

**FILMVEST: UNA PLATAFORMA PARA POTENCIAR
PROYECTOS AUDIOVISUALES**

Iván Camilo Ariza Rodríguez

Juan Pablo Bermúdez Riaño

Proyecto de desarrollo empresarial

Asesora:
Linda Marín

Universidad de La Sabana

Facultad de Comunicación

Comunicación Audiovisual y Multimedia

Chía, Colombia
2024

Resumen

La creación de iniciativas empresariales de base tecnológica se ha dado con más fuerza en los últimos años; la razón: reducción de costos administrativos e incremento de potencial de escalabilidad del negocio. La creación de FILMVEST, una plataforma web que ofrece acceso a guías, asesorías, convocatorias y, en general, información relevante y actualizada para los productores e inversionistas del mercado audiovisual en Colombia, es una respuesta a una oportunidad latente en este mercado que se encuentra en fase de crecimiento. La plataforma está diseñada tanto para estudiantes como para productores establecidos, con el objetivo de promover la producción cinematográfica nacional y brindar conocimiento sobre alternativas a la financiación. FILMVEST tiene el potencial de aumentar la eficiencia, la rapidez y la accesibilidad de la educación en la industria cinematográfica colombiana, empoderar a los productores para navegar por los procesos de financiación estatal y explorar modelos alternativos, impulsando la producción cinematográfica nacional y contribuyendo a la diversidad y riqueza del panorama audiovisual del país.

Abstract

The creation of technology-based business initiatives has been stronger in recent years; the reason: reduction of administrative costs and increased potential for business scalability. The creation of FILMVEST, a web platform that offers access to guides, advice, calls for mentorships and, in general, relevant and updated information for actors in the audiovisual market in Colombia, is a response to a latent opportunity in this growing market. The platform is designed for both students and established producers, with the aim of promoting national film production and providing knowledge regarding alternatives to financing. FILMVEST has the potential to increase the efficiency, speed and accessibility of education in the Colombian film industry, empower producers to navigate state funding processes and explore alternative models, boosting national film production and contributing to the diversity and richness of the country's audiovisual landscape.

Índice:

Introducción.....	5
Problemática.....	5
Investigación y análisis.....	6
Mercado Audiovisual en Colombia.....	16
Reconocimiento Proyecto Nacional.....	19
Árbol de Problemas.....	19
Diagnóstico.....	21
Propuesta de Solución.....	22
Propuesta Única de Valor.....	22
Justificación.....	23
Objetivos.....	24
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
Marco Teórico.....	25
Ley 397 de 1997.....	25
Ley 814 de 2003.....	25
Inversionistas y donantes.....	26
FDC.....	29
Ley 1556 de 2012.....	30
FFC.....	30
CINA.....	31
Alternativas de Financiación.....	32
Benchmarking.....	36
Etapas del Proceso de Desarrollo Empresarial.....	44
1. Modelo de negocio y Producto mínimo viable (MVP).....	44
2. Constitución de la empresa.....	44
3. Desarrollo de marca.....	45
4. Definición de estructura organizacional (Departamentos y objetivos).....	45
5. Diseño UX y UI.....	45
6. Desarrollo web y testeo.....	45
7. Lanzamiento y Pauta.....	46
Modelo de Negocio.....	46
Asociaciones clave:.....	48
Actividades Clave:.....	49
Recursos Clave:.....	49
Propuesta de Valor:.....	49

Fuentes de Ingreso.....	50
Análisis FODA.....	51
Viabilidad.....	53
El Proyecto: Resumen Ejecutivo.....	53
Descripción: Objetivos, productos, canales.....	54
Infraestructura Tecnológica.....	55
Recurso Humano.....	55
Presupuesto.....	57
Cronograma.....	58
Plan de gestión: Precio de los planes.....	63
Viabilidad Económica: Estructura de Costos y Flujo de Caja.....	64
Punto de equilibrio.....	65
Viabilidad financiera: Fuentes de financiación.....	66
Desarrollo de Marca.....	67
Valores corporativos.....	67
Nombre.....	67
Imagotipo.....	68
Customer Journey.....	69
Prototipos.....	71
Inicio.....	71
Planes.....	73
Convocatorias.....	75
Guías interactivas.....	77
Conclusiones.....	79
Bibliografía.....	81

Introducción

El mercado audiovisual colombiano se compone de diversos actores. Desde que se inició, la legislación ha tenido la propensión por darse un lugar en las industrias creativas y culturales, de las cuales el audiovisual forma parte importante. El acceso a la información de los incentivos económicos y alivios tributarios favorecen el crecimiento de la industria y fomentan la participación en ella.

Esto se demuestra con el impacto que ha tenido la ley 814 de 2003, conocida como Ley del Cine; se pasaron de tener 4 estrenos colombianos en 2004 a tener 70 estrenos en el 2023 (DACMI, 2024). A pesar de este gran incremento en la producción del cine colombiano, gran parte de estos proyectos dependen de la financiación del Estado y estos estímulos, hoy en día, son muy competidos. Por estas razones, es necesario que los productores tengan claras las herramientas para participar en los procesos de financiación estatal y comprender otros modelos de financiación.

Estos procesos y modelos para producir cine en Colombia requieren de un conocimiento multidisciplinario junto con la experiencia de prueba y error en el mercado real. Con esto en mente, es pertinente definir un modelo de negocio que se base en tecnología para que esta pedagogía se haga de forma eficiente, rápida y accesible. La plataforma web FILMVEST ofrece acceso a guías, asesorías, convocatorias y, en general, información relevante y actualizada para los productores e inversionistas del mercado audiovisual en Colombia. Este acceso a la información está pensado, tanto para estudiantes como para profesionales establecidos en la industria. Con esta iniciativa promovemos la producción del cine nacional y permitimos a los productores conocer más sobre las alternativas a la financiación pública.

Problemática

Para ejecutar un diagnóstico apropiado de la industria cinematográfica en Colombia, es necesario tener cifras relevantes del mercado y de la producción de películas. Debido a que recientemente las cifras se vieron afectadas por la pandemia de COVID-19, se recopilaron datos de, al menos, la última década para poder llegar a conclusiones acertadas. El enfoque principal que se le quiere dar a este diagnóstico será la función de entender qué necesidades hay en el mercado con base en cifras de la Ley de Cine, y de los los estímulos por concurso más populares del Fondo de Desarrollo Cinematográfico (FDC). Esto, debido a que se quiere encontrar si, realmente, las personas que buscan estos estímulos finalmente los obtienen o si, por el contrario, el porcentaje de beneficiarios es muy bajo.

Además de esto, el diagnóstico debe permitir identificar de forma clara una necesidad en el mercado audiovisual que se pueda solventar con un modelo de negocio. Asimismo, este ejercicio contribuye a que se tenga una mayor comprensión de las necesidades del mercado, y de esta manera, encontrar una problemática específica partiendo de una problemática general.

Investigación y análisis

Para esta investigación, se reúnen datos, desde el 2017 hasta la actualidad (FDC, 2024), de proyectos de Animación, Ficción y Documental en tres categorías cada uno. Los datos obtenidos se presentan en las siguientes tablas:

TABLA 1

Proyectos beneficiados FDC de Animación

AÑO	ESTADO	REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES DE ANIMACIÓN	PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES DE ANIMACIÓN	DESARROLLO DE LARGOMETRAJE DE ANIMACIÓN
2017	RADICADOS	50	14	22
	ACEPTADOS	41	8	18
	NO ACEPTADOS	9	5	4
	RETIRADOS	0	1	0
	BENEFICIADOS	11	1	4
2018	RADICADO	54	9	21
	ACEPTADOS	44	8	18
	NO ACEPTADOS	10	1	3
	BENEFICIADOS	9	1	4
2019	RADICADOS	67	13	30
	ACEPTADOS	54	11	25
	NO ACEPTADOS	13	2	5
	BENEFICIADOS	10	2	4
2020	RADICADOS	64	NO DISPONIBLE	38
	ACEPTADOS	55		32
	NO ACEPTADOS	8		4
	RETIRADOS	1		2
	BENEFICIADOS	6		4
2021	RADICADOS	38		17

	ACEPTADOS	28		16
	NO ACEPTADOS	9		1
	RETIRADOS	1		0
	BENEFICIADOS	4		4
2022	RADICADOS	36	13	16
	ACEPTADOS	31	12	15
	NO ACEPTADOS	5	1	1
	BENEFICIADOS	5	2	4
2023	RADICADOS	32	16	12
	ACEPTADOS	28	15	11
	NO ACEPTADOS	4	1	1
	BENEFICIADOS	3	1	4

Elaboración propia. Con base en datos del FDC (2024).

En la **TABLA 1**, se pueden visualizar los proyectos que se radican, se aceptan, o no, y, finalmente, los que son beneficiados. Durante los años 2020 y 2021, no se presentó la convocatoria para “Producción de Largometrajes de Animación”, por lo cual, no hay información disponible para estos años.

TABLA 2

Proyectos beneficiados FDC de Ficción

AÑO	ESTADO	REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES DE FICCIÓN	PRODUCCIÓN LARGOMETRAJES DE FICCIÓN CATEGORÍA 1	PRODUCCIÓN LARGOMETRAJES DE FICCIÓN CATEGORÍA 2
2017	RADICADOS	389	138	51
	ACEPTADOS	298	113	49
	NO ACEPTADOS	84	24	2
	RETIRADOS	7	2	0
	BENEFICIADOS	8	3	3
2018	RADICADO	282	109	44
	ACEPTADOS	224	93	28
	NO ACEPTADOS	57	16	16
	RETIRADOS	1	0	0
	BENEFICIADOS	8	3	3
2019	RADICADOS	329	114	62
	ACEPTADOS	284	100	58
	NO ACEPTADOS	41	13	4
	RETIRADOS	4	1	0
	BENEFICIADOS	10	4	4
2020	RADICADOS	321	114	42
	ACEPTADOS	296	103	36
	NO ACEPTADOS	20	10	3
	RETIRADOS	5	1	3
	BENEFICIADOS	3	2	2

2021	RADICADOS	NO DISPONIBLE	39	36
	ACEPTADOS		33	31
	NO ACEPTADOS		6	4
	RETIRADOS		0	1
	BENEFICIADOS		1	2
2022	RADICADOS	209	67	39
	ACEPTADOS	186	58	32
	NO ACEPTADOS	23	9	7
	BENEFICIADOS	6	2	2
2023	RADICADOS	142	79	44
	ACEPTADOS	113	68	38
	NO ACEPTADOS	29	10	6
	RETIRADOS	0	1	0
	BENEFICIADOS	6	3	4

Elaboración propia. Con base en datos del FDC (2024)

La **TABLA 2** muestra los mismos datos que la anterior, pero para categorías de proyectos de ficción. Durante el 2021, no estuvo disponible la convocatoria para “Realización de Cortometrajes de Ficción”, por lo cual, estos datos no están disponibles.

TABLA 3*Proyectos beneficiados FDC de Documental*

AÑO	ESTADO	REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES DOCUMENTALES	DESARROLLO DE PROYECTOS DOCUMENTALES	REALIZACIÓN DE LARGOMETRAJES DOCUMENTALES
2017	RADICADOS	86	161	73
	ACEPTADOS	61	148	53
	NO ACEPTADOS	21	11	18
	RETIRADOS	1	2	2
	BENEFICIADOS	9	11	6
2018	RADICADOS	99	173	67
	ACEPTADOS	77	170	53
	NO ACEPTADOS	22	3	14
	BENEFICIADOS	7	4	4
2019	RADICADOS	82	220	84
	ACEPTADOS	72	208	76
	NO ACEPTADOS	10	10	8
	RETIRADOS	0	1	0
	BENEFICIADOS	10	11	5
2020	RADICADOS	108	199	83
	ACEPTADOS	98	194	74
	NO ACEPTADOS	9	4	9
	RETIRADOS	1	1	0
	BENEFICIADOS	3	4	3

2021	RADICADOS	NO DISPONIBLE	193	63
	ACEPTADOS		178	54
	NO ACEPTADOS		12	9
	RETIRADOS		0	0
	BENEFICIADOS		8	2
2022	RADICADOS	52	133	62
	ACEPTADOS	42	125	52
	NO ACEPTADOS	10	8	10
	BENEFICIADOS	5	10	7
2023	RADICADOS	51	140	35/23
	ACEPTADOS	46	134	27/21
	NO ACEPTADOS	5	6	8/2
	BENEFICIADOS	4	8	3/6

Elaboración propia. Con base en datos del FDC (2024)

Para los datos de las categorías de documental, en 2021, no estuvo disponible la convocatoria para cortometrajes, por lo cual, estos no estaban disponibles. Por otra parte, en el 2023, se abrieron dos tipos de convocatorias para largometrajes de documental, por eso son dos datos.

