

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

07/01/2020 - 11/30/2020

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

Operation number: PR-T1232

Número de suboperación: ATN/ME-16081-PR

Nombre del proyecto: Promotion of the Creative Economy in Paraguay

Propósito: El Objetivo específico del proyecto es consolidar el ecosistema de PyMEs y empre

País administrador

PARAGUAY

País beneficiario:

PARAGUAY

Grupo

D

Subgrupo

Agencia ejecutora: Centro De Informaciones Y Recursos Para El Desarrollo

Líder de equipo: LUISFER

Ciclo del Proyecto:

Fecha de Reporte: 2020 - 11 - 02

Fecha de aprobación: 2017 - 03 - 16

Fecha de firma: 2017 - 03 - 30

Primera fecha de desembolso: 2017 - 12 - 04

Plazo de ejecución original: 2020 - 03 - 30

Plazo de ejecución actual: 2020 - 09 - 30

Plazo original de último desembolso: 2020 - 09 - 30

Plazo actual de último desembolso: 2020 - 09 - 30

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

<https://www.cird.org.py/econaranja/?fbclid=IwAR1n3gbVfVnuQmoW7uACjd9VMvzEc8VD2BMwXUi8HVxkdSsYNc5K4L4Pfxc> La economía creativa es uno de los sectores de más rápido crecimiento en la economía mundial. Es una fuerza transformadora en términos de generación de ingresos, creación de empleos y aumento de las exportaciones, que, además genera un valor no monetario que contribuye notablemente a lograr un desarrollo inclusivo y sostenible. El proyecto contribuyó a la innovación y diversificación productiva de Paraguay mediante la promoción de la Economía Creativa. Cumplió su objetivo general y específicos y alcanzó exitosamente sus 12 hitos en mayo del 2020. En este proceso, asistió técnica y financieramente a más de 70 emprendimientos creativos que generaron trabajo directo (250 profesionales del sector), ingresos (300.000.000 Gs.) y nuevas habilidades a más de 500 profesionales creativos. Las 3 ediciones de los bonos creativos lograron impactar y mejorar la visión de negocio de los emprendedores creativo. Por otra parte, con este mismo esquema de cofinanciamiento, se dio la oportunidad de acceder a mercados internacionales a más de 72 empresas. Finalmente, el alcance de la campaña de sensibilización y comunicación ha sido más que exitoso al llegar a un número mayor a 300.000 personas. El proyecto, por sobre todo, logró crear y sentar las bases para la creación y consolidación del ecosistema creativo, materializado en la Mesa #11 en el Ministerio de Industria y comercio y con la creación de la Federación de Industrias Creativas, en octubre de 2018, posicionando a la Economía Creativa y Cultural en la agenda país. Desde entonces se trabaja articuladamente y todos los logros del proyecto son gracias al trabajo conjunto del Ecosistema Creativo. Se impulsaron más de 8 políticas públicas, se realizó el 1er diagnóstico cuantitativo de la economía creativa y cultural, se realizó el 1er mercado Cultural y Creativo, posicionando a Paraguay en la agenda cultural de América Latina. Además, se logró un cambio de paradigma al demostrar que el sueño de posicionar a Paraguay en los lugares más destacados en materia de creatividad e innovación desarrollada por jóvenes talentos que viven de lo que aman hacer, es posible. Demostró que el sueño de que Paraguay siga innovando y emprendiendo en los diversos sectores de la Economía Creativa, vinculando arte con tecnología, cultura con desarrollo y generando oportunidades de crecimiento económico y calidad de vida para esta y las próximas generaciones, es posible si seguimos trabajando juntos alineados en nuestros objetivos y articulando esfuerzos. El gran legado que deja el proyecto es el Ecosistema Creativo y la Federación de industrias creativas. Si bien se trabajó en la sostenibilidad económica, operativa y técnica tendrán sus actores que seguir trabajando en esa misma línea, en especial ante el cambio de gobierno. Con respecto al compromiso de contrapartida en efectivo y especies, el proyecto superó ampliamente dicha meta. Desde la coordinación del proyecto se planteó al inicio un cambio en la recolección de la contrapartida en efectivo, en relación a los Matching grants. Es así como en las 2 convocatorias de Bonos Creativos el sector privado se comprometió a poner el 50% de la misma en efectivo. Este género un mayor compromiso por llevar sus ideas adelante. En la convocatoria del 2020, CREA+BONOS-COVID, se solicitó un 20% de contrapartida en efectivo y sin embargo el total aportado entre efectivo y especies fue del 40%. Además, dado el gran compromiso generado por los beneficiarios, se aplicó esta misma filosofía del 50% de aporte al resto de los componentes, alcanzando resultados increíbles. La contrapartida del aporte local, en términos de pari passu, ha sido superior a lo comprometido originalmente (62% vs 53%), conformada en un 62% también en efectivo.

