

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

**Convenio Interinstitucional con el fin de desarrollar una malla curricular para Capacitación de alto nivel y formación de formadores en procesos de innovación y creatividad – Diplomado (30 consultores formados).**

### COMPONENTE 2

**ATN/ME- 16081-PR “Promoción de la Economía Creativa en Paraguay”**

#### 1. ANTECEDENTES

El CIRD ha recibido una donación del FOMIN para financiar parcialmente el Proyecto “Promoción de la Economía Creativa en Paraguay” mediante el Convenio de Cooperación Técnica No Reembolsable N° ATN/ME-16081-PR; en el marco del cual se llevará a cabo la consultoría descrita en estos Términos de Referencia.

El objetivo general del indicado Proyecto es contribuir a la innovación y diversificación productiva del Paraguay, mediante la promoción de las industrias culturales y creativas conocidas también como Economía Creativa o Economía Naranja. Para lograr este objetivo, se buscará consolidar el ecosistema de pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y emprendimientos creativos, con el fin de fortalecer actores claves del mismo, tanto en el sector público como en el privado.

El Programa está estructurado en tres (3) Componentes orientados a:

- 1) Diseño y apoyo a la implementación del plan estratégico de la economía creativa en Paraguay;
  - a. Diagnóstico Cuanti-Cualitativo
  - b. Producto y actividades de conocimiento: estadísticas públicas, propiedad intelectual y financiamiento de servicios e intangibles.
  - c. Proceso del Plan Estratégico Participativo
  - d. Estudios de mercado que permitan identificar la demanda local e internacional potencial de 2 sectores previamente priorizados.
- 2) Desarrollo de proyectos tecno-creativos para la promoción de la innovación en la economía paraguaya; y
- 3) Difusión y comercialización de proyectos creativos en el mercado local e internacional.

Para tal efecto, en el marco del componente 2 se requiere realizar un convenio interinstitucional que desarrolle **y ejecute una malla curricular para la capacitación de alto nivel y la formación de formadores en procesos de innovación y creatividad (al menos 30 consultores formados)**, enmarcados en el desarrollo de proyectos tecno-creativos para la promoción de la innovación en la economía paraguaya

#### 1.1. LA ECONOMÍA CREATIVA UNA OPORTUNIDAD A DESARROLLAR

La promoción de las **industrias culturales y creativas** (ICC) resulta atractiva por diferentes razones. Para empezar, por su contribución a la economía en términos de generación de ingresos y de creación de trabajo. De acuerdo con la UNESCO, las ICC generan US\$ 2,250 billones de ingresos y 29.5 millones de trabajos en el mundo, siendo también uno de los sectores de mayor crecimiento. Con respecto a la generación de trabajo, las ICC emplean en promedio más jóvenes que otras industrias y presentan un alto dinamismo emprendedor, siendo un sector conformado por pequeñas empresas o cuentapropistas. En América Latina y el Caribe las ICC generan US\$ 124 billones de ingresos (6% del mercado global) y 1.9 millones de trabajos (7% del total de trabajos ICC)<sup>1</sup>. La región está ganando tracción con el liderazgo de Argentina, Brasil, Colombia y México.

A su vez, la experiencia internacional da cuenta del potencial de estas industrias en el mejoramiento de la capacidad de innovación de la economía en su conjunto, por ser un sector que muestra sistemáticamente tasas de innovación y de productividad más altas respecto a otros (Backshie y McVittie, 2009, Muller, Pisón y Truby, 2009, Falck et al, 2011). Hay evidencia empírica que muestra que, por ejemplo, las actividades de diseño industrial se encuentran directamente relacionadas con un mejor desempeño de las empresas en términos de productividad, innovación y exportaciones (Gemser y Lenders, 2001, Haskel et al, 2005 y Sentence y Clarke, 1997). La innovación blanda o estética permite desarrollar productos con alto valor de mercado, incluso en sectores tradicionales como puede ser el agroalimentario.