Cabe destacar que hay otras convocatorias del FDC para otros géneros y etapas de producción, pero se escogieron estas por ser las más constantes a través de los años y para poder comparar de forma más cercana los datos de las tres categorías que elegimos.

Con base en esta información, realizamos dos tablas más en las que resumimos los datos de la siguiente manera:

TABLA 4*Porcentaje de proyectos beneficiados FDC*

% PROMEDIO DE BENEFICIARIOS EN LOS ÚLTIMOS 7 AÑOS	
ANIMACIÓN	15.33%
FICCIÓN	3.96%
DOCUMENTAL	7.05%

Elaboración propia. Con base en datos del FDC (2024)

Para realizar la **TABLA 4**, se calculó el porcentaje por año de cada convocatoria y se expidió un promedio de cada año por categoría. Luego, se calculó el promedio de todos los años para obtener el valor final.

Es relevante para el diagnóstico conocer estos porcentajes debido a que, si un porcentaje muy alto de personas que aplican son beneficiarias, esto indicaría que la necesidad de buscar alternativas de financiación y de requerir asesoría para aplicar se reducirían. Por el contrario, lo que vemos en la **TABLA 4** es que estos porcentajes son bajos. El más alto es el de la categoría de “Animación” y es tan solo de un 15.3%. En principio, esto nos permite sugerir que hay una necesidad latente de oferta de alternativas de financiación de proyectos audiovisuales en el mercado colombiano, ya que es muy reducido el número de proyectos que logran obtener un beneficio. Adicionalmente, hay una necesidad de comprender cómo funcionan los procesos para aplicar a los estímulos, ya que hay mucha competencia para obtenerlos.

Estos porcentajes también se pueden interpretar de la siguiente forma: en general, la categoría que más proyectos radicados recibe a lo largo del tiempo es la de “Ficción” a la cual le sigue “Documental” y luego “Animación”. Este orden es el mismo que vemos en los porcentajes. Por esta razón, no hay que entrar en una confusión, aunque “Animación” sea la categoría con mayor porcentaje de beneficio, el número de beneficiados es usualmente menor al que hay en las otras dos categorías, simplemente aplican menos personas. En este orden de ideas, “Documental” tiene un número similar de beneficiados a “Ficción”, sin embargo el número de proyectos radicados para documental es menor.

Este razonamiento nos conduce a algunas conclusiones que pueden ayudarnos a entender mejor la necesidad de los productores. Principalmente, hay una necesidad para financiar proyectos de ficción, ya que es la categoría en la que más se presentan proyectos. Por otra parte, darle a entender a los productores que hay una menor competencia en los estímulos de otras

categorías que no son ficción, puede incentivarlos a realizar otros tipos de proyectos.

TABLA 5

Porcentaje de proyectos no aceptados FDC

% PROMEDIO PROYECTOS NO ACEPTADOS EN LOS ÚLTIMOS 7 AÑOS	
ANIMACIÓN	14.34%
FICCIÓN	14.07%
DOCUMENTAL	12.12%

Elaboración propia. Con base en datos del FDC (2024)

Para los porcentajes de la **TABLA 5** se realizó el mismo procedimiento que se explica en la tabla anterior.

Se considera pertinente para el diagnóstico analizar el porcentaje de proyectos que no han sido aceptados. En las listas del FDC, de las cuáles se obtuvieron los datos, se establecen las razones por las cuales los proyectos no han sido aceptados. Los proyectos en esta clasificación no cumplen con alguno de los requerimientos formales de la convocatoria, ya sea por desconocimiento, falta de tiempo o cualquier otra razón.

En este caso, encontramos que el porcentaje de proyectos que no han sido aceptados es muy cercano en las diferentes categorías. “Animación” y “Ficción” están cerca de un 14% y “Documental”, cerca de un 12%. Esto significa que entre un 12% y 14% aproximadamente de los proyectos que se radican no pasan sólo por requerimientos formales. El hecho de que sea un porcentaje similar en todas las categorías indica que no tiene que ver con el tipo de proyecto, sino que es un problema que los productores en general tienen, y que se puede extrapolar a otras categorías. El acceso a información clara con respecto a procesos y requerimientos de cada convocatoria, junto con experiencia en estos procesos, son clave para reducir este porcentaje. El FDC tiene requerimientos muy claros y una convocatoria muy competitiva, pero es posible que esto ocurra en otros tipos de estímulos también.

Considerando todos los datos que hemos expuesto hasta el momento, tenemos indicios de que los productores necesitan alternativas de financiación para los proyectos audiovisuales. De los proyectos considerados, más del 84% en todas las categorías no consiguieron financiación por medio del FDC. Con acceso a información detallada y clara de las convocatorias y estímulos disponibles se puede incentivar a buscar otros medios de financiación, incluso dentro de la misma ley de cine se incentivan las inversiones y donaciones

como forma de financiación. Comprender estos medios les permite a los productores financiar su proyecto sin depender totalmente de estímulos del FDC.

Mercado Audiovisual en Colombia

Antes de afirmar concluyentemente las presunciones que hemos estado argumentando en este diagnóstico hay que analizar los datos más concretos y generales del mercado audiovisual en Colombia.

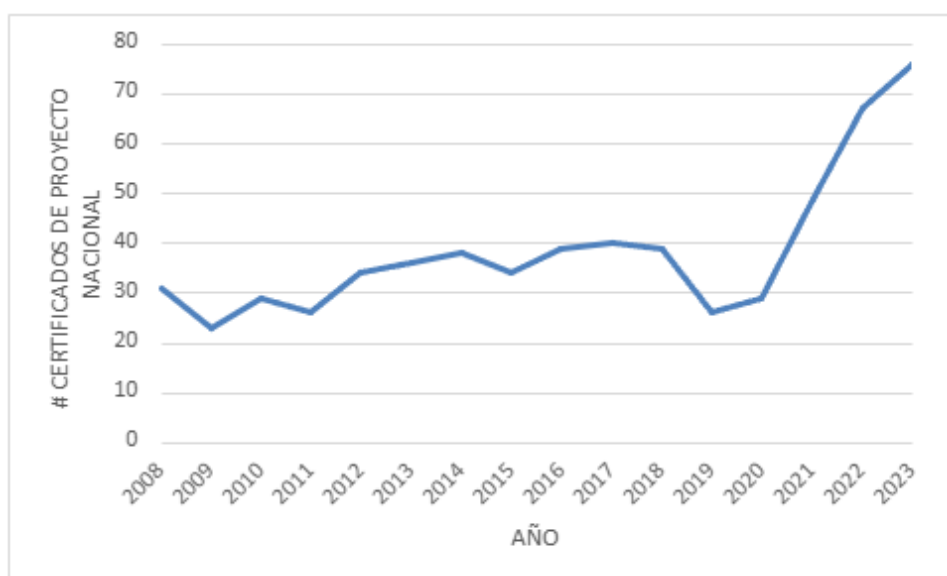
Para acceder a la Ley de Cine se requiere el “Certificado de Proyecto Nacional” expedido por el Ministerio de Cultura. (Ley 814, 2003) En particular es relevante para el análisis entender si el número de proyectos que recibe este certificado tiene alguna correlación con el número de películas que finalmente son estrenadas.

Este dato es relevante debido a que los productores expiden ese certificado para acceder a estímulos tributarios. Si se determina que los proyectos fueron completados se asume que consiguieron financiación por medio de la Ley del Cine al menos en una parte y, si existe correlación, esto evidencia que el mercado audiovisual en Colombia en gran parte depende del estado para su financiación.

En el **GRÁFICO 1** se reúnen los datos de los proyectos de largometraje que obtuvieron el reconocimiento como proyecto nacional desde el 2008 hasta octubre del 2023 (DACMI, 2024).

GRÁFICO 1

Número de Largometrajes Colombianos que obtienen el reconocimiento de proyecto nacional.



Elaboración propia. Con base en datos de la DACMI (2024)

Como podemos observar, en términos generales, el número de proyectos que obtienen este certificado se ha incrementado. Específicamente en estos últimos años desde el 2021. El incremento en los últimos años se puede deber a dos factores. El primero es que más productores se enteran de los beneficios de la ley de cine. El segundo es que hay un incremento en la oferta de proyectos para producir.

En el primer caso, los productores nuevos que buscan financiación no tienen experiencia en estos procesos. Por lo tanto, hay una necesidad por tener información actualizada, recursos y contactos en la industria que les permitan aplicar de la mejor manera, así como conocer alternativas de financiación para su proyecto. En el segundo caso, el incremento en la oferta de proyectos que buscan financiación genera competencia por los estímulos, por lo que se hace necesario igualmente tener información actualizada y alternativas de financiación.

En el **GRÁFICO 1**, también vemos un valle en el 2019 y 2020. Desconocemos la razón de esta disminución en certificados en estos dos años. Sin embargo, la tendencia al alza en los últimos tres años ha sido muy clara y es probable que se mantenga a futuro.

Teniendo en cuenta esta información, ahora analizaremos el número de estrenos de producciones colombianas. Los datos son obtenidos de la base de datos de la DACMI (DACMI, 2024). Ver **GRÁFICO 2**.

GRÁFICO 2

Número de Películas Colombianas Estrenadas por Año



Elaboración propia. Con base en datos de la DACMI (2024)

En el **GRÁFICO 2**, podemos ver que, desde el 2008 hasta el 2019, el número de estrenos de películas colombianas ha tenido una tendencia a incrementarse. Sin embargo, tiene una caída durante el 2020 y 2021. Esta caída tiene su explicación, en parte, en la pandemia de la COVID-19 y el aislamiento social. Durante estos años, se disminuyeron los estrenos en cine por el cierre de las salas y las películas que estaban programadas para estrenarse en esas fechas se pospusieron hasta el 2022 y 2023, lo cuál explica el abrupto incremento en estos años. Sin embargo, cabe destacar que en el 2019 y 2020 se ve una caída similar en el **GRÁFICO 1**. En general, la tendencia descrita en ambos gráficos desde el 2008 es muy similar, con la diferencia de que en este gráfico la tendencia se ve uno o dos años después. La otra correlación que hay es con el número de proyectos que se presentan, el cual es ligeramente mayor para la certificación de proyectos nacionales. Esto tiene sentido si se reconoce la gran influencia que tienen los incentivos de la Ley del Cine para la producción de cine en Colombia. Es claro que más películas obtienen el certificado que las que finalmente se estrenan en salas.

A la fecha de corte de los datos, estamos en el primer trimestre de 2024, por lo cual, se espera que, durante el resto del año, se mantenga la tendencia al alza al igual que han aumentado los proyectos que obtienen el certificado de proyecto nacional.

Si comparamos este gráfico con los datos de proyectos que son radicados en las convocatorias del FDC, lo que podemos concluir es que son muy pocos los proyectos que finalmente se estrenan en salas. El año con mayores estrenos fue el 2023 con 70 estrenos (DACMI, 2024), mientras que el número de proyectos radicados sólo en la categoría de Ficción para las convocatorias que tuvimos en cuenta anteriormente al menos triplica ese número año tras año (FDC, 2024). Tomando en cuenta que los proyectos de esta categoría son sólo una fracción de los que aplican al resto de estímulos y convocatorias, podemos afirmar que el porcentaje de proyectos que finalmente se estrenan es muy bajo.

Lo que esta información implica para nuestro análisis es que, efectivamente, hay una tendencia a producir más proyectos. Y, por lo tanto, la necesidad de financiarlos es cada vez mayor con diferentes recursos y estímulos, ya que ni el FDC ni la Ley del Cine son suficientes para financiarlos.

Hay que tomar en cuenta que es posible que muchos de estos proyectos no se estrenen en salas, pero se completan y terminan en festivales u otros medios de distribución, pero ver los estrenos en salas es un buen indicador de cuánto cine se produce en Colombia.

A continuación, para soportar la información antes descrita, se presenta una tabla en la cuál se contrastan los datos de obtención de reconocimiento como proyecto nacional y largometrajes estrenados en el periodo entre 2006 y 2023. Ver **TABLA 6**.

TABLA 6

Largometrajes con reconocimiento de proyecto nacional y estrenados entre 2006 y 2023

Reconocimiento Proyecto Nacional	649
Largometrajes Estrenados	556
Diferencia	93
Porcentaje %	14.3

Elaboración propia con base en datos de la DACMI (DACMI, 2024).