Comentarios del Líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con todos los logros mencionados del proyecto.

Evaluación final

puede afirmarse que el mercado creativo en Paraguay comenzó a atravesar, por primera vez, un proceso real de convergencia, cediendo paso a maravillosas colaboraciones entre actores privados y públicos. Ejemplo de ello fue la realización del CREA+PY, el cual tuvo sus impactos en el ecosistema local y mereció un gran reconocimiento desde el exterior. Este evento materializó en una acción concreta, visible y potente una nueva forma de construir el futuro del sector, no sólo contribuyendo a mejorar la comunicación entre sus actores, sino con el resto de la economía y la sociedad, logrando impulsar aún más la incorporación nuevos subsectores creativos a la FIC. Será crítico que, para cruzar definitivamente el umbral de la sostenibilidad del ecosistema, sus actores públicos y privados den continuidad a los esfuerzos mancomunados que el ímpetu del Proyecto ejecutado por la Fundación CIRD, con cofinanciamiento del BID Lab, logró en los últimos años. , se puede concluir lo siguiente: • Actores clave del Proyecto consideraron vigentes los objetivos. De hecho, en base a experiencias previas y a la revisión de documentos accedidos, fue posible apreciar indicios de “fallas de coordinación”

en el sistema, lo cual justificó una intervención por parte del Proyecto. • Actores institucionales y beneficiarios de proyectos adjudicados consideraron que el método de trabajo fue el correcto. Es así que, luego de la experiencia en el Proyecto, algunos participantes promovieron emprendimientos de vinculación con otras empresas y creativos, así como propuestas en el marco de programas de apoyo a la innovación, el emprendimiento, capacitación, promoción comercial e internacionalización (ej. CONACYT, REDIEEX, caso “coquitoman + colchones Super Spuma”, entre otros). • La propuesta de valor de parte del Proyecto para los participantes ha sido considerada como tangible, no sólo para completar eslabones faltantes en proyectos propios sino para atender problemas estructurales del ecosistema. El Proyecto establecía montos relativamente bajos por beneficiario, con relación a programas de apoyo a la innovación, sin embargo, se movilizó a una cantidad muy grande de actores, quienes apreciaron no sólo los posibles matching grants sino el networking, espacios de aprendizaje y la atención a cuellos de botella del sector. • Los participantes manifestaron satisfacción con la asistencia recibida de parte del Proyecto. • En casos de proyectos beneficiarios que lograron acceder a matching grants, el Proyecto adelantó las inversiones en innovación y promoción comercial. Los beneficiarios señalaron que sus emprendimientos fueron posibles gracias al Proyecto, pero sino, les hubiera llevado más tiempo y/o requerido costos adicionales. Esta situación contrafactual se pudo verificar en caso de algunos proyectos que pudieron avanzar parcialmente en sus proyectos y les está faltando aún completar lo que habían propuesto inicialmente. A esto, se suma las restricciones impuestas por las cuarentenas en el marco de la pandemia por COVID19. Respecto a la efectividad El Proyecto ha demostrado una gran capacidad para alcanzar los objetivos previstos en el diseño. A la conformación de un equipo de coordinación con el soporte de consultores especializados en el sector puede atribuirse ese mérito.

