

CLÚSTER INDUSTRIAS CREATIVAS DE MEDELLÍN Y ANTIOQUIA

PLAN DE ACCIÓN AUDIOVISUALES Y CONTENIDOS DIGITALES

Diciembre 2024

AGENDA

SALUDO E INTRODUCCIÓN

Ideas iniciales

¿DE DÓNDE VENIMOS?

Recorrido rápido de lo
desarrollado en el proyecto

PLAN DE ACCIÓN

Revisión de las líneas de
acción definidas.

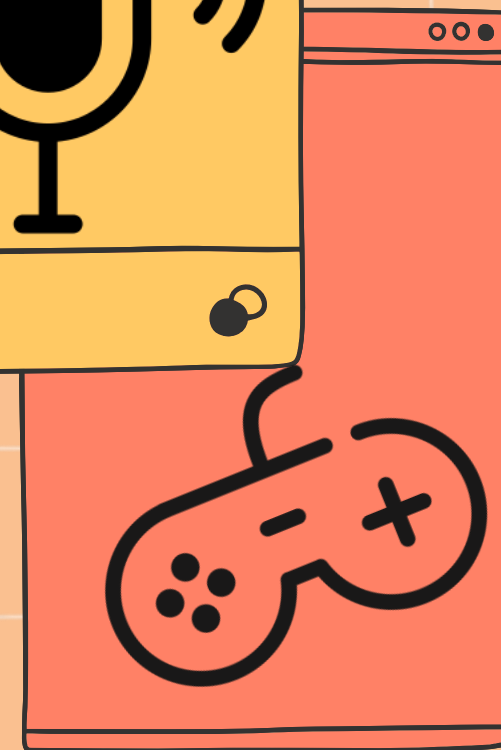
¿QUÉ SIGUE?

Validación de próximos pasos





SALUDO E INTRODUCCIÓN



Un instrumento
para crear valor
extraordinario
+ COMPETITIVIDAD

¿Qué es una Iniciativa Cluster?



Sofisticación de la estrategia de las empresas



Mejorar la calidad del entorno para hacer negocios

“ Tiene como objetivo la mejora de la **realidad económica** ”

¿Qué es una Iniciativa Cluster?



3 elementos clave en una Iniciativa Cluster

1. Proyectos concretos

- A través del proceso se **identifican proyectos y acciones** con impacto en la cuenta de resultados de las empresas
- Se identifican los **actores clave para formularlos y ponerlos en marcha**

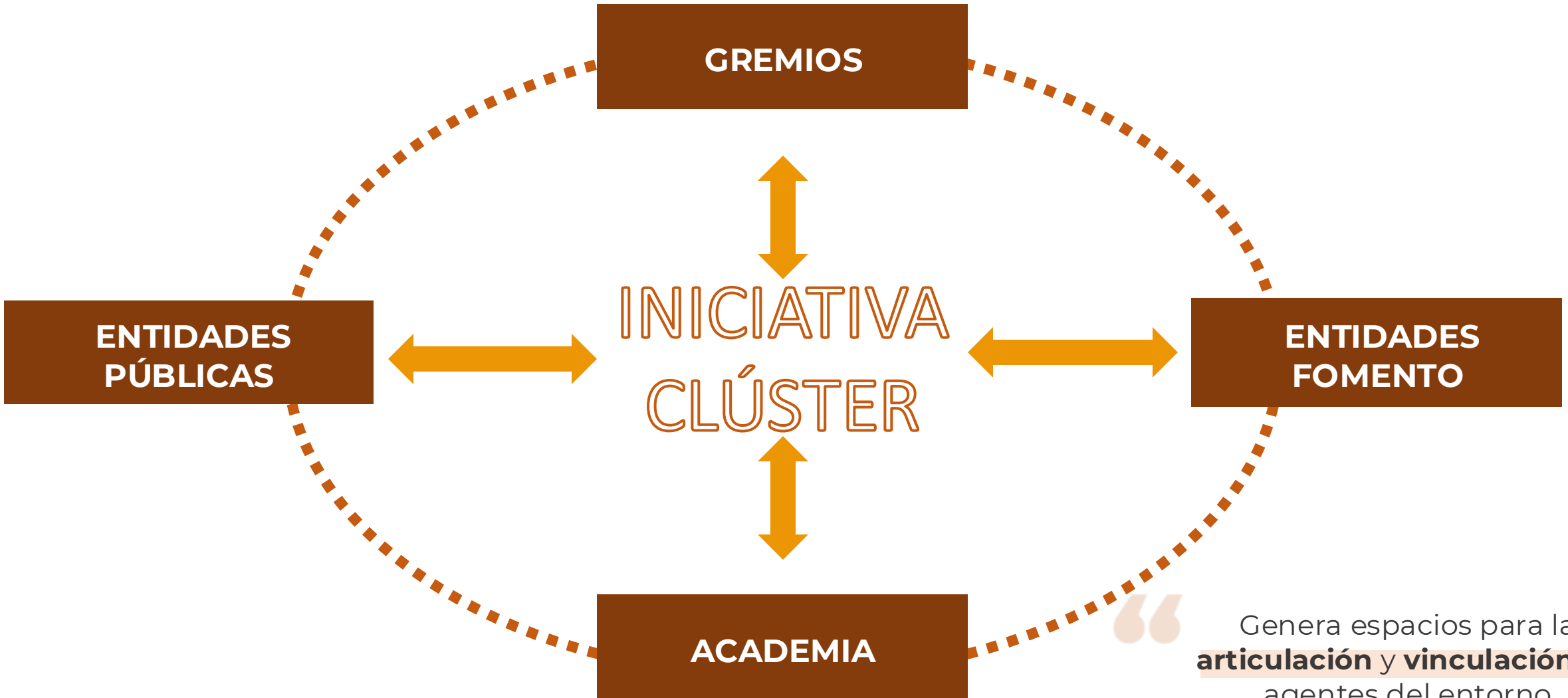
2. Liderazgo empresarial

- **Participación activa** en todas las actividades: entrevistas, empresarios y entidades en las presentaciones, empresarios en los grupos de trabajo, ...
- **Asunción de roles y responsabilidades** frente a las acciones de empresarios y entidades de entorno regionales
- **Transparencia y voluntad de colaboración** entre los empresarios y las entidades de entorno frente el trabajo a implementar.

3. Sostenibilidad y gobernanza de la iniciativa

- Tener **horizontes de largo plazo** (década) para la implementación de acciones estructurales
- Estructurar un **liderazgo empresarial e institucional compartido** para una mejor implementación de los proyectos.

Rol de una Iniciativa Clúster en el ecosistema



“ Genera espacios para la **articulación y vinculación** de agentes del entorno ”

Tipo de acciones en una Iniciativa Cluster

Área de trabajo de los proyectos

Conocimiento mercado y
consumidor

Innovación en productos y procesos

Internacionalización

Fortalecimiento de proveedores

Desarrollo de canales consumo/retail

Formación especializada

Marketing y posicionamiento

Gestión estratégica y financiación

Otros (...)

Dinamización / Networking

Tipología de los proyectos

Transversales
(para todos)

Colectivas
(uso individual)

Colaboraciones
estratégicas
(redes cerradas)

Cambios y mejoras
individuales

Participantes externos

Intercluster

Gestión de los proyectos

Reglas de trabajo

Generación de
proyectos

Clúster Manager
(gestor)

Participantes

Indicadores y
evaluación

Esquema de
financiación

FASE 1 - 2023

MAPPING DE ICC

Mapeo y caracterización de los **segmentos estratégicos** de las industrias culturales y creativas de Medellín (ICC).



| Bases de Datos | | Información Secundaria |
|----------------------------|--|--|
| BDDO EMPRESAS | Identificar Tejido Empresarial de los segmentos | Identificar a través de informes, estudios y demás fuentes secundarias las principales tendencias y retos que aporten en el desarrollo del mapeo de las ICC acorde a los segmentos priorizados definitivos. |
| | Analizar rol de las empresas (Auxiliar, Soporte) | |
| | Determinar su participación en (contenido, producción, distribución / vivo, mixto) | |
| BDDO AGENTES | Identificar instituciones que intervienen en las ICC de Medellín (Nacional, regional, local) | Identificar a través de los segmentos priorizados preliminares, para abordar a través de las entrevistas, información acerca del estado actual del sector, los retos, oportunidades y las diferentes visiones de futuro. |
| | Categorizar las entidades de acuerdo a su rol en el ecosistema de las ICC | |
| BDDO FORMACIÓN Y PROGRAMAS | Identificar IES que ofrecen programas académicos en la ciudad-región. | Identificar a través de los segmentos priorizados definitivos. |
| | Detallar los programas y su aporte a las ICC dependiendo el nivel de educación. | |
| | Determinar los programas que han desarrollado los agentes del entorno. | |