En la **TABLA 6**, se evidencia que, durante un mismo periodo, un 14.3% de los proyectos que han obtenido el reconocimiento como proyecto nacional no han sido estrenados.

Árbol de Problemas

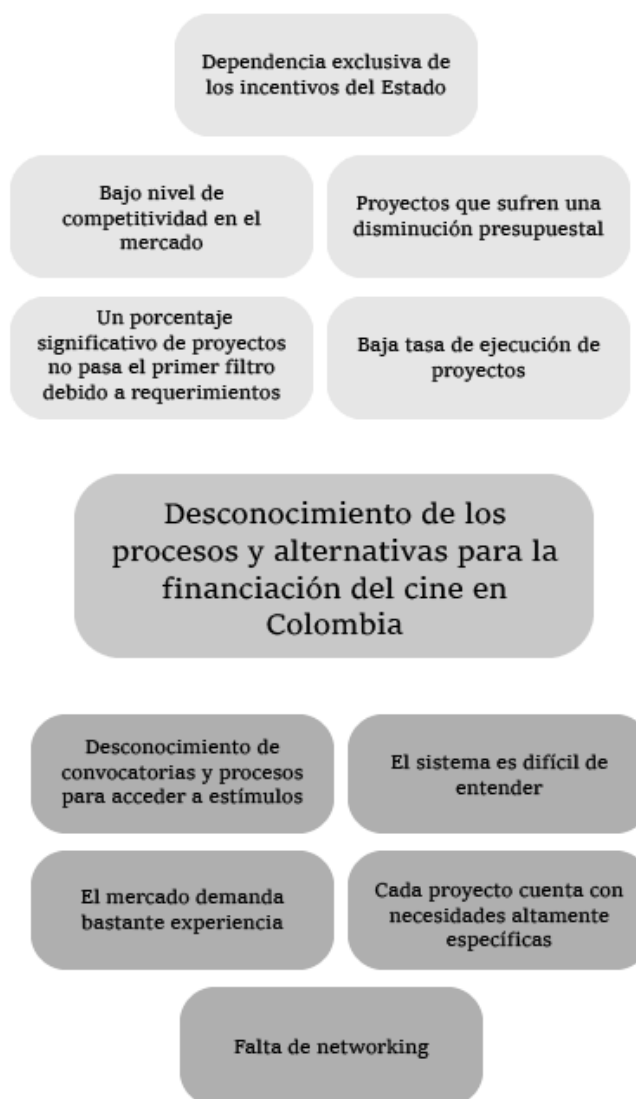
Para la determinación de la problemática, se acude a un árbol de problemas, el cual consiste en una técnica participativa cuyo propósito es hallar, con conexiones causales, los distintos problemas que versan sobre un asunto particular en tres niveles. Estos niveles son, de abajo hacia arriba: las causas del problema, el problema central y las consecuencias del problema (ESPOL, s.f.).

Con base en la investigación, se encontró que, efectivamente, existe una tendencia positiva en la iniciativa de crear nuevos proyectos audiovisuales en el país, esto conlleva a una mayor demanda de alternativas de financiación. En la indagación sobre la documentación disponible sobre el histórico de los incentivos que el Estado ofrece, se halló que un porcentaje de proyectos, específicamente, entre un 12.12 y 14.34 por ciento, ver **TABLA 5**, no surten satisfactoriamente la etapa de aplicación, es decir, los requerimientos de estos incentivos debido a aspectos formales y técnicos.

Así, el problema central que surgió del ejercicio de análisis es: Productores audiovisuales desconocen de los procesos y alternativas para financiación del cine en Colombia.

GRÁFICO 3

Árbol de Problemas



Elaboración propia

Diagnóstico

Con base en esta problemática central y el árbol de problemas del **GRÁFICO 3**, se revelan las necesidades del mercado audiovisual, en concreto, en el cine y lo relacionado con financiación de películas en Colombia. Se concluye que hay una alta oferta de proyectos y que hay una tendencia al alza desde los últimos años. Gran parte de la financiación depende de recursos estatales, como se evidenció en la comparación de **GRÁFICO 1** y **GRÁFICO 2**, por lo cual no hay claridad en cómo los productores nuevos van a financiar sus proyectos con este aumento de oferta.

En el análisis, se encuentra que un porcentaje significativo de proyectos no pasa por requerimientos formales, Ver **TABLA 5**. Esto indica que existe desinformación y falta de experiencia con el proceso de aplicación a estas convocatorias. Además, el porcentaje de los proyectos beneficiados está directamente relacionado con la cantidad de proyectos radicados por categoría. En ficción, la categoría a la cuál llegan más proyectos, el porcentaje de proyectos que resultan beneficiados es menor que en documental y animación, que son las categorías que le siguen en términos de proyectos radicados.

Comparando estos datos con los estrenos en Colombia, nos damos cuenta de que la mayoría de estos proyectos radicados no se estrenan, lo que indica que no consiguieron formas de financiación alternativas.

Según los datos del INCAA de Argentina, el número de películas argentinas estrenadas en el 2008 fue de 72 y en el 2018 estrenaron 223 incrementando año tras año durante ese periodo (INCAA, s.f). Para comparación con nuestros datos, en Colombia en el 2008 se estrenaron 14 y en el 2023, que ha sido el año con mayores estrenos de películas nacionales, 70 (DACMI, 2024). Esto nos demuestra que nuestra industria está muy poco desarrollada en comparación con la Argentina.

Podemos concluir, como diagnóstico, que esta problemática engloba dos necesidades principales: desconocimiento, tanto de alternativas de financiación como de procesos para acceder a estímulos, y escasez de recursos, la oferta estatal de estímulos es muy limitada para la oferta de proyectos y existe el potencial para hacer una industria sostenible en el futuro.

Propuesta de Solución

Propuesta Única de Valor

La ventaja que ofrecemos con nuestra plataforma es que es posible encontrar el contenido de las convocatorias desglosado y presentado de una forma rápida y amigable con los usuarios; no es que esa información no esté en otros lugares, sino que es más útil tener las convocatorias unidas en un mismo lugar para que los usuarios puedan comparar entre estas y tengan la posibilidad de aplicar directamente por esta plataforma. La mayoría de convocatorias requieren de una investigación exhaustiva, y de estar constantemente informado para buscar qué oportunidades se presentan.

Así, entonces, nuestra propuesta única de valor es lo necesario, desglosado y actualizado al alcance de un click. La posibilidad de aplicar, informarse, recibir asesoría y tener de forma detallada e inmediata la información más relevante de cada oferta.

Dos grandes ventajas son que ahora se podrían comparar en la plataforma diferentes convocatorias y buscarlas por diferentes criterios como edad, fecha, experiencia, competitividad, montos, etc.

Para nuestro modelo de negocio, la principal fuente de ingresos vendría del acceso que obtienen los usuarios a contenidos, plantillas, y una base de datos de convocatorias, a través de una suscripción mensual. Una plataforma pensada en optimizar procesos de producción y realizar pedagogía en cuanto a alternativas de financiación en el mercado audiovisual colombiano.

No solo se ayudará a aplicar, sino que nuestro equipo les permitirá encontrar la convocatoria perfecta para distintos proyectos y podrán recibir ayuda tanto creativa como de gestión del proyecto tras haber aplicado a la convocatoria.

Además del acceso a estos contenidos, se les ofrece a los usuarios el agendamiento de consultorías con expertos en la industria. Esto les permitirá a los clientes aplicar a más convocatorias y de forma más eficiente. Por otra parte, para nuestra plataforma representaría una fuente de ingresos significativa ya que se estas asesorías solo estarán disponibles para usuarios que paguen un plan más costoso y se cobrará comisión por las asesorías. En esta modalidad, el proyecto tendrá total acompañamiento por los asesores que el usuario determine. En caso de no ganar las convocatorias o de que no haya ofertas que se ajusten al tipo de proyecto se buscarán formas alternativas de financiación.

Lo que se quiere con esto es incrementar la competitividad en el mercado audiovisual colombiano y que más proyectos se puedan hacer. Principalmente, nos enfocaremos en sectores y empresas emergentes ya que son las que necesitan más ayuda para que sus proyectos puedan realizarse.

Justificación

En la investigación y análisis, se pone de manifiesto una oportunidad latente en el mercado audiovisual colombiano. Existe la necesidad de información especializada, concreta y basada en la experiencia. Al utilizar tecnología para brindar información y ayudar a los audiovisuales a realizar sus proyectos, se permite potenciar la industria audiovisual en Colombia, que a lo largo de su historia, ha dependido casi exclusivamente de estímulos estatales para crecer. Históricamente, cuando se hacen leyes con el fin de otorgar estímulos al sector audiovisual, este crece en los años posteriores.

“La producción de largometrajes se cuantifica exponencialmente en las dos últimas décadas (2000-2009 y 2010-2019), especialmente en la segunda década (2010-[2019]) con un total de 308 películas. Así se tiene un total de 366 películas producidas y exhibidas en Colombia después de la Ley 814 de 2003, una cifra superior a la producción total e histórica de películas colombianas, cuya cifra está en 170 películas” (Betancurt, 2021.p.63)

En la medida en que la financiación y los conocimientos de producción, legislación, contabilidad (entre otros), no sean factores determinantes en la calidad de una producción y en que sean conocidas más alternativas para realizar una película, entonces los proyectos pueden enfocar sus recursos en el trabajo creativo del proyecto, su calidad y en encontrar canales de distribución. Todo este mecanismo para producir cine en Colombia puede mejorar y ser autosostenible con más alternativas de financiación y herramientas para los creadores.

La iniciativa que propone FILMVEST es pertinente tanto para productores activos en el mercado, como para estudiantes que, en el futuro, se van a integrar. Para estudiantes de cine o programas relacionados con la industria audiovisual, las herramientas que brinda la plataforma son un complemento ideal para su educación y se les motivaría mucho más a involucrarse en los procesos específicos del mercado colombiano, sea para buscar financiación, o para entender cómo llevar los proyectos que realizan durante su formación al mercado colombiano.

En este orden de ideas, hay varias herramientas que pueden facilitar estos propósitos. La forma más directa de acceso a información sería tener contacto con asesores expertos en la industria y en algún aspecto en específico, como contabilidad, legislación, o producción. Sin embargo, hay otras formas de llevar esta información a una mayor cantidad de personas, aunque sea de una forma más superficial. FILMVEST, incluye dentro de su propuesta una base de datos de convocatorias con datos relevantes de cada una, guías, templates y foros. Se pretende con esto solventar la necesidad de acceso a información con el uso de tecnología digital.

Objetivos

Objetivo General

El planteamiento de un modelo de negocio de una plataforma web que ofrezca acceso a información sobre financiación de cortometrajes y largometrajes, junto con asesorías con expertos.

Objetivos Específicos

Identificar factores que contribuyen a la falta de información en la financiación de cortometrajes y largometrajes en Colombia, junto con los procesos que esta conlleva.

Comparar y contrastar modelos de negocio que contribuyan al acceso a información sobre financiación de proyectos audiovisuales en el mercado colombiano.

Diseñar un modelo de negocio para la plataforma web “Filmvest”, que sea viable y coherente con las necesidades del mercado.

Marco Teórico

Ley 397 de 1997

Esta ley es conocida como la Ley General de la Cultura. A partir de su artículo 40, establece que la Nación y sus ministerios, tienen la responsabilidad de fomentar la conservación, divulgación y desarrollo de la cinematografía colombiana, tanto artística como industrialmente. Con lo cual, esta ley establece y crea el Ministerio de Cultura con este propósito. El ministerio puede otorgar estímulos tanto para la creación cinematográfica en sus distintas etapas como también puede crear incentivos para la exhibición y divulgación de la cinematografía colombiana.

También se establece la definición de una coproducción cinematográfica colombiana de la cual se destacan dos requisitos. El primero es que la obra cinematográfica sea producida conjuntamente por empresas colombianas y extranjeras. Y el segundo es que debe tener un mínimo del 20% de participación económica colombiana en el proyecto. Esto es muy relevante ya que muchos de los incentivos aplicables hoy en día deben cumplir estos requisitos, como veremos más adelante.

