

TÉRMINOS DE REFERENCIA

NOMBRE DE LA CONSULTORÍA: GESTORES DE INNOVACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN PARAGUAY

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 el CIRD requiere contratar un Consultor Individual para gestionar la implementación y desarrollo de proyectos tecno-creativos para la promoción de la innovación en la economía paraguaya.

1.1. LA ECONOMIA 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 en ingresos (6% del mercado global) y 1.9 millones de trabajos (7% del total de trabajos

ICC)¹. 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 totales². 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 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 Documentaristas 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

¹ http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/EY_CulturalTimes2015_Download.pdf

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

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).

ECONOMÍA NARANJA

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.



ECONOMÍA CULTURAL:

Actividades artísticas tradicionales y las Industrias Culturales Convencionales, además de aquellas actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión.

ARTES Y PATRIMONIO:

- a) Artes visuales: Pintura, Escultura, Instalaciones y video arte, Arte en movimiento (performance art), Fotografía, Moda, Alta costura.
- b) Artes escénicas y espectáculos: Teatro, danza y marionetas; Orquestas, ópera y zarzuela; Conciertos, Circos, Improvisaciones organizadas (happenings), Moda, Pasarela.
- c) Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial: Artesanías, antigüedades, laudería y productos típicos; Gastronomía; Museos, galerías, archivos y bibliotecas; Arquitectura y restauración; Parques naturales y ecoturismo; Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.; Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales.
- d) Educación artística y cultural.

INDUSTRIAS CULTURALES CONVENCIONALES:

- a) Audiovisual: Cine, Televisión, Video.
- b) Editorial: Libros, periódicos y revistas, Industria gráfica (impresión), Edición, Literatura, Librerías.
- c) Fonográfica: Radio, Música grabada.

INDUSTRIAS CREATIVAS:

Conjunto de las Industrias Culturales Convencionales y el grupo de Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software.

CREACIONES FUNCIONALES, NUEVOS MEDIOS Y SOFTWARE:

- a) Diseño: Interiores, Artes gráficas e ilustración, Joyería, Juguetes, Industrial (productos).
- b) Software de contenidos: Videojuegos, Otros contenidos interactivos, audiovisuales, Medios de soporte para contenidos digitales.
- c) Agencias de noticias y otros.
- d) Servicios de información.
- e) Publicidad.
- f) Moda: Prêt-à-porter.



Están dadas por los centros, organismos e instituciones de:

- a) Investigación, Desarrollo e innovación creativa y cultural: I+D+i Naranja.
- b) Formación técnica especializada en actividades creativas.
- c) Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual.
- d) Educación profesional creativa.

*Presentada por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), en el documento "La Economía Naranja: Una oportunidad Infinita" (Felipe Bultrago Restrepo, Iván Duque Márquezsept, 2013)

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 de Diseño e 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. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

4.1. General

El objetivo de esta consultoría, es contratar los servicios un/a consultor/a local, para gestionar la implementación de las distintas fases y actividades del concurso de innovación y creatividad, en el marco del Proyecto “Economía Creativa”, aplicando la metodología de mentoría, coordinando y articulando con el equipo ejecutor del CIRD y los diferentes actores involucrados.

4.2. Específicos

Brindar asistencia técnica a lo largo del concurso de los Bonos Creativos a las empresas ganadoras para una eficiente implementación y sistematización de los Bonos creativos.

5. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

El consultor deberá asistir a la unidad ejecutora del proyecto Economía Creativa a lo largo de todo el periodo de asistencia técnica a brindar a las MiPymes ganadoras de los Bonos Creativos, Innovando Py, Ilab y cualquier otro concurso o sinergia en el marco del proyecto Economía creativa. Debera brindar asistencia técnica a las empresas para lograr una eficiente implementación y sistematización de las ideas ganadoras.

6. ACTIVIDADES

Para el cumplimiento de los objetivos señalados, el/la Consultor/a deberá realizar, al menos, las siguientes actividades, sin perjuicio de otras que el contratante exija, para el correcto cumplimiento de los objetivos del trabajo:

6.1. Actividades Principales para los gestores que dan asistencia desde el inicio del concurso:

- a) Brindar asistencia técnica a las empresas que presentan sus propuestas a través de la plataforma F6S.
- b) Evaluar y analizar todas las iniciativas presentadas por las empresas en el marco del concurso.
- c) Realizar un análisis por tipo de servicio solicitado por las empresas y sacar alguna estadística relevante.

6.2. Actividades Principales a brindar una vez se seleccionan las empresas ganadoras o ideas para el caso del Concurso ILab:

- a) Proponer un esquema general y plan de trabajo para cada una de las empresas ganadoras.