Comentarios del Líder de Equipo de Supervisión

El proyecto tuvo un desempeño muy satisfactorio pudiendo ejecutarse de forma eficiente y efectiva con gran articulacion publico/privada, obteniendo resultados en todos sus componentes desde incidencia en politicas publicas, apoyo en la generacion de proyectos creativos, apoyo a la comercializacion de la industria creativa y muchos logros como resultados de articulacion publico/privada. Se vislumbra una alta probabilidad de sostenibilidad de las actividades del proyecto con la creacion y el fortalecimiento de la Federacion de Industrias Creativas, la creacion de la Mesa 11 de Economia Creativa en Rediex y tambien el compromiso de varios actores publicos y privados en continuar en apoyar a la industria creativa.

SECCIÓN 3: INDICADORES

C1 : Diseño y apoyo a la implementación del plan estratégico de la economía creativa **Peso 15% Calificación Satisfactory**

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de entidades participando activamente del Grupo Impulsor	0	25 (2022 - 02 - 28)	10 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 Plan Estratégico diseñado, validado y en implementación	0	1 (2020 - 09 - 30)	1 (2019 - 10 - 16)	Finished
I3 Políticas públicas influenciadas directamente por el proyecto	0	4 (2020 - 09 - 30)	1 (2019 - 10 - 16)	Finished

C2 : Desarrollo de proyectos tecno-creativos para la promoción de la innovación en la **Peso 64% Calificación High Satisfactory**

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 Gestores de innovación formados	0	30 (2019 - 12 - 30)	27 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 Emprendedores capacitados en procesos de innovación	0	240 (2022 - 02 - 28)	209 (2019 - 10 - 16)	Finished
I3 Empresas beneficiarias de procesos de asistencia técnica para la validación de soluciones	0	90 (2022 - 02 - 28)	21 (2019 - 10 - 16)	Finished
I4 Mujeres y jóvenes vulnerables formados	0	200 (2020 - 09 - 30)	20 (2019 - 10 - 16)	Finished
I5 Empresas beneficiarias del Matching grant	0	40 (2020 - 03 - 30)	22 (2020 - 07 - 24)	Finished

C3 : Difusión y comercialización de proyectos creativos en el mercado local e interna **Peso 21% Calificación High Satisfactory**

Indicadores	Línea Base	Planeado	Logrado	Estado
I1 Empresas que reciben asistencias técnicas para promover la comercialización de sus proyectos	0	90 (2020 - 09 - 30)	21 (2019 - 10 - 16)	Finished
I2 Empresas que participan en procesos de internacionalización	0	30 (2020 - 09 - 30)	34 (2019 - 10 - 16)	Finished
I3 Personas alcanzadas por la campaña de comunicación	0	30000 (2020 - 09 - 30)	100 (2019 - 10 - 16)	Finished

Hitos	Valor Planeado	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
Condiciones previas	7	7	2017 - 11 - 30	2019 - 10 - 15	Achieved
Plataforma Digital desarrollada	1	1	2018 - 07 - 30	2019 - 10 - 15	Achieved
Lanzamiento de 1er Concurso de Bonos Creativos	15	17	2018 - 11 - 30	2020 - 04 - 01	Achieved
Carta de Intencion firmadas por entidades publicas y privadas para participar de	12	15	2018 - 12 - 30	2020 - 03 - 31	Achieved
Empresas beneficiarias de procesos de AT para la validacion de soluciones	60	63	2019 - 04 - 30	2019 - 12 - 18	Achieved
Diagnostico Cuanti y Cualitativo validado	1	1	2019 - 08 - 30	2020 - 04 - 01	Achieved
Plan Estrategico disenhado, validado, difundido al publico y en implementacion	1	1	2019 - 07 - 30	2020 - 03 - 31	Achieved
Lanzamiento 2do concurso de Bonos Creativos	1	1	2019 - 09 - 15	2020 - 04 - 08	Achieved
Gestores de Innovacion Formados	30	41	2019 - 12 - 30	2020 - 04 - 08	Achieved
Empresas que participan en procesos de internacionalizacion	30	61	2020 - 03 - 15	2020 - 04 - 08	Achieved
Incidencia en Politicas publicas relacionadas con industrias creativas que hayan	3	7	2020 - 03 - 15	2020 - 04 - 08	Achieved
Lanzamiento 3er concurso, respuesta COVID 19	15	19	2020 - 05 - 15	2020 - 07 - 28	Achieved

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

Aprobaciones legislativas

Atrasos en el cumplimiento de los términos del contrato.