Quizás el logro más grande de esta ley fue el aval al Ministerio de Cultura para la creación del “Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica” que hoy en día es “Proimágenes”. Desde su creación, esta entidad ha sido la principal encargada de comunicar los nuevos estímulos e incentivos de la nación que fueron surgiendo desde entonces y son una corporación sin ánimo de lucro. Con la creación de esta institución se trasladaron los fondos, rendimientos y bienes de Focine. Previo a esta ley, esta era la entidad encargada de las funciones que luego se le atribuyeron a Proimágenes y jugó un papel clave en la industrialización del cine en Colombia. (Ley 397, 1997)

Ley 814 de 2003

Esta ley es probablemente a la que más se hace referencia cuando se habla de la producción cinematográfica en Colombia. Uno de los propósitos principales de esta ley es otorgar los estímulos e incentivos que estaban estipulados en la ley 397 de 1997 y para esto se crea el “Fondo de Desarrollo Cinematográfico” o “FDC”, cuyo propósito es el de aportar estos estímulos en las distintas etapas de desarrollo de los proyectos cinematográficos y es también gestionado por Proimágenes. Se profundizará más sobre la función del fondo en un próximo punto.

Con esta ley también se establecen beneficios tributarios para las donaciones o inversiones en producciones cinematográficas colombianas de los cuales expondremos con ejemplos y en más profundidad más adelante.

Además de estas dos contribuciones principales de la ley 814 de 2003, se establecen otras medidas para fomentar el desarrollo y consumo de producciones nacionales como controlar el porcentaje de comerciales nacionales que se exhiben en salas de cine y estímulos para la distribución de largometrajes colombianos. (Ley 814, 2003)

Inversionistas y donantes

La ley 814 de 2003 establece beneficios tributarios para aquellas personas naturales o jurídicas que realicen donaciones o inversiones a producciones colombianas. Inicialmente se estableció que estas personas tendrían derecho a deducir de su renta por el periodo gravable el 125% del valor de su inversión (Ley 814, 2003) . Sin embargo, esto fue modificado por el artículo 195 de la ley 1607 de 2012 . Ahora el valor que se deduce es un 165% (Ley 1607, 2012).

Para acceder a esta deducción el Ministerio de Cultura debe expedir una certificación de donación o inversión según sea el caso. Para las personas que desconocen las entidades públicas y legislación vigente con relación a la ley de cine, puede ser confuso el proceso de recibir inversionistas o donantes en la financiación de un proyecto. Además de esto, los inversionistas tendrían que ser capacitados en estos procesos para comprender realmente qué rentabilidad le puede generar un proyecto y si se justifican los estímulos tributarios.

Para comprenderlo, utilizaremos el ejemplo de un cortometraje que está buscando financiación por este medio exclusivamente. Lo primero que se debe realizar es obtener el certificado de proyecto nacional. Según la Resolución 1021 del 3 de mayo de 2016, la cual establece los requerimientos para acceder a este estímulo, hay dos tipos de aprobaciones que se pueden dar, la primera es la aprobación ordinaria, para proyectos de producción nacional cuyo presupuesto total de la parte colombiana sea de hasta 7.060 S.M.L.M.V. Esto para largometrajes. En el caso de cortometrajes son 880 S.M.M.L.V. El segundo tipo es la aprobación especial. Esta es para proyectos de largometraje cuyo presupuesto total de la parte colombiana sea mayor a 7.060 S.M.L.M.V. Para los cuales el productor o alguno de sus socios debe haber sido productor de al menos un largometraje estrenado comercialmente en salas de cine.

Ya que el segundo tipo es muy específico y no es el tipo de cliente que nuestra propuesta de solución busca, nos enfocaremos en un caso del primer tipo. Para el proceso, se accede a la plataforma que el Ministerio de Cultura tiene designada para esto y se diligencia el formulario de solicitud. Este formulario debe incluir información de los productores colombianos e información del proyecto. Esta información incluye: una sinópsis, el guion, si es documental, se debe tener un tratamiento y resumen de investigación, lista de locaciones, cronograma desde la etapa de desarrollo hasta distribución y promoción, una lista del personal artístico, contrato de coproducción si esta existe, presupuesto desglosado, certificado de registro del guion expedido por la Dirección nacional de derechos de autor, certificado de registro del contrato de cesión de derechos

del guion al productor expedido por la Dirección Nacional de Derechos de Autor y si el proyecto se encuentra en postproducción, copia de rushes o preedición avanzada. De ser necesario, la DACMI solicitará correcciones y aclaraciones, para las cuales se debe responder en un plazo de tres meses si se quiere terminar el proceso y recibir el reconocimiento (Resolución 1021, 2016).

Como podemos ver, solo para aplicar y recibir este certificado hay que realizar varios procesos que, además, dependen del tipo de proyecto que el productor esté realizando. Para productores nuevos es sencillo perderse o saltarse alguno de estos requerimientos, por lo cual tener plantillas, asesorías y acceso a esta información es muy beneficioso. Aún más tomando en cuenta que el tiempo que toma expedir el documento, si se acepta la solicitud, son 20 días hábiles. Por lo cual, también hay que conocer estos plazos para optimizar el tiempo de producción.

Una vez otorgado el reconocimiento como proyecto nacional, tiene permitido recibir inversiones y donaciones, con acceso a beneficios tributarios, por tres años a partir de la fecha de expedición. Por lo cual, se recomienda que el proyecto esté en marcha mucho antes de que se reciba este reconocimiento. Cabe tener en cuenta que las inversiones o donaciones pueden ser de hasta por un 20% más de lo aprobado en el presupuesto del reconocimiento de proyecto nacional.

Para recibir inversiones o donaciones debe manejarse a través de un encargo fiduciario o patrimonio autónomo y bajo los plazos establecidos por ley (Resolución 1021, 2016). Se solicita: copia del contrato suscrito con la entidad fiduciaria, certificación expedida por la fiduciaria en la que certifique el ingreso de inversión o donación al proyecto y su destinación y ejecución total. Y, finalmente, declaración juramentada del productor del proyecto en la cual exprese que el donante o inversionista no es productor o coproductor del proyecto.

Para la obtención de este certificado hay muchos plazos, documentos y trámites. Por lo cual es difícil convencer a inversionistas y donantes de entrar a estos proyectos. Sin embargo, si logramos simplificar este proceso para el productor, esto le va a generar mucho valor a él y a su proyecto. Si brindamos valor con nuestra iniciativa, considerando que los montos que manejan las producciones cinematográficas son significativos, es viable crear un modelo de negocio por el cual se pague con el fin de obtener ayuda en la financiación de proyectos.

Como paso final para comprender este certificado de inversión o donación utilizaremos el siguiente ejemplo mostrado en la **TABLA 7**. Este ejemplo está basado en las guías de la DACMI, pero los datos mostrados son propios y actualizados a 2024.

TABLA 7

Ejemplo de donación o inversión en proyecto cinematográfico en COP

CONCEPTO	SIN INVERSIÓN	INVERSIÓN AÑO 2024
Renta Líquida Gravable	8000000	8000000
Tarifa de impuesto de renta (35% para 2024)	2800000	2800000
Inversión o Donación		1000000
Deducción 165%		1650000
Renta Líquida Gravable Inversión		6350000
Impuesto de renta a pagar con inversión	2800000	2222500
Beneficio impuesto de renta con inversión o Donación		577500

Elaboración propia. Con base en datos de la DACMI (2024)

El ejemplo que se presenta en la **TABLA 7** corresponde a un inversionista o donante que tiene una renta líquida gravable para el año 2024 de 8.000.000.00 de COP. En este ejemplo, se invierten o donan 1.000.000 de COP. La forma en la que se calcula el beneficio tributario es utilizar el 165% del monto de la inversión o donación, en este caso 1.650.000 COP, y ese valor se le resta a la renta líquida gravable, no al impuesto de renta directamente. A simple vista, sin conocer cómo funciona el estímulo, se puede pensar que los inversionistas se ahorran el 165% de lo que invierten en impuestos. En realidad, tras obtener el valor del impuesto de renta real, el ahorro es de un 57,75% del valor de la inversión. Este ahorro está basado en el valor porcentual del impuesto de renta, el cuál puede variar con los años.

El certificado de inversión o donación debe utilizarse el mismo año gravable en el que se realizó la transacción y no se puede comercializar en el mercado bursátil, pero sí de forma privada. Como se observa, el proceso tiene muchos detalles que hay que saber y que pueden ser útiles para conseguir financiación. Si un productor no le sabe explicar a un potencial inversionista o donante en qué consiste el beneficio tributario que le ofrecen, es difícil que lleguen a un acuerdo. La idea general que hay que recordar cuando se busca inversión o donación es que el que quiera participar recibirá, a día de hoy, en 2024, un beneficio tributario cercano al 58% del monto de su inversión reflejado en el monto final que deberá pagar.

Esto significa que, para que los inversionistas recuperen su dinero, los productores deben proponer una oferta de valor. Una propuesta que se le puede hacer al inversionista, en caso de que este tenga una marca, es la de realizar “product placement” dentro de la película, personajes utilizando la marca. De esta forma, la marca obtiene publicidad en retorno de su inversión. Otras formas de retornar la inversión, sin depender de la recaudación en salas, es ofrecer la creación de piezas promocionales para la marca, dar invitaciones a la premier y otros eventos relacionados o agradecimientos especiales en los créditos de la película.

FDC

Como explicamos anteriormente, el FDC fue creado para brindar estímulos a los productores colombianos. Como mínimo un 70% de los recursos del fondo deben estar destinados a la producción cinematográfica y el restante hacia actividades complementarias que promuevan el cine colombiano. Para cumplir con este objetivo se realizan convocatorias para tener accesos a estímulos, en general hay dos categorías de estímulos. La primera son los estímulos automáticos, que son estímulos que reciben los proyectos al cumplir con ciertos requisitos del FDC. Estos suelen estar más enfocados en esas actividades complementarias, como apoyo para asistir a eventos, festivales y talleres. La segunda son los estímulos por concurso, para los cuales se abren convocatorias para diferentes tipos de proyecto y etapas de producción. En esta segunda categoría los proyectos se radican, pasan por un proceso que determina si son aceptados o no y un jurado elige finalmente a los beneficiados. Hay que analizar este proceso en más detalle para entender numéricamente cuántos proyectos pasan por cada una de esas etapas y si hay un porcentaje significativo de proyectos que no son aceptados.

Los recursos del FDC están constituidos por la “Cuota para Desarrollo Cinematográfico”, la cual está a cargo de los distribuidores y exhibidores de la siguiente forma: Para los exhibidores se cobra un 8.5% del monto neto de sus ingresos obtenidos por la venta de entradas a salas de exhibición, que se cobra si la película no es una producción colombiana. Por otra parte, para los distribuidores, también se cobra un 8.5% de sus ingresos por la comercialización de derechos de exhibición. Para los distribuidores, no se cobra este porcentaje si las películas que se comercializan son colombianas. Otra parte de esta cuota cobra un 5% a los productores de largometrajes colombianos sobre sus ingresos netos por la exhibición de películas en salas nacionales. Si se llega a incumplir con la cuota, se establecen sanciones e intereses que harán parte del fondo.

Los rendimientos financieros que produzca el producto de la cuota antes mencionada también harán parte del fondo, incluyendo inversiones, ventas u otras operaciones. También hacen parte del fondo las donaciones y aportes que se realicen. Finalmente, parte de los recursos del fondo también son asignados por el gobierno en el presupuesto nacional (Ley 814, 2003).

Ley 1556 de 2012.

El objetivo principal de la ley 1566 de 2012 es el de promover el territorio colombiano como espacio para la actividad cinematográfica en sus diferentes etapas. Principalmente se busca aumentar el turismo y promocionar la imagen del país.

"El volumen de producción en Colombia comenzó a aumentar desde 2013, gracias a la Ley 1556 de 2012 [...] Esta aplica para servicios prestados por compañías colombianas o personas naturales residentes en el país. Se pasó de tener 14 películas extranjeras rodadas en Colombia en casi 50 años, a tener 39 películas extranjeras rodadas en el país, en tan solo 6 años." (TicTac, 2020, p.6).

Para cumplir con este propósito se crean dos mecanismos de estímulos el "Fondo Fílmico Colombia" (FFC) que es un mecanismo de contraprestación a las empresas productoras. Este surge directamente de la Ley 1556 de 2012.

Por otra parte, el segundo mecanismo se presenta en forma de "Certificado de Inversión Audiovisual" (CINA), creado con legislación posterior al 2019.

Para gestionar estos mecanismos se encarga a Proimágenes y se crea el "Comité de Promoción Fílmica Colombia" (CPFC), se encarga, entre otras cosas, de actualizar los montos anuales para cada uno de estos estímulos y comunicar el proceso para acceder a estos (Ley 1556, 2012).