FASE 2 – JUL/OCT

OPCIONES ESTRATÉGICAS DE FUTURO PARA SEGMENTO(S) PRIORIZADO(S)

Entender cómo se está compitiendo y cómo se **competirá en el futuro** en los segmento(s) priorizado(s).



| ETAPA 1 | ETAPA 2 |
|--|---|
| Identificación de segmentos estratégicos de Medellín | Estudios individuales |
| Análisis segmento estratégico de Medellín | Benchmarking internacional |
| Taller de validación y priorización de segmentos | Transferencia Experiencia |
| | Diseño de escenarios de futuro |
| | Plenaria "Visión de futuro del clúster" |

FASE 3 – OCT/NOV

LINEAS DE ACCIÓN Y METODOLOGÍAS DE TRABAJO

Definición de una **hoja de ruta** que favorezca un ecosistema de **innovación y desarrollo económico**

ETAPA 3

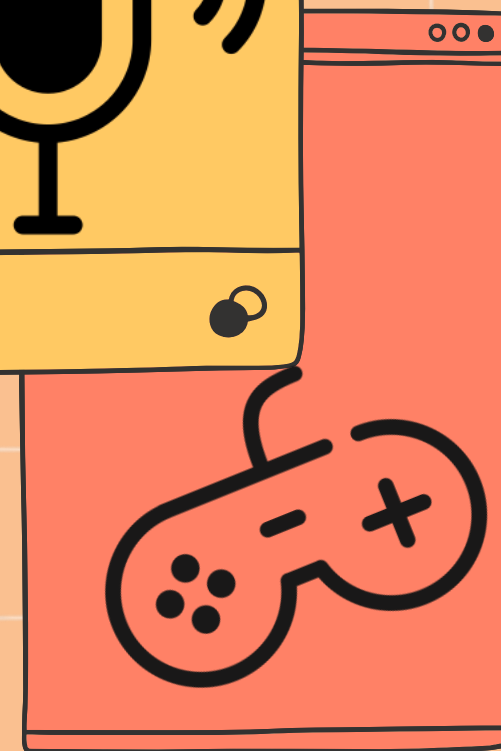
Construcción del plan de actuación

Grupos de Trabajo: Poner en marcha acciones y activar liderazgos

Plenaria "Lanzamiento de la Hoja de Ruta"



**¿DE DÓNDE
VENIMOS?**



Segmentos de negocio priorizados

Audiovisual y Contenidos

Digitales

- *Audiovisual*
- *Videojuegos*
- *Animación Digital*
- *VR / AR*



FOCO PARA EL DISEÑO DE LA HOJA DE RUTA

Música



- *Creación y Producción Musical*
- *Fonográfica*
- *Distribución y Difusión*

REVISIÓN PRELIMINAR DEL SEGMENTO EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Entretenimiento Digital

- Cine
- Videojuegos
- Televisión
- Radio

Segmento de negocio **LIDERADO** desde el...

Música



- Creación
- Fonográfica
- Producción Musical
- Distribución y Difusión

Eventos en Vivo



- *Conciertos (Música en Vivo)*



Cluster Turismo de Negocios
Medellín y Antioquia

En línea con su apuesta estratégica actualizada

ESPACIO DE ARTICULACIÓN CONJUNTA

- Esquema de proyectos intercluster alrededor del segmento
- Transferencia de conocimiento y experiencias que aporten valor
 - Articulador de respaldo del segmento

Análisis de la Cadena de Valor

DESARROLLO

PRODUCCIÓN

DISTRIBUCIÓN

POR ENCARGO (SERVICIOS)

- **Limitación a la creatividad:** empresas sujetas a los requerimientos específicos de sus clientes.
- **Poca necesidad de análisis de mercado propio:** cliente define el producto final

- **Estabilidad en la carga de trabajo:** aunque tiene limitaciones en cuanto a la creación de valor propio a largo plazo
- **Cumplimiento de especificaciones técnicas y plazos:** genera un enfoque operativo en las empresas

- **Sin control sobre la distribución final:** no desarrollan conocimientos profundos sobre distribución ni marketing
- **Limitaciones para desarrollar una marca propia:** limita su crecimiento y visibilidad

PROPIA (IP)

- **Falta de información de mercado y usuarios:** Actúan mayormente por intuición y sin análisis exhaustivos de los segmentos a los que se dirigen
- **Mayor riesgo financiero:** implica una inversión inicial significativa

- **Escasez de talento especializado en IP:** especialmente en roles como animación 3D, VFX y arte técnico
- **Intercambio de talentos:** fomentar la transferencia de conocimientos y la colaboración

- **Falta de capacidades en marketing y negociación:** relacionamiento con Publisher
- **Uso de plataformas digitales:** ¿Cómo optimizar su uso?
- **Necesidad de estrategias de marketing personalizadas:** Aprender más sobre la cadena

Cadena de Valor

Lideran

ENTIDADES PÚBLICAS:

ENTIDADES FOMENTO:

GREMIOS:

FORMACIÓN

DESARROLLO

PRODUCCIÓN

DISTRIBUCIÓN

EXHIBICIÓN

Mercado

Particular

Desarrollo de habilidades

Talleres abiertos

Cursos abiertos

Formación Interna

Idea
Original

Desarrollo

Preproducción

Producción

Posproducción

Tiraje

Productoras de contenidos audiovisuales (Cine, televisión, documentales, cortometrajes, entretenimiento digital, etc.)

Productoras de animación digital

Guionista

Director

Otros

No Original

Adaptación

TÉCNICOS (iluminación, sonido, alquiler de material...)

Posproductoras

Productoras de videojuegos

Game Factories

Local Publishers

Indies

Servicios de posproducción

Publishers

Pure Players (Productores, virtual, geográfico)

No Pure Players (Mayorista, Editorial, Juguete)

Empresas de promoción y marketing

Distribuidoras

Retail Digital

Publishers Portal

Indies Portal

Console/TV/Mobile's Market

Operators

Social Networks

Festivales

Salas de exhibición

Canal venta físico

Media tradicional

TV

Radio

Nuevos media

Plataformas audiovisuales (OTT)

Plataformas videojuegos (PC/Consolas, Apps, Web, SmarTV)

Profesional

Productoras segmento profesional

Contenidos Corporativos / Gamificación

Contenidos de publicidad

Videos musicales

Gestión de derechos

Localizadores / Scouting

Empresas de apoyo para anuncios

Merchandising

Soporte y Mantenimiento

Operadores Telco

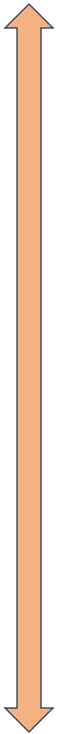
Financiación

FUENTE:
Cluster Development

¿VALOR?

NIVEL DE DESARROLLO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Creativo



Operativo

Conocimiento del sector-segmento.

