxembourg	
Master en Médiation	Université du Luxembourg	
Master in European Contemporary History	Université du Luxembourg	
Master en Études Franco-Allemandes : Communication et Coopération Transfrontalières	Université du Luxembourg	
Bachelor en Cultures Européennes - Histoire	Université du Luxembourg	https://wwwde.uni.lu/studiengaenge/flshase/bachelor_en_cultures_europeennes_histoire
MALTA		
Master in Cultural Management	University of Malta	itc/um.edu.mt
Cultural Tourism MA	University of Malta	um.edu.mt
Master in Tourism	Institute for Tourism Studies	its.com.mt

POLONIA

Entrepreneurship and Marketing	Lublin University of Technology	http://www.study.lublin.eu/en/lublin-university-of-technology/entrepreneurship-management/575
Strategy, Programme and Project Management	Gdansk University of Technology	https://mba.pg.edu.pl/#start 0
Second-cycle Programme in Landscape Architecture	Cracow University of Technology	http://arch.pk.edu.pl/en/courses/landscape-architecture/second-cycle-study-programme-postgraduate/
Journalism and Social Communication Specialization- New Media	Adam Mickiewicz University Poznan	https://wnpid.amu.edu.pl/en/study-with-us/journalism-and-social-communication-en
Communication Management - Image Communication (advertising, public relations, branding)	University of Wroclaw	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/communication-management-image-communication
Intercultural Communication in Education and the Workplace	Maria Curie-Sklodowska University	https://www.umcs.pl/en/intercultural-communication-in-education-and-the-workplace,14666.htm#page-1
Master Programme in Sociology, Specialisation Intercultural Mediation	University of Wroclaw - Institute of Sociology	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/sociology-intercultural-mediation-19
MA in Culture, Media and Society	The Graduate School for Social Research (GSSR) at the Institute of Philosophy and Sociology of the Polish Academy of Sciences	http://www.css.edu.pl/programmes/maprogramme/
Games and Virtual Reality Design - Computer Games Graphics	University of Silesia in Katowice	http://admission.us.edu.pl/english/Games_Graphics
Innovation Management	Wielkopolska Business School	https://ue.poznan.pl/en/programmes,c7330/master,c7333/innovation-management,c9079/
Digital Marketing	Kozminski University	https://www.kozminski.edu.pl/digital_marketing/
M.Sc. Computer Science - Artificial Intelligence	Warsaw University of Technology	https://www.students.pw.edu.pl/index.php?id=130
Master in Intellectual Property and New Technologies	Jagiellonian University	https://welcome.uj.edu.pl/en_GB/programmes/ma-ipnt
Master of Arts (MA) in Stage Design & Fashion Design	University of Arts in Poznan	http://www.go-poland.pl/university-arts-poznan-2
Master of Fine Arts in Printmaking	The Eugeniusz Geppert Academy of Art and Design	https://www.asp.wroc.pl/?-module=StaticContent&controller=Main&id=1553&seoName=MA+in+PRINTMAK-ING&lang=en