FFC

El Fondo Fílmico Colombia (FFC) "es una devolución en efectivo equivalente al 40% de los gastos en servicios audiovisuales y al 20% de los gastos en servicios logísticos (hotelería, alimentación y transporte) contratados con personas naturales o jurídicas colombianas. Los recursos del FFC se asignan cada año en el presupuesto general de la nación" (Comisión Fílmica Colombia, s.f.)

El FFC recibe tanto producciones nacionales como no nacionales. Sin embargo, se limita a los siguientes tipos de proyectos: Obras cinematográficas, Series y Videos musicales (Comisión Fílmica Colombia, s.f.).

El FFC representa un reembolso en efectivo o "Cash Rebate" para los proyectos. Esto significa que, para la producción de la obra, se deben contar con los recursos necesarios y ejecutarlos para después recibir el reembolso.

El objetivo de tanto el FFC como el CINA es incentivar a los productores a participar en la economía colombiana. Por esta razón, dentro de los requerimientos para ambos incentivos existen montos mínimos de gasto en el país. En el caso de obras cinematográficas, que es lo que nos concierne, este monto debe ser equivalente a 1.800 SMLMV (USD 373.000) (Comisión Fílmica Colombia, *s.f.*).

CINA

En el caso del estímulo CINA “son certificados con un valor equivalente al 35% de los gastos de producciones audiovisuales extranjeras en servicios audiovisuales y servicios logísticos (hotelería, alimentación y transporte) contratados con personas naturales o jurídicas colombianas. Los CINA son transferibles a personas declarantes del impuesto de renta en Colombia y funcionan como un descuento del impuesto de renta. El monto máximo de CINA que puede otorgarse se determina cada año por el Comité Promoción Fílmica Colombia (CPFC).”(Comisión Fílmica Colombia, *s.f.*).

Debido a que estos certificados no representan un reembolso de efectivo, los montos son más grandes y suelen acoger a más proyectos. Sin embargo, para aplicar, no se aceptan obras nacionales, ya que el estímulo está orientado a la inversión extranjera específicamente. Por esta razón, el CINA permite acceder a él no solo para la etapa de producción sino también la de postproducción de forma independiente. En el caso de el FFC, la producción debe ser realizada en Colombia para que se permita el incentivo a la postproducción (Ley 1556, 2012).

En este orden de ideas, el proceso en términos simples para ambos estímulos funciona de la siguiente manera: primero se realiza la postulación al estímulo, se evalúa y se aprueba por el Comité Promoción Fílmica Colombia (CPFC), se celebra un contrato y se establece una fiducia, luego el proyecto pasa a su fase de producción para después ser acreditado y finalmente recibir el reembolso de dinero.

Alternativas de Financiación

El mercado en Colombia depende, en gran parte, de lo que se conoce como “soft money” para financiarse. Es decir, incentivos del estado o medios de financiación que no requieran que el proyecto genere una rentabilidad en salas posterior para financiarse. Esto es un problema porque, al ser tan difícil conseguir financiación, se puede asumir que los recursos recaen en alguna etapa concreta y no se utilizan como parte de una estrategia integral. Lo cual puede causar que películas terminadas no lleguen al público.

El “soft money” se convirtió en una forma popular de financiar películas independientes desde la década de los 2000 debido a las dificultades financieras que se presentaron para los productores (Lytton, 2004). Sin embargo, en Colombia esto no afecta sólo a un sector de la industria, sino que la tendencia total es afectada por este tipo de financiación debido al volumen de películas que son producidas.

El modelo de negocio de estudio o clásico, ha sido el estándar para la producción de películas en las grandes productoras. Se puede comprender como una estrategia empresarial utilizada principalmente por los grandes estudios cinematográficos, especialmente en Hollywood. Este modelo se caracteriza por la integración horizontal y vertical a lo largo de diversas etapas de la cadena de valor (Vitkauskaitė, 2020). Estas serían las principales características de este modelo:

Integración Horizontal: Expansión de operaciones hacia diferentes tipos de medios y productos de entretenimiento más allá de las películas, incluyendo televisión, videojuegos, parques temáticos y otros medios relacionados.

Integración Vertical: Control de diversas etapas de la producción, distribución y exhibición de películas dentro de una sola estructura corporativa. Esto incluye estudios de producción, redes de distribución y posiblemente cines o plataformas digitales para la exhibición de películas.

Expansión de Mercado: Énfasis en la expansión internacional y en nuevos mercados, produciendo contenido para audiencias globales y utilizando diferentes canales de distribución y tecnologías para llegar a diferentes demografías y regiones de manera eficiente.

Adaptación Tecnológica: Adaptación a nuevas tecnologías, como la distribución digital y el streaming, para ajustar prácticas comerciales según los cambios en el comportamiento del consumidor y las innovaciones tecnológicas.

Control Financiero: Mantenimiento del control financiero sobre todo el proceso de producción y cadena de distribución, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas en áreas como la asignación de presupuestos, gastos de marketing y optimización de ingresos.

En resumen, el modelo de estudio es una estrategia empresarial integral utilizada por los grandes estudios cinematográficos para consolidar el control sobre la producción, distribución y exhibición de películas y medios relacionados. Combina la expansión horizontal hacia diversos sectores del entretenimiento con la integración vertical a lo largo de la cadena de valor cinematográfica, asegurando dominio en el mercado y maximizando la rentabilidad en un panorama industrial en constante evolución. Para llegar a utilizar este modelo se requiere de un capital muy grande y de producir muchos proyectos constantemente ya que está orientado a generar rentabilidad en salas.

El otro gran modelo es uno que surge de la evolución digital y el internet es el modelo 2.0. El cambio fundamental está en la cadena de valor y en la aparición de los agregadores como resultado del cambio en tecnología. Este cambio viene acompañado con la digitalización de procesos en todas las fases de desarrollo. Se producen películas por computador a través de animación 3D, la película se distribuye en formatos digitales y los mismos contratos de distribución internacional se concretan de forma electrónica (Vitkauskaitė, 2020).

Con el auge de los servicios de “streaming” y el “Video On Demand” (VOD) los productores están más cerca de los consumidores, sólo separados por los agregadores. Estos tienen, en principio, la función de utilizar las nuevas tecnologías para entregar las películas a las plataformas de streaming. Sin embargo, su rol ha evolucionado y se han encargado de ser los distribuidores digitales de los productos audiovisuales; esto los ha convertido en una amenaza para los distribuidores tradicionales y vice versa (Vas & Binkyte, 2017, p91). A continuación se describen las principales características de este modelo:

Uso de Internet y Plataformas en Línea: El internet y las tecnologías de la información permiten innovar en la producción, licencia, distribución y explotación de películas.

Transformación Digital: Las tecnologías digitales están cambiando los modelos de negocio, permitiendo la creación de animación digital, visualización en línea y firma electrónica de contratos.

Modelo de la Cola Larga: Ofrece muchos productos de nicho en pequeñas cantidades. Incluye el modelo "Gratis", donde un segmento de clientes accede sin costo porque otro segmento lo paga (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Modelo 360 Grados: Mundo multicanal con muchas opciones para el consumidor. Utilizado por empresas como Netflix y Spotify. Combina con la integración vertical para producción y distribución (Vitkauskaitė, 2020).

Modelo DIY (Hazlo Tú Mismo): Cineastas con presupuestos micro utilizan plataformas en línea para distribuir películas. Incluye recaudación de fondos electrónicos, planificación estratégica, marketing digital y distribución en servicios de video bajo demanda (Squire, 2016).

El modelo DIY en particular tiene varios elementos atractivos para productores independientes y de bajos recursos. La financiación se realiza con crowdfunding, recursos de amigos o familiares y grupos de afinidad con el contenido que se propone crear (Squire, 2016). Este modelo se propone para estudiantes de cine y funciona bien para creadores emergentes en Europa; es recomendable usar este modelo en conjunto con otras formas de financiación (Vitkauskaitė, 2020).

Lo que el modelo 2.0 implica para el mercado colombiano y nuestra propuesta, es que hay alternativas para financiar películas y realizar estrategias enfocadas en un mercado digital, aprovechando alternativas de financiación como las propuestas en el modelo DIY o realizando coproducciones de proyectos similares siguiendo la lógica de la integración horizontal y delegando tareas a las herramientas que ha traído la evolución digital para ahorrar costos y optimizar procesos.

Algunas herramientas que se pueden proponer desde nuestra iniciativa para potenciar a los proyectos en sus diferentes etapas son:

Free press: Con el fin de pedir recursos como parte de una campaña de crowdfunding o como medio de promoción para la película

con algún público específico en mente. Puede funcionar mejor con medios alternativos y de nicho.

Eventos Culturales: Los proyectos documentales e incluso los de ficción tienen un componente cultural o social en su narrativa y propuesta artística. Realizar eventos culturales para reunir fondos es una idea que tiene sentido y se puede hacer en alianza con negocios locales o alcaldías de municipios.

Distribuidoras independientes: Escoger canales independientes para la distribución de películas les permite a los productores llevar su producto a lugares en los que no estarían de otra forma. Esta distribución incluye canales digitales independientes.

Exhibition on demand: Para estrenos en salas se puede llegar a acuerdos con cinematecas locales o salas independientes para una exhibición limitada que responda a una demanda concreta y comprobable. Esto se traduce en pocas funciones focalizadas en un público objetivo que paga para ir a ver una película, cuya exhibición está limitada.

Plataformas para creadores: Además de las plataformas de streaming mainstream como Amazon Prime Video, Netflix o Disney+, también existen plataformas para creadores. Un ejemplo es Nebula.tv, en esta plataforma los creadores producen videos de tipo documental e instructivos de mediano y largo formato por los cuales los usuarios pagan una suscripción.

Benchmarking

A continuación, se presenta una estrategia de Benchmarking enfocada en funcionalidades de plataformas existentes en el mercado. Esta herramienta, con el propósito de analizar los productos que se encuentran ya en función respondiendo a las preguntas: ¿Qué ofrece? ¿A quién se dirige?

TABLA 8

Benchmarking de modelos de negocio

Empresa	Oferta	Puntos de Referencia	Target
Due Legal	Servicio de acompañamiento legal y tributario. Constitución de empresas, creación de sociedades, tributación, contabilidad, asuntos legales.	Paquetes: Bronce, Plata y Oro. Varían entre las horas mensuales de consultoría, automatización y profundidad de reportes.	Startups y Empresas
Proimágenes-recursos culturales	Blogs, artículos actualizados, oportunidades, noticias, convocatorias, educación en cine en un newsletter. Abierto a la posibilidad de UGC	Convocatorias actualizadas, plataforma segmentada por categoría	Ofertas culturales en LATAM
LatamCinema	Información internacional sobre convocatorias, estímulos, eventos	Categorización, completitud y actualización de la información	Productores en LATAM
IDARTES	Plataforma de convocatorias, buscador de	Buscador de palabras clave, categorización y	Sector cultural del distrito

	palabras clave, categorización de convocatorias y filtrado de resultados	filtrado de resultados	
--	--	---------------------------	--

Elaboración propia.

Due Legal

Esta es una startup que ofrece servicios de acompañamiento legal a otras startups y empresas. Tiene servicios one-off, es decir, de una única vez o contrato. Su plataforma se ve así. Ver **IMAGEN 1**:

IMAGEN 1



Imagen tomada de Due Legal (2022)

Una vez se hace click en “adquirir servicio”, se dirige a esta sección, la cual funciona como un carrito en un e-commerce. Ver **IMAGEN 2**.


IMAGEN 2

Constitución de sociedad en Colombia

Ref. 6145663861e359cd08


Descripción: Constituimos legalmente tu startup, scaleup o empresa tradicional en Colombia. Te entregamos certificado de existencia y [Ver más](#)


\$1,606,500.00 COP


 Cobro expirado

Desde: 31-12-2023 12:00

¿Preguntas al comercio?
DUE-LEGAL S.A.S.



 **Llámanos**
3143956054

 **Escribenos**
nbecerra@due-legal.com


 **Visítanos**
www.due-legal.com

Imagen tomada de Due Legal (2022)

También, ofrece servicios recurrentes de acompañamiento legal, los cuales se publican en su plataforma por paquetes de servicios. Ver **IMAGEN 3**:

IMAGEN 3

	Paquete Bronce	Paquete Plata	Paquete Oro
	Permanencia mínima de 6 meses	Permanencia mínima de 6 meses	Permanencia mínima de 6 meses
	Empezar	Empezar	Empezar
Horas mensuales	5 horas	10 horas	Ilimitadas
No se contabilizan reuniones o consultas sencillas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Soluciones legales en cualquier área de práctica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reportes mensuales por medio de DLSuite	Reportes básicos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Firmas ilimitadas de documentos en DLSuite	Hasta 30 documentos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Imagen tomada de Due Legal (2022)

Proimágenes

Proimágenes presenta un newsletter, donde se encuentran las noticias más relevantes del mercado de cinematografía y de Pantalla Colombia. Ver **IMAGEN 4**.