Tangibilización de los desarrollos creativos

Incorporación y adaptación de tecnologías

Incorporación a cadenas globales de valor

Desarrollo de alianzas y espacios de coproducción

Nuevos modelos de competencia



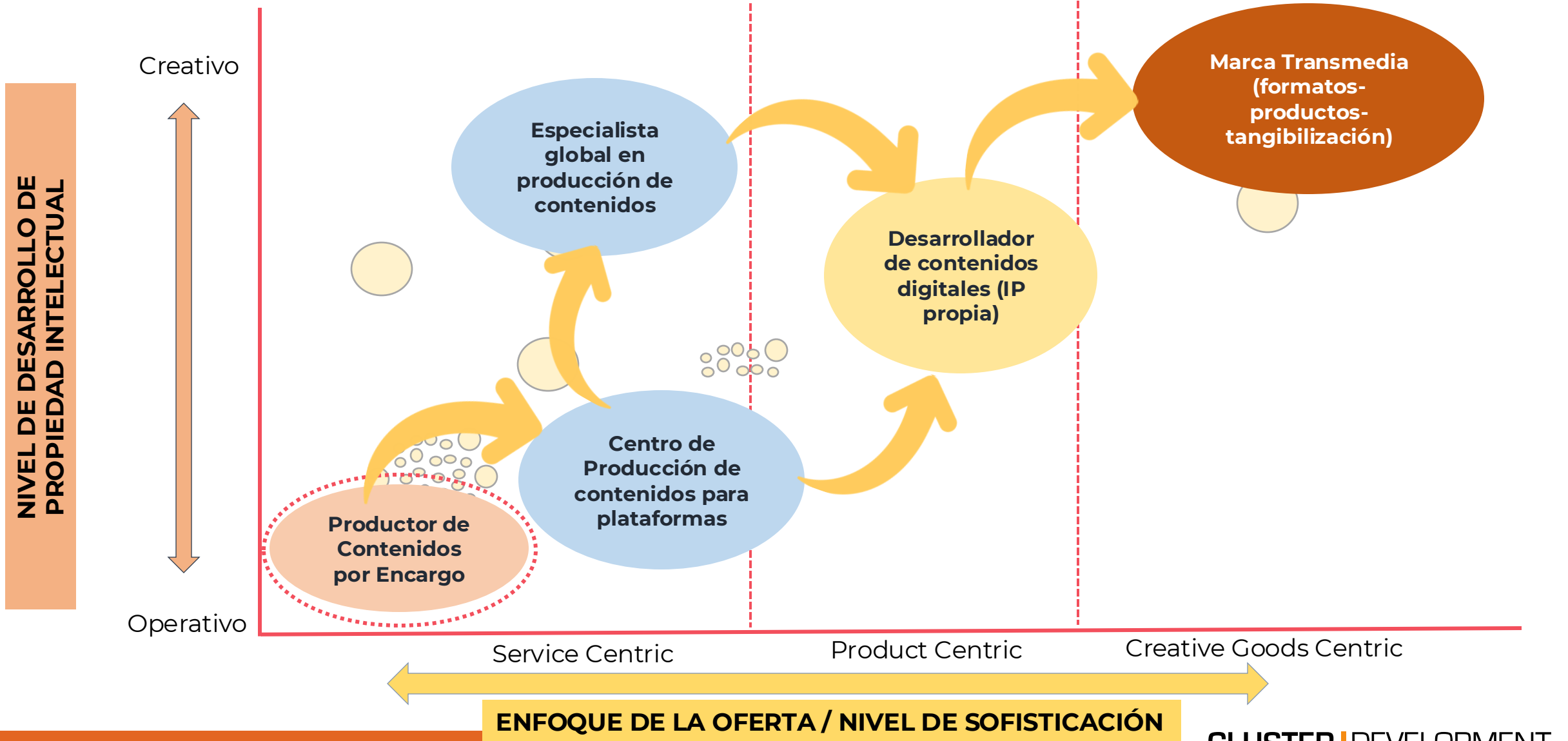
Service Centric

Product Centric

Creative Goods Centric

ENFOQUE DE LA OFERTA / NIVEL DE SOFISTICACIÓN

Posicionamiento Estratégico





Iniciativa Cluster de Industrias Creativas
Medellín y Antioquia

Lideran



Alcaldía de Medellín
Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación



CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA

!Lo analizamos detalladamente!

NIVEL DE DESARROLLO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Creativo

Operativo

Especialista global en producción de contenidos

Desarrollador de contenidos digitales (IP propia)

Centro de Producción de contenidos para plataformas

Marca Transmedia (formatos-productos-tangibilización)

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Área Creativa / Creación / Desarrollo:**
 - Adaptación técnica (estándares internacionales)
 - Capacitación en software especializado (formación continua)
 - Incorporación de tendencias globales (consumo de contenido)
 - Flexibilidad (adaptación a formatos y plataformas)
- Atracción / Gestión de Negocios:**
 - Desarrollo de redes de contacto (eventos y ferias)
 - Incentivos (diferenciación para la toma de servicios)
 - Posicionamiento como hub de producción
 - Desarrollo de una oferta de valor clara
 - Facilitación de procesos (trámites internos)
- Producción:**
 - Optimización de flujos de trabajo (eficiencia y estructura)
 - Uso de tecnologías avanzadas
 - Producción escalable (múltiples proyectos simultáneos)
 - Equipo multidisciplinarios (crew que integre expertos)
 - Monitoreo y control de calidad
- Comercialización / Distribución:**
 - Relaciones estratégicas con plataformas
 - Licenciamiento de servicios (ofrecer los servicios)
 - Branding de la empresa como fábrica de contenido
 - Diversificación de clientes
 - Métricas de desempeño (indicadores de impacto y éxito)

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Área Creativa / Creación / Desarrollo:**
 - Especialización en áreas creativas avanzadas
 - Dominio de lenguajes de guion avanzados
 - Innovación en técnicas visuales
 - Uso de nuevas tecnologías (AR/VR, IA, Metaverso)
 - Adaptabilidad a proyectos complejos
- Atracción / Gestión de Negocios:**
 - Networking Internacional
 - Marketing en nichos de mercado (conocimiento del cliente)
 - Incentivos y bonificaciones (beneficios por subcontratar)
 - Certificaciones internacionales
 - Paquetes flexibles de servicios especializados
- Producción:**
 - Uso de servidores en la nube (colaboración internacional)
 - Producción distribuida (compartir tareas especializadas)
 - Automatización de procesos (herramientas - eficiencia)
 - Adaptación técnica a diferentes formatos.
- Comercialización / Distribución:**
 - Monetización de servicios especializados (conocimiento)
 - Acuerdos de exclusividad (crear contratos base)
 - Expansión de presencia global (ingreso a mercados de interés)
 - Fidelización de clientes internacionales

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Área Creativa / Creación / Desarrollo:**
 - Conocimiento del consumidor (prosumidor)
 - Innovación en narrativas - narrativas globales
 - Mundo de creación expansible (secuelas, adaptaciones)
 - Control creativo total (consistencia y fidelidad)
- Atracción / Gestión de Negocios:**
 - Alianzas estratégicas (estudios o plataformas)
 - Inversionistas (creación de comunidad de inversión)
 - Protección de la IP (derechos de autor y marcas)
 - Licenciamiento global (negociar para explotación de IP)
 - Desarrollo de franquicias (Atraer producciones interesadas)
- Producción:**
 - Escalabilidad del equipo creativo (crew -fases de producción)
 - Desarrollo iterativo (gestión de cambios rápidos)
 - Producción interna de activos clave (arte, guiones, música)
 - Colaboración con estudios externos (subcontratar-coproducir)
 - Eficiencia en los tiempos de producción (flujo de trabajo)
- Comercialización / Distribución:**
 - Expansión de la IP (Comercializar)
 - Merchandising y productos derivados
 - Licenciamiento a terceros
 - Participación en festivales y ferias (eventos)
 - Modelos de monetización escalables (suscripción, microtransacciones, Freemium, etc.)

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Área Creativa / Creación / Desarrollo:**
 - Diseño integral de la narrativa (diferentes plataformas)
 - Adaptabilidad de personajes (ajustarse al formato)
 - Colaboración con expertos en diferentes medios
 - Coherencia estética (expansión IP)
 - Evolución de la narrativa (diferencial por formato)
- Atracción / Gestión de Negocios:**
 - Alianzas con productoras especializadas
 - Licenciamiento de la IP a diferentes industrias
 - Inversión en el desarrollo Transmedia
 - Marketing en diferentes medios
 - Crecimiento de audiencias
- Producción:**
 - Uso eficiente de activos (compartir recursos)
 - Producción simultánea (varias plataformas y formatos)
 - Control creativo (garantizar coherencia en los formatos)
 - Diversificación del equipo creativo (expertos en diferentes medios)
- Comercialización / Distribución:**
 - Licenciamiento de la IP en diferentes mercados
 - Venta de productos derivados
 - Campaña de marketing multiplataforma
 - Expansión Internacional y medición del impacto
 - Crear comunidad (acercamiento con consumidores)

ENFOQUE DE LA OFERTA

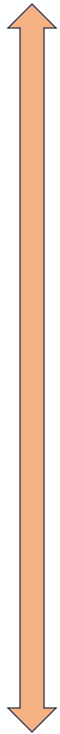
Product Centric

CLUSTER DEVELOPMENT

!Encontramos Factores en Común;

NIVEL DE DESARROLLO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Creativo



Operativo

Área Creativa / Creación / Desarrollo:

- **Adaptabilidad y flexibilidad:** La adaptabilidad a distintos formatos, tecnologías y plataformas
- **Innovación y especialización:** Incorporación de tecnologías emergentes y avanzadas, como AR/VR e IA, así como el uso de técnicas visuales innovadoras.
- **Enfoque en narrativa y contenido:** Desarrollo de la narrativa y la coherencia estética de las producciones, con énfasis en la creación de IP (propiedad intelectual) y la expansión de contenido.

Atracción / Gestión de Negocios:

- **Redes de contacto y marketing:** Desarrollo de redes de contacto (networking) y el marketing enfocado en nichos de mercado específicos o clientes internacionales.
- **Incentivos y certificaciones:** Uso de incentivos, bonificaciones y la obtención de certificaciones internacionales que añaden valor al servicio.
- **Paquetes de servicios especializados:** Ofrecer servicios personalizados y flexibles para ajustarse a las necesidades de los clientes.

Producción:

- **Escalabilidad y optimización:** La escalabilidad de la producción y la eficiencia de los procesos mediante el uso de tecnologías y optimización de recursos.
- **Colaboración y uso de recursos compartidos:** Uso de recursos en la nube y la colaboración con equipos externos, asegurando eficiencia en el flujo de trabajo.
- **Control de calidad y automatización:** Mantener el control de calidad y la eficiencia a través de la automatización y el monitoreo de procesos.

