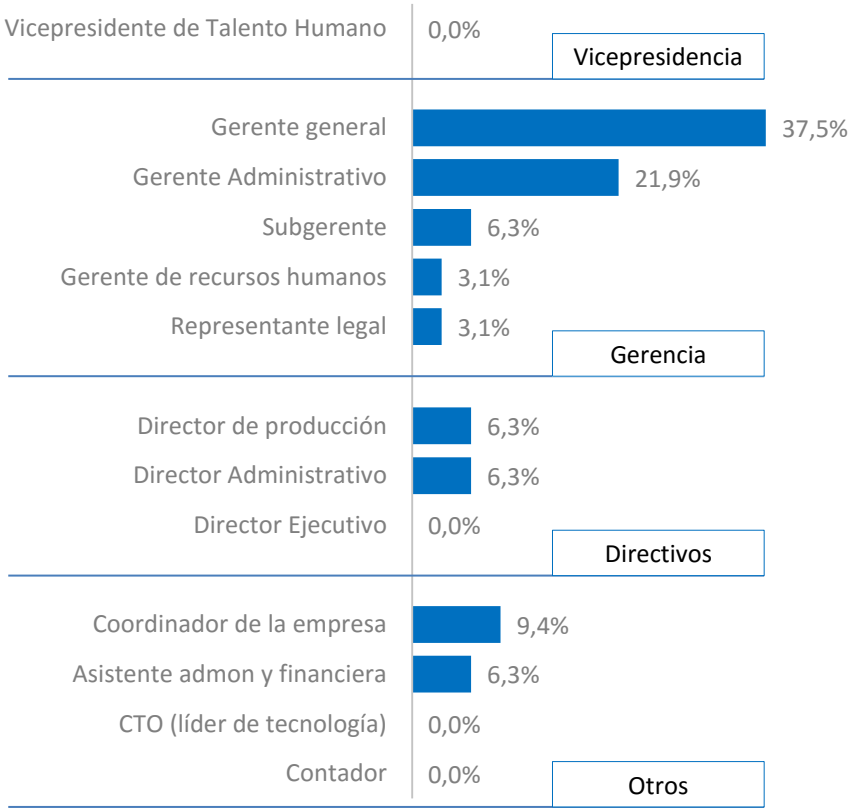
www.datexco.com

Cine.

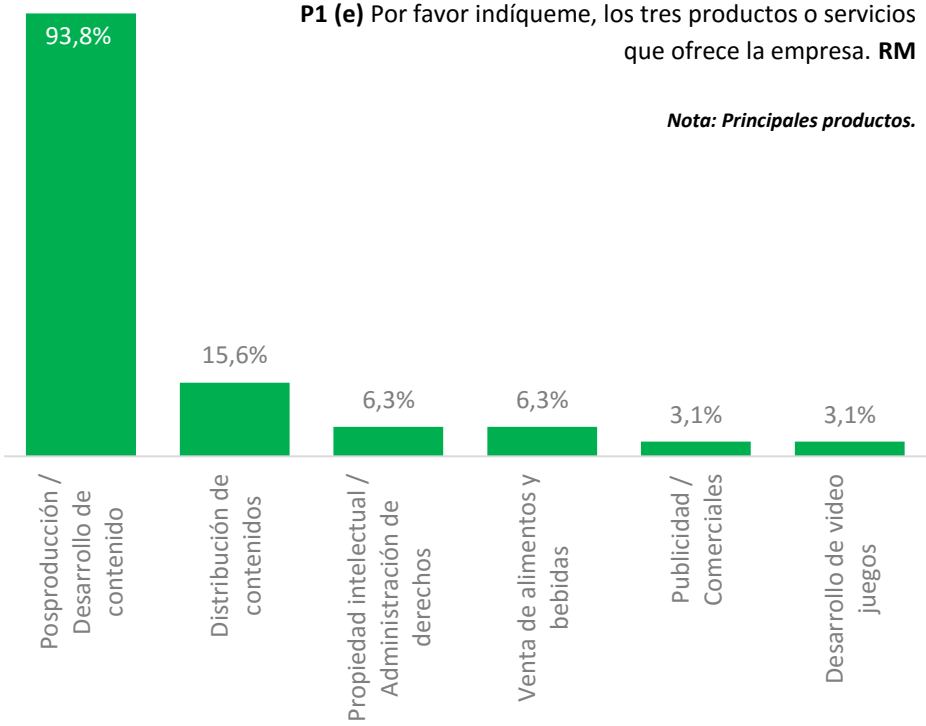
Resultados Generales.

F1 (e) ¿Qué cargo desempeña actualmente al interior de la empresa**? RU**



P1 (e) Por favor indíqueme, los tres productos o servicios que ofrece la empresa. **RM**

Nota: Principales productos.



Base: 32

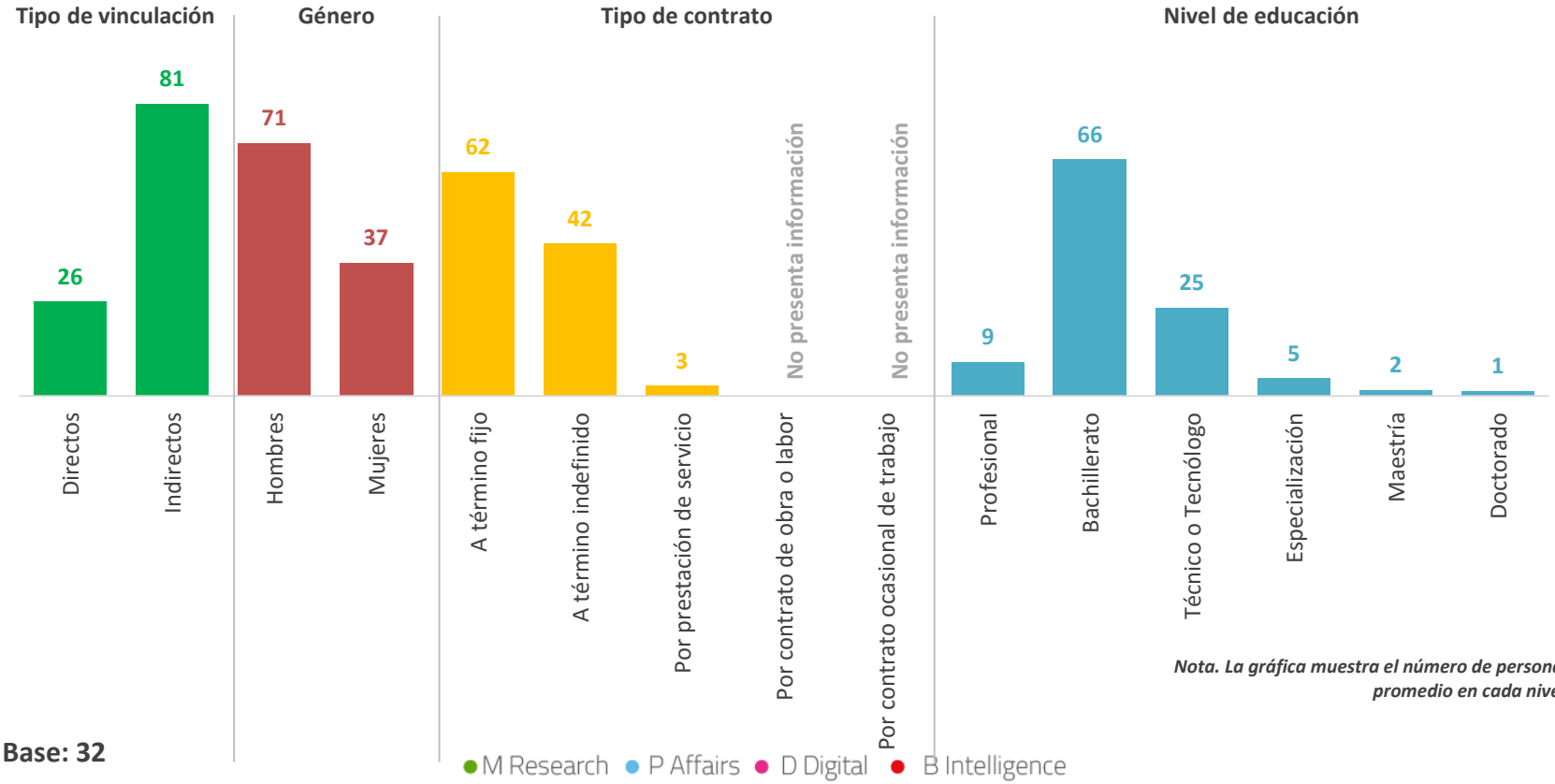
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P2 (e) ¿Cuántos empleados tiene la empresa actualmente?
P3 (i) Cuántos empleados tiene la empresa por: **RU**
P4 (i) Cuántos empleados tiene la empresa por: **RU**
P5 (i) ¿Cuántos empleados tiene la empresa por tipo de contrato? **RM por ítem**
P6 (i) ¿Cómo están distribuidos los colaboradores de la empresa por nivel de educación? **RU por ítem**

108 **Número de personas promedio que tienen las empresas.**

Nota.
El promedio de empleados excluyendo a grandes empresas como Cinemark y Cine Colombia es de 9,93.

Cine Colombia tiene: 1.770
Cine Mark tiene: 1.380
Promedio entre solo estas dos: es de 1.575

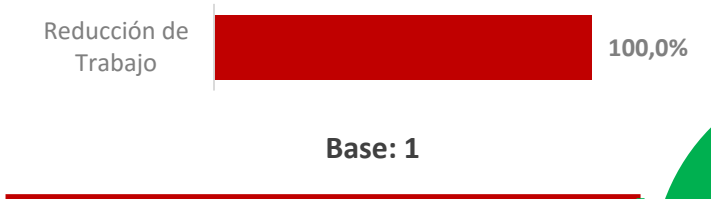


Nota. La gráfica muestra el número de personas promedio en cada nivel.

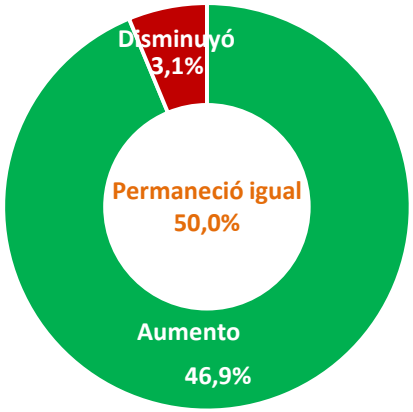
Base: 32

P7 (e) En los últimos años comparando 2013 con 2014, el número de empleados contratados en la empresa.

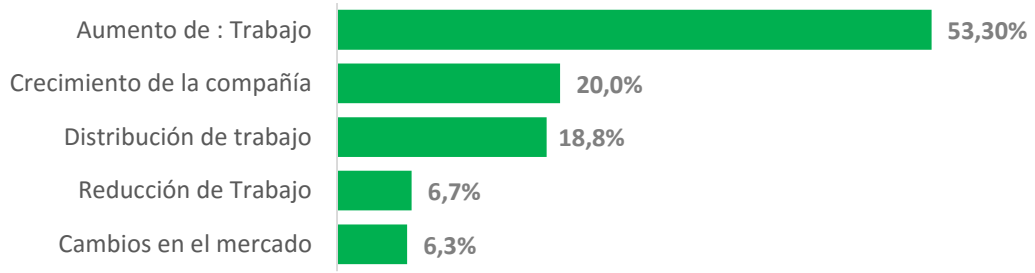
P8 (e) ¿Cuáles han sido las principales causas de cambio en el número de empleados? **RM**



Base: 1



Base: 16



Base: 15

www.datexco.com

P9 (e) ¿La empresa vincula aprendices o practicantes**?**

Si		No	
15	46,9%	17	53,1%

P10 (e) Por favor relacione la cantidad de **APRENDICES** que tiene actualmente, la institución de procedencia y la actividad que desempeñan al interior de la empresa**. RM**

¿Aprendiz?				Institución de formación			Actividad ocupacional			Cantidad promedio de aprendices
Si		No		SENA	3	50%	Administración	2	33,3%	3
2	40%	3	60%	Politécnico Gran colombiano	1	16,7%	Contabilidad	2	33,3%	
				Corporación Universitaria Unitec	1	16,7%	Asistente administrativa/ Gerencial/ Arte/ Dirección	2	33,3%	
							Animación	1	16,7%	

P10 (e) Por favor relacione la cantidad de **PRACTICANTES** que tiene actualmente, la institución de procedencia y la actividad que desempeñan al interior de la empresa**. RM**

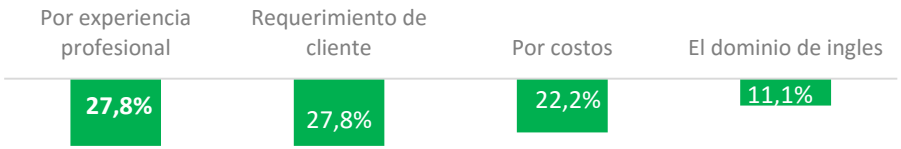
¿Practicante?				Actividad ocupacional			Institución de formación			Cantidad promedio de practicantes
Si		No		Comunicación social	1	25,0%	Universidad Politécnico Gran colombiano	2	18,2%	3
11	73,3%	4	26,7%	Artes visuales	1	25,0%	Universidades	2	18,2%	
				administrativa	1	25,0%	Universidad de La Sabana	2	18,2%	
				Gestión de mercados	1	25,0%	Universidad de los Andes	2	18,2%	
				Creatividad	1	25,0%				

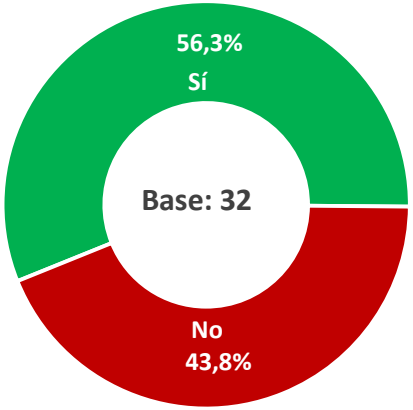
Base: 32

www.datexco.com

Base: 18

P12 (e) ¿Cuáles son las principales causas por las que la empresa ha necesitado recurrir a personal o trabajadores extranjeros?

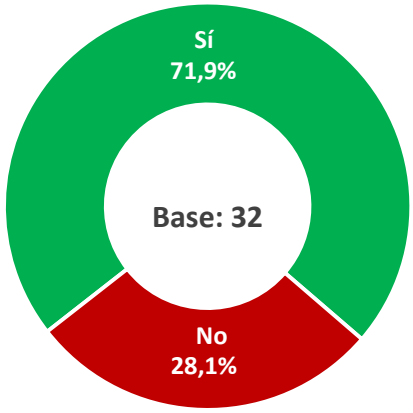




P11 (e) ¿La empresa ha necesitado recurrir a profesionales o trabajadores extranjeros para desarrollar las actividades del Core de su negocio?

Base: 13

P14 (e) ¿Cuáles son las principales causas por las que la empresa ha necesitado contratar **personal FreeLancer**?



P13 (e) ¿La empresa ha necesitado recurrir a profesionales o trabajadores en modalidad **FreeLancer** para desarrollar las actividades del **Core** su negocio?

www.datexco.com

P15 (e) Identifique los **cinco** perfiles de **mayor importancia** para la empresa. **RM.**

Composición General. 1/2

No.	Cargo	%	¿Dificultades para ubicar el cargo? Sí	No
1	Productor Ejecutivo	53,1%	70,0%	50,0%
2	Dirección	40,6%	40,0%	43,3%
3	Gerente Administrativo/Financiero	37,5%	20,0%	40,0%
4	Asistentes de producción	31,3%	20,0%	30,0%
5	Coordinador de comunicaciones	21,9%	40,0%	23,3%
6	Creativos/Diseñador grafico	15,6%	30,0%	13,3%
8	Camarógrafo	12,5%	10,0%	13,3%
7	Editor	12,5%	30,0%	13,3%
8	Administrativo	9,4%	10,0%	6,7%
9	Ejecutivo de cuenta	9,4%	20,0%	10,0%
10	Actores	9,4%	20,0%	10,0%
11	Fotografía	9,4%	20,0%	10,0%
12	Animador 3D	6,3%	0,0%	6,7%
13	Guionista	6,3%	10,0%	6,7%
14	Servicios generales	6,3%	0,0%	6,7%
15	Sonidista	6,3%	0,0%	6,7%

Tipo Vinculación	%
A término indefinido	59,4%
Por prestación de servicio	53,1%
A término fijo	3,1%
Por contrato ocasional de trabajo	6,3%

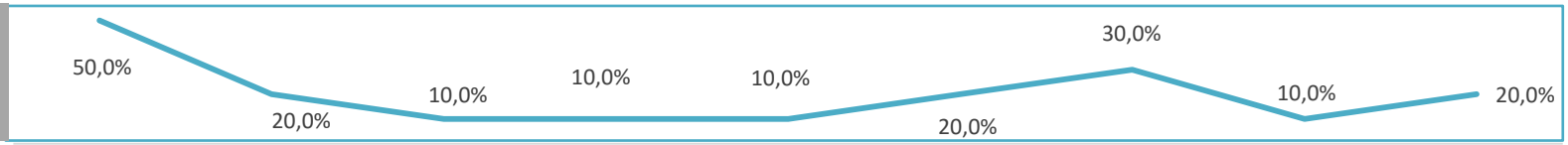
No. Puestos para el cargo	%
De 1 a 2 puestos	84,4%
De 3 a 5 puestos	34,4%
De 6 a 10 puestos	6,3%
Mas de 10 puestos	12,5%

Edad promedio	%
De 18 a 25 años	34,4%
De 26 a 30 años	65,6%
De 31 a 35 años	53,1%
De 36 a 40 años	31,3%
De 41 a 45 años	9,4%
Mas de 45 años	21,9%

Educación requerida	%
Bachillerato	18,8%
Técnico o Tecnólogo	21,9%
Profesional	90,6%
Especialización	6,3%
Maestría	18,8%
Doctorado	0,0%

Formación Académica	%
Animación Realización audiovisual dirección de cine y televisión	71,9%
Administración de empresas	28,1%
Comunicación social	21,9%
Diseñador Grafico	18,8%
Publicidad	18,8%
Bachiller	18,8%
Contador	15,6%
Mercadeo	12,5%

¿Por qué SÍ ha tenido dificultades para ubicar el cargo?