Tourism and Hospitality	University of Wroclaw	https://international.uni.wroc.pl/en/admission-full-degree-studies/programmes-english/tourism-and-hospitality-17
Tourism and Recreation	The Jerzy Kukuczka Academy of Physical Education in Katowice	https://www.en.awf.katowice.pl/studies/faculties-and-courses
International Tourism, Hotel Industry and Leisure Services	Warsaw School of Economics (SGH)	http://oferta.sgh.waw.pl/en/master/Pages/default.aspx
Interdisciplinary Studies: Integrated Manufacturing Systems	Silesian University of Technology	https://apply.polsl.pl/courses/course/41-msc-automation-and-robotics--integrated-manufacturing-systems-under-patronage-balluff-company?search=670
Master in Cultural Studies: Comparative Heritage Studies (COHES)	Jagiellonian University	https://welcome.uj.edu.pl/en_GB/programmes/ma-chs
PORTUGAL		
Máster Universitario en : La Eurorregion Galicia y Norte de Portugal	Universidad de Coruña	http://www.universia.es/estudios/universidade-da-coruna/master-universitario-patrimonio-cultural-eurorregion-galicia-norte-portugal/st/198799#
Máster en y desarrollo del territorio	Universidad Portucalense	https://www.uac.pt/pt-pt/mestrados-1#patrimonio-museologia-e-desenvolvimento
Máster en Patrimonio, museología y desarrollo	Universidad dos Acores	https://www.uac.pt/
Máster en diseño de comunicación para el turismo y la Cultura	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt
Máster en gestión de organizaciones turísticas	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt
Máster en diseño de comunicación para el turismo y la cultura	Universidad do Algarve	https://www.ualg.pt/pt/curso/1748
Máster en estudios de Cultura	Universidad de Beira Interior	http://www.ubi.pt/Curso/1067
Máster en Turismo, territorio y Patrimonio	Universidad de Coimbra	http://www.uc.pt/
Máster en y museología	Universidad de Coimbra	https://apps.uc.pt/courses/PT/course/5901
Máster en Historia del arte y Patrimonio	Universidad de Lisboa	https://www.ulisboa.pt/
Máster en turismo y comunicación	Universidad de Lisboa	

Máster en gestión cultural	Universidad de Madeira	https://www.uma.pt/ensino/2o-ciclo/
Curso en Patrimonio de arquitectura moderna	Universidad do Minho	https://cursosonline.uminho.pt/PT/pattropicais/Paginas/default.aspx
Máster en Historia y Patrimonio	Universidad do Porto	https://sigarra.up.pt/flup/pt/cur_geral.cur_view?pv_origem=CAND&pv_curso_id=464
Máster en Historia del arte, Patrimonio y Cultura visual	Universidad do Porto	https://sigarra.up.pt/flup/pt/cur_geral.cur_view?pv_origem=CAND&pv_curso_id=11162
Máster en emprendimiento y estudios de cultura	ISCTE. Instituto Universitario de Lisboa	https://www.iscte-iul.pt/
Máster en conservación y restauración de bienes culturales	Universidad Católica Portuguesa. Área de las artes. Oporto	http://artes.porto.ucp.pt/pt/central-oferta-formativa/mestrado-em-conservacao-e-restauro-de-bens-culturais
Máster en gestión de ICC	Universidad Católica Portuguesa. Área de las artes. Oporto	http://artes.porto.ucp.pt/pt/central-oferta-formativa/mestrado-gestao-industrias-criativas
Máster en Turismo. Especialización en administración y gestión del Turismo	Universidade Católica Portuguesa. Área de filosofía y ciencias sociales. Braga	http://ffcs.braga.ucp.pt/mestrados/turismo
Máster en Turismo. Especialización en Turismo cultural y religioso	Universidade Católica Portuguesa. Área de filosofía y ciencias sociales. Braga	http://ffcs.braga.ucp.pt/mestrados/turismo
RUMANIA		
Conservator of Artworks and Historical Monuments	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/conservator-opere-de-arta-si-monumente-istorice/
Cultural Goods Restorer	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/restaurator-bunuri-culturale/
Exhibit Room Manager and Custodian	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/gestionar-custode-sala/
The Rehabilitation of Historical Monuments	The Babes-Bolyai University	http://elearning.ubbcluj.ro/reabilitarea-monumentelor-istorice/ http://hiphi.ubbcluj.ro/Public/File/cursuri/Prezentare_Reabilitare.pdf http://hiphi.ubbcluj.ro/postuniversitar/reabilitare.html
Built Heritage Conservation training	The Transylvania Trust Foundation-The Banffy Castle	http://www.heritagetraining-banffycastle.org/index.php/en/bhct/built-heritage-conservation-training-centre
Museographer-General Museology	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-preparare-pentru-patrimoniul-247.html