Comercialización / Distribución:

- **Expansión y fidelización:** Presencia global y la fidelización de clientes internacionales como puntos clave.
- **Licenciamiento y venta de productos derivados:** licenciamiento de IP y la creación de productos derivados
- **Estrategias de marketing multicanal:** Se sugiere la campaña de marketing en múltiples plataformas, incluyendo la creación de comunidades alrededor del producto.

Service Centric

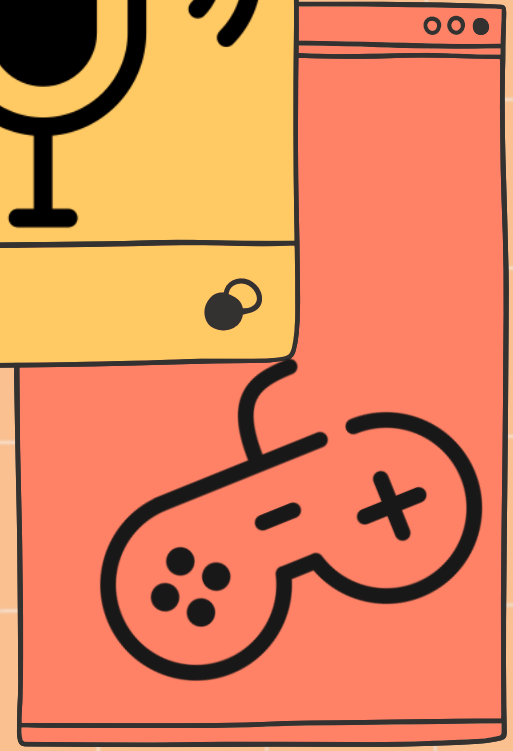
Product Centric

Creative Goods Centric

ENFOQUE DE LA OFERTA / NIVEL DE SOFISTICACIÓN

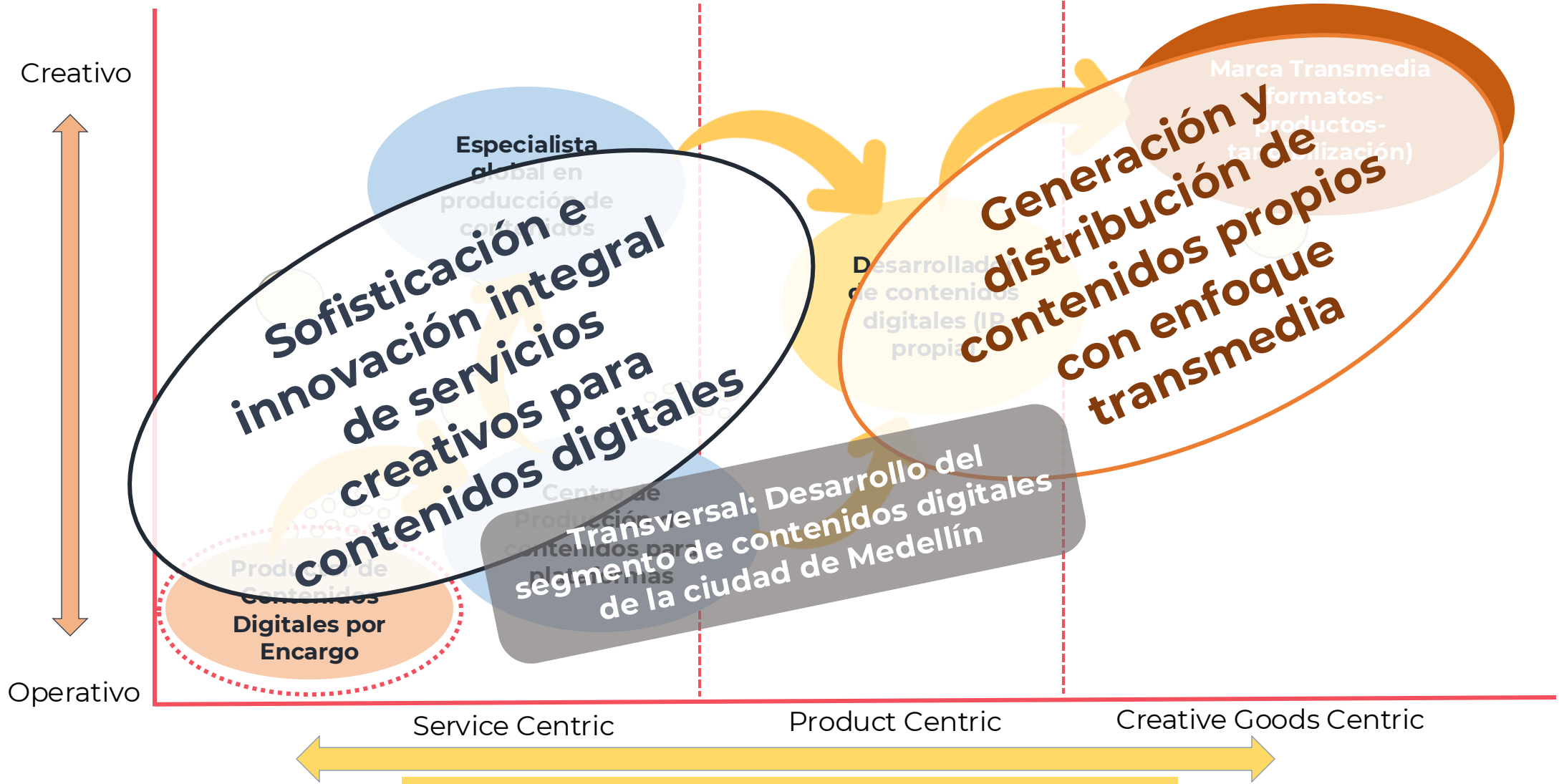


PLAN DE ACCIÓN



Áreas estratégicas

NIVEL DE DESARROLLO DE PROPIEDAD INTELECTUAL



ENFOQUE DE LA OFERTA / NIVEL DE SOFISTICACIÓN

Service Development / I+D Servicio

1

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ÁREAS CREATIVAS AVANZADAS

- Diagnóstico de potencialidades de la oferta actual.
- Análisis del mercado de los servicios claves: Script, musicalización, VFX, etc.

2

PROGRAMA DE INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS EN EL DESARROLLO DE LOS SERVICIOS

- Gestión de tecnologías emergentes para la sofisticación de la oferta
- Mapeo y atracción de tecnologías

3

DESARROLLO DE HERRAMIENTA PARA PRECIOS BASE EN PROPUESTAS DE SERVICIOS

- Realizar ejercicio de Benchmarking que permitan definir los precios base por mercado y formato para cada formato, lo cual permita tener bases para la presentación de propuestas.

4

MAPEO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA LA OFERTA DE SERVICIOS DE MEDELLÍN (SERVICIOS + TALENTOS)

- Análisis del atractivo de mercado: Dimensión del mercado, evolución, segmentos de mayor crecimiento
- Establecer los principales criterios de compra. Caracterización del potencial cliente.
- Interacción con cadena locales e internacionales de servicios creativos.

5

DESARROLLO DE UNA NARRATIVA DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS POR MERCADOS PRIORIZADOS, UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y EVENTOS

- Diseño de catálogo de OFERTA CIUDAD
 - Narrativa de posicionamiento nacional e internacional
 - Participación en eventos claves para la promoción comercial

6

PLATAFORMA CON PORTAFOLIO DE LA OFERTA PARA LA GESTIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS (MARKETPLACE CON DINAMIZACIÓN)

- Repositorio de servicios y portafolio. Desarrollo de esquema para la gestión de la demanda

Atracción / Gestión de Negocios

Producción

7

MAPEO Y ESTIMACIÓN DE CAPACIDADES DE CIUDAD (TÉCNICAS + GESTIÓN) PARA LA PRESTACIÓN CUALIFICADA DE SERVICIOS EN PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

- Construcción de Portafolio compartido
- Ejercicio de Benchmarking internacional, esquema y formato de divulgación resultados
- Priorización de vertical de negocio, o mercado objetivo

8

DESARROLLO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON INDUSTRIA AUXILIAR Y SOPORTE

- Caracterización de la industria auxiliar y soportes para entender la oferta.
- Espacios de articulación para alinear necesidades de la demanda.
- Plan de cierre de brechas requerido. Tarifas diferenciales. Alianzas con enfoque al negocio

9

INTELIGENCIA DE MERCADOS QUE PROPORCIONE INFORMACIÓN DE CADENAS DE PRODUCCIÓN LOCAL O GLOBAL DE CONTENIDOS.

