

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

01/01/2020 - 06/30/2020

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

Operation number: UR-T1150

Número de suboperación: ATN/ME-15756-UR

Nombre del proyecto: Innovation Vouchers for Creative Industries in Uruguay

Propósito: El objetivo a nivel de resultado es incrementar la inversión en I + D en las peq

País administrador	País beneficiario:	Grupo	Subgrupo
URUGUAY	URUGUAY	C	

Agencia ejecutora: Agencia Nacional De Investigación E Innovación

Líder de equipo: ANAC

Ciclo del Proyecto:

Fecha de Reporte: 2020 - 07 - 02

Fecha de aprobación: 2016 - 09 - 29

Fecha de firma: 2016 - 12 - 20

Primera fecha de desembolso: 2017 - 05 - 19

Plazo de ejecución original: 2019 - 12 - 20

Plazo de ejecución actual: 2019 - 12 - 20

Plazo original de último desembolso: 2020 - 06 - 20

Plazo actual de último desembolso: 2021 - 06 - 20

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

En relación a los resultados esperados a nivel de propósito se han logrado o superado casi todas las metas previstas, excepto la del número de pymes creativas impactadas, razón por la cual se llevará a cabo un taller de tutorías tecnocreativas para traccionar más proyectos desde ese sector, al mismo tiempo que se ha lanzado en marzo del corriente un nuevo instrumento de "conexiones creativas" que busca mitigar la situación, permitiendo la vinculación intrasectorial (entre las propias empresas creativas de diferentes subsectores), para la generación de valor e innovación en conjunto de modo de establecer un acercamiento y experiencia inicial entre "pares" que pueda ser disparadora de otras experiencias más complejas a futuro. En relación a los resultados del componente 1 del programa, se observa un cumplimiento de las metas previstas con una superación de lo esperado. Sobre el componente 2 continuamos acercándonos a las metas esperadas. Para los vouchers de innovación se ha logrado hasta el momento cumplir con un 76% de lo esperado hacia la finalización del proyecto. Cabe destacar que la apertura del nuevo fondo "exploración creativa" ha tenido un alto impacto, logrando en el último tiempo (desde noviembre 2018) generar un alcance del 64% de lo esperado, permitiendo profundizar en las posibles soluciones creativas. Por otra parte, debido a la situación de pandemia que nos sorprendió a todos, desde el programa de industrias creativas se buscó generar una acción que pudiera aportar al sector creativo y a la sociedad en su conjunto. En esa línea se llevó a cabo un desafío con el objetivo de seleccionar propuestas provenientes desde distintos sectores de las Industrias Creativas, que apuntaran a aportar soluciones de rápida ejecución a las variadas situaciones que se han generado a partir de la propagación del COVID-19. Esta convocatoria contó con un éxito rotundo recibiendo un total de 140 postulaciones en una semana de las cuales se seleccionaron 20 que planteaban concientizar sobre el tratamiento y cuidados a tener relacionados a la situación, entretener, hacer más amena la cuarentena preventiva y la convivencia prolongada con otras personas o aquellas que se encontraban solas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo. El proyecto fue lanzado en mayo de 2017 habiendo tenido los siguientes impactos: i) 1413 nuevos empleos creados o sostenidos, ii) 256 pymes trabajando colaborativamente y iii) 100% de los proyectos de colaboración terminados satisfactoriamente. Entre los resultados principales: + 2400 personas impactadas a través de sensibilización y 97 proyectos aprobados bajo diferentes modalidades de apoyo (validaciones, vouchers, exploración creativa, implementación). En relación a los resultados esperados a nivel de propósito se han logrado o superado casi todas las metas previstas. Un nuevo "conexiones creativas" busca aumentar la participación de la empresas creativas, a través de la vinculación intrasectorial. Por otra parte, debido a la situación de pandemia desde el programa se llevó a cabo un desafío con el objetivo de seleccionar propuestas provenientes desde distintos sectores de las Industrias Creativas. Esta convocatoria contó con un éxito rotundo recibiendo un total de 140 postulaciones en una semana de las cuales se seleccionaron 20 que planteaban concientizar sobre el tratamiento y cuidados a tener relacionados a la situación, entretener, hacer más amena la cuarentena preventiva y la convivencia prolongada con otras personas o aquellas que se encontraban solas. El Proyecto tuvo una prórroga al período de ejecución y desembolsos hasta junio de 2021 que incluye algunas acciones para incrementar la participación de las empresas de industrias creativas.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos 6 meses

