



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Promoción de la Economía Creativa en Paraguay

Nro. Proyecto: PR-T1232 - Proyecto No.: ATN/ME-16081-PR

Propósito: El Objetivo específico del proyecto es consolidar el ecosistema de PyMEs y emprendimientos creativos fortaleciendo actores claves públicos y privados del mismo.

País Administrador

PARAGUAY

País Beneficiario

PARAGUAY

Agencia Ejecutora:

CENTRO DE INFORMACIONES Y RECURSOS PARA
EL DESARROLLO

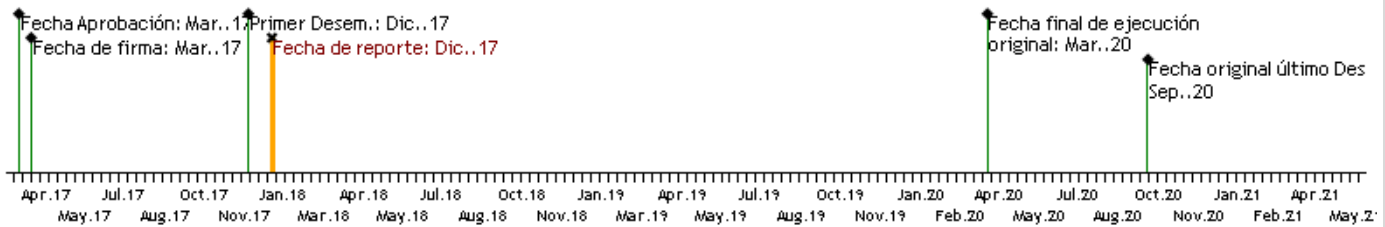
Líder equipo de diseño:

MARIEL SABRA

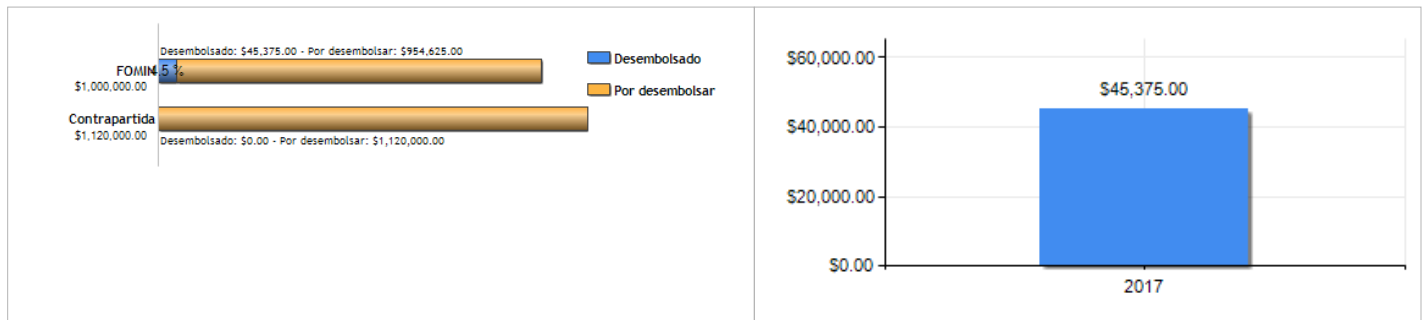
Líder equipo de supervisión:

MARIEL SABRA

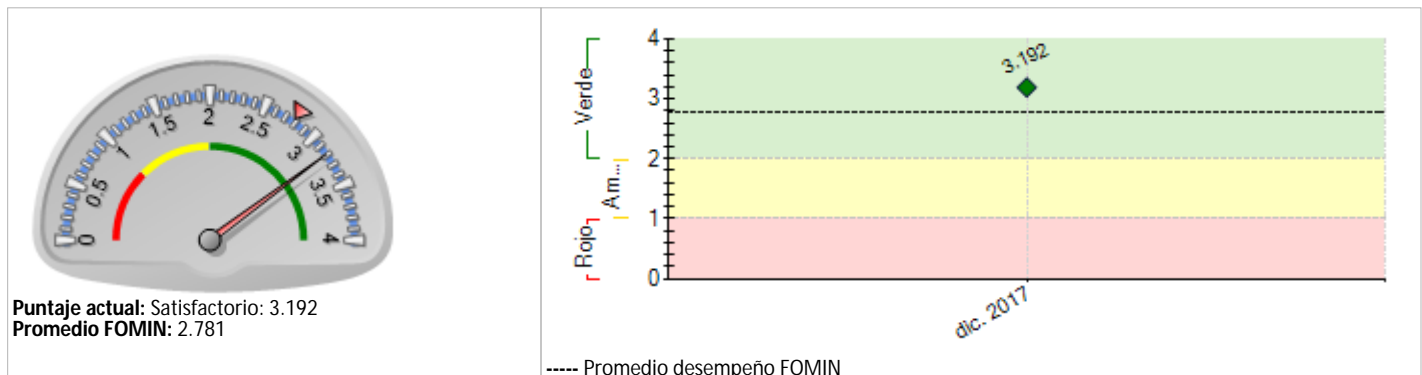
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS

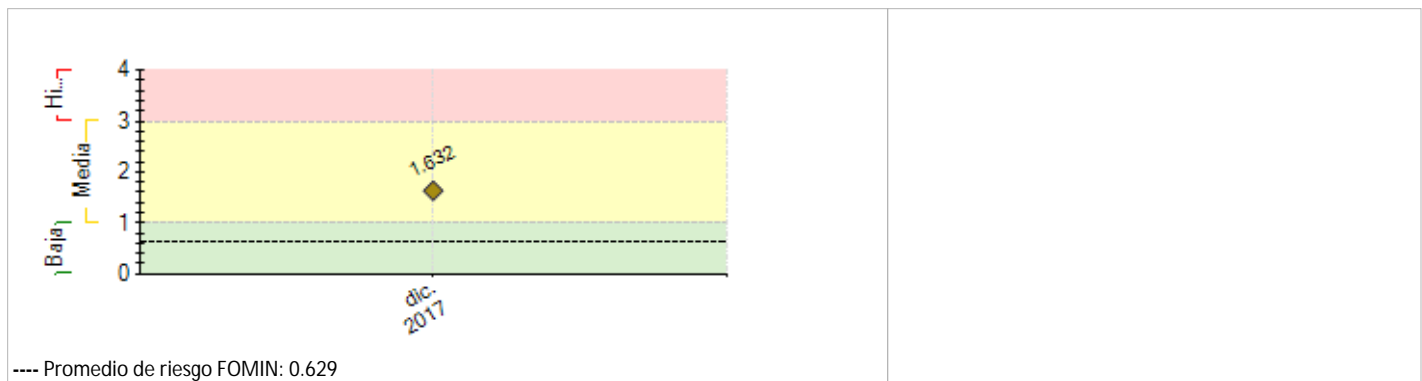
CAPACIDAD INSTITUCIONAL

Riesgo

Administración Financiera: Baja

Adquisiciones: Baja

Capacidad Técnica: Media



SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Principales resultados alcanzados: 1) Condiciones previas aprobadas, actualización de antecedentes y reprogramación; 1er desembolso recibido; 2) contratación facilitador alianza; 3) reuniones realizadas con actores claves públicos y organismos internacionales; 4) 1 carta donde 10 Industrias Culturales y creativas (ICC) dan apoyo al proyecto y expresan su compromiso de crear una federación; 5) ecosistema en proceso de creación; 6) selección consultor Comunicación inicia feb/2018; 7) Alianza ILab/CTI 30 participantes. Tema Seguridad Vial; 8) 3 reuniones realizadas con posibles sponsors. **Dificultades encontradas:** 1) las principales acciones se encontraban en la línea crítica una dependiente de la otra. 2) dificultad para conseguir contrapartida dado el contexto político electoral. **Acciones realizadas:** 1) se sacó Matching grant d la línea crítica, inicia junto al lanzamiento. En paralelo se avanza Diagnóstico. 2) mostrar resultados y posterior a las elecciones retomar acciones de fundrasing.