- Análisis del mercado de cadena de producción
- Entender cómo adherirnos en procesos de producción en cadenas por proyecto.
- Criterios de compra claves para participar de estas cadenas

10

ESPACIOS DE ARTICULACIÓN Y NETWORKING VERTICAL PARA LA INTERACCIÓN CON LA DEMANDA DE SERVICIOS CREATIVOS

- Estudio previo para detección de sectores claves y potenciales (turismo, música, demandas sofisticadas)
- Organización de sesión de Networking vertical por sector identificado.
- Desarrollo de espacios conjuntos para definición de proyectos entre oferta y demanda.

11

METODOLOGÍA PARA EL MAPEO, PRIORIZACIÓN Y AGENDA DE EVENTOS DE INTERÉS (PROPIOS, PARTICIPACIÓN Y/O ATRACCIÓN) PARA EL SERVICE DISTRIBUTION

- Diagnosticar eventos de interés para la industria. Diseñar una estrategia de captación de los eventos. Constituir un órgano consultivo para elegir qué eventos pueden ser estratégicos.

Comercialización/ Distribución

Ejercicio de Priorización

Sofisticación e innovación integral de servicios creativos para contenidos

- | | | |
|----|--|---|
| 1 | Programa de especialización en áreas creativas avanzadas | 5 |
| 2 | Programa de incorporación de tecnologías avanzadas en el desarrollo de los servicios | 2 |
| 3 | Desarrollo de herramienta para precios base en propuestas de servicios | 1 |
| 4 | Mapeo de oportunidades de negocio para la oferta de servicios de Medellín (servicios + talentos) | 7 |
| 5 | Desarrollo de una narrativa del portafolio de servicios por mercados priorizados, una campaña de comunicación y eventos | 2 |
| 6 | Plataforma con portafolio de la oferta para la gestión de nuevos negocios (marketplace con dinamización) | 1 |
| 7 | Mapeo y estimación de capacidades de ciudad (técnicas + gestión) para la prestación cualificada de servicios en producción de contenidos. | 2 |
| 8 | Desarrollo de alianzas estratégicas con industria auxiliar y soporte | 1 |
| 9 | Inteligencia de mercados que proporcione información de cadenas de producción local o global de contenidos. | 4 |
| 10 | Espacios de articulación y networking vertical para la interacción con la demanda de servicios creativos | 2 |
| 11 | Metodología para el mapeo, priorización y agenda de eventos de interés (propios, participación y/o atracción) para el service distribution | 2 |



LÍNEAS DE ACCIÓN

| | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|------|------|------|------|------|
| 1 Programa de especialización en áreas creativas avanzadas | | | | | |
| 2 Programa de incorporación de tecnologías avanzadas en el desarrollo de los servicios | | | | | |
| 3 Desarrollo de herramienta para precios base en propuestas de servicios | | | | | |
| 4 Mapeo de oportunidades de negocio para la oferta de servicios de Medellín (servicios + talentos) | | | | | |
| 5 Desarrollo de una narrativa del portafolio de servicios por mercados priorizados, una campaña de comunicación y eventos | | | | | |
| 6 Plataforma con portafolio de la oferta para la gestión de nuevos negocios (marketplace con dinamización) | | | | | |
| 7 Mapeo y estimación de capacidades de ciudad (técnicas + gestión) para la prestación cualificada de servicios en producción de contenidos. | | | | | |
| 8 Desarrollo de alianzas estratégicas con industria auxiliar y soporte | | | | | |
| 9 Inteligencia de mercados que proporcione información de cadenas de producción local o global de contenidos. | | | | | |
| 10 Espacios de articulación y networking vertical para la interacción con la demanda de servicios creativos | | | | | |
| 11 Metodología para el mapeo, priorización y agenda de eventos de interés (propios, participación y/o atracción) para el service distribution | | | | | |

**Sofisticación e innovación integral de
servicios creativos para contenidos**

Línea de acción 4

Mapeo de oportunidades de negocio para la oferta de servicios de Medellín (servicios + talentos)

Objetivo: Identificar y comunicar oportunidades de crecimiento para las empresas de servicios de Medellín, aprovechando el potencial del outsourcing de servicios especializados y la focalización en la oferta, con énfasis en el mapeo de talentos y capacidades locales que fortalezcan la competitividad del sector servicios en la región.

**Presupuesto
aproximado global**

**4 Estudios: 60 – 70 millones
COP = +/- 280 millones COP**

Actividades Principales

1

Análisis de Atractividad del Mercado



- Evaluar la atractividad del mercado del outsourcing de servicios, enfocándose en la dimensión del mercado, su evolución, y los segmentos con mayor crecimiento.

2

Identificación y Análisis de Líderes Internacionales



- Investigar y analizar a los principales líderes internacionales en outsourcing de servicios para comprender su estructura organizativa, su modelo de negocio y sus niveles de crecimiento y facturación.

3

Detección de Polos y Clústeres Especializados



- Analizar si existe una tendencia a especializarse en función de aspectos geográficos, lo que brindará información útil para la proyección regional de Medellín.

4

Establecimiento de Criterios de Compra del Cliente



- Examinar la relación cliente-proveedor y las demandas de exclusividad para comprender mejor los requisitos y expectativas del mercado.

5

Match capacidades a nivel interno



- Identificar factores diferenciadores, oportunidades de posicionamiento como alternativa nearshore con servicios de alto valor añadido y los principales clientes actuales del sector.

6

Sesión de Trabajo y Matchmaking



- Espacios de transferencia de conocimiento y relación con expertos para facilitar la conexión entre empresas del sector y potenciales cliente-socios.

Área Creativa /
Creación /
Desarrollo

1

ESTUDIOS DE MERCADO Y MODELOS DE NEGOCIOS PARA DEFINICIÓN DE CREACIÓN DE PRODUCTOS PROPIOS. (EXPERTOS Y CASOS DE ÉXITO)

- Caracterización de audiencias/nichos/tribus para el desarrollo de contenidos dirigidos. Tomar decisiones con data. Formación en modelos de negocio de IP que fortalezca el desarrollo.
- Criterios de compra de plataformas (Relacionamiento), análisis de tipos de contenidos.

2

PROGRAMA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES TÉCNICAS E INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS

- Identificación de brechas y generación de plan de cierre de brechas en capacidades técnicas e incorporación de tecnologías.
- Participación y desarrollo de eventos especializados.

3

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES EN NEGOCIACIÓN DE CONTENIDOS. (EXPERTOS Y CASOS DE ÉXITO)

- Identificación de brechas y generación de plan de cierre de brechas en capacidades DE NEGOCIACIÓN de contenidos propios.

4

MAPEO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDOS PROPIOS (IP PROPIA)

- Determinar quiénes son los principales canales de comercialización.
- Establecer alianzas con productoras y publishers estratégicos (segmentando por mercado/país/audiencia)

5

DESARROLLO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON PRODUCTORAS CLAVES PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDO PROPIO (CAPACIDADES EN COPRODUCCIÓN)

- Caracterización del ecosistema y productoras internacionales claves.
- Espacios de Networking para establecer oportunidades de nuevas producciones.

6

METODOLOGÍA PARA EL MAPEO, PRIORIZACIÓN Y AGENDA DE EVENTOS DE INTERÉS (PROPIOS, PARTICIPACIÓN Y/O ATRACCIÓN) CON ENFOQUE EN IP PROPIA

- Diagnosticar eventos de interés para la industria. Diseñar una estrategia de captación de los eventos. Constituir un órgano consultivo para elegir qué eventos pueden ser estratégicos.

Atracción /
Gestión de
Negocios

Producción

7

UNIDAD DE VALORIZACIÓN DE LAS IP´S

- Apoyar el desarrollo y lanzamiento al mercado de los proyectos para estructurar el pipeline
- Fomentar la creación de IP's antioqueñas potentes a nivel internacional.
- Crear una colección de "casos de éxito" que permitan entender a las empresas cuáles son los FACTORES CLAVE DE ÉXITO en el desarrollo de contenidos.

8

PROGRAMA "INVESTORS POOL" PARA LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

- Identificar y crear grupos de inversionistas nacionales e internacionales interesados en invertir en los proyectos de creación de contenido. (PRIVADOS, PÚBLICOS)
- Facilitar la captación de fondos de financiamiento por parte de las empresas – créditos diferenciados.
- Gestión de capacidades de las empresas para la captación de capital (pitch, reel, piloto, etc.)

9

PROGRAMA DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE COMUNIDADES

- Identificar nichos de mercado de interés.
- Establecer espacios de formación en la generación de comunidades para los sectores.
- Desarrollar Guía para la gestión y estrategias que favorezcan el crecimiento de la comunidad y su interacción.

10

JORNADAS DE MATCHMARKING CON CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Mapeo de espacios de aporte significativo para el desarrollo del matchmarketing.
- Participación en espacios desarrollados a partir de iniciativas del clúster o en el desarrollo y participación de ferias internacionales

11

GENERACIÓN DE DEMANDA A TRAVÉS DE CONTENIDO (MARKETING TERRITORIAL)

- Divulgación de casos de éxito para atraer la demanda
- Estructuración de directorio de potencial demanda para generar estrategias de captación de clientes
- Trabajo articulado para la generación de contenido.