En el Paraguay, se estima que las ICC contribuyen con el 4,1% del Producto Interno Bruto y representan aproximadamente el 0,5% de las exportaciones totales<sup>2</sup>. Un estudio comisionado por el BID (2015) muestra que sectores como el audiovisual y software han tenido un desempeño dinámico en los últimos cinco años, con tasas de crecimiento anuales superiores a 20% y presentan un gran potencial a futuro, considerando la demanda internacional y los precios competitivos de la economía paraguaya.

Cada vez las ICC paraguayas van logrando mayor visibilidad tanto en el mercado local como internacional. Sin embargo, la oferta es aún incipiente y necesita ser fortalecida. Entre las principales limitaciones se encuentran:

1) Insuficiente conocimiento sobre la Economía Creativa en Paraguay. Existe consenso sobre la necesidad y falta de información sectorial disponible. Hay un desconocimiento sobre la oferta existente, las preferencias de la demanda local e internacional y por ende posibles oportunidades de innovación y diversificación. En esta línea, es particularmente importante comprender el punto de partida en materia de capital humano y los perfiles demandados por las empresas para poder competir internacionalmente.

2) Falta de visión estratégica y coordinación entre los actores implicados. No se ha desarrollado una visión compartida por los diferentes actores públicos y privados que participan de la Economía Creativa y si bien existen diversos esfuerzos destinados a apoyar a las mismas, estos no se encuentran articulados. Entre los actores claves, por el lado del sector público se pueden mencionar a la Secretaría Nacional de Cultura, la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), el Ministerio de Industria y

---

<sup>1</sup> [http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/EY\\_CulturalTimes2015\\_Download.pdf](http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/EY_CulturalTimes2015_Download.pdf)

<sup>2</sup> "El Impacto de las Industrias Creativas en las Americas", reporte preparado por Oxford Economics, British Council, IDB y OEA.

Comercio (MIC), a la Red de Inversiones y Exportaciones (REDIEX), la Secretaría Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación (SENATICS), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) y la Secretaría Técnica de Planificación (STP). Por el lado del sector privado, se reconocen diversos actores como la Cámara Paraguaya de Empresas Productores de Cine y Televisión (CAMPRO) y la Asociación Paraguaya de Agencias de Publicidad entre otras. A su vez, el sector privado en agosto del 2015, siete (7) organizaciones (OPRAP Organización de Profesionales de Audiovisual Paraguay, El Circulo de Creativos del Paraguay, Campro Cámara de productoras de cine y televisión, UAP Unión de actores del Paraguay, DOCPY Documentalistas del Paraguay, Academia de Cine del Paraguay y la Apap) firmaron un convenio llamado Convenio Naranja 2i 2015 y acuerdan sentar una agenda de trabajo conjunto, creando en ese mismo evento la Red Naranja. Sin embargo, dicha iniciativa no ha logrado prosperar y generar el impacto y los trabajos conjuntos esperados. Posteriormente, con el auge que comienza a tomar el tema de la economía del conocimiento y la economía Naranja en el mundo y en especial en América Latina a raíz de las publicaciones del BID retoman contacto.

3) Falta de know how e instrumentos adecuados para promover el emprendimiento y la innovación en las ICC. Algunas de las dificultades que las startups creativas enfrentan son: (i) menor exposición a avances tecnológicos y menor predisposición a integrar los mismos en sus negocios; (ii) limitado networking y dificultad en acceder a aliados estratégicos; (iii) debilidades en la conceptualización del modelo de negocio; (iv) falta de experiencia en gestión empresarial; (v) inexistencia o escasez de instrumentos financieros adecuados. En este contexto, las empresas de la economía creativa en Paraguay no encuentran canales que les permita innovar y desarrollar nuevos productos y modelos de negocio. A esto contribuye la existencia de una brecha en el contenido enseñado en las universidades y las requeridas por las empresas para poder competir internacionalmente.

