



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: VOUCHERS DE INNOVACION EN INDUSTRIAS CREATIVAS EN URUGUAY

Nro. Proyecto: UR-T1150 - Proyecto No.: ATN/ME-15756-UR

Propósito:

El objetivo a nivel de resultado es incrementar la inversión en I + D en las pequeñas y medianas empresas creativas e intensivas en conocimiento a través de la promoción de la colaboración para la innovación entre industrias creativas y otros sectores de la economía.

País Administrador

URUGUAY

País Beneficiario

URUGUAY

Agencia Ejecutora:

Agencia Nacional de Investigación e Innovación

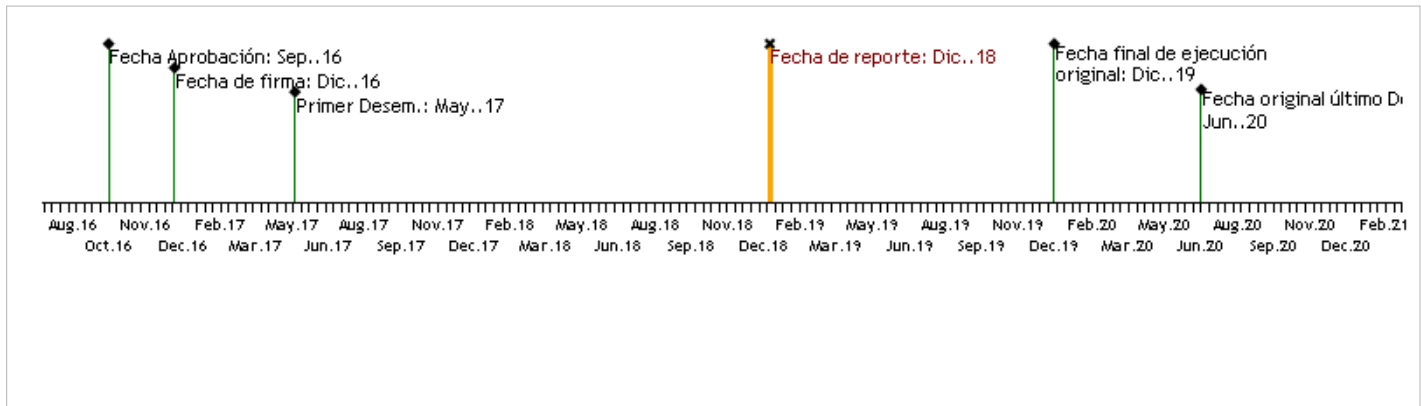
Líder equipo de diseño:

ANA CASTILLO LESKA

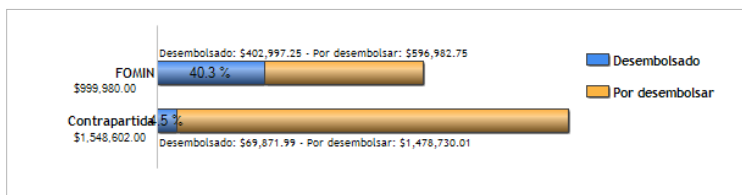
Líder equipo de supervisión:

ANA CASTILLO LESKA

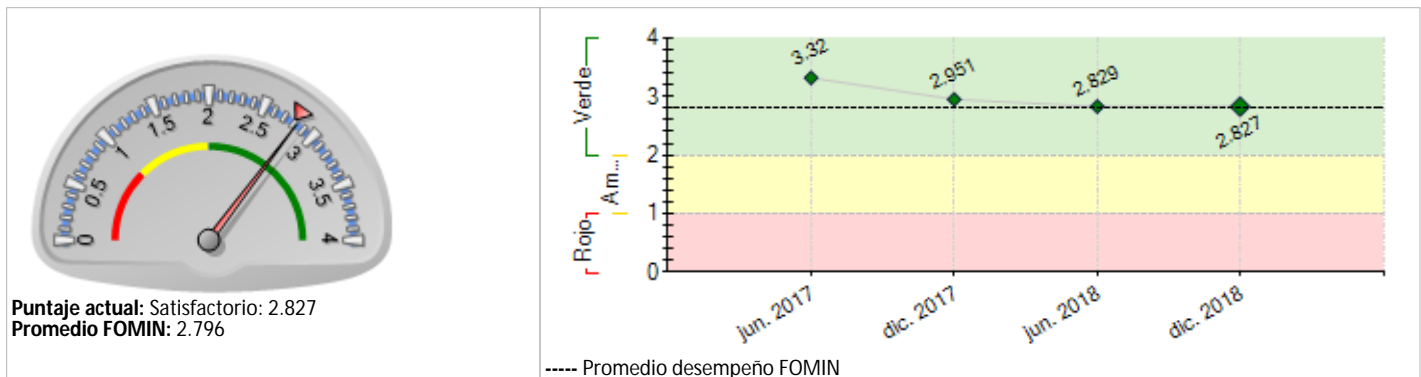
CICLO DEL PROYECTO



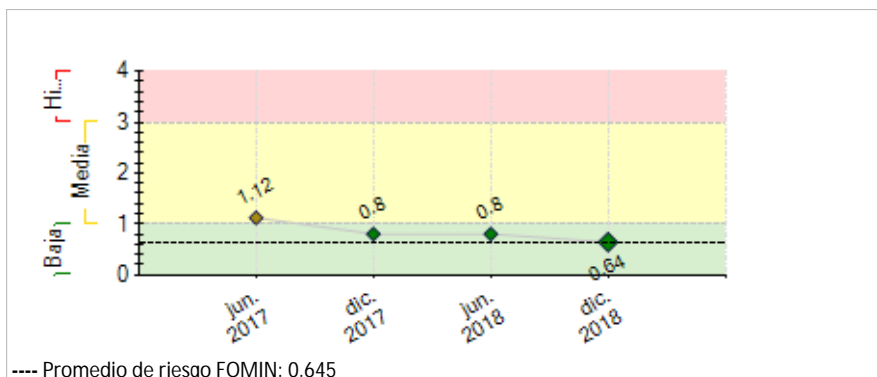
RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS



CAPACIDAD INSTITUCIONAL

Riesgo

Administración Financiera: Baja

Adquisiciones: Baja

Capacidad Técnica: Baja

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

De forma acumulativa se han llevado a cabo las siguientes actividades:

- A.- Realización de eventos centrales del programa con expositores internacionales.
- B.- Realización de workshop "Ruta improbable de innovación" con tallerista español.
- C.- Realización de 36 charlas de presentación del programa y actividades de sensibilización con 2.359 participantes de distintos sectores.
- D.- 5 herramientas del programa publicadas y operativas.
- E.- 56 proyectos aprobados dentro de los distintos instrumentos del programa.
- F.- Coordinación y realización de 29 reuniones del comité de evaluación y seguimiento del programa.
- G.- Reuniones con más de 160 posibles beneficiarios del programa.
- H.- Respuesta y seguimiento a más de 230 consultas vía mail del programa.
- I.- Respuesta y seguimiento a más de 200 consultas a través del sistema ADE.
- J.- Creación de landing page exclusiva con información del programa - <http://creativas.anii.org.uy/>
- K.- Desarrollo de campaña de difusión específica para el programa.
- L.- Seis experiencias de beneficiarios de instrumentos de industrias creativas documentadas en audiovisual para difusión.
- M.- Creación y publicación de nuevo instrumento "exploración creativa" para la industria tradicional.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Además de lo reportado por la ANII, los principales logros a la fecha han sido: (i) 120 empresas trabajando en instrumentos de innovación colaborativa, (ii) 18 empleos creados: (iii) 95% de satisfacción de las empresas que han trabajado en conjunto y (iv) 95% de las que han comenzado a trabajar en conjunto a través de los instrumentos del Programa, lo continúan haciendo. El trabajo de sensibilización y difusión realizado por ANII y las instituciones de fomento ha alcanzado a la fecha a más de 2300 personas. Por otra parte, se han aprobado, 11 actividades de fomento, 43 vouchers de innovación, 2 validaciones y 1 proyecto de implementación, por un monto total de US\$ 425 mil. De los sectores involucrados se destaca el diseño (55% del total), seguido por audiovisual y software de contenido (12 y 5%).

A pesar de los esfuerzos de comunicación, la demanda por vouchers ha sido menor a la esperada originalmente lo que ha llevado a generar un nuevo instrumento que se llama exploración creativa (o pre voucher) con el fin de mejorar la demanda de parte de los sectores tradicionales. Por otra parte, está previsto el lanzamiento de una campaña de comunicación desde ANII en el primer semestre de 2019 que fortalezca el enorme esfuerzo ya desarrollado por el Articulador del Proyecto y las instituciones de Fomento en la difusión del instrumento.

Los riesgos siguen siendo monitoreados por el Ejecutor, no existiendo ninguno que sea lo suficientemente relevante como para poner en riesgo el logro de los objetivos del Proyecto.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Durante el segundo semestre 2018 se han llevado a cabo las siguientes actividades:

- A.- Realización de 6 charlas de presentación del programa y actividades de sensibilización con 510 participantes de distintos sectores.
- B.- Coordinación y realización de 18 reuniones del comité de evaluación y seguimiento del programa.
- C.- Se logra la aprobación de 15 proyectos dentro de los distintos instrumentos del programa, a saber: 12 Vouchers de Innovación para contratar empresas de las Industrias Creativas; 2 Voucher de Innovación para empresas de las Industrias Creativas y 1 Exploración Creativa.
- D.- Reuniones con más de 60 posibles beneficiarios del programa.
- E.- Respuesta y seguimiento a más de 70 consultas vía mail del programa.
- F.- Respuesta y seguimiento a más de 50 consultas a través del sistema ADE.
- G.- Seis experiencias de beneficiarios de instrumentos de industrias creativas documentadas en audiovisual para difusión.
- H.- Creación y publicación de nuevo instrumento "exploración creativa" para la industria tradicional.
- I.- Desarrollo de acciones de difusión con conceptos macro a lanzarse durante 2019.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Los principales