SECCIÓN 4: RIESGOS

	Área de Impacto	Severidad	Prob.	Fecha	Responsable	Acción de mitigación
Conseguir la masa crítica suficiente de empresas creativas postulando a las acti	Final Outcome	(4) High	Low 40%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Para mitigar este riesgo el proyecto prevé actividades de sensibilización, trabajo articulado con cámaras y otros actores del ecosistema creativo, así como la incorporación de tareas de identificación e ideación en los roles de los gestores de innovación.
Dificultad para lograr el intenso nivel de coordinación necesario entre todos lo	Intermediary Outcome	(5) Very High	Very Low 20%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Un factor de mitigación es la vasta experiencia del CIRD en la construcción de alianzas multisectoriales y ejecución de proyectos con enfoques de ecosistema. Asimismo, se establece una estructura de gobernanza con un Consejo de coordinación y grupos de trabajo como cauces formales para establecer la coordinación necesaria
Dificultad para lograr un alto grado de compromiso por parte del sector publico	Intermediary Outcome	(4) High	Very High 99%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	El proyecto trabajo en los primeros meses en obtener cartas acuerdos de los distintos ministerios y convenios con el fin de que sirvan para facilitar la sensibilización con las nuevas autoridades en Agosto/2018. El diagnostico será presentado y convalidado con las nuevas autoridades, y se decidió que la Planificación Estratégica inicie con las nuevas autoridades para que genere mayor apropiación. Asimismo, se decidió avanzar con la ejecución del proyecto fortaleciendo la alianza con el sector privado y académico con el fin de poder mostrar resultados concretos a la hora de sensibilizar a las nuevas autoridades.
Falta de know-how técnico específico en el mercado local	Diseño y apoyo a la implementación del plan estratégico de la economía creativa	(3) Medium	Medium 60%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	Esta es una de las debilidades que el propio proyecto procura atender, para lo cual se prevén recursos para contratar consultores internacionales, así como realizar misiones de actores públicos y privados al extranjero. Cabe señalar, que este proyecto forma parte de una cartera en el tópico que CTI, EXR y FOMIN se encuentran apoyando, por lo que el proyecto se nutrirá de las lecciones aprendidas y contactos regionales.
Sostenibilidad de las actividades una vez finalizado el proyecto	Final Outcome, Intermediary Outcome	(3) Medium	Low 40%	2020 - 02 - 14	Project Coordinator	El proyecto trabajará en la generación de capacidad de los diferentes actores del ecosistema, así como en la absorción de las actividades de manera orgánica por las entidades públicas y privadas vinculadas. En lo que respecta a la sostenibilidad de las acciones de difusión y comercialización, la Red Naranja desarrollará un modelo de negocio adecuado que permita generar ingresos para hacer sostenible las mismas.

NUMERO TOTAL DE RIESGOS: 5 IN EFFECT RISKS: 5 RIESGOS NO VIGENTES: 0 RIESGOS MITIGADOS: 0

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

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

Justificación

Altamente probable la sostenibilidad de las actividades del Proyecto con la conformacion de la Federacion de Industrias Creativas y con la Mesa 11 de Rediex asi como con el compromiso asumido por varios actores publico y privado en continuar apoyando a la industria creativa.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
2. Falta de mecanismos de recuperación de costos o de fuentes de financiamiento externo (gobierno, donantes y / o sector privado) para continuar las actividades del proyecto una vez que se acaben los recursos de BID Lab	Podria ser un desafio la obtencion de fondos para seguir apoyando la industria creativa.