Entre las distintas acciones realizadas en este semestre se pueden destacar: 1. Coordinación y realización de 12 reuniones del comité de evaluación y seguimiento del programa. 2. Se logra la aprobación de 34 proyectos dentro de los distintos instrumentos del programa, a saber: 20 herramientas de Fomento a las industrias creativas desafío COVID; 6 Vouchers de Innovación para contratar empresas de las Industrias Creativas; 7 Exploraciones creativas y 1 validación técnica y comercial para industrias creativas. 3. Reuniones con más de 60 posibles beneficiarios del programa. 4. Respuesta y seguimiento a más de 240 consultas vía mail del programa. 5. Convocatoria especial en el marco del COVID-19 realizada, con un total de 140 proyectos presentados y 20 aprobados. 6. Creación y publicación de nuevo instrumento "Conexiones creativas" para la industria creativa. 7. Implementación de acciones de difusión.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

C1 : Sensibilización, capacitación y articulación para la cooperación intersectorial

Peso 9% Calificación High Satisfactory

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de entidades beneficiarias con proyectos de fomento a la innovación financiados	0	10 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 Número de personas sensibilizadas para generar vínculos innovativos	0	800 (2020 - 03 - 20)	300 (2019 - 10 - 16)	Finished

C2 : Testear, invertir y llevar a escala soluciones creativas de base tecnológica

Peso 91% Calificación Satisfactory

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de postulaciones para instrumento de validación	0	100 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I2 Número de "validaciones" aprobadas	0	50 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I3 Número de postulaciones para vouchers de innovación	0	260 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I4 Numero de "vouchers" de innovación aprobados	0	88 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I5 Número de postulaciones recibidas para implementación de la innovación	0	30 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed
I6 Número de proyectos aprobados de implementación de la innovación.	0	10 (2020 - 03 - 20)	0 (2019 - 10 - 16)	Delayed

Hitos	Valor Planeado	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
Realización de evento lanzamiento del programa con expositor regional	1	1	2017 - 05 - 31	2019 - 10 - 15	Achieved
Condiciones previas	7	7	2017 - 06 - 20	2019 - 10 - 15	Achieved
Al menos 2 herramientas del programa Vouchers de Innovación en las Industrias C	2	4	2017 - 08 - 31	2019 - 10 - 15	Achieved
Realización del evento de lanzamiento 2018 con expositor internacional	1	1	2018 - 03 - 31	2019 - 10 - 15	Achieved
Realización de workshop con empresas par la sensibilizaicón colaborativa inters	1	1	2018 - 03 - 31	2019 - 10 - 15	Achieved
Instrumento de validación técnica y comercial para externos a lo creativo en fun	1	1	2018 - 08 - 31	2019 - 10 - 15	Achieved
Cuatro experiencias de beneficiarios de instrumentos de industrias creativas doc	4	6	2018 - 12 - 30	2019 - 10 - 15	Achieved
Al menos 3 materiales audiovisuales de difusión de concepto del programa de indu	3	5	2019 - 06 - 30	2019 - 10 - 15	Achieved
Al menos 3 materiales audiovisuales de difusión de concepto del programa de indu	3	5	2019 - 06 - 30	2019 - 10 - 15	Achieved
Al menos una actividad conteniendo presentación de casos realizada	1	1	2019 - 08 - 31	2020 - 03 - 31	Achieved
Desarrollo de landing alineada a estrategia macro de difusión conteniendo casos	1	1	2019 - 12 - 31	2020 - 05 - 11	Achieved
Porcentaje de proyectos seleccionados en el llamado al "Desafío creativo COVID-1	40	100	2020 - 06 - 30	2020 - 06 - 09	Achieved
Taller de acompañamiento para empresas creativas lanzado.	1	0	2020 - 10 - 31		Pending

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[No se reportaron factores críticos para este periodo]