Custodian- Exhibit Room	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregtare-pentru-patrimoni-247.html
Cultural Goods Conservator	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregtare-pentru-patrimoni-247.html
Religious Heritage Cultural Guide	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregtare-pentru-patrimoni-247.html
Cultural Goods Restorer	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregtare-pentru-patrimoni-247.html
Digital Heritage Mangement	The Training Centre for Heritage - Patriarhia Română	http://patriarhia.ro/centrul-de-pregtare-pentru-patrimoni-247.html
Museum Education Specialist	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/specialist-educatie-muzeala/
Heritage workshop-summer school	RPER Association, NGO	http://www.rper.ro https://www.facebook.com/asociatia.rper/photos/pb.553996691280639.-2207520000.1557735322./2606720122674942/?type=3&theater
Traditional museums in the digital world: Qulto workshop	Cultware SRL	https://qulto.eu/web/portal/current-news/-/tartalom/museum-workshop-2017-cluj-93829
The 6-th Edition of creatiVE Summer School in Virtual Environments	Ovidius University of Constanta by CeRVA Lab of the Faculty of Mathematics and Computer Science	http://creative.cerva.ro/2017#home
Museographer	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/muzeograf/
Curator	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/curator/
Management of collections	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/managementul-colectiilor-muzeale/
Binders used in the conservation of restoration of the built heritage	Cella Cosimex SRL and the Order of the Architects in Romania	https://www.oar-bucuresti.ro/anunturi/2015/05/22/f/ https://www.oar-bucuresti.ro/anunturi/2015/05/22/f/Propunere%20plan%20curs.pdf
Archeology and classic studies	The Babes-Bolyai University	http://hiphi.ubbcluj.ro/Public/File/planuri/Arheologie_2018.pdf http://hiphi.ubbcluj.ro/studii/master/arheologie_si_stclasice.html
Curator	The National Institute for Cultural Research and Training	https://www.culturadata.ro/curator/

Heritage and cultural tourism	The Babes-Bolyai University	http://hiphi.ubbcluj.ro/studii/master/Public/File/planuri/PTC_2018.pdf
Heritage and cultural tourism	The Alexandru Ioan Cuza University in Iași (UAIC)	http://history.uaic.ro/wp-content/uploads/2019/01/scan-PTC-Master_2018_2020.pdf
Research and exploitation of cultural heritage	The Babes-Bolyai University - The Hungarian History Institute	http://kmti.hiphi.ubbcluj.ro/oktatas/mesterkepzes#kokh
Research, conservation and valorisation of cultural heritage	The '1 Decembrie 1918' University in Alba Iulia	http://admitere.uab.ro/index.php?pagina=pg&id=17&l=ro#-FACULTATEA%20DE%20ISTORIE%20SI%20FILOLOGIE http://193.231.35.9/7upload/oferta_educationala_cercetarea_conservarea_si_valorificarea_patrimoniului_cultural_zi.pdf
Creative Workshops for Industrial Heritage	Asociația Alba Verde- „Mina de idei Anina”-NGO (Anina Mine of Ideas)	https://e-zeppelin.ro/mina-de-idei-anina-ateliere-creative-pentru-patrimoniul-industrial/ https://www.facebook.com/MinaDeldeiAnina/
Cultural Heritage Education, Agatonia School, Pottery School, Publications, Workshops, Summer Schools, Study trips, Team Building	The School from Piscu- The Gaspar, Baltasar & Melchior Association, NGO	http://lutars.piscu.ro/MainPage/Images/Prezentare-pentru-companii-Piscu-print.pdf http://piscu.ro/ http://lutars.piscu.ro/
ESLOVAQUIA		
Russian and East European Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/katedra-rusistiky/studium-krvs/
One year study programme-Built Heritage Conservation and Development	Academia Istropolitana Nova (AINova)	http://www.ainova.sk/en/one-year-study-programme/
Training Course Management of World Heritage Sites	Academia Istropolitana Nova (AINova) in partnership with the Slovak Monument Board	http://www.ainova.sk/en/training-course-management-of-world-heritage-sites/
School of Traditional Building Crafts	Academia Istropolitana Nova (AINova)	www.ainova.sk/skola_remesiel
Improving traditional skills in protecting the European wooden heritage	Academia Istropolitana Nova (AINova)	
Monuments and cultural heritage	Constantine Philosopher University in Nitra	https://www.ff.ukf.sk/struktura-fakulty/pracoviska
Department of Culture and Tourism Management	Constantine Philosopher University in Nitra	https://www.ff.ukf.sk/struktura-fakulty/pracoviska
History	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/ksd/en/2SDSMDFTF.pdf