Base: 32

P15 (e) Identifique los **cinco** perfiles de **mayor importancia** para la empresa. **RM.**

Composición General. 2/2

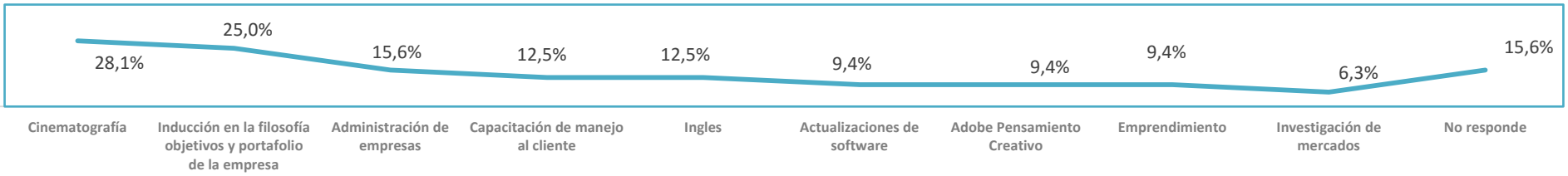
No.	Cargo	%
1	Productor Ejecutivo	53,1%
2	Dirección	40,6%
3	Gerente Administrativo	37,5%
4	Asistentes de producción	31,3%
5	Coordinador o director de comunicaciones	21,9%
6	Creativos/Diseñador grafico	15,6%
7	Camarógrafo	12,5%
8	Editor	12,5%
9	Administrativo	9,4%
10	Ejecutivo de cuenta	9,4%
11	Actores	9,4%
12	Fotografía	9,4%
13	Animador 3D	6,3%
14	Guionista	6,3%
15	Servicios generales	6,3%
16	Sonidista	6,3%

Salario enganche	%
Menos de un millón de pesos	9,4%
De 1'000,000 a 1'499,000	18,8%
De 1'500,000 a 1'999,000	34,4%
De 2'000,000 a 2'499,000	25,0%
De 2'500,000 a 2'999,000	9,4%
De 3'000,000 a 4'999,000	25,0%
De 5'000,000 a 10'000,000	43,8%
Mas de 10'000,000	6,3%

Experiencia	%
Menos de 1 año	15,6%
De 1 a 3 años	53,1%
De 3 a 5 años	56,3%
De 5 a 10 años	21,9%
Mas de 10 años	15,6%
No especifica	53,1%

Competencias	%
conocimiento en el área de manejo Administración	28,1%
Conocimiento audiovisual	25,0%
conocimiento en recursos humanos	25,0%
Habilidades de liderazgo	21,9%
Creatividad	18,8%
Organización/ Planeación	18,8%
Nada /Ninguna	18,8%
Servicio al cliente	15,6%
Conocimiento de software	12,5%
Desarrollo de ideas	12,5%
Dirección	12,5%

Capacitación específica que requiere el cargo

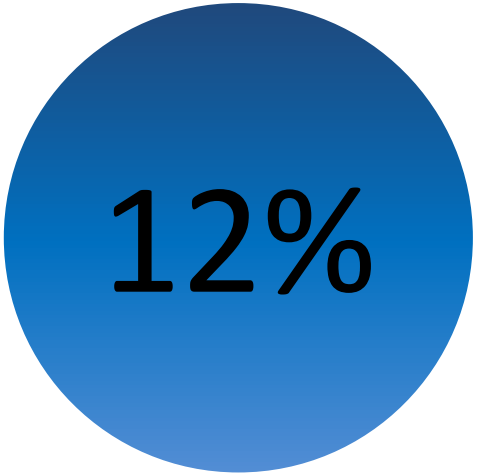


Base: 32

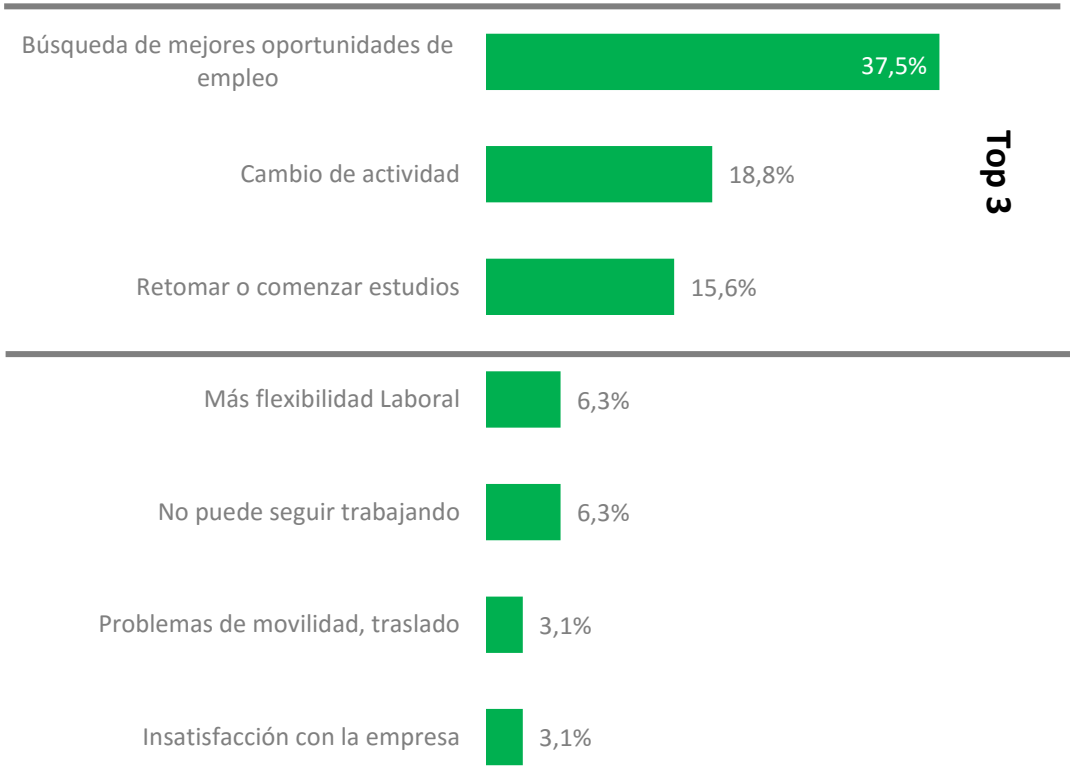
M Research · P Affairs · D Digital · B Intelligence

www.datexco.com
COLOMBIA | PANAMÁ | USA
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P16 (e) ¿Cuál es el nivel de rotación de la empresa?



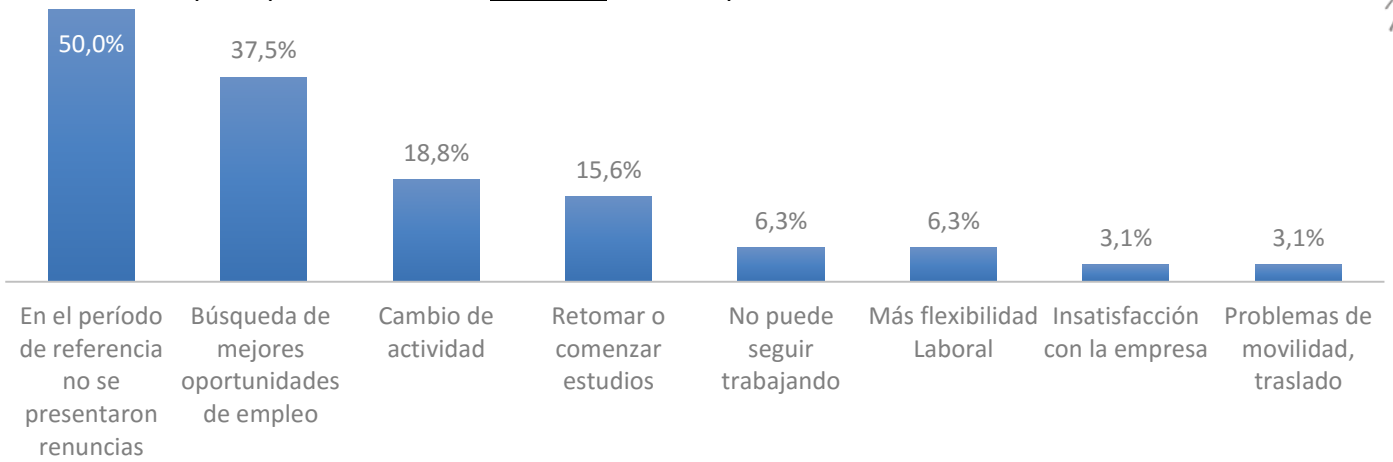
P17 (i) ¿Cuáles son las principales razones de **despido** en la empresa?. **RM.**



Base: 32

www.datexco.com

P18 (i) ¿Cuáles son las principales razones de **renuncia** en la empresa? **RM.**



Base: 32

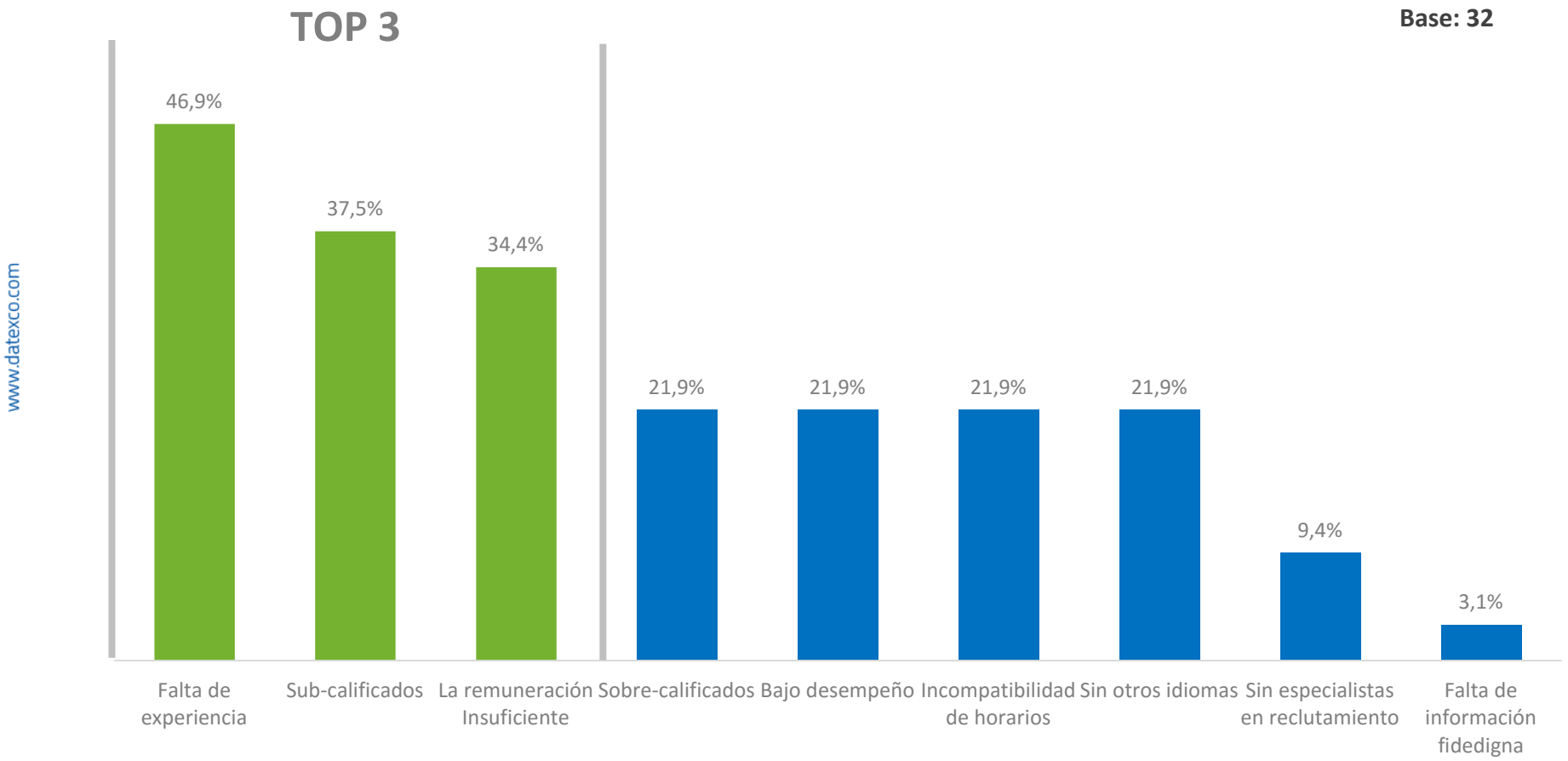
P19 (i) ¿en el proceso de reclutamiento cuales son las herramientas que utiliza? .

	No Existe	Nada efectivo	Poco Efectivo	Neutral	Efectivo	Muy efectivo
Avisos de prensa	96,90%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%	0,00%
Head Hunters	96,90%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%	0,00%
Bolsa de empleo de las Cajas de Compensación	93,80%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%	3,10%
Empresas de servicios temporales	84,40%	3,10%	6,30%	3,10%	3,10%	0,00%
Mediante el portal web de la empresa	68,80%	0,00%	3,10%	9,40%	9,40%	9,40%
Plataformas de empleo en internet	65,60%	6,30%	0,00%	3,10%	9,40%	15,60%
Bases de datos/ registros propios	53,10%	0,00%	0,00%	0,00%	21,90%	25,00%
Redes sociales	46,90%	0,00%	0,00%	6,30%	28,10%	18,75%
Contacto con Instituciones educativas	28,10%	6,30%	0,00%	28,10%	18,80%	18,80%

Base: 32

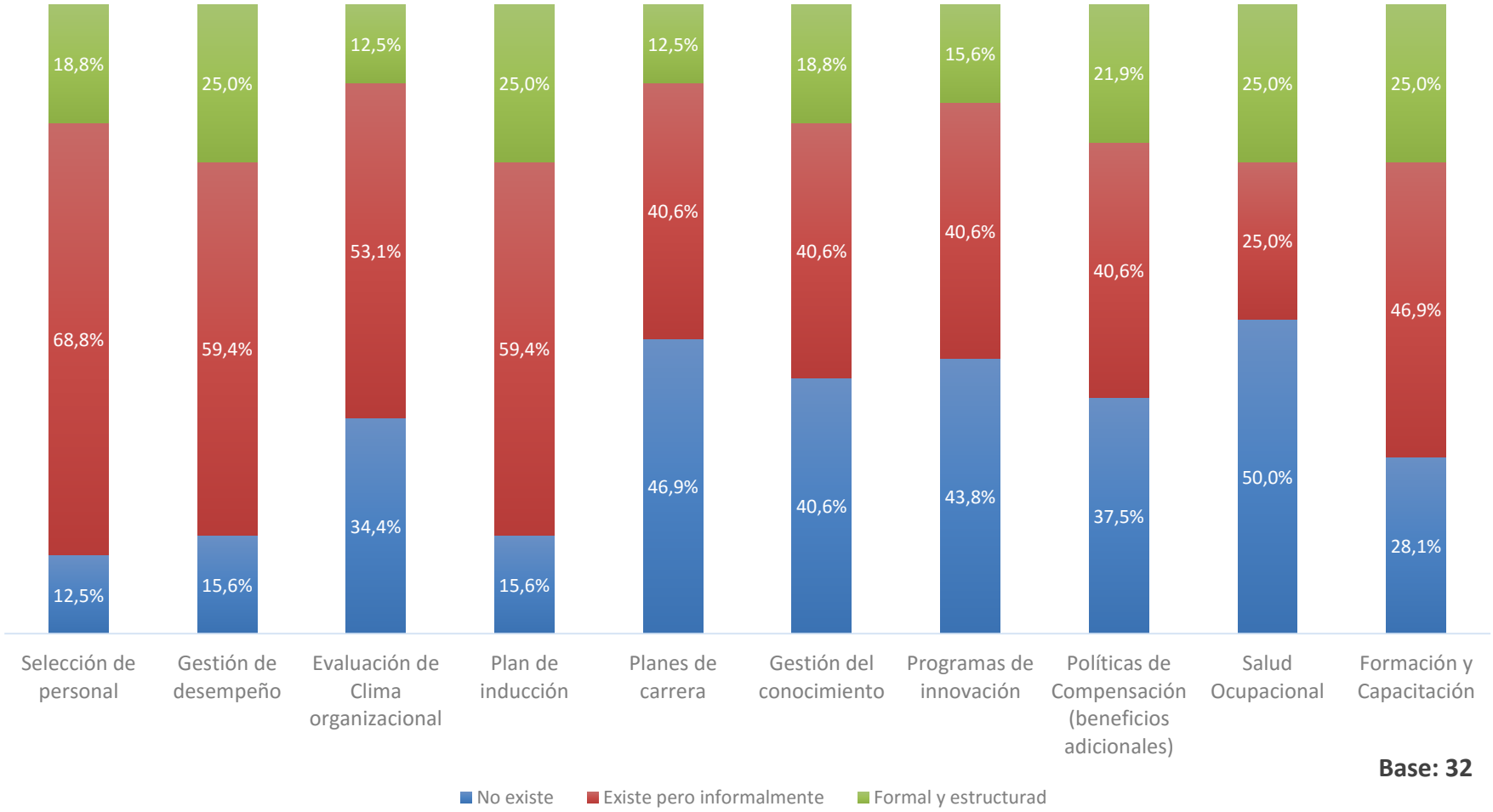
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P20 (e) Por favor indique **los tres** principales inconvenientes que se le presentan al momento de realizar el proceso de selección de personal **.**



Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P21 (i) De los siguientes procesos de recursos humanos, cuáles están presentes en la compañía y en qué nivel de formalidad.

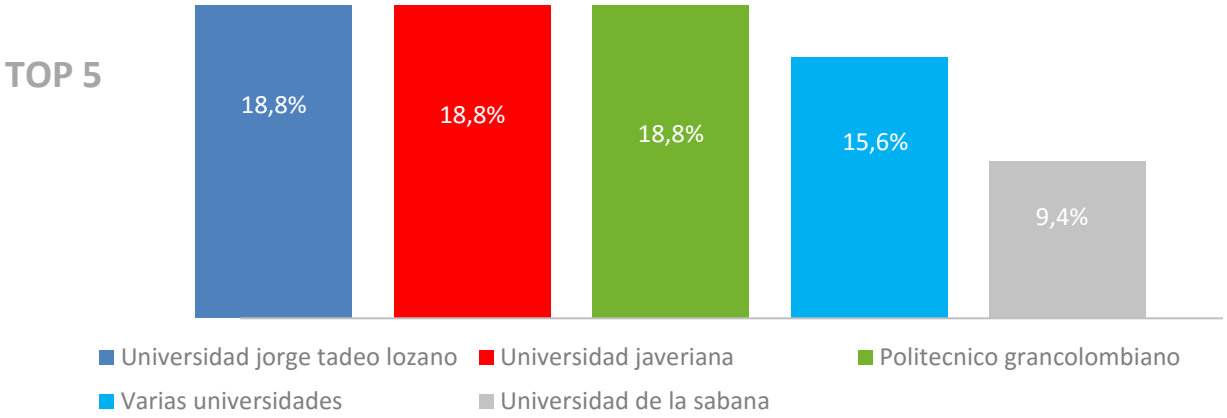


Base: 32

www.datexco.com

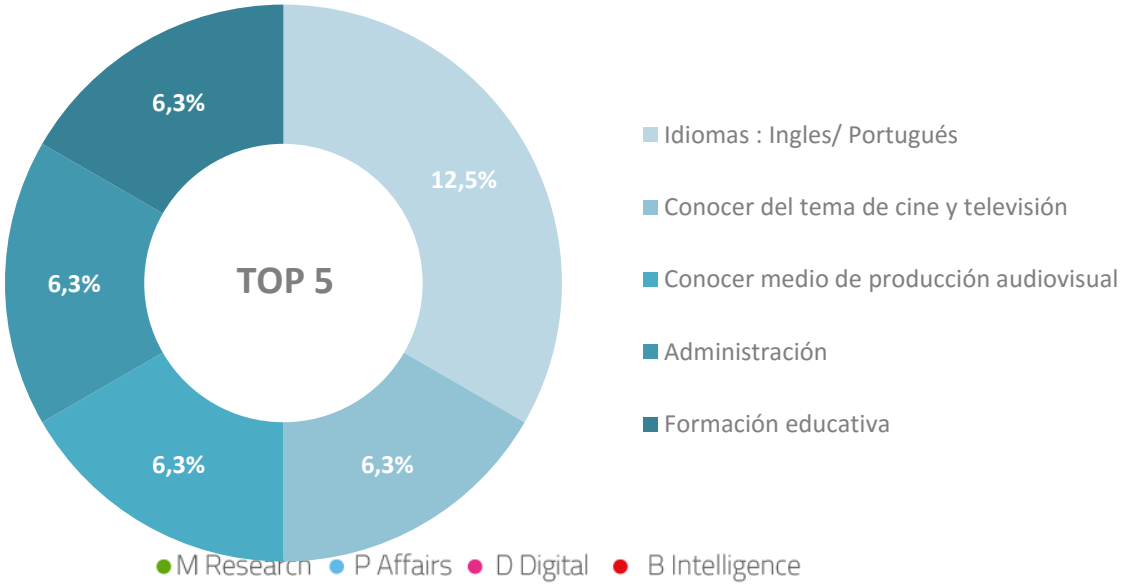
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P22 (e) ¿Qué instituciones educativas contacta cuándo tiene algún requerimientos de personal?