SECCIÓN 4: RIESGOS

Área de Impacto	Severidad	Prob.	Fecha	Responsable	Accion de mitigación
La tasa participación de las empresas creativas en los instrumentos de la ANII h	Final Outcome, Intermediary Outcome	(4) High	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator
Las articulaciones generadas sean esporádicas y no generen relaciones comerciales	Intermediary Outcome	(3) Medium	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator
<p>Ajuste de las convocatorias. Sobre este riesgo se han comenzado a generar acciones que buscan mitigarlo a través de instancias de presentación e intercambio personales a cargo de la coordinación, con los distintos públicos creativos para generar un vínculo más estrecho y la confianza necesaria que permita un feedback fluido para el mejor entendimiento de las bases y los instrumentos, que pueda repercutir positivamente en proyectos presentados por estas áreas creativas. Más allá de esto se pudo identificar que la urgencia diaria de los sectores creativos en generar ingresos para cubrir el "día a día" podría estar dificultando el espacio para diagramar proyectos o acciones de investigación que puedan resultar en innovaciones y/o agregado de valor en sus propias empresas en vinculación con sectores tradicionales. Se continúa con las acciones de presentación y sensibilización particulares para los sectores creativos.</p> <p>Esta dimensión será evaluada por los comités de evaluación tanto en los planes de promoción con las entidades intermediarias, como en el otorgamiento de los vouchers y demás instrumentos de apoyo financiero. A su vez, la figura del articulador contribuirá en el dialogo entre actores que se identifiquen como potenciales socios estratégicos. Si bien hasta el momento (30.06.2018) contamos con un proyecto que continúa la relación a través de un "Implementación de la Innovación - IDI", hasta el momento el 100% de los proyectos finalizados declara que continuará con la relación asociativa a futuro con la contraparte por sus propios medios.</p>					

NUMERO TOTAL DE RIESGOS: 2 IN EFFECT RISKS: 1 RIESGOS NO VIGENTES: 0 RIESGOS MITIGADOS: 1

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Indique la probabilidad de sostenibilidad del proyecto luego de la finalización:
P

Justificación

El proyecto continúa siendo parte central de la propuesta de valor de ANII hacia el sector empresarial. Las nuevas autoridades han confirmado su interés en el mismo. En el primer cuatrimestre del 2021, ya finalizado la formulación de la estrategia futura de ANII, se avanzará en configurar un plan que continúe los servicios del Programa, teniendo en cuenta las restricciones presupuestarias que enfrentará la institución.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO
[No se reportaron factores críticos para este periodo]

Acciones relacionadas con la sostenibilidad implementadas en el proyecto

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS			
	Relacionado a	Author	Fecha
Durante el diseño del proyecto se incluyó la figura de un articulador específico para poder apoyar en el proceso de sensibilización y articulación de los actores - dentro y fuera de las industrias creativas -. Los resultados a la fecha han demostrado que tener un ejecutivo dedicado a este proyecto ha generado tracción entre los actores. Como aprendizaje a rescatar, es que aún en instituciones con fortalezas técnicas como ANII, al introducir un área de trabajo nueva es relevante disponer de recursos humanos con dedicación y proactividad que ayuden a explorar áreas nuevas de trabajo.	Design	Ana Castillo Leska	2019 - 10 - 22
Las postulaciones a los vouchers son escasas desde los sectores creativos debido a que las empresas se encuentran enfocados en "vender" sus productos o servicios a otros y carecen de tiempo para realizar investigaciones o validaciones en su propio sector. Por lo tanto, para generar mayor demanda por el instrumento se deberá hacer mayor esfuerzo de comunicación que el originalmente previsto y al mismo tiempo se hace necesario revisar constantemente los instrumentos para poder lograr mayor adaptación a las características de los sectores específicos o verticales. Cuando se prueba nuevos instrumentos de promoción de la innovación, esta iteración debería ser una constante.	Implementation	Ana Castillo Leska	2019 - 10 - 22
El equipo de ANII junto a las entidades que han tenido proyectos de Fomento han realizado un fuerte trabajo en la sensibilización alcanzando más de 1000 personas en un período de 6 meses. Estas actividades continuarán y se irán profundizando en el 2018. Sin embargo, a lo que se apunta aquí es a un cambio cultural, donde el agregado de valor desde lo creativo tiene que ser parte de la estrategia comercial y eso puede requerir tiempo para que podamos ver en los proyectos de vouchers aprobados un mayor nivel de sofisticación, con innovaciones más disruptivas. Como lección es que la gradualidad en este caso parece ser una buena estrategia, dado el punto de partida en que se encontraba el sector.	Implementation	Ana Castillo Leska	2019 - 10 - 22
El nivel de conocimiento sobre la importancia de incorporación de las industrias creativas como elemento de innovación y/o estrategia empresarial es bajo. El proyecto sólo previó la realización de actividades de sensibilización las que han tenido una gran llegada pero no son suficientes para poder generar el cambio de comportamiento buscado. En este tipo de proyectos donde se busca la colaboración entre sectores que van por vías paralelas puede ser una alternativa disponer de servicios de asesoría para que ayuden a las empresas a descubrir las potencialidades o sinergias que pueden establecer cuando trabajan en innovaciones colaborativas.	Design	Ana Castillo Leska	2019 - 10 - 22
El nivel de sensibilización general sobre la importancia de la incorporación de industrias creativas como elemento de innovación y/o estrategia empresarial en los sectores externos a lo creativo es bajo, es importante continuar con el trabajo de sensibilización en paralelo a las convocatorias	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
Algunos sectores creativos como la música, los videojuegos, artes escénicas, inicialmente no se visualizan como un valor agregado a otras empresas externas a lo creativo ya que en general siempre se dedicaron a la realización de productos propios vinculados a lo social-cultural y no a lo empresarial, por lo que es importante continuar trabajando en la sensibilización sobre los sectores creativos desde la mirada comercial-empresarial más allá de lo meramente cultural - social.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
Según la experiencia de las Actividades de Fomento, puede analizarse que las acciones que proponen un combo entre charlas y rondas de negocios in situ, facilitan la vinculación e incentivan a la presentación de proyectos en este programa. Como ejemplo puede mencionarse el caso de la actividad "Innovación3" desarrollada por la CIU de los cuales se obtuvo un buen número de postulaciones a proyectos posteriores.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
Tal como se ha indicado en reportes anteriores, algunos sectores creativos como la música, los videojuegos, artes escénicas, inicialmente no se visualizan como un valor agregado a otras empresas externas a lo creativo ya que en general siempre se dedicaron a la realización de productos propios vinculados a lo social-cultural y no a lo empresarial, por lo que es importante continuar trabajando en la sensibilización sobre los sectores creativos desde la mirada comercial-empresarial más allá de lo meramente cultural - social. En ese sentido se está coordinando con instituciones como la Dirección Nacional de Cultura del MEC, Uruguay XXI (a través de su nuevo departamento de industrias creativas), OPP, entre otras, para informar sobre este aprendizaje y analizar posibles acciones que puedan ser implementadas en distintas instancias dirigidas a estos sectores creativos desde sus actividades previstas en el futuro cercano.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
El nivel de sensibilización general sobre la importancia de la incorporación de industrias creativas como elemento de innovación y/o estrategia empresarial en los sectores externos a lo creativo es bajo, es importante continuar con el trabajo de sensibilización en paralelo a las convocatorias. A su vez desde la coordinación del programa se forma parte del grupo de gobernanza para el estudio prospectivo de las Industrias Creativas hacia Uruguay 2050, donde se comparten los aprendizajes para que en la definición de acciones institucionales a futuro se puedan también incorporar actividades de sensibilización en ese sentido.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22