## 1.2. AVANCES 2017

En marzo de 2017 el Banco Interamericano a través del FOMIN aprueba el proyecto de referencia "ATN/ME- 16081-PR Promoción de las economías creativas en Paraguay iniciando su implementación en Septiembre 2017. En el marco de la conformación del ecosistema de la economía creativa integrado por el sector Público, Privado y Académico, el sector privado retoma su iniciativa de crear una Red o Federación. El 24/noviembre/2017, resurge la intención de crear y consolidar la Federación de la Economía Creativa, aprovechando el impulso que le da el proyecto. Desde septiembre de 2017 el proyecto y las ICC trabajan colaborativamente.

## 2. DEFINICIÓN DE ECONOMÍA CREATIVA

Según definición presentada por el BID, en el documento "La Economía Naranja: Una oportunidad Infinita" (*Felipe Buitrago Restrepo, Iván Duque Márquez - sept., 2013*), entendemos por Economía Naranja/Creativa al conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

El universo naranja está compuesto por: la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales. Además cuentan con las áreas de soporte para la creatividad que abarca la investigación, el desarrollo e innovación;

formación especializada; educación profesional creativa; gobernanza y derechos de propiedad intelectual.

A continuación detallamos gráficamente los sectores incluidos en las Industrias culturales y creativas (ICC).



### 3. DEFINICIÓN DE ACTORES

#### Ecosistema.

El ecosistema de la economía de las industrias culturales y creativas lo componen los sectores público, privado y académico.

#### Federación.

Dentro del sector privado, el 24/noviembre/2017, resurge la intención de crear y consolidar la Federación de la Economía Creativa, aprovechando el impulso que dará el

proyecto. A la fecha, nuclea a los siguientes gremios y asociaciones creativas y culturales del país:

1. Academia de Cine
2. Asociación Industrial de Confeccionistas del Paraguay (AICP)
3. Autores Paraguayos Asociados (APA)
4. Asociación Paraguaya de Agencias de Publicidad (APAP)
5. Asociación Paraguaya de Inventores (API)
6. Cámara de Empresas Productoras de Cine y Televisión (CAMPRO)
7. Círculo de Creativos del Paraguay
8. Cámara Paraguaya de la Industria del Software (CISOFT)
9. Cámara Paraguaya del Diseño y la Innovación (PRODI)
10. Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de Paraguay (IGDA)

Los próximos pasos del grupo serán, formalizarse. Definir su marca y en el marco de la planificación estratégica definir su estrategia de posicionamiento y determinar las acciones a corto y mediano plazo.

#### 4. OBJETIVO DE LA INICIATIVA

El proyecto Economía Creativa desarrollará y ejecutará en alianza con la institución/organización seleccionada, **una malla curricular para la capacitación de alto nivel y la formación de formadores en procesos de innovación y creatividad, resultantes en un Diplomado de alcance público. Este llamado co financiará el desarrollo del diplomado.**

Esta iniciativa se enmarca en el **Componente 2 del proyecto:** “Desarrollo de proyectos tecno-creativos para la promoción de la innovación en la economía paraguaya”.

El diplomado debe dar respuesta a las necesidades reales del mercado laboral. Se identificarán necesidades de capacitación y formación que apunten al área de Innovación y Creatividad de manera transversal, con foco en el nodo tecno-creativo, con el fin de acompañar procesos de asistencia técnica para la validación de soluciones tecnológicas en la MIPYMES.

Se espera capacitar al menos a 30 consultores y lograr que este diplomado se inserte como un diplomado regular en la Universidad u Organización seleccionada.