IMAGEN 4



Imagen tomada de Proimágenes (2024)

También, presenta el newsletter de cifras del cine, descargable en PDF. Ver **IMAGEN 5**.

IMAGEN 5



Imagen tomada de Proimágenes (2024)

Las cifras las presenta el formato descargable y en un visor de datos alojado directamente en la página web. Ver **IMAGEN 6**.

IMAGEN 6

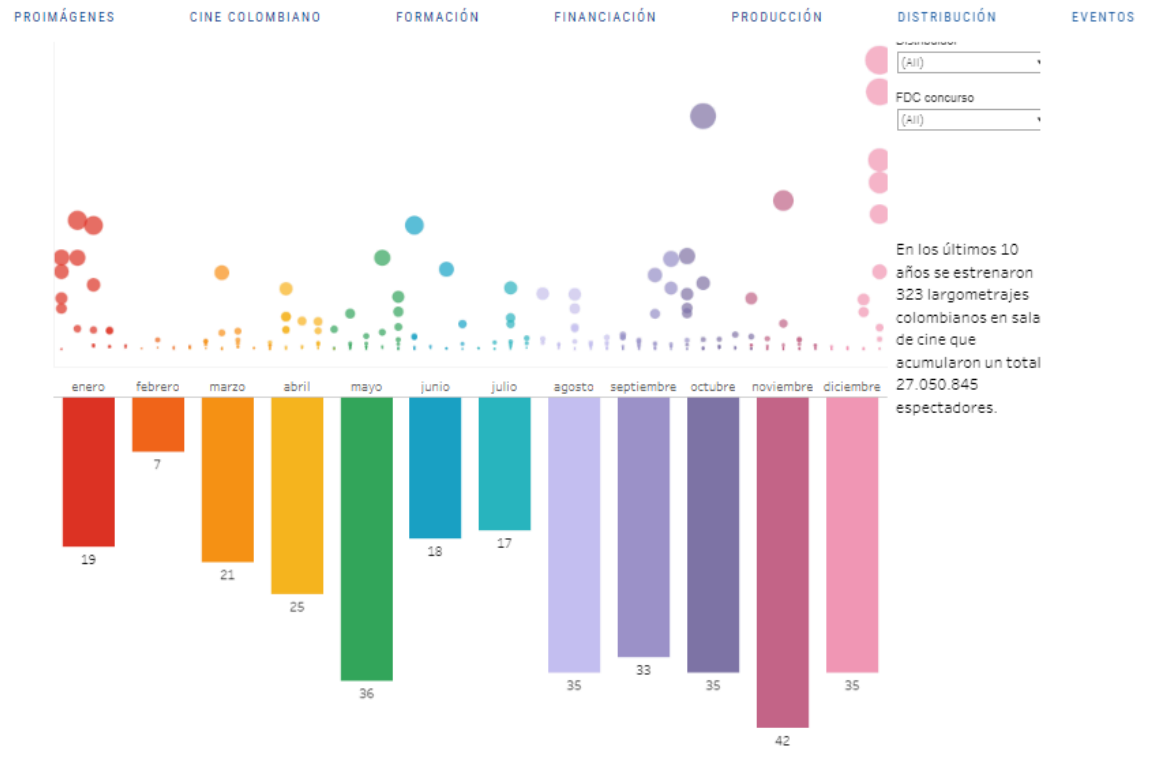


Imagen tomada de Proimágenes (2024)

LatamCinema

Plataforma iberoamericana de cine. En su plataforma, incluye una sección de convocatorias actualizadas. Ver **IMAGEN 7**.

IMAGEN 7

The screenshot shows the 'CONVOCATORIAS' section of the LatamCinema website. At the top, there is a navigation bar with the following categories: CONVOCATORIAS, FESTIVALES, RODAJES, ESTRENOS, DESARROLLO, DOCUMENTAL, ANIMACIÓN, DISTRIBUCIÓN, OTRAS (with a dropdown arrow), and PAÍSES (with a dropdown arrow). The main heading is 'CONVOCATORIAS'. Below it, there are two news items, each starting with a green star icon.

IBERMEDIA NEXT anuncia en Annecy la apertura de su segunda convocatoria
 El Festival de Annecy fue el marco escogido para realizar uno de los anuncios más esperados por el sector de la animación iberoamericana: la puesta en marcha de la segunda...

ANIMACIÓN, CONVOCATORIAS - IBEROAMÉRICA

Málaga, Márgenes y l'Alternativa reciben películas y proyectos; Huelva crea sección de cine español
 El Festival de Málaga abrió la inscripción de películas para su 28 edición, que se celebrará del 14 al 23 de marzo del año que viene. La convocatoria está abierta...

CONVOCATORIAS, DESARROLLO - ESPAÑA

Imagen tomada de Latam Cinema (2024)

IDARTES

La plataforma del Instituto Distrital de Recreación y Deporte de Bogotá (IDARTES), como se referencia en la imagen, permite buscar con palabras clave en una base de datos de convocatorias del distrito. Ver **IMAGEN 8**.

IMAGEN 8

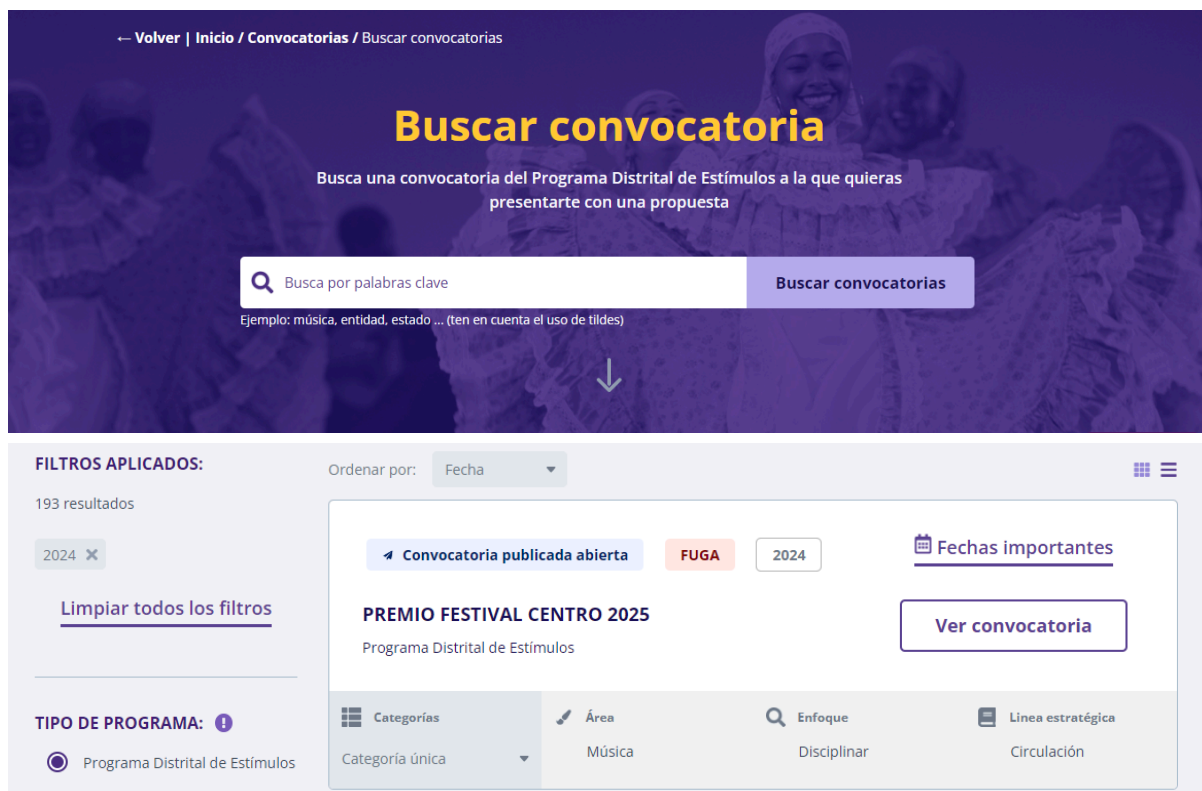





Imagen tomada de IDARTES (2024)

Udemy, Coursera




Estas dos son plataformas de educación online. Mientras que Udemy funciona con un único pago por material educativo en video, o curso, Coursera genera ingresos a partir de una suscripción mensual. El usuario paga por el contenido audiovisual, es decir, el curso. El pago incluye también soporte y el acceso a una sección de preguntas y respuestas que son publicadas en un muro al que todos los que pagan tienen acceso. De esta manera, se evita que el instructor tenga que repetir las respuestas a las preguntas frecuentes. Ver **IMAGEN 9**.

IMAGEN 9

Filtros: Ordenar por:

Todas las clases  Ordenar por recomendados  Filtrar preguntas 

Todas las preguntas en este curso (198)

	523 o pago por banco o caja? Buenos días profesora,Tengo una duda (podría ser una chorrada) mi profesor siempre las compras a...	80 
	Myroslav · Clase 603 · hace 3 años	2 
	entonces como puedo saber que cuentas utilizar en el pais de Mexico	43 
	Luis Alberto Ibarra · Clase 9 · hace 3 años	1 
	Tema 3 - Recursos Buenas tardes.A la hora de realizar los ejercicios propuestos, veo que en las soluciones se han pues...	29 
	Marina · Clase 9 · hace 4 años	1 

Etapas del Proceso de Desarrollo Empresarial

1. Modelo de negocio y Producto mínimo viable (MVP).

Con el fin de darle prioridad a la viabilidad del modelo de negocio, la primera parte del desarrollo empresarial estará enfocada en encontrar y justificar el producto mínimo viable. De esta forma se prioriza el punto de equilibrio del negocio, lo que permite escalar posteriormente con un menor riesgo. Para acometer este objetivo, se acude al sistema Canvas de modelación de negocios, de esta manera, se sabrá esquemáticamente la cadena de valor del negocio, desde las asociaciones clave hasta la estructura de costos y flujo de recursos. En este proyecto de grado, proponemos un MVP coherente con el análisis y que consideramos viable.

2. Constitución de la empresa.

Como es bien sabido, a la luz de la legislación colombiana, para operar comercialmente en el territorio nacional, es menester obtener la licencia, la cual se denomina registro mercantil, y se tramita ante el órgano de comercio. En el caso actual, si la empresa se constituye en Bogotá, la entidad respectiva sería la Cámara de Comercio de Bogotá. Tal registro no es más que un formulario en el que reposan las características constitutivas de la empresa en cuestión, entre las que figuran: tipo de sociedad, actividades comerciales y responsabilidades fiscales.

Así las cosas, en el formulario, se registraría:

Tipo de Sociedad: Sociedad por Acciones Simplificada. (S.A.S). Se optará por este tipo de sociedad debido a que permite gran flexibilidad en la toma de decisiones por parte de los socios, limita la responsabilidad al monto invertido, es un trámite rápido y sencillo que no requiere de escritura pública al ser documento privado los estatutos suscritos.

Actividades Comerciales: Las actividades comerciales se relacionan a partir de una codificación conocida como CIIU. Estos son códigos que categorizan las distintas actividades comerciales que puede llevar a cabo una determinada sociedad.

6399 Otras actividades de servicio de información n.c.p.

7020 Actividades de consultoría de gestión

Responsabilidades fiscales: Se adhiere al Régimen Simplificado de Tributación, este régimen permite llevar una mejor contabilidad ante el órgano fiscal al simplificar los diferentes tributos por los que responde la sociedad.

3. Desarrollo de marca

Una vez establecido el modelo de negocio, con base en este producto mínimo viable, se construyen los elementos de marca que, en principio, van a estar todos enfocados en la promoción de este producto mínimo viable y, paralelamente, en desarrollar el resto de fuentes de ingresos. Como parte de este desarrollo de marca se crearán los elementos principales de identidad de imagen de marca. Estos incluyen logo, paletas de color, valores corporativos, tipografía y customer journey.

4. Definición de estructura organizacional (Departamentos y objetivos).

Se debe realizar una estructura organizacional. Con base en esta estructura, se establecerán departamentos con objetivos específicos. Dependiendo de las necesidades del producto mínimo viable, se establecerá una jerarquía, cargos, y se define la razones por la cuáles son fundamentales en el desarrollo del MVP.

