



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

# Identificación y medición de brechas de capital humano del sector Audiovisual

Economía Naranja

Ministerio de Cultura  
Ministerio del Trabajo



**MINISTRA DE CULTURA DE COLOMBIA**

Carmen Inés Vásquez Camacho

**VICEMINISTRO DE LA CREATIVIDAD Y LA ECONOMÍA NARANJA**

Pedro Felipe Buitrago Restrepo

**VICEMINISTRO DE FOMENTO REGIONAL Y PATRIMONIO**

José Ignacio Argote López

**SECRETARIO GENERAL**

Julián David Sterling Olave

**DIRECTOR DE PATRIMONIO Y MEMORIA**

Alberto Escovar Wilson-White

**DIRECTORA DE ARTES**

Amalia de Pombo

**DIRECTOR DE AUDIOVISUALES, CINE Y MEDIOS INTERACTIVOS**

Jaime Tenorio Tascón

**EQUIPO DE FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO**

Angie Carolina Pinzón Quintero  
Cristian Camilo Cárdenas Loaiza  
Karen Lorena García Galindo  
Quindi Mesías Rojas  
Yanira Corredor García

**EQUIPO ASESOR DIRECCION DE AUDIOVISUALES, CINE Y MEDIOS INTERACTIVOS**

Ricardo Cantor Bossa  
Giovanna Segovia Mercado

**MINISTRO DEL TRABAJO**

Ángel Custodio Cabrera

**VICEMINISTRO DE EMPLEO Y PENSIONES**

Andrés Felipe Uribe Medina

**DIRECTORA DE GENERACIÓN Y PROTECCIÓN DEL EMPLEO Y SUBSIDIO FAMILIAR**

Martha Liliana Agudelo Valencia

**SUBDIRECTOR DE ANÁLISIS, MONITOREO Y PROSPECTIVA LABORAL**

Oscar Fabián Riomaña Trigueros

**AUTORES**

Angie Carolina Pinzón Quintero  
Clara Liliana Montero Rodríguez  
Oscar Fabián Riomaña Trigueros  
Ruth Marina Colmenares Baena  
Raúl Ernesto Casas Valencia

**FOTOS**

RTVC Sistema de Medios Públicos

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**

Félix Enrique González Calderón

República de Colombia

Copyright Ministerio del Trabajo y Ministerio de Cultura, 2020

Primera Edición, Julio de 2020

ISBN 978-958-753-385-9

# TABLA DE CONTENIDO

LENS

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>ANTECEDENTES Y MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>7</b>
<b>ANTECEDENTES POLÍTICOS Y NORMATIVOS.....</b>	<b>9</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA.....</b>	<b>10</b>
<b>1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL.....</b>	<b>12</b>
1.1 CONTEXTO DE LA DEMANDA LABORAL PARA EL SECTOR.....	13
1.2 ANÁLISIS DE LOS CARGOS DEMANDADOS POR EL SECTOR.....	18
<b>2. ANÁLISIS DE PROSPECTIVA LABORAL.....</b>	<b>26</b>
2.1 CONTEXTO DE LA PROSPECTIVA LABORAL PARA EL SECTOR.....	26
2.2 ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS IDENTIFICADAS PARA EL SECTOR.....	26
2.3 ANÁLISIS DE IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO.....	39
2.4 ANÁLISIS DE DESCRIPTORES PARA LOS CARGOS REQUERIDOS A FUTURO EN EL SECTOR.....	44
<b>3. ANÁLISIS DE OFERTA EDUCATIVA.....</b>	<b>53</b>
3.1 CONTEXTO DE LA OFERTA EDUCATIVA PARA EL SECTOR A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL:.....	53
3.2 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA DE ESTE COMPONENTE:.....	54
3.3 ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CIFRAS DE OFERTA EDUCATIVA.....	55
3.3.1 Caracterización de programas de formación.....	56
3.3.2 Análisis de matriculados y egresados.....	63
3.4 ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON EL SECTOR.....	68
<b>4. ANÁLISIS DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO.....</b>	<b>79</b>
4.1 CONTEXTO DE LAS BRECHAS DE CAPITAL HUMANO PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL.....	79
4.2 TIPOLOGÍAS DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO.....	81
4.3 ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD:.....	82
4.4 ANÁLISIS DE BRECHAS DE PERTINENCIA Y DE CALIDAD.....	89
<b>5. ANÁLISIS DEL SECTOR.....</b>	<b>101</b>
5.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO.....	101
5.1.1 Variables Internas.....	101
5.1.2 Variables Externas.....	102
5.2 ESCENARIOS.....	111
<b>FUENTES CONSULTADAS Y CITADAS.....</b>	<b>114</b>

105 mm

# TABLA DE CONTENIDO

LENS

## CUADROS

CUADRO 1. EMPLEOS RELACIONADOS CON LA CULTURA Y ECONOMÍA NARANJA.....	17
CUADRO 2. DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ETDH POR DEPARTAMENTO.....	57
CUADRO 3. NÚMEROS DE PROGRAMAS POR CATEGORÍA DE ACUERDO CON LOS PROCESOS DE UN PROYECTO AUDIOVISUAL EN LAS 4 CIUDADES DEL ESTUDIO.....	62
CUADRO 4. NÚMEROS DE PROGRAMAS POR CATEGORÍA DE ACUERDO CON LOS PROCESOS DE UN PROYECTO AUDIOVISUAL.....	63

## GRÁFICOS

GRÁFICO 1: COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO SEGÚN ÁREAS EN LA CULTURA Y ECONOMÍA NARANJA 2014 - 2018.....	5
GRÁFICO 2. COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO SEGÚN SECTORES EN INDUSTRIAS CULTURALES.....	14
GRÁFICO 3. COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO SEGÚN FUENTES DE INFORMACIÓN EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES.....	15
GRÁFICO 4. ÁREAS DEL CONOCIMIENTO QUE FORMAN AL CAPITAL HUMANO DEL SECTOR AUDIOVISUAL.....	53
GRÁFICO 5. DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR POR NIVEL DE FORMACIÓN.....	58
GRÁFICO 6. DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS DE ETDH Y SENA POR TIPO DE CERTIFICADO.....	58
GRÁFICO 7. INFORMACIÓN HISTÓRICA DE MATRICULADOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....	63
GRÁFICO 8. DISTRIBUCIÓN DE LA MATRÍCULA POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO.....	64
GRÁFICO 9. NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS POR NÚCLEOS DE CONOCIMIENTO.....	65
GRÁFICO 10. INFORMACIÓN HISTÓRICA DE MATRICULADOS Y CERTIFICADOS EN ETDH.....	66
GRÁFICO 11. DISTRIBUCIÓN DE LOS EGRESADOS SEGÚN ÁREAS DEL CONOCIMIENTO.....	67
GRÁFICO 12. COMPARACIÓN DEL VALOR AGREGADO DE LA ECONOMÍA NARANJA CON OTROS SECTORES ECONÓMICOS EN BOGOTÁ.....	112

105 mm

24-105 mm

# TABLA DE CONTENIDO

LENS

## TABLAS

TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL.....	20
TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES.....	27
TABLA 3. IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO - AUDIOVISUALES.....	40
TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES.....	45
TABLA 5. INSTITUCIONES EDUCATIVAS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO.....	55
TABLA 6. MUESTRA DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, ETDH Y CURSOS INFORMALES PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL.....	60
TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES.....	70
TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD.....	84
TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA.....	93
TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA EL SECTOR DE AUDIOVISUALES.....	105
ANEXO 1. FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....	115
ANEXO 2. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA PARA GRUPOS FOCALES.....	116
ANEXO 3 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA PARA ENTREVISTAS.....	117
ANEXO 4 INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS FOCALES.....	118
ANEXO 5 INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS.....	120

105 mm

24-105 mm 1:4

Con el **Plan Nacional de Desarrollo** 2018-2022 se contempla un conjunto de estrategias para el fortalecimiento y consolidación de las industrias culturales y creativas, denominadas como Economía Naranja. El gobierno nacional considera la Economía Naranja como uno de los motores que jalonará la economía con el crecimiento social y cultural.

El Pacto por la Protección y Promoción de nuestra Cultura y desarrollo de la Economía Naranja y la Creatividad, impulsa la producción de bienes y servicios con generación de valor económico en toda la cadena, desde creadores, productores culturales y creativos, hasta la gran empresa creativa y consumidores. Igualmente, es un mecanismo adicional para avanzar en la descentralización económica y financiera que reclaman las regiones de Colombia en la búsqueda de la equidad y la igualdad.

Dentro de las acciones de cumplimiento del Pacto por la Cultura las dos líneas de acción plantean las estrategias que de manera complementaria permitirán el cierre de brechas del Capital Humano.

**A.** Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios en su Objetivo 3 plantea Mejorar y cualificar la formación artística y cultural: “En el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones, el Ministerio de Cultura, en conjunto con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Trabajo, adelantará el análisis de brechas de capital humano y el diseño de cualificaciones del sector cultura...”

**B.** Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias; Objetivo 6. “Generar condiciones habilitantes para la inclusión del capital humano en la economía naranja. La consolidación del capital humano para la economía naranja se dará en el marco de las apuestas del Sistema Nacional de Cualificaciones -SNC...”.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo - BID, las Industrias Culturales y Creativas-ICC crecen más rápido que la economía mundial en su conjunto, muchas incluso crecen a tasas de dos dígitos y son intensivas en generación de empleo, en especial para jóvenes, en concordancia con los cambios de la economía mundial, que pasó de un paradigma basado en las manufacturas a una economía del conocimiento y la información.

**El abc de la Economía Naranja** plantea su definición como “... una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual” y los objetivos de la línea B del PND incluyen:

- 1.** Información efectiva.
- 2.** Fortalecer entorno institucional.
- 3.** Potencializar oferta pública.
- 4.** Impulsar agendas creativas y ADN
- 5.** Integración con mercados internacionales y otros sectores productivos.
- 6.** Condiciones habilitantes para capital humano.
- 7.** Promoción de la propiedad intelectual.

La Economía Naranja, comprende los sectores relacionados con la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural y creativo, que en muchos casos pueden protegerse por los derechos de propiedad intelectual. Las actividades que conforman la Economía naranja se pueden clasificar en desarrollos, bienes o servicios que hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales; su organización se da en tres grupos de actividades: las artes y el patrimonio, las industrias culturales y las industrias creativas, nuevos medios y software de contenidos.

## INFOGRAFÍA: ÁREAS ECONOMÍA NARANJA

### Artes y Patrimonio

Artes Visuales	Pintura, escultura, fotografía, video arte y performance.
Artes Escénicas	Conciertos, ópera, circo, orquestas, danza y teatro.
Turismo y Patrimonio Cultural	Museos, cocinas tradicionales, artesanías, parques naturales, bibliotecas, archivos, festivales y carnavales.
Educación	Formación en oficios de las artes y el patrimonio, formación en prácticas artísticas, formación en gestión y emprendimiento cultural.
Gastronomía	Cocinas tradicionales y bebidas alcohólicas tradicionales.
Artesanías	Indígena, tradicional popular y contemporánea.

### Industrias Culturales

Editorial	Librerías, libros, periódicos, revistas y literatura.
Fonográfica	Música grabada.
Audiovisual	Cine, televisión, video y radio.

### Industrias Creativas, Nuevos Medios y Software de Contenidos

Medios Digitales	Videjuegos, contenidos interactivos audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de apps (código programación) y animación. Agencias de noticias y otros servicios de información.
Diseño	Interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes, industrial (productos), arquitectura, moda y mobiliario.
Publicidad	Servicios de asesoría; servicios creativos; producción de material publicitario; utilización de medios de difusión, creación y realización de campañas de publicidad; campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios.

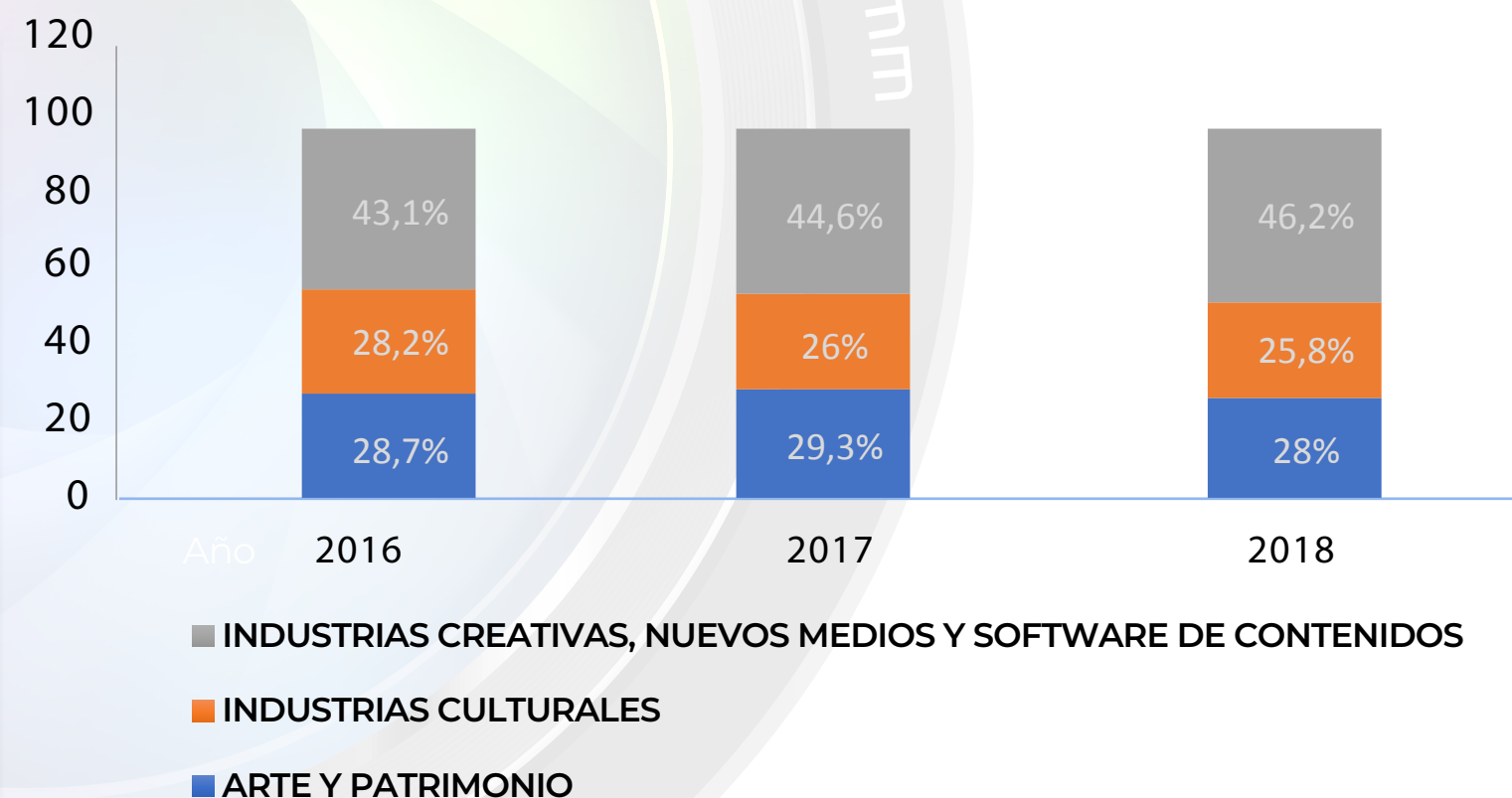
# INTRODUCCIÓN

LENS

Dicha clasificación ha permitido con el liderazgo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE en coordinación con el Ministerio de Cultura, la actualización de datos y alcances de la Cuenta Satélite de Cultura-CSC, denominada desde el año 2018 Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja; lo resultados mencionan que la participación promedio de las áreas en el valor agregado de la cultura y Economía Naranja, para 2016 – 2018p es del 44,6% en las creaciones funcionales, 28,7% en las artes y patrimonio y 26,7% en industrias culturales; información que para el caso del sector audiovisual se presentará en el capítulo 1 del texto.



**Gráfico 1: Composición del valor agregado según áreas en la cultura y economía naranja 2014 - 2018**





A partir de las estrategias antes enunciadas y enfocadas en el cierre de brechas de capital humano el Ministerio de Cultura de manera articulada con el Ministerio del Trabajo, convenio 2972 de 2018, y con el Ministerio de Educación, convenio 792 de 2018, desarrollan las acciones que en el Marco del Sistema Nacional de Cualificaciones permitan adelantar la ruta metodológica para el diseño de los catálogos de cualificaciones del sector cultura, atendiendo a las 3 categorías de la Economía Naranja Artes y Patrimonio, Industrias culturales e Industrias Creativas, Nuevos medios y Software de contenidos.

Este informe es producto de la articulación de los resultados obtenidos a partir de los Convenios de Cooperación 325-19, suscrito entre el Ministerio de Trabajo y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), y el Convenio 2972 suscrito entre el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Cultura, los cuales hacen alusión a la implementación de la metodología de identificación y medición de brechas de capital humano en el ámbito audiovisual: Radio Cine, Video y Televisión que hacen parte de la categoría 2 de la Economía Naranja.

En este sentido, los resultados de la metodología se presentan organizados en los siguientes capítulos:

**1. ANTECEDENTES Y MARCO CONCEPTUAL:** Descripción de la metodología y ficha técnica de actores participantes.

**2. CAPÍTULO 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL:** Contexto de la demanda laboral para los sectores de radio, cine, video y televisión y análisis de los cargos demandados por el sector.

**3. CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE PROSPECTIVA LABORAL:** Contexto de la prospectiva laboral, análisis de las tendencias identificadas, análisis de impactos ocupacionales para el sector en el futuro, análisis de descriptores para los cargos requeridos a futuro.

**4. CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE OFERTA EDUCATIVA:** Contexto de la oferta educativa nivel regional y nacional, análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta educativa de los programas de formación relacionados con el sector.

**5. CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO:** Contexto de las brechas de capital humano para el sector a nivel regional y nacional, descripción y análisis de las tipologías de brechas a identificar (cantidad, pertinencia, calidad y perfilamiento)

**6. CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DEL SECTOR:** Identificación de factores de cambio del entorno (lo cual sale de variables estratégicas)

Para finalizar se hace énfasis en que la información presentada se suma a los resultados de la implementación de la ruta unificada del Diseño de Cualificaciones en su etapa B hace parte de la información clave que permite el diseño de cualificaciones y favorecen el cierre de brechas de capital humano.

Hay que anotar que en la recolección de información de las entrevistas no se mencionaron algunos cargos que hacen parte del ecosistema de la industria audiovisual, dadas las características de los entrevistados, las limitaciones del tiempo para el desarrollo de la entrevista y el amplio número de cargos que requiere esta industria.

En Colombia, el CONPES 3659 de 2010, establece la Política Nacional para el Desarrollo de las Industrias Culturales; entiende las “industrias culturales” como aquellos sectores productivos donde se conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor (Departamento Administrativo Nacional-DANE, 2010).

Son múltiples las aproximaciones analíticas que se han desarrollado sobre la relación entre cultura y economía, lo que ha dado como resultado una multiplicidad de debates y posturas sobre los conceptos que se derivan de esta.

**1. Economía de la cultura y economía cultural.** Con base en las aproximaciones conceptuales de la UNCTAD (2010) CONFERENCIA DE LA NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO, por sus siglas en inglés, se abordarán dos conceptos en torno a la economía y la cultura, a saber:

1.1. La Economía de la cultura entendida como una rama de la economía o un área de especialización de esta ciencia, aplicado al arte, la cultura y el patrimonio; y 1.2. La economía cultural, entendida como el funcionamiento del sistema económico del sector cultural, la producción de bienes y servicios culturales, y el comportamiento de los agentes, consumidores y actores institucionales asociados.

1.2. Economía creativa. De acuerdo con la UNCTAD (2010) la economía creativa es el conjunto de actividades relacionadas con la creatividad y el capital intelectual, generadores de valor agregado y desarrollo. Bajo este marco, impulsa la generación de empleo y el crecimiento económico, pero también es inclusiva y diversa, incorporando las dimensiones socioeconómicas, culturales y tecnológicas, que tienen como centro a las industrias creativas (Secretaría Distrital de Planeación, 2019)

**2. Economía Naranja.** En el año 2013, el Banco Interamericano de Desarrollo-BID creó el término de Economía Naranja como otra manera de referirse a la economía creativa, definiéndolo como: “el conjunto específico de actividades basadas en la creatividad 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” (Banco Interamericano de Desarrollo-BID, 2013).

**3. Industrias Culturales.** La UNCTAD (2010) citando a la Unesco (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), define las industrias culturales como: Aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son abstractos y de índole cultural. Estos contenidos que pueden tomar forma de bienes y servicios, generalmente están protegidos por “derechos de autor”. Estas industrias están centradas en promover y mantener la diversidad cultural y asegurar el acceso democrático.

En América Latina este concepto ha experimentado cambios positivos que se derivan de su desarrollo, reconociendo que fomentar y fortalecer las industrias culturales propias, es una oportunidad para alcanzar el desarrollo sostenible de la población (Ministerio de Cultura, 2010)

**4. Industrias Creativas.** Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y son definidas por la UNCTAD (2010) como: “los ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios que tienen como base fundamental la creatividad y el capital intelectual” (Economía Creativa, 2013)

Estas industrias abarcan un conjunto productivo más amplio que el de las industrias culturales, pues, además de los bienes y servicios culturales, también incluyen aquellos que dependen de la innovación y tienen su origen en la creatividad (Unesco & PNUD, 2014). La diferencia entre las dos industrias (las culturales y las creativas) radica en lo que genera el valor del bien o servicio producido, ya que la industria cultural se centra en las actividades tradicionalmente asociadas al sector cultura, mientras que la industria creativa deriva su producción de actividades basadas en la creatividad y el capital intelectual, susceptibles de generar valor económico y derechos de propiedad intelectual (Secretaría Distrital de Planeación, 2019)

**5. Propiedad Intelectual.** Una característica fundamental de las industrias culturales y creativas es la Propiedad Intelectual. Su protección tiene dos efectos, de una parte, ampara los derechos de propiedad que tienen los creadores sobre sus ideas, y de la otra, puede generar reconocimiento y retribución económica. Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual- OMPI, “la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente (invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio)”.

Este concepto se divide en dos (2) categorías: (i) la propiedad industrial, que hace referencia a una serie de derechos que puede poseer una persona natural o jurídica sobre una invención y abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales, la denominación de origen, entre otros; y (ii) los derechos de autor, que hace referencia a los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas, cobijando las obras literarias, la música, las películas, las pinturas, las fotografías, la escultura, hasta los diseños arquitectónicos, dibujos técnicos, los mapas, entre otros (Organización Mundial de Propiedad Intelectual-OMPI, s.f.).

Las industrias creativas cuyo modelo de negocio involucra los bienes y servicios, y actividades de contenido creativo, cultural o artístico, pueden explotar aquellos activos intangibles amparados por la propiedad industrial y los derechos de autor. Por lo tanto, se requiere brindar asesoría y acompañamiento para la adecuada identificación, protección, gestión y explotación de sus activos intangibles p.16 (Secretaría Distrital de Planeación, 2019).

**6. Emprendimiento en Colombia.** La Ley 1014 de 2006 define el emprendimiento como: Una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. El emprendimiento cultural en particular, es entendido por la Unesco (2010) como: “una iniciativa o proyecto cultural y creativo con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo en una institución o empresa cultural” p. 135 (UNESCO, 2010)



A partir de la Constitución Política de Colombia de 1991 en los Artículos 70, 71 y 72, se incluye la cultura como un elemento que hace parte de la estructura de la Nación y se establecen principios relacionados con las libertades y los derechos culturales. Asimismo, se establece la obligación constitucional de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos, por lo cual el gobierno ha venido trabajando en el desarrollo de un marco normativo para el sector cultural y artístico.

La Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura sienta las bases para la transformación de la cultura en el país y parte de los principios de descentralización, de participación, de planeación, de la autonomía y de las competencias territoriales. De la Constitución de 1991 y la Ley General de Cultura se deriva toda la legislación colombiana en material cultural.

El Gobierno Nacional expidió los decretos 2020 de 2018 y 692 de 2020, los cuales le conceden al Ministerio de Cultura las siguientes funciones:

### **Decreto 2020 de 2018:**

- Artículo 11. Funciones de la Dirección de Patrimonio y Memoria. Son funciones de la Dirección de Patrimonio y Memoria, las siguientes:
  - 2- Elaborar, ejecutar y controlar los planes, programas y proyectos tendientes a la salvaguardia, conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio cultural del país.
  - 7- Orientar y apoyar los programas en educación terciaria, para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH), educación formal, educación continuada y capacitación profesional y universitaria, entorno a la salvaguardia, protección, conservación y restauración del patrimonio cultural.

- Artículo 14. Funciones del Despacho del Viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja. Son funciones del Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja, las siguientes:
  - 13- Diseñar, en coordinación con el Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Ministerio de Trabajo, los oficios y las cualificaciones requeridas por los sectores pertenecientes a la economía naranja, que deberán ser incluidas en el Marco Nacional de Cualificaciones (MNC).
- Artículo 15. Funciones de la Dirección de Artes. Son funciones de la Dirección de Artes, las siguientes:
  - Promover y fomentar, en coordinación con el Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio de Trabajo, la formación artística, con el objeto de ampliar y formalizar la oferta en sus distintos niveles.

### **Decreto 692 de 2020**

- Artículo 17. Funciones de la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento. Son funciones de la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento, define entre otras la siguiente función:
  - 13. Apoyar y asesorar a las instituciones competentes en la definición de lineamientos de política y en la identificación de brechas de capital humano con el fin de contribuir al emprendimiento cultural y al fortalecimiento de la economía creativa

# DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA

La metodología de identificación de brechas de capital humano es una de las muchas iniciativas que ha trazado el Gobierno Nacional para promover el cierre de brechas, donde el Ministerio del Trabajo es la entidad que tiene la responsabilidad de diseñarla y aplicarla, según los compromisos acordados en el Conpes 3866 sobre la Política de Desarrollo Productivo. Bajo este enfoque, la identificación y medición de brechas es un elemento central para la generación de estrategias de cierre de brechas que permitan aumentar la competitividad del país y la prosperidad social y económica de toda la sociedad colombiana.

La implementación de la metodología de Identificación de Brechas de Capital Humano se hace a través de una serie de etapas: que contemplan desde la caracterización del sector, el análisis de demanda laboral, el análisis de la oferta educativa, prospectiva laboral y el análisis de variables estratégicas, éste último ejercicio en alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), tomando como referente la recolección de información primaria a través de consulta con actores del ecosistema de capital humano de los sectores económicos y de fuentes secundarias.

Dentro del ejercicio elaborado con el Ministerio de Cultura en las regiones de Antioquia – Medellín, Valle del Cauca- Cali, Atlántico- Barranquilla y Cundinamarca – Bogotá para abordar el sector Audiovisual se considera que el análisis de brechas de capital humano es un insumo clave para el diseño de los catálogos de cualificaciones del sector cultura, atendiendo a las 3 categorías de la Economía Naranja: Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales.

El estudio de Identificación de Brechas de Capital Humano encierra en primera instancia, la revisión de estudios previos que se han realizado a nivel nacional por parte de diferentes entidades, como son el Servicio Público de Empleo (SPE), Cámara de Comercio de Bogotá (CCB),

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), centros de empleo, Centro Nacional de Consultoría (CNC), además de un ejercicio de levantamiento de información para las regiones analizadas a partir de consultas realizadas a través de grupos focales y entrevistas a empresas, agremiaciones, instituciones educativas y formativas, head hunters (cazatalentos) y demás actores relevantes que hacen parte del ecosistema creativo colombiano. Tomando como insumo la información primaria y secundaria recolectada de las fuentes anteriormente descritas, que permite determinar y analizar cuáles son los factores que generan desbalances o desajustes entre la oferta y la demanda de trabajo y de la oferta educativa y formativa.

Mediante la realización de grupos focales para los subsectores y regiones priorizadas, y entrevistas semiestructuradas a los actores identificados, tanto de demanda como de oferta educativa y centros de empleo, se determinó el panorama actual de cargos, así como cargos de alta demanda y cargos críticos o de difícil colocación, y el estado de los diferentes programas educativos que se ofrecen en cada región y aquellos que se requerirían. Para el estudio se escogió una muestra cualitativa de expertos del sector en las ciudades en donde se encuentran la mayoría de las empresas y centros de formación del sector audiovisual.

A través de las diferentes categorías de tendencias identificadas en estudios previos y en los grupos focales, tales como tecnológicas, organizacionales y medioambientales, con sus horizontes temporales y de impacto, se consolida una información de prospectiva laboral. Con los hallazgos y percepciones recogidas en el trabajo de campo, se determinan las brechas de capital humano, en sus tipologías: Cantidad, Calidad y Pertinencia, identificadas para el sector.

Finalmente, con base en las variables estratégicas determinadas por sector, socioeconómicas, políticas, legales, entre otras, de acuerdo con la información obtenida en los grupos focales, y en fuentes secundarias, se hace un análisis estratégico del entorno, con sus factores de cambio y se configuran posibles escenarios, que a futuro afectarán positiva o negativamente al sector.

En la primera sección de este documento se realiza la revisión de las características de la demanda laboral en su contexto, identificando los cargos demandados y sus correspondientes descriptores (funciones, conocimientos, habilidades y competencias transversales), además de las falencias descritas por empresarios y asociaciones.

La segunda sección contiene los resultados del enfoque de prospectiva laboral, que inició con la identificación y validación de tendencias que se prevé impacten el desarrollo futuro del sector, cuyos impactos sobre las ocupaciones fueron identificados en las empresas y asociaciones que participaron en el estudio, con respecto a la relevancia de los cargos, su transformación o el surgimiento de nuevos cargos. A partir del tipo de impacto, se indagó acerca de los cambios en los descriptores de cada uno de los cargos.

En la tercera sección se desarrolla el análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta educativa, el cual consta del mapeo nacional de los programas de educación y formación asociados, describiendo la metodología con la cual se imparten, el nivel de formación y las áreas de conocimiento, así como los contenidos curriculares de dichos programas. Esta información es obtenida de las plataformas como el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), el Sistema de Información de la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (SIET), el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (SACES) y el Observatorio Laboral para la Educación (OLE), además de las páginas web de las instituciones

educativas y formativas que se complementa y contrasta con información primaria recolectada a través de entrevistas a directores de programa y encargados de diseños curriculares del sector educativo y formativo.

Tomando los insumos procedentes del análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta educativa y formativa y la demanda laboral, se avanza en el análisis de las brechas de capital humano en el cuarto capítulo, observando los hallazgos en relación con cada una de las tipologías de brechas (Cantidad, Calidad y Pertinencia), cuyos hallazgos se describen en dicho capítulo.

En la última sección se presenta un análisis del sector desarrollado con la metodología provista por el Sistema de Prospectiva, Vigilancia e Inteligencia Organizacional (PREVIOS) del SENA, mediante la cual se consulta a diferentes actores que hacen parte del ecosistema del sector, con el objetivo de identificar las características y priorizar de algunas variables de diferentes categorías, que pueden afectarlo de manera positiva o negativa, a nivel externo en las dimensiones: económica, político-legal, sociocultural, demográfica y creativa, tecnológica y ambiental y a nivel interno se verificó la percepción de los empresarios en cuanto a sus capacidades de dirección, tecnológica, de talento humano y competitiva.

# 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL

El sector audiovisual contempla principalmente la radio, la televisión, el cine y el video, para el cual distintas investigaciones desarrolladas por diferentes organismos intergubernamentales, instituciones académicas y entidades estatales en muchos países, han venido señalando la importancia que tiene esta actividad productiva para las economías nacionales. Indicadores como el PIB, el volumen de intercambio comercial de servicios audiovisuales, la oferta y la demanda de los productos asociados a este sector, el comportamiento de las audiencias o la asistencia y consumo de estos productos culturales, son requeridos para hacer política pública y tomar decisiones empresariales de un sector productivo como este, el cual transa contenidos culturales.

Referentes especializados en materia de estadísticas y lineamientos en cultura y creatividad como UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, por su sigla en inglés) UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, por su sigla en inglés), el Convenio Andrés Bello o el Banco Interamericano de Desarrollo, han elaborado diversas formas de determinar y clasificar las actividades y prácticas productivas, cuyos resultados generan contenidos simbólicos asociados a las artes, la creatividad y la cultura. Hablar de Economía Creativa, Economía de la Cultura, Industrias Culturales, Industrias Creativas, Industrias de Contenido, Campo Cultural o la reciente propuesta de Economía Naranja, implica abordar más o menos las mismas actividades productivas. Sin embargo, existen algunas diferencias conceptuales y de clasificación en donde se establecen los elementos que mayor discusión generan entre las diferentes denominaciones, lo cual determina impactos en la formulación de política pública de los países.

Actualmente, con la promulgación de la Ley 1834 de 2017 se estableció oficialmente para Colombia una segmentación que han venido adoptando las instituciones públicas que hacen parte del denominado Consejo

Nacional de Economía Naranja. A partir de allí el DANE actualizó la Cuenta Satélite de Cultura, ampliando su clasificación y medición económica, estableciendo tres áreas de la Economía Naranja: Artes y patrimonio; Industrias Culturales; e Industrias Creativas. Según el segundo Reporte Naranja, la participación del Valor Agregado de la Economía Creativa en el total de del Valor Agregado del país, fue de 3,2% para el año 2018. Con relación a lo anterior, la composición promedio del Valor Agregado por áreas de la Economía Creativa entre los años 2014 a 2018 fue de la siguiente manera: las Industrias Creativas aportaron el 44,4%, las Artes y el Patrimonio 28,3% y las Industrias Culturales 27,3%.

Uno de los temas más destacados recientemente desde la política pública nacional y local, tiene que ver con el capital humano que interviene en el universo audiovisual. Para poder comprender de una manera global el escenario actual del comportamiento del mercado laboral, así como las dinámicas de oferta y demanda de empleo, es necesario presentar el panorama general del ecosistema audiovisual, teniendo en cuenta una variable muy importante; y es que el producto que resulta de este proceso productivo no sólo tiene implicaciones económicas, sino que también produce valor social, patrimonial y cultural.

El presente capítulo hace una descripción general de la demanda laboral del sector audiovisual en Colombia, tomando como referencia varios estudios e investigaciones socioeconómicas realizadas por instituciones como el Ministerio de Cultura, el Ministerio del Trabajo, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, el Servicio Nacional de Aprendizaje, la Cámara de Comercio de Bogotá, el Convenio Andrés Bello, entre otras. Posteriormente, se elabora un análisis descriptivo ocupacional del sector, tomando como referencia los resultados arrojados por la identificación y los primeros análisis de las brechas del capital humano para el campo audiovisual.

## 1.1 CONTEXTO DE LA DEMANDA LABORAL PARA EL SECTOR:

Con el inicio del siglo XXI, las políticas públicas en Colombia a propósito de las actividades culturales productivas del país, iniciaron una nueva etapa en gran medida como consecuencia de la creación del Ministerio de Cultura. Leyes como la del Cine (Ley 814 de 2003 y Ley 1556 de 2012), la de los espectáculos públicos (Ley 1493 de 2011), la del libro (Ley 98 de 1993) y más recientemente la de la economía creativa (Ley 1834 de 2017) han dado vía al fortalecimiento de un sector como el audiovisual. De igual manera los Consejos Nacionales de Política Económica y Social (CONPES 3162 de 2002 y 3859 de 2010), la política de Emprendimiento Cultural y los planes decenales de cultura, han aportado en la misma línea.

Este escenario se complementa con la emergencia y crecimiento cada vez mayor de las denominadas industrias culturales y creativas, en donde el universo audiovisual toma un papel preponderante en la medida en que la radio, el cine, la televisión y el video son generadores de valor agregado para la economía del país y a su vez estimulan la empleabilidad y la posibilidad de producir transformaciones sociales desde los territorios. Sin embargo, este panorama es muy volátil, en tanto que las tensiones y complejidades propias de un sector cuyos productos son contenidos simbólicos, tienen muchas aristas por dónde analizarlo, pues el factor económico en muchos casos es lo primordial, en donde muchas veces quienes tienen mayor músculo financiero, es quien determina qué se produce. Asimismo, la falta de oportunidades laborales, las difíciles condiciones laborales y las brechas existentes entre la oferta educativa y laboral en relación con la demanda de las empresas, hace que sea necesaria la intervención del estado con políticas que fortalezcan el capital humano audiovisual en todo su ecosistema de valor.