#### 5. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Desarrollar la malla curricular del Diplomado para Gestores de Innovación y Creatividad, la misma debe estar conectada con la demanda del mercado y ser vanguardista.
- Proponer un plantel docente, capacitadores internacionales y un calendario de actividades, enmarcado en el formato Diplomado (120 horas).
- Dictar el diplomado. (difusión y comercialización)

## 6. ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de los objetivos señalados, la Universidad u Organización interesada en firmar el convenio deberá realizar, al menos, las siguientes actividades, sin perjuicio de otras que el contratante exija para el correcto cumplimiento de los objetivos del trabajo:

- a. Desarrollar una malla curricular para el Diplomado en Innovación y Creatividad, que los habilite a asesorar y acompañar procesos de asistencia técnica para la validación de soluciones tecnológicas en la MIPYMES, previo relevamiento de los siguientes datos:
  - Información sobre los programas impartidos tanto en el país como en el exterior en la temática y su relación con las necesidades del mercado.
  - Necesidades y expectativas, de los actores involucrados en las distintas áreas creativas y culturales.
  - Definición/caracterización de público meta
- b. La propuesta debe contener: Plan general de desarrollo de la consultoría, Programa de la capacitación, descripción y CVs del equipo de docentes, Contenido, metodología y cronograma.
- c. Difundir y comercializar el diplomado utilizando su fuerza y experiencia de venta de cursos similares.
- d. Dictar el diplomado.
- e. Elaborar informe final de la consultoría, que debe incluir evaluación de los participantes, lecciones aprendidas, puntos de mejora y sostenibilidad del diplomado para insertarse como un diplomado regular en la Universidad u Organización.

## 7. PRODUCTOS ESPERADOS QUE DEBERA ENTREGAR EL GANADOR EN EL CASO DE SER ADJUDICATARIO (ANTES, DURANTE Y AL FINAL DEL DIPLOMADO).

Se esperan los siguientes informes finales de la consultoría, los mismos deberán ser recibidos a satisfacción por el CIRDA:

### Productos:

#### 7.1. Plan de trabajo

7.1.1. Cronograma de implementación,

7.1.2. Estructura preliminar y contenido de la Capacitación (Diplomado). curso. que debe incluir plan de MKT y promoción).

7.2. Testeo del mercado (de la demanda de dicha curricula) (1 mes y medio). Por este producto se entiende que se debe hacer un testeo del interés del mercado. Para lo cual se debe tener una mínima descripción del objetivo del Diplomado y el programa. Acorde al interés que se genere, se toma la decisión de hacer o no el diplomado, de ajustar el contenido y la fecha del dictado del mismo. Esta es una práctica común realizada por las Universidades e institutos privados.

7.3. Malla curricular: la malla curricular será propiedad del CIRDA/FIC/FOMIN.

7.4. Desarrollo del curso.

7.5. Informe final.

## 8. LUGAR Y PLAZO

- Lugar: provisto por la institución u organismo postulante.
- Plazo del contrato: Duración del Diplomado al menos 120 horas, mas el periodo de testeo de mercado y el desarrollo de la curricula.

## 9. SUPERVISIÓN

La consultoría estará supervisada por la Coordinadora del Proyecto de Promoción de Economía Creativa en Paraguay /CIRD.

## 10. TIPO DE CONTRATACIÓN, MONTO Y FORMA DE PAGO

Tipo de Contratación: Selección Basada en la Calificación de los Consultores (SCC). Bajo esta modalidad de contratación, la unidad ejecutora del Proyecto “Promoción de la Economía Creativa en Paraguay” prepara los TDR y los publica en un proceso abierto. En los mismo como pueden verse se solicita la expresión de interés, información sobre la experiencia, la capacidad y la competencia de los consultores en lo que respecta al trabajo solicitado y además un resumen de la metodología. Posteriormente, se procede a confeccionar una lista corta de, al menos, 3 firmas, y seleccionará a la firma que tenga las calificaciones y referencias más apropiadas. Se pedirá a la firma seleccionada que presente una propuesta técnica completa conjuntamente con una propuesta de precio y se le invitará luego a negociar el contrato.

Presupuesto disponible del Proyecto: 30.000 USD por parte del proyecto. Se espera que las instituciones postulantes cofinancien parte de los gastos, como los que se especifican en la columna Institución. Asimismo, la Institución será la que perciba el cobro del pago de los alumnos para realizar el diplomado, como figura en la tabla de abajo en la línea de Ingresos.