Según la experiencia hasta el momento, en general, las industrias tradicionales suelen contratar a creativos para ejecutar acciones previamente definidas por la propia empresa tradicional, en base a su experiencia, sin darle mayor incidencia a la intervención o trabajo creativo como estrategia. Para lograr un mayor alcance de lo creativo con una mirada más estratégica y a medida, se crea el instrumento de "exploración creativa" que permite el desarrollo de consultoría creativa.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
En general, las empresas de los sectores creativos se encuentran en un nivel de "subsistencia" lo que hace que su foco esté orientado hacia la concreción de ventas de servicios y productos para nuevos clientes. En ese sentido, en general no se suelen tomar el tiempo de realizar una planificación interna que permita agregar valor o innovación a sus productos, servicios, procesos o formas de comercialización en vinculación con otros sectores. Esto se ha identificado sobre todo en la ejecución de los pre vouchers que inicialmente estaban pensados únicamente para el sector creativo.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
Tal como se ha indicado en reportes anteriores, algunos sectores creativos como la música, los videojuegos, artes escénicas, inicialmente no se visualizan como un valor agregado a otras empresas externas a lo creativo ya que en general siempre se dedicaron a la realización de productos propios vinculados a lo social-cultural y no a lo empresarial, por lo que es importante continuar trabajando en la sensibilización sobre los sectores creativos desde la mirada comercial-empresarial más allá de lo meramente cultural - social.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22
El nivel de sensibilización general sobre la importancia de la incorporación de industrias creativas como elemento de innovación y/o estrategia empresarial en los sectores externos a lo creativo es bajo, es importante continuar con el trabajo de sensibilización en paralelo a las convocatorias. A su vez desde la coordinación del programa se forma parte del grupo de gobernanza para el estudio prospectivo de las Industrias Creativas hacia Uruguay 2050, donde se comparten los aprendizajes para que en la definición de acciones institucionales a futuro se puedan también incorporar acciones de sensibilización en ese sentido.	Implementation	Javier Pastorino	2019 - 10 - 22