En lo que resta de la ejecución, la unidad coordinadora del proyecto pondrá énfasis en las siguientes acciones: 1) realizar diagnóstico; 2) lanzar proyecto y Matching grant; 3) seguir sensibilizando actores ecosistema; 4) influenciar y promocionar políticas públicas; 5) alianzas desarrollo curricula; 5) formar los jóvenes y mujeres vulnerables; 6) desarrollar campaña comunicación con Federación Industrias Creativas (FIC)

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El proyecto logró cumplir las condiciones previas y a partir de allí su desempeño fue muy satisfactorio, logrando los avances esperados para la etapa de inicio de la operación.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

| Indicadores | | Línea de base | Intermedio 1 | Intermedio 2 | Intermedio 3 | Planificado | Logrado | Estado | |
|---|--|---|--------------|--------------|--------------|-------------|-----------|-----------|----------|
| Fin: El objetivo general del proyecto es contribuir a la innovación y diversificación productiva de la economía paraguaya mediante la promoción de la economía creativa. | I.1 | promedio de empleos creados/vinculados por empresa | 0 | | | | 2.2 | 0 | |
| | | | Mar. 2017 | | | | Mar. 2017 | | |
| Propósito: El Objetivo específico del proyecto es consolidar el ecosistema de PyMEs y emprendimientos creativos fortaleciendo actores claves públicos y privados del mismo. | R.1 | Empresas son beneficiarias de algun servicio para la mejora de innovación | 0 | 30 | 60 | 90 | 90 | 0 | |
| | | | Mar. 2017 | Mar. 2018 | Mar. 2019 | Mar. 2020 | Mar. 2020 | | |
| | R.2 | Porcentaje de proyectos de colaboración terminados satisfactoriamente | 0 | | | | 70 | 0 | |
| | | | | | | | Feb. 2021 | | |
| | R.3 | Incremento en inversión en innovación en las empresas participantes | 0 | | | | 1.5 | 0 | |
| | | | Mar. 2017 | | | | Mar. 2020 | | |
| | R.4 | Incremento de las empresas beneficiarias que innovan, en % | 0 | | | | 20 | 0 | |
| | | | | | | Mar. 2017 | | | |
| R.5 | Porcentaje de empresas que continúan su relación asociativa una vez finalizado el proyecto | 0 | | | | 20 | 0 | | |
| | | Mar. 2017 | | | | Mar. 2020 | | | |
| Componente 1: Diseño y apoyo a la implementación del plan estratégico de la economía creativa en Paraguay Peso: 15% Clasificación: Satisfactorio | C1.I1 | Número de entidades participando activamente del Grupo Impulsor | 0 | 25 | 25 | 25 | 25 | 10 | En curso |
| | | | Mar. 2017 | Feb. 2019 | Feb. 2020 | Feb. 2021 | Feb. 2021 | Dic. 2017 | |
| | C1.I2 | Plan Estratégico diseñado, validado y en implementación | 0 | | | | 1 | | |
| | | | Mar. 2017 | | | | Feb. 2021 | | |
| | C1.I3 | Políticas públicas influenciadas directamente por el proyecto | 0 | 1 | 2 | 4 | 4 | | |
| Mar. 2017 | | | Feb. 2019 | Feb. 2020 | Feb. 2021 | Feb. 2021 | | | |
| Componente 2: Desarrollo de proyectos techno-creativos para la promoción de la innovación en la economía paraguaya. Peso: 64% | C2.I1 | Gestores de innovación formados | 0 | | | | 30 | | |
| | | | Mar. 2017 | | | | Feb. 2021 | | |
| | C2.I2 | Emprendedores capacitados en procesos de innovación | 0 | 80 | 160 | 240 | 240 | | |
| | | | Mar. 2017 | Feb. 2019 | Feb. 2020 | Feb. 2021 | Feb. 2021 | | |
| | C2.I3 | Empresas beneficiarias de procesos de asistencia técnica | 0 | 30 | 60 | 90 | 90 | | |
| | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| Clasificación: Satisfactorio | para la validación de soluciones | Mar. 2017 | Feb. 2019 | Feb. 2020 | Feb. 2021 | Feb. 2021 | | |
| | C2.I4 Mujeres y jóvenes vulnerables formados | 0 | 69 | 138 | 200 | 200 | | |
| | | Mar. 2017 | Mar. 2018 | Mar. 2019 | Mar. 2020 | Mar. 2020 | | |
| Componente 3: Difusión y comercialización de proyectos creativos en el mercado local e internacional. Peso: 21% Clasificación: Satisfactorio | C3.I1 Empresas que reciben asistencias técnicas para promover la comercialización de sus proyectos | 0 | 30 | 60 | 90 | 90 | | |
| | | Mar. 2017 | Mar. 2018 | Mar. 2019 | Mar. 2020 | Mar. 2020 | | |
| | C3.I2 Empresas que participan en procesos de internacionalización | 0 | 5 | 30 | | 30 | | |
| | | Mar. 2017 | Mar. 2019 | Feb. 2021 | | Feb. 2021 | | |
| | C3.I3 Personas alcanzadas por la campaña de comunicación | 0 | 5000 | 15000 | 30000 | 30000 | 100 | Atrasado |
| | | | Mar. 2017 | Mar. 2017 | Mar. 2017 | Mar. 2017 | Dic. 2017 | |