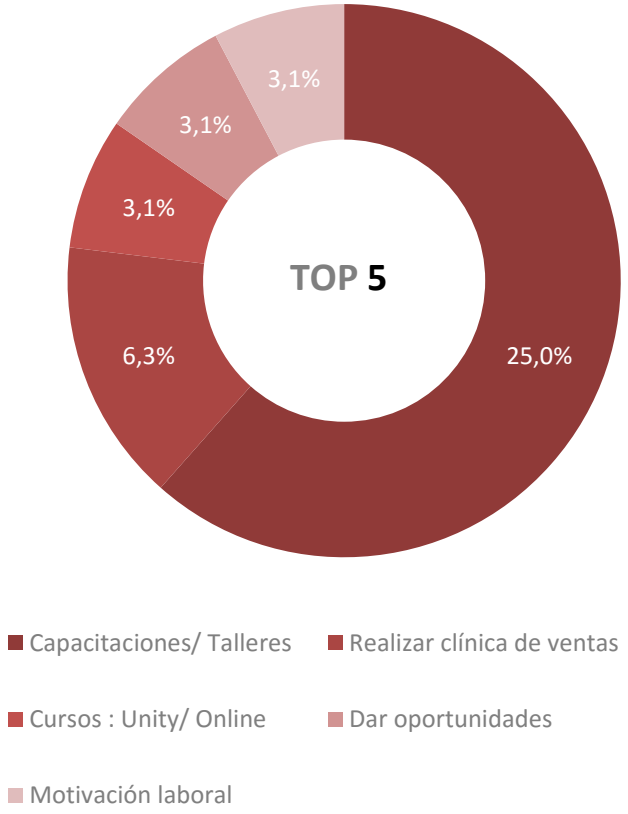
Base: 32

P23 (e) ¿Cuáles son las principales oportunidades de desarrollo que ha identificado en el personal que se vincula a la empresa, en relación a los conocimientos y habilidades específicas que se requieren en la empresa?



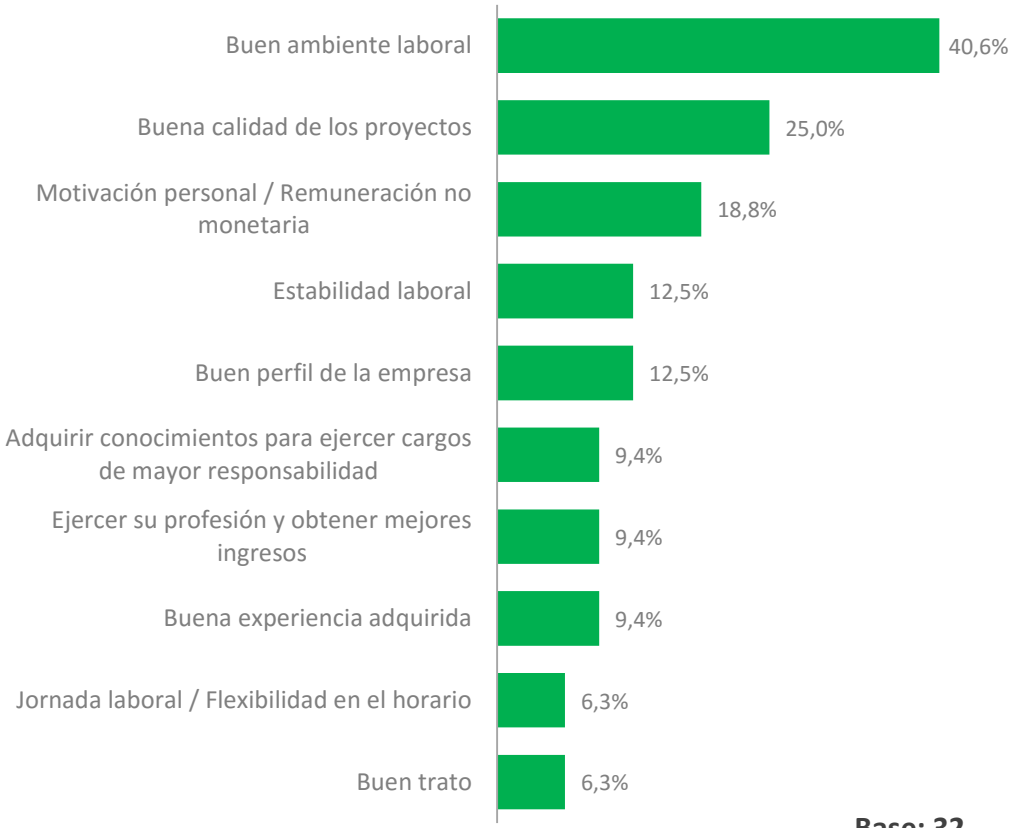
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P24 (e) ¿Qué acciones desarrolla para cerrar estas brechas?



Base: 32

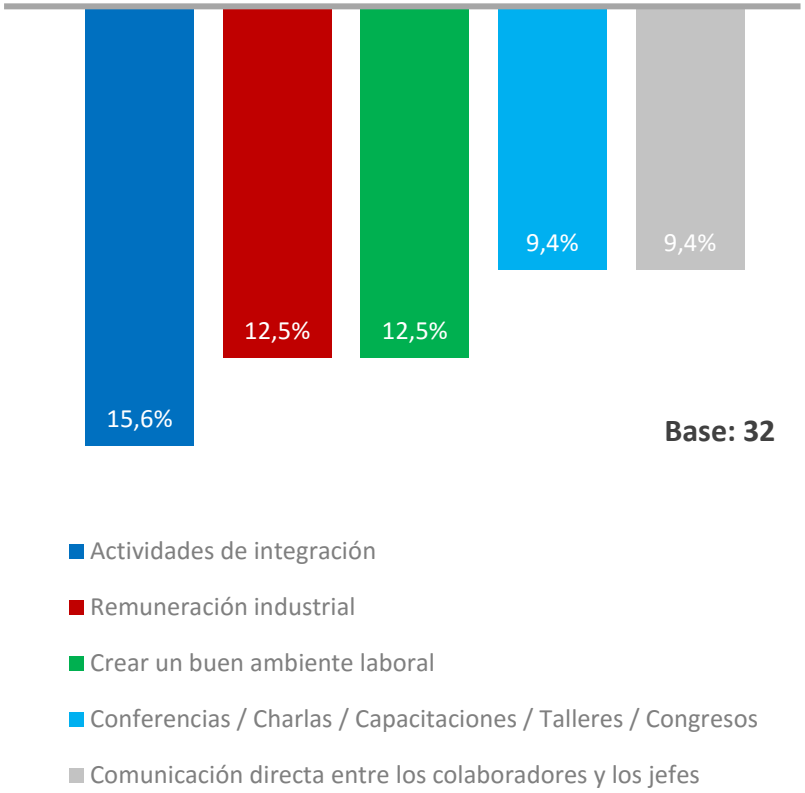
P25 (e) ¿Cuáles son los principales motivadores de sus colaboradores que ha identificado, que le permiten a la empresa retenerlos?



Base: 32

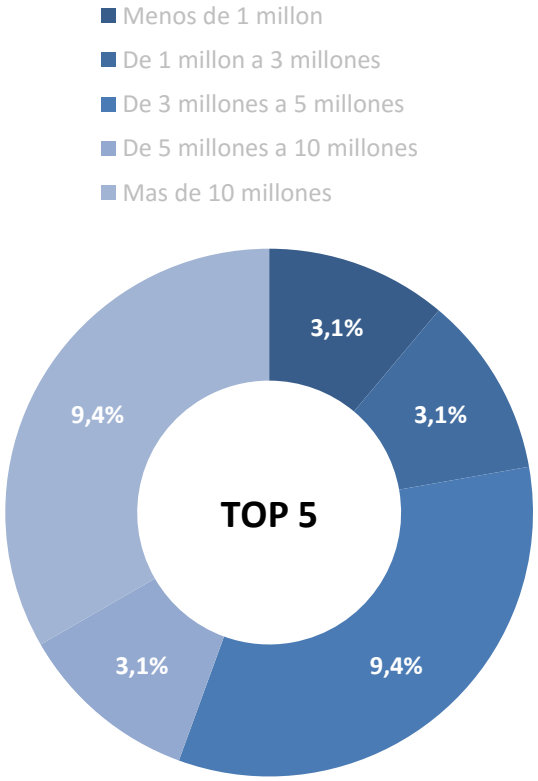
www.datexco.com

P26 (e) ¿Qué acciones ha adelantado la empresa para desarrollar esos motivadores?



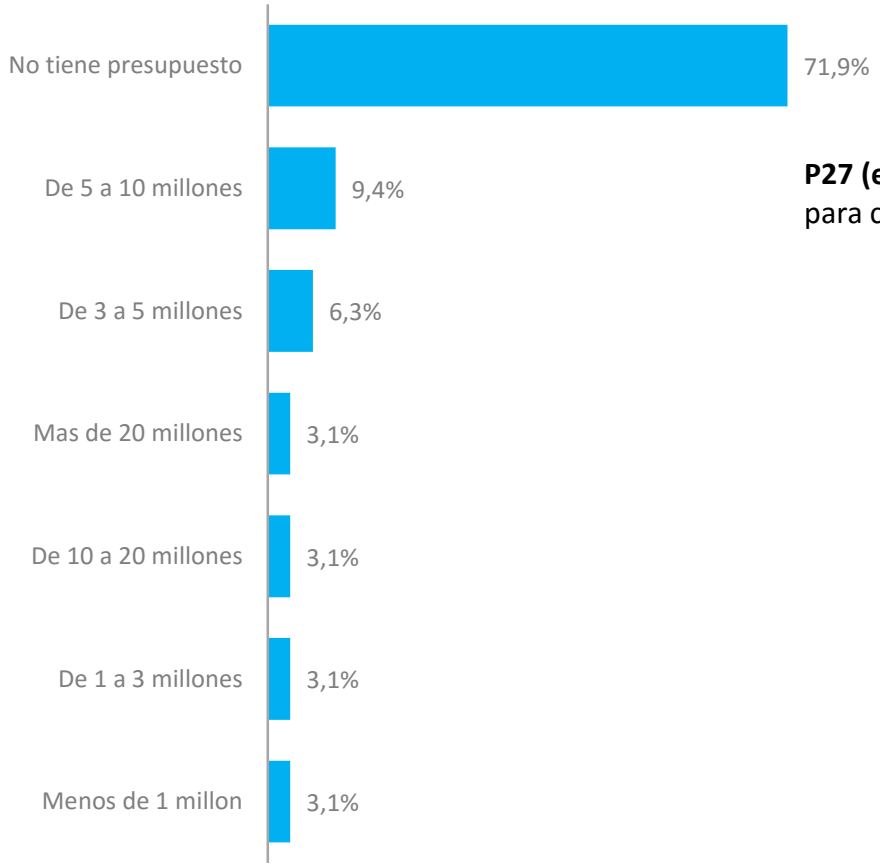
Base: 32

P27 (e) ¿Cuál fue el presupuesto aproximado en el año 2014 destinado para capacitación y/o formación de los empleados de la empresa? **RU.**



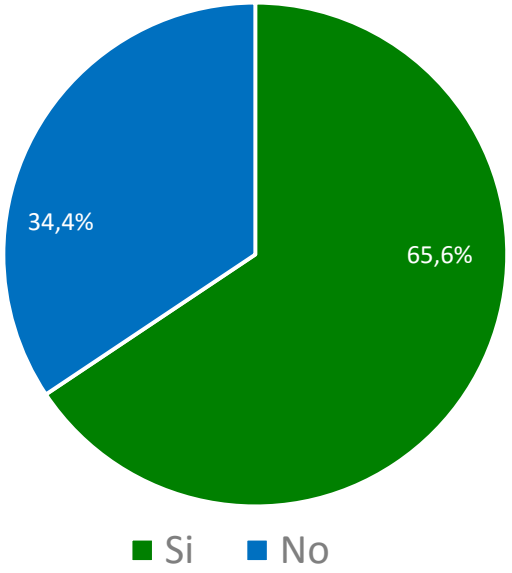
Base: 32

P28 (e) ¿Cuánto es el presupuesto aproximado del año 2015?
RU $



Base: 32

P27 (e) ¿Cuál fue el presupuesto aproximado en el año 2014 destinado para capacitación y/o formación de los empleados de la empresa? **RU.**



www.datexco.com

P29 (e) ¿En el 2014, en qué temas capacitó a sus colaboradores y en cuáles entidades se realizaron?.

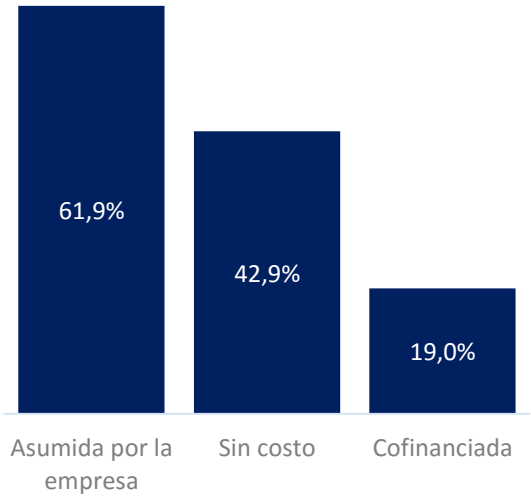
Componente de resultados.

Programas de Capacitación	%
Cinematografía	19,0%
Seminario de procesos de comerciales	14,3%
Conocimiento de productos y mercados internacionales	14,3%
After fx	9,5%
Aplicación de nuevas tecnologías	9,5%
Curso de Inglés	9,5%
Desarrollo de contenidos: Windows, Videojuegos, software, Photoshop	9,5%
Servicio al cliente	9,5%
Talleres	9,5%
Estrategias / Entrenamientos del ADN de la marca	9,5%
Ilustración	9,5%

# De empleados beneficiados	%
1 empleado	38,1%
2 empleados	23,8%
3 empleados	19,0%
4 empleados	9,5%
5 empleados	9,5%
15 empleados	9,5%
8 empleados	4,8%
10 empleados	4,8%
32 empleados	4,8%
40 empleados	4,8%

Entidad de Capacita	%
Cámara de comercio de Bogotá	23,8%
Internas	14,3%
Pro imágenes	9,5%

NOTA: se muestran las respuestas con mayor porcentaje.



Base: 21

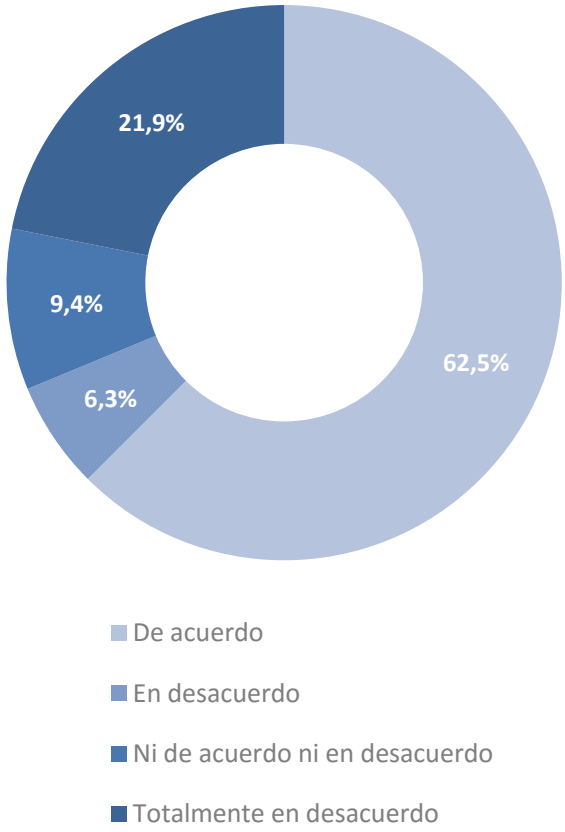
25

Número de empleados beneficiados promedio.

Base: 21

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P30 (i) ¿Con qué frecuencia la empresa realiza, contrata o apoya procesos de capacitación y/o formación para sus empleados? **RU**.

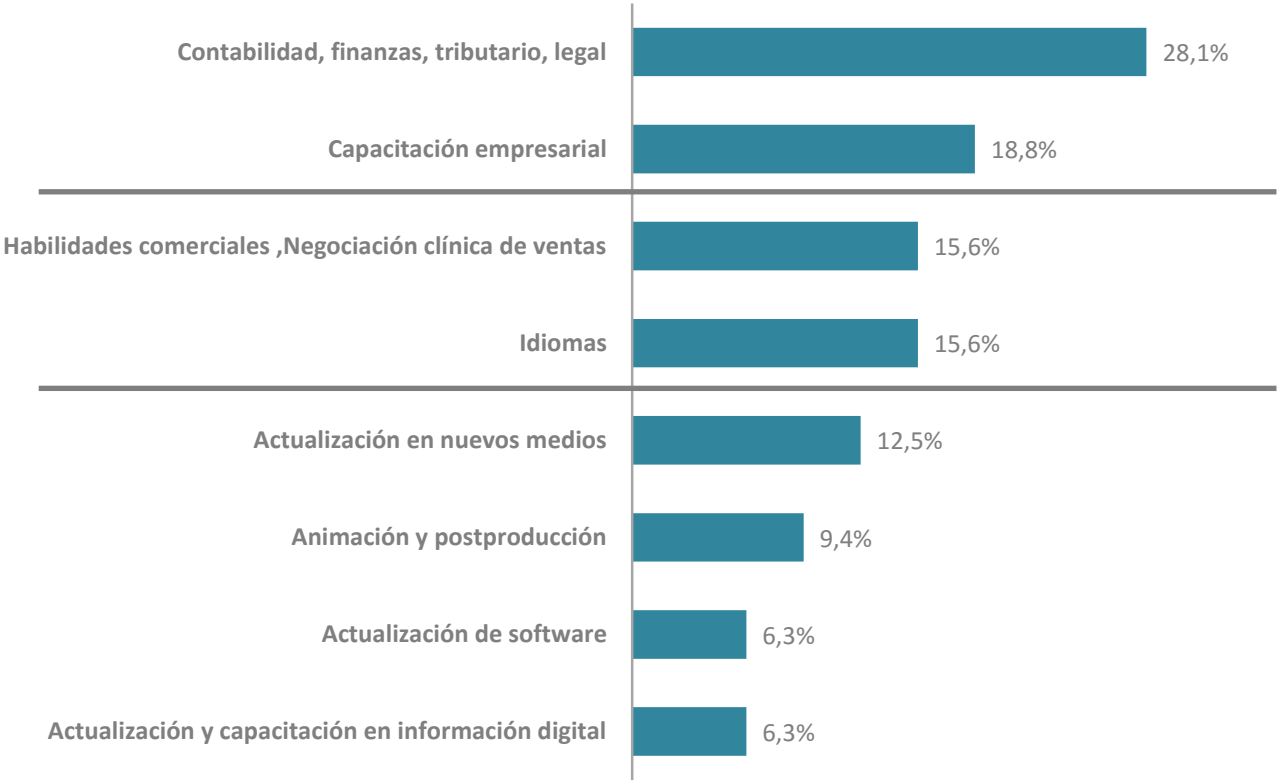


P31 (i) Indique qué tan de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones.

preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni desacuerdo De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Las capacitaciones que requiere la empresa son muy costosas	9,4%	21,9%	43,8%	21,9%	3,1%
La empresa no ha encontrado el tipo de capacitación que el personal necesita	15,6%	40,6%	12,5%	28,1%	3,1%
La empresa capacitó hace algún tiempo al personal y no fue útil	18,8%	56,3%	21,9%	3,1%	0,0%
Si la empresa capacita al personal es muy probable que éste deje la empresa	6,3%	53,1%	21,9%	15,6%	3,1%
La empresa no percibe el beneficio de la capacitación	31,3%	43,8%	18,8%	6,3%	0,0%

www.datexco.com

P32 (e) ¿Qué necesidades de formación o capacitación tiene actualmente la empresa?