Comercialización/ Distribución

Ejercicio de Priorización

Generación y distribución de contenidos propios con enfoque transmedia

- | | | |
|----|--|---|
| 1 | Estudios de mercado y modelos de negocios para definición de creación de productos propios. (Expertos y casos de éxito) | 4 |
| 2 | Programa de desarrollo de capacidades técnicas e incorporación de tecnologías | 3 |
| 3 | Fortalecimiento de capacidades en negociación de contenidos. (Expertos y casos de éxito) | 3 |
| 4 | Mapeo de oportunidades de negocio para el desarrollo de contenidos propios (IP propia) | 1 |
| 5 | Desarrollo de alianzas estratégicas con productoras claves para la generación de contenido propio (capacidades en coproducción) | 4 |
| 6 | Metodología para el mapeo, priorización y agenda de eventos de interés (propios, participación y/o atracción) con enfoque en IP propia | 2 |
| 7 | Unidad de valorización de las IP 's | 2 |
| 8 | Programa "Investors Pool" para la financiación de proyectos | 7 |
| 9 | Programa de buenas prácticas para la creación y gestión de comunidades | 1 |
| 10 | Jornadas de matchmarketing con canales de distribución | 2 |
| 11 | Generación de demanda a través de contenido (marketing territorial) | 2 |



LÍNEAS DE ACCIÓN

| | | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|-----------|---|------|------|------|------|------|
| 1 | Estudios de mercado y modelos de negocios para definición de creación de productos propios. (Expertos y casos de éxito) | | | | | |
| 2 | Programa de desarrollo de capacidades técnicas e incorporación de tecnologías | | | | | |
| 3 | Fortalecimiento de capacidades en negociación de contenidos. (Expertos y casos de éxito) | | | | | |
| 4 | Mapeo de oportunidades de negocio para el desarrollo de contenidos propios (IP propia) | | | | | |
| 5 | Desarrollo de alianzas estratégicas con productoras claves para la generación de contenido propio (capacidades en coproducción) | | | | | |
| 6 | Metodología para el mapeo, priorización y agenda de eventos de interés (propios, participación y/o atracción) con enfoque en IP propia | | | | | |
| 7 | Unidad de valorización de las IP´s | | | | | |
| 8 | Programa “Investors Pool” para la financiación de proyectos | | | | | |
| 9 | Programa de buenas prácticas para la creación y gestión de comunidades | | | | | |
| 10 | Jornadas de matchmaking con canales de distribución | | | | | |
| 11 | Generación de demanda a través de contenido (marketing territorial) | | | | | |

Generación y distribución de contenidos propios con enfoque transmedia

Línea de acción 8

Programa “INVESTORS POOL” para la financiación de proyectos

Objetivo: Facilitar la captación de fondos para empresas de Medellín en los sectores de contenidos audiovisuales, animación y videojuegos, apoyando proyectos de IP propia y promoviendo el crecimiento y sostenibilidad del ecosistema local.

**Presupuesto
aproximado global**

250 Millones COP

Actividades Principales

1

Conformación del Grupo de Inversores



- Crear un grupo de inversores interesados en financiar empresas de contenidos audiovisuales, animación y videojuegos en Medellín. Estará compuesto por privados, ventures capital, público, etc.

4

Evaluación de la Creación de un Fondo Conjunto



- Explorar la posibilidad de establecer un fondo conjunto que permita aglutinar recursos de diferentes actores del grupo de inversores, facilitando una inversión más estructurada.

2

Definición de las Reglas de Inversión



- Establecer las “reglas del juego” para los inversores, especificando el tipo de proyectos o empresas en los que se enfocará la inversión, los límites máximos y mínimos de capital invertido, las rentabilidades deseadas, ...

5

Selección de Proyectos con Evaluación Positiva



- Asociar la actividad del Investors Pool a proyectos con evaluación positiva provenientes de la Unidad de Valorización, priorizando iniciativas que demuestren alto potencial de crecimiento.

3

Análisis de Rentabilidad y Retornos



- Determinar los criterios de rentabilidad y los requisitos de retorno de inversión para cada tipo de proyecto financiado, asegurando que el programa se enfoque en iniciativas con alto potencial de impacto y sostenibilidad.

6

Monitoreo y Reporte del Desempeño del Programa



- Implementar un sistema de monitoreo y generación de reportes para evaluar el progreso de los proyectos financiados y proporcionar retroalimentación continua a los inversores

Empresas de contenidos digitales

1

PROGRAMA DE MENTORING “INHERITED CREATIVITY”

- Generar un grupo de expertos capaces de dar soporte y guía a start up's y microempresarios.
- Creación de la marca de mentoring y de los perfiles de mentores.
- Jornadas de presentación y Marchmarketing con el segmento.

2

PROGRAMA DE REFUERZO EN LA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

- Análisis de las brechas de comercialización con énfasis en propiedad intelectual.
- Caracterización de las empresas de referencia y Benchmarking en mercado desarrollado
- Identificación de agentes de soporte en propiedad intelectual y guía de buenas prácticas.

3

POSICIONAMIENTO DEL CLÚSTER A NIVEL INTERNACIONAL

- Realización de un viaje de referencia anual con clusters a nivel mundial
- Participación en espacios para generación de futuras oportunidades de negocio.
- Realización de seminarios o ferias.

4

PROGRAMA DE INMERSIÓN LABORAL PARA ESTUDIANTES DEL SEGMENTO

- Identificación de las IES que imparten formación a perfiles potenciales para el segmento.
- Caracterización de la oferta educativa y brechas identificadas entre academia e industria.
- Acciones de interacción directa con los estudiantes con enfoque diferenciado para la industria (participación en programas, pasantías, prácticas, asistencia a taller y/o foros, visitas técnicas, etc.)

5

ESPACIOS DE ARTICULACIÓN CON LA ACADEMIA PARA LA FORMACIÓN CONJUNTA

- Conseguir que las universidades y centros de educación adapten sus programas con las necesidades reales de las empresas del sector.
- Reforzar las líneas de capacitación del talento de las empresas a nivel nacional e internacional.

6

DESARROLLO DE REDES DE CONOCIMIENTO CON VINCULACIÓN DE TALENTO HUMANO INTERNACIONAL.

- Planteamiento de aliados para las redes de conocimiento.
- Priorización de enfoque o área de trabajo de las diferentes redes
- Estructuración de metodología para la gestión y funcionamiento

Ejercicio de Priorización

**Transversal: Desarrollo del segmento de
contenidos de la ciudad de Medellín**

| | | | |
|---|--|---|---|
| 1 | Programa de Mentoring "INHERITED CREATIVITY" | 3 | |
| 2 | Programa de refuerzo en la gestión de la propiedad intelectual | 6 | ★ |
| 3 | Posicionamiento del clúster a nivel internacional | 2 | |
| 4 | Programa de inmersión laboral para estudiantes del segmento | | |
| 5 | Espacios de articulación con la academia para la formación conjunta | 5 | |
| 6 | Desarrollo de redes de conocimiento con vinculación de talento humano internacional. | 6 | ★ |

Transversal: Desarrollo del segmento de contenidos de la ciudad de Medellín

LÍNEAS DE ACCIÓN

| | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|---|------|------|------|------|------|
| 1 Programa de Mentoring “INHERITED CREATIVITY” | | | | | |
| 2 Programa de refuerzo en la gestión de la propiedad intelectual | | | | | |
| 3 Posicionamiento del clúster a nivel internacional | | | | | |
| 4 Programa de inmersión laboral para estudiantes del segmento | | | | | |
| 5 Espacios de articulación con la academia para la formación conjunta | | | | | |
| 6 Desarrollo de redes de conocimiento con vinculación de talento humano internacional. | | | | | |

Línea de acción 2

Programa de refuerzo en la gestión de la propiedad intelectual

Objetivo: Incrementar la rentabilidad de las empresas de contenidos audiovisuales, animación y videojuegos de Medellín mediante un programa de refuerzo en la gestión de la propiedad intelectual, facilitando tanto la venta de IPs propias como la identificación de agentes especializados en comercialización de propiedad intelectual.

**Presupuesto
aproximado global**

150 Millones COP

Actividades Principales

1

Entrevistas y Análisis de Comercialización



- Realizar entrevistas a empresas del segmento en Medellín para entender a fondo los procesos de venta de IPs. Identificar puntos críticos y errores comunes en la comercialización.

2

Estudio de Empresas de Referencia



- Investigar empresas de referencia en el sector de contenidos audiovisuales, animación y videojuegos para comprender mejor sus estrategias de comercialización de IPs.