LENS

Las características del sector productivo audiovisual las comparte con la mayoría de los demás sectores de las industrias culturales del país. El ecosistema de valor está conformado por un grupo reducido de empresas grandes (de 50 o más empleados) que controlan buena parte del mercado y en los últimos años son multinacionales que se asientan en el país, luego vienen las empresas medianas (entre 11 y 49 empleados) y las empresas pequeñas (de 1 a 10 empleados) que son un gran número en el país y que en su mayoría sufren muchos problemas de sostenibilidad. Por último, están las personas naturales que elaboran proyectos o prestan servicios tercerizados a otras empresas. También se debe destacar que existen producciones audiovisuales alternativas cuya función es social y se desarrolla más a nivel colectivo cuya finalidad no es el ánimo de lucro.

Otra de las características del sector audiovisual radica en las empresas que generan mayores ingresos económicos son las que hacen producciones comerciales que apuntan a productos mainstream fáciles de consumir. Luego se encuentran la producción estatal, la universitaria y la comunitaria que tiene mucho impacto social en los territorios. Otro elemento relevante es que las empresas de este sector, sin importar su tamaño o su objetivo sea social o netamente comercial, están generando contenidos culturales susceptibles de transitar por diversos soportes y plataformas, es decir, que sus productos son transmediales.

De acuerdo con lo anterior, y revisando datos económicos del sector se puede observar que el campo audiovisual en Colombia es una de las industrias culturales que más aportan económicamente. Con un promedio de 63.9% de la participación en la composición del Valor Agregado de las Industrias Culturales en la economía del país, el sector audiovisual generó alrededor de 3.9 billones de pesos para el año 2018, muy por encima de industrias como la editorial y la música.



## VALOR AGREGADO, INDUSTRIAS CULTURALES, SEGÚN SEGMENTOS

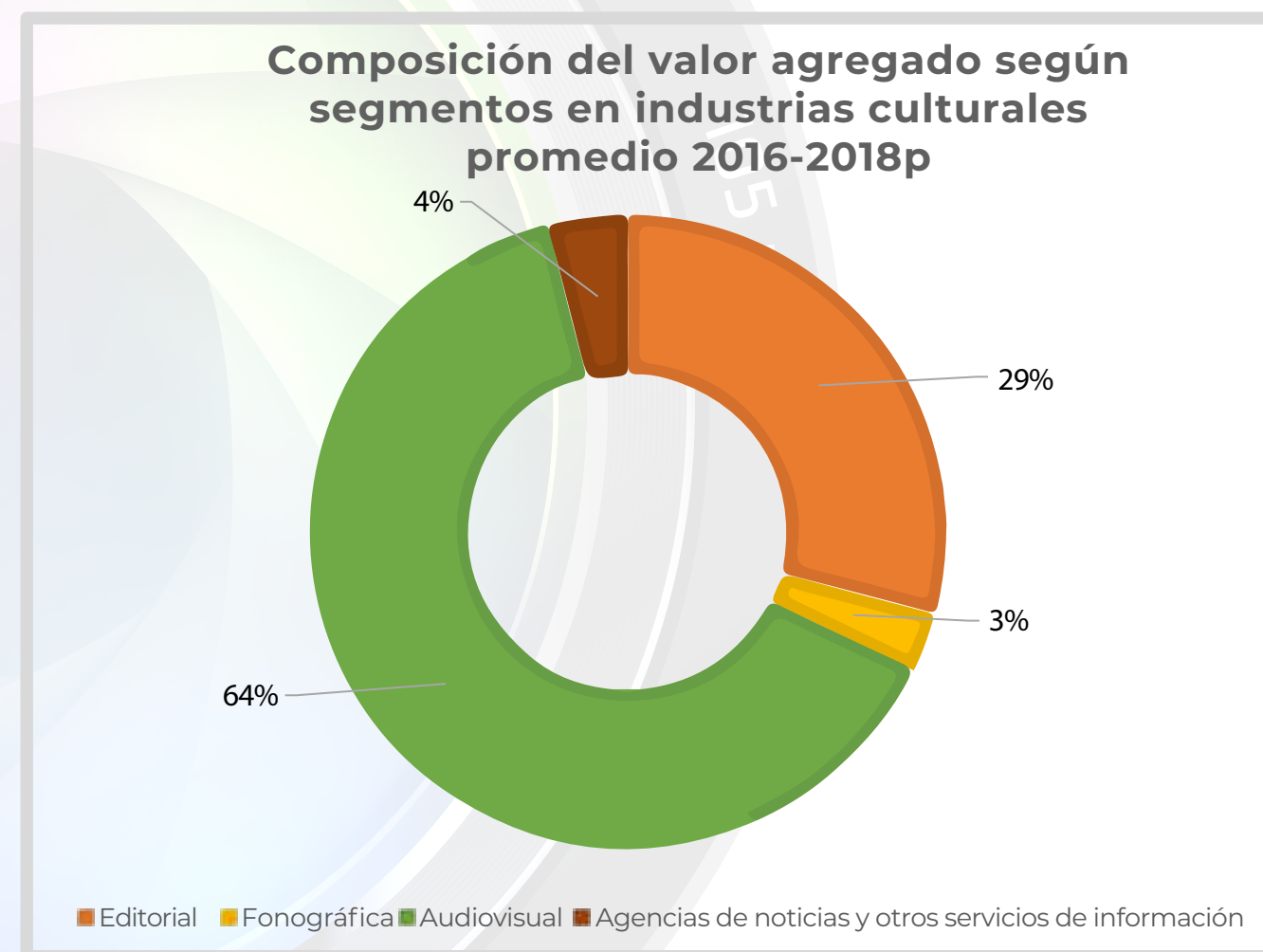
Valores a precios corrientes  
Millones de pesos  
2016-2018p

Conceptos	2016	2017	2018 p
Editorial	1.855.832	1.660.914	1.640.250
Fonográfica	160.328	185.912	183.609
Audiovisual	3.710.579	3.726.651	3.894.389
Agencias de noticias y otros servicios de información	250.951	232.301	222.900
<b>Valor agregado bruto (1)</b>	<b>5.977.690</b>	<b>5.805.778</b>	<b>5.941.148</b>

P- Provisional

1. Hacen referencia a las fuentes de información disponibles que proporcionan información a nivel de cada área, segmento y subsegmento que conforma la cultura y economía naranja.

## Gráfico 2. Composición del valor agregado según sectores en Industrias Culturales



# VALOR AGREGADO, INDUSTRIAS CULTURALES, SEGÚN FUENTES DE INFORMACIÓN

Valores a precios corrientes  
Millones de pesos  
2016-2018p

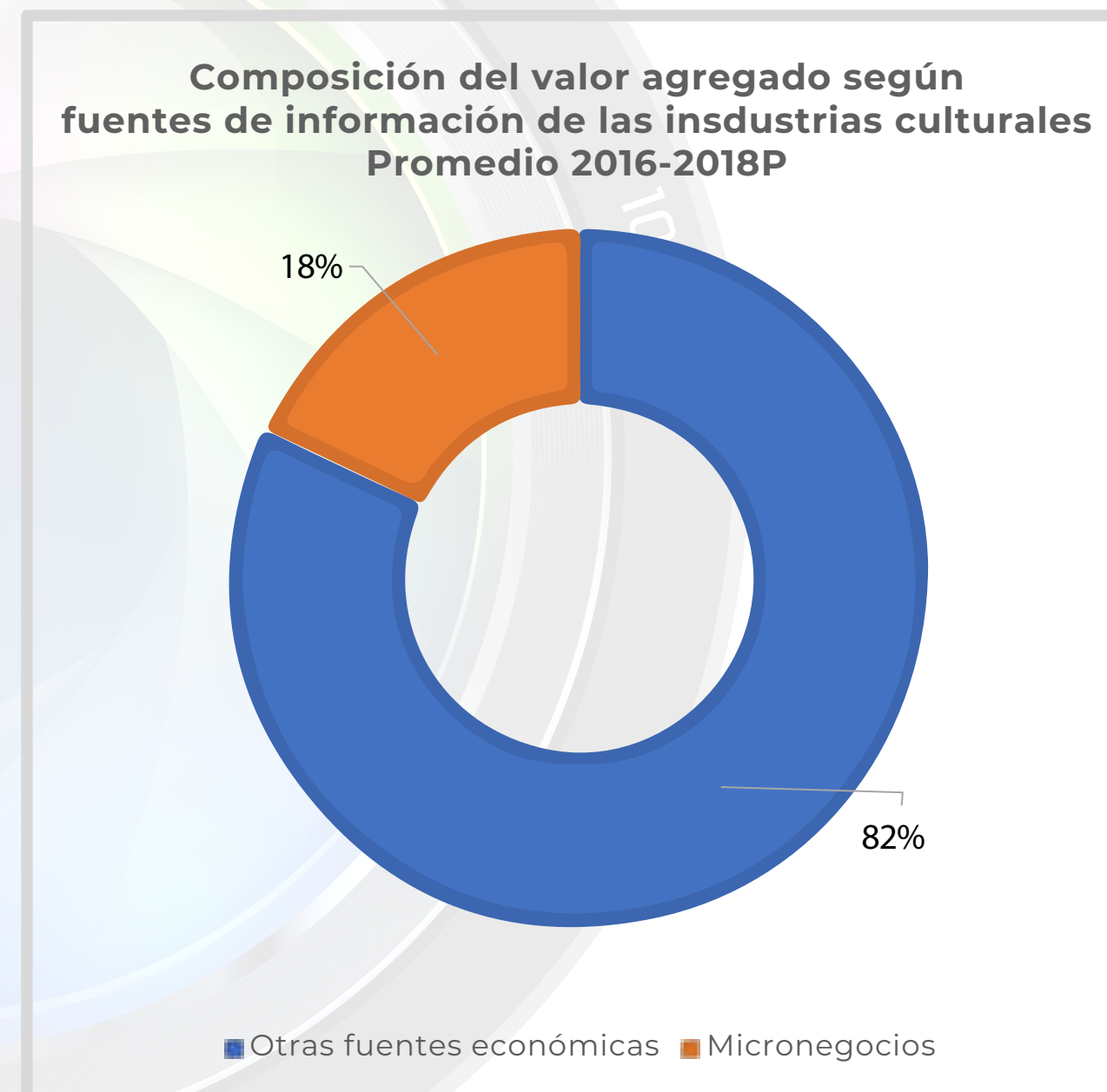
Conceptos	2016	2017	2018 p
Otras fuentes económicas (1)	5.977.690	5.805.778	5.941.148
Micronegocios (2)	1.311.338	1.176.746	1.405.841
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>7.289.028</b>	<b>6.982.524</b>	<b>7.346.989</b>

P- Provisional

1. Hacen referencia a las fuentes de información disponibles que proporcionan información a nivel de cada área, segmento y subsegmento que conforma la cultura y economía naranja.
2. La fuente micronegocios cuantifica y caracteriza las unidades económicas con hasta 10 personas ocupadas en las actividades económicas de la cultura y economía naranja, esta proporciona información a nivel de las tres áreas de estudio

De igual manera, como se observa en el siguiente gráfico sobre la composición del valor agregado según las fuentes de información en las Industrias Culturales, se puede inferir en términos económicos, que las empresas con mayor número de empleados fueron las que generaron la mayor ganancia para el periodo estudiado. Esta distribución se encuentra de la siguiente manera: en promedio para los años 2016 – 2018 el 82% del valor agregado del sector lo aportó las grandes empresas del sector audiovisual, mientras que el 18% del valor agregado para el mismo periodo lo aportó los micronegocios. Es decir que para el año 2018 las empresas grandes aportaron 5.9 billones de pesos para las industrias culturales y las empresas pequeñas 1.4 billones de pesos.

**Gráfico 3.** Composición del valor agregado según fuentes de información en las Industrias Culturales



Respecto al capital humano, es necesario resaltar el trabajo que se viene adelantando para la actualización oficial de las ocupaciones que pertenecen al sector audiovisual. A partir del trabajo articulado entre instituciones públicas como el Ministerio de Cultura, el Ministerio del Trabajo, el Ministerio de Educación Nacional, el SENA y el DANE, se están identificando los cargos, oficios y ocupaciones del sector audiovisual, utilizando diversas fuentes primarias y secundarias, así como las referencias oficiales internacionales y nacionales de clasificaciones ocupacionales. El resultado de este proceso es alimentar la Clasificación Única de Ocupaciones de Colombia, que surge a partir de la unificación de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO) y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones Adaptada para Colombia (CIUO-08 A.C.) la cual aportará en la visibilización y el fortalecimiento del capital humano del segmento audiovisual y en general de toda la economía cultural y creativa.

En este sentido, la información más reciente del empleo en el sector audiovisual, se puede encontrar en los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, la cual presentó una investigación denominada Reporte Naranja. Allí se puede observar que el empleo en el sector audiovisual se encuentra en la denominada área de Industrias Culturales, la cual presentó un comportamiento de ocupados de 76.535, 72.762 y 72.014 para los años 2016, 2017 y 2018 respectivamente. Esto representa una participación en la ocupación promedio de 14% con relación a las áreas Artes y Patrimonio e Industrias Creativas.



## CUADRO 1. EMPLEOS RELACIONADOS CON LA CULTURA Y ECONOMÍA NARANJA

### EMPLEOS:

Empleos relacionados con la Cultura y Economía Naranja  
2016-2018

Área	Ocupados CSCEN		
	2016	2017	2018
Artes y patrimonio	243.505	243.879	255.144
Industrias culturales	76.535	72.762	72.014
Creaciones funcionales	192.109	202.013	212.775
<b>TOTAL OCUPADOS ACTIVIDADES INCLUSIÓN TOTAL Y PARCIAL, POR ÁREA</b>	<b>512.149</b>	<b>518.654</b>	<b>539.933</b>

Área	Participación Ocupados Actividades Inclusión Total y Parcial- CSCEN				
	2014	2015	2016	2017	2018
Artes y patrimonio	50,25	47,14	48,65	47,02	47,25
Industrias culturales	12,68	15,98	14,63	14,03	13,34
Creaciones funcionales	37,08	36,88	36,72	38,95	39,41
<b>Participación Ocupados Actividades (Total - Parcial) por Áreas</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## 1.2 ANÁLISIS DE LOS CARGOS DEMANDADOS POR EL SECTOR

Para realizar el análisis del comportamiento ocupacional actual del sector audiovisual, se realizaron múltiples entrevistas cualitativas a la demanda laboral y head hunters. Barranquilla, Bogotá, Cali, Medellín y Santa Marta, fueron las ciudades donde se identificó mayor presencia de empresas dedicadas a la producción audiovisual, según el equipo de expertos contratado por el Ministerio de Cultura, OEI y concertado con el Ministerio del Trabajo.

A partir de los resultados de las entrevistas consolidados en la matriz de contexto actual y Brechas de Capital Humano se elaboraron varios análisis del comportamiento ocupacional para el segmento audiovisual. Lo primero que se observa en el análisis es el amplio espectro de cargos mencionados por las personas entrevistadas, en total 183, lo cual indica que la industria audiovisual demanda mucho capital humano para sus producciones. Los cargos identificados, fueron agrupados en alrededor de 30 grupos primarios de la CIUO Rev. 08, adaptada para Colombia. Un punto destacado a mencionar es que un porcentaje considerable de cargos señalados por los entrevistados, no se encuentran incluidos en las clasificaciones oficiales. Algunos ejemplos de estos cargos son: director de cámara, videógrafo, Realizador de making of, asistente, técnico y jefe de grip, radialista comunitario, productor de podcast, productor multiplataforma, story hunter, scouter, gestor cultural, entre otros.

Asimismo, se pudo observar que hay cargos que comparten características comunes en sus bases formativas, como es el caso de los productores de cine y televisión, o los presentadores de radio y televisión, pero que en sus funciones y algunos conocimientos específicos son diferentes. Por otro lado, se observó que existen cargos cuyos conocimientos requeridos para desarrollar sus funciones son insuficientes o en algunos casos no existen competencias en los programas de formación, lo cual puede indicar la necesidad de fortalecer la oferta educativa con énfasis y profundizaciones para cada uno de los mismos. De igual manera, se pudo establecer que existen cargos que son relevantes por la experiencia que han adquirido quienes lo ejercen. Ejemplo, de ello son los locutores de radio, productores de podcast, etc., quienes se han vuelto expertos en su actividad por lo que obtuvieron a partir de la experiencia.

Otro resultado del análisis de la información de las entrevistas, fue identificar que el sector audiovisual se encuentra concentrado principalmente en Bogotá, seguido de Medellín, Cali y Barranquilla. Esta concentración de la productividad genera dificultades y tiene unas implicaciones en los productos de otras regiones, pues la concentración de capital humano y la posibilidad de conseguir empleo se reduce a unos pocos territorios. Por otra parte, se pudo establecer que, para todo el sector audiovisual, pero principalmente para cine y podcast, el nivel de inglés funcional y técnico debe ser alto ya que el relacionamiento comercial a nivel internacional cada vez es mayor, así como el uso de las TIC - Tecnologías de la Información y el Conocimiento. En este sentido, las empresas manifestaron que es una deficiencia constante en casi todos los rangos y cargos de la producción audiovisual.

Con relación a las competencias transversales, se pudo identificar que se requiere fortalecer las que están asociadas con el emprendimiento, la sostenibilidad empresarial, habilidades contables y administrativas, gerenciales, derechos de autor, entre otros aspectos. Cabe resaltar que los vacíos en estas habilidades están relacionadas especialmente a que enfoque de estos conocimientos hacia el sector cultural y creativo, pues no es lo mismo llevar una empresa de una actividad económica como el cine, la televisión, la radio, a una empresa tradicional de otro sector productivo.

Se pudo observar que se identificaron 75 cargos críticos, de difícil consecución y alta rotación. Algunos de ellos son: Productor/ director cinematográfico, Colorista audiovisual, Director de Proyectos, Diseñador Sonoro /Sonidista, Conformador, Asistente de edición, Gestor/a de convivencia, Productor de campo, Videógrafo, Productor/a ejecutivo Podcast, Animador, entre otros. Dentro de las razones por las que estos cargos se consideraron críticos, de difícil consecución o de alta rotación están que algunos de ellos carecen de formación específica en cine, como es el caso del productor/director cinematográfico, colorista audiovisual o coordinador cinematográfico. En el caso del director de fotografía, este es un cargo de difícil consecución en tanto que se requiere personal que tenga altas habilidades en el desempeño de su labor.

Otro cargo crítico es el de animador, porque no hay suficiente capital humano que cumpla con ese cargo y los que existen en el mercado laboral, tienen deficiencias en competencias y conocimientos en profundidad sobre diseño 3D. Con relación al diseñador sonoro, este cargo es crítico porque hay un bajo número de aspirantes en el mercado. Para el caso del Conformador, es un cargo crítico porque son disciplinas nuevas y no hay personas capacitándose en esas áreas. Finalmente, el videógrafo se constituye en un cargo de alta rotación y demanda porque el trabajo que desarrollan estas personas se hace por proyectos, lo que le genera una inestabilidad alta. La tabla 2 que se presenta a continuación, contiene un resumen de la sistematización de la matriz de consolidación y brechas de capital humano para el sector audiovisual en el país.



## TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Productor/ Director cinematográfico	2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Propender con el director el control del electo y de la selección del equipo artístico. Responder por la estética y contenido de los productos.	Derechos de autor, administración,	Planeación estratégica	Colaboración Compromiso Relaciones interpersonales Iniciativa Responsabilidad	Lenguaje cinematográfico, estrategias de producción de cine, mercadeo cinematográfico	Capacidad para comunicarse con el equipo de trabajo, capacidad para ser estratégico, visionario y colaborador	Producción de cine (Pregrado)	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Cargo Crítico
Director de Radio	2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Planear y orientar al equipo de trabajo, para cumplir los objetivos estratégicos	Manejo de personal, en públicos y audiencias,.	Carácter, orden, disciplina y compromiso	Liderazgo, relaciones,	Tecnología y avances tecnológicos	Informática	Pregrado y posgrado	Comunicación	Cargo Crítico
Colorista audiovisual	NCP	Corregir errores de color y exposición en las tomas, hacer que los elementos clave de cada escena luzcan correctamente. Balancear tomas en una escena para que coincidan. Crear estilo cinematográfico y crear profundidad	Conceptos de iluminación, elementos del rodaje, recepción del material para elaborar flujos de trabajo correctos, gestión y mantenimiento de monitores.	Propositivo, investigativo,	Creativo, relaciones,	Ciencia del color (propiedades, armonía y contraste, psicología y arte); curvas de gama, posibilidades de cámaras y las pantallas y sobre archivos y formatos.	Comunicación asertiva, relaciones	Tecnólogo	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Cargo Crítico
Coordinador de Cinematografía	2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Apoyar al director de cine en la realización de pruebas de vestuario, maquillaje y figuración de actores. En la organización de ensayos previo al rodaje. Y todo lo relativo a la organización de los actores durante el rodaje.	Coordinar programación de cine en sedes , elaboración de modelo de negocio , gestión de copias de proyección, proveedores para gestión de contenidos	Análisis de taquillas, negociaciones con empresas internacionales.	Liderazgo	Análisis de audiencias, autonomía.	ofimática (Excel), liderazgo	Tecnólogo	Gestión de la industria cinematográfica	Cargo Crítico
Guionista	2641 Autores y otros escritores	Confeccionar el guión ya sea una historia original, adaptación de guion precedente o de otra obra literaria	Cine - Escrituras creativas	Escritura, creatividad, dominio del lenguaje	Proactividad	No existe una escuela donde se enseña cine, como carrera- existe la formación en Comunicación Audiovisual pero no es lo mismo		Pregrado Posgrado	*Comunicación Audiovisual *Comunicación Social	

**TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL**

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Director Creativo	2654 - Directores y productores de cine, de teatro y afines	*Creación de la idea original. *Desarrollo de la idea. *Viabilidad económica de la idea. * Generar las primeras reuniones para conseguir los recursos requeridos. *Entregar los guiones a producción. *Dirigir la producción. *Inducir los personajes a los actores contratados.	*Guión *Literatura *Escritura, costos	*Creatividad *Organización, Responsabilidad y compromiso, proactividad	*Comunicación / *Gramática * Proactividad *Organización * Creatividad *Compromiso *Calidad, Resolución de conflictos, inteligencia Emocional.	Creatividad		Pregrado . Diseño gráfico ( Guión y Arte, comunicación - Líneas de Profundización)	Diseño gráfico	
Director de Contenidos o Realizador	NCP	* Ejecutar procesos de investigación * Seleccionar y crear contenidos *Definir las estrategias para ejecutar contenidos *Monitorear los procesos *Liderar el área de contenido de la empresa *Mantenerse al día con las tendencias del mercado.	* Formación en Investigación, metodología, planeación, desarrollo y comunicación.	*Creatividad *versatilidad *comunicación *buenas relaciones*capacidad de escucha *sentido crítico *organización *trabajo en equipo	*Comunicación * Ética *Creatividad *Organización *Proactividad *Compromiso	*Comunicación digital	Informática	Técnico Dirección y realización de cine	Dirección y realización cinematográfica	
Director de mercadeo	NCP	Posicionamiento de marca. Crear estrategias para llegar a más clientes, Gerencia y diseñar proyectos, generar recursos, manejo de personal	Administración de recursos, manejo de proyectos, estrategias, gestión de tiempo. Marketing	Trabajo en equipo, comunicación	Cooperación, Flexibilidad	*Marketing *Trabajo en equipo	Innovación	Pregrado Mercadeo	Mercadeo internacional y publicidad	



# TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Posproductor	NCP	<p>Manejar el material audiovisual: editar y montar de manera no lineal el material audiovisual que está en formato digital o analógico usado para el cine, publicidad, programas de televisión o radio.</p> <p>Producir gracias a las TIC efectos digitales.</p> <p>*Recibir y organizar la data separada por video y audio.</p> <p>*Verificar que toda la data esté reflejada en los guiones. *</p> <p>Creación del primer montaje en la línea de tiempo. *Definir por diseño de producción corrección de color y de imagen. *Generar el primer corte de video con corrección de color, adicionar la postproducción de audio. *Generar la data final de exportación.</p>	<p>* Manejo y desarrollo de programas, software como Avid Media Composer, Adobe Premier Pro, Adobe After Effects Final Cut Pro,</p>	<p>*Capacidad para la comprensión y el manejo de programas.</p>	<p>*Capacidad para adaptarse a los cambios y al entorno.</p> <p>*Capacidad para comunicarse con el equipo de trabajo</p>	<p>*Bases de datos</p>	<p>*Excel</p>	<p>Pregrado Dirección y producción (especializaciones Cursos, certificaciones en manejo de Adobe Premier, Final Cut, Colorización, Masterización).</p>	<p>Profesional en medios audiovisuales</p>	
Gestor de Contenidos y Convergencia digital	NCP	<p>*Creación de contenidos *Liderazgo</p>	<p>*Redes Sociales *Contenidos *Locución</p>	<p>Comunicación, abstracción de información y claridad, storytelling, organización, puntualidad y disciplina</p>	<p>*Ética *Creatividad *Calidad *Responsabilidad</p>	<p>*Profundizar contenidos de redes sociales y multimedia</p>	<p>Calidad</p>	<p>Pregrado</p>	<p>Comunicación Social</p>	
Gestor de Recursos	NCP	<p>* Estrategia anual *Plan de formulación de proyectos *Gestión *Presentación a clientes</p>	<p>* Formulación de proyectos *Formatos, maneras de presentación * idiomas (2 Inglés y alemán) *Redacción *Gramática *Storytelling *Presupuestos</p>	<p>Comunicación, abstracción de información y claridad</p>	<p>*Proactividad *Autonomía *Organización *Gramática *Relaciones</p>	<p>*Planeación Estratégica</p>	<p>Proactividad</p>	<p>Maestría</p>	<p>Comunicación social y periodismo ( con énfasis en gestión de proyectos)</p>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Matriz de contexto actual BKH

## TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Productor General	2654- Directores y productores de cine, de teatro y afines	*Producir cada proyecto. *Ser la mano ejecutorial para los proyectos de acuerdo a cada especificidad técnica. *Elaborar contenidos. *Participar en la producción de contenidos. *Elaboración de informes.	*Producción de proyectos. *Manejar el conocimiento técnico específico para cada proyecto.	Habilidades técnicas.	*Calidad *Autonomía *Compromiso *Liderazgo *Servicio	*Actualización en conocimientos en manejo de recursos. *Eficiencia	Compromiso	Posgrado (especializaciones técnicas para diferentes proyectos)	Comunicación Social y afines	
Asistente de producción	NCP	Productor Junior, apoya al productor en lo que requiere, presupuesto, negociacion con proveedores, lideran proyectos pequeños. Trabajo bajo supervisión para la toma de descisiones, supervicion de empleabilidad, supervición del presupuesto	Acctitudes y aptitudes, temas relacionados con personalidad y disponibilidad	competencias, comunicación efectiva	Liderazgo	Dominio del idioma inglés, dominio de las herramientas office		Universitario	DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN CINE Y TELEVISIÓN CINE Y TELEVISIÓN PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN CINE	
Colorizador	NCP	Experto en color, da los toques finales y Realiza la revision final del color Realza colores, mejora brillos y contrastes,	Corrección del color, teoria del color. Conocimiento técnico y científico de la imagen, Manejo de los diferentes software utilizados en la industria como Davinci Resolve	Conocimiento de software especializado, como Davinci y otras certificaciones	Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos			Universitario	MONTAJE Y COLOR CORRECCIÓN DEL COLOR CON DAVINCI RESOLVE	Cargo Critico
Conformador	NCP	Convierte los archivos de baja calidad en arachivos de alta calidad	Cámaras, uso de software, mejoramiento digital y flujo de trabajo		Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos			Técnico	TECNOLOGÍA EN ANIMACIÓN Y POSPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	Cargo Critico

**TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL**

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Finalizador	NCP	Une la pieza, coloca gráficos, efectos especiales, hace la exportación de acuerdo con la plataforma, Reune y envía	Conocimientos de tipos o formas de emitir, conocimiento técnico amplio, saber hacia donde va a ir el programa		Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos			Técnico	MONTAJE Y COLOR	Cargo Critico
Director/a de flujos de trabajo	NCP	Manejo técnico desde el principio hasta el final en especial de los equipos, no tanto del talento humano	Color, conocimiento técnico y científico de la imagen, debe manejar los diferentes software utilizados en la industria		Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos			Universitario	INGENIERO DE ARTES DIGITALES	Cargo Critico
Operadores/as de master en vivo	3522- Técnicos de ingeniería de las telecomunicaciones 3522- Técnico de control master	Lograr que los sonidos al aire salgan correctamente	Conocer de calidad de sonido	Sentido radial	Trabajo en equipo	Criterio (Técnico y de contexto) En algunas empresas hay ciertas imposiciones que impiden que se pueda usar el criterio		Técnico	PRODUCCION DE MULTIMEDIA	Cargo crítico de difícil consecución - Operadores de máster en vivo
		Supervisar que los micrófonos se activen cuando sea necesario	Configuración de los programas de emisión	Conocimiento del contexto	Comunicación	Pensar en el oyente			PRODUCCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES DIGITALES	
		Manejar Software de edición - emisión		Pensar en el oyente	Atención	No hay ambientes controlados			SONIDO DIRECTO PARA PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES	
		Realizar contacto vía internet y telefónico con fuentes			Concentración				GRABACIÓN, EDICIÓN Y MEZCLA DE VOCES Y DOBLAJES PARA MEDIOS AUDIOVISUALES	
		Mezclar y transmitir al aire			Menejo de Trabajo bajo presión				SONIDO EN VIVO	

**TABLA 1. ANÁLISIS DE DEMANDA LABORAL**

Nombre del cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Funciones	Conocimientos	Destrezas (Skills)	Competencias transversales	Deficiencias en conocimientos y habilidades de tipo técnico	Deficiencias en competencias transversales	Nivel de formación	Programa de educación/formación requerido	Tipo de cargo
Periodistas expandidos Story hunter Productor/a de podcast Periodista Realizador/a Profesor/a - Periodista	2642 - Periodistas Entrevistador en medios de comunicación Comunicador social Analista de noticias Corrector de estilo Cronista Editor de crónicas Editor de deportes Editor de moda Editor de noticias Editor de producción Entrevistador en medios de comunicación Periodista Periodista de radio Periodista reportero	Elaborar entrevistas	Manejo de software de edición de audio entrevista a profundidad	Reportería	Praxiología	Fundamentación técnica	Autonomia	Posgrado - Escrituras creativas	Maestría en Escritura Creativa	Cargo de alta rotación - Story hunter
		Construir narrativas		Narrativas	Trabajo en equipo			Posgrado - Comunicación social - periodismo	COMUNICACION SOCIAL	
		Transcribir		Síntesis	Disciplina				COMUNICACION SOCIAL- PERIODISMO	
		Editar		Algo de producción	Autonomía				DISEÑO DE COMUNICACIÓN	
		Grabar		Reportería	Trabajo en equipo				MAESTRÍA EN PERIODISMO	
		Hacer diseño sonoro		Producción de audio	Flexibilidad					
		Locutar		Escritura de guión	Adaptación al cambio					
		Encontrar historias		Creatividad	Rigurosidad					
		Realizar las historias			Persistencia					

# 2. ANÁLISIS DE PROSPECTIVA LABORAL

## 2.1 CONTEXTO DE LA PROSPECTIVA LABORAL PARA EL SECTOR

Comúnmente el desarrollo de proyectos de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y desarrollo regional, requieren de procesos de inteligencia competitiva, que identifiquen nuevas oportunidades de mercado a partir de la innovación, para potenciar actividades económicas relevantes en un territorio, sector o actividad.

Existen muchos ejemplos de modelos de prospectiva laboral adelantados en diferentes países. Desde un enfoque cuantitativo, fundamentado en la medición de variables, cabe nombrar la metodología del Instituto para la Investigación Ocupacional y del Mercado de Trabajo (IAB), la del Instituto de Investigaciones para el Estudio del Trabajo (IZA) y la del Ministerio de Educación (KMK) en Alemania; el Modelo Macroeconómico de Equilibrio General (Monash) y el Modelo Access Economics Macro–AEM en Australia y los Modelos de Matriz Insumo–Producto utilizados para orientar políticas laborales en EE. UU. (Ministerio del Trabajo, SAML, 2019).

Por otra parte, los instrumentos metodológicos cualitativos en los cuales se basa la presente investigación, en materia de prospectiva, se centran más en el análisis de las cualidades de la información; las técnicas cualitativas más utilizadas son los cuestionarios Delphi, el panel de expertos, la lluvia de ideas y el análisis estructural. Algunos de los esfuerzos en esta materia son el estudio prospectivo para demanda de ocupaciones y competencias en Tamaulipas, 2005–2015, en México (Valora S.A. Consultores); el estudio prospectivo del mercado laboral en el sector de la automoción española (SEPE) y los estudios que se realizan en sectores productivos de varios

países latinoamericanos, en el contexto del acuerdo de cooperación técnica establecido con el Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (Cinterfor), entidad adscrita a la Organización Internacional del Trabajo, OIT (Ministerio del Trabajo, SAML, 2019).

En Colombia, las iniciativas para el desarrollo de los estudios de prospectiva laboral cualitativa han sido lideradas por la Subdirección de Análisis, Monitoreo y Prospectiva Laboral (SAMPL), del Ministerio de Trabajo y, especialmente, acompañadas en diferentes ciudades del país por la Red de Observatorios Regionales del Mercado de Trabajo (Ormet). Así mismo, por estudios desarrollados por algunas cámaras de comercio en Colombia, con el fin de apoyar el desarrollo de clústeres de diferentes sectores productivos (CCB-PNUD, 2018).

Para determinar las tendencias identificadas por sector, se hizo primero una investigación en fuentes secundarias a nivel nacional y regional, que sirvió de base para presentar unas tendencias preliminares a los expertos en los talleres de grupos focales. Durante el grupo focal por región, se debatió sobre cada una de ellas, algunas fueron modificadas y otras no reconocidas en la región.

## 2.2 ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS IDENTIFICADAS PARA EL SECTOR

Siguiendo con la IMBCH, las tendencias fueron clasificadas e indagadas como Tecnológicas, Organizacionales, Creativas y Medioambientales. En la tabla 3 se presentan las tendencias identificadas, por su nombre, con cada una de sus tendencias específicas, además de la descripción y el horizonte temporal, de cada una de ellas.

## TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
1	DESARROLLO PERMANENTE DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	Incorporación del 3D	Alta	CP	Uso de las tecnologías de tercera dimensión (profundidad) en la producción de contenidos audiovisuales en la región. Diseño, producción y comercialización.
		Implementación del Deep Fake			Técnica de edición con inteligencia artificial que usa algoritmos RGAs (Red generativa antagónica) para el montaje sobre videos ya existentes y reales. Videos que parecen reales pero son ficticios
		Incorporación de la Interacción narrativa			Dar a la audiencia la posibilidad de elegir el camino por el cual se va a desarrollar la historia, como parte de la experiencia del usuario con la plataforma y el contenido.
		Incorporación del uso de tecnologías de Realidad Aumentada			La realidad aumentada mejora la experiencia y combina aspectos del entorno para involucrar a la persona en el contexto en el que se esta desarrollando el contenido audiovisual. La realidad aumentada implica una interacción y una generación de datos en tiempo real, y presenta diversas aplicaciones que incluyen juegos de vídeo (interacción física con los modelos 3D), parques temáticos y simulaciones (como la conducción y el vuelo, por ejemplo).
		Afianzamiento de la Composición Digital de video			El desarrollo de software especializado ha logrado llevar el diseño a lo digital en todas sus etapas de producción. Es el conjunto de técnicas utilizadas en cine, televisión y en general en medios interactivos, que permite la creación de complejas imágenes digitales a partir de la organización y ordenación de varias fuentes (como pueden ser: vídeo, fotografía, imágenes estáticas o animadas en 2D y 3D, fondos pintados o texto). Se utiliza en procesos de postproducción de efectos visuales y efectos especiales, incrustado en los flujos de trabajo de los efectos digitales (último paso del proceso). Uno de los objetivos que persigue este proceso es la sensación de unidad de la imagen resultante.
		Incorporación de la utilización de Realidad Virtual			Uso de tecnologías que permiten la inmersión del espectador en las producciones. Este concepto involucra la interacción entre el usuario y un sistema computacional simulando un ambiente digital. Este desarrollo tecnológico cada vez está dejando de ser algo que las personas únicamente conocen a través de películas o videojuegos. La realidad virtual y aumentada también logra influir sobre la decisión de compra de un consumidor.

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector.

## TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
2	PLATAFORMAS PARA EL DESARROLLO Y LA POSTPRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	Implementación de plataformas para la Escritura de Guion	Alta	CP	Estas plataformas buscan movilizar el trabajo en computadores de forma independiente a crear una estrategia de trabajo en equipo interconectada a través de internet y respaldada en la nube. Desmitifican la necesidad de un disco duro.
		Aumento del uso de plataformas para Reuniones de trabajo virtuales			
		Aumento del uso de plataformas para la Producción en línea			
		Implementación de Tecnologías emergentes para la postproducción			
3	APPS	Incorporación de APPS de Edición y postproducción en celulares móviles	Alta	CP	El uso de apps en el set y en la post-producción, busca facilitar la conectividad con el equipo de trabajo, la velocidad con la que se trabaja, la portabilidad de los implementos de trabajo y reduce el uso de papel (siendo más consciente con el medio ambiente).
		Incorporación de APPS para la Automatización de edición de fotos y video			
		Uso de aplicaciones para trabajo en el set			
4	SONIDO	Afianzamiento de la Musicalización digital	Alta	CP	Ya no es necesario grabar instrumentos reales en un estudio de grabación profesional con la musicalización digital, lo que ha mejorado los costos y el acceso a música profesional para cine.
		Afianzamiento del Dolby Atmos			Dolby Atmos es la nueva generación de sonido envolvente de Dolby. Mezcla los canales tradicionales, con objetos de sonido independientes. Sonido de gran capacidad para generar ambiente en las salas de exhibición.

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector.

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
5	FOTOGRAFÍA	Follow focus inalámbrico – automatizado	alta	CP	Uso de tecnologías para mantener y programar el enfoque en diferentes tomas. Ideal para escenas de largo alcance o movimiento. Hace que no sea necesario llevar una persona extra en el equipo de fotografía.
		Aparición de cámaras con un rango dinámico más amplio			Uso de tecnologías para captar mayor detalle y calidad de objetos en las tomas. Disminuye el uso de equipo de luces en exteriores y de noche.
6	DIRECCIÓN DE ARTE	Incorporación de la Impresión 3D	Alta	CP	Uso de tecnologías para la creación y diseño de objetos. La tecnología de Impresión 3D está facilitando la creación de elementos relacionados con la dirección de arte tales como telas, utilería y elementos de escenografía.
		Incorporación de efectos especiales en Post-Producción relacionados con el maquillaje (de-aging, aging)			En lugar de rejuvenecer un actor o envejecerlo a partir de maquillaje y vestuario, se utilizan estas herramientas digitales de post-producción para lograr el mismo resultado.
		Aumento de la Post- Producción de Chroma			Es una técnica que involucra una mezcla entre la tecnología digital y la análoga. Permite imbuir al personaje en ambientes y escenarios diferentes, sin necesidad de utilizar elementos reales
		Aparición de tecnología para generar Hologramas	Bajo	LP	Uso de tecnologías para crear imágenes tridimensionales. Nace de una técnica avanzada de fotos en base a una película fotosensible utilizando un rayo láser.
7	MAQUINARIA GRIP	Medidas para minimizar el impacto ambiental en escenarios naturales	Media	MP	Uso de tecnologías para que el movimiento del camarógrafo no afecte el desarrollo de las tomas. Permite que la visión de la producción visual sea más subjetiva.



TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
8	PLATAFORMAS OTT	Aumento del uso de plataformas Over The Top	Alta	CP	Consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido. El término comprende una variedad de servicios de telecomunicaciones tales como la difusión audiovisual (por ejemplo televisión por Internet, radio por Internet, vídeo a la carta o música), pero también comunicaciones (por ejemplo llamadas de voz sobre IP y mensajería instantánea) y otros servicios de computación en la nube (aplicaciones web y almacenamiento en la nube).
		Aumento del uso de Plataformas web			Uso de espacios en internet que permiten almacenar y administrar contenidos virtuales. Son espacios que plantean nuevas alternativas sobre el uso de la plataforma web para trabajo colaborativo y virtual .
		Aumento de productos audiovisuales vía Streaming			Contenidos audiovisuales que se pueden reproducir sin necesidad de descargarlos.
9	FULL FORMATO	Constante actualización de formatos de alta calidad.	Alta	CP	Al país ya están llegando nuevos equipos con tecnologías que involucren un sensor mucho más sensible, en un nivel ya muy aproximado a la impresionante calidad de un sensor análogo de una película de 35mm.
10	BANCOS DE MUSICA, SONIDO E IMÁGENES	Popularización de los Bancos de música, sonido e imágenes.	Alta	CP	La aparición de bancos de VIDEO, sonidos y música ha facilitado la producción y la post-producción de sonido en el mundo audiovisual y redujo costos de grabación de foleys y música profesional.
11	ARCHIVO DATA	Aumento del uso de archivos digitales	Alta	CP	Recolección y preservación de la información

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

Tendencias Apuesta Productiva de CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta - Media - Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
<b>TENDENCIAS ORGANIZACIONALES</b>					
1	PERFILES DE LOS EMPLEADOS	Creación de Perfiles más especializados	Alto	CP	Se requieren niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral, especialmente en cargos medias y altos.
2	SOFTWARE	Implementación de nuevos programas de libre acceso	Bajo	CP	Software abierto (open source software) o de muy bajo costo que le ahorra costos a la empresa.
3	FIDELIZACIÓN	Fidelización de colaboradores	Bajo	LP	<p>Estrategias para que los colaboradores se sientan felices y comprometidos con lo que están haciendo y que se forme un vínculo congruente con la visión y misión de la organización. En Bogotá se identificó como Fidelización de colaboradores hacia el sostenimiento de un equipo para realizar múltiples proyectos para las empresas pequeñas</p> <p>Beneficios psicológicos y emotivos para la realización de las tareas</p>
4	INTELIGENCIA ARTIFICIAL	Incorporación de ciencias de la computación o máquinas inteligentes	Alto	CP	Tecnología cognitiva (trabajo rutinario y operativo desarrollado por maquinas o programas)

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
1	PLATAFORMAS OTT	Aumento del uso de plataformas Over The Top	Bajo	LP	Uso de la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido.
		Aumento del uso de Plataformas web			Uso de plataformas digitales para la construcción o divulgación de contenidos
		Aumento de productos audiovisuales vía Streaming			Aumento de contenidos audiovisuales originales que se pueden reproducir sin necesidad de descargarlos.
2	SONIDO	Afianzamiento de la Musicalización digital	Media	CP	Creación de contenidos sonoros para las producciones visuales que generen sensaciones y contexto a las imágenes
		Afianzamiento del Dolby Atmos			Generación creativa de contenidos sonoros para generar ambiente en las salas de exhibición
		Tecnología inalámbrica para micrófonos			Ajustes de sonidos o creación de los mismos para fortalecer las acciones de las imágenes
3	DATA	Implementación de la Hipersegmentación de la Data	Alto	LP	Proceso que utiliza información sobre el comportamiento del usuario para crear contenido personalizados. Se sugiere por parte de las expertas que se debe denominar BIG-DATA
4	GENERADOR DE CONTENIDOS	Aumento de la creación de contenidos para públicos segmentados	Alto	CP	Análisis e identificación de los perfiles de los consumidores para generar cierto tipo de contenidos
		Implementación del Show Runner			Está creándose un nuevo cargo, que es el encargado de generar contenidos escritos y audiovisuales. Autor-productor. Productor y guionista
5	AUDIENCIAS INTERACTIVAS	Implementación de Nuevas formas de narración	Alto	MP	El usuario del dispositivo crea e interactúa con la narración. conectividad con el usuario

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
6	INTELIGENCIA ARTIFICIAL	Implementación de Engagement del contenido	Alto	LP	Adelantarce a los gustos y necesidades de las audiencias. Reconociendo estados de animo, factores del contexto etc.
7	FORMATOS	Surgimiento de nuevos formatos: micro-documentales, series web, spots, videos verticales para redes sociales, etc.	Alto	CP	Recientemente los últimos formatos han cambiado constantemente, proponiendo nuevas formas de creación de contenidos
8	POSICIONAMIENTO DE LOS DEPARTAMENTOS CREATIVO	Posicionamiento de departamentos crativos: Iniciando desde la formación en las universidades.	Alto	CP	Se está pensando sencillamente en el equipo artístico que ejecuta proyectos, NO en un equipo que desarrolle proyectos y eso es una gran falencia.
9	NUEVOS MODELOS NARRATIVOS	Afianzamiento de Plataformas de las redes sociales	Alto	CP	Iniciando desde la formación en las universidades.
		Cámaras fotográficas digitales			Uso del lente para generar nuevas ideas y conceptos de narración
		Internet			Uso de las redes intercomunicadas para la construcción de narraciones. En serie WEB, en tv, transmedia, videojuegos y documentales

## TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

Tendencias Apuesta Productiva de CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta Media - Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
<b>TENDENCIAS MEDIO AMBIENTALES</b>					
1	RESIDUOS	Implementación de estrategias para el manejo de residuos	Alto	CP	Proponer la implementación de políticas para el manejo de residuos en los rodajes o grabaciones, ya que la industria audiovisual, es de las más contaminantes en términos de desechables y plásticos, debido a la practicidad y movilidad que requiere el departamento de producción y el servicio de catering. .
2	USO DE TECNOLOGÍAS LIMPIAS	Implementación iluminación LED y Paneles Solares			El uso de tecnologías limpias que no requieran del uso de energías convencionales, y que permitan llevar a cabo una grabación a través del uso de luces LED que funcionen sin necesidad de requerir una toma de corriente o, utilizar paneles solares para la recarga de baterías y plantas de abastecimiento de los equipos utilizados durante la grabación. Esto requiere una inversión y un desarrollo tecnológico no sólo a nivel de la industria, sino también, a nivel del país.
3	ESCENARIOS NATURALES	Medidas para minimizar el impacto ambiental en escenarios naturales			Implementación de medidas para promocionar la grabación en nuestros espectaculares escenarios naturales pero a la vez minimizar el impacto ambiental en estos.

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
1	NUEVOS MODELOS NARRATIVOS	Imposición del uso de las redes sociales, internet, páginas web. Tiende a la radio con imágenes, el internet es una tendencia actual (Plataformas digitales y redes sociales)	Alto	CP	Creación y circulación de contenidos en plataformas digitales
2	DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	Imposición de la transmisión por IP	Alto	CP	Se posiciona en el sector que la radio tenga una emisión a través de plataformas web o IP, esto permite llegar a mayor cantidad de audiencias y lugares
		Implementación de la radio visual			Las emisoras están adaptando elementos del lenguajes audiovisual dentro de sus emisiones en vivo con el fin de cautivar otros públicos y audiencias.
		Aumento en la creación de podcast			Posibilidad de descarga de archivos de audio que se pueden escuchar vía streaming o posterior a su emisión
		Híbridos sonoros (convergencia multimedia)			Contenidos que enriquecen el podcast y aportan valor: entrevistas, vídeos, sonidos, imágenes, textos, etc. Ya no solo se escucha el contenido, se ve y se lee.
		Implementación de la radio digital			Depende de una implementación tecnológica y una decisión política por parte del ministerio Tic para la adopción de esta tecnología en el sector de la radiodifusión.
Incrementos de desarrollo y descarga de APP'S	Aplicaciones móviles para acceder al contenido radial y podcast para públicos específicos. Integración de listas de reproducción, radio visual, galerías fotográficas, infografías y noticias en formato textual etc.				

## TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

TENDENCIAS APUESTA PRODUCTIVA DE CINE - TV - VIDEO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta- Media- Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
TENDENCIAS TECNOLOGICAS					
3	TRANSMEDIA	Imposición del uso de las redes para relatar o contar las historias	Alto	CP	Utilización de redes sociales y plataformas como: Facebook, twitter, Instagram, YouTube, (No hay sugerencias), Apple música y podcast
4	PLATAFORMAS DIGITALES	Imposición de la conectividad	Alto	CP	Se puede escuchar radio a través de la red. Alianzas entre video y sonido (Consultar transmisión ir y radio visual)
5	MODELO DE RADIODIFUSIÓN	Desaparición de la Señal AM	Alto	LP	La señal de amplitud modulada para su mantenimiento y desarrollo tiene unos costos muy elevados. Sin embargo, no tiende a desaparecer en regiones donde la lejanía y geografía colombiana lo impiden.
6	USO DE ENERGÍAS LIMPIAS	Transición a la utilización de radio sostenible	Alto	MP	Uso de paneles solares. Uso sostenible de la energía. En especial para la radio comunitaria de baja potencia

TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

Tendencias Apuesta Productiva de RADIO					
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta - Media - Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia
<b>TENDENCIAS ORGANIZACIONALES</b>					
1	ALMACENAMIENTO	Aumento del uso de tecnologías para archivar, preservar y conservar contenidos de manera digital en la nube, podcast, en Discos Duros, etc.	Alto	CP	Almacenamiento, conservación y difusión de contenidos radiales .El archivo sonoro pasa a ser patrimonio financiero y cultural
2	COMPLEJIDAD DE LAS TAREAS	Requerimiento de perfiles integrales	Alto	CP	Requiere niveles de formación académica enfocados a la producción de radio: manejo de redes sociales, producción radiofónica y redacción de contenidos informativos.
3	TIPO DE CONTRATACION A LOS EMPLEADOS	Aumento de Free Lancers, trabajos con entornos independientes	Alto	CP	Modalidad de trabajo con horario flexibles. (Pero se encuentra una alta presencia de informalidad laboral)
4	FIDELIZACIÓN	Aumento de la fidelización de colaboradores	Alto	CP	Estrategias para que los colaboradores se sientan comprometidos con lo que están haciendo y que se forme un vínculo congruente con la visión y misión de la organización.
		Implementación del salario Emocional			Beneficios psicológicos y emotivos para la realización de las tareas
		Emisoras Comunitarias			Servicio público de radiodifusión de la comunidad para la comunidad.
5	INTELIGENCIA ARTIFICIAL	Incorporación de ciencias de la computación o máquinas inteligentes.	Alto	CP	Uso de algoritmos para el reconocimiento de voz y redacción de contenidos.
6	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS	Reducción en el tamaño de las emisoras de interés público	Alto	CP	Las emisoras de interés público han perdido apoyo y financiación..
7	ALIANZAS	Aumento de convenios de sistemas audiovisuales	Alto	CP	Relaciones entre productores para aumentar las experiencias radiofónicas



TABLA 2. DESCRIPCIÓN DE TENDENCIAS - AUDIOVISUALES

Tendencias Apuesta Productiva de RADIO						
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta - Media - Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia	
<b>TENDENCIAS CREATIVAS</b>						
1	NUEVOS MODELOS NARRATIVOS	Visual Radio	Medio	MP	Las emisoras están adaptando elementos del lenguajes audiovisual dentro de sus emisiones en vivo con el fin de cautivar otros públicos y audiencias.	
		Radio con imágenes				
		Aumento de contenidos novedosos, especializados, atractivos, atemporales.	Alto	CP		Contenidos que se adecuen a las demandas de los públicos y que se mantengan el tiempo en almacenadores de información.
		Apertura a nuevas ideas y formas de contar las historias	Alto	CP		Formas de narración que se salen del formato tradicional, que tengan algo más que el audio y fomenten la interacción.
		Especialización en nichos	Alto	CP		Creación de contenidos para públicos específicos
		Incorporación del uso de multimedia, artículos y videoclips	Alto	CP		Incorporación de contenidos audiovisuales
6		Uso de redes sociales	Alto	CP	Creación y circulación de contenidos en plataformas digitales	
<b>Tendencias Apuesta Productiva de RADIO</b>						
No.	Gran Tendencia	Tendencias específicas	Probabilidad de Ocurrencia Alta - Media - Baja	Horizonte de tiempo CP: 1 a 3 años MP: 4 a 6 años LP: 7 a 10 años	Descripción de la tendencia	
<b>TENDENCIAS MEDIO AMBIENTALES</b>						
1	USO DE ENERGÍAS LIMPIAS	Transición a la utilización de radio sostenible	Alto	MP	Emisoras sostenibles, menor uso de energía. En especial para la radio comunitaria de baja potencia	

## 2.3 ANÁLISIS DE IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO

Gran parte de las tendencias identificadas causan impacto en algunos cargos, bien sea transformándolos, aumentando su demanda, generando cargos nuevos o nuevas funciones, o convirtiendo en obsoletos aquellos cargos que pueden perder relevancia a causa de la incidencia de alguna tendencia identificada.

Esta información surge directamente a partir de las consultas realizadas con los expertos, tanto en los grupos focales, como en las entrevistas semiestructuradas. A continuación se detallan los hallazgos por cargo, con la tendencia que lo impacta y cómo este impacto está generando cambios.

Treinta y tres cargos se evidencian en transformación, principalmente por tendencias de orden tecnológico. Se destacan algunos de ellos como director de contenidos especiales, el Desarrollador web audiovisual, el Director Logístico, el Data Manager, los operarios en sus diferentes oficios, el Editor, el Ingeniero en producción audiovisual, el Community manager o editor de marcas en medios sociales digitales y el Diseñador Sonoro, Director de flujos de trabajo (production work flow specialist), finalizador, Creative technologist, Productor de experiencia, Diseñadores multimediales, Transmedia producer, Coordinador de comunicaciones, Investigador – Libretista y videógrafo.

El sector audiovisual manifiesta la necesidad de formar en cargos nuevos como: el Editor en Set, Coach de actores, Técnico en fotografía web, productor de nuevos medios, Programador y creador de App audiovisual, técnico en modelado en 3D, gestor de contenidos, lector de audiencias, gestor de analítica, productor podcast, analista de Big data.

Pueden aumentar su demanda el Técnico en realidad virtual y realidad aumentada, el comunicador digital audiovisual y el guionista. Está perdiendo relevancia el Laboratorista de revelado análogo. A continuación se presenta tabla de Impactos ocupacionales para el sector en el futuro.

A continuación se presenta tabla de Impactos ocupacionales para el sector de Audiovisuales en el futuro, teniendo en cuenta cargo u oficio como es identificado por el entrevistado, nivel de formación, profesión requerida, el tipo de cargo (Si es un cargo nuevo o en transformación) y que tendencia lo impacta.



## TABLA 3. IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO - AUDIOVISUALES

Cargo u oficio como es identificado por los entrevistados	Ocupación CIUO 08 AC	Nivel de formación	Profesión Requerida	Tipo de Cargo	Tendencia que lo impacta
Editor de diálogos	NCP	Técnico Laboral	Técnico Laboral por Competencias en Auxiliar de Grabación y Edición de Video, Sonido y Animaciones Interactivas	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Editor en set	NCP	Técnico Laboral	Técnico Laboral por Competencias en Auxiliar de Grabación y Edición de Video, Sonido y Animaciones Interactivas	Nuevo	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa /Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Administrador de tarifas	NCP	Maestría, Pregrado, Técnica, Asistencial	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual) Cursos Diseño y producción de contenidos comunicativos en narrativas, montaje, gestión de muestras y festivales, seminario de crítica de las artes y comunicación en entornos digitales, gestión de proyectos y producción *	En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Coach actores	NCP	Técnico Laboral	Dirección y realización cinematográfica	Nuevo	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Director de contenidos especiales	NCP	Técnico Laboral	Dirección y realización cinematográfica	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Script	NCP	Técnico Laboral	Dirección y realización cinematográfica	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual
Operarios audiovisuales	NCP	Pregrado	Programa de Cámara y Luces	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual
Operarios audiovisuales	NCP	Técnico profesional	Técnico Profesional en Producción de Audio y Video	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Director logístico	NCP	Pregrado	Administración	En transformación	
Técnico en realidad virtual y realidad aumentada	NCP	Diplomado	Diplomado en Modelado Renderizado y Realidad Virtual 3DMax	Puede aumentar la demanda	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa /Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Productor de nuevos medios	NCP	Pregrado Posgrado (especialización)	Profesional en medios audiovisuales - especialización en administración	Nuevo	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Desarrollador web para empresas audiovisuales	NCP	Pregrado	Publicidad - Tecnología en diseño gráfico publicitario	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual
Programador y creador de App audiovisual	NCP	Pregrado	Publicidad - Tecnología en diseño gráfico publicitario / Ingeniería de sistemas	Nuevo	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Desarrollador web para empresas audiovisuales	NCP	Pregrado	Ingeniería de sistemas	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual

Fuente: Resultados de entrevistas semiestructuradas con actores del sector y la información de los expertos en los grupos focales.

## TABLA 3. IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO - AUDIOVISUALES

Cargo u oficio como es identificado por los entrevistados	Ocupación CIUO 08 AC	Nivel de formación	Profesión Requerida	Tipo de Cargo	Tendencia que lo impacta
Operario del grip	NCP	Técnico	Cámara y grip	En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Segundo asistente de grip	NCP	Técnico	Taller Asistente de grip	Nuevo	Estabilizadores fáciles de usar y de bajo costo
Técnico en audiovisuales	NCP			En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Técnico de Imagen digital avanzado (DIT avanzado)	NCP			Nuevo	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Director de operaciones	NCP			En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Director Control Master en nuevos modelos de creación audiovisual	NCP			Nuevo	Generación de contenidos audiovisuales como el videomapping, utilización de pantallas LED en eventos, de volúmenes en pantallas grandes para mejoramiento de la imagen y como la gamificación de eventos, donde se integra al usuario en el juego, en museos exposiciones, presentaciones, eventos deportivos, stands de ferias
Publicista digital	NCP	Pregrado	Publicidad / Técnico digital	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual / identificación de nuevos modelos gráficos y narrativos
Exhibidor	NCP			En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Laboratorista de revelado análogo	NCP			Perderán relevancia	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa /Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Data manager	NCP	Pregrado	Profesional en medios audiovisuales	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Directores de Cine contemporáneo	NCP	Pregrado	Gestión de la industria cinematográfica	En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Analista de cuidado de públicos	NCP	Técnico	Mercadeo y Administración	Puede aumentar la demanda	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa /Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Distribuidor de contenidos audiovisuales	NCP	Técnico		En transformación/ puede aumentar su demanda	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Representante de ventas digitales o manager de venta digital para productos audiovisuales	NCP	Técnico		En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual

Fuente: Resultados de entrevistas semiestructuradas con actores del sector y la información de los expertos en los grupos focales.

## TABLA 3. IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO - AUDIOVISUALES

Cargo u oficio como es identificado por los entrevistados	Ocupación CIUO 08 AC	Nivel de formación	Profesión Requerida	Tipo de Cargo	Tendencia que lo impacta
Community manager o editor de marcas en medios sociales digitales	NCP	Pregrado *Tecnológico - Diplomado	Comunicación Social - Diplomado Community Manager	Nuevo	Over The Top / Plataformas web / Productos audiovisuales vía Streaming
Comunicador digital audiovisual	NCP	Pregrado *Tecnológico - Diplomado	Comunicación Social - Diplomado Community Manager	En transformación y puede aumentar la demanda	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa / Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Operarios audiovisuales	NCP	Técnico laboral Técnico profesional	Técnico Laboral por Competencias en Auxiliar de Grabación y Edición de Video, Sonido y Animaciones Interactivas Técnica profesional en fotografía y camarografía	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual
Técnico en fotografía web	NCP	Técnico Laboral	Técnico Laboral por Competencias en Auxiliar de Grabación y Edición de Video, Sonido y Animaciones Interactivas	Nuevo	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa / Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Tecnólogo en modelado en 3D	NCP	Técnico Laboral	Técnico en Diseño Gráfico Digital	Nuevo	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa / Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Editor	2451. EDITOR	Técnico Laboral	Técnico Laboral por Competencias en Auxiliar de Grabación y Edición de Video, Sonido y Animaciones Interactivas	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia audiovisual
Auxiliar de diseñador sonoro	3131. Auxiliar audiovisual	Técnico laboral por competencia	Producción de audio y sonido	En transformación	Musicalización digital / Procesos de finalización profesionales en entornos de trabajo independientes (a través de software / Tecnología inalámbrica para micrófonos / Dolby Atmos
Contador	2411. Contador	Pregrado Posgrado (especialización)	Finanzas para el sector audiovisual	En transformación	La complejidad de las tareas requiere niveles de habilidades más altos a los perfiles que se vinculan en el mercado laboral
Guionista	2451. Guionista	Pregrado	Licenciatura en literatura y lengua castellana * Curso de Escritura Creativa	Puede aumentar la demanda	Incorporación del 3D / Deep Fake / Interacción narrativa / Realidad Aumentada / Composición Digital de video / Realidad Virtual
Ingeniero de sistemas especializado en productos audiovisuales	2130. Ingeniero análisis y diseño de sistemas	Pregrado	Comunicación Social y afines	En transformación	Desarrollos tecnológicos en el campo digital y de la inteligencia visual
Director de flujos de trabajo (production work flow specialist)	NCP	pregrado	Carreras de producción audiovisual que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	En transformación	TECNOLÓGICA: La postproducción de contenidos Tecnologías emergentes para la postproducción.

## TABLA 3. IMPACTOS OCUPACIONALES PARA EL SECTOR EN EL FUTURO - AUDIOVISUALES

Cargo u oficio como es identificado por los entrevistados	Ocupación CIUO 08 AC	Nivel de formación	Profesión Requerida	Tipo de Cargo	Tendencia que lo impacta
Finalizador	NCP	Técnico	Carreras de producción audiovisual que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	En transformación	TECNOLÓGICA: La postproducción de contenidos Tecnologías emergentes para la postproducción.
Creative technologist	NCP	pregrado	Carreras de producción audiovisual que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	En transformación	CREATIVA: Plataformas OTT
Productor de experiencia	NCP	pregrado	Carreras de producción audiovisual que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	En transformación	CREATIVA: Plataformas OTT
Diseñadores multimediales	NCP	pregrado	Diseño digital y multimedia	En transformación	CREATIVA: Plataformas OTT
Transmedia producer	NCP	pregrado	Producción y comunicación transmedia	En transformación	CREATIVA: Plataformas OTT
Coordinador de comunicaciones	NCP	pregrado	Especialización en comunicación social	En transformación	ORGANIZACIONAL: Especialización de profesionales de otras áreas
Investigador - Libretista	2641	Técnico, tecnólogo o pregrado	Especialización en guión y libreto para cine y televisión	En transformación	ORGANIZACIONAL: 1) Free Lancers, trabajos con entornos independientes / Modalidad de trabajo con horario flexibles
Videógrafo	NCP	Técnico, tecnólogo o pregrado	Tecnología en realización audiovisual	En transformación	ORGANIZACIONAL: 1) Free Lancers, trabajos con entornos independientes / Modalidad de trabajo con horario flexibles
Gestor de contenidos	NCP	Pregrado	Carreras de producción audiovisual y o publicidad que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	Nuevo	Gestión y distribución del contenido
Lector de audiencias	NCP	Pregrado	Carreras de producción audiovisual y o publicidad que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	Nuevo	Lector de audiencias, plataformas y consumo
Gestor de analítica	NCP	Pregrado	Carreras de producción audiovisual y o publicidad que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	Nuevo	Gestor de analítica, comportamiento de algoritmos
Analista de datos	NCP	Pregrado	Carreras de producción audiovisual y o publicidad que requieren especialización o profundización en los conocimientos que el cargo indica	Nuevo	Analista de datos
Productor podcast	NCP	Pregrado	Comunicación social o afines	Nuevo	Inteligencia artificial, Adaptación de podcast a audiovisual
Analista de Big data	NCP	Pregrado	Carreras de al área de informática	Nuevo	Inteligencia artificial V

## 2.4 ANÁLISIS DE DESCRIPTORES PARA LOS CARGOS REQUERIDOS A FUTURO EN EL SECTOR

LENS

Revisado el impacto que generan las tendencias sobre los cargos, se relacionará ahora la influencia de las tendencias sobre los descriptores o las características de los cargos; es decir, los impactos que se dan a través de nuevas funciones, conocimientos, habilidades o competencias transversales.

A continuación, se presenta un breve análisis de los descriptores nuevos o que se están transformando y son influenciados por las principales tendencias seleccionadas por los empresarios en las entrevistas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que un descriptor puede ser nuevo para un cargo, pero para otro no, o que solo en uno se esté transformando.

Se relacionan los nuevos conocimientos, destrezas y funciones que se requieren a causa de la tendencia que influencia el cargo: Dentro de los conocimientos que adquieren mayor relevancia se destacan, conocimientos especializados en tendencias cinematográficas y contemporáneas, uso de software especializados y de última generación para una adecuada grabación, manejo de cámaras, conocimiento en cambios tecnológicos sobre formas de exhibición (plataformas) de productos audiovisuales, conocimientos sobre distribución de productos cinematográficos en mercados internacionales, marketing digital, informativa avanzada, fotografía, cine digital, inglés, software especializados en 3D, programas de animación, uso, mantenimiento y conocimiento en general de maquinaria grip y equipo para producción audiovisual como grúas de 3,6 y 9 metros, travelling, steady cam y drones, automatización e inteligencia artificial, conocimientos de periodismo, camarografía, planimetría, iluminación, sonido, graficación,

uso de software de edición, conocimientos en matemáticas, informática, estadística, manejo de base de datos y programación, en cuanto a cine, televisión y video. En cuanto a radio se relacionan nuevos conocimientos como transmedia, producción radial y comunicación.

En cuanto a las destrezas con mayor relevancia en cine, televisión, video y radio se destacan: Manejo de herramientas digitales, uso de TIC, análisis y redacción, criterio para crear en el desarrollo empresarial de un proyecto audiovisual y para medir el éxito de la experiencia diseñada, dedicación, organización, persuasión, narrador, dinámico, buena redacción, investigador, redacción para televisión.

En cuanto a nuevas competencias transversales se destacan en cine, televisión, video y radio: Redacción y consecución de contactos, relaciones interpersonales e interdisciplinarias, comunicación, proactividad, resolución de conflictos, capacidad de adaptabilidad, Informática, Creatividad, responsabilidad y ética



## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Directores de Cine contemporáneo	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Investigador de tendencias cinematográficas	Conocimientos especializados en tendencias cinematográficas y contemporáneas	Dirección correcta de los proyectos	Organización	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual)
Administrador de tarifas	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Organizar y realizar la veeduría de tarifas	Conocimiento actualizado de las tarifas del mercado audiovisual en la región	Administración	Organización	Administrador /gerente, director administrativo
Operario del Grip	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Manejo del Grip como mecanismo de soporte para movimiento de cámaras y luces con medios automatizados	Uso de medios automatizados para el manejo del grip	Manejo de herramientas digitales	Flexibilidad	Técnica profesional en fotografía y camarografía
Desarrollador web para empresas audiovisuales	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Uso de nuevas plataformas y formatos	Planificación elaboración y desarrollo de páginas web	Manejo de herramientas digitales	Informática	Ingeniero de sistemas
Técnico en audiovisuales	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Manejo de tecnologías de punta	Uso de software especializados	Uso de tecnologías digitales	Análisis	Técnico en audiovisuales
Operarios audiovisuales	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Controlar las Cámaras de última generación mediante la configuración y ajusta a sus diferentes parámetros para una correcta grabación según la necesidad del producto audiovisual	Manejo de cámaras y de software de última generación para una adecuada grabación	Uso de equipos de grabación y de tecnologías digitales para la grabación de proyectos audiovisuales	Capacidad de adaptabilidad	Técnico en audiovisuales
Director de operaciones	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Garantizar la viabilidad y sostenibilidad de los procesos internos	Sistemas de distribución audiovisual	Eficiencia en la coordinación de las diferentes áreas de la empresa (Calidad, materiales, producción, mantenimiento, etc.)	Proactividad	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual) Cursos Diseño y producción de contenidos comunicativos en narrativas, montaje, gestión de muestras y festivales, seminario de crítica de las artes y comunicación en entornos

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidenció falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.



## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
								digitales, gestión de proyectos y producción *
Data manager	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Planifica, supervisar y controlar tanto la gestión como el uso de los datos para proyectos audiovisuales	Uso de software especializados para manejo de datos de proyectos audiovisuales	Uso de tecnologías digitales	Flexibilidad	Ingeniero de sistemas
Comunicador digital audiovisual	En transformación y puede aumentar la demanda	NCP	DESARROLLO PERMANENTE DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	Uso de nuevas plataformas, nuevas redes, llevar la radio con evolución dentro de las nuevas tecnologías. Escribe y maneja contenidos en formato digital. Producir y/o editar clips de audio o video para ampliar el contenido realizado por los redactores web. Realizar presentaciones en formato digital para contenidos. Elaboración de contenidos de investigación (temáticos o informativos) que abarquen el uso integrado de los recursos multimedia. Realizar investigaciones, contactar fuentes dentro y fuera del ámbito virtual para el desarrollo de sus contenidos especiales, infografías, animaciones, galería de imágenes. Manejar bases de datos que contienen material multimedia.	Conocimientos informáticos y actualización de las nuevas redes y sistemas	Eficiencia en la coordinación de las diferentes áreas de la empresa (materiales, producción, mantenimiento, etc.). Integración tecnológica a los nuevos formatos y aplicaciones para la difusión de contenidos	Informática	
Script	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Continuidad argumental y visual con manejo de TIC	Archivo de órdenes, archivo de procesamiento por lotes o guión	Uso de TIC	Creatividad	
Director de contenidos especiales	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Crear contenidos especiales, para las redes sociales y para las plataformas de streaming, desarrollar historias	Redes sociales y plataformas streaming, celografía (técnica de fotografía móvil), marketing digital	Uso de TIC, análisis y redacción	Flexibilidad	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual)
Distribuidor de contenidos audiovisuales	En transformación / puede aumentar su demanda	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Aplicar el conocimiento sobre los cambios tecnológicos relacionados con las diversas formas de exhibición (uso de plataformas) para productos audiovisuales	Conocimiento en cambios tecnológicos sobre formas de exhibición (plataformas), de productos audiovisuales	Uso de TIC	Análisis	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual)

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidenció falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Representante de ventas digitales o manager de venta digital para productos audiovisuales	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Hacer que la película se estrene internacionalmente. Llevar a cabo la distribución internacional.	Conocimientos sobre distribución de productos cinematográficos en mercados internacionales	Saber cómo vender, cómo atraer la atención del público. Hacer que la gente vea la película en internet. Ser capaz de identificar los festivales donde se puedan presentar los productos cinematográficos	Empatía, relaciones	
Publicista digital	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA / POSICIONAMIENTO DE LOS DEPARTAMENTOS CREATIVOS	Realizar la publicidad de la película en internet. Hacer que el producto sea atractivo para la venta y compra	Marketing digital	Uso de la internet	Comunicación	
Exhibidor	En transformación	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Actualización técnica en el reconocimiento de nuevos formatos de exhibición	Integración tecnológica y de formatos en la exhibición audiovisual en equipamientos culturales	Actualización técnica continua	Resolución	
Editor de diálogos	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Actualizar continuamente la edición de diálogos con los avances tecnológicos (programas y herramientas) que faciliten los procesos con ahorro de tiempo	Programas y herramientas para optimización del tiempo en producciones audiovisuales	Manejo de TIC, optimización del manejo del tiempo	Resolución	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual)
Director logístico	En transformación	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Gestionar las etapas del proceso de producción de una empresa audiovisual, desde la concepción o materialización de la idea hasta la entrega y distribución en los diferentes productos audiovisuales haciendo uso de los nuevos equipos y formatos tecnológicos	Uso de los nuevos equipos y plataformas de distribución	Uso de equipos y plataformas emergentes	Flexibilidad	
Técnico de Imagen digital avanzado (DIT avanzado)	Nuevo	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Manejar datos e información para diseño en formatos digitales, los set ups de la cámara, manejo de datos	Manejo de software para diseño digital avanzado, informativa avanzada, fotografía, cine digital, inglés	Habilidades para el diseño y uso de medios tecnológicos, manejo de segunda lengua	Comunicación, informática aplicada al diseño, Organizados, comprometidos, responsables	Técnico en audiovisuales
Director Control Master	Nuevo	NCP	GENERADOR DE CONTENIDOS	Crear y desarrollar productos audiovisuales para ser emitidos y	Transmedia, Producción radial y comunicación	Criterio para crear y para el desarrollo empresarial	Proactividad	

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidenció falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

**TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES**

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
en nuevos modelos de creación audiovisual				transmitidos por medios cinematográficos, televisivos, radiofónicos y/o multimedia como la narrativa transmedia (creación de un universo narrativo con la colaboración de la audiencia)		de un proyecto audiovisual y para medir el éxito de la experiencia diseñada		
Productor de nuevos medios	Nuevo	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Identificar las herramientas para satisfacer las necesidades de investigación en el ámbito audiovisual y detectar las diferentes necesidades del medio	Ciencias de la información y de la comunicación, servicios y productos digitales.	Capacidad de búsqueda, rastreo y recuperación de información, habilidades para poder evaluar de forma oportuna la información recuperada	comunicación, organización	
Programador y creador de App audiovisual	Nuevo	NCP	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Crear aplicaciones audiovisuales	Programación y manejo de lenguajes de elaboración web para productos audiovisuales	Manejo de nuevas plataforma web para contenidos audiovisuales	Creatividad, responsabilidad, ética	
Community manager o editor de marcas en medios sociales digitales	Nuevo	NCP	PLATAFORMAS OTT	Construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de los productos audiovisuales asociados a una marca en internet, creando y manteniendo relaciones con los clientes. Promover la misión y la visión empresarial con le uno de las TIC	Comunicación, diseño gráfico, transmedia (comunicación a través de múltiples medios y plataformas digitales que se expande con la participación activa de los clientes), social media.	Dedicación, organización, persuasivo, narrador, dinámico, buna redacción	Creatividad, flexibilidad	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual)
Tecnólogo en modelado en 3D	Nuevo	NCP	DESARROLLO PERMANENTE DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	Crear maquetas en 3D, crear contenido animado	Software especializados en 3D, programas de animación	Manejo de Tecnologías de diseño en 3D emergentes, habilidad para el modelado en 3D	Creatividad, flexibilidad	
Segundo asistente de grip	Nuevo	NCP	MAQUINARA GRIP	Manejo de la maquinaria de última generación	Uso, mantenimiento y conocimiento en general de maquinaria y equipo para producción audiovisual como grúas de 3,6 y 9 metros, travelling, steady cam y drones	Fiscas y de manejo de equipos eléctricos y electrónicos	Organización, metódico, cuidadoso	

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidencio falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Técnico en fotografía web	Nuevo	NCP	DESARROLLO PERMANENTE DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	Dirección de fotografía para productos audiovisuales en la web. Creación artística de la imagen del film en la web. Tomar decisiones sobre iluminación, óptica, encuadre y composición, además del etalonaje final que dará a la película la estética final. El etalonaje se refiere laboratorio cinematográfico, que mediante procesos fotoquímicos consigue igualar el color, la luminosidad y el contraste de los diferentes planos que forman las secuencias de una película de cine todo para plataformas web	Uso de nuevos formatos para por ejemplo grabar en vertical y celografía (imágenes gráficas con el uso del celular)	Uso adecuado de los avances tecnológicos (software y dispositivos tecnológicos) que faciliten la captura y edición de imágenes	Inglés, informática	
Coach actores	Nuevo	NCP	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Entender la intención del director y los personajes	Técnicas actorales, técnicas de respiración	Relaciones públicas, rigor, honestidad, prudencia	Comunicación asertiva	
Editor en set	Nuevo	NCP	DESARROLLO PERMANENTE DE TECNOLOGÍAS A LA MEDIDA	A medida que se va rodando la película la va editando	Informática y cine digital, inglés	Digitales y de manejo de segundo idioma	Organizados, comprometidos, responsables	
Editor	En transformación	2451. EDITOR	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Manejo de tecnologías de automatización y de inteligencia multimedia audiovisual	Automatización e inteligencia artificial	Uso de tecnologías digitales	Flexibilidad	
Auxiliar de diseñador sonoro	En transformación	3131. Auxiliar audiovisual	SONIDO	Apoyar el diseño sonoro	Minimización de tiempos y procesos mecánicos. Propuestas creativas. Diseño sonoro	Manejo del tiempo y optimización de procesos mecánicos	Proactividad	
Contador	En transformación	2411. Contador	PERFILES MAS ESPECIALIZADOS	Hacer uso de TIC emergentes y aplicar la gestión y el control del estado financiero con énfasis en las condiciones particulares del sector	Finanzas y contabilidad para empresas del sector audiovisual, marco legal, derechos de autor	Uso de TIC aplicadas al ejercicio de la gestión y control contable y financiero.	Informática, investigación, precisión	
Ingeniero de sistemas especializado en productos audiovisuales	En transformación	2130. Ingeniero análisis y diseño de sistemas	INTEGRACION TECNOLÓGICA	Realización de herramientas tecnológicas que vincule los nuevos medios.	Realización de herramientas tecnológicas que vincule los nuevos medios para productos audiovisuales (cine, tv, radio)	análisis, comunicación y relacionamiento , gran disciplina	Informática, comunicación, liderazgo y creatividad	

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidencio falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Director de flujos de trabajo (production work flow specialist)	En transformación	NCP	TECNOLÓGICA: La postproducción de contenidos Tecnologías emergentes para la postproducción.	Manejo técnico desde el principio hasta el final en especial de los equipos, no tanto del talento humano	Color, conocimiento técnico y científico de la imagen, debe manejar los diferentes software utilizados en la industria		Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos	
Finalizador	En transformación	NCP	TECNOLÓGICA: La postproducción de contenidos Tecnologías emergentes para la postproducción.	Une la pieza, coloca gráficos, efectos especiales, hace la exportación de acuerdo a la plataforma, reúne y envía	Conocimientos de tipos o formas de emitir, conocimiento técnico amplio, saber hacia donde va a ir el programa		Talento humano, buenas relaciones interdisciplinarias, disciplina, comunicación, proactividad, resolución de conflictos	
Creative technologist	En transformación	NCP	CREATIVA: Plataformas OTT	Conecta al productor con la creatividad. Maneja una línea conceptual				
Productor de experiencia	En transformación	NCP	CREATIVA: Plataformas OTT					
Diseñadores multimediales	En transformación	NCP	CREATIVA: Plataformas OTT					
Transmedia producer	En transformación	NCP	CREATIVA: Plataformas OTT					
Coordinador de comunicaciones	En transformación	NCP	ORGANIZACIONAL: Especialización de profesionales de otras áreas					
Investidor - Libretista	En transformación	2641	ORGANIZACIONAL: 1) Free Lancers, trabajos con entornos independientes / Modalidad de trabajo con horario flexibles	Elaborar y lugar diseñar la continuidad, libreto y/o escaleta tipo del proyecto y la adaptación para cada capítulo-pieza a entregar	Bagaje cultural, conocimientos amplios de temáticas y contactos	INVESTIGACIÓN, REDACCIÓN PARA TELEVISIÓN, PROACTIVIDAD	AMPLIA LIBRETA DE CONTACTOS Y TEMATICAS	

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidenció falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

## TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Videógrafo	En transformación	NCP	ORGANIZACIONA L: 1) Free Lancers, trabajos con entornos independientes / Modalidad de trabajo con horario flexibles	Realizar, grabar y editar las notas, vtrs y otras piezas que sean requeridas para las necesidades de Teveandina Ltda	Conocimientos de periodismo, camarografía, planimetría, iluminación, sonido, graficación, uso de software de edición.	CREATIVIDAD, BUEN OJO, EDICIÓN Y SONIDO	REDACCIÓN Y CONSECUCIÓN DE CONTACTOS	
Gestor de contenidos	Nuevo	NCP	Gestión y distribución del contenido					
Lector de audiencias	Nuevo	NCP	Lector de audiencias, plataformas y consumo	Identificar las plataformas y conocer su funcionamiento	Consumo de audiencias digitales Comportamientos de las audiencias	TICS, algoritmos, código		
Gestor de analítica	Nuevo	NCP	Gestor de analítica, comportamiento de algoritmos					
Analista de datos	Nuevo	NCP	Analista de datos		Análisis de patrones de comportamiento			
Productor podcast	Nuevo	NCP	Inteligencia artificial, Adaptación de podcast a audiovisual		Adaptación de contenidos Contenidos Marketing Venta producto Derechos de autor (Referente: star up amazon tv); Parlantes inteligentes. Alogritmos que entiendan lo que la gente quiere			

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidencio falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

**TABLA 4. RESULTADOS DE DESCRIPTORES EN PROSPECTIVA LABORAL - AUDIOVISUALES**

Nombre del cargo	Tipo de cargo	Cód. CIUO-08 A.C. relacionado	Tendencia que impacta el cargo	Nuevas Funciones/actividades	Nuevos Conocimientos	Nuevas Destrezas	Nuevas competencias transversales	Programa que responde a la necesidad del cargo (para cargos nuevos)
Analista de Big data	Nuevo	NCP	Inteligencia artificial V	Producción de contenidos para emisoras en tiempo real. Generación de algoritmos para actualización de contenidos y conocimiento de audiencias por seguimiento de tendencias. Posicionamiento. Programación musical determinado por algoritmos	Conocimientos en matemáticas , informática , en estadística , manejo de base de datos y programación, administración de sistemas de mantenimiento	Habilidad en la gestión de herramientas de software para la manipulación de datos	Generar confianza, comunicación y tener visión del negocio	

Fuente: Resultados de grupos focales con expertos del sector

En algunas de las entrevistas realizadas se evidenció falta de conocimiento en funciones, conocimientos, destrezas y competencias transversales, debido a que los cargos corresponden a disciplinas diferentes a la que la persona entrevistada desarrolla, por lo tanto se abstuvieron de dar información.

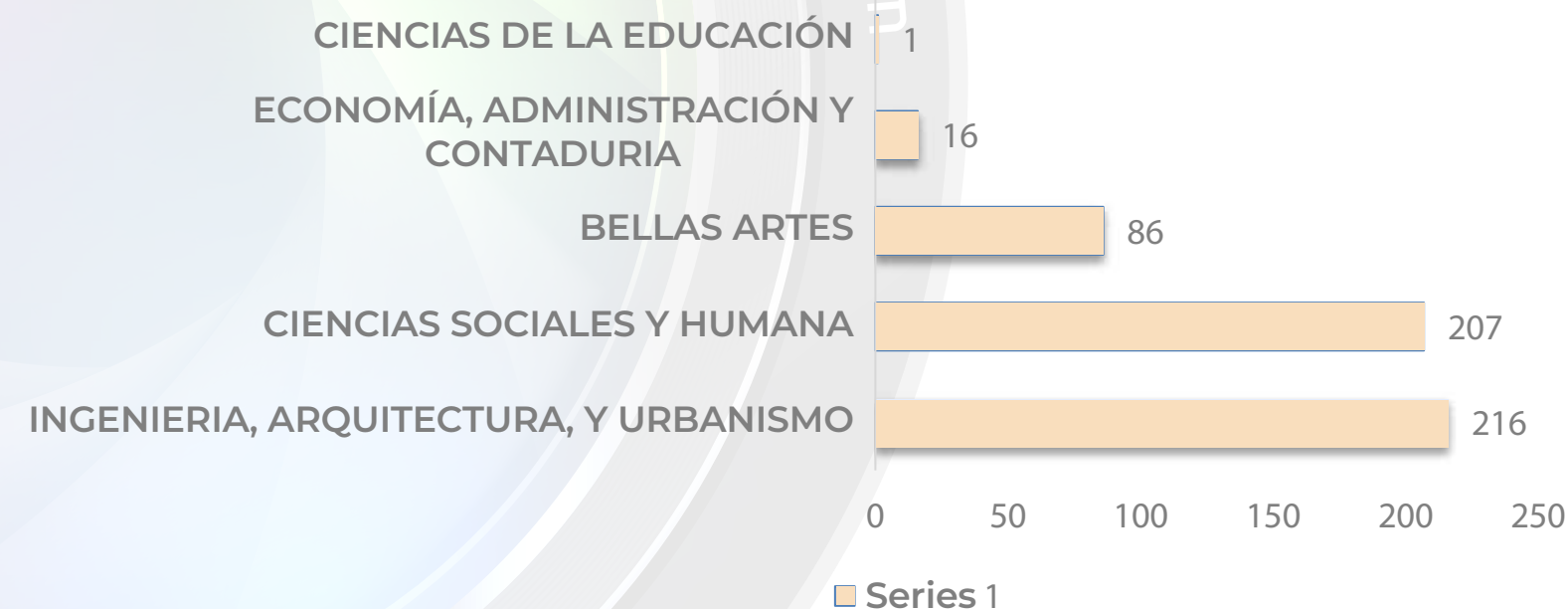
# 3. ANÁLISIS DE OFERTA EDUCATIVA

## 3.1 CONTEXTO DE LA OFERTA EDUCATIVA PARA EL SECTOR A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL:

El sector audiovisual se caracteriza por ser ampliamente interdisciplinar por lo cual en el desarrollo de las distintas acciones que allí tienen lugar, se encuentra capital humano que se forma en áreas de conocimiento como las bellas artes, la comunicación y ciencias sociales, la administración, la publicidad, el diseño y las ingenierías, entre otras, como se aprecia en el gráfico 4.

Los contenidos audiovisuales son desarrollados y emitidos a través de diversos medios y formatos de comunicación, que están fuertemente asociados a los avances tecnológicos; cada vez con más frecuencia en el desarrollo de un proyecto audiovisual se involucran perfiles profesionales con competencias que tradicionalmente se consideran del ámbito audiovisual, con profesionales que cuentan con competencias del campo de la ingeniería, como son las relacionadas con el ámbito de lo multimedia y digital.

Gráfico 4. Áreas del conocimiento que forman al Capital Humano del sector audiovisual





La oferta educativa no es ajena a esta situación y es por ello que al indagar sobre cuales son los programas, tanto de educación superior como de ETDH y del SENA, que forma el capital humano de este campo, se encuentra un amplio número de programas a nivel nacional, en las disciplinas tradicionalmente relacionadas con el cine, la televisión, la radio y la comunicación; al mismo tiempo se encuentra una oferta educativa más reciente, mucho más especializada, que surge en respuesta a las tendencias tecnológicas que afectan el sector, pero que está más concentrada en ciertos departamentos, por consiguiente es menos disponible a la mayoría de la población nacional.

Por otra parte existe una amplia oferta informal a manera de cursos, diplomados y certificaciones internacionales, en temas específicos como Software, equipos de cámara, fotografía, sonido, arte, normatividad, etc., que no ameritan la apertura de nuevos programas académicos, debido a la duración que tienen estos cursos.

Con base en lo anterior, para el análisis de la oferta educativa se tuvieron en cuenta la educación formal, no formal e informal, según como están definidos por la normatividad educativa Colombiana.

## LENS

### 3.2 DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA DE ESTE COMPONENTE:

Como parte de la metodología para la identificación de brechas de capital humano se consultaron fuentes primarias mediante la realización de entrevistas semiestructuradas a directivos y docentes de 25 instituciones de Educación Superior, ETDH y Centros regionales de formación del SENA, en las 4 ciudades participantes en el estudio.

Las instituciones entrevistadas aportaron información para complementar el análisis de la oferta educativa sobre aspectos claves de los programas, así como las tendencias que han influido en la actualización de programas existentes, o en la necesidad de creación de nuevos programas, la definición de estrategias para promover la vinculación de los egresados al sector productivo, y el fortalecimiento de la pertinencia de los programas de formación. La tabla 5 presenta el compendio de las instituciones participantes y los programas que ofrecen.



TABLA 5. INSTITUCIONES EDUCATIVAS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

#	Instituciones entrevistadas	Programa o Curso	Ciudad
1	Universidad del Norte	Comunicación Social y Periodismo	Barranquilla
2	EDA - Escuela Distrital de Arte y Tradiciones Populares	Técnico en cámara y luces, Técnico en postproducción, Técnico en Audio digital	Barranquilla
3	UAO - Universidad Autónoma del Caribe	Programa de Cámara y Luces	Barranquilla
4	Universidad del Magdalena	Cine y Audiovisuales Técnico Laboral en animación 2D Y 3D Maestría en escrituras audiovisuales	Santa Marta
5	Universidad Católica	Comunicación Social y Periodismo	Cali
6	Universidad del Valle	Comunicación social	Cali
7	UAO- Universidad Autónoma de Occidente	Cine y Comunicación Digital	Cali
8	Escuela de Cine Pakiko Ordóñez	Técnico laboral en Dirección y realización cinematográfica	Cali
9	Naar Landaeta Academia	Curso Actuación integral para cine y televisión	Cali
10	Universidad de Medellín	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Medellín
11	Universidad de Antioquia	Comunicación audiovisual	Medellín
12	UPB - Universidad Pontificia Bolivariana	Maestría en cine documental	Medellín
13	Talentos Efrain Arce Aragón	Aptitud ocupacional en fundamentos en presentación de Radio, tv y evento	Medellín
14	CESDE - Centro de Estudios especializados	Técnico laboral Asistente en producción audiovisual	Medellín
15	Instituto de Educación Consuelo Montoya Gil - CONFENALCO (ETDH)	Oficios Técnicos de la escena artística (Formación artística y cultural)	Medellín
16	Corporación CINEFILIA (ETDH)	Laboratorio de Guión: Labguión	Medellín
17	Universidad de Antioquia (pregrado)	Comunicación audiovisual y multimedial	Medellín
18	Corporación Dunav Kuzmanich (ETDH)	Curso Tejiendo Cortos	Medellín
19	IME- Instituto Metropolitano de Educación - Escuelas Técnicas (ETDH)	Producción de Audio y Video (Escuela Creativa Audiovisual Técnico en producción audiovisual de audio y video)	Medellín
20	Centro Audiovisual Medellín S.A.S (ETDH)	Técnico Laboral en producción de audio y video	Medellín
21	Comisión Fílmica de Bogotá - IDARTES	Taller de gerencia de Locaciones Movie Magic para Plan de rodaje Movie Magic para presupuesto Producción en Línea Asistencia de dirección Asistencia de producción en línea	Bogotá
22	ENAC- Escuela Nacional de Cine	Conservatorio de Cine Dirección de foto Producción ejecutiva Diplomados en Work Shop, Guion, Documental, Dirección de arte	Bogotá
23	SENA - Servicio nacional de Aprendizaje	Tecnólogo en producción de medios audiovisuales Tecnólogo en producción de multimedia Tecnólogo en animación 3D Técnico en camarografía	Barranquilla
24	SENA - Centro de Diseño Tecnológico Industrial	Tecnólogo en producción de medios audiovisuales	Cali
25	SENA - Servicio nacional de Aprendizaje (Tecnología)	Producción Multimedia Tecnología en producción de medios audiovisuales digitales	Medellín

LENS

Como fuentes secundarias se consultaron los sistemas de información con que cuenta el Ministerio de Educación Nacional, estos son el SNIES y SIET. Estos sistemas ofrecen información sobre el nombre del programa, la institución oferente, el nivel de formación, para el caso de la educación superior, y el tipo de certificado que otorga para la ETDH, área y núcleo de conocimiento en el que está inscrito el programa, departamento y municipio en que se ofrece, número de estudiantes matriculados, número de estudiantes graduados y otras variables de calidad; por lo que se convierten en fuentes de información útiles para el ejercicio posterior en la identificación de brechas. Otro sistema de información consultado en el Observatorio laboral de la Educación superior OLE.

### 3.3 ANÁLISIS CUANTITATIVO DE CIFRAS DE OFERTA EDUCATIVA

Para el análisis de este componente se tienen en cuenta dos subcomponentes: la caracterización de los programas y el análisis de matriculados y egresados.

### 3.3.1 Caracterización de programas de formación

A partir de la información que brindan los sistemas de información se realizó el análisis cuantitativo de acuerdo con de cantidad de programas, distribución a nivel nacional, distribución por nivel de formación, distribución por metodología (presencial, a distancia o virtual).

Se encontró una oferta de educación formal y no formal de 949 programas, 526 son de educación superior, 386 son de ETDH y 37 programas son del SENA.

La oferta de formación informal es muy amplia y como se mencionó anteriormente, está representada en diplomados, cursos, certificaciones internacionales, certificados de asistencia y es ofrecida tanto por instituciones de educación superior a través de los centros de educación continua, por instituciones ETDH, por el SENA y diversas instituciones particulares y agremiaciones.

A partir de la información entregada por el SENA, en el catálogo de economía naranja actualizado a 24 de marzo de 2020, se identificaron 97 cursos relacionados con el sector audiovisual, que ilustran claramente las temáticas de la oferta informal.

La cuantificación de la oferta educativa de formación informal se dificulta, debido a que éstos cursos no se registran en un sistema central como son el SNIES y el SIET, y aparecen a través de las páginas de internet de las instituciones. De la misma manera estos cursos se ofrecen por demanda, por lo tanto no se logró establecer la cantidad concreta de cursos, pero se calcula que puede ser del mismo orden de los programas de educación formal. Esta oferta de formación permite la actualización, profundización y desarrollo de competencias técnicas específicas de los profesionales del sector.

Se identificó que la distribución de los programas de educación superior a nivel nacional está concentrada en Bogotá D.C., Antioquía y Valle del Cauca, estas 3 regiones cuentan con el 52% del total de la oferta, con un rango de entre 39 a 129 programas.

Le siguen con el 37% de la oferta total, los departamentos de Santander, Huila, Boyacá, Cauca, Atlántico, con un rango de 20 a 30 programas; Caldas, Norte de Santander, Bolivar, Magdalena, Tolima, Meta y Risaralda están en un rango de 10 a 15 programas.

Los departamentos de Amazonas, Caquetá, Casanare, Cesar, Chocó, Córdoba, Guanía, Guaviare, La Guajira, Nariño, Putumayo, Quindío, San Andres y Providencia, Sucre y Vichada conforman el 11% de la oferta educativa en un rango de 1 a 9 programas. El departamento de Arauca no cuenta con programas relacionados con el el sector Audiovisual.

En relación con la oferta de ETDH se observa una distribución similar a la de la Educación superior, nuevamente Bogotá con 104 programas, Valle del Cauca con 57 y Antioquia con 34 concentran el 50,5 % de la oferta educativa. Seguidos de Atlántico, Cundinamarca, Santander, Nariño, Norte de Santander, Bolivar, Caldas, Risaralda y Tolima, que conforman el 32,9%, con una oferta entre 23 y 10 programas.

El 16,6% restante está distribuido en los departamentos de Meta, Magdalena, Casanare, Boyacá, Cesar, Córdoba, Huila, Quindío, Caquetá, Sucre, Putumayo, Arauca, Chocó, La Guajira con un rango de 9 a 1 programa.

Amazonas, Guainía, Guavare, San Andrés y Providencia y Vichada no tiene oferta educativa de ETDH. Cabe anotar que en estos departamentos la demanda de formación es cubierta por el SENA, y no esta registrada en el SIET. El cuadro 2 presenta de manera detallada el número de programas de educación superior y de ETDH por cada departamento.

## CUADRO 2. DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ETDH POR DEPARTAMENTO

Departamento	Programas de Educación Superior	Programas de ETDH
Amazonas	2	0
Antioquia	71	34
Arauca	0	1
Atlántico	19	23
Bogotá D.C	129	104
Bolívar	14	11
Boyacá	20	8
Caldas	15	10
Caqueta	3	2
Casanaré	2	6
Cauca	20	4
Cesar	8	5
Chocó	3	1
Córdoba	6	5
Cundinamarca	33	18
Guainía	3	0
Guaviare	3	0
Hulia	21	5
La Guajira	3	1
Magdalena	11	9
Meta	10	9
Nariño	9	16
Norte De Santander	15	12
Putumayo	2	2
Quindío	5	4
Risaralda	10	10
San Andrés Y Providencia	2	0
Santander	31	17
Sucre	6	2
Tolima	10	10
Valle Del Cauca	39	57
Vichada	1	0
<b>Total</b>	<b>526</b>	<b>386</b>

## LENS

La distribución de la oferta educativa en relación con los niveles de formación se caracteriza por ser bastante numerosa para los niveles de Técnico Laboral, Formación Universitaria y Formación tecnológica.

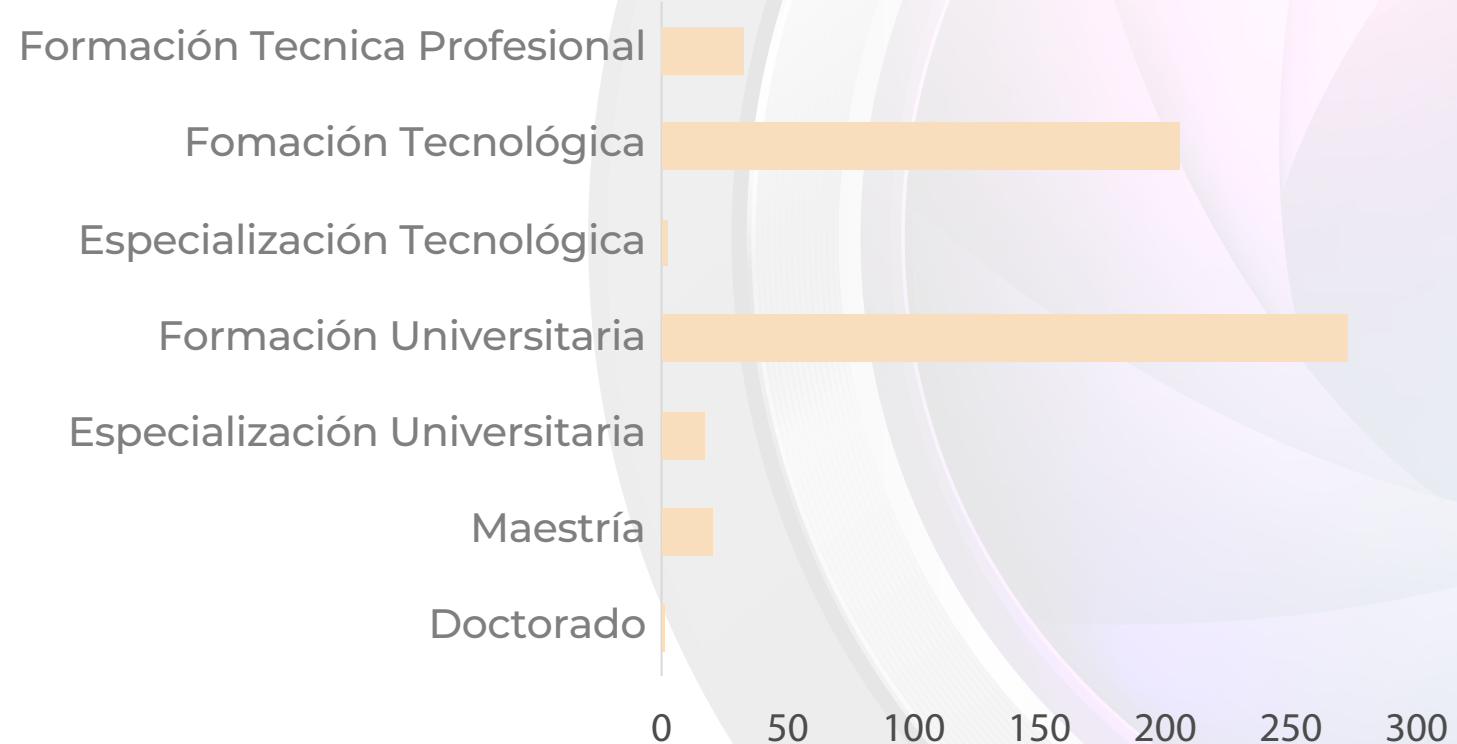
La formación técnica laboral es la más numerosa, con 348 programas a nivel nacional, de ésta el 38% corresponde a programas de Maquillaje artístico y decorativo, el resto de la oferta es variada y cubre diversos ámbitos de la producción audiovisual.

Se identificaron 273 programas de nivel universitario, de estos el 48% corresponde a programas de Comunicación Audiovisual, Comunicación Social y Periodismo, estas carreras se ofrecen en todos los departamentos, pero se destaca la cobertura de la UNAD que tiene presencia en 54 municipios, seguida de la Uniminuto y la CUN.

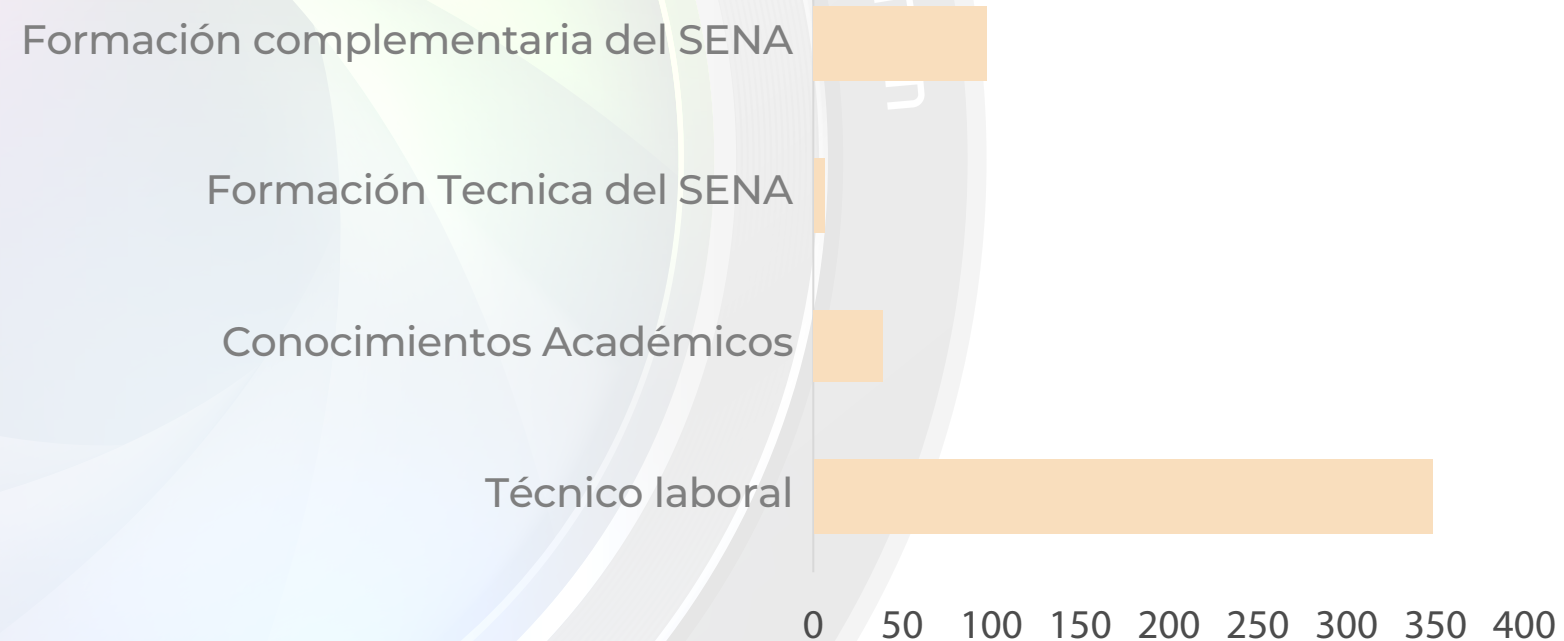
Por otra parte existen 206 programas de nivel tecnológico, de estos el 49%, corresponde a programas del área de ingeniería como la tecnología en electrónica, en telecomunicaciones, en producción de audio y producción de multimedia, con una amplia presencia en la mayoría de municipios del país y cubiertas principalmente por el SENA y la UNAD, aunque también se destacan por su cobertura la Uniminuto, la Universidad del Valle y la Universidad de Caldas.

Los gráficos 5 y 6 presentan de manera detallada la distribución de la oferta educativa formal en los distintos niveles.

**Gráfico 5. Distribución de programas de Educación superior por nivel de formación**



**Gráfico 6. Distribución de programas de ETDH y SENA por tipo de certificado**



Fuente 1: Elaboración propia a partir de datos del SNIES

Fuente 2: Elaboración propia a partir de datos del SIET

La metodologías de enseñanza son presencial, a distancia tradicional y a distancia virtual, para el caso de la educación superior. Del total de programas 337 se ofrecen de forma presencial, y cubren todas la disciplinas que conforman el sctor audiovisual; 121 programas se ofrecen en la metodología a distancia tradicional, principalmente en las áreas de comunicación social, seguidos de los programas en tecnología en electrónica y finalmente en ingeniería de telecomunicaciones, estos programas son ofrecidos en su mayoría por la UNAD.

Finalmente hay 68 programas en la modalidad a distancia virtual, estos programas son principalmente en teletecnología en producción de multimedia ofrecidos por el SENA y tecnología en producción de audio de la UNAD, el resto de la oferta virtual es de ingeniería de telecomunicaciones, comunicación social y administración. En cuanto a la formación ETDH predomina la formación presencial.

Para ilustrar la oferta educativa del sector se presenta en la tabla 7 una muestra de la información que soporta los análisis que se han venido relacionando en el presente informe. Para una consulta de la matriz completa sugerimos remitirse a los archivos de Excel anexos.

La metodologías de enseñanza son presencial, a distancia tradicional y a distancia virtual, para el caso de la educación superior. Del total de programas 337 se ofrecen de forma presencial, y cubren todas la disciplinas que conforman el sctor audiovisual; 121 programas se ofrecen en la metodología a distancia tradicional, principalmente en las áreas de comunicación social, seguidos de los programas en tecnología en electrónica y finalmente en ingeniería de telecomunicaciones, estos programas son ofrecidos en su mayoría por la UNAD.

Finalmente hay 68 programas en la modalidad a distancia virtual, estos programas son principalmente en teletecnología en producción de multimedia ofrecidos por el SENA y tecnología en producción de audio de la UNAD, el resto de la oferta virtual es de ingeniería de telecomunicaciones, comunicación social y administración. En cuanto a la formación ETDH predomina la formación presencial.

Para ilustrar la oferta educativa del sector se presenta en la tabla 7 una muestra de la información que soporta los análisis que se han venido relacionando en el presente informe. Para una consulta de la matriz completa sugerimos remitirse a los archivos de Excel anexos.



## TABLA 6. MUESTRA DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, ETDH Y CURSOS INFORMALES PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

Nombre del Programa	Nivel de formación	Institución educativa que lo ofrece	Metodología	Duración	Municipio
Maestría en patrimonio cultural mueble	Maestría	Universidad de los Andes	Presencial	3 semestres	Bogotá D.C.
Maestría en Periodismo	Maestría	Universidad ICESI	Presencial	4 semestres	Cali
Maestría en Comunicación creativa	Maestría	Fundacion Universitaria los Libertadores	Presencial	2 años	Bogotá D.C.
Maestría en Cine Documental	Maestría	Universidad Pontificia Bolivariana	Presencial	4 semestres	Medellín
Especialización en redes de teleComunicaciones	Especialización Universitaria	Universidad Cooperativa de Colombia	Presencial	2 semestres	Bogotá D.C.
Especialización en Comunicación digital y medios interactivos	Especialización Universitaria	Universidad Autonoma de Bucaramanga-UNAB-	Distancia (virtual)	2 semestres	Bucaramanga
Especialización en Periodismo digital	Especialización Universitaria	Fundacion Universidad de Bogota -Jorge Tadeo Lozano	Presencial	3 semestres	Bogotá D.C.
Especialización en branding y Comunicación estratégica	Especialización Universitaria	Universidad Católica de Manizales	Presencial	2 semestres	Manizales
Conservación y restauración de patrimonio cultural mueble	Universitaria	Universidad Externado de Colombia	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.
Cine y Television	Universitaria	Universidad Nacional de Colombia	Presencial	8 semestres	Bogotá D.C.
Cine y Audiovisuales	Universitaria	Universidad del Magdalena - Unimagdalena	Presencial	9 semestres	Santa Marta
Cine	Universitaria	Universidad Central	Presencial	8 semestral	Bogotá D.C.
Dirección y Produccion de cine y television	Universitaria	Universidad Manuela Beltran-UMB-	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.
Cine y Comunicación digital	Universitaria	Universidad Autonoma de Occidente	Presencial	9 semestres	Cali
Comunicaciones	Universitaria	Universidad de Antioquia	Presencial	8 semestres	Medellín
Comunicación audiovisual y multimedial	Universitaria	Universidad de Antioquia	Presencial	8 semestres	Medellín
Comunicación social	Universitaria	Pontificia Universidad Javeriana	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.
Comunicación socialy Periodismo	Universitaria	Universidad Central	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.