Information Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/
Literary Communication and Libraries	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/
Information Studies	Comenius University in Bratislava	https://fphil.uniba.sk/en/katedry-a-odborne-pracoviska/department-of-library-and-information-science/studium/

ESLOVENIA

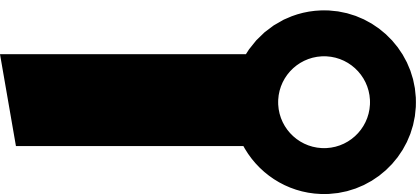
Masters of Arts in Intercultural Management	School of Advanced Social Studies	
Business Management and Organisation	University of Maribor	
European Business Studies, Bachelor	University of Maribor	
Business Management and Organisation	University of Maribor	
Management of public enterprises	University of Maribor	
Management, Organisation and Human Resources	University of Maribor	
Corporate Governance and Management	University of Maribor	
Master in Intercultural Business Communication	Euro-Mediterranean University (EMUNI University)	
Media Communications, Master	University of Maribor	
MBA - Management of Public Enterprises	University of Maribor Faculty of Economics and Business	
Comunicazione e Media	University of Primorska	
Media Communications	University of Maribor	
Computer and Information Science, Master	University of Ljubljana	
Social Informatics, M.A.	University of Ljubljana	
Telecommunications	University of Maribor	

Digital Arts and Practices	University of Nova Gorica	
Tourism Operations and Management Bachelor Programme	Doba Business School	https://www.dobabusiness-school.eu
Bachelor's programme in Digital Arts and Practices	Arts Academy of the University of Nova Gorica	
Master's programme in Media Arts and Practices	Arts Academy of the University of Nova Gorica	
Viticulture and Enology	University of Nova Gorica	
Cultural history	University of Nova Gorica	
Heritage tourism	University of Primorska	
ESPAÑA		
Conservación y Gestión del	UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia	https://formacionpermanente.fundacion.uned.es/tp_actividad/idactividad/10683
Master in Cultural Management	UOC, Universidad Obierta de Catalunya	https://estudios.uoc.edu/documents/12253/1261065/MS49-ES-MUGC-AIH.pdf/3e63a3df-1d8a-4cba-b17d-31921e7765c9
Master en : identificación, análisis y gestión	Universitat Valencia	https://www.uv.es/uvweb/master-patrimonio-cultural-identificacion-analisis-gestion/es/master-patrimonio-cultural-identificacion-analisis-gestion-1285932165134.html
Máster Universitario en en el Siglo XXI: Gestión e Investigación	UCM - Universidad Complutense de Madrid + Universidad Politecnica de Madrid	https://www.ucm.es/master
Máster Universitario en Conservación del	UCM - Universidad Complutense de Madrid	https://www.ucm.es/masterconservacion/
Máster en Estudios Avanzados en : Historia, Arte y Territorio	Universidad de J��n	https://www.ujaen.es/estudios/oferta-academica/masteres/master-universitario-en-estudios-avanzados-en-patrimonio-cultural-historia-arte-y
Máster Universitario en Dirección y gestión de Industrias Culturales y Creativas	Universidad Europea Miguel de Cervantes- Instituto de gestión Cultural y Artística	https://www.uemc.es/titulaciones-online/master-universitario-en-direccion-y-gestion-de-industrias-culturales-y-creativas
Máster universitario de gestión cultural UOC-UdG.	UOC-UdG. Universitat Oberta de Catalunya - Cat	https://estudios.uoc.edu/es/masters-universitarios/gestion-cultura/presentacion //http://gestiocultural.blogs.uoc.edu