5. Diseño UX y UI.

Con base en el manual de marca, se realizará un diseño UX y UI preliminar de la plataforma que nos permitirá realizar mockups de la plataforma y comprender cómo funcionan las páginas principales y el diseño. Esto se verá expresado en prototipos, para los cuales desarrollamos una versión piloto en este documento.

6. Desarrollo web y testeo.

Con base en el diseño UX y UI se debe realizar la programación de la plataforma. Para esto se debe delegar el trabajo a un ingeniero de software. En este trabajo, identificamos de forma superficial las principales tareas requeridas para el funcionamiento de la plataforma. Esta etapa es una de las más costosas y demandantes tanto de tiempo como de recursos financieros.

7. Lanzamiento y Pauta.

En este punto, cuando ya se tiene una plataforma funcional. Se procede al lanzamiento público, el cuál es acompañado con pauta y una estrategia de marketing. Para este proceso, la plataforma debe haber sido testeada con un grupo limitado de personas. Se establecen KPI's y OKR's, con el fin de medir el desempeño de la marca y sus productos. Este lanzamiento inicial, debe estar enfocado en vender el MVP que sea establecido en ese momento.

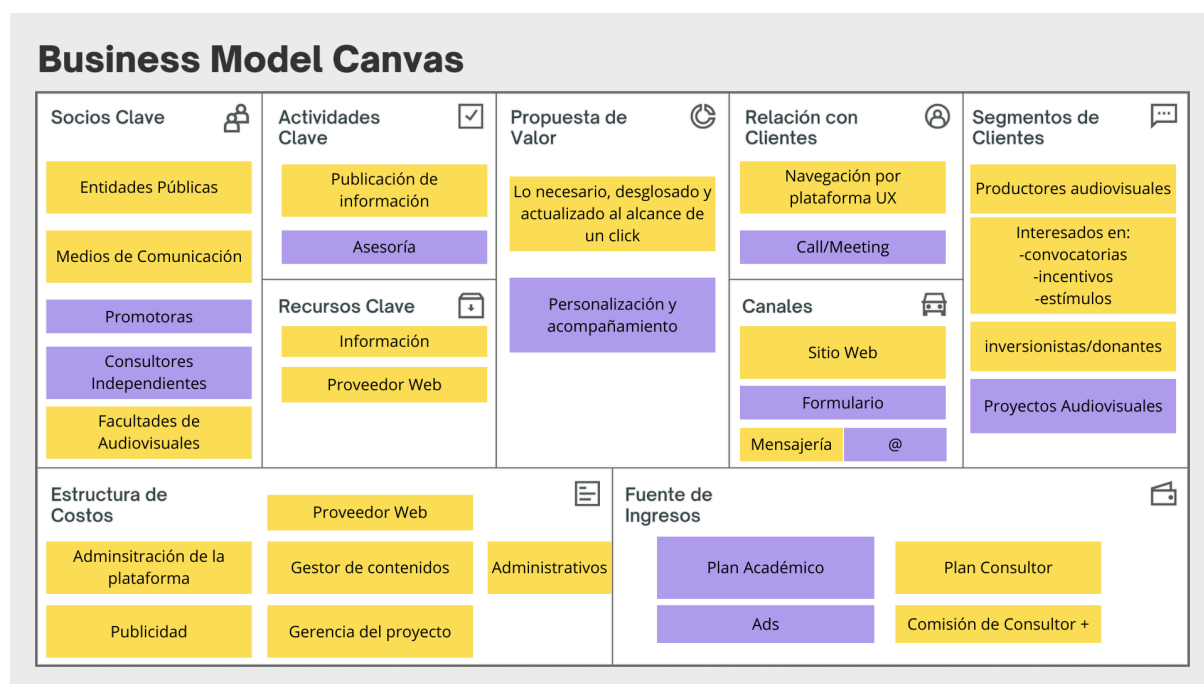
Modelo de Negocio

El modelo de negocio de FILMVEST se compone de dos líneas principales: en primer lugar, la oferta de una plataforma bajo el modelo de suscripción con dos planes. El primero se denomina “Académico”. Este plan permite acceso a información exclusiva, charlas con expertos, acceso a la base datos de convocatorias y guías completas, por un valor de \$20.000 que se cobrarán de manera mensual. Este plan es el MVP (Producto Mínimo Viable) de la compañía por su facilidad de implementación y capacidad de escalabilidad.

Para potenciar esta escalabilidad, la estrategia de mercadeo se concentrará en contactar a las facultades de Comunicación y Producción Audiovisual de las principales ciudades del país para que se adquieran las membresías necesarias y que sus estudiantes tengan acceso a material académico que le aporte a su plan educativo. El segundo plan se denomina “Consultor”, por un precio de \$39.900 mensuales, sus usuarios tendrán acceso al Plan Académico y, adicionalmente, acceso a foros con expertos organizados por categorías: legislación, producción, convocatorias y financiación; recomendaciones de convocatorias y prioridad en charlas con expertos. Por último, y como segunda línea de negocio, los usuarios de este plan tendrán acceso a asesorías totalmente personalizadas uno a uno con consultores por un precio especial. La plataforma tendrá una comisión. Para garantizar la sostenibilidad del negocio, se evitará que los usuarios accedan a la información personal de los consultores proveyendo la plataforma, los medios de carga y descarga de documentos y generando reuniones por aplicaciones como Zoom y prohibiendo que se comparta información personal. Otra característica diferenciadora de este modelo, la cual encuentra referencia en plataformas del sector minorista y de domicilios, se implementará un sistema de calificación de los asesores con una sección de comentarios y puntuación. Entre más elevada sea la calificación del consultor, mejor posicionamiento tendrá, y más caro podrá cobrar la hora de consulta.

GRÁFICO 4

Modelo de Negocio Canvas



Elaboración propia.

En el modelo Canvas, ver **GRÁFICO 4**, se hace uso de dos colores, el morado y el amarillo; estos colores representan, cada uno, una línea de negocio. El morado, el core del negocio, es decir, las asesorías personalizadas, donde los socios clave son las agencias promotoras de cine y consultores independientes en determinados ámbitos. La propuesta única de valor es la personalización y acompañamiento; la relación con clientes, por medio de reuniones y llamadas y el target, proyectos audiovisuales.

Por otro lado, el amarillo, un servicio gratuito de consulta de información en un portal web, cuya propuesta de valor es lo necesario, desglosado y actualizado al alcance de un click, abierto a un target más general en el marco de la industria y con aliados regionales.

Asociaciones clave:

- Entidades Públicas: Las Entidades Públicas con las que se hará asociaciones clave permitirán acceder a información de primera mano y a que tal información tenga respaldo oficial. Estas entidades son el Ministerio de Cultura y su Dirección de Audiovisuales, cine y medios interactivos; Proimágenes. El rol de la asociación será la de potenciar el fomento del cine por medio de información compartida.

- b. Medios de comunicación: Los medios de comunicación regionales, locales y nacionales, que buscan la información y la dan a conocer al público. El rol de la asociación con medios será el de publicación de información de última hora en la plataforma y, en doble vía, brindarles información que sea de interés para sus públicos.
- c. Agremiaciones: Asociación Colombiana de Productores de Cine Independiente - ASOCINDE que tienen la misión de promover nuevos proyectos. También, la asociación permitiría acceder a una base de datos de productores de cine.
- d. Consultores Independientes: El rol de consultores independientes será fundamental. Estos consultores tienen perfiles de expertos en el campo, profesores, productores, inversionistas que trabajarán, a cambio de honorarios por su servicio.

Actividades Clave:

- e. Publicación de información: Por medio de la plataforma, se publica información actualizada y desglosada sobre el sector audiovisual del país.
- f. Asesoría: Conectamos los proyectos audiovisuales con los expertos. En sesiones de 1 hora por experto, se tratan los temas necesarios. 1 hora por necesidad. Por una tarifa asequible para el proyecto y valiosa para el asesor.

Recursos Clave:

- g. Información: La información es un activo clave para asegurar el funcionamiento de la plataforma. Se actualiza diariamente. Funciona como un hub de los diferentes medios y sitios web oficiales en cuanto a noticias, eventos y calendarios de convocatorias.
- h. Proveedor Web: Se requiere de una infraestructura básica de web (hosting, dominio).

Propuesta de Valor:

- i. Lo necesario, desglosado y actualizado al alcance de un click.
- j. Personalización y acompañamiento.

Relación con clientes:

- k. Navegación por plataforma UX
- l. Call/Meeting

Canales:

- m. Sitio Web
- n. Formulario de contacto
- o. Mensajería directa
- p. Correo Electrónico

Segmentos de clientes:

- q. Productores Audiovisuales
- r. Interesados en convocatorias, incentivos, estímulos
- s. Inversionistas y/o donantes
- t. Proyectos Audiovisuales:

Fuentes de Ingreso

- Paquetes de asesoría bajo modelo de suscripción mensual o anual con un 50% de descuento en el primer mes si el pago es anual.
1. La principal fuente de ingreso, son dos paquetes bajo el modelo de suscripción. Los dos paquetes son:
 - Académico: Por un precio de COP\$20.000 mensuales, el usuario tendrá acceso a información adicional de convocatorias, charlas con expertos, templates y guías completas.
 - Consultor: Por un precio de COP\$39.900, el usuario tendrá acceso al plan académico más acceso a foros con expertos, recomendaciones de convocatoria y prioridad de participación en charlas con expertos.
 2. Como segunda fuente de ingreso, el usuario que adquiera el plan consultor, tendrá acceso a una tarifa especial para un asesoría personalizada, una hoja de ruta para su proyecto y un plan de financiación. La plataforma cobra una comisión y efectúa las retenciones tributarias.
 3. La tercera fuente es de la publicidad que se sirva en la plataforma, la cual se mostrará únicamente en las pantallas que accedan a información de manera gratuita.

Queremos que nuestra plataforma sea un lugar de consulta para convocatorias, procesos de financiación y legislación del cine en Colombia. Proponemos crear con gran parte de este contenido de valor una audiencia que constantemente confíe en nuestra plataforma para obtener información. Para llevar a esta audiencia a una conversión que permita la viabilidad financiera del proyecto. Proponemos ofrecer contenidos extra, al igual que el acceso a asesorías personalizadas a través de un modelo por suscripción con diferentes planes o paquetes.

Ventajas del modelo por suscripción:

- Ingresos estables y predecibles
- Diferentes opciones para diferentes necesidades
- La audiencia que no paga por suscripción sigue utilizando el producto y puede atraer a otros potenciales clientes.
- Las suscripciones más básicas son sencillas de mantener ya que sólo accederán a más información de la plataforma.

4. Ads

Como fuente de ingresos secundaria, se tendrá los Ads de Google. Para obtener este ingreso la plataforma se registrará con Google Ads y se les

permitirá a los anunciantes servir pauta en la plataforma. Esto se verá en la plataforma en forma de banners, los cuales se van a configurar para no ser invasivos en la experiencia de usuario y que no pierda ninguna funcionalidad por causa de estos. Para los usuarios que están suscritos con alguno de los planes, no se verán estos banners. Además, para el contenido que la plataforma publique de forma gratuita en Youtube, se permitirá la pauta en los videos.

Esta fuente de ingresos no pretende ser significativa. Sin embargo, es una forma de generar ingresos en el contenido gratuito de la plataforma y es otra razón para que los usuarios decidan suscribirse a alguno de nuestros planes pagos.

Análisis FODA

Fortalezas:

Experiencia y conocimiento especializado: El equipo de consultores externos cuenta con una amplia experiencia y conocimiento en el ámbito jurídico, técnico y conocen los requisitos para aplicar a las diferentes convocatorias del medio, son personas activas en el medio y que han realizado estos procesos y han sido beneficiarios previamente.

Enfoque personalizado: Se ofrece un servicio personalizado y adaptado a las necesidades específicas de cada proyecto. Se presentan alternativas para diferentes etapas de producción y para diferentes tipos de realizadores.

Amplia red de contactos: Se cuenta con una amplia red de contactos en la industria audiovisual, lo que permite acceder a recursos y oportunidades adicionales para los clientes. La mayoría provienen de nuestro proceso académico en la Universidad de La Sabana.

Precios competitivos: Se ofrecen precios competitivos en comparación con la competencia. Ya que nuestra competencia o no ofrece estos servicios, o directamente hay que pagar un curso completo de producción o legislación que no se enfoca en realizar de forma práctica el proceso con un proyecto.