Nombre del Programa	Nivel de formación	Institución educativa que lo ofrece	Metodología	Duración	Municipio
Comunicación social - Periodismo	Universitaria	Universidad Pontificia Bolivariana	Presencial	9 semestres	Medellín
Comunicación audiovisual y multimedia	Universitaria	Universidad de la Sabana	Presencial	9 semestres	Chía
Comunicación social-Periodismo	Universitaria	Universidad Autonoma del Caribe-Uniautonoma	Presencial	9 semestres	Barranquilla
Comunicación y lenguajes audiovisuales	Universitaria	Universidad de Medellín	Presencial	10 semestres	Medellín
Comunicación y entretenimiento digital	Universitaria	Universidad de Medellín	Presencial	10 semestres	Medellín
Comunicación social-Periodismo	Universitaria	Universidad Autonoma de Occidente	Presencial	10 semestres	Cali
Comunicación audiovisual	Universitaria	Politecnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid	Presencial	8 semestral	Medellín
Comunicación social	Universitaria	Universidad Católica Luis Amigó-Funlam	Presencial	10 semestres	Medellín
Comunicación audiovisual y digital	Universitaria	Fundacion Universitaria del Area Andina	Presencial	8 semestres	Pereira
Comunicación social y medios digitales	Universitaria	Corporacion Universidad de la Costa CUC	Presencial	10 semestres	Barranquilla
Comunicación social-Periodismo	Universitaria	Corporacion Universitaria Minuto de Dios -Uniminuto-	Presencial	9 semestres	Bogotá D.C.
Ingenieria de telecomunicaciones	Universitaria	Universidad de Antioquia	Distancia (virtual)	10 semestres	Medellín
Ingenieria de telecomunicaciones	Universitaria	Universidad de Antioquia	Presencial	10 semestres	Medellín
Diseño de Comunicación visual	Universitaria	Pontificia Universidad Javeriana	Presencial	8 semestres	Cali
Diseño de vestuario	Universitaria	Universidad Pontificia Bolivariana	Presencial	10 semestres	Medellín
Periodismo y opinion publica	Universitaria	Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario	Presencial	9 semestres	Bogotá D.C.
Diseño de vestuario	Universitaria	Universidad de San Buenaventura	Presencial	8 semestres	Cali
Diseño de espacios y escenarios	Universitaria	Corporacion Universidad Piloto de Colombia	Presencial	8 semestres	Bogotá D.C.

## TABLA 6. MUESTRA DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, ETDH Y CURSOS INFORMALES PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

Nombre del Programa	Nivel de formación	Institución educativa que lo ofrece	Metodología	Duración	Municipio
Diseño de medios interactivos	Universitaria	Universidad ICESI	Presencial	10 semestres	Cali
Ingenieria de teleComunicaciones	Universitaria	Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD	Distancia (tradicional)	10 semestres	Cubará
Periodismo	Universitaria	Politecnico Grancolombiano	Distancia (virtual)	10 semestres	Bogotá D.C.
Ingeniería de telecomunicaciones	Universitaria	Unipanamericana - Fundacion Universitaria Panamericana	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.
Profesional en dirección y producción de radio y televisión	Universitaria	Institucion Universitaria Latina - Unilatina	Presencial	9 semestres	Bogotá D.C.
Ingenieria de teleComunicaciones	Universitaria	Universidad Cooperativa de Colombia	Presencial	10 semestres	Bogotá D.C.
Tecnología en iluminación, soporte y electricidad para cine y televisión	Tecnológica	Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA-	Presencial	24 meses	Medellín
Tecnología en producción de campo para cine y televisión	Tecnológica	Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA-	Presencial	24 meses	Medellín
Tecnología en cámara y fotografía para cine	Tecnológica	Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA-	Presencial	24 meses	Popayán
Tecnología en producción de medios audiovisuales digitales	Tecnológica	Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA-	Presencial	9 trimestres	Cali
Grabación, edición y mezcla de voces y doblajes para medios audiovisuales	Tecnológica	Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA-	Presencial	24 meses	Bogotá D.C.
Tecnología en actuación y presentación para cine y televisión	Tecnológica	Corporacion Universitaria UNITEC	Presencial	6 semestres	Bogotá D.C.
Tecnología en locucion y produccion radial	Tecnológica	Centro de educacion militar - CEMIL	Presencial	6 periodos	Bogotá D.C.
Produccion y edicion de audiovisuales y sonido	Técnica laboral	Corporacion Bolivariana del Norte	Presencial	3 semestres	Santa Marta

Nombre del Programa	Nivel de formación	Institución educativa que lo ofrece	Metodología	Duración	Municipio
Técnico laboral en auxiliar de contenidos audiovisuales	Técnica laboral	Centro de Estudios Especializados CESDE	Presencial	4 niveles	Bogotá D.C.
Técnico laboral en audio y sonido en vivo para cine y tv	Técnica laboral	Instituto Educativo Eneaudio NyD	Presencial	18 meses /740 horas	Bogotá D.C.
Técnico laboral por competencias en locución para radio y televisión	Técnica laboral	Asociacion Emisoras en red de Antioquia "Asenred"	Presencial	1440 horas	Rionegro
Técnico laboral en asistente cámara y luces	Técnica laboral	Escuela Distrital de Arte y Tradiciones populares - EDA	Presencial	1000 horas	Barranquilla
Curso de Protools	Curso	Kuartel general estudio	Presencial	16 horas	Medellín - Envigado
Diplomado community manager	Diplomado	Universidad Autonoma de Occidente	Presencial	90 horas	Cali
Diplomado de moda y dirección de arte	Diplomado	LCI	Presencial	120 horas	Barranquilla
Montaje y color	Diplomado	Congo films	Presencial	62 horas	Bogotá D.C.
Corrección del color con Davinci resolve	Curso corto	SAE Institut	Presencial	20 horas	Bogotá D.C.
Curso de edición y montaje audiovisual	Curso corto	Zona Cinco escuela de cine y fotografía	Presencial	36 horas	Bogotá D.C.

Para conocer cuáles son los programas más ofrecidos a nivel nacional, se agruparon en categorías teniendo en cuenta los procesos que se desarrollan en un proyecto audiovisual; es así como se observa en el cuadro 6 que de los 526 programas de educación superior la oferta educativa esta enfocada primordialmente en programas de Comunicación Social y Periodismos, seguida de los programas de ingeniería en Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones. La oferta educativa para los procesos relacionados con el departamento de Arte y Posproducción es escasa. El cuadro 3 presenta esta misma información pero de forma detallada para los departamentos en los que se realizó el estudio.



**Cuadro 3:** Números de programas por categoría de acuerdo con los procesos de un proyecto audiovisual en las 4 ciudades del estudio

Programas	Región	Catidad de programas	Matrícula
Cine ,Televisión, Radio y realización audiovisual	Bogotá D.C	25	3546
	Antioquia	7	405
	c	2	413
	Atlántico	1	241
Comunicación y Periodismo	Bogotá D.C	34	13929
	Antioquia	23	7562
	Valle del Cauca	13	2943
	Atlántico	6	2182
Arte: vestuario, escenografía, maquillaje	Bogotá D.C	7	619
	Antioquia	4	559
	Valle del Cauca	1	149
	Atlántico	1	3
Electricidad, electrónica y telecomunicaciones	Bogotá D.C	27	3692
	Antioquia	10	1856
	Valle del Cauca	11	869
	Atlántico	5	143
Imagen y Sonido	Bogotá D.C	9	1133
	Antioquia	6	724
	Valle del Cauca	4	302
	Atlántico	2	14

Programas	Región	Catidad de programas	Matrícula
Diseño, producción, marketing multimedia y digital	Bogotá D.C	17	4431
	Antioquia	7	2124
	Valle del Cauca	7	1150
	Atlántico	3	993
Gestión cultural y de la información	Bogotá D.C	7	590
	Antioquia	9	404
	Valle del Cauca	1	28
	Atlántico	0	0
Creación de contenidos	Bogotá D.C	2	403
	Antioquia	2	31
	Valle del Cauca	0	0
	Atlántico	0	0
Postproducción	Bogotá D.C	1	117
	Antioquia	3	31
	Valle del Cauca	0	0
	Atlántico	1	54
<b>Total Matrícula</b>			<b>51640</b>

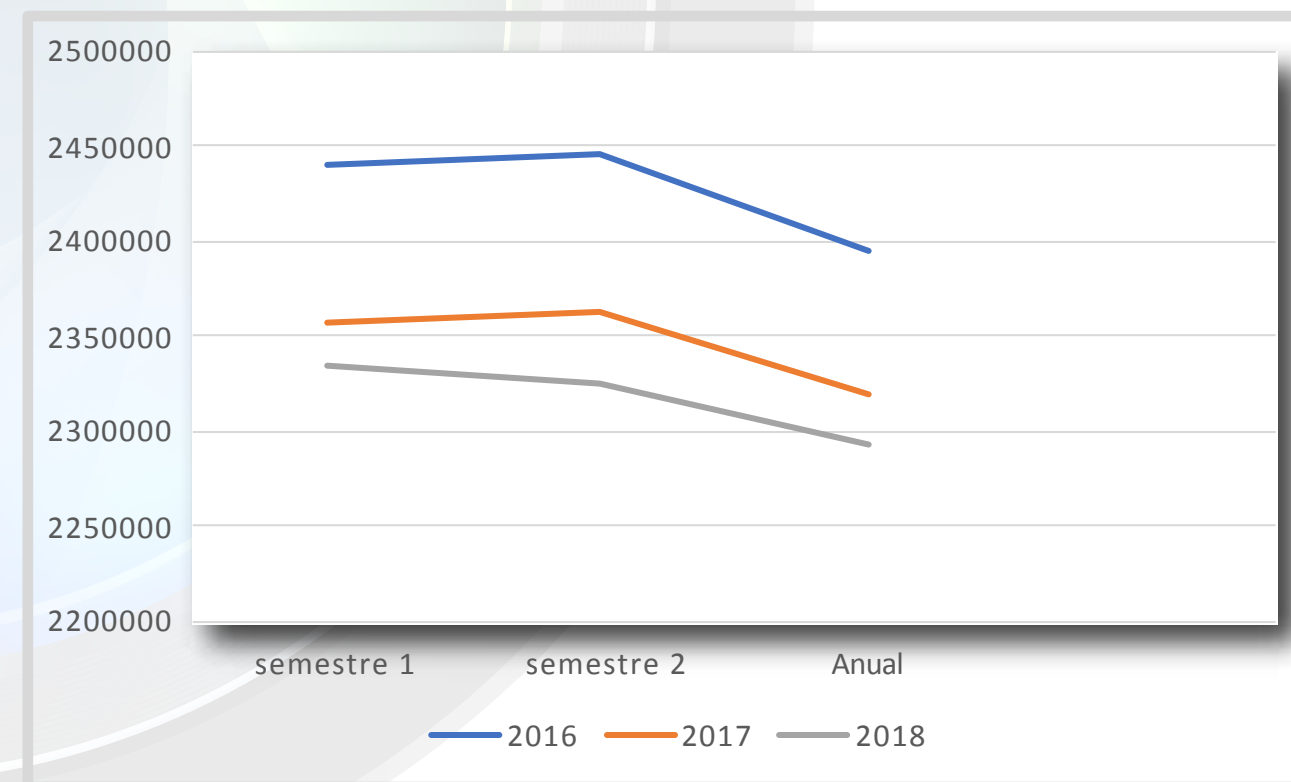
### 3.3.2 Análisis de matriculados y egresados

La dinámica de la matrícula a partir de los estudios realizados por el Ministerio de Educación Nacional-MEN, identificó que durante el 2017 se presentó un incremento de matriculados, en comparación con el 2016, en el 2018 se evidenció una disminución considerable de matriculados, llegando a cifras cercana a las reportadas en el 2016, como se aprecia en el gráfico 7. Se considera que este fenómeno está muy relacionado el programa Ser Pilo Paga.

#### Cuadro 4: Números de programas por categoría de acuerdo con los procesos de un proyecto audiovisual

Programas	Catidad de programas
Comunicación y Periodismo	176
Electricidad, electrónica y telecomunicaciones	133
Diseño, producción, marketing multimedia y digital	76
Imagen y Sonido	47
Cine ,Televisión, Radio y realización audiovisual	46
Gestión cultural y de la información	25
Arte: vestuario, escenografía, maquillaje	16
Posproducción	7

#### Gráfico 7: Información histórica de matriculados de educación superior

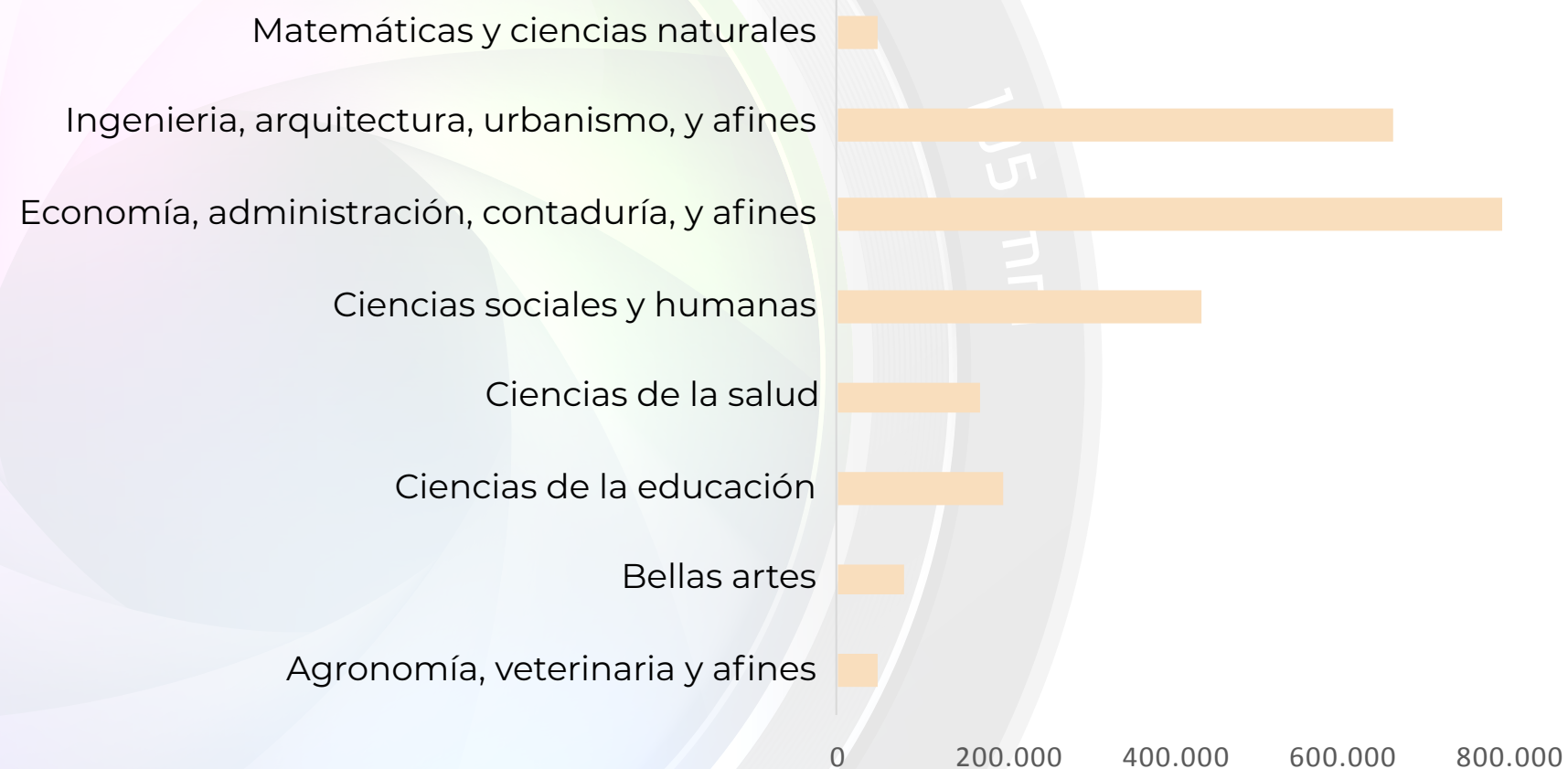


Fuente: SNIES. La información corresponde al número total de personas que formalizan el proceso de matrícula y se encuentran cursando un programa académico en pregrado o posgrado a una institución de educación superior – IES. Dadas las características propias de este nivel de formación, el dato se estima mediante la sumatoria de lo reportado por las IES al SNIES en el primer semestre más lo reportado por el SENA en segundo semestre de cada año.

LENS

### Gráfico 8: Distribución de la matrícula por áreas de conocimiento

En el gráfico 8 se aprecian las áreas de conocimiento con mayor número de matriculados en el 2018, entre ellas las áreas de Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines, y Ciencias sociales y humanas, dentro de las cuales se encuentran los programas que forman el capital humano del sector audiovisual, como las ingenierías de Sonido, de Telecomunicaciones, de Artes digitales, de Producción de medios audiovisuales entre otras; la Comunicación social, el Periodismo, la Producción de radio y televisión; en el área de Bellas Artes se encuentran los programas de Cine, Cine y televisión, Diseño visual y los relacionados con el departamento de arte de las producciones, pero se caracteriza por una matrícula pequeña. Por lo cual se pueden extrapolar las cifras del MEN para conocer el comportamiento de la matrícula en los programas que hacen parte del sector.

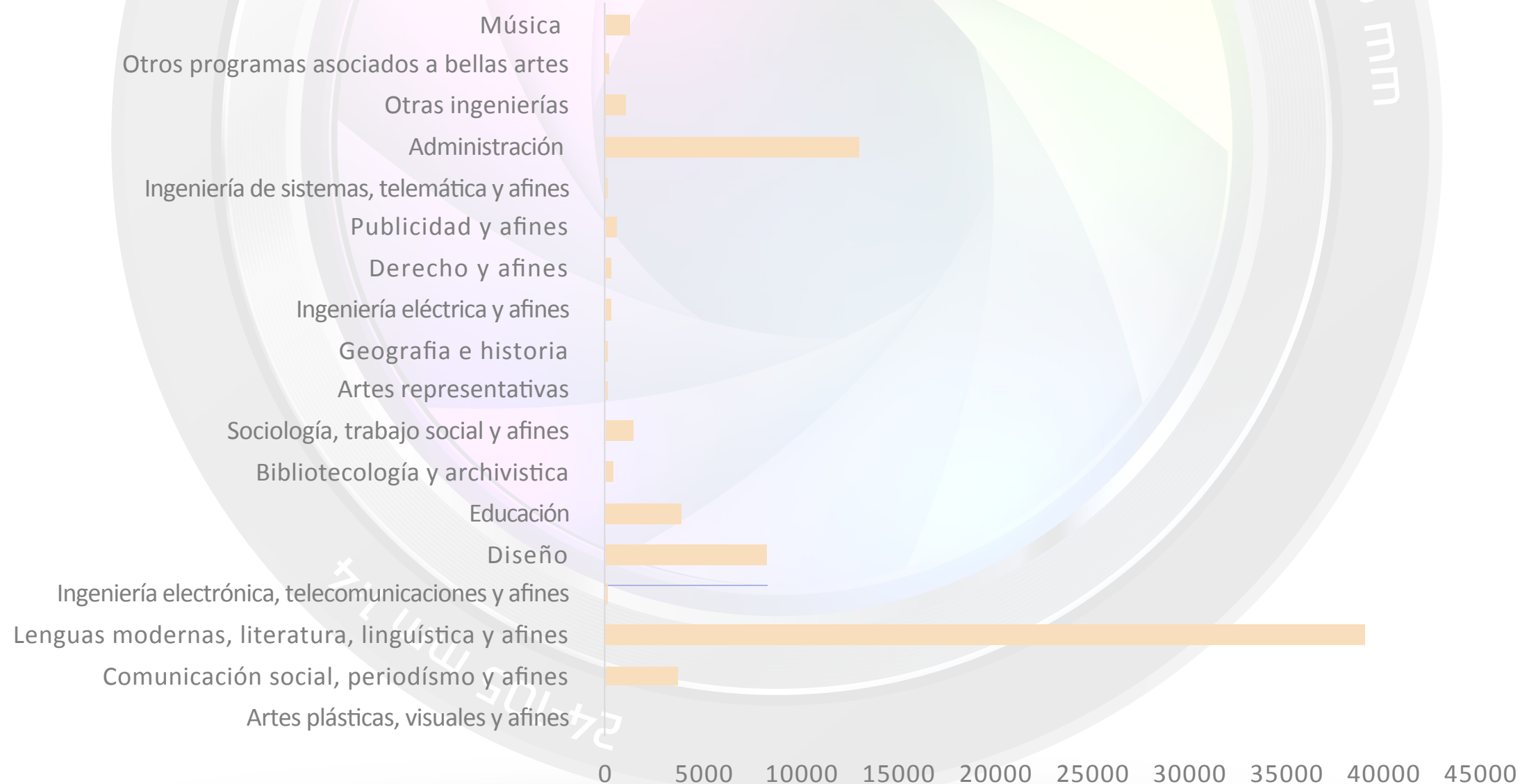


De acuerdo con los datos analizados a partir de la información presentada en el SNIES con fecha de corte a Junio de 2019 con datos SENA ajustados a diciembre 2019, se identifica una matrícula para el sector de Audiovisuales de 74.250 estudiantes a nivel nacional, de estos 32.935 estudian en instituciones oficiales y 41.315 en instituciones privadas.

Se identificaron 18 núcleos básicos de conocimiento - NBC, es los que se distribuye la matricula estudiantil para el sector. El NBC de Comunicación social, periodismo y afines, es el que tiene la mayor cantidad de estudiantes con una matrícula de 39.165 inscritos, seguido del NBC de ingeniería de sistemas, telemática y afines con 13.100 estudiantes.

El resto de la matrícula se redistribuye en los 16 NBC lo que demuestra la interdisciplinariedad del sector audiovisual, como se ha mencionado anteriormente. El gráfico 9 ilustra la distribución de la matrícula en los 18 NBC identificados.

**Gráfico 9:** Número de estudiantes matriculados por núcleos de conocimiento



En relación con la matrícula en programas de ETDH se tomaron datos de los últimos 5 años para programas asociados al sector audiovisual y se identificó que esta venía incrementándose hasta el 2018, pero para el 2019, la matrícula decayó, gráfico 10.

Es necesario indicar que la dinámica está influenciada por el estado de los programas que frecuentemente requieren renovación o se abren por primera vez.

A partir de las entrevistas realizadas las instituciones indicaron contar con una demanda permanente por los programas que ofrecen, sin embargo se evidencia una oferta de programas bastante amplia, teniendo en cuenta que existen 3.845 instituciones de ETDH con 18.887 programas de todas las áreas a nivel nacional lo que influye en la matrícula.

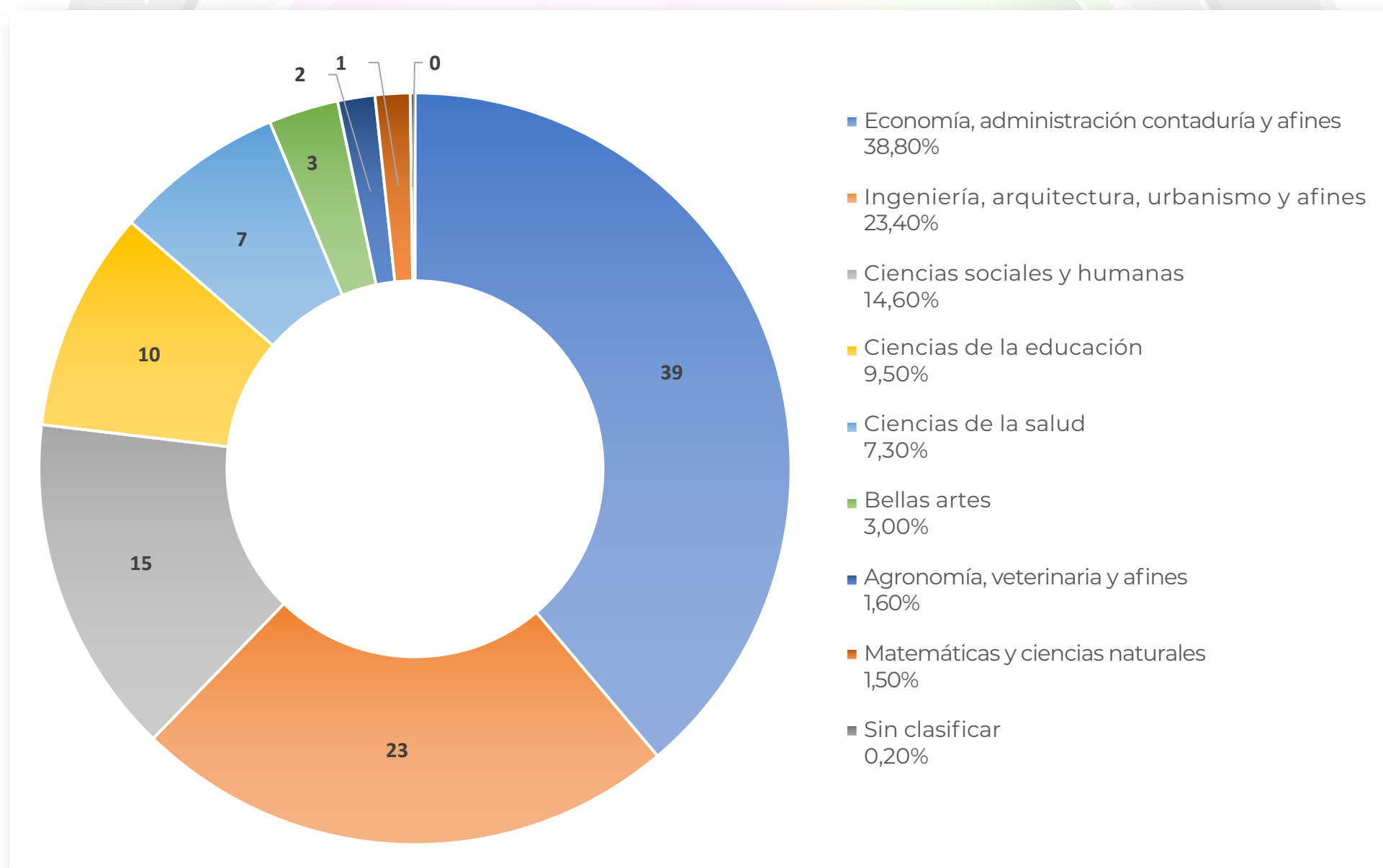
### Gráfico 10: Información histórica de matriculados y certificados en ETDH

#### Dinámica Matrícula y Certificaciones ETDH



En relación con los egresados, a partir del análisis de Encuesta de Seguimiento a Graduados que realiza el Observatorio Laboral para la Educación- OLE, se identificó que dos de las áreas de conocimiento que aportan de manera significativa a la formación del capital humano del sector audiovisual corresponden a aquellas mayor porcentaje de egresados, éstas son las áreas de Ingeniería y de Ciencias sociales y humanas, por su parte teniendo en cuenta que el área de Bellas artes, cuenta con pocos egresados.

**Gráfico 11:** Distribución de los egresados según áreas del conocimiento



### 3.4 ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON EL SECTOR

Para el análisis cualitativo de la oferta educativa se parte de la comprensión del ecosistema audiovisual y de la identificación de la variable "Cargos u oficios" de la Matriz de Contexto actual y BKH. A partir de lo anterior, se observaron unas interrelaciones entre dicha oferta y un complejo entramado compuesto por guionistas, directores, productores, distribuidores, exhibidores, programadores de festivales, conservadores, entre otros. Estos cargos son de alta responsabilidad con el proyecto audiovisual en todas las etapas por las que pasa un contenido cinematográfico y/o audiovisual. Asimismo, se identificó todo el equipo artístico, técnico y administrativo que interviene en cada uno de estos momentos de creación, producción, distribución y exhibición.

A partir de la identificación de estos cargos y oficios se establece una correlación con los programas de educación que pueden formar en uno o varios de estos cargos, teniendo como base la convergencia de saberes conceptuales, actitudinales y procedimentales exigidos para el desempeño en los mismos. La información se obtuvo de la revisión en las páginas web de las instituciones educativas, así como de la información registrada en el instrumento de entrevista semiestructurada.

Los programas de educación en el campo audiovisual presentan diferentes líneas de profundización que tiene como propósito hacer énfasis en áreas de la práctica audiovisual; algunos se enfocan en los oficios y cargos y dan mayor importancia a los aspectos técnicos de la realización audiovisual, sus egresados se desempeñan usualmente en cargos técnicos y de asistencias de dirección, sin que influya el nivel de formación. El énfasis que reciben los estudiantes de estos programas priorizan los talleres prácticos, realizan eventos sobre prácticas de producción audiovisual y dentro del programa de estudios tienen cursos teóricos y de contenidos humanísticos. En este grupo se puede ubicar la Corporación Universitaria Unitec, que cuenta con el programa más antiguo de cine en el país con más de 30 años de creado.

De otra parte la mayoría de los realizadores audiovisuales que se desempeñan en cargos de dirección y producción, es decir perfiles creativos y administrativos, tienen como base una formación universitaria en facultades de Comunicación Social, la diferencia en estos perfiles de desempeño está en el enfoque de los contenidos curriculares, ya que los programas de Comunicación Social cuentan con una fuerte carga de contenidos humanísticos y sociales, a diferencia de la mayoría de programas de Cine y Televisión, a excepción del programa de la Cine y televisión de la Universidad Nacional que tiene un enfoque humanista. Es conveniente aclarar que las facultades de Comunicación social tienen una mayor cobertura regional a diferencia de los programas académicos universitarios de Cine y Televisión que están concentrados en Bogotá.

Los programas de nivel Tecnológico, tienen un enfoque curricular que cubre todos los oficios, involucrando el cine la televisión y la radio. El SENA es la única institución que cuenta con programas especializados en los oficios audiovisuales, como: Iluminación; sonido; producción de campo; cámara; grabación y edición de mezclas de voces; ilustración para producciones audiovisuales; y escritura para productos audiovisuales.

A nivel de Posgrados existen especialización universitarias con enfoque en escritura de guion, y con un foco hacia cargos directivos y de producción. Los programas permiten especializar a profesionales universitarios que vengan de otras áreas del conocimiento, son ofrecidos por Universidades privadas y todas tienen duración de un año. En cuanto al nivel de Maestría se encontraron programas relacionadas con los procesos de creación audiovisual (escritura) y otros en los procesos de gestión (diseño - producción- realización) de productos audiovisuales. Las Universidades que ofrecen los programas de maestría, 2 son de carácter público y 5 de carácter privado. La duración promedio de estos programas es de 2 años.

Se puede indicar que existe una amplia oferta educativa que busca dar respuesta a los procesos que se desarrollan en un proyecto audiovisual; sin embargo, la percepción de los empresarios entrevistados es que los programas no preparan de manera suficiente a sus estudiantes y futuros egresados para las exigencias del mercado y sobre todo para proyectos de nivel internacional. Consideran que parte de las causas están en que la actualización de los currículos es muy lenta comparada con la velocidad en que se dan los cambios tecnológicos, normativos y del mercado; por otra parte el dominio de una segunda lengua, en especial el inglés, no se a lograd partir de la formación tradicional.

Un aspecto que llama la atención es la denominación de los programas, pues se encuentran programas como Dirección y realización cinematográfica, Producción ejecutiva, Producción de medios audiovisuales, a los que se les antepone las palabras Técnico Laboral o Tecnología en ..., para indicar el nivel de formación. Sin embargo, no dejan de inquietar las expectativas que pueden generar las palabras Dirección o Producción en niveles de formación, con determinados límites de conocimientos y autonomía, creando una confusión respecto a la ocupación a que corresponde dicha formación.

Actualmente se avanza en la construcción de la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia -CUOC-, este es un esfuerzo de gran aporte para el medio laboral, pues permitirá contar con criterios y elementos comunes en la identificación de los cargos. Asimismo, para el ámbito de la formación se convierte en un elemento clave por su aporte en la creación de programas de formación especialmente a nivel de ETDH, ya que se espera que ayude a resolver realidades como la antes mencionada sobre las denominaciones. En este sentido, a partir de fuentes primarias y secundarias, se realizó un análisis que permitió la identificación de 974 ocupaciones que intervienen en los diversos procesos del sector. De estas, 811 son propias del campo audiovisual y a su vez de éste último número de ocupaciones, 139 sólo tienen código CIUO, 106 sólo código CNO, 106 tienen códigos CIUO y CNO y 460 no tienen código. En las entrevistas se mencionaron 183 ocupaciones propias del sector audiovisual, este aporte se ha compartido con el equipo técnico que desarrolla la CUOC y será tenido en cuenta en lo relacionado con el campo audiovisual.

En la tabla 7 se presenta una muestra de algunos programas a nivel nacional, las competencias que desarrollan, los perfiles profesionales y ocupacionales y su correspondencia con algunos ocupaciones relacionadas en la clasificación CNO.



**TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES**

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5121- Escritores	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Universidad de Medellín	Universitario	Presencial	10 semestres	Medellín	Lenguaje de cine, edición y realización cinematográfica. Investigación, creación, resolución, ética e informática, comunicación y resiliencia. Énfasis de montaje, colorización . Énfasis en malla y dirección de fotografía, matemáticas, legislación. Resolución, comunicación ciudadana, trabajo en equipo y creatividad.	El comunicador audiovisual se forma en la realización en productos audiovisuales desde promoción y realización institucional y artístico , creación de tv comunitario. Todas las fases de la comunicación, con énfasis audiovisual. Trabaja en redes y contenidos. Forma directores y productores de empresas de comunicación audiovisual . Comunicador con habilidades en el campo audiovisual, para el rol de cualquier producción .
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5121- Escritores	Comunicación Audiovisual	Universidad de Antioquia	Universitario	Presencial	10 semestres	Medellín	Tecnología en uso de software, iluminación, sonido, dirección de fotografía. *Lenguaje de cine, edición, realización cinematográfica. *Investigación y documental *estructurar historias que nos cuenten el mundo a través de palabras, imágenes, sonidos, experiencias. Cómo comunicar: crear narrativas multimedia y transmedia, desarrollar contenidos digitales, planear estrategias para los nuevos públicos. Hacer formatos, plataformas, medios	Responden a principios de ética, responsabilidad, pluralidad, audacia e integridad, valores que los capacitan para discutir de manera crítica y creativa sobre teorías y problemas de la comunicación, con una perspectiva interdisciplinaria, para proponer soluciones comunicacionales a las empresas para las cuales prestan sus servicios. Responden a principios de ética, responsabilidad, pluralidad, audacia e integridad, valores que los capacitan para discutir de manera crítica y creativa sobre teorías y problemas de la comunicación, con una perspectiva interdisciplinaria, para proponer soluciones comunicacionales a las empresas para las cuales prestan sus servicios.
5123 Periodistas	Comunicación social y periodismo	Universidad de Medellín	Universitario	Presencial	10 semestres	Medellín	Resiliencia *Relaciones (desarrollo humano y social). Vocación investigativa *Capacidad de mediación, comunicación, informática, redacción, creatividad. La integralidad de su estructura curricular le permite al egresado estar preparado para enfrentar los más diversos escenarios laborales.	Director de comunicación *Productor de efectos especiales *Animador *Colorista Texturas y Ambientes

## TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5311 - Operadores de audio y sonido 5313 Auxiliares de Producción de Audio y Sonido	*Producción de audio y sonido	*Escuela de Audio y Sonido	Técnico Laboral por competencias	*Presencial	4 semestres	Medellín - Envigado	Producción musical, sonido en vivo, creación de estudios y todo lo relacionado con el audio	Enfoque personalizado y práctico, que asegura el aprendizaje de los temas y un buen desempeño a nivel laboral.
0512- Gerentes de Medios de Comunicación y Artes Escénicas	Comunicación Publicitaria	Fundación Universitaria Bellas Artes	Universitario	Presencial	8 semestres	Medellín	Explorar el medio comunicativo desde la investigación, la conceptualización y la publicidad para desarrollar, planear y crear experiencias creativas	Creador o director de empresas publicitarias, comunicador publicitario de las empresas, gerente de marca, creativo experto en plataformas digitales, ejecutivo en experiencia de marca o comunicador estratégico.
5123 Periodistas	Comunicación Social y Periodismo	Universidad Católica	Universitario	Presencial	9 semestres	Cali	Comunicación para el desarrollo y el cambio social, historia, problemas contemporáneos, comunicación y educación, radio, prensa , audiovisuales, emprendimiento y semiótica, redes sociales e internet, factor humano	Gerentes de empresas de comunicación, de proyectos , directores, administradores, dueños de sus empresas.
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5121- Escritores	Cine y Comunicación Digital	Universidad Autónoma de Occidente	Universitario	Presencial	9 periodos académicos	Cali	Liderar proyectos de realización cinematográfica desde la dirección, elaboración de guiones y los diferentes roles técnicos que involucra este tipo de trabajo. Elaborar y diseñar productos digitales que se apoyen en las tecnologías de información computarizadas y que aporten al bienestar social de la comunidad. Diseñar nuevas estrategias de producción, distribución y exhibición audiovisual para los contextos regional, nacional e internacional. Ejecutar actividades de índole investigativo y de profundización teórica en aquellos conceptos, paradigmas y nociones propias de la actividad cinematográfica en su conjunto.	Productor, distribuidor, guionista, director técnico Aplicar sus competencias analíticas, investigativas, estéticas y creativas en el desarrollo y enriquecimiento del ámbito artístico local y global.

## TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
0114 Gerentes de Otros Servicios Administrativos 1124 Director de Archivística	Maestría en archivística histórica y memoria	Pontificia universidad Javeriana	Maestría	Presencial	4 Semestres	Bogotá D.C.	<p>Conocimientos: Historia, memoria, patrimonio e identidad: Teoría de la historia, los lugares y la memoria, patrimonio histórico e identidad cultural. Archivística y nuevas tecnologías: sistemas de gestión documental, gestión de archivos y patrimonio cultural, tecnología, desarrollo social y corporativo de archivos históricos.</p> <p>Construcción y gestión de memoria histórica, investigación aplicada.</p> <p>Destrezas: generar o fortalecer procesos vinculados a los archivos históricos o a proyectos sociales de reconstrucción de la memoria colectiva. - Innovar en los procesos archivísticos, de memoria colectiva y de conservación del patrimonio documental considerando el contexto sociocultural, político y económico en el que laboren o participen</p>	<p>Perfil del egresado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovar en los procesos archivísticos, de memoria colectiva y de conservación del patrimonio documental considerando el contexto sociocultural, político y económico en el que laboren o participen.</li> <li>- Analizar el entorno político, económico, tecnológico y social de las unidades de información, desde una perspectiva histórica e informacional, para facilitar la investigación, producción, innovación, conservación y socialización del patrimonio cultural.</li> <li>- Velar por la conservación de los documentos de archivo y de los testimonios de los procesos de memoria colectiva.</li> <li>- Implementar las nuevas tecnologías de información y comunicación en la gestión de archivos históricos, la construcción de espacios de memoria y la producción de conocimiento.</li> </ul>
5131 - Editor de películas 5223 - Técnicos en Diseño y Arte Gráfico 5122 - Editor Cine	Diseño Digital y Multimedia	Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	Universitaria	Presencial	9 semestres	Bogotá D.C.	<p>Conocimientos: Diseño y multimedia: diseño bidimensional, tridimensional, análogo digital, multimedial, diseño de interfaces - web, composición digital audiovisual.</p> <p>Expresión y representación: ilustración digital modelado digital animación digital simulación y efectos especiales , lenguajes, técnicas de expresión.</p> <p>Formación básica: probabilidad y estadística, álgebra y trigonometría cálculo , física, programación.</p> <p>Destrezas: Integrar el diseño a la creación de imágenes, con estrategias comunicativas gráficas y estéticas; planea, evalúa y ejecuta ideas comunicativas competitivas; realizar productos interactivos digitales y coordina la producción de imágenes y sonidos en entornos multimediales, con una visión integradora de las disciplinas en la potenciación de la intención de los mensajes. Cultivar y transmitir el conocimiento del diseño y la multimedia.</p> <p>Competencias transversales: hábitat, medio ambiente y desarrollo personal/social: ética profesional, comunicación, pensamiento crítico, investigativo, abierto al cambio, fundamentación axiológica, comunicativa y creativa, proactivo y comprometido consigo mismo y con la comunidad.</p>	<p>Perfil ocupacional</p> <p>De acuerdo con el contexto actualizado en sus distintos campos social, político, productivo, cultural, ecológico y tecnológico el diseñador digital y multimedia de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, integra el diseño a la creación de imágenes, con estrategias comunicativas gráficas y estéticas; planea, evalúa y ejecuta ideas comunicativas competitivas; realiza productos interactivos digitales y coordina la producción de imágenes y sonidos en entornos multimediales, con una visión integradora de las disciplinas en la potenciación de la intención de los mensajes. Cultiva y transmite el conocimiento del diseño y la multimedia para simular el hábitat, visualizar y divulgar información a partir de la conceptualización, teorización y experimentación de los procesos creativos generados desde las herramientas digitales.</p>

Fuente:Elaboración propia a partir de la Matriz de Contexto actual.

## TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5131 - Editor de películas 5223 - Técnicos en Diseño y Arte Gráfico 5122 - Editor Cine	Comunicación Audiovisual y Multimedia	Universidad de la Sabana	Universitaria	Presencial	9 semestres	Bogotá D.C.	Conocimientos: pensamiento moderno y contemporáneo, historia mundial contemporánea, historia de Colombia, historia audiovisual, cultura digital, teorías de la comunicación, escritura, fotografía e imagen, lenguaje audiovisual, diseño gráfico, sonido, teoría del montaje y edición, introducción a la economía, sociología, investigación social, estéticas audiovisuales, grabación en estudio, cultura audiovisual, análisis audiovisual, fundamentos del relato, géneros y formatos audiovisuales, narrativas de no ficción, producción ejecutiva, media economics, guión de formatos cortos, guión de seriados, programación y diseños interactivos, dirección de fotografía, animación, producción de interactivos, análisis de audiencia, diseño y gestión audiovisual, deontología y legislación Competencias: competencias básicas digitales, inglés, audiovisual entrepreneurship	PERFIL OCUPACIONAL El profesional en Comunicación Audiovisual y Multimedia de la Universidad de La Sabana está en condiciones para desempeñarse idóneamente en la concepción, escritura, producción, realización, dirección de proyectos audiovisuales y proyectos para medios convergentes. Puede dirigir procesos de promoción, mercadeo, estudios de audiencias, manejo estratégico, financiación, programación y dirección comercial de proyectos audiovisuales y de convergencia digital. Puede dirigir entidades públicas o privadas relacionadas con la producción de medios audiovisuales y medios convergentes. Está en capacidad de investigar sobre tendencias y comportamientos del mercado de ficción, información y entretenimiento, en la producción audiovisual tradicional y su implementación en las tecnologías de información y comunicación.
5311 - Operadores de audio y sonido 5224 - Técnicos en Transmisión de Radio y Televisión	Técnico laboral en audio y sonido en vivo para cine y tv	Instituto Educativo Eneaudio NyD	Técnico laboral	Presencial	18 meses	Bogotá D.C.	Diseño sonoro en cine, televisión y multimedia. Profesional integral que esta en la capacidad de técnica y artísticamente afrontar de forma profesional el tratamiento de productos audiovisuales en su fase de postproducción de audio, controlando todas y cada una de las facetas de sonido que componen el mensaje audiovisual, en perfecta sincronía con los mercados mundiales. Certificación de Avid como Usuario y Operador de Pro Tools.	El profesional formado en Postproducción de Audio para Cine y Televisión del Instituto ENE Audio, es capaz de crear bandas sonoras para video y cine, sonorización de spots, postproducción de programas de televisión, montaje musical y mezcla estéreo y 5.1 surround.

**TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES**

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5231 - Locutores de Radio, Televisión y Otros Medios de Comunicación.	Técnico laboral por competencias en locución para radio y televisión	Técnica laboral	Asociación Emisoras en red de Antioquia "Asenred"	Presencial	1440 horas	Rionegro	<p>Seleccionar e intercalar en las transmisiones música, anuncios de utilidad pública y anuncios comerciales. Actuar como anfitrión o maestro de ceremonias, presentar y entrevistar invitados y dirigir shows y programas. Leer noticias y reportes del estado del tiempo para radio y televisión. Presentar programas de radio y televisión.</p> <p>Narrar eventos deportivos y otros de interés general. Informar sobre las condiciones del tráfico, utilizando fuentes externas de información o por observación directa. Escribir nuevos artículos para publicación y difusión. Preparar y conducir entrevistas en programas de radio y televisión. Iniciar y mantener relaciones con medios de comunicación. Concertar entrevistas y conferencias. Asistir en la preparación de campañas, piezas publicitarias y/o informes institucionales.</p>	<p>Capacidad de leer noticias, deportes, mensajes comerciales, pronósticos del tiempo y programas informativos o de entretenimiento, para difusión en radio y televisión. Podrán ser empleados por estaciones de radio, cadenas de televisión y empresas comerciales que producen anuncios para radio o televisión. Locutor de Noticias Disk Jockey Locutor Presentador de TV Maestro de ceremonias</p>
3521 - Técnicos de radiodifusión y grabación audio visual	Técnico laboral en asistente cámara y luces	Técnica laboral	Escuela Distrital de Arte y Tradiciones populares - EDA	Presencial	1000 horas	Barranquilla	<p>Formar habilidades y destrezas en la parte de la iluminación y fotografía para audiovisuales. o Estimular la creatividad y la maximización de su talento a través de la formación directa recibida. asiste a trabajadores y técnicos y realizan otras tareas de apoyo relacionadas con la producción de cine y las artes escénicas, están empleados por estaciones de radio y televisión, estudios de grabación, compañías de producción de cine, teatro y publicidad.</p>	<p>El egresado del programa Técnico Laboral por Competencias, estará en capacidad de desempeñarse como: Luminotécnico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquillador artístico</li> <li>• Auxiliar de Fotografía</li> <li>• Ocupaciones técnicas en arte gráfico, Cine, Radio, Televisión y Artes Escénicas</li> <li>• Operadores de Cámara de Cine y Televisión</li> </ul> <p>Están empleados por circos, clubes nocturnos, compañías de teatro, de producción publicitaria, de cine o televisión o pueden trabajar en forma independiente.</p>

## TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5227 - Asistente de vestuario	Técnico laboral en Producción de vestuario	Academia Colombiana de Diseño y Alta Costura	Técnico laboral	Presencial	1600 horas	Bogotá D.C.	Elaborar patrones de acuerdo con las especificaciones técnicas. <ul style="list-style-type: none"> <li>Inspeccionar los procesos de manufactura del producto de acuerdo con los parámetros de calidad.</li> <li>Operar maquinaria de confecciones de acuerdo a las necesidades de entrenamiento</li> </ul> Vestuarios: trajes típicos, disfraces y de época. Bordado en cintas. Bordado en pedrería. Accesorios: bolsos, guantes, corbatas, fajones, flores de tela etc. Pasamanería: botones chinos, cinturones, hebillas, diademas etc. Ilustración de figurín. Conceptos textiles. Estilismo de moda. Asesoría de imagen. Mercadeo de moda. Ética y Valores	Capacidad de interpretar diseños de prendas de vestir desde el desarrollo manual o sistematizado del patrón básico, su transformación, escalado y control de elaboración del prototipo, aplicando de forma autónoma y responsable normas de calidad y requerimientos establecidos por el cliente.
6379 - Maquilladores	Técnico Profesional en Maquillaje Artístico	LCI	Técnico Profesional	Presencial	4 cuatrimestres	Bogotá D.C.	! onocimientos: Morfología y teoría del color, dibujo básico, expresión y estilo, aerografía, postizos y prótesis, efectos especiales, higiene y protocolo, introducción al maquillaje, peinado básico, maquillaje de moda (pasarela, publicidad, cine y tv), maquillaje de fotografía, peinado, pasarela y moda, styling fashion, estilo de moda, maquillaje escénico (creación de personaje, teatro, ópera, ballet), maquillaje de fantasía, peinado artístico cine y tv, maquillaje para cine y Tv, investigación formativa, historia del maquillaje, maquillaje en contexto, edición y maquillaje, procesos de creación y de producción artística, espacios escénicos y diseño de espectáculos, tendencias, temporadas y colecciones. Competencias Transversales: Inglés"	<b>Perfil ocupacional:</b> MAQUILLAJE DE EFECTOS ESPECIALES MAQUILLAJE DE CINE Y TELEVISIÓN MAQUILLAJE DE ARTES ESCÉNICAS ASESORÍA DE MAQUILLAJE MAQUILLAJE DE MODA EMPRENDIMIENTO

**TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES**

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5223 - Técnicos en Diseño y Arte Gráfico 5227 - Ocupaciones de Asistencia en Cine, Televisión y Artes Escénicas 5227 - Asistente de efectos especiales	Montaje y color	Congo Films	Diplomado	Presencial	62 horas	Bogotá D.C.	El rol del montajista, Desarrollo histórico del montaje en el cine ( Analogías del montaje con la poesía y la escritura de novela, Narración y montaje, Curvas dramáticas y unidades de acción, Montaje de diálogos, Montaje paralelo: yuxtaposición, contrastes, ensamble y desensamble, Selección de planos, construcción de escenas y secuencias. Transiciones, elipsis, cortes, tiempo, ritmo, cadencia, El sonido en el montaje, El work-flow para el montajista, Fundamentals 101 de DaVinci Resolve 15, Intermedio digital y flujos de trabajo para color grading, Teoría y ciencia del color, Corrección de color primaria, secundaria y curvas de corrección de color, Formas geométricas ("mattes" y máscaras), Corrección de color aplicada a cortometraje, Finalización y exportación	En este diplomado se brindan los fundamentos prácticos, teóricos y artísticos para el crecimiento en el arte y el oficio del montaje, revisando las técnicas de películas de diferentes géneros, con la práctica continua. El tono, ritmo, narrativa del guion y la intención del director guían al montajista en su propuesta de lenguaje. Conjuntamente, los participantes se formarán como coloristas en un diplomado que incluye certificación en "Color de DaVinci Resolve".
5226 - Otras Ocupaciones Técnicas en Cine, Televisión y Artes Escénicas n.c.a. 5226 - Técnico de efectos especiales								

**TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES**

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5223 - Técnicos en Diseño y Arte Gráfico 5227 - Ocupaciones de Asistencia en Cine, Televisión y Artes Escénicas 5227 - Asistente de efectos especiales 5226 - Otras Ocupaciones Técnicas en Cine, Televisión y Artes Escénicas n.c.a.	Corrección del color con Davinci Resolve	SAE Institut	Curso corto	Presencial	20 horas	Bogotá D.C.	<p>Qué hace el colorista en la corrección de color. Psicología del Color. Análisis de la paleta cromática desde la corrección de color en películas. Análisis de referencias pictóricas y fotográficas para crear una atmósfera estética. Correcciones primarias y secundarias del Resolve para conseguir la atmósfera deseada. Librería de FX del Resolve para conseguir la atmósfera deseada Mantener la continuidad de luz y color en una escena.</p> <p>Cada tema será abordado de forma teórica y práctica usando material de diferentes formatos y resoluciones.</p>	Podrás realizar todo el proceso desde la creación de la idea, el desarrollo y la entrega de un proyecto audiovisual manejando todas las herramientas de Davinci Resolve.
5226 - Técnico de efectos especiales								



## TABLA 7. CORRELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ALGUNOS PERFILES OCUPACIONALES

Referente de Clasificación Nacional de Ocupaciones que puede impactar	Nombre de los programas que podrían formar para esta ocupación y que se ofrecen en el departamento	Instituciones que ofrecen cada uno de los programas	Nivel de formación de cada programa	Metodología	Duración	Municipios donde se ofrece cada programa	Competencias en las que forma cada programa (conocimientos, destrezas y competencias transversales)	Perfil ocupacional o del egresado
5131 Productores, Directores Artísticos, Coreógrafos y Ocupaciones Relacionadas 5223 - Técnicos en Diseño y Arte Gráfico 5227 - Ocupaciones de Asistencia en Cine, Televisión y Artes Escénicas 5227 - Asistente de efectos especiales 5226 - Otras Ocupaciones Técnicas en Cine, Televisión y Artes Escénicas n.c.a. 5226 - Técnico de efectos especiales	Curso de edición y montaje audiovisual	Zona Cinco escuela de cine y fotografía	Curso corto	Presencial	36 horas	Bogotá D.C.	"Dominar los aspectos fundamentales que sustentan el montaje audiovisual en cualquier aplicativo destinado para este trabajo. Conocer y aplicar correcta y oportunamente los términos técnicos y las estrategias requeridas en el trabajo de montaje y edición de cualquier producto audiovisual. Identificar las posibilidades que brindan algunas aplicaciones para llevar a cabo el montaje y edición de una pieza audiovisual según las bases teóricas y conceptuales fundamentales. Aprender a desarrollar un flujo de trabajo productivo en el entorno de algunos aplicativos específicos apropiándose, en el ejercicio, de técnicas que pueden ser utilizadas indistintamente de la aplicación utilizada en clases."	Editor en proyectos audiovisuales, coordinador de flujos de trabajo
5227 - Asistente de vestuario	Diseño y Elaboración de Vestuario para las Artes y la Cultura	Universidad del Magdalena - Instituto de Educación a Distancia y Formación para el Trabajo "Idea"	Diplomado	Presencial	120 horas	Santa Marta	Historia del vestuario para el cine y la tv; Boceto e ilustración digital de vestuario; conceptualización y pensamiento de diseño, vanguardia y diseño experimental, tejidos y técnicas textiles, efectos especiales de vestuario para cine y seriados, diseño de vestuario para cine y seriados de televisión, Maquillaje y caracterización para cine y seriados de televisión	Coordinar y hacer parte del equipo de arte de una producción audiovisual

### 4.1 CONTEXTO DE LAS BRECHAS DE CAPITAL HUMANO PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL

Como se ha mencionado anteriormente, el universo de la producción audiovisual (entendiendo por producción no solamente el proceso mediante el cual se crean productos que se trazan en el mercado, sino que también se producen para informar, para producir ideologías, para fortalecer el tejido social, para la transformación social en los territorios, etc...), es muy grande en términos de la necesidad de capital humano requerido para su funcionamiento. Si tomamos como ejemplo la realización de una serie, una película, o un podcast habría que tener en cuenta que se requieren guionistas, directores, actores, productores, utileros, personal técnico, logísticos, editores, distribuidores, y contemplar las complejidades y necesidades del capital humano que demanda un proyecto audiovisual.

Por otra parte, con la presencia cada vez mayor de las herramientas tecnológicas y el mundo digital, generar contenidos audiovisuales es cada vez más accesible para todo el mundo tanto para su producción como para su consumo y apropiación. Sin embargo, es relevante mencionar que el acceso a tecnologías y dispositivos digitales aún es difícil para los territorios más alejados del país, lo cual constituye una brecha de acceso y conectividad.

De acuerdo con lo anterior, las particularidades propias de este sector de las industrias culturales, el cual aporta a la economía alrededor de 3,8 billones de pesos al año, son un detonante para afirmar que comprender las brechas del capital humano de este campo específico, implica tener en cuenta tanto lo mainstream y comercial, como lo particular, de nicho y territorial. Para iniciar con un contexto general de las Brechas del Capital Humano de este sector, recurrimos a estudios como el realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá y PNUD, el cual hace un análisis de este contexto de las Industrias Culturales y de Contenido Digital para Bogotá, donde se concentra la mayor parte de la demanda laboral y la oferta educativa. Igualmente, se presentarán los hallazgos más destacados del proceso investigativo llevado a cabo por el Ministerio de Cultura, el Ministerio del Trabajo y la OEI.

Algunos de los resultados identificados en el estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá, indican que “la mayoría del sector en general se decantan en que no hay programas de formación para el perfil que se requiere, sucede sobre todo con cargos de producción en general.” (P. 156). Asimismo, encontraron que la percepción del sector con relación a la oferta formativa de cargos técnicos como sonidista, control master, operarios de radio, etc., es baja en relación con la demanda de este tipo de oficios requeridos.

Por otra parte, el estudio indicó que la mayoría de las brechas de capital humano están asociadas con la calidad de la oferta formativa para el sector, pues existe una clara “falta de solidez en los conocimientos específicos adquiridos, por lo cual muchas de las empresas del sector recurren a la formación de estas competencias en el propio espacio laboral.

Estos conocimientos específicos del sector también son importantes para entender el grado de especialización que necesitan cada uno de los cargos que se han mencionado en este estudio.” (P. 156) De igual manera, la investigación reveló que existen vacíos en las competencias transversales asociadas a la comunicación, el trabajo en grupo y las relaciones interpersonales, teniendo en cuenta que las labores se desarrollan en gran medida en equipo.

Sumado a lo anterior, la investigación evidenció que hay necesidades del sector empresarial por generar mejores relaciones con el universo académico para que la formación sea pertinente y con un contenido alto en lo práctico, pues según el estudio:

*“El desconocimiento del sector de ICCD, desde la parte formativa constituye una importante brecha identificada en términos de pertinencia, lo cual hace pensar que desde las instituciones académicas hasta ahora están pensando en cómo funciona el mismo sector. Varios de los profesionales van conociendo el mismo funcionamiento de cada uno de los subsectores estratégicos cuando empiezan a trabajar dentro de la misma empresa.” (P. 177)*

Teniendo en cuenta la información recogida y analizada por la OEI, el Ministerio del Trabajo y el Ministerio de cultura, se identificaron algunas percepciones de empresarios, gestores, agentes culturales expertos y académicos, respecto a las problemáticas del sector en las regiones estudiadas, que tienen un impacto sobre los diferentes tipos de brechas de capital humano y que limitan el desarrollo de la actividad empresarial.

LENS

Los principales hallazgos y percepciones identificados por los empresarios, evidencian las problemáticas de los diferentes tipos de brechas de capital humano que limitan el desarrollo de la actividad. Un factor recurrente está relacionado con la capacitación del personal y su formación generalizada y limitada en especialización técnica para algunas ocupaciones, que se han caracterizado por su formación empírica. Asimismo, algunos cargos específicos que tienen conocimiento en sus áreas respectivas, presentan falencias en temas administrativos y/o financieros, que les impiden cumplir las competencias directivas a cabalidad.

Otro aspecto relevante es la necesidad que tiene el capital humano de contar con un segundo idioma principalmente el inglés, pues la formación educativa no garantiza que se logre el nivel adecuado, ya que se requiere un alto grado de conocimiento del idioma para la realización de los proyectos internacionales que vienen a rodar en el país, así como para la proyección internacional de los productos locales.

Al igual que los vacíos identificados en conocimientos, habilidades y destrezas en una segunda lengua, se hallaron brechas de calidad para este segmento específico en competencias transversales asociadas con el emprendimiento, la sostenibilidad empresarial, habilidades contables y administrativas, gerenciales, derechos de autor, entre otros aspectos. Cabe resaltar que estos vacíos señalados tienen que ver con que la oferta educativa no tiene énfasis de estos conocimientos para el sector cultural y creativo, pues no es lo mismo gerenciar y hacer sostenible una empresa de una actividad económica como el cine, la televisión, la música, el teatro, a las actividades productivas tradicionales.

Dentro del análisis se evidenció una Brecha de cantidad en tanto déficit de programas para este tipo de perfiles, ya que no hay suficiente formación especializada en cargos como escenógrafo, sonidistas, camarógrafos, operarios de sonido, entre otros. Igualmente, se identificó una baja disponibilidad de programas de formación con énfasis en cargos técnicos o tecnológicos, por lo cual algunas empresas optan por formar a sus empleados, con la práctica y rotación de roles.

Con relación a las profundizaciones en los programas de formación, se destaca que el perfil de los profesionales universitarios abarca muchos temas, pero carece de un énfasis en el último periodo y prácticas simultáneas que darían un mejor desempeño y por tanto mejor ocupación profesional. En este sentido, se ha identificado la necesidad de rediseñar y fortalecer las prácticas profesionales desde los primeros semestres de la formación puesto que este sector requiere mucho contacto con el mundo laboral.

Por otra parte, dentro de los resultados encontrados en el estudio, se determinó que falta fortalecer los énfasis de formación en análisis crítico para producir contenidos audiovisuales de mayor calidad y más atractivos para las audiencias a nivel nacional e internacional. Programas como Comunicación Social, tienen una oferta educativa muy alta, y así mismo, una gran demanda de estudiantes. Sin embargo, algunos de estos programas requieren ser actualizados para generar énfasis en pensamiento crítico, al igual que en competencias relacionadas con el uso de las tecnológicas de la información y el conocimiento.

Esto se debe principalmente a que en la etapa de creación para el caso de la radio independiente o comunitaria, los podcast, el cine de autor, las producciones independientes, etc., los contenidos generados están ligados directamente a los soportes por donde van a ser consumidos por las audiencias, lo cual implica que los creadores, artistas y demás agentes sepan manipular equipos tecnológicos, permitiendo acortar el tiempo de realización de una producción, así como costos en el proceso.

El análisis de la información, permitió evidenciar que en materia de contratación, el sector se caracteriza por la vinculación laboral a través de prestación de servicios, o temporal por proyecto, lo que contribuye a generar barreras para la generación de empleo estable. Asimismo, las brechas de capital humano afectan la productividad y limitan el crecimiento y bienestar y en ellas incide directamente la educación y formación con procesos oportunos, así como la capacidad de actualizarse a la misma velocidad que las actividades requieren.

## 4.2 TIPOLOGÍAS DE BRECHAS DE CAPITAL HUMANO

De acuerdo con el Manual Operativo: Metodología de identificación y medición de brechas de capital Humano del Ministerio del Trabajo (2019) una brecha de capital humano puede ser entendida como un desequilibrio, desajuste o desbalance entre la demanda y la oferta laboral así como la oferta educativa y de formación. Es por esto que en el análisis de brechas se vinculan los actores: demandantes (empresarios), oferentes (trabajadores) y la oferta educativa y de formación (instituciones de educación superior, institución de formación para el trabajo y otros proveedores de formación informal), pues son sus características las que finalmente determinarán la forma de relacionamiento con su entorno. En este sentido, se revisaron cuatro tipos de brechas descritas a continuación:

- Brechas de cantidad: evalúan dos relaciones, la de la demanda laboral con la oferta educativa, a través de la identificación de déficit de programas de formación que son necesarios para las actividades productivas y que no se ofertan en las respectivas regiones; y la segunda relación entre la oferta educativa y los estudiantes que serán los trabajadores, aquí se presenta una brecha si existe un déficit de demanda por los programas de formación ofertados.
- Brechas de calidad: expresan deficiencias en el logro de las competencias que se plantean obtener a través de los programas de formación. Tales deficiencias son identificadas mediante las entrevistas a empresarios.
- Brechas de pertinencia: reflejan el grado de correlación entre las características de las actividades productivas de una región y los enfoques que están inmersos en la formación, lo cual delimita desajustes en las competencias que demandan el sector productivo y las competencias en las cuales está formando la academia. En esta tipología juega un rol fundamental la identificación de los escenarios de participación del sector productivo en la construcción de los currículos y contenidos de los programas.
- Brechas de perfilamiento: se relacionan con los desbalances entre los perfiles solicitados por la demanda laboral y las características de la oferta laboral, es decir, de las personas que buscan empleo en el sector.

### 4.3 ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD:

Las brechas de cantidad se observan desde dos ángulos que reflejan la relación entre demanda laboral y la oferta educativa y de esta última con los potenciales oferentes de trabajo en busca de capacitación. Los tipos de brechas de cantidad se relacionan con el déficit de programas y el déficit de demanda por dichos programas. A continuación, las brechas identificadas a partir del análisis son las siguientes:

- Se observó que para todas las ciudades investigadas existe un déficit en programas universitarios que formen en diseño sonoro, en propiedad intelectual para industrias creativas y en formación en curaduría para cine y audiovisual. Asimismo, se identificó baja oferta formativa en fotografía audiovisual teniendo en cuenta que la fotografía es imprescindible en todo el proceso de filmación, incluso desde la preproducción, avalando escenarios, distancia, encuadre, iluminación, color y conocer el material técnico para la producción.
- Para el caso específico de Bogotá se evidencia una brecha de cantidad de programas tanto de educación superior como de ETDH que formen para distribución en la industria audiovisual, esta actividad se realiza de manera intuitiva y se aprende en la práctica. Existen programas en las áreas de comunicación y en cine y televisión que ofrecen herramientas a los profesionales que actualmente se desempeñan en este cargo.

- El fenómeno del podcast en el país es emergente y aunque actualmente no hay una industria consolidada de esta actividad, se proyecta con mucha fuerza, pues se identificó que existe capital humano colombiano contratado por empresas internacionales que producen este tipo de contenidos. En este sentido, se identificó déficit en formación relacionada con producción de contenidos digitales, reportería digital, producción digital, gestión de contenidos digitales, convergencia digital y gerencia estratégica, comunicación digital, narrativas digitales y producción de podcast.
- Se encontró que faltan especializaciones o profundizaciones en asistencia de producción con los conocimientos y habilidades no solo técnicos sino administrativos, en el caso del programa de Comunicación audiovisual no incluye todas las áreas que se requieren para la cinematografía.
- Con relación a las Brechas de cantidad por déficit en la demanda de programas, se identificó para la radio comunitaria (una actividad que tiene mucha relevancia en lo territorial), una brecha asociada con la falta de acceso a formación y profesionalización de las personas que desempeñan sus labores en este tipo de radio, por lo tanto el aprendizaje de las funciones que se desarrollan en los cargos asociados a este tipo de producción se adquiere con la experiencia. En este sentido, se podría identificar otro tipo de brecha relacionada con la ausencia de certificación de competencias que facilite el reconocimiento de los aprendizajes previos adquiridos a lo largo de la vida.



## TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Instituciones que ofrecen el programa	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Programas requeridos para el cargo pero que no se ofrecen en el departamento	Existe brecha de cantidad (Sí / No)
2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Productor/ Director cinematográfico	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Universidad de Antioquia , Universidad de Medellín	Pregrado universitario	Medellín	Realización documental y de ficción en las regiones	Deficiencia de programas de Realización documental y de ficción. Que podría aumentar la participación y desarrollo de proyectos locales, para su comercialización a nivel nacional e internacional
NCP	Colorista audiovisual	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Universidad de Medellín	Pregrado universitario	Medellín		No hay programas específicos que especialicen en este cargo como colorista audiovisual, quien cumple un papel muy importante en las producciones; debe dominar las propiedades, armonía y contraste, psicología del color y arte, en un todo como ciencia del color; curvas de gama, posibilidades de cámaras y las pantallas y sobre archivos y formatos Existe brecha de cantidad por la falta de programas especializados en ciencia del color.
NCP	Profesional Universitario Cinematografía	Comunicación social y periodismo	Universidad de Medellín *Universidad de Antioquia * Universidad Eafit *Universidad Pontificia Bolivariana	Pregrado	Medellín	Diseñador Sonoro	El audio en un producto de video, es imprescindible. De ahí que el sonido debe hacerse muy concatenado con toda la producción. Se evidencia Déficit en programas que formen en Diseño Sonoro.
NCP	Asistente de Producción	Comunicación audiovisual, cine, Comunicación (periodismo, audiovisual) Cursos Diseño y producción de contenidos comunicativos en narrativas, montaje, gestión de muestras y festivales, seminario de crítica de las artes y comunicación en entornos digitales, gestión de proyectos y producción *	Universidad de Medellín, UPB, Cesde, Talentos Efraín Arce Aragón, Instituto de Educación Consuelo Montoya Gil - Comfenalco Antioquia	Maestría, Pregrado, Técnica, Asistencial	Medellín	Propiedad intelectual para industrias creativas, *Formación en curaduría para cine y audiovisual. * Programa de cine *Dirección de cine a nivel regiones.	Además de encontrar déficit en los programas Propiedad intelectual para industrias creativas, Formación en curaduría para cine y audiovisual, Programa de cine, y Dirección de cine a nivel regiones, falta especializar en Asistencia de Producción, con los conocimientos y habilidades no solo técnicos sino administrativos.

## TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Instituciones que ofrecen el programa	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Programas requeridos para el cargo pero que no se ofrecen en el departamento	Existe brecha de cantidad (Sí / No)
NCP	Diseñador Sonoro /Sonidista	*Técnica de sonido directo *Curso de Protools	*Escuela de Audio y Sonido * Kuartel General Estudio	Técnico Laboral por competencias* Curso Certificado	Medellín - Envigado	Formación en Networking y Comercial	Junto con los conocimientos en el diseño sonoro, los proyectos deben comercializarse. Falta Formación en Networking y Comercial
1211 Director general de empresa privada	Director General / Administrador	Comunicación Social y Periodismo	Universidad Católica	Pregrado	Cali	Formación para Curadores y Programadores de cine.	Los conocimientos en curaduría audiovisual, son deficientes y la región carece de programas en este ámbito.
NCP	Posproductor	Profesional en medios audiovisuales	POLI Institución Universitaria Politécnica Grancolombiano	Pregrado	Cali	Posproduccion - Especialización	Se requiere un Programa de Especialización en Posproducción, con énfasis en Informática
2654- Directores y productores de cine, de teatro y afines	Productor/ Productor ejecutivo/ productor general	Profesional en medios audiovisuales	POLI Institución Universitaria Politécnica Grancolombiano	Pregrado	Cali	Especialización en Cine y Producción	El Productor requiere especializarse en Cine y Producción, con asignaturas de Marketing y Administración
NCP	Director de contenidos	Comunicación Social y Periodismo	Universidad Católica	Pregrado	Cali	*Especialización en Guión *Programa de Cine	El Director de Contenidos requiere ser muy hábil en escritura, gramática y creatividad. Hay falencia del programa Especialización en Guión
3521 - Técnicos de radiodifusión y grabación audio visual	Camarógrafo	Técnica profesional en fotografía y camarografía	CIDE	Técnico	Cali		Hay déficit de programas que formen específicamente en la actividad y que incluyan el tema de la fotografía, que va de la mano para el mejor desempeño
NCP	Animador	Tecnólogo en animación 3D	SENA - Servicio nacional de Aprendizaje (técnico y tecnólogo)	Tecnólogo	Barranquilla		Bajo número de aspirantes, los aspirantes desisten de formarse en este ámbito por que se les ofrece bajos ingresos y por las dificultades que reviste los sobrecostos por transporte desde los municipios hacia la ciudad.
NCP	Coordinador de procesos de danza, audiovisual y teatro	Artes visuales y danza	Universidad del Atlántico	Pregrado	Barranquilla	Faltan oferta en la formación de profesionales expertos en leyes, normas y procedimientos legales incluyendo derechos de autor y en general referidos a Economía Naranja o industrias creativas	Déficit en programa integral de Artes Visuales y Danza y en programas de Economía Naranja
1323. Director de mercadeo	Director Comercial	Mercadeo y Administración	Corporación Politécnica de la Costa	Técnico	Barranquilla	Mercadeo (posgrado especialización)	Déficit de Programas posgrado en Mercadeo que contribuyan en la realización de la conexión entre creatividad y mercadeo y ventas, una mejor comunicación, constancia y ética
2654 - Directores y productores de	Director Creativo	Diseño	LCI	Tecnología en producción gráfica digital	Barranquilla	Diseño gráfico	Déficit de programas de Diseño que provean suficiente congruencia entre las competencias



## TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Instituciones que ofrecen el programa	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Programas requeridos para el cargo pero que no se ofrecen en el departamento	Existe brecha de cantidad (Sí / No)
cine, de teatro y afines		Comunicación Audiovisual	Universidad Autónoma del Caribe	Preara	Barranquilla		de creación y llevarlo a la práctica, que desarrollen competencias como la constancia
NCP	Realizador	Dirección y producción de medios audiovisuales	CUN - Corporación Unificada Nacional de Medios Audiovisuales	Pregrado	Barranquilla		No se evidenciaron brechas de cantidad
NCP	Director General de Distribución	COMUNICACION SOCIAL	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	Universitaria	Bogota.D.C	En San Antonio de los Baños - Cuba tiene un curso en distribución;	Se evidencia una brecha de cantidad de programas tanto de educación superior como ribución en la industria audiovisual, esta actividad se realiza de manera intuitiva y se aprende en la práctica. Existen programas en las áreas de comunicación y en cine y televisión que ofrecen herramientas a los profesionales que actualmente se desempeñan en este cargo.
		MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CREATIVA	FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	Maestría	BOGOTÁ, D.C.	En España hay algo relacionado con distribución y es necesario revisar la formación en EU por su experiencia en la distribución	
		DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN	UNIVERSIDAD MANUELA BELTRAN-UMB-	Universitario	Bogotá D.C	Especilización en Producción de cine,	
		PROFESIONAL EN CINE Y TELEVISIÓN	FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA - JORGE TADEO LOZANO	Universitario	Bogotá.D:C	Maestria en administracion de negocios creativos,	
NCP	OPERADOR DE CLOSE CAPTION	No se evidenciaron en el departamento	No se evidenciaron en el departamento		Bogotá D.C		Se evidencia Brecha de cantidad en cuanto a la identificación de deficit de programas, debido a que aparentemente no existe oferta educativa en el departamento ni tampoco en el país para este cargo, por lo que comentan las empresas y los operadores, que los conocimientos se adquieren empíricamente.
NCP	Productor/a general de podcast	COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	Universitaria	Bogotá	Producción de contenidos	Se identifica un déficit de cantidad por falta de oferta formativa en: Producción de contenidos digitales Reportaría digital Producción digital Gestión de contenidos digitales Convergencia digital Gerencia estratégica
		COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD	Universitaria	Bogotá	Formación en tic	
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES	Universitaria	Bogotá	Rportería	
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	POLITECNICO GRANCOLOMBIANO	Universitaria	Bogotá	Producción digital	

## TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Instituciones que ofrecen el programa	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Programas requeridos para el cargo pero que no se ofrecen en el departamento	Existe brecha de cantidad (Sí / No)
		COMUNICACIÓN SOCIAL	POLITECNICO GRANCOLOMBIANO	Universitaria	Bogotá	Gestión de contenidos digitales	
		COMUNICACION SOCIAL	FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN ALFONSO-FUSA-	Universitaria	Bogotá	Convergencia digital	
		COMUNICACIÓN SOCIAL	UNIPANAMERICANA - FUNDACION UNIVERSITARIA PANAMERICANA	Universitaria	Bogotá	Gerencia estratégica	
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO-	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO-	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	UNIVERSITARIA AGUSTINIANA-UNIAGUSTINIANA	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	FUNDACION UNIVERSITARIA PARA EL DESARROLLO HUMANO - UNINPAHU	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	FUNDACION UNIVERSITARIA HORIZONTE	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR-CUN-	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	INSTITUCION UNIVERSITARIA DE COLOMBIA - UNIVERSITARIA DE COLOMBIA	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	Universitaria	Bogotá		

## TABLA 8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CANTIDAD

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Instituciones que ofrecen el programa	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Programas requeridos para el cargo pero que no se ofrecen en el departamento	Existe brecha de cantidad (Sí / No)
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA - JORGE TADEO LOZANO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	UNIVERSIDAD CENTRAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA	Universitaria	Bogotá		
		DISEÑO DE COMUNICACIÓN	UNIVERSIDAD EL BOSQUE	Universitaria	Bogotá		

## 4.4 ANÁLISIS DE BRECHAS DE PERTINENCIA Y DE CALIDAD

### Brechas de Calidad

Como se mencionó en la descripción de las tipologías, las brechas de calidad refieren a las falencias en competencias específicas o transversales, que identifican los empresarios en los trabajadores que cuentan con algún tipo de formación. A continuación, se presentan las principales brechas halladas en el análisis de la investigación.