www.datexco.com

P33 (e) ¿Cuáles considera usted, serán los cinco perfiles del Core del negocio más requeridos para los puestos de trabajo que ofrecerán las empresas del sector en los próximos años? **RM**

Perfil ocupacional	%
Producción (*)	43,8%
Director (*)	34,4%
Editor: Video / Finish	12,5%
Asistente (*)	12,5%
Gerente (*)	12,5%
Gestión: Humana/ Proyectos	9,4%
Producción Radio	9,4%
Diseñador (*)	6,3%
Animador: 2D/ 3D	6,3%
Camarógrafo	6,3%
Comunicador/ Comunity Manager (*)	6,3%
Coordinador (*)	6,3%
Graficador	6,3%
Investigador/ Research	6,3%
Sonidista	6,3%
Productor	6,3%
Realizador	6,3%

¿Es un perfil nuevo?	%
Si	21,9%
No	87,5%

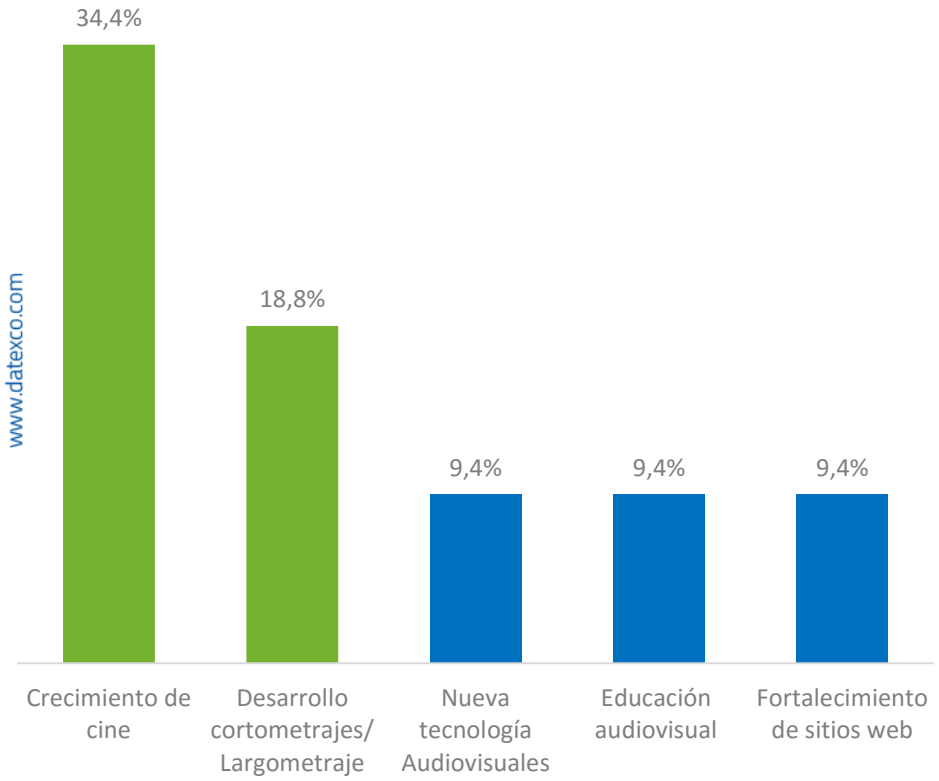
Formación académica requerida	%
Profesional	46,9%
Cine y Televisión	15,6%
Administración: Empresas/ Producción de tv	9,4%
Publicista	9,4%
Medios Audiovisuales	9,4%
Diseño: Digital/ Gráfico/ Industrial	6,3%
Mercadeo	6,3%
Producción ejecutiva	6,3%
Fotografía	6,3%
Dominio temas de tecnología	6,3%

Competencias requeridas	%
Trabajo en equipo	25,0%
Manejo de Software	21,9%
Administración	21,9%
Conocimiento de contenidos	21,9%
Calificado y experiencia	18,8%
Manejo de personal	18,8%
Comunicacion,publcidad y cine	15,6%
Conocer los programas de diseño	15,6%
Innovación Creatividad	9,4%
Manejo de material de animación	6,3%
Otro idioma	6,3%
Conocimientos avanzados de fotografia,puestas en escena y equipo técnico	6,3%
Dominio de redes	6,3%
Manejo estructurado en bases de datos y análisis de datos	6,3%
Manejo de camaras,encuadres,composicion visual lenguaje dramaturguito e iluminación	6,3%

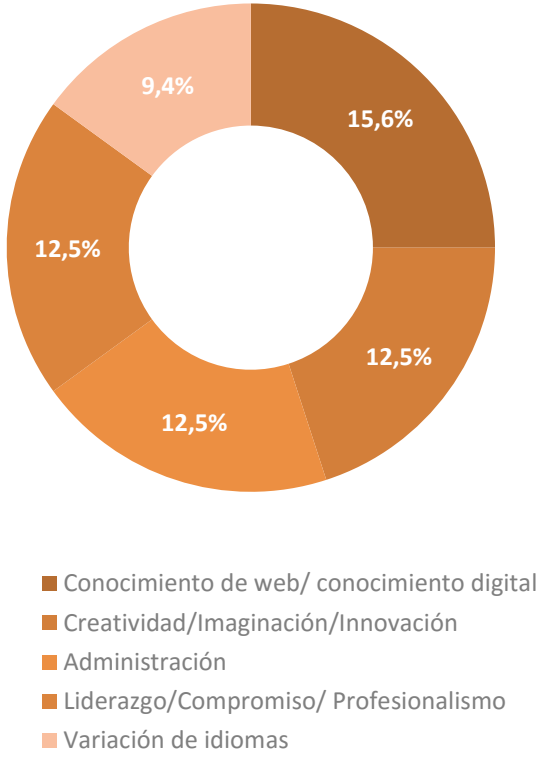
Nota:
(*) Producción: Ejecutiva / Transmediales o convergentes / Comercial / Audiovisual / Creativo / Eventos/ General / Línea
(*) Director : Creativo / Arte/ Cámara/ Contenido/ Fotografía / Mercado digital / Planeación / Postproducción / Proyecto / C
(*) Asistente: Dirección / Producción / Recursos humanos
(*) Gerente: General/ Programación/ Comercial/
(*) Diseñador: Interiores / Gráfico / web/Digital/ Contenidos/ Industrial/ Personajes/ Videojuegos/ Juegos
(*) Comunicador/ Comunity Manager : Digital / Social/ Multimedia
(*) Coordinador: Producción / Recursos humanos

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P34 (e) Desde la perspectiva de la gerencia de la compañía, ¿Cuáles considera que serán los principales proyectos de negocio que la empresa planea desarrollar en los próximos años?



P35 (e) Teniendo en cuenta la pregunta anterior, ¿Cuáles son las nuevas competencias o habilidades que deben tener los colaboradores como resultado de ese proyecto de negocio?

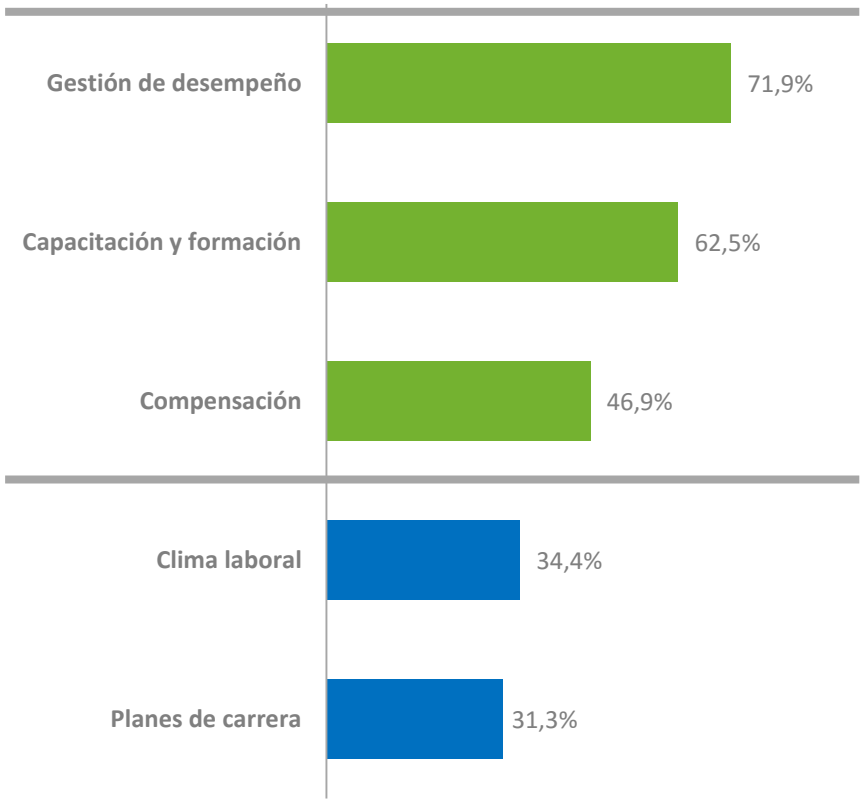


Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

P36 (e) ¿Cuáles son los requerimientos de capacitación, formación y/o actualización para estos proyectos?

Capacitación, Formación y/o actualización en:	%
Capacitación financiera/ Inversores privados	12,5%
Idiomas	9,4%
Preparación personal/ Especialización/ Intercambio de personal	9,4%
Actualización equipos/ Procesos digitales/ Tecnología	6,3%
Capacitación en animación/ Herramientas/ Tecnología	6,3%
Capacitación de Mercadeo nacional e internacional / Comercio	6,3%
Capacitación producción digital/ Audiovisuales	6,3%
Cursos / Atención al cliente	6,3%
Ningún Cambio/ Ya están capacitados/ Contratos por labor	6,3%

P37 (i) Desde la perspectiva de Recursos Humanos, ¿Cuáles son los tres principales proyectos que considera deben ser impulsados por la gerencia de la compañía? Selecciones los 3 de mayor impacto. **RM**



P38. ¿Qué recomendación le quiere transmitir a los diferentes actores del Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos, con el fin de que gestione a nivel Institucional, Gubernamental y académico, el mejoramiento de la competitividad del talento humano del sector y la empresa?

Gobierno Nacional	%
Mejor nivel de docentes/ Formación	20,0%
Proyectos de diálogos empresas / inversionista	20,0%
Ninguna	20,0%
Bajar costos/ Menos impuesto/ Mejor salario	10,0%
Fuente de empleo / Mas participación	10,0%
Cine/ Película / Animación	10,0%
Apoyo de fondos/ Proyectos/ Gestión	10,0%
Financiación/ Inversión/ Incentivos	10,0%
Empresas/ Creatividad/ Oportunidades	10,0%
Contratación extranjera/ información	10,0%

Cámara de Comercio de Bogotá	%
Capacitación/Formación	23,5%
Acceso de recursos	11,8%
Soporte a empresas	5,9%
Investigación/Información	5,9%
Innovación/Liderazgo	5,9%
Apoyo gratuito/Seguimiento	5,9%
Estrategias de producción	5,9%
Aumento de espacios	5,9%
Optimizar clúster	5,9%

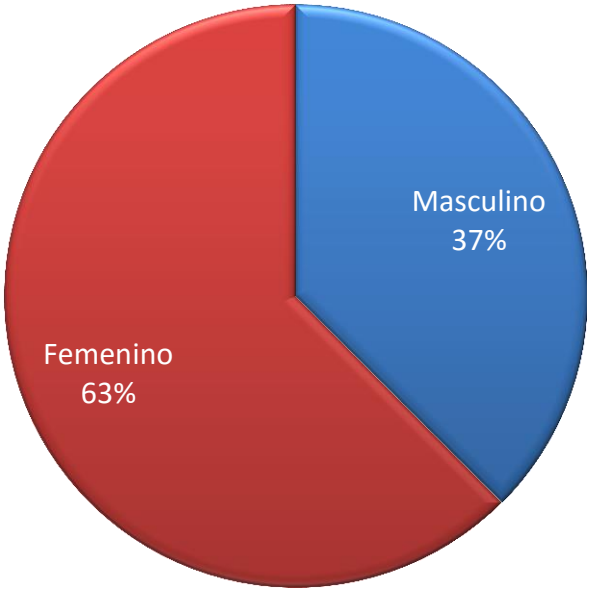
Academia	%
Calidad de docentes	20,0%
Generar más investigación y desarrollo aplicado a las tendencias del mercado.	13,3%
Formar profesionales idóneos no solo en teoría sino en práctica.	6,7%
Formación en diferentes idiomas	3,3%
Abrir carreras especificas a los cargos requeridos	3,3%
Becas	3,3%
Fortalecer la redacción, ortografía y escritura en los futuros profesionales	3,3%

Gobierno Local	%
Bajar costos/ Menos impuesto/ Mejor salario	10,0%
Mejor nivel de docentes/ Formación	10,0%
Fuente de empleo / Mas participación	10,0%
Apoyo de fondos/ Proyectos/ Gestión	10,0%
Financiación/ Inversión/ Incentivos	10,0%
Empresas/ Creatividad/ Oportunidades	10,0%
Seguridad	10,0%
Permisos locales/ Presencia en el sector	10,0%
Apoyo gobierno local	10,0%
Largometrajes	10,0%

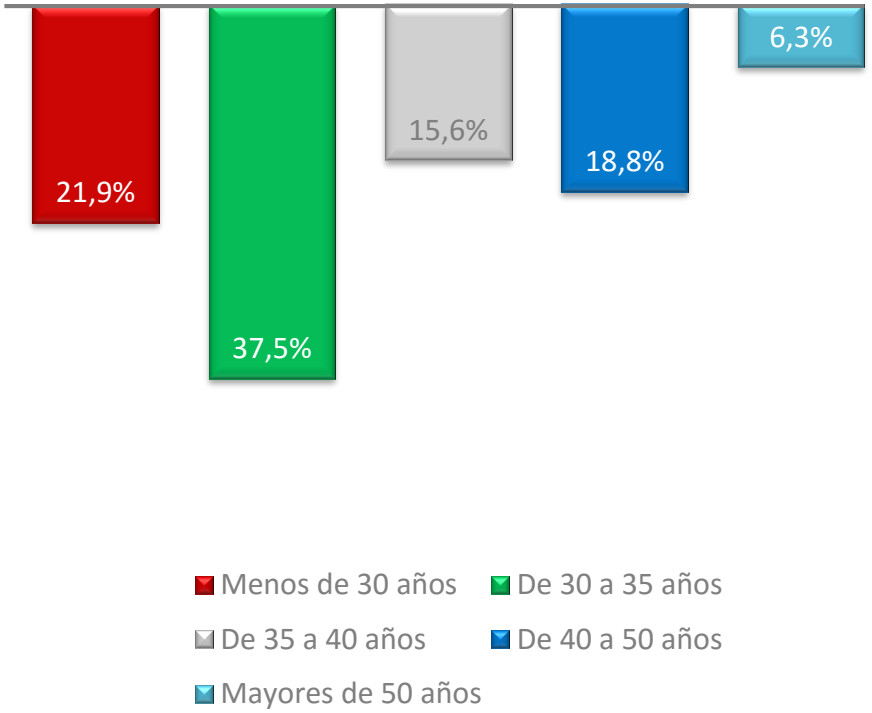
Gremios	%
Buscar beneficios laborales para que los empleados reciban mas y mejores capacitaciones	14,3%
Generar esquemas de acompañamiento y presencia más visibles para las empresas que los conforman.	7,1%
Trabajar en conjunto en proyectos /Vincular los distintos gremios para hacernos mas fuertes como industria	7,1%
No hacer competencia desleal para que los presupuestos no se disminuyan	7,1%
Sacar provecho a los medios audiovisuales para hacer algo menos artístico y un poco mas comercial	3,6%
Apoyo en todo lo que tiene que ver con creatividad	3,6%
Innovación, no ofrecer lo mismo siempre. Soluciones más adecuadas de acuerdo al cliente	3,6%

www.datexco.com

D1. Género



D3. Edad



Base: 32

www.datexco.com

www.datexco.com

Cine.

Diagnóstico.

Como punto de partida…

Los principales aportes considerados por el target vinculan el desarrollo de prácticas profesionales para estudiantes, lo que acerca mas a este grupo al mundo cinematográfico:

Practicas empresariales

- Por medio de las prácticas se forma a los futuros profesionales no sólo en academia sino en buenas prácticas personales y laborales.

Acercamiento por medio de proyectos y convocatorias.

- La generación de convocatorias en donde los profesionales pueden mostrar su talento e incentivar la competitividad, lo que hace mejorar las prácticas cinematográficas e incentivar el buen talento.

Promover el emprendimiento

- Las empresas promueven el desarrollo de proyectos propios en los profesionales, asesorándolos y apoyando proyectos de interés.

"Realizar y producir películas necesita y desarrolla el talento humano de la industria del cine. Casi siempre trabajan con estudiantes o recién egresados de las escuelas de cine: U Nacional, U Javeriana, U Andes."

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

De esta manera, los participantes describen las principales tendencias de la industria, enfocándose en los cambios que ha tenido el cine en la última década:

En la Industria Creativa

Digital

- El mundo digital ha cambiado la forma de hacer películas, de mostrarlas, las tecnologías son un reto indispensable en la década actual.

Emprendimiento

- Cada día los profesionales desean desarrollar proyectos independientes, la industria está respondiendo a este deseo promoviendo dichos proyectos por medio de convocatorias y concursos.

En Cine y T.V

Cultura del cine arte vs comercial

- Entender que los dos tipos de público son diferentes, tienen necesidades y percepciones diferentes → una tendencia permanente.

Nuevas plataformas para ver cine

- La evolución de los medios ha hecho que las plataformas web adquieran relevancia, a su vez las salas comerciales han cambiado la forma en que generan experiencias para el público: 3d-imax, etc.

www.datexco.com

"la tendencia mundial que va a la idea de formar creativos pero también emprendedores, también los nuevos medios alternativos de distribución de contenidos audiovisuales"

El cambio cultural en el cine que han representado las nuevas tecnologías representan el reto más importante de la industria, el pensamiento de **generar experiencias,** así como el de **personalizar** las producciones y plataformas al gusto del público son las tendencias más relevantes.

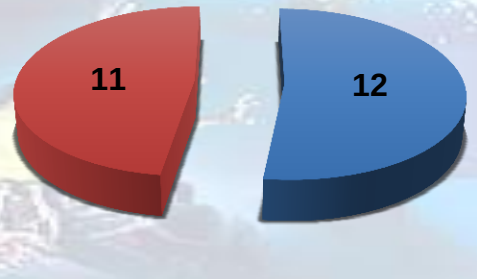
"En ambos tipos de cine hay posibilidades enormes de industria y negocio, pero hay que saber diferenciar las condiciones, los públicos y las formas de comercialización."

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Según los encuestados, esta tendencia ha llevado a que las empresas deban contar con más personal para cubrir las necesidades del público…

Los encuestados en esta industria reportan un aumento en las contrataciones de empleados (11 de 23) → Los proyectos cada día requieren más diversidad de especialidades para garantizar producciones de calidad para el público.