| Hitos | Planificado | Fecha Vencimiento | Logrado | Fecha en que se logró | Estado |
|------------------------|-------------|-------------------|---------|-----------------------|---------|
| H1 Condiciones previas | 1 | Sep. 2017 | 1 | Sep. 2017 | Logrado |

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. Dificultad para lograr un alto grado de compromiso por parte del sector público dado el contexto de elecciones, internas de los partidos dic/2017 y generales (presidencial, gobernadores, senadores y diputados) abril/2018. | High | El proyecto trabajó 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 diagnóstico 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. | Project Coordinator |
| 2. Dificultad para lograr el intenso nivel de coordinación necesario entre todos los actores implicados en el ecosistema creativo | Media | 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 | Project Guest |
| 3. Falta de know-how técnico específico en el mercado local | Media | 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. | Project Guest |
| 4. Conseguir la masa crítica suficiente de empresas creativas postulando a las actividades de innovación. | Media | 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. | Project Guest |
| 5. Sostenibilidad de las actividades una vez finalizado el proyecto | Media | 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. | Project Guest |
| NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Media NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 5 RIESGOS VIGENTES: 5 RIESGOS NO VIGENTES: 0 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:**

El proyecto trabajará en la generación de capacidades de los diferentes actores del ecosistema, así como en la absorción de las actividades de manera orgánica por las entidades públicas y privadas vinculadas. Asimismo, el proyecto trabajará con las industrias creativas para generar una mayor articulación entre las mismas e impulsar la generación de una Federación de Industrias creativas. Para ello se crearon comisiones relacionadas con los componentes y productos del proyecto donde se designó 1 o 2 representantes de cada industria creativa, con el fin de que se apropien gradualmente del proyecto y espacio.

Finalmente, el proyecto buscará junto con la FIC cuando desarrollara un modelo de negocio adecuado que permitirá generar ingresos para hacer sostenible la misma.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

1. 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.

Relativo a
Design

Autor
BOMRAD, LAURA ZULEMA