- En el programa de Comunicación Audiovisual se requiere enfatizar en el campo de lenguaje cinematográfico, de estrategias de producción de cine, fuentes de financiación y marketing de los proyectos, para el cargo Director/Productor cinematográfico.
- En el programa Arte Dramático, para el caso de los actores, se evidencia necesidad de mejorar el desarrollo de competencias como: responsabilidad, puntualidad, compromiso y disciplina. De igual manera, en formación de metodología actoral y gramática.
- Adicional a la formación técnica, el programa Técnico Profesional en Producción de Audio y Video, debe afianzar habilidades y conocimientos directivos, considerando que el Subdirector de Producción, debe contratar y gestionar logística, recursos físicos y humanos.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación de gerente general y los programas relacionados como comunicación social, de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y los temas de producción en masa, a que no se realizan suficientes prácticas para desarrollar las competencias que requiere la ocupación.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación de director de distribución y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y de marketing.
- Se evidencia un brecha de calidad específica para la región de Bogotá entre la ocupación de gestor PUFA (Permiso unificado para filmaciones y audiovisuales) y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas relacionadas con el PUFA, atención al ciudadano y manejo de público.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación de productor ejecutivo y gerente comercial, y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión, debido a que no se desarrollan las competencias relacionadas con la normatividad del sector: dominio del idioma inglés, gestión de fondos, relaciones comerciales, competencias TIC Excel, Plaxi 2D, Movie magic, shceduling y budgeting.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación de coordinador de catalogación y los programas relacionados como bibliotecología, archivística, ciencias de la información, debido a que los egresados presentan desconocimiento de los estándares internacionales de catalogación.
- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación de dirección de televisión y los programas ofertados, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, en el manejo de tiempos y en el entendimiento de los diseños para las producciones.

- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación de realizador y los programas ofertados, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en la proactividad y creatividad.
- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para los libretistas-investigadores, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, en el manejo de tiempos y en el entendimiento de los diseños para las producciones.
- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para los Operadores de Protocols, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente para el trabajo en equipo.
- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para los editores, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales y con falta de conceptualización. Adicionalmente enfatizan en que el tiempo académico de práctica para el manejo de edición es muy corto, lo que ocasiona falencias en su aprendizaje y experticia.
- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para el director de cámaras, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en proactividad y generar nuevas propuestas.

## LENS

- Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para los camarógrafos, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en la falta de conceptualización. Adicionalmente, las horas tanto de cátedra como de práctica, dedicadas al manejo de la cámara son insuficientes y cuentan con poca disponibilidad de equipos, lo que genera limitaciones en su conocimiento.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y los temas de producción en masa. De igual manera, no se realizan suficientes prácticas para desarrollar las competencias que requiere la ocupación.
- Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y el dominio del inglés.
- Se identifica una brecha de calidad en relación con la comprensión de los radios como una buena expresión de lo interdisciplinar.
- Se identifica una brecha de calidad entre los productores de radio comunitaria y la formación en competencias relacionadas con: Adaptación al cambio, TIC, flexibilidad, rigurosidad, persistencia, fundamentación técnica en radio y sonido, y bases de comunicación y periodismo.

- Se identifica una brecha de calidad por falta de formación en manejo de dilemas éticos en el desarrollo de contenidos (no incurrir en censura, pero encontrar el lenguaje y el tacto para manejar ciertos temas en el contexto de la línea de la emisora) y falta de herramientas para formar criterio y pensamiento crítico en la profesión.

## Brechas de Pertinencia:

Están vinculadas con temáticas o aspectos que son claves para las actividades empresariales y presentan restricciones en la ejecución, a lo que se suma la no correspondencia con los contenidos programáticos y las descripciones de los programas de formación. A continuación, se presentan los hallazgos más relevantes de esta tipología de brecha:

- Existe una brecha de pertinencia del programa técnico en medios audiovisuales, en cuanto a la formación en software, principalmente en formación adicional en sistemas.
- Dentro de las brechas de pertinencia se encuentran deficiencias en la formación de directores y productores de Producción de Radio y TV en conocimientos en software y tecnología, flexibilidad e informática.
- Asimismo, se identifica un déficit de formación de profesional en publicidad con énfasis en Marquet Media y Marketing Digital en su rol como director general de radio en otros medios de comunicación, periodismo y reportería, procesos administrativos, actualización en normatividad y contrataciones, planeación estratégica, en competencias relacionadas con flexibilidad, liderazgo y comunicación.

- Se evidencian brechas de pertinencia entre el director de distribución y el gerente general, y los programas relacionados con comunicación social, cine y televisión debido a:

- ☑ A que en la formación no se incluyen temas de Administración, dirección y contratación internacional, necesarios para ocupar un cargo directivo y realizar negocios de gran escala.
- ☑ A que en la formación no se incluyen temas relacionados con la distribución y marketing.
- ☑ A que en la formación no se incluyen temas relacionados con la función pública y falta de Bilingüismo.
- ☑ A que en la formación no se incluyen temas relacionados con cómo se producen y dirigen contenidos en las condiciones actuales.
- ☑ A que en la formación no se incluyen temas relacionados con tránsito y movilidad para producciones audiovisuales.
- ☑ A que en la formación no se incluyen temas de Administración, distribución y marco normativo, necesarios para ocupar un cargo directivo

- Se identificaron brechas relacionadas con la pertinencia entre los realizadores y los programas relacionados, puesto que las empresas mencionan que este personal presenta desconocimiento del software de edición en criterios periodísticos y desconocimiento en algunos procesos de producción.

- Se evidencian Brechas relacionadas con la pertinencia entre la ocupación de camarógrafo y operador de cámara, y los programas relacionados, puesto que las empresas mencionan que los camarografos presentan desconocimiento en cuanto a medios digitales y procesos de producción para nuevos medios. Adicionalmente se evidencia que salen con desconocimiento en el manejo adecuado de las herramientas asignadas y/o con falta de experiencia.



- Se evidencian Brechas relacionadas con la pertinencia entre la ocupación de periodista y los programas relacionados, puesto que las empresas mencionan que los periodistas tienden a presentar desconocimiento en algunos procesos de producción y carecen de contactos.
- Se identifica una Brecha en la ocupación de productor de radio y los programas relacionados, puesto que su formación en Creación de contenidos y Producción de contenidos es insuficiente.
- Se evidencia una Brecha de pertinencia en los directores de radio porque les falta formación en soporte en ciencias sociales o ciencias de la comunicación.
- Se evidencia una Brecha de pertinencia en los coordinadores técnicos de emisoras, porque les falta formación en gestión digital.
- Se identifica una Brecha en la ocupación de coordinación de producción sonora en podcast, en relación con formación asociada a sensibilidad sonora y a contexto de nuevas sonoridades y narrativas sonoras en el marco de los desarrollos tecnológicos.
- Se identifican Brechas en la ocupación de editor de contenido en relación con: conocimiento de audiencias, no hay alfabetización tecnológica, creación de plataformas digitales nacionales y administración en Podcast.

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Productor/ Director cinematográfico	Comunicación y lenguajes audiovisuales	Pregrado universitario	Medellín	En el programa de Comunicación Audiovisual, requiere agregar en su currículo temas relacionados con fuentes de financiación, marketing y ventas de los proyectos	En el programa de Comunicación Audiovisual, se requiere enfatizar en el campo de lenguaje cinematográfico, de estrategias de producción de cine, fuentes de financiación y marketing de los proyectos
2654 Directores y productores de cine, de teatro y afines	Director de Radio	Comunicación	Pregrado universitario	Medellín	Se requiere que los comunicadores sociales y periodistas, tengan formación en Administración e Informática, se encuentran falencias en estas aéreas, al momento de ocupar un cargo directivo.	No se evidencian brechas de calidad
2654 - Directores y productores de cine, de teatro y afines	Director Creativo Radio	Comunicación audiovisual,	Pregrado universitario	Medellín	No se evidenciaron brechas de pertinencia	En el programa de Comunicación, falta fomentar la creatividad, constancia y coherencia entre lo creado y lo ejecutado
1211 Director general de empresa privada	Director General / Administrador	Comunicación Social y Periodismo	Pregrado	Cali	El programa de Comunicación social, debe fortalecer en Marketing y bilingüismo; conocimientos muy relevantes para un director general	No se evidencian brechas de calidad
2654 - Directores y productores de cine, de teatro y afines	Director técnico	Cine y Comunicación Digital	Pregrado	Cali	No se evidenciaron brechas de pertinencia	Se requiere mayor formación en informática y resiliencia, dada la incidencia de este cargo en las producciones y proyectos.



## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
2655 - Actores	Actor	Arte dramático	Profesional	Barranquilla	Se evidencia necesidad de mejorar el desarrollo de competencias como la responsabilidad en donde debe enfatizarse en aspectos como: Puntualidad, compromiso y disciplina. De igual manera, en formación de metodología actoral y gramática.	No se evidencias brechas de calidad
1321 Gerente administrativo y financiero	Director General	Administración	Pregrado	Barranquilla	Deficiencias en la formación del administrador en su rol de gerente administrativo y financiero en competencias como la constancia, la cooperación y la creatividad	No se evidencias brechas de calidad
1321 Gerente administrativo y financiero	Director General - Radio	Publicidad con diplomados en Market Media y Marketing Digital	Diplomado	Barranquilla	Déficit de formación de profesional en Publicidad con énfasis en Marquet Media y Marketing Digital en su rol como Director general de radio en otros medios de comunicación *Periodismo y reportería *Procesos Administrativos *Actualización en Normatividad y contrataciones *Planeación Estratégica, en competencias relacionadas con Flexibilidad, Liderazgo y comunicación	No se evidencias brechas de calidad
2654- Directores y productores de cine, de teatro y afines	Productor -Radio	Dirección y Producción de Radio y Televisión	Pregrado	Barranquilla	Deficiencia en la formación de directores y productores de Producción de Radio y TV en Conocimientos en software y tecnología, Flexibilidad e Informática	No se evidencias brechas de calidad

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
1330	Gerente General	DOCTORADO EN CIENCIAS DE LA DIRECCION	Doctorado	Bogotá D.C	Se evidencian brechas de pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados como, comunicación social y de cine y televisión debido a que en la formación no se incluyen temas de Administración, dirección y contratación internacional, necesarios para ocupar un cargo directivo y realizar negocios de gran escal	Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y los temas de producción en masa
		MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CREATIVA	Maestría	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitario	BOGOTÁ, D.C.		
		PROFESIONAL EN CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		CINE Y TELEVISIÓN	Universitario	Bogotá D.C		
NCP	Productor de distribución	CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.	Se evidencian brechas de pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados como, comunicación social y de cine y televisión debido a que en la formación no se incluyen o muy pocas se habla de temas relacionados con la distribución	Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas y de marketing
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO	Especialización Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
NCP	Gestor-PUFA	PROFESIONAL EN CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.	Se evidencian brechas de pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados como, comunicación social y de cine y televisión debido a que en la formación no se incluyen temas relacionados con la función pública, como funciona la ciudad. Bilinguismo	Se evidencian brechas de calidad entre la ocupación y los programas relacionados como comunicación social y de cine y televisión debido a que no se desarrollan las competencias administrativas relacionadas con el PUFA, atención al ciudadano y manejo de público
		PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		CINE Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
NCP	PRODUCTOR DE CONTENIDOS / PRODUCTOR DE ENTREGABLES	PROFESIONAL EN MEDIOS AUDIOVISUALES	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.	No se evidencian Brechas relacionadas con la pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados.	Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en liderazgo y delegación de tareas
NCP	PRODUCTOR JUNIOR MULTIPLATAFORMA	PROFESIONAL EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.	No se evidencian Brechas relacionadas con la pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados.	Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en liderazgo, interpretación y delegación de tareas

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
<b>NCP</b>	PRESENTADOR - REALIZADOR	COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.	Se evidencian Brechas relacionadas con la pertinencia entre la ocupación y los programas relacionados, puesto que las empresas mencionan que los presentadores-realizadores tienen desconocimiento en algunos procesos de producción, en software de edición y/o en criterios periodísticos	Se evidencian Brechas de calidad entre la ocupación y los programas ofertados para los presentadores-realizador, puesto que las empresas mencionan que están egresando de las instituciones académicas con deficiencias en las competencias transversales, especialmente en proactividad.
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	BOGOTÁ, D.C.		
<b>NCP</b>	Productor/a ejecutivo Podcast	COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá	No se identifica brecha para este cargo	Se identifica una brecha en relación con programas que contengan formación en:

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		Gestión del conocimiento Resolución de problemas Emprendimiento
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACIÓN SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		

Fuente: Elaboración propia a partir de la Matriz de Contexto actual.

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL-PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIALY PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		DISEÑO DE COMUNICACIÓN	Universitaria	Bogotá		
<b>CIUO 08 AC 3521 - Técnicos de radiodifusión y grabación audio visual</b> 3521 - Operador de grabación de sonido	Operadores/as de grabación de sonido	TECNOLOGIA EN LOCUCION Y PRODUCCION RADIAL	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.	Se identifica una brecha en relación con:  Criterio (Técnico y de contexto) En algunas empresas hay ciertas imposiciones que impiden que se pueda usar el criterio. Pensar en el oyente. No hay ambientes controlados. Es importante aprender que lo conceptual de la comunicación es desde donde se debe partir para crear nuevo conocimiento (aplicación de los concepto en la práctica). Prácticas en comunicación y periodismo y en ingeniería electrónica.	No se identifica brecha para este cargo
		TECNOLOGIA EN PRODUCCION DE RADIO Y TELEVISION	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.		
		TECNOLOGIA EN PRODUCCION RADIAL	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.		
		TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN DE SONIDO Y MUSICALIZACIÓN	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.		
		TECNOLOGIA EN PRODUCCIÓN DE AUDIO	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.		
		TECNOLOGÍA EN SONIDO DIRECTO PARA PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Tecnología	BOGOTÁ D.C		
		TECNOLOGIA EN PRODUCCION RADIAL	Tecnológica	BOGOTÁ, D.C.		
		PRODUCCIÓN AUDIO DIGITAL	TÉCNICO			

## TABLA 9. PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE BRECHAS DE CALIDAD Y PERTINENCIA

Cód. CIUO-08 A.C.	Nombre del cargo	Programas identificados relacionados con el cargo	Nivel de formación del programa	Municipios donde se encuentra la oferta	Brecha de pertinencia detectada	Brecha de calidad detectada
<b>2642 - Periodistas</b> Entrevistador en medios de comunicación Comunicador social Analista de noticias Corrector de estilo Cronista Editor de crónicas Editor de deportes Editor de moda Editor de noticias Editor de producción Entrevistador en medios de comunicación Periodista Periodista de radio Periodista reportero Productor de noticias de televisión o radio Redactor de medios de comunicación Reportero de investigación	Periodistas expandidos Story hunter Productor/a de podcast Periodista Realizador/a Profesor/a - Periodista	Maestría en Escritura Creativa	Posgrado	Bogotá	Se identifica una brecha de pertinencia por falta de actualización de los contenidos con respecto a la evolución del medio	Se identifica una brecha de calidad en relación con un déficit de fundamentación técnica de la profesión.
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá	Se identifica una brecha de pertinencia en relación con actualizar las radios universitarias en relación con la evolución del medio.	Se identifica una brecha de calidad en relación con formación en competencias relacionadas con: Adaptación al cambio TIC Flexibilidad Rigurosidad Persistencia Fundamentación técnica en radio y sonido Bases de comunicación y periodismo
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		Se identifica una brecha de pertinencia en relación con la comprensión de las radios como una buena expresión de lo interdisciplinar
		COMUNICACION SOCIAL	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	Universitaria	Bogotá		
		DISEÑO DE COMUNICACIÓN	Universitaria	Bogotá		
		MAESTRÍA EN PERIODISMO	Maestría	BOGOTÁ, D.C.		

## 5.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO

Utilizando la metodología provista por el Sistema de Prospectiva, Vigilancia e Inteligencia Organizacional (PREVIOS) del SENA, se realizó el análisis estratégico, a partir de la información recopilada en los grupos focales y las entrevistas con expertos; como ya se ha mencionado, el campo audiovisual comprende el cine, la televisión, el video y la radio; se identificaron algunas variables internas y externas, en diferentes dimensiones, que afectan de diversa maneras y con distintos matices el desarrollo de las industrias que conforman este sector.

A continuación se presentan las conclusiones realizadas sobre las variables que fueron identificadas con mayor impacto en las cuatro ciudades.

### 5.1.1 Variables Internas

- *Capacidad directiva.* El universo audiovisual cuenta con una estructura organizacional definida, las tareas cada vez adquieren mayor complejidad, por lo cual se requiere que quienes ocupan los cargos altos y medios cuenten con mayores habilidades directivas; el liderazgo estratégico, la capacidad de concebir la visión y la imagen corporativa son algunas de éstas habilidades; el manejo de herramientas para la gestión de recursos, la participación en proyectos y la apertura de mercados también hacen parte de las competencias administrativas de los perfiles directivos. Esta variable fue reconocida como de alto impacto en las cuatro ciudades participantes.

- *Capacidad organizacional.* En su mayoría las productoras nacionales, a excepción de los grandes canales de televisión, no cuentan con estructuras administrativas y empresariales sólidas. Para realizar un proyecto audiovisual se necesita la participación de un equipo con especialidades y oficios variados. Algunos están durante todo el proceso de producción y otros participan en etapas específicas; por eso usualmente los equipos de planta son pequeños y predomina la contratación por proyectos y por etapas.

Esta situación finalmente impacta a toda la industria en términos del mercado del trabajo, ya que cada vez se cuenta con mayor número de profesionales que trabajan como freelancers, lo cual es una tendencia en aumento en el ámbito internacional, pero que en el país corre el riesgo de aumentar la inestabilidad laboral, la informalidad e incluso afectar los honorarios de forma negativa.

- *Capacidad del talento humano.* Existen tres grupos de perfiles en las empresas de audiovisuales; está el personal dedicado a los temas administrativos, el que se ocupa de las actividades creativas y quienes desarrollan las labores técnicas. En este sentido, los cargos técnicos que participan en producciones cinematográficas trabajan por el tiempo que dura un determinado proyecto, y cuando éste termina, quedan vacantes, razón por la cual es común una alta rotación de camarógrafos, sonidista, técnicos en edición, vestuaristas y otros, que finalmente influye en que no es viable mantener a los mejores talentos constantemente.



Contrario a lo anterior en la radio y la televisión, los creativos son contratados por proyecto, y los técnicos tienen contratos de tiempo completo al igual que los administrativos y hacen parte de la nómina de la empresa. Finalmente, las funciones de los cargos se actualizan conforme a los cambios tecnológicos y junto con el bilingüismo marcan una diferencia importante al momento de buscar el talento humano, que se debe actualizar y preparar constantemente en estos dos aspectos. Esta variable fue considerada en Bogotá y Cali como de alto impacto, mientras que en Barranquilla y Medellín se consideró de mediano impacto.

- **Capacidad tecnológica.** El audiovisual es un sector que se beneficia de forma inmediata de los avances en informática, diseño y telecomunicaciones, desde las etapas de producción y también en el ámbito del mercado. La realidad virtual y aumentada, la incorporación del 3D, las plataformas OTT, musicalización digital, el full formato, entre muchos otros avances lo afectan directamente. Por tanto, la inversión en tecnología y en sus desarrollos es necesaria, pero no siempre es posible para todas las empresas, en ocasiones no pueden contar con el respaldo financiero que se exige. Esto ha llevado al surgimiento de empresas especializadas en una u otra etapa del proyecto, por lo cual se encuentran las dedicadas a la producción, a la postproducción de audio o de video, y otras al alquiler de equipos. En todas las ciudades esta variable fue considerada de alto impacto.

- **Capacidad competitiva.** El medio audiovisual se convierte en un vector de desarrollos tecnológicos ininterrumpidos, que combinados con la creatividad y la innovación son una oportunidad para fortalecer la interacción con los consumidores de contenidos audiovisuales. La demanda puede provenir del ámbito social, público y empresarial y la caracterización de los clientes es fundamental para lograr satisfacer sus expectativas. Teniendo en cuenta que los recursos generalmente son escasos y los costos altos y que muchas de las empresas no tienen la capacidad de acceder a los servicios financieros, surgen estrategias como la conformación de uniones temporales, coproducciones o el denominado branded content. Esta variable también fue considerada de alto impacto en las cuatro ciudades.

## 5.1.2 Variables Externas

- **Factores Económicos.** En Colombia la economía creativa aportó en el año 2018 el 3,2 % al PIB, y el sector audiovisual fue uno de los que más aportó, teniendo en cuenta que involucra actividades de producción, posproducción y distribución de contenidos, exhibición de películas, programación y transmisión de televisión. En este sentido, Bogotá congrega el mayor porcentaje de empresas de la industria audiovisual. Al ser un sector que en los últimos años ha ido creciendo y se ha ido posicionando como generador de ingresos y de empleo y una variedad de ofertas laborales.

- *Factores Creativos.* El sector audiovisual parte de ideas que permiten crear contenidos como novelas, programas de televisión y radio, cortometrajes y largometrajes, etc., que cuentan las historias y características culturales del país, el cual se convierte en una de sus mayores riquezas; éstos se producen en diversos formatos, muchos de ellos estandarizados, lo que permite que puedan ser vendidos en diversos mercados, nacionales e internacionales, con lo cual se generan ingresos, creando dinamismo y aportando al crecimiento económico, dicho aporte esta relacionando con la producción y el consumo de bienes y servicios que son comercializados y a los cuales la cultura no es ajena.
- *Factores de Integración (asociación empresarial).*- Las exportaciones, importaciones y balanza comercial, tienen un impacto alto por cuanto el sector depende de tecnologías y equipos importados, que se ven afectados por la variación de la TRM al igual que por la inflación. Por otra parte, es notable la influencia de los TLC en el aumento de la demanda laboral, pero la temporalidad de los proyectos incide de manera considerable en la inestabilidad laboral. El sector valora más la experiencia laboral y la participación en proyectos, que la formación y en este sentido su aporte frente a la disminución del desempleo juvenil es prácticamente nulo, aunque en los últimos años ha aumentado la vinculación de aprendices y practicantes. Es conveniente la inversión pública como la del FDC, que hace posibles los proyectos. Sin embargo, están expectantes a nuevas posibilidades con el auge de la economía naranja.

De otra parte la políticas de fomento definen unas condiciones para el otorgamiento de recursos que limitan la participación a ciertos grupos más enfocados a la generación de contenidos comerciales y excluyen los procesos comunitarios, pero también define de forma muy concreta las temáticas en las que se deben desarrollar los contenidos, estableciendo límites a la creatividad que es la principal fuente para la generación de estos productos.

- *Factores Políticos/Legales.*- Los cambios de gobierno impactan de forma negativa, por la falta de continuidad en las políticas, y generan desgaste administrativo y de inversión, sin la certeza de resultados. Respecto al tamaño y dinamismo del marco regulatorio y normativo, se requiere de una política pública de contenidos enmarcada dentro de las TIC, con un único fondo de financiación, bajo los mismos principios previstos en la Ley de TIC, que incluya el uso eficiente de infraestructura, que preserve la tv comunitaria, y apoye la radio comunitaria; que promueva la industria de contenidos digitales, la centralización de la vigilancia y el control y el uso de tecnologías para la vigilancia y control del sector. Se debe revisar la ley sobre derechos de autor y su efectiva aplicación. Asimismo, es importante que los gobiernos respalden las producciones nacionales con el apoyo en un incremento de la cuota de pantalla, ya que como se estableció recientemente en el decreto 516 de 2020, los artistas audiovisuales dejan de percibir recursos así como la exhibición de contenido nacional disminuye considerablemente.

- Factores Socio culturales y demográficos.- El acceso a los servicios audiovisuales está centralizado en las zonas urbanas. Aunque el gobierno ha promovido el acceso a las TIC, lo que ha mejorado el acceso a estos contenidos, aún persisten en el país zonas sin electricidad y otras con dificultades de conectividad. En estas regiones la radio cobra un papel relevante dado que se convierte en el principal medio de información, en este sentido, los contenidos audiovisuales pueden ser de gran utilidad como medio, no sólo de entretenimiento, sino también de educación.

Esta situación está directamente relacionada con las necesidades de formación; en las zonas urbanas se reporta la necesidad de personal formado para el desarrollo de funciones especializadas y esto está relacionado con las producciones que trabajan con estándares internacionales. De otra parte en los departamentos más alejados del centro del país la formación en audiovisuales está limitada a la carrera de Comunicación social y algunas tecnologías en telecomunicaciones y multimedia.

- Factores Tecnológicos.- Aunque se valoran los esfuerzos del gobierno en el apoyo a los Centros y Grupos de investigación, ésta aún es incipiente en Colombia. Para el universo audiovisual el impacto que tiene el uso de la tecnología es alto, por lo tanto se requieren acciones que permitan ir a la vanguardia de los desarrollos tecnológicos del mundo. A continuación, se presenta la matriz de consolidación de Variables estratégicas.



## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Internas				
CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Direccionamiento Estratégico</b> <b>Estructura y Orientación Organizacional</b>	ALTO		ALTO	Siempre se debe contar con un orden u organigrama para los cargos y estructuras para que sean funcionales como engranajes
<b>Direccionamiento Estratégico</b> <b>Uso de herramientas (prospectivas o estratégicas) para fundamentar las decisiones</b>	ALTO	!!	ALTO	El diseño de escenarios futuros posibles cobra importancia especial, teniendo en cuenta que el sector está particularmente sometido a continuos cambios
<b>Direccionamiento Estratégico</b> <b>Sistemas de Control y evaluación de la gestión</b>	ALTO	!!	ALTO	Esto permite el avance, innovación y cuantificación de lo cualitativo y el alcance de los resultados esperados
<b>Liderazgo Estratégico</b>	!!	MEDIO	ALTO	Es completamente fundamental y las empresas del sector no lo utilizan correctamente, el sector audiovisual adolece de un liderazgo que posibilite la integración de la cadena de valor
<b>Capacidad de creación de mercado</b>	MEDIO	!!	MEDIO	El sector audiovisual está orientado a crear necesidades relacionadas con los servicios que presta y responde a una estrategia que busca el aumento en sus ventas y la ampliación de su mercado para poder vender y seguir vigente y en posibilidad de mantenerse en el mercado.
<b>Capacidad de Relacionamento internacional o con otras entidades</b>	ALTO	!!	ALTO	Esto genera apertura de mercados y buen lobby
<b>Imagen corporativa</b>	!!	MEDIO	ALTO	Actualmente la imagen corporativa ha cambiado con lentitud para las empresas por la capacidad de transformación en la internet
<b>Inversión en Investigación y desarrollo para nuevos productos o servicios (INNOVACIÓN)</b>	!!	ALTO	ALTO	Es baja, los nuevos productos y servicios no son el resultado de la investigación propia

## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Internas				
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Integridad de datos</b>	ALTO		ALTO	Es de vital importancia el cuidado de los datos de cada persona
<b>Infraestructura tecnológica y de las comunicaciones</b>		MEDIO	ALTO	No todas las empresas de la industria cuenta con las posibilidades económicas de inversión que exigen los avances tecnológicos
<b>Disponibilidad y respaldo de servicios tecnológicos e información</b>	ALTO		ALTO	En la actualidad el mundo se mueve por datos y digitalización de los mismos, las empresas del sector disponen y respaldan los de servicios tecnológicos y la información que manejan.
<b>Desarrollos Tecnológicos</b>		MEDIO	ALTO	Cada día las nuevas tecnologías nos exigen cambios para ser adaptables al desarrollo.
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Disponibilidad de personal (capacidad instalada) y provisión de empleo</b>	MEDIO		ALTO	En general el sector cuenta con disponibilidad de personal aunque adolece de cargos de alta especialidad para proyectos específicos
<b>Clima Organizacional</b>		MEDIO	MEDIO	Según los incentivos, el clima organizacional del equipo de trabajo puede favorecer o no los resultados de los proyectos. La falta de estabilidad en lo laboral reduce las posibilidades de cohesión de algunos equipos
<b>Nivel de actualización de las funciones</b>		ALTO	ALTO	La actualización se hace a la saga de los cambios tecnológicos
<b>Niveles de rotación del personal</b>		ALTO	ALTO	El sector en general funciona alrededor de la realización de proyectos de corto plazo lo que ocasiona variabilidad de resultados, inadecuada supervisión, clima laboral que puede ser desfavorable, bajas posibilidades de mejores ingresos y de desarrollo dentro de las empresas
<b>Habilidad para atraer y retener personal idóneo</b>		MEDIO	ALTO	Dentro de proyectos audiovisuales, se propone siempre trabajar con los mejores y se hace complicado, por el corto tiempo

## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Internas				
CAPACIDAD COMPETITIVA	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Oferta institucional (portafolio)</b>	MEDIO		ALTO	El sector audiovisual resulta tímido en la conformación de alianzas que le permitan ofrecer un mayor y mejor portafolio de servicios
<b>Calidad de los servicios prestados</b>	ALTO		ALTO	Siempre es posible hacer las cosas mejor
<b>Caracterización de clientes (target actualizado)</b>		MEDIO	ALTO	No se hacen estudios permanentes que le permitan a las empresas del sector conocer los cambios en necesidades y deseos de sus clientes
<b>Satisfacción del cliente</b>	ALTO		ALTO	En general los clientes califican como satisfactorios los servicios audiovisuales adquiridos
<b>Generación, preservación, uso y transferencia del conocimiento</b>		MEDIO	MEDIO	Es limitado, teniendo en cuenta que el personal de base que capitaliza el conocimiento generalmente es reducido.
<b>Sistemas de Gestión (o certificaciones requeridas)</b>	MEDIO		ALTO	Es importante la certificación y actualización dentro del gremio, en el sector aún falta adelantar un completo proceso de certificación de quienes se desenvuelven en él.
<b>Presupuesto</b>		ALTO	ALTO	Por ser la base de cualquier proyecto independiente o empresarial, los recursos siempre tienden a ser escasos. Los gastos tienen a superar los ingresos y el flujo de caja puede ser positivo, pero bajo. Faltan habilidades gerenciales y fuentes para gestionar los recursos.
<b>Planeación financiera</b>	BAJO		ALTO	Los costos financieros para el sector son altos y no todas las empresas pueden acceder a los recursos bancarios

## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Externas				
FACTORES ECONÓMICOS	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>PIB</b>	MEDIO		ALTO	La Economía Naranja está de moda. Prueba de ello es lo que está ocurriendo con el sector audiovisual, que incluye producción, postproducción y distribución de contenidos, exhibición de películas, programación y transmisión de televisión, creación y publicidad. Por esta razón es un sector que aporta actualmente al PIB
<b>PIB por sectores económicos</b>	MEDIO		MEDIO	Teniendo en cuenta que el sector audiovisual resulta representativo dentro de las industrias culturales y creativas como uno de los sectores de mayor aportación al PIB, un crecimiento del mismo significa un progreso del sector lo que lo hace atractivo para la inversión.
<b>Vocación productiva del municipio</b>		MEDIO	MEDIO	Históricamente Colombia se ha reconocido por su vocación productiva agrícola, seguida de los servicios; sin embargo, sólo hasta hace relativamente poco tiempo se ha venido hablando de la importancia de la industria cultural y creativa en el desarrollo económico, por su bajo reconocimiento representa una amenaza teniendo en cuenta que ha sido débil el apoyo por parte del gobierno para su desarrollo
<b>Empresas creadas y cerradas por sector económico</b>		ALTO	MEDIO	Gran parte del sector opera a través de la existencia de proyectos de corto y mediano plazo, terminados los mismos las empresas quedan latentes, y sin ingresos permanentes se ven abocadas a despedir a los empleados, lo que ocasiona inestabilidad.
<b>Clústeres</b>		ALTO	ALTO	Porque el sector debe hacer aún ingentes esfuerzos orientados a la integración y cooperación

## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Externas				
Integración (Asociación) empresarial	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Exportaciones, Importaciones y Balanza Comercial</b>		MEDIO	ALTO	Teniendo en cuenta que las tecnologías que usa el sector son principalmente importadas y la tendencia al alza del dólar las encarece dificultando su acceso
<b>Tratados de libre comercio (integración regional)</b>	ALTO		ALTO	Es importante el TLC dentro de cualquier sector ya que aumenta la demanda laboral en nuevos lugares, incentiva la internacionalización
<b>Desempleo</b>		ALTO	ALTO	El desempleo produce más desempleo, acumulación de deudas, menor consumo, menos ingresos para el estado por concepto de recaudación de impuestos y frena el desarrollo
<b>Desempleo juvenil</b>		ALTO	ALTO	Las pocas posibilidades de los jóvenes para acceder al empleo impide que capitalicen experiencia necesaria para contribuir al mejoramiento acumulado de los resultados de las empresas
<b>Subempleo subjetivo y objetivo</b>	MEDIO		BAJO	Posibilita el aprendizaje de nuevas actividades lo que hace al subempleado objetivo más flexible
<b>Política salarial</b>		ALTO	ALTO	Cada vez provoca aumento en las exigencias del trabajo a un ingreso menor
<b>Inflación</b>		ALTO	ALTO	Es una gran amenaza por la compra de nuevos equipos o actualización de software
<b>Inversión pública</b>	ALTO		ALTO	los dineros públicos como el FDC hacen posible la realización de proyectos



## TABLA 10. VIGILANCIA ESTRATÉGICA PARA SECTOR DE AUDIOVISUALES

Variables Estratégicas Externas				
FACTORES POLÍTICOS/LEGALES	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Cambios de gobierno</b>		ALTO	ALTO	La falta de continuidad en las políticas de gobierno por cambios de autoridades produce gastos excesivos y desgaste por inversión de esfuerzos sin resultados
<b>Política en Trabajo y/o en Educación</b>	ALTO		ALTO	Es importante la revisión del planes educativos y ofertas de trabajo
<b>Tamaño y dinamismo del marco regulatorio - normativo del País</b>	ALTO		ALTO	Contar con una política pública de contenidos enmarcada dentro de las TIC, con un único fondo de financiación, bajo los mismos principios previstos en la Ley de TIC, que incluya el uso eficiente de infraestructura, que preserve la tv comunitaria, que promueve la industria de contenidos digitales, la centralización de la vigilancia y el control y el uso de tecnologías para la vigilancia y control del sector promueven el desarrollo del sector.
FACTORES SOCIO CULTURALES Y DEMOGRÁFICO	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Nivel de concentración urbano - rural</b>		MEDIO	MDIO	La baja concentración de la población en el sector rural (de un población total de 48.258.494 el 22,9% pertenece al sector rural DANE censo 2018) ha hecho que se desestimen los esfuerzos por mejorar el acceso a los servicios audiovisuales dando como resultado una brecha de importancia; sin embargo, el gobierno recientemente promulgó la ley de reforma Min TIC que como herramienta busca llevar conectividad a las regiones que no la tienen
<b>Educación: Cobertura, Calidad, deserción y capacidad en docencia</b>		ALTO	ALTO	La baja Calidad del aprendizaje, la alta deserción de los estudiantes dentro del sector educativo y las necesidades de mejoramiento de la Calidad en la formación, amenazan a un sector que se ve sometido a cambios permanentes que demandan personas altamente Calificadas, versátiles y actualizadas frente a los cambios tecnológico, con necesidades de formación especializadas y no especializadas (Administración) .
<b>Demografía y población</b>	ALTO		ALTO	El incremento de la población aumenta la demanda, de acuerdo a cifras del DANE censo 2018 el 42,1% de la población está entre 14 y 26 años, esto representa un sector de población que demanda mayoritariamente de los servicios audiovisuales virtualizados, conectividad móvil, basada en datos, videos por internet, de realidad aumentada, etc.
<b>PROCESOS DESARROLLO SOCIAL</b>	ALTO		ALTO	Los cambios en la forma en que se relacionan los individuos, los grupos y las instituciones motivan la proliferación de demanda de formas de comunicación dentro de las que se encuentran los servicios audiovisuales
FACTORES TECNOLÓGICOS	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO	
<b>Centros y Grupos de investigación en el país</b>	BAJO		BAJO	La investigación en Colombia es insipiente, cuenta con bajo apoyo por parte del gobierno y aunque se valoran los esfuerzos son insuficientes y tienen un impacto bajo en el sector
<b>Big Data y seguridad digital</b>	ALTO		ALTO	Los desarrollos tecnológicos tienden al mejor manejo de conjuntos de datos o combinaciones de conjuntos de datos cuyo tamaño (volumen), complejidad (variabilidad) y velocidad de crecimiento (velocidad), lo que promueve una mayor Calidad de los servicios audiovisuales. Respecto a seguridad digital, Colombia cuenta una política que busca de los colombianos el uso responsable del entorno digital, aprobada por el CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) para promover la seguridad de los individuos y del estado mediante la cooperación y la asistencia mediante la gestión del riesgo.