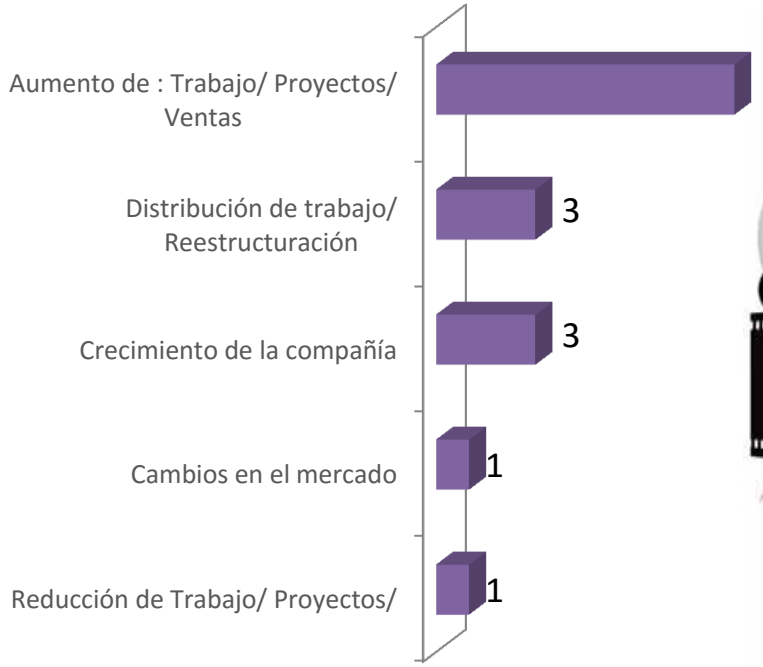
P7 (e) En los últimos años comparando 2013 con 2014, ¿El número de empleados contratados en su empresa____? RU



Cada día los proyectos requieren **más especialidades y profesionales integrales**, con múltiples conocimientos: contenidos, libreto, cámara, tecnologías y cultura → Si bien los proyectos no han crecido en dimensión, si demandan exigencias **de calidad más altas**, por lo que se requiere de más personal asociado.

Lo anterior es manifestado por los encuestados cuando especifican el aumento de carga laboral en sus proyectos (9 de 17), así como la reestructuración de los mismos (3 de 17) para dar cumplimiento a las exigencias de calidad de las producciones:

P8 (e) ¿Cuáles han sido las principales causas de cambio en el número de empleados ?



www.datexco.com

De acuerdo con lo anterior, el target percibe que su talento humano no está preparado de acuerdo con los cambios que ha tenido el mundo del cine, se percibe la academia algo rezagada en actualización de conocimientos:

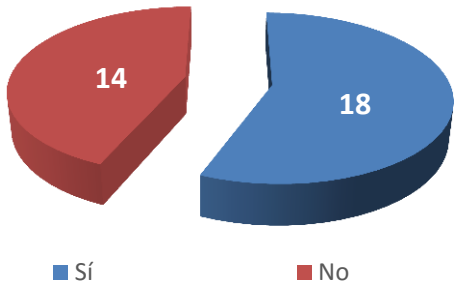
Los cambios no comprenden solamente la tecnología, también comprenden la cultura, el lenguaje del público, aspectos humanos y sociales que la academia no se percibe haya contemplado en sus pensum.

"Aún falta mucho desarrollo. Aunque hay mucho talento no hay formación adecuada para encausar ese talento. Hay que hacer mayor énfasis en formación de guionistas y productores."

De hecho…

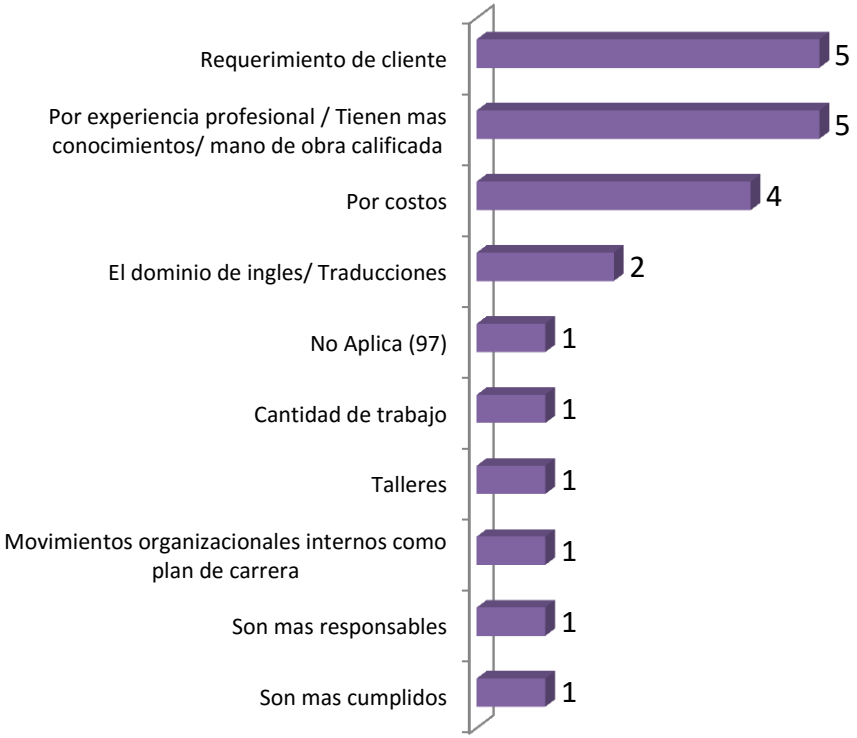
La falta de actualización de profesionales en Colombia, ha llevado a contratar personal extranjero (14 de 32) para que puedan solucionar problemas y aportar conocimiento a las producciones:

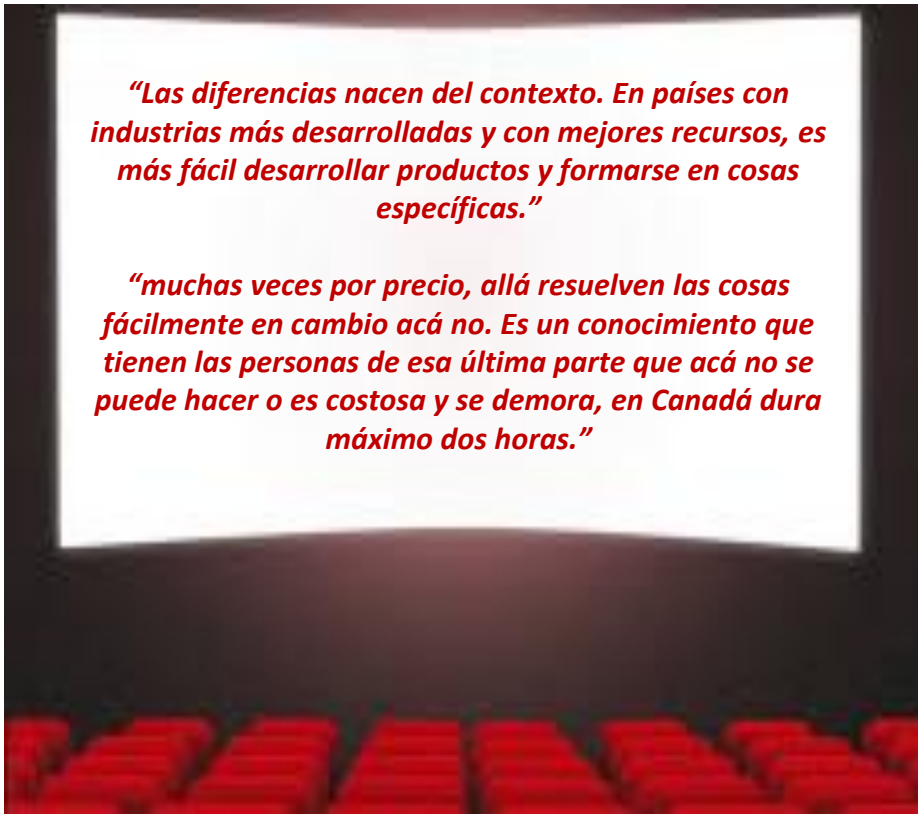
¿La empresa ha necesitado recurrir a profesionales o trabajadores extranjeros para desarrollar las actividades del Core de su negocio?



La contratación extranjera es confirmada por los encuestados cuando expresan los motivos por los cuales contratan a estos profesionales, especificando los requerimientos del cliente (5 de 22) y la experiencia y actualización de sus conocimientos (5 de 22):

P12 (e) ¿Cuáles son las principales causas por las que la empresa ha necesitado recurrir a personal o trabajadores extranjeros?





www.datexco.com

En ese sentido, según manifestaron los participantes, las universidades e instituciones como el SENA se consideran alejadas de la realidad del mundo cinematográfico, especialmente las primeras, quienes se han encargado de formar creadores y directores, pero se han olvidado de la formación técnica, considerada la base de la industria cinematográfica.

El SENA, según los encuestados, responde a la necesidad de formar en la parte técnica. No obstante, también dicen que le hace falta conocer más la realidad del mundo del cine. Por otro lado, los encuestados reconocen a esta como una entidad que en el futuro jugará un rol importante en la formación de profesionales.

Por otro lado…

Las contrataciones de practicantes normalmente las realizan con universidades privadas, ya que se consideran con una formación más integral que el SENA o universidades publicas → se valora un profesional que pueda realizar múltiples labores.

"…todos los programas de formación audiovisual están asociados a la creación y a la producción, pero se está dejando de lado el engranaje y todos esos roles que son básicos desde lo técnico y lo tecnológico para soportar la industria."

"Pues, yo lo que siento del SENA el potencial que no, creo que esté todavía en ese punto pero el potencial que tiene es con los títulos de los técnicos porque hay gran deficiencia al nivel de técnicos de luces, de cámara, de sonido de arte de todas las labores técnicas en Colombia hay una deficiencia gigantesca y hay una sub oferta"

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Esta brecha en la formación del sector educativo vs mercado laboral se considera bastante amplia por parte de los participantes, especialmente desde dos ángulos:

Formación académica

- Conocimientos y roles profesionales que no concuerdan con la realidad de la industria: manejo de contenidos, conocimientos culturales, tecnologías digitales.

Relación industria-Academia

- Falta de comunicación para el conocimiento de las necesidades de la industria, esta falencia también afecta la generación de prácticas con profesionales locales.

"Más que nuevos programas de formación hay que reestructurar los programas actuales. Hay que fomentar las capacidades de cada estudiante según sus intereses particulares. Si existe una brecha, y es necesario empezar a unir las industria y la academia, esto se logra de manera parcial con las prácticas laborales, sin embargo en necesario afianzar los vínculos con la industria"

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Es así como los encuestados manifestaron los temas de formación deseados para sus empleados , encontrando la formación administrativa y empresarial como un componente deseado (15 de 41), asociado principalmente al emprendimiento → formación integral de profesionales para que desarrollen proyectos propios.

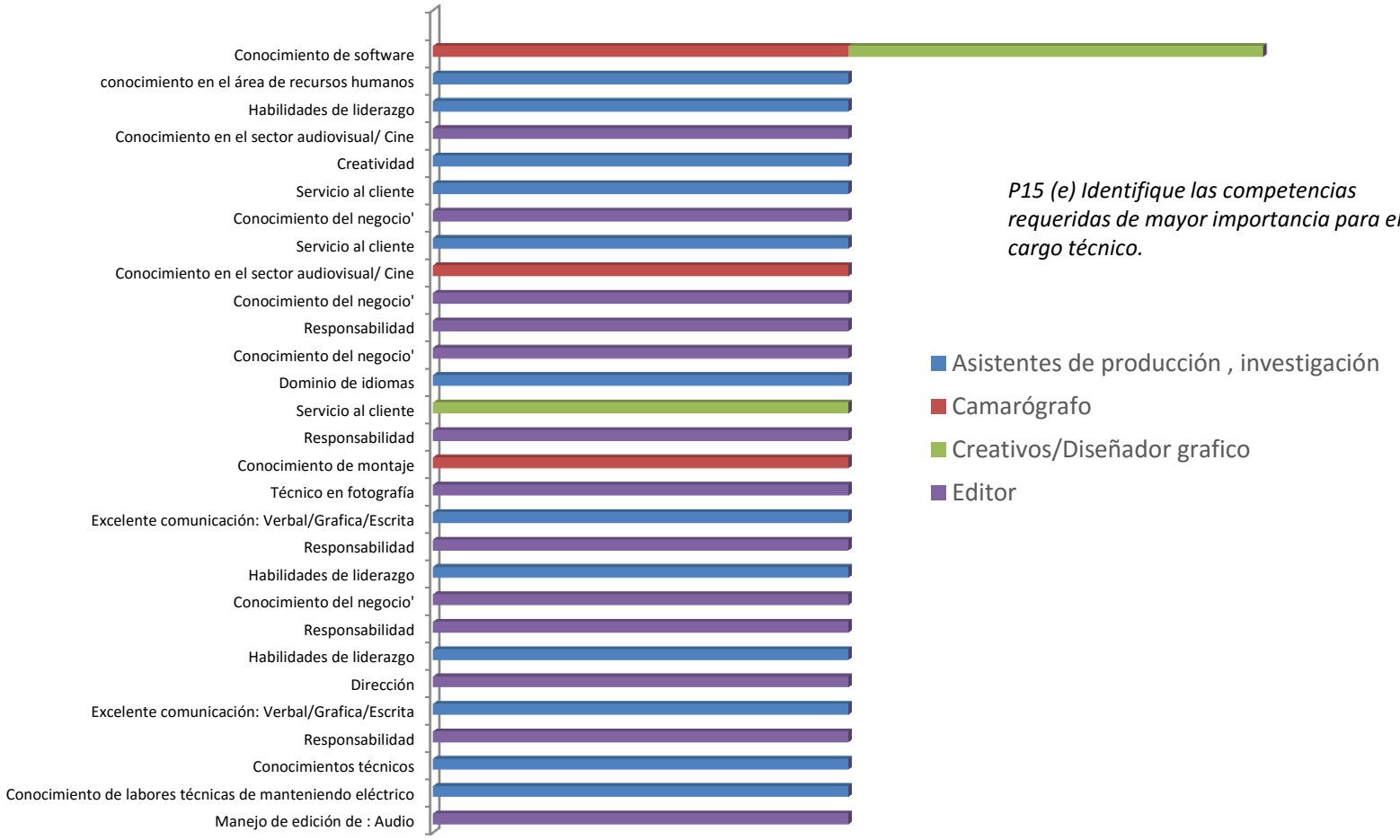
P32 (e) ¿Qué necesidades de formación o capacitación tiene actualmente la empresa?

"...formar personas como emprendedoras que puedan pensar en hacer empresas y no sólo proyectos. Este tipo de habilidades pueden resultar en menores costes de producción y en mejores experiencias."

El target considera que debe existir un balance entre la formación técnica, profesional y administrativa, ya que estos tres elementos son esenciales para los futuros egresados, especialmente cuando se desea que manejen proyectos propios → Emprendimiento.

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Ahora, al revisar los cargos técnicos del negocio, encontramos que las competencias requeridas se dan por igual en niveles técnicos y personales:

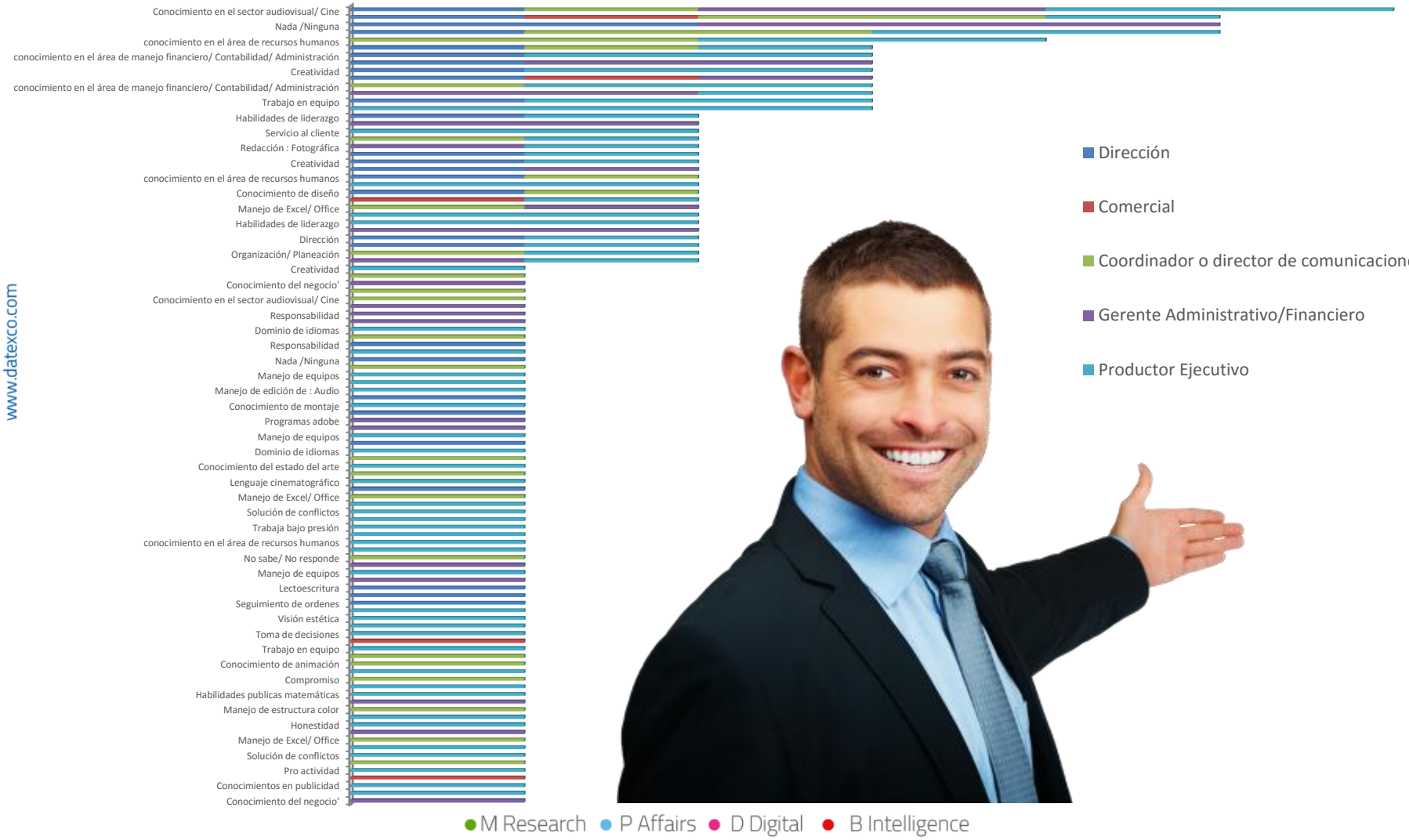


P15 (e) Identifique las competencias requeridas de mayor importancia para el cargo técnico.

www.datexco.com

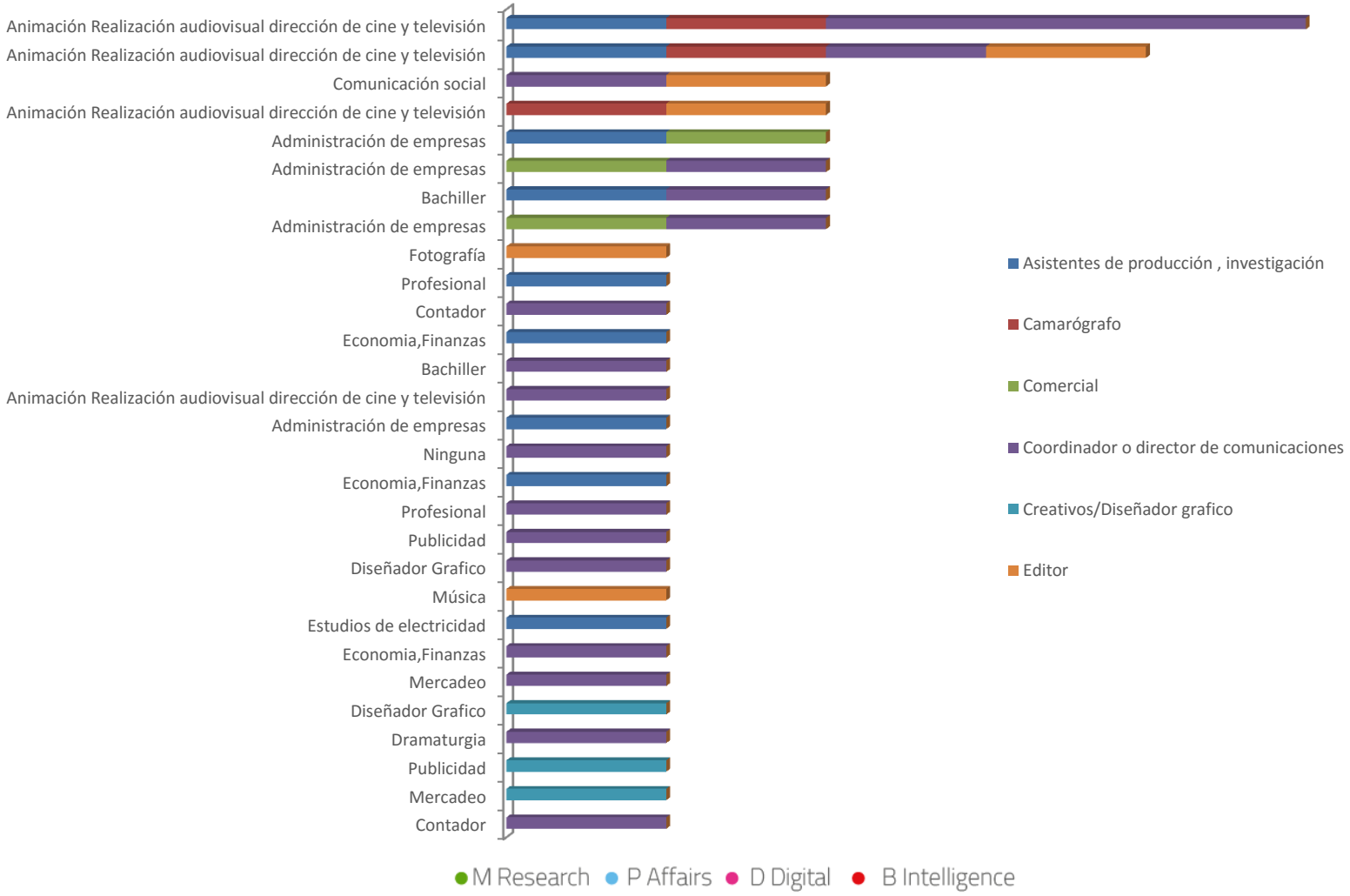
En los cargos ejecutivos se mantiene la misma tendencia, con una mayor variedad de competencias requeridas.