3

Evaluación del Impacto de Colaboradores Especializados



- Analizar el impacto de contar con colaboradores especializados en la negociación de venta de IPs, evaluando cómo su participación ha incrementado la rentabilidad de los proyectos en empresas de referencia.

4

Identificación de Agentes de Apoyo



- Detectar y catalogar agentes de apoyo que puedan ofrecer servicios a las empresas de Medellín en la gestión y venta de propiedad intelectual, priorizando aquellos que cuenten con experiencia específica en el sector

5

Preparación de un Seminario sobre Comercialización de IPs



- Organizar un seminario para exponer las conclusiones del análisis realizado, resaltando los factores críticos de éxito en la comercialización de IPs. Pasos seguidos por empresas exitosas en la venta de sus IPs y lecciones aprendidas.

6

Presentación de Agentes de Apoyo al Sector



- Dar a conocer los agentes de apoyo identificados que puedan brindar asistencia en la comercialización de IPs. Este espacio servirá para conectar a las empresas del sector con expertos

Línea de acción 6

Desarrollo de redes de conocimiento con vinculación de talento humano internacional.

Objetivo: Fortalecer la transferencia y atracción de conocimiento en el Cluster de Industrias Creativas de Medellín y Antioquia, mediante el desarrollo de redes de conocimiento que vinculen talento humano internacional, creando espacios propicios para el desarrollo, la innovación y la adopción de nuevas tecnologías.

**Presupuesto
aproximado global**

250 Millones COP

Actividades Principales

1

Diagnóstico del Estado Actual de las Redes de Conocimiento



- Realizar un diagnóstico detallado para comprender el estado actual de las redes de conocimiento en el segmento, identificando las barreras, limitaciones y principales retos.

2

Definición y Priorización de Áreas de Enfoque



- Esta priorización permitirá que los esfuerzos se orienten hacia las temáticas con mayor relevancia y potencial de impacto para el desarrollo del cluster y las empresas.

3

Mapeo de Actores Potenciales



- Identificar y mapear los actores clave que podrían formar parte de las redes de conocimiento, incluyendo agrupaciones regionales, actores nacionales, miembros de la diáspora colombiana, y otros colaboradores internacionales.

4

Estrategias de Interacción con Actores Potenciales



- Definir estrategias de interacción que faciliten un primer acercamiento con los actores potenciales mapeados. Estas estrategias deben estar orientadas a construir relaciones sólidas y promover el intercambio de conocimiento

5

Establecimiento de Mesas de Trabajo



- Estas mesas servirán como espacios de colaboración para la resolución de problemáticas y generación de ideas.

6

Implementación de Metodologías para Gestión



- Desarrollar e implementar metodologías que permitan gestionar, fortalecer y dar continuidad a las redes de conocimiento. Estas metodologías deben asegurar la participación activa de los miembros y facilitar el flujo de conocimiento

¿ESTAMOS DE ACUERDO?



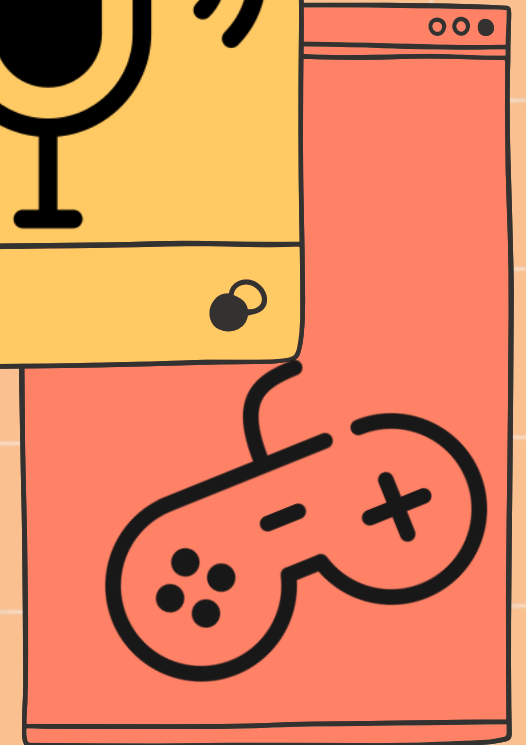
**Mencione aspectos claves para
tener en cuenta en la
implementación del plan de acción**



Join at [menti.com](https://www.menti.com) | use code 3259 6965



¿QUÉ SIGUE?





**Iniciativa Cluster
de Industrias Creativas**
Medellín y Antioquia

Lideran



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación



**CAMARA DE COMERCIO
DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA**

HOJA DE RUTA CONTENIDOS DIGITALES

Generación y distribución de contenidos propios con enfoque **transmedia**

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 1 Estudios de mercado y modelos de negocios para definición de creación de productos propios. (Expertos y casos de éxito)
- 2 Programa de desarrollo de capacidades técnicas e incorporación de tecnologías
- 3 Fortalecimiento de capacidades en negociación de contenidos. (Expertos y casos de éxito)
- 4 Mapeo de oportunidades de negocio para el desarrollo de contenidos propios (IP propia)
- 5 Desarrollo de alianzas estratégicas con productoras claves para la generación de contenido propio (capacidades en coproducción)
- 6 Metodología para el mapeo, priorización y agenda de eventos de interés (propios, participación y/o atracción) con enfoque en IP propia
- 7 Unidad de valorización de las **IP's**
- 8 Programa "Investors Pool" para la financiación de proyectos
- 9 Programa de buenas prácticas para la creación y gestión de comunidades
- 10 Jornadas de matchmarketing con canales de distribución
- 11 Generación de demanda a través de contenido (marketing territorial)

5 a 6 meses

NOVIEMBRE 2024



Y AHORA????

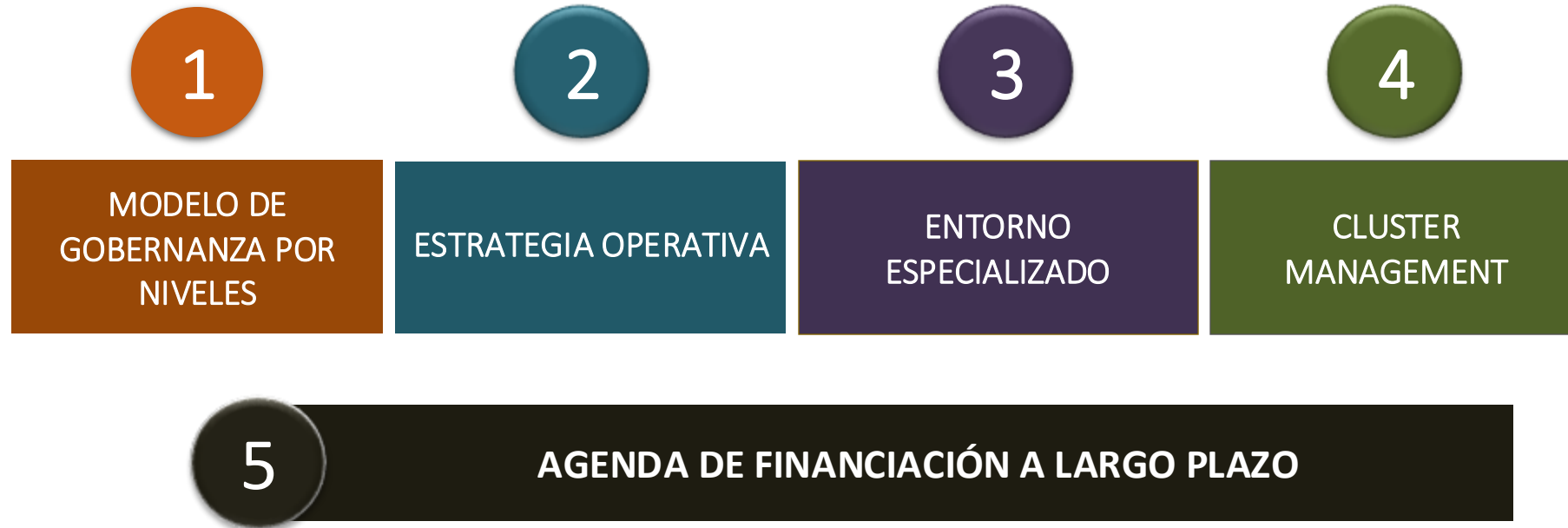
AÑOS...