- b) Establecer lineamientos claves de las iniciativas a implementar.
- c) Establecer hitos o avances para cada empresa.
- d) Elaboración de informes (escrito, con fotos y video) para cada empresa asistida
- e) Sistematizar la implementación del bono creativo de cada empresa
- f) Gestionar y garantizar la correcta adjudicación de los fondos brindados por el proyecto a través del bono y del pago correspondiente por parte de las empresas (factura original para el caso del dinero del proyecto, copia de la factura para el pago por parte de la empresa, como se estipule en las bases y condiciones)
- g) Identificar necesidades en el nodo tecno creativo de las empresas asistidas.
- h) Documentar las lecciones aprendidas del concurso en su comunicación y relacionamiento con las propuestas incubadas, para ser tenidas en cuenta para próximos concursos.
- i) Apoyar al equipo ejecutor del CIRD en otras actividades vinculadas al proyecto.

7. PRODUCTOS ESPERADOS

Se espera que la consultoría genere los siguientes resultados;

Para los gestores de innovación que dan asistencia desde el inicio del concurso:

- 60 Empresas como mínimo son beneficiadas con asistencia técnica a lo largo del proceso de presentación en F6S o la plataforma a utilizar del bono creativo.
- Un documento que contenga el listado de las ideas presentadas, con estadísticas relevantes y su respectivo análisis para ser circulado al comité evaluador.

Informe 1: Presentar informe Resumen de las propuestas presentadas:

- Listado ranqueado de ideas/soluciones solicitadas con su análisis y evaluación.
- Análisis por tipo de servicio solicitado por las empresas y sacar alguna estadística relevante (tema, monto, etc.).
- Lecciones aprendidas de la primera etapa del concurso.

Para los gestores de innovación que están desde el inicio del concurso mas los que se incorporan en esta etapa de asistencia técnica a las empresas ganadoras:

- Plan de trabajo para las empresas ganadoras.
- 25 empresas son beneficiadas del Matching grant y reciben asistencia técnica.

Informe 2: Informe intermedio: Plan de trabajo para las empresas ganadoras.

Informe 3: Informe final: sistematización de las experiencias de las empresas ganadoras, lecciones aprendidas (video, fotos, testimonios).

Informe 4: Plan de comunicación y difusión de las ideas implementadas (evento Primavera Naranja, próximos concursos, otros eventos o talleres organizados por el proyecto).

8. LUGAR Y PLAZO

La consultoría se realizará en las oficinas del CIRD, en las empresas asignadas, salones asignados y donde se desarrollen las actividades, para el cumplimiento del servicio a prestar.

Contrato abierto.

9. SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

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

10. PERFIL REQUERIDO DEL CONSULTOR

El Consultor debe contar con el siguiente perfil mínimo:

10.1. FORMACIÓN PROFESIONAL ACADEMICO

Título/Nivel académico: Máster en las áreas de Gestión, Innovación, Emprendimiento, Marketing, Comercio Exterior o Administración.

10.2. EXPERIENCIA PROFESIONAL GENERAL:

- Experiencia laboral general, no menor de diez (10) años.
- Experiencia laboral específica, no menor a cinco (5) años en temas de gestión relacionados a temas de innovación y creatividad.

10.3. EXPERIENCIA PROFESIONAL ESPECÍFICA

Áreas de especialización académica y/o laboral: Gestión de proyectos; Gestión de Innovación; Marketing, Comunicación y/o (e) TICs (Tecnología de la Información y la Comunicación).

10.4. OTROS CONOCIMIENTOS Y/O DESTREZAS (Opcional):

- a) Buen manejo de herramientas digitales
- b) Conocimiento de inglés.
- c) La capacidad de relacionamiento interpersonal y experiencia en alianzas institucionales.
- d) Habilidad de negociación
- e) Búsqueda de alternativas para lograr acuerdos gana-gana entre las partes.
- f) Solución de problemas
- g) Pro actividad
- h) Capacidad para documentar el trabajo realizado

11. MODALIDAD DE CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO

- El contrato será pagadero por mensualmente.
- Monto es Gs. 6.000.000 (Seis millones de guaraníes).
- El monto del contrato incluye todos los impuestos de ley; el consultor será responsable de su cumplimiento.

12. FECHA Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE POSTULACIÓN

- La misma debe estar dirigida al Dr. Agustín Carrizosa, Presidente Ejecutivo del CIRD, indicando el nombre y número de la Convocatoria.
- Se recibirán consultas, únicamente, vía e-mail a la siguiente dirección de mail: vromero@cird.org.py
- La carta y el CV deberán presentarse al CIRD vía email a: vromero@cird.org.py, a más tardar el día 14 de diciembre de 2018 hasta las 12:00 hs.