P15 (e) Identifique las competencias requeridas de mayor importancia para el cargo ejecutivo.



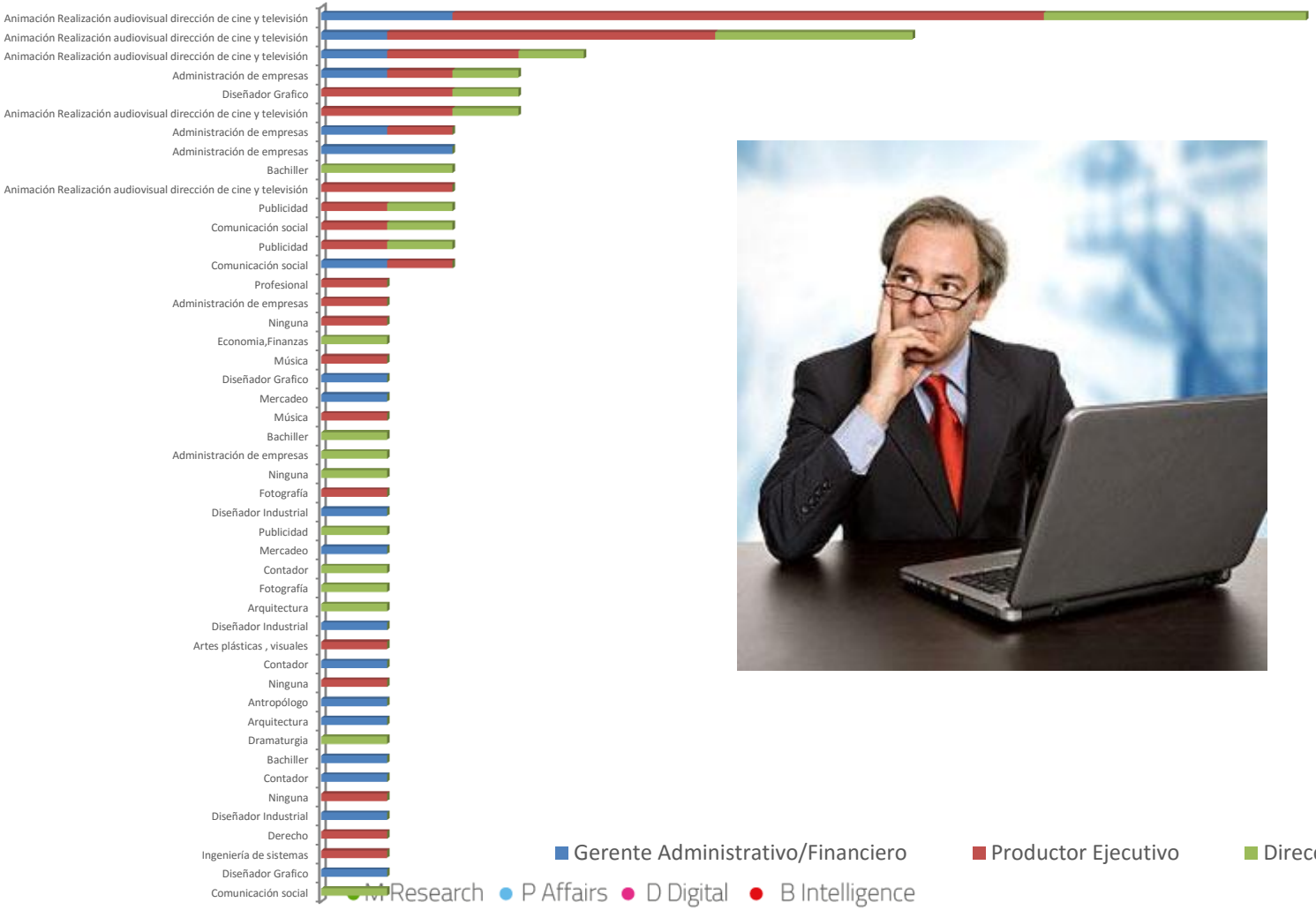
Analizando necesidades de formación, en cargos de negocio encontramos un mix en la formación profesional y técnica:

P15 (e) Identifique las necesidades de formación para el cargo de negocio.



Misma tendencia para directivos

P15 (e) Identifique las necesidades de formación para el cargo directivo.



Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Según el target, esta brecha entre una formación integral esperada vs lo encontrado actualmente en el mercado se evidencia en las dificultades en los procesos de selección que enfrentan los encuestados (27 de 70):

P20 (I) Por favor indique los tres principales inconvenientes que se les presenta al momento de realizar el proceso de selección de personal:

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Pensando en cerrar las brechas de formación mencionadas anteriormente, los participantes consideran que sus empresas han realizado acciones concretas, aunque aún falta mejorar estas acciones:

Prácticas profesionales

- Se percibe que la mejor forma de aprender de la industria es trabajando en ella, por lo que «aprender haciendo» es un lema que maneja el target.

Capacitaciones

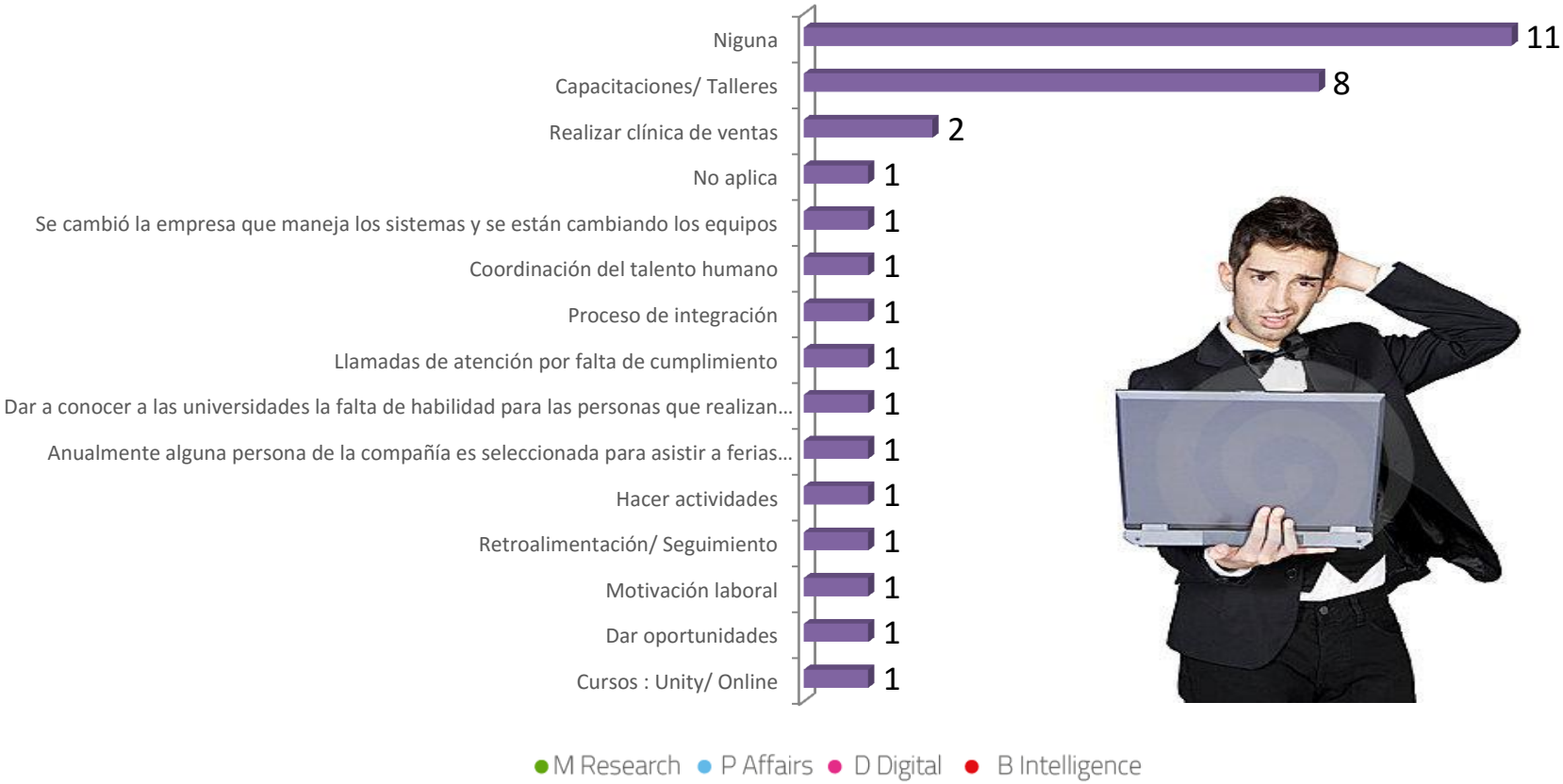
- La formación sigue siendo por excelencia la forma en que el profesional adquiere nuevos conocimientos.

"Se están dictando unos talleres básicos de formación (guion, producción, actuación, fotografía, sonido, etc.) con el objetivo de sacar dos cortometrajes como resultado de esos procesos de formación. Estos cortometrajes son expuestos en diferentes festivales y le permiten a sus realizadores adquirir experiencias en torno a la producción y distribución de productos culturales."

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

No obstante, los encuestados manifiestan pocas acciones realizadas para cerrar la brecha existente en formación → No hay procesos formales o establecidos de formación o desarrollo del talento humano (11 de 33).

P24 (e) ¿Qué acciones desarrolla para cerrar estas brechas?

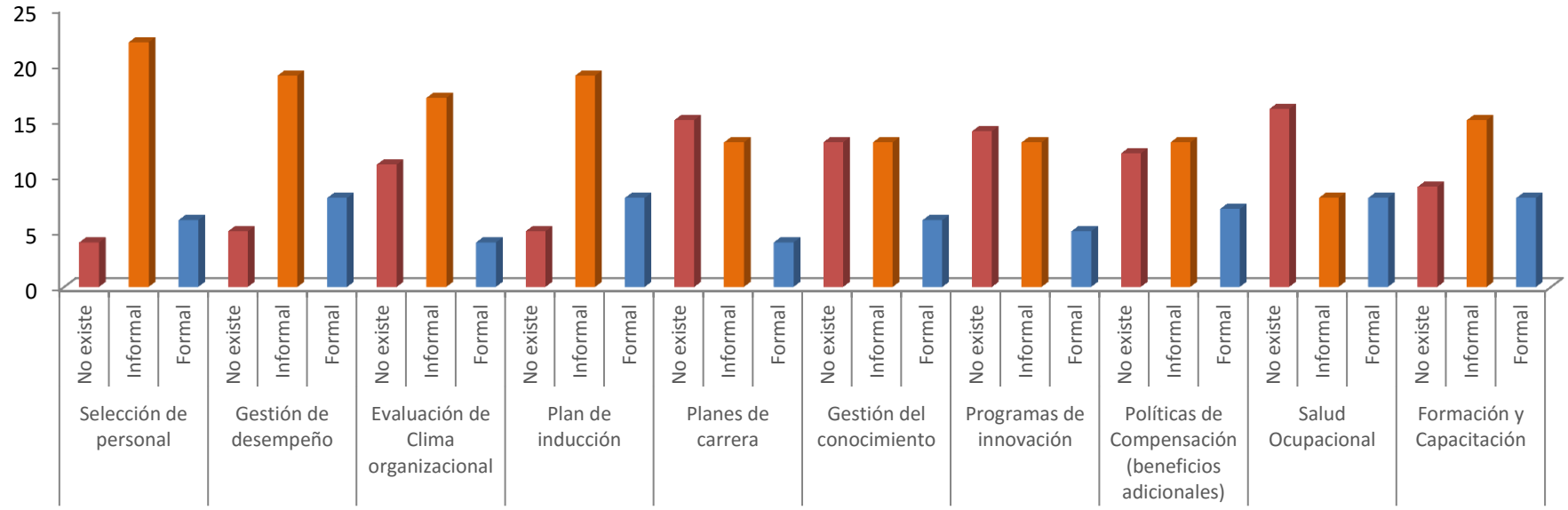


www.datexco.com

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

De hecho…

Los encuestados manifiestan la informalidad existente en sus diferentes procesos relacionados con su talento humano, incluyendo procesos de formación y capacitación:

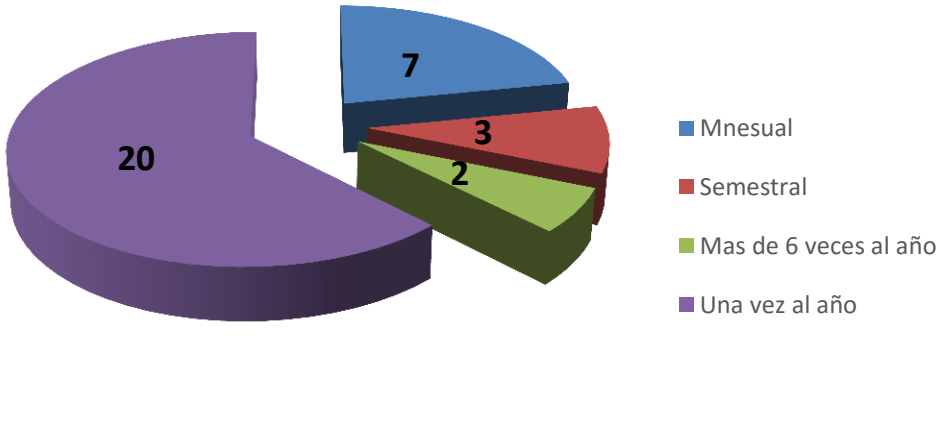


La empresas muestran, según los encuestados, una necesidad latente en asesorías organizacionales que les permita formalizar y fortalecer sus procesos de talento humano, y especialmente los de formación → Oportunidad para la CCB y sus productos clúster, fortalecimiento, capacitación y tutor.

www.datexco.com

No obstante, algunos participantes manifiestan realizar actividades de capacitación y formación, en su mayor parte de una a dos veces al año (20 de 32), manifestando especial interés en aumentar la frecuencia de las mismas:

P30 (i) ¿Con qué frecuencia la empresa realiza, contrata o apoya procesos de capacitación y/o formación para sus empleados? RU



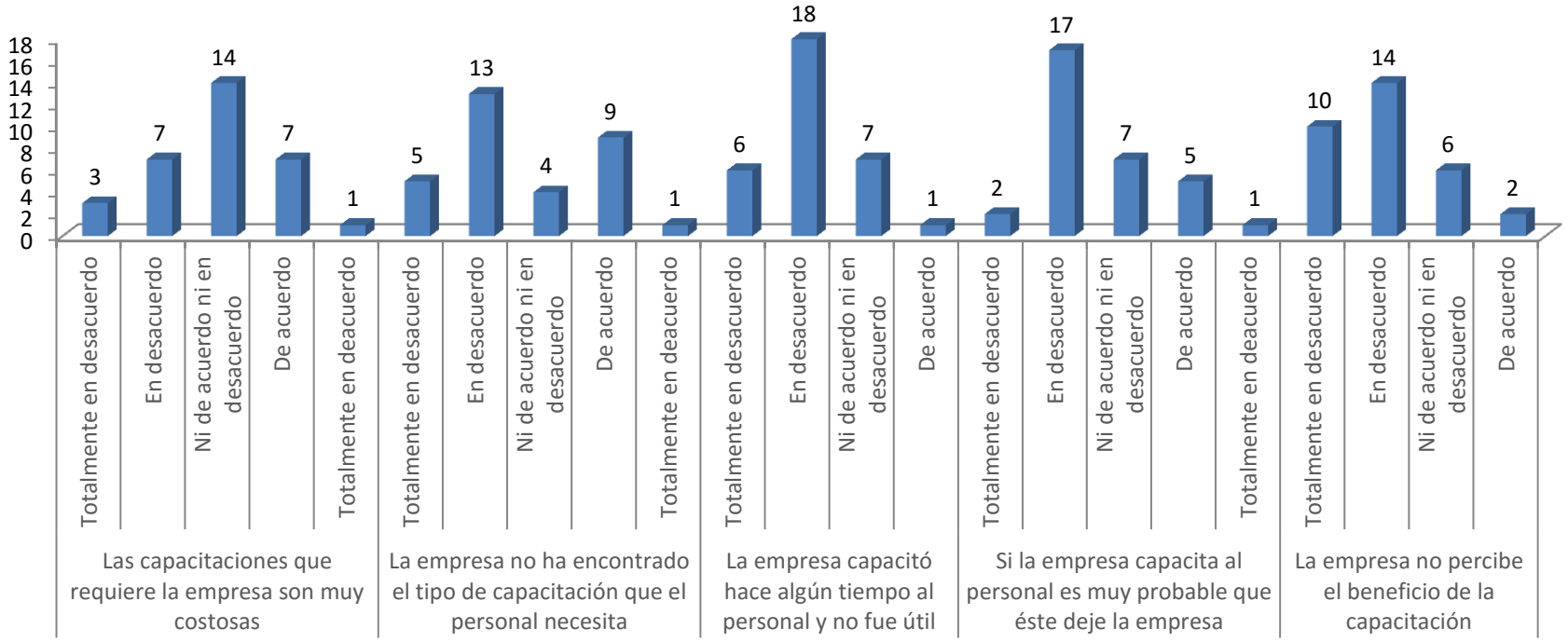
El target considera que los procesos de formación podrían darse con mayor frecuencia. No obstante, no se cuenta con el presupuesto y tiempo disponible para realizar un plan formal de capacitación.