**SE REQUIERE UN ESQUEMA DE GOBERNANZA Y REGLAS
CLARAS DE JUEGO PARA IMPLEMENTAR ACCIONES**

ELEMENTOS A TENER EN CUENTA EN ESTE MODELO

- **Singularidad** y en algunos casos **oportunidades de convergencia** de los segmentos identificados.
- **Reconocimiento de procesos previos y sus enfoques** en el trabajo articulado de actores de los diferentes segmentos.
- **Niveles de interacción diferenciados** que permitan mantener dinámica de cluster (Consejo Asesor, mesas operativas, comités adhoc por proyectos, plenaria).
- **Potenciar liderazgos** con la capacidad y convicción frente a la agenda de futuro propuesta.
- Espacios y reglas de juego que faciliten la **puesta en marcha efectiva del plan de acción concertado con las empresas.**

CLAVES PARA LA SOSTENIBILIDAD



1

“TENER UN NUCLEO DURO EMPRESARIAL CONSOLIDADO COMO ORGANO DECISOR Y UN NUMERO IMPORTANTE (>30%) DE EMPRESAS VINCULADAS EN LA GOBERNANZA Y EN PROYECTOS DE IMPLEMENTACIÓN”

GOBERNANZA

2

“AGENDA DE IMPLEMENTACIÓN EN MARCHA, METODOLOGÍAS DE IDENTIFICACIÓN Y GENERACIÓN DE PROYECTOS A PARTIR DE LA ESTRATEGIA, IMPLEMENTADAS Y REGLAS DE JUEGO ESTABLECIDAS”

ESTRATEGIA OPERATIVA

3

“LAS IES Y LA POLÍTICA PÚBLICA ESPECIALIZA SU OFERTA (FORMATIVA, I+D, ...) Y PROGRAMAS DE APOYO EN FUNCIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y PROMUEVE LA INSTALACIÓN DE NUEVAS CAPACIDADES EN EL TERRITORIO”

ENTORNO ESPECIALIZADO

4

“EXISTE UN EQUIPO CON UN PERFIL AVANZADO DE INTERLOCUCIÓN CON LOS EMPRESARIOS (EJERCE LIDERAZGO) Y CON CAPACIDAD DE DEFINIR PROYECTOS Y GESTIONAR SU FORMULACIÓN ENTENDIENDO LA ESTRATEGIA”

CLUSTER MANAGEMENT

5

AGENDA DE FINANCIACIÓN A LARGO PLAZO



E³

VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO Y PROCESO DE CAMBIO ESTRATÉGICO CON LAS EMPRESAS

**MODELOS DE
GOBERNABILIDAD Y
TOMA DE DECISIONES**

LÍDERES DE LA ESTRATEGIA

MODELO DE PARTICIPACIÓN

MODELO DE GESTIÓN

**METODOLOGÍAS DE
TRABAJO Y REGLAS DE
JUEGO EN PROYECTOS**

REGLAS DE JUEGO EN LA
PARTICIPACIÓN

TIPOLOGÍA DE ACCIONES Y
METODOLOGÍAS
(I+D/BIZ DEV)

AGENDA DE IMPLEMENTACIÓN

AGENDA DE FINANCIACIÓN

E³

VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO Y PROCESO DE CAMBIO ESTRATÉGICO CON LAS EMPRESAS

MODELOS DE
GOBERNABILIDAD Y TOMA
DE DECISIONES

METODOLOGÍAS DE
TRABAJO Y REGLAS DE
JUEGO EN PROYECTOS

LÍDERES DE LA ESTRATEGIA

REGLAS DE JUEGO EN LA
PARTICIPACIÓN

MODELO DE PARTICIPACIÓN

TIPOLOGÍA DE ACCIONES Y
METODOLOGÍAS
(I+D/BIZ DEV)

MODELO DE GESTIÓN

AGENDA DE IMPLEMENTACIÓN

AGENDA DE FINANCIACIÓN

¿PARA QUÉ TENER UN MODELO DE GOBERNANZA OPERATIVA BASADA EN LA ESTRATEGIA?



PÚBLICO OBJETIVO DE LA INICIATIVA CLÚSTER



CONSOLIDAR EL LIDERAZGO EMPRESARIAL EMPODERANDO A LOS LÍDERES DEL CLÚSTER CON UN MODELO DE TOMA DE DECISIONES ÁGIL BASADO EN LA VISIÓN ESTRATÉGICA



CONSOLIDACIÓN DEL LIDERAZGO EMPRESARIAL COMPROMISO, EMPODERAMIENTO Y SENTIDO DE PERTENENCIA

NIVEL DE MADUREZ DE LA INICIATIVA CLUSTER

“Transformar las expectativas creadas en un modelo de trabajo con los empresarios para empoderarlos y conseguir su participación en la priorización”

PARTICIPACIÓN

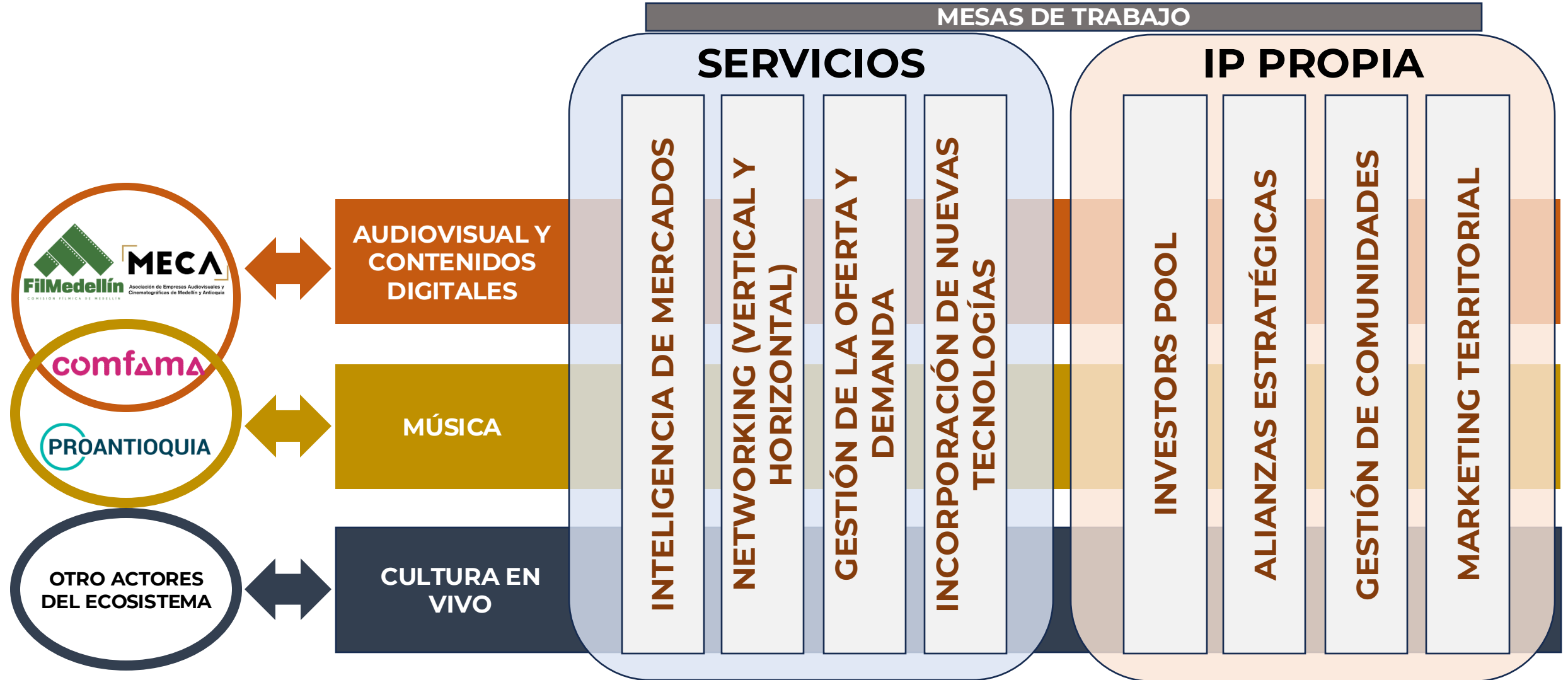
“Instalar un modelo de decisión ágil que trabaje a nivel operativo y a nivel estratégico, que permita la puesta en marcha de proyectos e incremente el compromiso de los empresarios en las decisiones”

COMPROMISO

“Tener un núcleo duro empresarial consolidado como órgano decisor y un número importante (>30%) de empresas vinculadas a los proyectos de implementación”

GOBERNANZA

Esquema de Trabajo



Manifestación de interés para participar en las mesas operativas

Gobernanza de la Iniciativa Cluster de Industrias Creativas de Medellín y Antioquia

La Iniciativa Cluster de Industrias Creativas de Medellín y Antioquia va a poner en marcha **2 mesas operativas** alineadas con las áreas estratégicas de trabajo para implementar las líneas de acción definidas. En estas mesas se van a concretar los perfiles de proyectos priorizados y se van a establecer las reglas de juego y de participación en los proyectos; serán espacios para la implementación o puesta en marcha de los proyectos.

Por favor seleccione la mesa o mesas operativas en la que le gustaría participar activamente (periodicidad de reuniones por definir):





CLÚSTER INDUSTRIAS CREATIVAS DE MEDELLÍN Y ANTIOQUIA

!GRACIAS!

Diciembre 2024