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Indicadores		Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Fin: El objetivo a nivel de impacto es contribuir a la generación de un mayor número de empleos vinculados a la economía del conocimiento	I.1	Número de empleos nuevos o retenidos	0			600 Dic. 2019	373 Jun. 2018	
Propósito: • El objetivo a nivel de resultado es incrementar la inversión en I + D en las	R.1	Número de pequeñas y medianas empresas y entidades intermediarias beneficiarias de instrumento de colaboración	0			270 Dic. 2019	120 Dic. 2018	
	R.2	Promedio de empleos creados/vinculados por empresas	0			2.2 Dic. 2019	18 Dic. 2018	
	R.3	Porcentaje de proyectos de colaboración terminados	0			70	95	

pequeñas y medianas empresas creativas e intensivas en conocimiento a través de la promoción de la colaboración para la innovación entre industrias creativas y otros sectores de la economía.		satisfactoriamente					Dic. 2019	Dic. 2018	
	R.4	Porcentaje de empresas beneficiarias que reportan mejor conocimiento de los sectores con los que han trabajado colaborativamente	0				50	90	
	R.5	Incremento en inversión en innovación en las empresas participantes	0				Dic. 2019	Dic. 2018	
	R.6	Porcentaje de incremento de las empresas beneficiarias que innovan	0				1.5	0	
	R.7	Porcentaje de empresas que continúan su relación asociativa una vez finalizado el proyecto	0				Dic. 2019	Jun. 2017	

Componente 1: Sensibilización, capacitación y articulación para la cooperación intersectorial Peso: 9% Clasificación: Muy Satisfactorio	C1.11	Número de entidades beneficiarias con proyectos de fomento a la innovación financiados	0	3	6		10	11	Finalizado
	C1.12	Número de personas sensibilizadas para generar vínculos innovativos	0	300	500		Dic. 2019	May. 2018	Finalizado

Componente 2: Testear, invertir y llevar a escala soluciones creativas de base tecnológica Peso: 91% Clasificación: Insatisfactorio	C2.11	Número de postulaciones para instrumento de validación	0	40	80		100	4	Finalizado
				Dic. 2017	Dic. 2018		Dic. 2019	Dic. 2018	
	C2.12	Número de "validaciones" aprobadas	0	20	40		50	2	Atrasado
				Dic. 2017	Dic. 2018		Dic. 2019	Dic. 2018	
	C2.13	Número de postulaciones para vouchers de innovación	0	60			88	64	Finalizado
				Dic. 2017			Dic. 2019	Dic. 2018	
	C2.14	Número de "vouchers" de innovación aprobados	0				30	43	Finalizado
							Dic. 2019	Dic. 2018	
	C2.15	Número de postulaciones recibidas para implementación de la innovación	0				30	2	En curso
							Dic. 2019	Dic. 2018	
	C2.16	Número de proyectos aprobados de implementación de la innovación.	0				10	1	Finalizado
							Dic. 2019	Jun. 2018	

Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0 Realización de evento lanzamiento del programa con expositor regional	1	May. 2017	1	May. 2017	Logrado
H1 Condiciones previas	7	Jun. 2017	7	May. 2017	Logrado
H2 Al menos 2 herramientas del programa Vouchers de Innovación en las Industrias Creativas operativas	2	Ago. 2017	4	May. 2017	Logrado
H3 Realización del evento de lanzamiento 2018 con expositor internacional	1	Mar. 2018	1	Mar. 2018	Logrado
H4 Realización de workshop con empresas par la sensibilización colaborativa intersectorial creativo-tradicional	1	Mar. 2018	1	Mar. 2018	Logrado
H5 [*] Instrumento de validación técnica y comercial para externos a lo creativo en funcionamiento	1	Ago. 2018	1	Ago. 2018	Logrado
H6 Cuatro experiencias de beneficiarios de instrumentos de industrias creativas documentadas para difusión.	4	Dic. 2018	6	Dic. 2018	Logrado

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO*[No se reportaron factores para este período]***SECCIÓN 4: RIESGOS****RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO**

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. La tasa participación de las empresas creativas en los instrumentos de la ANII ha sido baja, por lo que el riesgo es que la demanda sea traccionada por otros sectores	Baja	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.	Project Guest
NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 2 RIESGOS VIGENTES: 1 RIESGOS NO VIGENTES: 1 RIESGOS MITIGADOS: 0			

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO*[No se reportaron factores para este período]***Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:**

Las acciones de sostenibilidad se previeron a través de la herramienta de Implementación de la Innovación de ANII. Más allá de ello hasta el momento no se han

determinado otras acciones extras relativas a la sostenibilidad del mismo.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. 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 del 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	Castillo Leska, Ana [FOMIN]
2. 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	Pastorino, Javier
3. 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	Pastorino, Javier
4. 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	Pastorino, Javier
5. 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	Pastorino, Javier