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

De hecho…

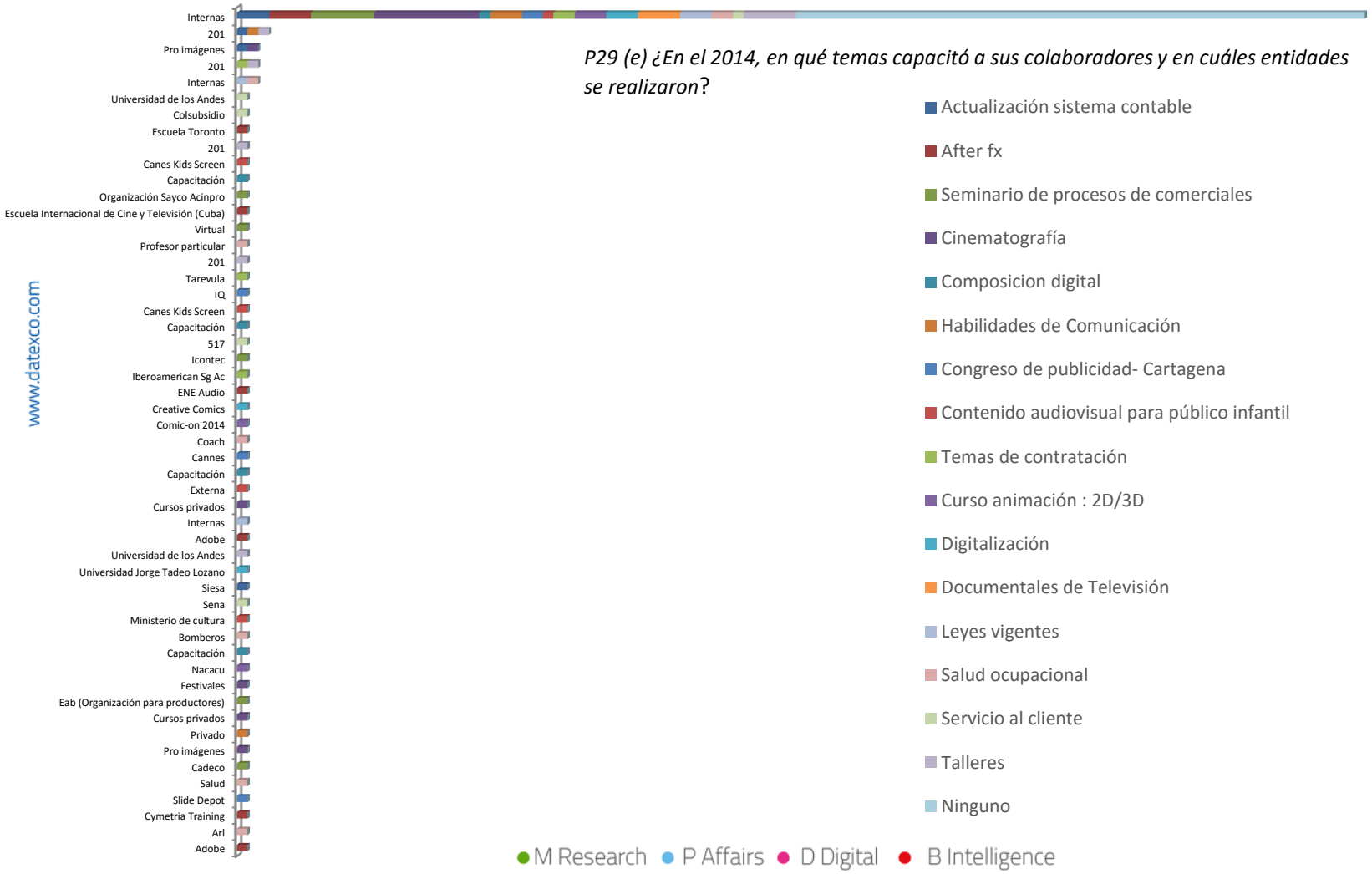
La capacitación y formación son valoradas y percibidas, por parte de los participantes como un elemento de utilidad y beneficio para la empresa, sólo existen limitantes de carácter económico y logístico que impiden realizarlas con mayor frecuencia.

P31 (i) Indique qué tan de acuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones.



www.datexco.com

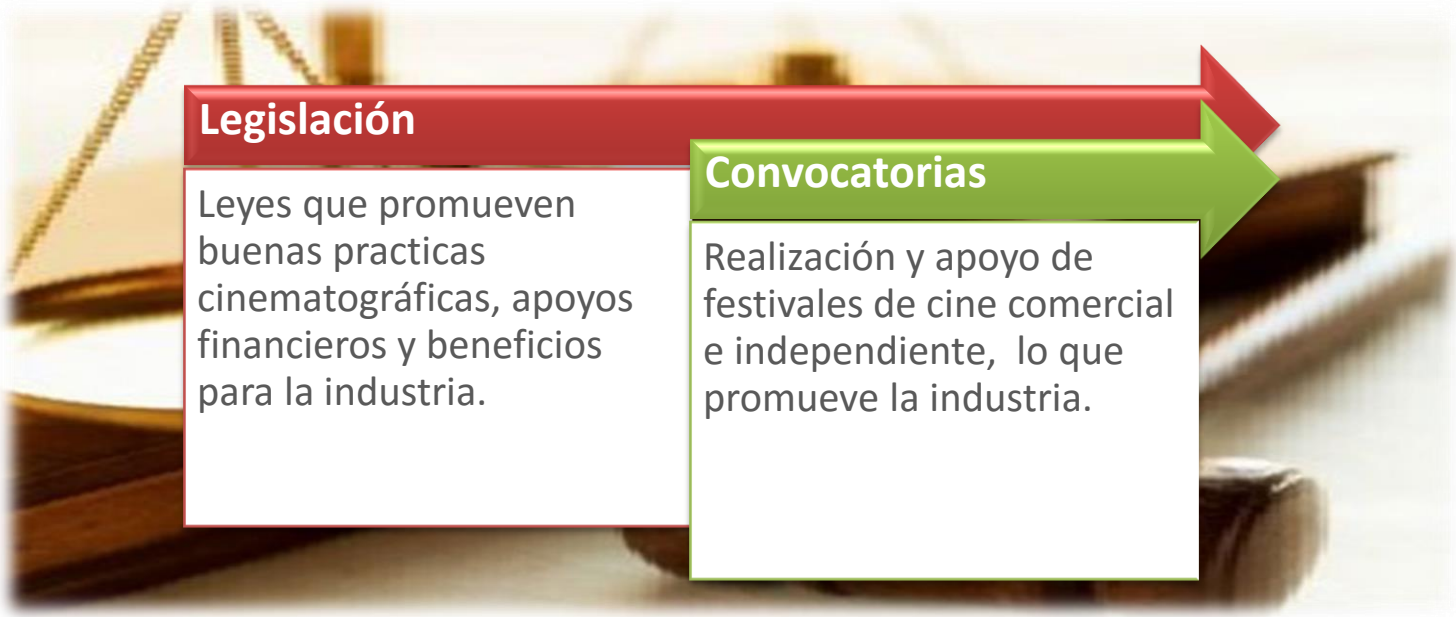
En general, según los encuestados, las capacitaciones se realizan en temas técnicos, y no hay instituciones mayormente asociadas, se da de manera interna.



www.datexco.com

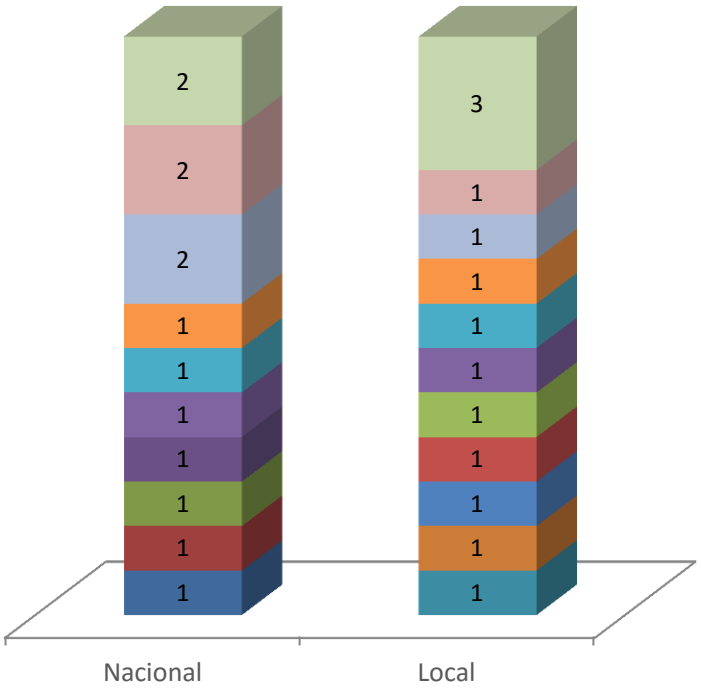
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Ahora, en términos de entidades que puedan apoyar procesos de formación por medio de iniciativas públicas o privadas, el target reconoce que el Estado ha avanzado bastante en leyes y políticas que promueven el desarrollo de la industria, aunque no se ha avanzado con la velocidad esperada.

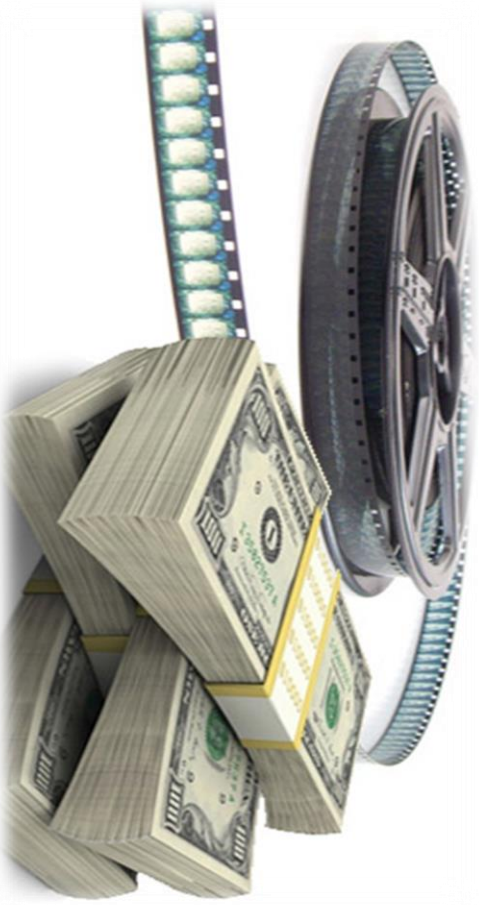


"La Ley de Cine, la Comisión Fílmica son iniciativas fabulosas, pero llegan tarde las decisiones y con muchas dificultades. La oferta de estímulos TIENE que ser superior a lo que hoy existe"

De hecho, cuando analizamos las expectativas de esta industria, los participantes manifiestan su interés claro en que el gobierno nacional y local prioricen la inversión en la industria y el mejoramiento de los procesos de formación.

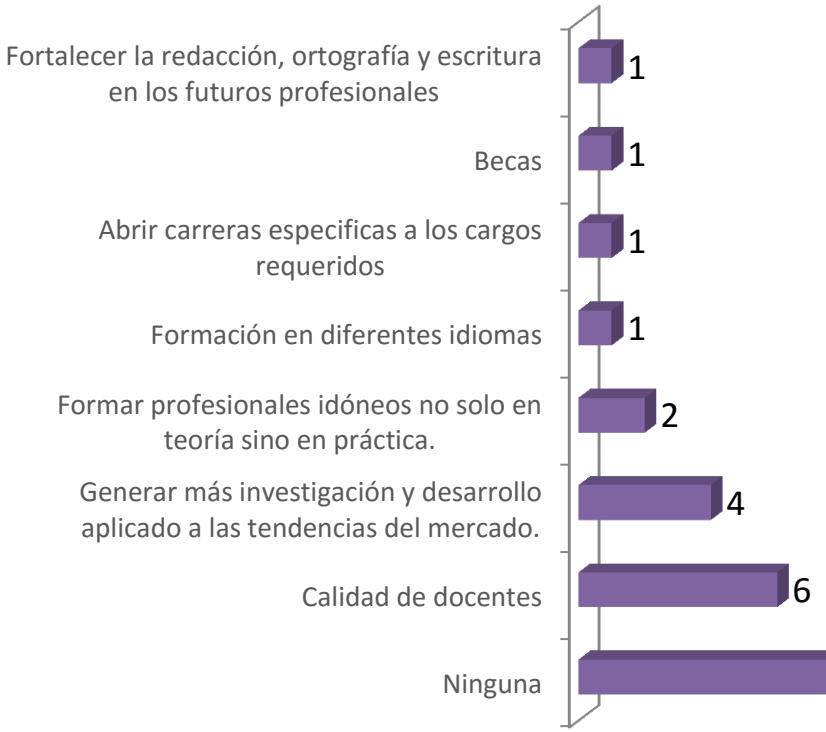


- Proyectos de diálogos empresas / inversionista
- Ninguna
- Mejor nivel de docentes/ Formación
- Cine/ Película / Animación
- Fuente de empleo / Mas participación
- Bajar costos/ Menos impuesto/ Mejor salario
- Reglamentación de compras online
- Proteger industrias nacionales
- Mercado/ Programas
- Apoyo Radio/ Cultural/ Arte
- Habilidades informáticas/ Políticas
- Contratación extranjera/ información
- Empresas/ Creatividad/ Oportunidades
- Financiación/ Inversión/ Incentivos
- Apoyo de fondos/ Proyectos/ Gestión



Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

No obstante, si analizamos las expectativas de los encuestados en relación a la academia, si bien la mayor parte no tienen sugerencias, se destaca en algunos casos la expectativa del mejoramiento de calidad de docentes (6 de 30) y mayor inversión en innovación y desarrollo (4 de 30) → Actualización constante de estudiantes



Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

En cuanto a los Gremios…

Los encuestados los perciben como nuevos, sin experiencia, su creación reciente no ha permitido evaluar gestión o algún tipo de acción puntual para la industria

Los participantes manifestaron esperar que el gremio en el futuro genere acciones para mejorar prácticas de orden laboral, promover el desarrollo y la inversión en las empresas y fomentar la unión para una mejor formación de los profesionales.

"…todavía es muy nuevo incluso, entonces no se evidencia su papel, aún no los conocen…Pero por ahora no se ha visto algo claro, algo relevante. Aún no se sienten identificados."

La CCB tiene la oportunidad de promover acciones con este gremio recién creado y por medio de sus productos e iniciativas generar estas acciones iniciales que demandan los participantes → Oportunidad

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

De hecho, los encuestados a su vez consideran que el gremio es reciente y no hay sugerencias específicas (15 de 28), en la medida que se espera ver inicialmente la gestión del gremio.

P17. ¿Qué recomendaciones le quisiera transmitir a la Cámara de Comercio de Bogotá, con el fin de que gestione al interior del Cluster (conformado por la academia, los gremios, entidades de apoyo, gobierno y empresas), con el fin de obtener programas y estrategias que mejoren la competitividad del talento humano de la industria creativa y de contenidos?

El target manifestó que la CCB se considera la entidad ideal para guiar al gremio en el planteamiento de sus objetivos y mejoramiento de la industria. No obstante, se encontraron dos opiniones encontradas producto del desconocimiento de las funciones de la CCB.

P16. ¿Cómo evalúa el papel de la Cámara de Comercio, como ente articulador de la industrias?, ¿cómo percibe o valora la iniciativa de Cluster?

CCB como guía para el gremio

- Los participantes indicaron que por medio de su gestión, sin indicar un producto específico, puede organizar y formalizar actividades que permitan al gremio mejorar condiciones para sus empleados, promover capacitaciones y fomentar el desarrollo económico.

Desconocimiento de la función de la CCB en relación al gremio

- Un grupo importante de las personas encuestadas menciona que no puede determinar la manera en que la CCB podría ayudar al gremio, ya que no conoce sus productos o funciones en relación al cine → El imaginario de la CCB se centra en empresarios formales de empresas relacionadas con productos o finanzas.

"No conozco mucho de la cámara de comercio, pero considero muy importante que la cámara de comercio este comprometida con las industrias creativas "

Esta dicotomía de opinión se refleja en las cifras de los encuestados, en donde algunos manifiestan no tener expectativas (7 de 20) de producto del desconocimiento de la CCB, mientras otros mencionan la capacitación y la guía (4 de 20) que puede otorgar la entidad por medio de sus productos, en este caso el clúster.

Respecto de la pregunta P16. ¿Cómo evalúa el papel de la Cámara de Comercio, como ente articulador de la industrias?, ¿cómo percibe o valora la iniciativa de Cluster?

Si bien existe una gran oportunidad de trabajo, el primer reto de la CCB se centra en la divulgación de sus funciones y productos → Mostrar el potencial de las soluciones para la industria del cine.

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

Hallazgos

- ✓ La industria del cine, según los participantes, se considera un gremio bastante antiguo, pero que como gremio organizado es relativamente nuevo, por lo que muchas de sus prácticas empresariales comunes apenas están en planeación → La CCB tiene una gran oportunidad en el apoyo de la estructuración y organización de este gremio y la repercusión que esto traerá en el talento humano.

- ✓ Las principales tendencias encontradas, según los encuestados, se dan en los nuevos medios en los que el público consume cine, así como la adaptación cultural a este público a raíz de los cambios en las plataformas, principalmente en tecnologías digitales, lo que plantea desafíos de cara a la formación de talento humano.

- ✓ Es así que el target manifiesta que el talento humano aún no responde a estas tendencias, ya que su formación académica no se ajusta a la realidad de la industria, la cual requiere formación integral: humana + técnica + gerencial (emprendimiento), ya que muchos proyectos se desarrollan de manera independiente.

- ✓ Los encuestados manifestaron que el principal aporte de esta industria para cerrar esta brecha se ha dado desde las prácticas y convocatorias de proyectos independientes, se considera que se aprende «haciendo», aunque el componente de formación es indispensable. He aquí un componente clave entorno a la formación y capacitación del talento humano en el sector.

- ✓ La industria no tiene formalizados procesos de formación ni de recursos humanos, por lo que las acciones desde capacitación han sido escasas → La CCB está llamada a ser la entidad que apoye los procesos de estructuración de formación de forma tal que repercuta en el talento humano de forma clara y directa.

www.datexco.com

Hallazgos

- ✓ Los temas de formación esperados por parte de los encuestados, tanto en cargos directivos como del negocio muestran un mix de especialidades técnicas, profesionales y humanas, con un componente interesante de formación gerencial, principalmente fomentada por el emprendimiento, es decir, los proyectos independientes. Lo que muestra, una vez mas, las diferentes dimensiones del talento humano entorno al sector.

- ✓ Los encuestados dicen esperar que el gremio crezca con ayuda del estado por medio de la organización del mismo, el apoyo en la organización y estructuración por medio de políticas. Esto brindara un sustento institucional a todas las medidas en formación y capacitación del talento humano.