Master en Gestion Cultural	UCIIM - Universidad Carlos III de Madrid	https://www.uc3m.es/master/gestion-cultural
Máster Universitario en Conservación y Restauración de Bienes Culturales	Universitat Politècnica de València - Departamento de Conservación y Restauración de Bienes Culturales	http://www.upv.es/titulaciones/MUCRBC/
Máster en Habilidades para la Gestión del ».	3 Universidades: Universidad León, Valladolid y Burgos	http://masterhabilidadespatrimonio.com
Postgrado en Gestión de Museos y	UIC Barcelona	http://www.uic.es/es/estudis-uic/humanidades/postgrado-gestion-museos
Master en Universitarion en Evaluación y Gestion del	Universidad Salamanca	http://mastergestionpatrimonio.usal.es
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	UDIMA	https://aprende.liceus.com/wp-content/uploads/2017/01/ARQUEOLOGIA.pdf
Máster en Patrimonio mundial y proyectos culturales para el desarrollo	Universitat de Barcelona	http://www.ub.edu/cultural/master-en-patrimoni-mundial-i-projectes-culturals-per-al-desenvolupament-2/?lang=es
Máster en Gestión y Dinamización Turística del Patrimonio	cETT - UB	https://www.cett.es/elearning/es/turismo/master/master-en-gestion-y-dinamizacion-turistica-del-patrimonio
Experto en Estrategia de Públicos	Universidad de Deusto	https://www.deusto.es/cs/Satellite/deusto/es/masteres/estudios-masteres/experto-en-estrategia-de-publicos/programa
3 training programmes : HEI, A&H Students, Businesses	INNOGATE TO EUROPE - Arts&Humanities Entrepreneurship Hub	https://www.artshumanitieshub.eu/
Training modules (no name at this moment)	HERITAGE - PRO	https://www.artshumanitieshub.eu/
Máster de Gestión del y Museología	Universitat de Barcelona	http://www.ub.edu/estudis/es/mastersuniversitaris/patrimonicultural/presentacion
Curso de Especialización Universitaria en Evaluacion y Gestión de	IGECA, Institutio de Gestión Cultural y Artistica and UEMC, Universidad Europea Miguel De Cervantes	http://igeca.net/tecnico-evaluacion-gestion-patrimonio-cultural
SUECIA		
Master Programme in Digital Humanities	Uppsala University	https://www.abm.uu.se/digitalhumanities/
Heritage Academy	Centre for Critical Heritage Studies at the University of Gothenburg	https://criticalheritagestudies.gu.se/clusters+and+heritage+academy/heritage-academy