## 5.2 ESCENARIOS

En Colombia existe un hito histórico relevante para el país que ha determinado positivamente los destinos de la cultura, la constitución de 1991, la cual manifiesta que somos un Estado social de derecho, laico, multiétnico y multicultural. De la misma manera, leyes sancionadas en Colombia en los últimos 30 años, como la Ley del Libro, la Ley de Espectáculos Públicos, las dos leyes de cine, la Ley de Economía Creativa, permiten una arquitectura necesaria para que las industrias culturales y creativas se fortalezcan. De igual manera, los acuerdos firmados en La Habana estimularon la inversión internacional y la realización de producciones extranjeras. Este panorama sumado a la creatividad y talento de los artistas colombianos, tanto para crear producciones de alta calidad, como para lograr realizarlas con los cortos presupuestos con los que cuentan en muchos casos, generan la sensación de que el escenario para el futuro de las industrias culturales y creativas puede ser muy prometedor.

Herramientas como los estudios de clústeres de diferentes sectores de las industrias creativas y culturales, la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, los mapeos del sector creativo del Viceministerio de Economía Creativa, el análisis de Brechas del Capital Humano para la cultura del Ministerio del Trabajo y el Ministerio de Cultura y el Sistema Nacional de Cualificaciones, dan elementos para intervenir de manera positiva, rápida y efectiva el capital humano, aportando al cierre de brechas, dando a las industrias culturales y creativas un lugar muy importante en la economía, la productividad y el bienestar de muchos colombianos que derivan sus ingresos de estas profesiones y oficios.

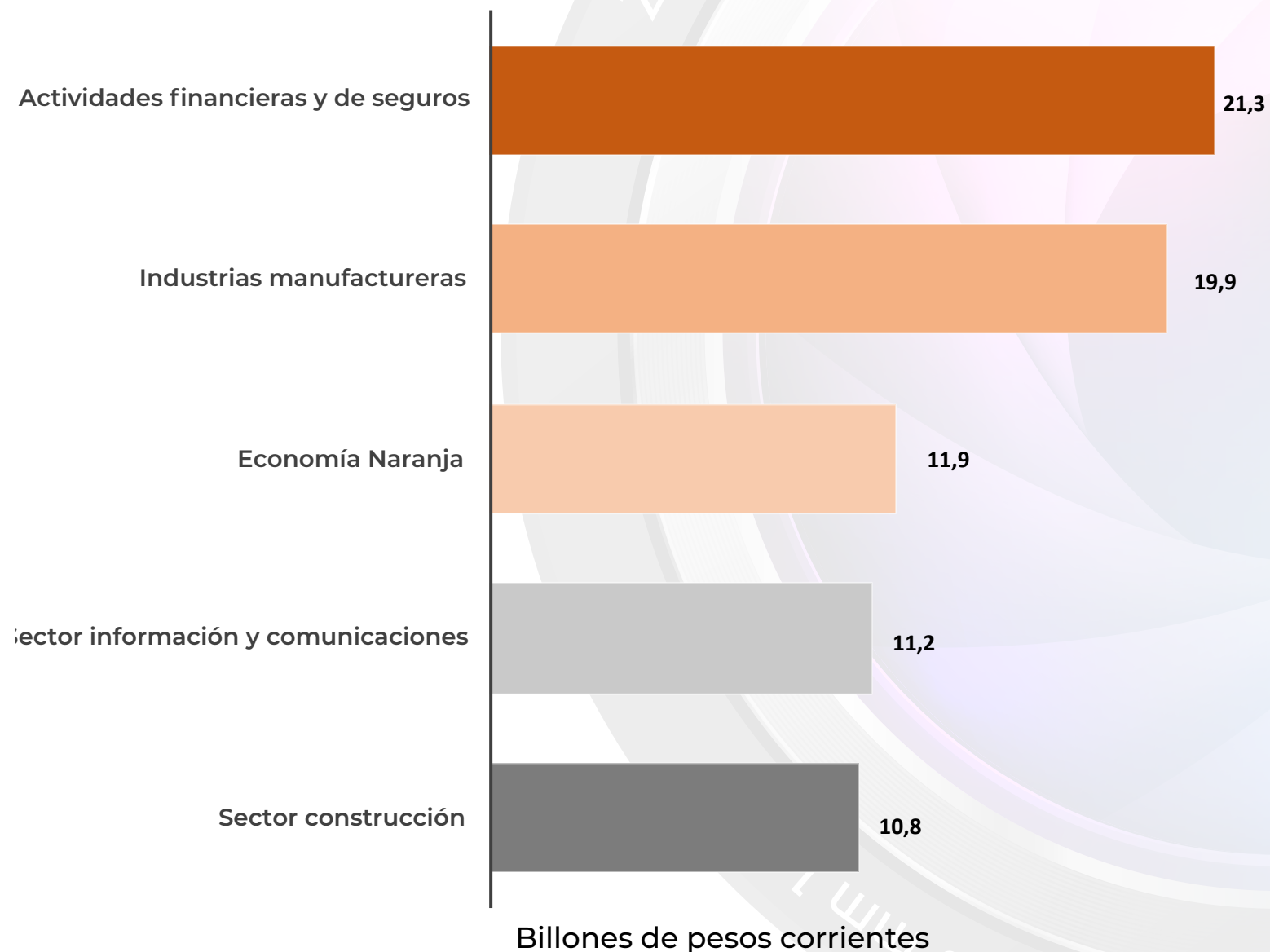
Desde la Cámara de Comercio de Bogotá el clúster de Industrias Creativas y de Contenido promueve la competitividad del sector audiovisual y espera que Bogotá y Cundinamarca se conviertan en el principal hub de creación de contenidos de América Latina para 2025. Uno de los escenarios que se plantea para el sector audiovisual colombiano es la facilidad del consumo que se da de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación, que permiten el flujo de información a grandes velocidades, sin horarios en diversos formatos y dispositivos. Se destacan las sinergias que se han dado con empresas extranjeras en la producción de proyectos audiovisuales con excelentes resultados lo cual es un logro importante para el cine y la televisión del país.

Como se muestra en la siguiente gráfica el aporte del sector audiovisual, ocupa un tercer lugar en comparación con otros sectores económicos en cuanto al valor agregado, siendo Bogotá la principal ciudad con el 90 % de las empresas del país. Esto indica una concentración muy alta tanto de la producción como de la oferta educativa lo cual debilita la creación de contenidos en otras regiones del país.



## Gráfico 12: Comparación del valor agregado de la Economía Naranja con otros sectores económicos en Bogotá

Comparación del valor agregado de la Economía Naranja con otros sectores económicos en Bogotá



De acuerdo con el Segundo Reporte de Economía Naranja, publicado por el DANE en 2018, las Industrias Culturales presentaron un crecimiento en el valor agregado del 1.8% en relación con el año 2017 (DANE, 2018), lo que demuestra que las recientes políticas de jalonamiento del sector han aumentado su participación. De acuerdo con el estudio de la CCB y PNUD (2018), “Este ha sido uno de los sectores más afectados por el crecimiento tecnológico y los cambios de hábito del consumidor. Un sector en donde la presencia de la electrónica, la automatización de procesos, la digitalización de la información y la integración con soluciones online, está llevando a confluir en nuevos modelos de negocio” (CCB PNUD, 2018). Por lo tanto, la adaptación permanente a los cambios tecnológicos son una realidad para este sector y especialmente para su capital humano.

Finalmente, teniendo en cuenta que para comprender los escenarios futuros de la industria audiovisual en el país, se debe analizar el panorama actual, es inevitable no pensar que la crisis mundial actual va a dejar unos aprendizajes y unos retos por delante en un sector como este. En este sentido, se puede resaltar que las oportunidades que se presentan en estos momentos de crisis, en donde otros sectores económicos han detenido sus producciones, en el universo audiovisual ha tenido un incremento en el consumo de contenidos de este tipo, lo que ha conllevado a la búsqueda de nuevos formatos, la relevancia de fomentar las coproducciones y vislumbrar nuevas formas de desarrollar festivales, ferias, etc., y participar en mercados internacionales, sin dejar de resaltar que dichos contenidos pueden ayudar en medio de esta crisis, a mitigar los impactos psicológicos que esta pueda dejar en la población.

En este sentido, es necesario establecer varios elementos que podrán fortalecer el escenario futuro de la industria audiovisual. Por una lado, está la necesidad de adaptación permanente tanto a los cambios tecnológicos, como a las contingencias que se presentarán como parte de los impactos que ha tenido el ser humano en el planeta. Por otro lado, seguirá siendo una prioridad contar con la intervención estatal para fortalecer la industria audiovisual en términos de su sostenibilidad.

Asimismo, es relevante generar los espacios más adecuados para una formación teórica y sobretodo práctica de las ocupaciones administrativas, técnicas y creativas de este sector.

Y por último, permitir que la creatividad, la formación, la producción y el acceso y consumo de contenidos audiovisuales llegue a todos los rincones del país, determinará un escenario futuro más democrático, diverso y competitivo para el país.



# FUENTES CONSULTADAS Y CITADAS

LENS

- Departamento Administrativo Nacional-DANE. (2010). CONPES 3659 de 2010. Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia. Recuperado el mayo de 2020, de Cultura: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollosocial/subdireccion-de-educacion/Paginas/cultura.aspx>
- Banco Interamericano de Desarrollo-BID. (2013). La Economía Naranja. Una oportunidad infinita. Obtenido de [publications.iadb.org](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf): <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2010). Políticas para el emprendimiento de las industrias culturales. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Paginas/default.aspx>: <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Paginas/default.aspx>
- Economía Creativa. (2013). <https://issuu.com/industriascreativasconcepcion/docs/libroeconomiacreativa>. Obtenido de <https://issuu.com/industriascreativasconcepcion/docs/libroeconomiacreativa>.
- Secretaria Distrital de Planeación. (2019). Documentos Conpes D.C. Política Pública Distritald de Economía Cultural y Creativa 2019-2038. Obtenido de [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co):
- Ministerio del Trabajo, SAML. (2019). Documento Técnico: Metodología para la identificación y medición de brechas de capital humano. En L. A. Rios, & O. Riomaña. Bogotá.
- CCB-PNUD. (2018). Identificación y cierre de brechas de capital humano para varios Clústers de Bogotá - región. Obtenido de <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/library/poverty/identificacion-y-cierre-de-brechas-de-capital-humano-para-varios.html>.
- UNESCO. (2010). Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industria culturales y creativas. Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>.
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual-OMPI. (s.f.). Que es la Propiedad Intelectual? Ginebra, Suiza: Publicación OMPI N° 450(S). Obtenido de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo\\_pub\\_450](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450): [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo\\_pub\\_450](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450)
- CCB - PNUD. (2019). Brechas de Capital Humano - Caracterización. Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos Digitales.
- MEN. (2019). Observatorio Laboral para la educación: Seguimiento a graduados de la Educación superior 2017.

# ANEXO 1.

LENS

## FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

FICHA TÉCNICA	
Naturaleza del estudio	Cualitativo
Periodo de recolección de información	Octubre de 2019 a abril de 2020
Técnica de recolección de datos	Grupos focales y entrevistas semiestructuradas
Instrumentos de recolección de información	Véase Anexo Encabezados de instrumentos de recolección de información
Estrategia de trabajo	Metodología para la Identificación y Medición de Brechas de Capital Humano del Ministerio de Trabajo – Documento técnico 2019
Economía Naranja	Sector Audiovisual
Territorios	Antioquia-Medellín Valle del Cauca-Cali Atlántico-Barranquilla (Magdalena-Santa Marta) Cundinamarca - Bogotá
Convenio	325-2019 OEI- Ministerio de Trabajo
Convenio	Convenio interadministrativo 2972-2018 MINCULTURA

# ANEXO 2.

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA PARA GRUPOS FOCALES

Subsector /segmento	Tipo de participante	Cantidad de participantes en los Grupos focales					
		Medellín	Cali	B/quilla	Bogotá	Total	Total por subsector
Audiovisuales y Radio	Empresas	12	11	10	8	41	72
	Centros de empleo	0	0	0	0	0	
	Entidades públicas y privadas	1	2	1	1	5	
	Centros Educativos	10	9	3	4	26	
<b>Total</b>	!!	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>72</b>	!!

# ANEXO 3.

LENS

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA PARA ENTREVISTAS

Subsector / segmento	Tipo de participante	Cantidad de entrevistas realizadas					Total por subsector
		Medellín	Cali	B/quilla	Bogotá	Total	
Audiovisuales y Radio	Empresas	29	22	20	16	87	141
	Centros de empleo	3	1	1	0	7	
	HeadHunters	2	0		0	5	
	Instituciones de Educación Superior	10	9	4	2+ fuentes secundarias*	25	
	ETDH	8	2	1	1 + fuentes secundarias*	12	
	Entidades públicas y privadas	3		2	5+ fuentes secundarias*	10	
<b>Total</b>		<b>55</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>147</b>	



# ANEXO 4.

LENS

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS FOCALES

GRUPO FOCAL AUDIOVISUALES			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
James Pájaro	RCN Radio	Director	BARRANQUILLA
Francisco Alarcón	Lasalle Colege	Director	BARRANQUILLA
Carlos Mayan	Magnífica Radio	Director	BARRANQUILLA
Nixon Lanela	Universidad Autónoma del Caribe	Productor	BARRANQUILLA
Walter Hernández	YOKARIBE Radio	Director	BARRANQUILLA
Jasson Mackensie	El trabajo de jóvenes	Director	BARRANQUILLA
Juan Mercado	Vacante Radio	Director de proyectos	BARRANQUILLA
Yelena Muñoz	Independiente	Fotógrafa	BARRANQUILLA
Angel Calderon	Fundación F.F.C.B	Representante legal F.F.C.B	BARRANQUILLA
José Víctor Rudas	Fundación Cinemateca de Caribe	Asistente de producción	BARRANQUILLA
Julio Caballero	Universidad Autónoma del Caribe	Docente	BARRANQUILLA
Julio Lara Bejarano	Universidad Autónoma del Caribe	Docente	BARRANQUILLA
Jorge Ferreira	Festival y Fundación Cine a la Calle	Pract. Audiovisual	BARRANQUILLA
Víctor M. Letelier	Unicatolica	Docente	CALI
Viviana Arboleda Ponce	Televisión cine y televisión de Colombia	Jefe de Producción	CALI
Oscar Hincapié	UAO / Trabaja con la Secretaría de Cultura	Docente / Director	CALI
Judy Luna	Enserio Films	Productora y Directora	CALI
Diego A. Landaeta	Naar Landaeta Academia	Actor y formador	CALI
Mauricio Marulanda	BADDOG	Director	CALI
Hugo A. Gutiérrez	BADDOG	Productor	CALI
Felipe Jaramillo Botero	Asociación Audiovisual Del Valle / Kirv Group	Director de cine publicitario	CALI
Yuly Milena Ruiz	Escuela de cine Pakiko Ordoñez	Consejera de Cine - Formación	CALI
Pakiko Ordoñez	Escuela de cine Pakiko Ordoñez / SENA	Director / Instructor	CALI
Lautaro Ordoñez Ruiz	Escuela de cine Pakiko Ordoñez	Socio	CALI
Diana Trujillo Rocha	Fundación Algo en Común	Directora de contenidos	CALI
Diana Gutiérrez	Telepacífico	Productora	CALI
Pascual Guerrero	ACIPA		CALI
Yuliana Valencia	Sec. Cultura	Productora audiovisual	CALI
Anderson Cuartas	Proyecto 98		CALI
María Franco	Cine Efectivo	Director de Arte - Productor de Diseño	CALI
Fernando Tirado Conde	Cine Efectivo	Director	CALI
Miguel E. Yusty	Univ. Santiago	Director de Producción / Docencia	CALI
Lucia Cedeño	OSS han	Productora y Directora	CALI
Daniel Angrino Betancourt	Universidad Antonio José Camacho	Jefe de Comunicaciones	CALI

# INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS FOCALES

GRUPO FOCAL AUDIOVISUALES			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Jorge Caicedo	Univalle	Docente	CALI
Hugo A Mejía A	Gatoloko Films S.A.S	Productor	MEDELLIN
Andrea Jaramillo	Centro Audiovisual Medellín	Directora Académico	MEDELLIN
Lucia Calderon	OEI	Coordinadora T	MEDELLIN
Verónica Heredia Ruiz	Universidad de Medellín	Jefe de programa	MEDELLIN
Andrés M Murillo R.	Procinal	comunicador	MEDELLIN
Nilson Vera Parra	CESDE	Docente Audiovisual	MEDELLIN
Luis Felipe Castaño Hoyos	Frecuencia U. - Emisora Cultural Udem	Coordinador	MEDELLIN
Anderson Yadir Piedrahita Usuga	Emisora cultural UDEA	Comunicador	MEDELLIN
Juan Guillermo Cano Vargas	Asoredes	Representante Legal	MEDELLIN
Juan Diego Torres	EAFIT - La esquina radio	Productor	MEDELLIN
Alexander Maury Lopez	Silver wolf studio S.A.S.	Supervisión de proceso	MEDELLIN
John Jairo Cardona	Politécnico Jaime Isaza Cadavid	Docente Audiovisual TC	MEDELLIN
Alejandro López	Vita-Estudios	Supervisor VFX	MEDELLIN
Paula Botero B	Instituto Tecnológico Metropolitano	Decana Facultad de Artes y Humanidades	MEDELLIN
Daniela Abad	La Selva Cine	Directora de cine	MEDELLIN
Laura Mora	La Selva Cine	Directora de cine	MEDELLIN
Germán Arango	Instituto Tecnológico Metropolitano	Docente	MEDELLIN
Alexander Arbelaez	Monocido Cine	Productor	MEDELLIN
Jaime Andrés Salazar	Alcaldía de Medellín	Contratista	MEDELLIN
Juan Diego Estrada Barreto	Montajista	Independiente	MEDELLIN
Eloisa Arcila	Sinsonteestudio	Diseño sonoro	MEDELLIN
Daniel Vásquez	Clap Studios	Postproducción de Audio	MEDELLIN
Hernán Arango	Instituto Tecnológico Metropolitano	Docente y Editor	MEDELLIN
Jose Gaitán	Katapix Media	Posproductor	MEDELLIN
Andrés Moreno	Emisora Suba al Aire	Programador	BOGOTÁ
Carlos Cantor	UniMinuto Radio	Realizador radio	BOGOTÁ
Carlos Congote	Congo films	Fundador y gerente	BOGOTÁ
Federico Rodríguez	Unitec	Jefe Cine y Tev	BOGOTÁ
Gloria Vallejo	Círculo de Periodistas de Bogotá	Presidenta	BOGOTÁ
Ivan Gomez R	Dynamo Producciones	Jefe de Producción	BOGOTÁ
Jeaneth Ochoa Ruiz	RTVC Radionica	Productora Audiovisual	BOGOTÁ
Juan Pablo Cristancho	SENA	Gestor de Red	BOGOTÁ
Laude Fernandez Araujo	SAYCO	Abogado	BOGOTÁ
Lucia Hernandez	Ministerio de Cultura	Contratista	BOGOTÁ
Marcelo Alonso	Discovery	Manager	BOGOTÁ
Natalia Gomez Galeano	Proimagen	Coordinadora	BOGOTÁ
Nilson Torres	Emisoras Minuto de Dios	Gerente	BOGOTÁ
Pablo Sanabria	Colboy Radio	Director	BOGOTÁ

# ANEXO 5.

LENS

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTAS			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Adriana Giraldo	Caracol Radio	Radio - Comercial	BOGOTÁ
Alejandro Angel	Armadillo Media Film	Director / Productor general	BOGOTÁ
Alexandra Falla	Patrimonio Filmico	Directora	BOGOTÁ
Alma Montoya	Comunicarte	Radio - formulación proyectos sociales.	BOGOTÁ
Antonio Mariño Lizarzo	Rolsh	Productor	BOGOTÁ
Carlos Reinoso Camelo	UN Radio	Radio - Universitaria	BOGOTÁ
César Marquez	Independiente	Radio	BOGOTÁ
Consuelo Castillo Ulloa	DOCCO	Directora general	BOGOTÁ
Cyndi Rojas	Dynamo	Produccion Fisica	BOGOTÁ
Diego Santamaria	Uniminuto	Docente/radio comunitaria	BOGOTÁ
Diego Yhama	Estudio Rocco	Colorista - Director	BOGOTÁ
Jefferson Romero	Rolsh	Productor	BOGOTÁ
Juliana Roza	Escuela Nacional de Cine - ENAC	Coordinadora Académica	BOGOTÁ
Laura Puentes	Comision Filmica de Bogota	Cinematografico	BOGOTÁ
Laura Ubaté	Independiente podcast	Radio - medios digitales - Podcast	BOGOTÁ
Lauras Rojas Aponte	Cosas de internet.fm	Podcaster	BOGOTÁ
Lilan Cardenas	Dynamo	Jefe de Talento Humano	BOGOTÁ
Maria Fernanda Carrillo Mendez	Canal regional de Televisión TEVEANDINA LTDA	Directora Jurídica y administrativa	BOGOTÁ
Mauricio Enrique Tamayo Tamayo	Señal Colombia	Lider de productores delegados	BOGOTÁ
Néstor Ballesteros	Uniminuto Radio	Radio - Universitaria	BOGOTÁ
Rafael Morales	Independiente	Videógrafo con equipos propios	BOGOTÁ
Sayid Johanes Ovalle Rodriguez	RTVC	Realizador audiovisual	BOGOTÁ
Simon Beltran	Jaguar Bite	Gerente	BOGOTÁ
Vladimir Sanchez	Independiente, Freelance	Freelance	BOGOTÁ
Wilson Bernal	Blu Radio	Radio- Televisión	BOGOTÁ
Alexis Ballesteros	Ploxocompany	Director Comercial	BARRANQUILLA
Ángel Miguel Calderón	Fundación Fotoclub Claraboya	Representante legal	BARRANQUILLA
Diana Ramirez	APE - Agencia Pública de Empleo SENA	Orientadora ocupacional	BARRANQUILLA
Elkin Silva	RXN Radio Ltda.	Corresponsal Cartagena	BARRANQUILLA
Estefanía Cepeda	Universidad del Norte	Comunicación Social y Periodismo	BARRANQUILLA
Iván Mercado Sarmiento	Asociación de Radiodifusión Comunitaria Vokaribe	Programación y producción / Coordinador de proyectos	BARRANQUILLA
James Pajaro R.	RCN Radio - Radio Cadena Nacional	Director / Producción de contenidos La Mega	BARRANQUILLA
Jesús Montes	Corner 64 Producciones S.A.S.	Director Creativo	BARRANQUILLA

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTAS			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Jorge Ferreira	Festival y Fundación Cine a la Calle	Pract. Audiovisual	BARRANQUILLA
Jorge Mario Sarmiento	Fundación La Cháchara	Líder de Proyectos	BARRANQUILLA
José Barbosa	RXN Radio Ltda.	Productor	BARRANQUILLA
Jose Víctor Rudas	Fundación Cinemateca de Caribe	Asistente de producción / Coordinador de proyectos	BARRANQUILLA
Julio Lara Bejarano	Universidad Autónoma del Caribe	Docente	BARRANQUILLA
Laura Morales	Universidad del Magdalena	Director Cine	SANTA MARTA
Leiner José Álvarez Ureche	Fundación Cine a la calle / SENA	Gerente / Instructor de formación profesional en el área de contenido digitales	BARRANQUILLA
Mauricio García	Productor Independiente / Universidad del Magdalena	Director y Productor	SANTA MARTA
Nancy Gómez	Universidad del Norte	Comunicación Social y Periodismo	BARRANQUILLA
Nira Figueroa Turcios	Fundación La Cháchara	Gerente General	BARRANQUILLA
Olga Granados	RCN Radio - Radio Cadena Nacional	Gestión Humana	BARRANQUILLA
Roberto Flores Prieto	Kymera producciones S.A.S	Gerente	BARRANQUILLA
Ronald Curtidor	EDA - Escuela Distrital de Arte y Tradiciones Populares	Representante de instituciones académicas	BARRANQUILLA
Rubén Darío García	RCN Radio	Gerente	BARRANQUILLA
Samir Suarez	Tres Hermanos Dirección Audiovisual S.A.S.	socio de la empresa y director de fotografía	BARRANQUILLA
Sasha Quintero Carbonel	Independiente	Productora	SANTA MARTA
Sofia Rivera	Secretaria de Cultura	Coordinadora de cinematografía, teatro y danza	BARRANQUILLA
Ulises Sierra	RXN Radio www.rxnradio.com.co	Productor / Director	BARRANQUILLA
Walter Hernandez	Asociación de Radiodifusión Comunitaria Vokaribe	Director	BARRANQUILLA
Wilinyton Narvaéz	La Gente Del Video S.A.S	Realizador	SANTA MARTA
Alexander Maury Lopez	Silver wolf studio S.A.S.	Supervisión de proceso	MEDELLIN
Ana Isabel Lopera	Gestora cultural independiente	Gestora cultural	MEDELLIN
Anderson Yadir Piedrahita	Emisora Cultural Universidad de Antioquia	Comunicador Emisora	MEDELLIN
Andres Duque	Kinético Studio S.A.S.	Comercial-ventas	MEDELLIN
Carolina Torres	COMFAMA - Cinema: Caja de Compensación Familiar	coordinador	MEDELLIN
Catalina Arroyave	Rara Colectivo audiovisual	Director - Representante legal	MEDELLIN
Daniel Vásquez Vélez	Clap Studios S.A.S.	Director de sonido	MEDELLIN
Daniela Abad	La selva cine S.A.S.	Productora	MEDELLIN
Daniela Lopez	Ruido Audiovisual S.A.S	Producción	MEDELLIN
Edilberto Cárdenas Cuervo	RCN Radio Medellín	Director artístico	MEDELLIN
Edna Julieth Sierra	Animal Films S.A.S.	Dirección creativa	MEDELLIN
Eldrin William Berrio León	SENA _ Servicio nacional de Aprendizaje (Tecnología)	Coordinador académico	MEDELLIN

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTAS			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Ernesto Correa Herrera	Universidad de Antioquia	Coordinador del programa de pregrado	MEDELLIN
Fernando Puerta	Locomotora Producción Audiovisual S.A.S.	Director	MEDELLIN
Gabriel Jaime Pérez	IME- Instituto Metropolitano de Educación - Escuelas Técnicas	Director de la Escuela creativa audiovisual	MEDELLIN
Hugo Alberto Mejía Atehortúa	Gatoloko Kilms S.A.S	Representant elegal y de proyectos	MEDELLIN
Iván Darío Hernández Jaramillo	Clap Studios S.A.S.	Representante legal y gerente de ditribución	MEDELLIN
Jaime Mejía Posada	Grupo Massmedia S.A.S HeadHunter	Director general	MEDELLIN
Javier Escobar	Corporación Dunav Kuzmanich	Recursos Humanos y Gerente Administrativo	MEDELLIN
Jenny David Piedrahita	Cosmódromo Cine: Producción de medios audiovisules	Productora	MEDELLIN
Jhoanatr Londoño	Roots Quality Company: Fotografía y video	Director general	MEDELLIN
Jorge Mario Correa	APE- SENA: Agencia publica de empleo del servicio Nacional de Aprendizaje	Orientador Profesional	MEDELLIN
Juan Diego Agudelo	ASENRED- Asociación de Emisoras en Red de Antioquia	Director ejecutivo	MEDELLIN
Juan Esteban Beltrán	Imaginer films-casa postproductora S.A.S.	Productor- director	MEDELLIN
Juan Esteban Orozco	Talentos Efrain Arce Aragón (ETDH)	Coordinador académico y director artístico	MEDELLIN
Juan José Osorio Villegas	Universidad Pontificia Bolivar	Profesor del Dpto maestria de Cine Documental	MEDELLIN
juan pablo patiño jaramillo	Rueda Sonido S.A.S: Servicios de producción cinematografica	codirector	MEDELLIN
Juan Pablo Tamayo Giraldo	La Ventana films S.A.S.	Productor	MEDELLIN
Juliana Zuluaga Montoya	Crisálida Films S.A.S.	Productora y directora	MEDELLIN
Julio Cesar Gaviria	Imaginer films-casa postproductora S.A.S.	Dirección- Gerente	MEDELLIN
Laura Franco	Imaginer films-casa postproductora S.A.S.	Producción-Posproducción	MEDELLIN
Lorena Ocampo	Kinético Studio S.A.S.	Comercial-ventas	MEDELLIN
Luis Felipe Castaño Hoyos	Frecuencia U. - Emisora Cultural Udem	Coordinador	MEDELLIN
Luís Fernando Velásquez	SENA- Servicio Nacional de Aprendizaje	Profesional de aseguramiento de la calidad	MEDELLIN
Luis Iglesias	Escuela Creatividad - CESDE	Director	MEDELLIN
Maderley Ceballos García	Cinemateca Municipal de Medellín	Coordinadora General	MEDELLIN
Manuela Alarcon	Museo de arte Moderno	dirección educacion y programas para publicos	MEDELLIN
María Rosa Machado	Instituto de Educación Consuelo Montoya Gil - CONFENALCO	Jefe Departamento de Investigación y Gestión Cultural	MEDELLIN
Mario Quintero	Ruido Audiovisual S.A.S	Director de fotografía	MEDELLIN
Martha Isabel Hicapie Uribe	Universidad de Antioquia	Docente y realizadora de cine documental	MEDELLIN
Mary Luz Ramírez Vargas	Instituto de Educación Consuelo Montoya Gil - CONFENALCO (ETDH)	Coordinadora de formación artística y cultural	MEDELLIN
Mauricio Álvarez Parra	IInstituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia	Profecional Universitario Cinematografía	MEDELLIN

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTAS			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Mercedes Cardona Ortiz	CORPORACIÓN CINEFILIA	Gerente/ Representante Legal	MEDELLIN
Michelle Lamus Betancur	Mudra Films S.A.S	Productora	MEDELLIN
Nelson Espitia	Corporación Dunav Kuzmanich	Director técnico	MEDELLIN
Nilson Vera Parra	CESDE - Centro de Estudios especializados	Docente y director de la Unidad de Emprendimiento	MEDELLIN
Rafaél Escobar	Corporación Dunav Kuzmanich	Representante legal	MEDELLIN
Rosalía	SENA- Servicio Nacional de Aprendizaje		MEDELLIN
Santiago León Cuellar	Mudra Films S.A.S	Director	MEDELLIN
Sara Nanclares	Ruido Audiovisual S.A.S	Desarrollo proyectos- Guión-Dirección- Producción	MEDELLIN
Simón Mesa Soto	Ocúltimo S.A.S.	Director - Productor	MEDELLIN
Sofía Builes Castaño	Productora Independiente	Productora	MEDELLIN
Verónica Heredia Ruiz	Universidad de Medellín	Jefe de programa	MEDELLIN
Yira Olaza O'byrne	Corporación Pasolini	directora	MEDELLIN
Alejandra Castaño	Investigadora Independiente (Headhunter)	Investigadora	MEDELLIN
Alina Hleap	Fundación N Producciones	Productora	CALI
Ana Lucia Vela Villamil	SENA - Centro de Diseño Tecnológico Industrial	Coordinadora academica de la linea de comunicacion digital	CALI
Andrés Felipe MUÑOZ ANDUQUIA	Fundación Algo en Común	CEO /Algo en comun	CALI
Andres Uzuga Naranjo	Corporación Uno y Medio	Director Creativo	CALI
Carlos Andrés Sandoval Cabrer	Corporación Cintadhesiva Comunicaciones	Director de Contenidos y Realizador	CALI
Daniel Alberto Prieto Muriel	Corporación Cintadhesiva Comunicaciones	Director Creativo y Montajista	CALI
Diana Trujillo Rocha	Fundacion Algo en Comun	Directora de contenidos	CALI
Diego A. Landaeta	Naar Landaeta Academia	Actor y formador	CALI
Diego Gómez	Univalle TV - Universidad del valle	Director de Producción	CALI
Eduardo Montenegro	Tikal Producciones	Cine Comunitario Afro, jurado fdc 2019 Productora de procesos comunitarios	CALI
Elier Hernández	Agencia de Univalle: Entrega Comunicaciones	Gerente general	CALI
Ernesto Piedrahita	Universidad del Valle	Director de Comunicaciones	CALI
Harold David Zapata Caicedo	UAO- Universidad Autónoma de Occidente	Profesor de la Escuela de Cine	CALI
Hernando Naranjo	Festival de Cine Infantil y Juvenil Calibélula	Director Técnico	CALI
Hugo Alejandro Gutiérrez	BADDOG S.A.S	Productor	CALI
Ismael Cardozo	Subliminal Producciones S.A.S.	Coordinador de medios (TV, Radio)	CALI
Jaime Lenis Vidal	SENA - Centro de Diseño Tecnológico Industrial	instructor de audiovisuales	CALI
Jhina Hernández Ospina	Corporación Cintadhesiva Comunicaciones	Producer	CALI
Jorge Enrique Caicedo	Universidad del Valle	docente asociado y cordinador del area de radio	CALI
José Alfonso Santacruz	APE - Agencia Pública de Empleo SENA	Analista Observatorio Laboral y Ocupacional	CALI
Juan Sebastián Mosquera	BADDOG S.A.S	Director y productor	CALI

## INFORMACIÓN SOBRE LOS PARTICIPANTES EN LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTAS			
NOMBRE	Empresa	Cargo	Ciudad
Juan Carlos Romero	Universidad Autónoma de Occidente	Director del Programa en Cine y Comunicación Digital	CALI
Lautaro Ordoñez Ruiz	Escuela de cine Pakiko Ordoñez	Socio	CALI
Marcela Rincon	Fosfenos Media Ltda	Directora de Proyectos	CALI
Maritza Rincon	Fosfenos Media Ltda	Directora de Proyectos	CALI
Marino Aguado	Telepacífico Ltda.	Jefe de producción de Telepacífico	CALI
Maritza Blanco	Dessu Films S.A.S.	Directora	CALI
Mauricio Marulanda	BADDOG S.A.S	Director	CALI
Miguel Ernesto Yusty	Corporación Uno y Medio	Director artístico	CALI
Nathalie Choquette	Dessu Films S.A.S.	Directora de Línea	CALI
Patricia Helena Patiño	Festival de Cine Infantil y Juvenil Calibélula	Directora	CALI
Victor Manuel Letelier	Universidad Católica	Docente	CALI
Viviana Arboleda Ponce	Telecentro cine y televisión de Colombia	Jefe de Producción	CALI