El precio a cobrar a los estudiantes será acordado entre las partes, el proyecto y la institución. El mismo debe ser accesible y atractivo y que garantice que el próximo año la institución pueda continuar dictando el diplomado, aún cuando no cuenten con el apoyo económico del proyecto.

Esquema de Co-financiamiento:

	INGRESOS UNITARIOS	CIRD	INSTITUCION	Instituciones
	PRECIO DE VENTA UNITARIO		X	serán percibidos por la institución que dicte el diplomado.
<b>1</b>	<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS TOTALES</b>			
1.1	TESTEO MERCADO INTERES INSCRIPCIONES. GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING GLOBAL		X	Esto es una condición previa para poder dictar el diplomado y por ende los desembolsos. Pues si no hay interés se tendrá que revisar el objetivo y la curricula. Ver punto 7.2.

1.2	DESARROLLO CURRICULA QUE SERA DE PROPIEDAD DEL CIRDA	X		El pago lo realiza el proyecto y la Institucional ganadora tendrá la responsabilidad de desarrollarla.
1.3	COSTO TOTAL HONORARIOS DOCENTES	X	X	
1.4	COSTO TOTAL HONORARIOS DOCENTE EXTRANJERO	X	X	
1.5	COSTO TRASLADO Y HOSPEDAJE DOC. EXT.	X	X	
1.6	COSTO DE ALQUILER DE LA SALA DE CLASES (*)		X	
1.7	UTILES Y MATERIALES DE CLASE TOTAL		X	
1.8	BREAKS ALUMNOS		X	
1.9	COSTO DE DIPLOMAS PARA ALUMNOS		X	
1.10	SUMINISTROS Y SERVICIOS BASICOS		X	
1.11	COSTO DE GESTION DE COBRANZA		X	
1.12	IMPONDERABLES		X	
1.13	COMISIONES SOBRE VENTAS		X	

(\*) para las instituciones que cuentan con las salas el costo será seguramente un prorrateo. Para las que lo tengan que alquilar, pueden ver de utilizar algún lugar gratuito, a través de un convenio. Desde el proyecto podemos asistirlos con ello.

## 11. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR PARA LA PRESELECCION:

- Carta de postulación.
- Perfil de la Universidad, Organización, Instituto o Centro de estudios (Anexo A). No es exclusivo para universidades.
- Perfil y CV del Coordinador General/Instructor (Anexo B)
- **Resumen Propuesta Técnica** (Equipo Docentes, Resumen de Malla Curricular, Metodología, Dinámica, Utilización de TICs. Lo especificado en el punto 7.1. (Anexo C)

## 12. FECHA Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE POSTULACIÓN

- Se recibirán consultas, vía e-mail a las siguientes direcciones de mail: [lbomrad@cirad.org.py](mailto:lbomrad@cirad.org.py) CC a: [vromero@cirad.org.py](mailto:vromero@cirad.org.py), hasta el día 16 de Octubre de 2018 a las 10:00 hs.
- Se realizará Charla informativa a los interesados en presentar resumen de propuesta, el **día martes 16 de Octubre a las 09:00 horas, en la Sala 2 de la Fundación CIRD, sito en Avda. Díaz de Melgarejo 825 entre Hernando de Rivera y José de la Cruz Ayala, Barrio Mcal. Estigarribia – Asunción.**
- La carta y los Anexos, deberán presentarse al CIRD vía email a: [lbomrad@cirad.org.py](mailto:lbomrad@cirad.org.py) CC a: [vromero@cirad.org.py](mailto:vromero@cirad.org.py), a más tardar el día 31 de Octubre de 2018 hasta las 12:00 hs.
- La misma debe estar dirigida al Dr. Agustín Carrizosa, Presidente Ejecutivo del CIRD, indicando el nombre de la Convocatoria.