Acciones relacionadas con la sostenibilidad implementadas en el proyecto

Desde el inicio de la implementación del proyecto se trabajó en sentar las bases en post de una sostenibilidad técnica e institucional y económica. Para ello se destacó la importancia de posicionar el desarrollo de la Economía Paraguaya en la agenda país. En este sentido, se dio énfasis, por una parte, en empoderar y consolidar la voz del sector privado cultural y creativo. Se apoyó y propició la formalización de los sectores

creativos, justamente con el fin de garantizar la continuidad y una voz consolidada y una sostenibilidad técnica y operativa. Es así como se crea y consolida la Federación de Industrias Creativas (FIC), fundada por representantes de diez (10) gremios y asociaciones del sector creativo en el 1 de octubre de 2018. 1) Artes Visuales (GENTE DE ARTE - Asociación para las Artes Visuales en el Paraguay), 2) Audiovisual (ACPY - Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas del Paraguay), 3) Audiovisual (CAMPRO - Cámara Paraguaya de Empresas Productoras de Cine y Televisión), 4) Diseño (PRODI - Cámara Paraguaya del Diseño y la Innovación), 5) Editorial (En Alianza S.A., socio adherente), 6) Inventores (API - Asociación Paraguaya de Inventores) 7) Música (APA - Autores Paraguayos Asociados), 8) Publicidad (APAP - Asociación Paraguaya de Agencias de Publicidad), 9) Software (CISOFT - Cámara Paraguaya de la Industria del Software), 10) Videojuegos (IGDA - International Game Developers Association. Capítulo Paraguay).

Con el fin de convertirse en una institución sostenible en los próximos años, la FIC cuenta con una hoja de ruta establecida en el Plan Estratégico y de Sostenibilidad, un Plan de fundrasing y la responsabilidad de realizar el 2do Mercado Creativo, cuya organización ya está en marcha. Asimismo, cuenta con el apoyo y asesoramiento de la UIP (Unión Industrial Paraguaya), logrado a través de gestiones propiciadas por el proyecto, para que asista a la Federación en temas clave como capitalización y fortalecimiento institucional y gremial y asistencia técnica especializada en licitaciones y gestión de proyectos. Por otra parte y en paralelo, se trabajó en el posicionamiento de la economía creativa en la agenda país y en las diferentes instituciones públicas. Se empoderó a los actores clave, creando y fortaleciendo el ecosistema creativo, materializado en la Mesa #11 de la Economía Creativa en octubre/2018 con la participación de 11 instituciones públicas y privadas. Desde entonces se trabaja articuladamente y haciendo sinergias entre todos los actores públicos y privados. 1) Unidad de Gestión de la Presidencia de la República, 2) Oficina de la Primera Dama, 3) Ministerio de Industria y Comercio, 4) REDIEX, 5) Secretaría Nacional de Cultura, 6) Secretaría Nacional de Turismo, 7) Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) 8) Instituto Paraguayo de Artesanía (IPA) 9) Fundación CIRD, 10) Federación de Industrias Creativas y 11) Unión Industrial Paraguaya. De igual manera, se proveyó al ecosistema de herramientas técnicas que les faciliten y ayuden a implementar un plan de trabajo articulado entre los sectores privado, público y academia, tales como el Estudio de Diagnóstico cuanti y cualitativo, el Estudio de mercado y la Planificación Estratégica, realizadas y consensuadas en el marco del Ecosistema Creativo creado. Además, la Economía Creativa y Cultural, fue incluida como sector clave en Plan de Recuperación Económica, presentado en Julio de 2020 por el presidente de la República. Es uno de los resultados del trabajo articulado en busca de la sostenibilidad que se viene promoviendo desde el Ecosistema Creativo, además de 7 instrumentos de políticas públicas influenciados por el Proyecto. El proyecto trabajo articuladamente con el Ecosistema Creativo y la FIC y muestra de ellos son todas las acciones realizadas en los 3 componentes del proyecto. Componente 1 de fortalecimiento institucional, en el componente 2 de los matching grants se contó con el apoyo del ecosistema. En el componente 3, se trabajó articuladamente en la asistencia previa y durante las misiones de comercialización, en proyecto conjuntos con la SNC. Pero la piedra angular en este componente fue, cuando desde el proyecto se planteó un desafío superado, que era el realizar por primera vez y de forma conjunta el 1er Mercado Creativo de Paraguay CREA+PY Octubre 2019, genero una sinergia de trabajo muy enriquecedora. Además, se posicionó a Paraguay en la agenda Cultural y Creativa de América Latina, se dio también una valorización por parte de los sectores creativos y del sector publico generando un sentimiento aun mas profundo de empoderamiento y apropiación. Fue un antes y un después para la economía creativa paraguaya y para ver como JUNTOS logramos llegar MAS LEJOS. En noviembre 2019, los mismos consultores responsable de realizar la planificación estratégica coordinaron el Taller de Sostenibilidad y revisión de la ejecución del Plan Estratégico y de Sostenibilidad, sobre el cual se trabaja diariamente. La Fundacion CIRD, el Proyecto Economía Creativa, la FIC y la mesa 11 trabajan juntamente para alcanzar las acciones establecidas y trabajar en post de la sostenibilidad económica, técnica y política de la FIC y del Ecosistema Creativo. A noviembre 2020, se deja económicamente sostenible a la FIC hasta Diciembre 2021. ¡Sigamos trabajando juntos, fortaleciendo y posicionando la economía creativa, porque solo valorando el talento, el conocimiento, la identidad cultural y la CREATIVIDAD como agentes transformadores podremos lograr un desarrollo inclusivo y sostenible!