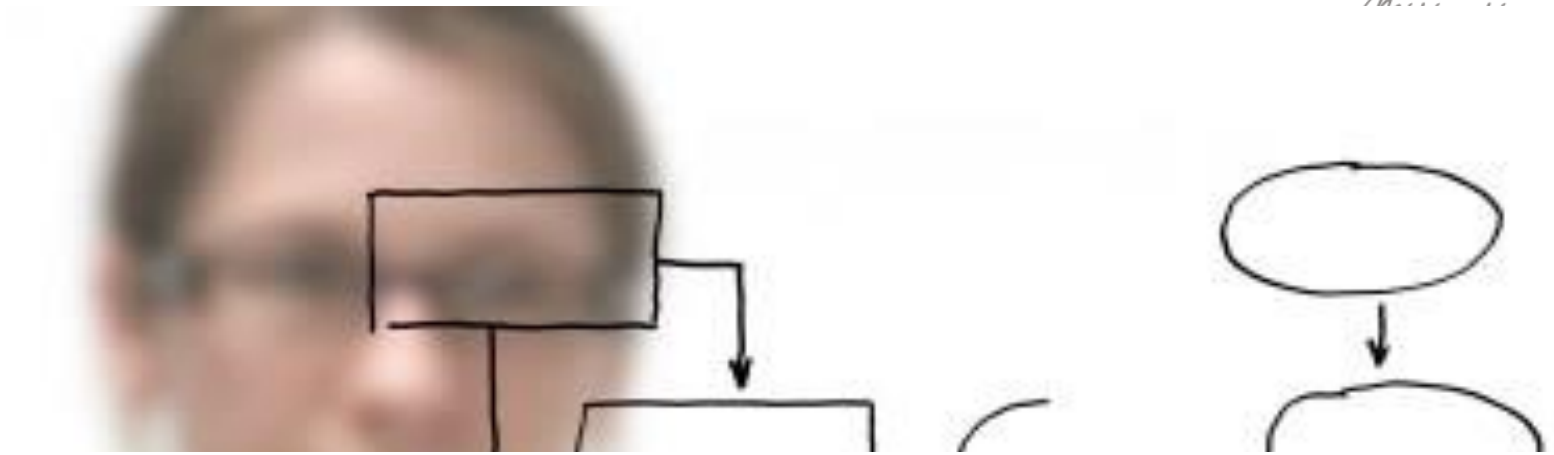
- ✓ En términos de la CCB, ésta es desconocida para una proporción importante de las empresas, por lo que el proceso de divulgación de productos y misiones es el reto inicial para la entidad. Por otro lado, de los que conocen la CCB, la percepción es positiva, y se considera la entidad llamada a apoyar la estructuración y organización de gremio, así como el apoyo en los procesos de capacitación del talento humano.

www.datexco.com

www.datexco.com

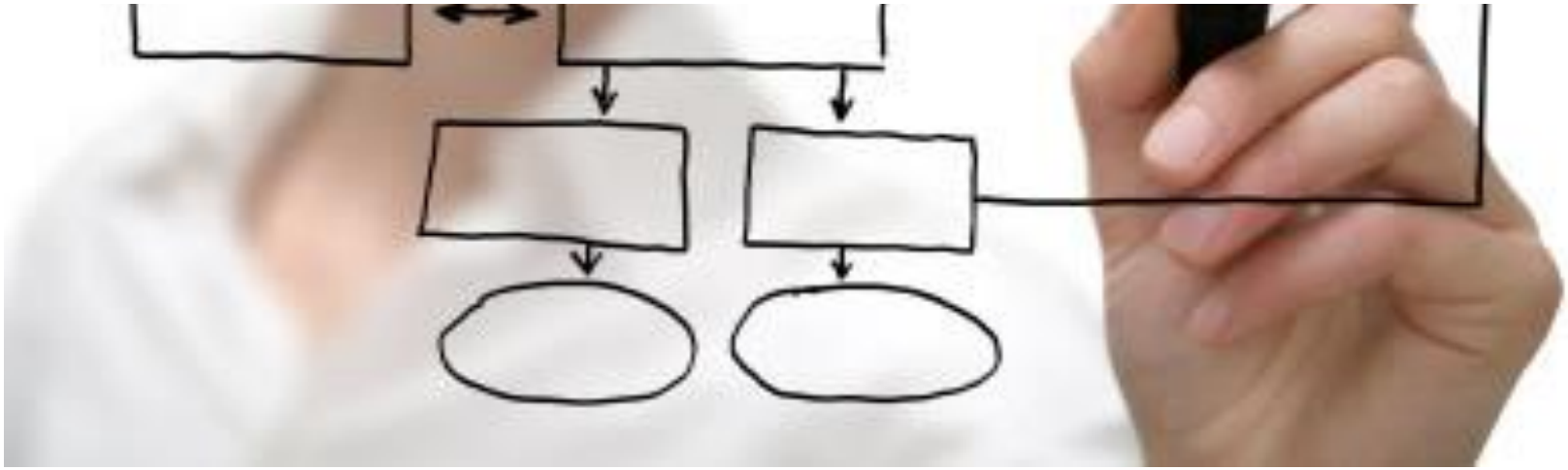
Cine.

Plan estratégico.



CINE.

Plan de Acción.



Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

SITUACIÓN ACTUAL

Como punto de partida, es necesario analizar la situación actual del sector del cine, lo que nos permitirá comprender las brechas existentes y las estrategias planteadas para su cierre:

El sector del cine es considerado, según manifiestan los participantes, un sector que funciona desde hace mucho tiempo; no obstante, su conformación formal como gremio ha sido muy reciente, por lo que no se han logrado ejecutar esfuerzos concretos como gremio para el cierre de brechas de talento humano.

Según los encuestados, el sector no percibe una formación integral de su talento humano: Cine, Gerencia, técnica; tres aspectos considerados necesarios en la formación del talento humano actual para este sector, en donde la multidisciplinariedad se ha convertido en una necesidad y tendencia dominante en el sector.

El target considera que el talento humano no se ha adaptado a los cambios culturales y de consumo de la industria del cine, en donde el consumo digital predomina, cambiando la forma de contar historias, usar tecnologías y comercializar cine.

Se identificó, a partir de lo que mencionan los encuestados, una falta de adaptación del talento humano del sector del cine a las nuevas formas de trabajo, como la contratación proyectos o contratación laboral por incentivos.

El target menciona que existe informalidad en los procesos de atracción y retención del talento humano en la mayor parte de empresas del sector, especialmente por la modalidad de desarrollo de producciones por proyectos, lo que dificulta el trabajar con talento humano de calidad.

www.datexco.com

PLAN ESTRATÉGICO

Ahora, por potro lado, es importante entender la relación entre las brechas de talento humano identificadas y las estrategias macro que se han planteado para su cierre:

Hallazgo encontrado en la investigación (Diagnóstico)	Tipo de Brecha identificada	Estrategia planteada para el cierre de brecha	Objetivo de la Estrategia
El sector del cine es considerado, según el target, como un sector que funciona desde hace mucho tiempo, no obstante, su conformación formal como gremio ha sido muy reciente, por lo que no se han logrado ejecutar esfuerzos concretos como gremio para el cierre de brechas de talento humano, los esfuerzos no han pasado de la fase de planeación.	Existe una falta de ejecución de acciones concretas para cerrar brechas de talento humano por parte del gremio y empresas relacionadas con el sector del cine.	Desarrollar actividades de comunicación entre el gremio y las empresas con el fin de conocer actividades en planeación para el cierre de brechas de talento humano y apoyar su pronta ejecución.	La estrategia busca generar espacios en donde las empresas y gremios relacionados puedan comunicarse de manera directa o virtual, con el fin de que las iniciativas de talento humano sean escuchadas y ejecutadas con prontitud entre los miembros de la industria.
El sector no percibe, según los participantes, una formación integral de su talento humano: Cine, Gerencia, técnica; tres aspectos considerados necesarios en la formación del talento actual para este sector, en donde la multidisciplinariedad se ha convertido en una necesidad y tendencia dominante.	La formación académica actual no es pertinente a las necesidades de formación integral requeridas en el sector del cine. Cine, gerencia, aspectos técnicos.	Estrategia de formación integral desde el aula en temas de: cine, industria y técnica.	La estrategia de cine + técnica + industria tiene como propósito generar espacios y mecanismos pedagógicos en las instituciones educativas, relacionadas con el sector del cine, que permitan formar a los futuros egresados en el conocimiento de la industria actual del cine, el conocimiento artístico necesario para desarrollar proyectos de calidad, y el conocimiento técnico y de software requerido en la operación.

www.datexco.com

PLAN ESTRATÉGICO

Ahora, por potro lado, es importante entender la relación entre las brechas de talento humano identificadas y las estrategias macro que se han planteado para su cierre:

Hallazgo encontrado en la investigación (Diagnóstico)	Tipo de Brecha identificada	Estrategia planteada para el cierre de brecha	Objetivo de la Estrategia
El target considera que el talento humano no se ha adaptado a los cambios culturales y de consumo de la industria del cine, en donde el consumo digital predomina, cambiando la forma de contar historias, usar tecnologías y comercializar cine.	Existe un rezago en términos adaptación del talento humano a las nuevas formas de comunicación, producción y desarrollo de cine, a raíz de las nuevas formas de desarrollo y consumo de cine en formatos digitales.	Un modelo de capacitación enfocada actualización de técnicas, narrativas, cultura digital y todo lo relacionados con la evolución del cine en dicho formato.	La estrategia tiene como objetivo generar procesos de capacitación que permitan al talento humano del sector actualizar sus competencias técnicas, personales y artísticas, a la nueva forma de consumo de cine digital.
Se identificó una falta de adaptación del talento humano del sector del cine a las nuevas formas de trabajo, como la contratación proyectos o contratación laboral por incentivos. Lo anterior, a partir de lo mencionado por los encuestados.	No existen mecanismos de atracción del talento humano en el sector del cine que permita reclutar personal por proyectos..	Un modelo de emprendimiento y reclutamiento que permite la atracción de personal independiente de calidad y con proyectos de calidad .	La estrategia tiene por objetivo atraer el talento humano independiente o freelance con las competencias requeridas en los proyectos.

www.datexco.com

PLAN ESTRATÉGICO

Ahora, por potro lado, es importante entender la relación entre las brechas de talento humano identificadas y las estrategias macro que se han planteado para su cierre:

Hallazgo encontrado en la investigación (Diagnóstico)	Tipo de Brecha identificada	Estrategia planteada para el cierre de brecha	Objetivo de la Estrategia
Según los encuestados, existe informalidad en los procesos de atracción y retención del talento humano en la mayor parte de empresas del sector, especialmente por la modalidad de desarrollo de producciones por proyectos, lo que dificulta el trabajar con talento humano de calidad.	No existen procesos de gestión del talento humano adaptados a la modalidad de trabajo por proyectos en el sector del cine	Un modelo de gestión del talento humano (atracción, selección, incentivos, beneficios, desarrollo)adaptado a un esquema de trabajo por proyectos.	La estrategia tiene como objetivo generar procesos de gestión de talento humano adaptado al esquema de proyectos, de tal manera que se pueda contar con personas para diferentes proyectos sin afectar la constancia y calidad del talento.

www.datexco.com

PLAN DE ACCIÓN

Las estrategias planteadas en relación a las brechas, permiten desarrollar una serie de acciones generales que nos permiten cumplir los objetivos estratégicos planteados:

Diagnóstico	Brechas Identificadas	Soluciones a implementar (acciones)	Propósito	Actores o socios estratégicos en la implementación	Resultado esperado	Plazo	Indicador de resultado
Según el target, el gremio del cine tiene un conformación reciente, por lo que no se han logrado ejecutar esfuerzos concretos como para el cierre de brechas de talento humano	Falta de ejecución de acciones concretas para cerrar brechas de talento humano por parte de los gremios.	Generación de procesos de comunicación y ejecución de iniciativas entre empresas y gremios relacionados al sector cine.	Desarrollar actividades de comunicación entre el gremio y las empresas con el fin de conocer actividades en planeación para el cierre de brechas de talento humano y apoyar su pronta ejecución.	Empresa Privada-Gremios-Clúster Creativas CCB	Ejecución de planes existentes y desarrollo de nuevas iniciativas gracias a la comunicación gremio-empresas	5 años	Número de iniciativas ejecutadas por gremios y empresas asociadas a la industria del cine

www.datexco.com

DATEXCO Mitigating risk

PLAN DE ACCIÓN

Las estrategias planteadas en relación a las brechas, permiten desarrollar una serie de acciones generales que nos permiten cumplir los objetivos estratégicos planteados:

Diagnóstico	Brechas Identificadas	Soluciones a implementar (acciones)	Propósito	Actores o socios estratégicos en la implementación	Resultado esperado	Plazo	Indicador de resultado
El sector no percibe , según los participantes, una formación integral de su talento humano: Cine, Gerencia, técnica	La formación académica actual no es pertinente a las necesidades de formación integral requeridas en el sector del cine. Cine, gerencia, aspectos técnicos.	Promoción de cursos de Educación continua homologables, enfocados en temas técnicos y artísticos de base, necesarios en la industria del cine.	Desarrollar en los estudiantes los conocimientos cinematográficos, técnicos y competencias básicas requeridas en el ámbito laboral.	Empresa Privada-Academia (nivel local)	Profesionales con los conocimientos y competencias técnicas y artísticas requeridas en el sector.	5 años	Candidatos calificados en los procesos de selección de las empresas de la industria del cine Mejores desempeños de empleados/freelancers reportados por parte de las empresas del sector
		Desarrollo de centros empresariales o ejecutivos del área creativa como formación extendida.	Desarrollar los conocimientos necesarios en competencias administrativas y comerciales para que los empresarios, productores y empleados del sector tengan la capacidad de gerenciar e implementar proyectos con éxito	Empresa Privada-Academia (nivel local)-Gremios	Empleados, productores y ejecutivos con los conocimientos administrativos y comerciales para el desarrollo de proyectos.	5 años	Medición de conocimientos administrativos y comerciales en proyectos del área del cine. Ejecución de proyectos de acuerdo con estándares administrativos y comerciales. Percepción de éxito en el desarrollo de proyectos por parte de las empresas en la industria del cine.
		Planes de capacitación permanente en conocimientos técnicos y competencias laborales requeridos por el sector del cine.	Desarrollar en empleados y freelancers conocimientos y competencias específicas requeridas por la industria del cine	Empresa Privada-Academia (nivel local)-Gremios	Empleados y freelancers con conocimientos y alto desempeño requeridos en los proyectos del sector	5 años	Medición de conocimientos al final de cada capacitación. Desempeño de los empleados y freelancers en los proyectos desarrollados.

www.datexco.com

PLAN DE ACCIÓN

Las estrategias planteadas en relación a las brechas, permiten desarrollar una serie de acciones generales que nos permiten cumplir los objetivos estratégicos planteados:

Diagnóstico	Brechas Identificadas	Soluciones a implementar (acciones)	Propósito	Actores o socios estratégicos en la implementación	Resultado esperado	Plazo	Indicador de resultado
Los encuestados mencionan que el talento humano no se ha adaptado a los cambios culturales y de consumo de la industria del cine, en donde consumo digital predomina, cambiando la forma de contar historias, usar tecnologías y comercializar cine	Rezago en términos adaptación del talento humano a las nuevas formas de comunicación, producción y desarrollo de cine, a raíz de las nuevas formas de desarrollo y consumo de cine en formatos	Desarrollo de un programa de educación continua homologable, con énfasis en formación digital desde un enfoque multidisciplinar: cine, software, cultura, consumo de cine, etc.	Promover procesos de actualización de conocimientos y funcionamiento de la sociedad de consumo de cine a raíz de los cambios implementados por las tecnologías digitales.	Empresa Privada-Academia (nivel local)-Gremios	Empleados y freelancers actualizados en temas de tecnología, social y de consumo de cine, enfocados en temas digitales.	5 años	Medición de conocimientos adquiridos en los cursos. Ejecución de proyectos adaptados a tecnologías y consumo digital de cine. Evaluación de desempeño en proyectos por parte de empleados y freelancers.

www.datexco.com

PLAN DE ACCIÓN

Las estrategias planteadas en relación a las brechas, permiten desarrollar una serie de acciones generales que nos permiten cumplir los objetivos estratégicos planteados:

Diagnóstico	Brechas Identificadas	Soluciones a implementar (acciones)	Propósito	Actores o socios estratégicos en la implementación	Resultado esperado	Plazo	Indicador de resultado
Según los encuestados, la falta de adaptación del talento humano del sector del cine a las nuevas formas de trabajo, como la contratación proyecto.	No existen mecanismos de atracción del talento humano en el sector cine que permita reclutar personal por proyectos	Modelo de emprendimiento que permite promover ideas y gestionar las mismas	Atraer personal con ideas creativas e innovadoras que aporten de manera positiva los desarrollos y proyectos de las empresas del sector del cine.	Empresa Privada-Academia (nivel local)-Gremios-Entidades Públicas	Vinculación de personal innovador que aporte ideas frescas a los proyectos desarrollados por la industria.	5 años	Vinculación de proyectos innovadores a convocatorias del sector Proyectos exitosos provenientes de personal convocado por medio del modelo de emprendimiento
		Fortalecimiento de sistemas de intermediación laboral	Atraer personal directo y freelance proveniente de la industria creativa, con perfiles adecuados a los procesos de selección y habilidades requeridas	Empresa Privada-Gremios	Atracción de personal con el perfil adecuado al proceso de selección establecido.	5 años	Cantidad de personal que cumple con requisitos mínimos para aplicar a un cargo-convocatoria

www.datexco.com

PLAN DE ACCIÓN

Las estrategias planteadas en relación a las brechas, permiten desarrollar una serie de acciones generales que nos permiten cumplir los objetivos estratégicos planteados:

Diagnóstico	Brechas Identificadas	Soluciones a implementar (acciones)	Propósito	Actores o socios estratégicos en la implementación	Resultado esperado	Plazo	Indicador de resultado
Según lo expresado por el target, existe informalidad en los procesos de retención y desarrollo del talento humano en la mayor parte de empresas del sector, especialmente por la modalidad de desarrollo de producciones por proyectos,	No existen procesos de desarrollo del talento humano adaptados a la modalidad de trabajo por proyectos en el sector del cine	Un modelo de gestión del talento humano (selección, retención, desarrollo y retiro) adaptado a las modalidades de trabajo temporal y por proyectos.	Desarrollar un modelo de gestión humana que permita trabajar con personal adaptado a las modalidades de trabajo temporal y por proyectos, sin afectar su desempeño o estabilidad.	Empresa Privada-Academia (nivel local)-Gremios-Clúster Creativas CCB.	Vinculación de personal directo y freelance en proyectos permanentes o de corto alcance garantizando la re-contratación en nuevos proyectos y el buen desempeño de los mismos..	5 años	Desempeño de freelancers y empleados en proyectos. Percepción de empleados y freelancers acerca de los modelos de contratación, desarrollo y retiro. Re-contrataciones en nuevos proyectos.

www.datexco.com

Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ El subsector de cine, si bien cuenta con antigüedad en las empresas, es un sector que se considera en fase de adaptación a las nuevas formas de producir y consumir cine, por ende, se encuentra en una fase de adaptación del th y la conformación muy inicial de iniciativas. En este sentido, se sugiere aprovechar las plataformas de comunicación ya existentes en el subsector, las cuales puedan divulgar iniciativas de th, convocatorias, y en general información relevante de TH.

- ✓ Los cambios en el consumo de cine, nuevas plataformas, etc, demanda TH con conocimientos multiculturales y multimediales, que se adapten a esos cambios y generen propuestas innovadoras a las empresas, por lo que se sugiere no solamente integrar contenidos socioculturales y digitales en la formación de extensión en convenios academia-empresa, sino que se integren contenidos relacionados con consumo de cine, narrativas y demás, ya que el público es diferente y los métodos de narrar historias deben serlo a su vez.

- ✓ Por otro lado, el componente de innovación se detectó como una variable importante, teniendo una brecha de TH en la medida que no existen procesos de innovación. En este sentido, se sugiere desarrollar mecanismos de divulgación de innovaciones provenientes de la academia o ideas independientes que permitan al estudiante o independiente mostrar su trabajo y escalarlo a escenarios existentes como ferias de cine o encuentros. A su vez promueve el emprendimiento de ideas y proyectos.

- ✓ Por otro lado, se encontró que la formación práctica es demandada en el th del subsector, encontrando una falta de este tipo de formación en los profesionales y empleados, dejando una brecha de formación importante. En este sentido, se recomienda implementar estrategias de convenios de práctica y promoción de proyectos independientes desde la academia, con el fin de que los estudiantes se acerquen a esta realidad en la ejecución de proyectos.

- ✓ El subsector cine no cuenta con la formalidad en procesos de th, ya que su esquema de gestión está enfocado en proyectos. En este sentido, se sugiere implementar el modelo de th en proyectos sugerido, en donde se pueda establecer métodos de reclutamiento de personal, selección y desarrollo enfocado en contratos temporales y freelance.

www.datexco.com

Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ Otra brecha de formación identificada establece que no existe conocimiento gerencial y de gestión de proyectos: administrativo, contable, etc. En este sentido, se recomienda desarrollar el proyecto establecido para establecer un convenio empresa-academia en el desarrollo de un programa de escuela ejecutiva enfocado al subsector de cine, que aporte los conocimientos gerenciales y de gestión de proyectos requeridos por las empresas.

- ✓ En términos de la CCB, ésta es desconocida para una proporción importante de las empresas, por lo que el proceso de divulgación de productos y misiones es el reto inicial para la entidad, así como el comunicar las iniciativas de th por medio del clúster.

www.datexco.com