Master: Cultural Heritage and Sustainability	Uppsala University	http://www.uu.se/en/admissions/master/selma/program/?pInr=KUL-H&pKod=HHU2M&lasar=19%2F20
MA: "Digital Narration: Game and Cultural Heritage"	University of Skövde	https://www.his.se/en/Prospective-student/education/Masters-Studies/Digital-Narration-Game-and-Cultural-Heritage/
LOS PAÍSES BAJOS		
Bachelor programme Arts and Culture	Maastricht University	https://www.maastrichtuniversity.nl/fasos
Erfgoedstudies	Vrije Universiteit Amsterdam	
Toerisme en Recreatie	LOI Hogeschool	www.loi.nl/hogeschool/toerisme-en-recreatie?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=163052216&utm_content=14431-5FR6WTMX-FK5QM-310664106431&utm_term=&kwid=14431-5FR6WT-MXFK5QM-310664106431&gclid=EAlaIqObChMlvM2hof_l4gIVr7ftCh0YywQQEAAAYiAAEg-JBiPD_BwE
Tourism management	Breda University of Applied Sciences	www.buas.nl/en/programmes/tourism-management
Master in Arts and Heritage	Maastricht University:	https://www.maastrichtuniversity.nl/fasos
Faculty of Arts and Social Sciences		
Heritage studies - a spacial perspective on heritage (interdisciplinary approach)	Vrije Universiteit Amsterdam	
NWO Programme heritage Education	Eurasmus University Rotterdam	www.eur.nl/en/eshcc/research/centre-historical-culture/research-programs-and-projects/nwo-program-heritage-education-1
REINO UNIDO		
Master in Cultural Heritage	University of Leicester	https://le.ac.uk/
Master in Cultural Heritage	Staffordshire University	http://www.staffs.ac.uk/
Master in Cultural Management	University of Warwick	https://warwick.ac.uk
Master in Cultural Management	University College London	https://www.ucl.ac.uk/
Master in Cultural Management	University of Westminster	https://www.westminster.ac.uk/

Master in Cultural Management	Goldsmiths	https://www.gold.ac.uk/
Master in Cultural Management	Newcastle University	https://www.ncl.ac.uk/
Diploma in Cultural Management	University of Liverpool	https://www.liverpool.ac.uk/online-programmes/
Diploma in Cultural Management	University of Manchester	https://www.manchester.ac.uk/study/online-blended-learning/
Master in CCIs	Cardiff University	https://www.cardiff.ac.uk/study/postgraduate/taught/courses/course/cultural-and-creative-industries-ma
Master in Cultural Management	St Andrews University	https://www.st-andrews.ac.uk/
Master in cultural management	Edinburgh University	https://www.ed.ac.uk/
Matster in cultural manage ent	Stirling University	https://www.stir.ac.uk/
professional development	AMA UK	https://www.a-m-a.co.uk/
professional development	Artsworks Ltd	artswork.org.uk
professional development	Arts Reach Ltd	artreach.biz/contactus
professional development	AMA UK	https://www.a-m-a.co.uk/



Anexo 2. Otros proyectos Erasmus+ que fueron analizados como ejemplos a partir de los cuales el proyecto innova. Fuentes de la investigación de escritorio.

No.	Nombre del Proyecto Erasmus +	Descripción del proyecto
1	<i>The Future of Cultural Heritage in Modern Europe</i>	<i>The project aims at developping innovative scientific and pedagogical methods on the field of European cultural heritage.</i>
2	<i>European Heritage value to permit knowledge efficiency triangle: education, research, innovation</i>	<i>The project include an innovative pedagogy based on creativity and innovation to ensure the effectiveness of the knowledge triangle (education / research / innovation).</i>
3	<i>Co-creative cooperation in the field of culture and heritage</i>	<i>The aim of the project is to compile good practise and innovative approaches for a co-creative cooperation between volunteers and professionals active in cultural heritage.</i>
4	<i>Educational Digital Innovative CULTural heritage related Learning Alliance</i>	<i>The project will raise awareness of the importance of Europe's cultural heritage through education, including actions to support skills development, social inclusion, critical thinking and youth engagement.</i>
5	<i>MUSA - European young MUSicians soft Skills Alliance</i>	<i>The project will support innovation in the vocational training sector, which has its overall objective in the development of key competences.</i>
6	<i>Building links between education, research and innovation on the foundation of our shared cultural heritage</i>	<i>The aim of project is to strengthen the links between innovation, research and education within the context of higher education by designing, developing, implementing and testing the effectiveness of a new developed Joint Multidisciplinary Curriculum.</i>

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye un respaldo a los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