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Relacionado Author Fecha

Al diseñar el proyecto revisar que los productos principales con mayor grado de desembolso e impacto no queden todos en la línea crítica y dependientes unos de otros. Dado que en 36 meses de ejecución, si hay como en este caso elecciones internas y generales en el inicio o en la mitad del proyecto dificultaría alcanzar los resultados esperados.	Design	Laura Bomrad	2019 - 10 - 22
Creación de la FIC: El acercamiento proactivo con los diferentes sectores creativos. Haberles brindado un espacio desde el inicio del proyecto, instándolos a que se fortalezcan y uniesen en una Federación de Industrias Creativas para tener una voz sólida y así facilitar la comunicación con el gobierno. Haberles dado el espacio en el proyecto para que se empoderen y el lograr comprender sus diferentes necesidades.	Sustainability	Laura Bomrad	2020 - 12 - 21
Creación ecosistema creativo: Haber insistido en la creación de una mesa de trabajo multisectorial en el Ministerio de Industrias y Comercio, nuestra llamada mesa 11 y Ecosistema Creativo. Fue un espacio clave de comunicación, de co-creación. El haber tenido este espacio, antes de comenzar con la planificación estratégica hizo que se empoderen aún más y capitalizaran más el trabajo de los consultores. Además, desde la Unidad de gestión del proyecto, desde el inicio se le dio espacio al sector público y privado, para generar su compromiso y empoderamiento y abanderarse de los logros del proyecto.	Sustainability	Laura Bomrad	2020 - 12 - 21
Matching grants, contrapartida en efectivo– cambio sustancial con gran impacto: Se propuso un cambio sustancial con relación al aporte de la contrapartida de los beneficiarios. Originalmente se les pedía 20% en especies y/o efectivo y el proyecto decide cambiarlo a 50% en efectivo. Esta modificación generó un impacto mucho mayor al que inicialmente se pensaba e impregnó de esta filosofía a todo el proyecto. En primer lugar, generó mayor compromiso y pertinencia de los proyectos en especial en los desarrollados dentro de los componentes 2 y 3. En segundo lugar, se logró una mejor utilización de los fondos y mayor impacto. Además, permitió alcanzar y superar la meta inicial establecida de contrapartida y diversificar la fuente del aporte; la cual terminó siendo privada y pública.	Implementation	Laura Bomrad	2020 - 12 - 21
Acompañamiento implementación proyectos: El acompañamiento por parte de la Unidad ejecutora del proyecto a los bonos y a los proyectos de comercialización fue clave, para la ejecución eficiente del mismo, para la rendición técnica y contable y para lograr una mayor conciencia en la importancia de formalización por parte de los Creativos y MIPYMES. La cercanía con los creativos permitió ajustar y buscar nuevas soluciones	Implementation	Laura Bomrad	2020 - 12 - 21
Diplomado en Innovación y Creatividad: en el diseño estaba previsto el desarrollo de una malla curricular para crear gestores de innovación y creatividad. Dado el acceso a cursos en línea y en especial al que desarrollo el BID sobre Economía Naranja, consideramos que es mejor becar a los estudiantes para que realicen esos y otros cursos en las plataformas existentes o capacitaciones puntuales requeridas por los diferentes sectores creativos.	Design	Laura Bomrad	2021 - 01 - 03