Información disponible: Con el uso de la plataforma de información, se garantiza que los datos y, en general, la información que allí se encuentra esté actualizada. De esta manera, se hace el mejor uso posible de la información disponible y se pone a disposición de los usuarios de la plataforma.

Oportunidades:

Crecimiento del mercado audiovisual: El mercado audiovisual está en constante crecimiento, lo que representa una gran oportunidad para este modelo de negocio.

Demanda de servicios especializados: Cada vez existe una mayor demanda de servicios especializados en el ámbito jurídico y técnico de los proyectos audiovisuales de cara a las convocatorias, estímulos y búsqueda de inversión.

Internacionalización: Se puede ampliar el mercado a otros países mediante la oferta de servicios e información en la plataforma de información.

Desarrollo de nuevas tecnologías: Se pueden aprovechar las nuevas tecnologías para ofrecer un servicio más eficiente y personalizado. Por ejemplo, el uso de la Inteligencia Artificial dentro de la plataforma.

Alianzas estratégicas: Se pueden realizar alianzas estratégicas con otras empresas del sector audiovisual para ofrecer un servicio más completo e integral en relación con las necesidades de cada proyecto.

Debilidades:

Dependencia del equipo de asesores: El negocio depende en gran medida del conocimiento y la experiencia del equipo de asesores, asimismo, de su disponibilidad.

Falta de reconocimiento de marca: El negocio puede tener una falta de reconocimiento de marca en el mercado al ser enfocado en una necesidad tan específica.

Limitación de recursos: El negocio puede tener limitaciones de recursos, como capital humano o financiero.

Competencia: Existe una fuerte competencia en el mercado de asesorías jurídicas y técnicas para proyectos audiovisuales.

Dependencia de clientes específicos: El negocio puede depender de un número limitado de clientes específicos en la medida en que se generen nuevos proyectos.

Dependencia de la situación del mercado: El negocio funcionará en la medida en que el mercado esté en las condiciones favorables para que se presenten proyectos masivamente.

Amenazas:

Cambios en la legislación: Los cambios en la legislación pueden afectar negativamente al negocio.

Aparición de nuevos competidores: Pueden surgir nuevos competidores en el mercado.

Crisis económica: Una crisis económica puede reducir la demanda de servicios de asesoría.

Viabilidad

El Proyecto: Resumen Ejecutivo

FILMVEST es una iniciativa emprendedora que tiene como objetivo crear una plataforma web que ofrezca servicios de acceso a información para los actores del mercado audiovisual en Colombia. La plataforma proporcionará consultorías y herramientas digitales útiles para gestionar procesos de financiación y producción de cortometrajes y largometrajes.

La industria audiovisual colombiana se enfrenta a un gran desafío: la falta de información sobre financiación de proyectos. Esto dificulta que los cineastas encuentren los recursos necesarios para llevar sus ideas a la pantalla.

Descripción: Objetivos, productos, canales

FILMVEST propone una solución integral a este problema. La plataforma web ofrecerá una serie de servicios que ayudarán a los cineastas a encontrar la financiación que necesitan, incluyendo:

- **Información sobre fuentes de financiación:** FILMVEST proporcionará una base de datos completa de fuentes de financiación disponibles para proyectos audiovisuales en Colombia. Esto incluirá información sobre los tipos de financiación disponibles, los criterios de elegibilidad y los procesos de solicitud.
- **Herramientas de gestión de proyectos:** FILMVEST ofrecerá una serie de herramientas digitales que ayudarán a los cineastas a gestionar sus proyectos de forma más eficaz. Esto incluirá herramientas para la elaboración de presupuestos, la programación y la gestión de equipos.
- **Consultorías especializadas:** FILMVEST ofrecerá consultorías especializadas en financiación de proyectos audiovisuales. Estas consultorías estarán a cargo de expertos en la industria que podrán ayudar a los cineastas a desarrollar estrategias de financiación exitosas.

El mercado objetivo de FILMVEST son los cineastas colombianos que buscan financiación para sus proyectos. Este mercado incluye tanto a cineastas independientes como a cineastas que trabajan en empresas de producción.

FILMVEST generará ingresos a través de una serie de fuentes, incluyendo:

- **Suscripciones:** Los cineastas podrán suscribirse a la plataforma web FILMVEST para obtener acceso a todos los servicios que ofrece.
- **Consultorías:** FILMVEST cobrará una tarifa por sus servicios de consultoría.

- **Publicidad:** FILMVEST podrá mostrar publicidad en su plataforma web.

El equipo de FILMVEST está formado por un grupo de profesionales con experiencia en la industria audiovisual y en el desarrollo de negocios.

La iniciativa tendrá un impacto positivo en la industria audiovisual colombiana al facilitar el acceso a financiación para los cineastas. Esto ayudará a estimular la producción de películas y cortometrajes colombianos y a aumentar la visibilidad de la industria audiovisual colombiana en el mercado internacional.

Infraestructura Tecnológica

La plataforma web FILMVEST se desarrollará utilizando tecnologías web modernas y escalables, es decir, un proveedor de hosting en la nube que permita integración con CMS WordPress y Plugins instalables para ampliar al máximo las posibilidades de desarrollo. Estos aditamentos, presentan actualizaciones periódicas. Esto permitirá que la plataforma sea accesible desde cualquier dispositivo y que pueda soportar un alto volumen de tráfico. Se utilizará una base de datos relacional para almacenar toda la información sobre las fuentes de financiación, las herramientas de gestión de proyectos y los consultores.

Es importante hacer hincapié en que las bases de datos relacionales organizan información en tablas interconectadas, permitiendo almacenar, acceder y gestionar datos relacionados de manera eficiente. Son esenciales en tanto permiten organizar la información en tablas cuyos datos y variables se relacionan entre sí. (Oracle, *s.f.*)

Se implementarán las medidas de seguridad necesarias para proteger la información de los usuarios. Esto incluirá el cifrado de datos, la autenticación de usuarios y la autorización de acceso. Se realizará utilizando una metodología de desarrollo ágil. Esto permitirá que el equipo de desarrollo pueda trabajar de forma iterativa y responder rápidamente a los cambios en los requisitos del proyecto. Se aloja en un proveedor de alojamiento en la nube de alta disponibilidad. Esto garantizará que la plataforma esté siempre disponible para los usuarios.

El internet permite tener un alcance global, tanto en la recepción de la información, como en la emisión de la misma. La creación de una plataforma de la naturaleza de FILMVEST es posible aplicando la innovación y la técnica de desarrollo necesaria. Para esto, es posible acceder a código open-source, es decir, referencias de código abierto existentes para la composición de la línea de código de la plataforma. Asimismo, el internet permite alojar toda la información en la nube, agilizar procesos y garantizar la seguridad. (Google Cloud, *s.f.*)

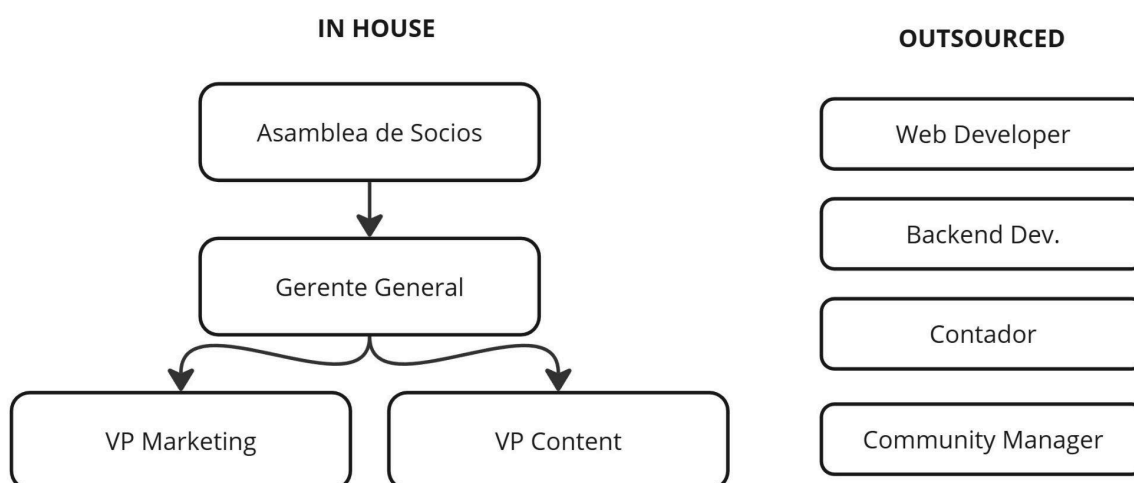
Recurso Humano

FILMVEST contará con el recurso humano capacitado y avalado en función de su experiencia al tratarse de asesoramiento que incluye variedad de temas financieros, legales y técnicos del campo audiovisual. Se requiere de un manager del proyecto, cuya función es la de garantizar la articulación entre todo el sistema de la plataforma; un gestor, cuya función es garantizar el mantenimiento de la información actualizada. El mercado laboral colombiano se encuentra en condiciones para que FILMVEST logre acceder al talento necesario, por medio de la figura de contrato por prestación de servicios en el caso de los asesores.

A continuación se desarrolla una estructura organizacional que se ciñe al presupuesto start up. Esto significa, que el talento humano contemplado es el mínimo y necesario para el funcionamiento del modelo de negocio. Ver **GRÁFICO 5**.

GRÁFICO 5

Estructura organizacional Filmvest



Elaboración propia.

La estructura organizacional se define a partir de la jerarquía clásica empresarial en la que, en primer lugar, se encuentran los socios, quienes fungen como dueños capitalistas del negocio. En segundo lugar, el gerente general, quien administra los recursos del negocio, tanto financieros, humanos y materiales para garantizar el funcionamiento de la organización. Bajo su

subordinación, los dos “vice president”, el de marketing y el de contenido, quienes, respectivamente, se encargan de lo comercial y de la gestión del contenido de la plataforma.

Al costado derecho, se ubica el talento de outsource, es decir, el recurso que se contrata bajo proyecto definido por fuera de la planta. Este equipo se compone por: web developer, quien se encargará del “look and feel” de la plataforma (frontend); el backend developer, se encargará de diseñar las bases de datos y el motor de la plataforma; un contador que realizará la gestión contable y taxativa de la compañía y, por último, un community manager, quien apoyará al VP de marketing en su función de promoción y relacionamiento a través del CRM.

Presupuesto

Se desarrolla el siguiente presupuesto con el fin de establecer los costos del primer año. Se tienen en cuenta seis rubros que son considerados los más importantes para el desarrollo del proyecto empresarial. Se establecen en estos rubros los elementos que se consideran necesarios para probar el MVP en el mercado real. Ver **TABLA 9**.

TABLA 9
Presupuesto: Gastos fijos primer año.

RESUMEN PRESUPUESTO	VALOR
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$10,162,410
TALENTO HUMANO	\$79,200,000
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	\$271,000
GASTOS WEB	\$889,579
PAUTA	\$6,000,000
TOTAL	\$96,522,989

COSTOS PRIMER AÑO:				
RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
COSTOS ADMINISTRATIVOS				

CRM de ventas	Paquete	1	\$562,410	\$562,410
Eventos y mercados	Meses	12	\$800,000	\$9,600,000
TALENTO HUMANO				
Contador	Paquete	1	\$3,200,000	\$3,200,000
Desarrollador Web	Paquete	1	\$10,000,000	\$10,000,000
Gestor de contenido	Meses	12	\$1,700,000	\$20,400,000
Gerente general	Meses	12	\$3,800,000	\$45,600,000
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA				
Derechos de matrícula	Paquete	1	\$126,000	\$126,000
Registro Mercantil	Paquete	1	\$145,000	\$145,000
GASTOS WEB				
Hosting/Servidor	Paquete	1	\$460,000	\$460,000
Dominio	Paquete	1	\$47,579	\$47,579
Elementor	Paquete	1	\$382,000	\$382,000
PAUTA				
Contenido Audiovisual	Paquete	1	\$2,000,000	\$2,000,000
Google Ads	Paquete	1	\$1,000,000	\$1,000,000
Facebook Ads	Paquete	1	\$1,000,000	\$1,000,000
Medios alternativos	Paquete	1	\$2,000,000	\$2,000,000
TOTAL				\$96,522,989

Elaboración propia.

Cronograma

Se realiza el siguiente cronograma para entender los objetivos principales que se deben llevar a cabo durante el primer año para desarrollar el modelo empresarial. Ver **TABLA 10**.

TABLA 10
Cronograma de desarrollo Filmvest

CRONOGRAMA FILMVEST					
CUARTIL	ETAPA DE FINANCIACIÓN	OBJETIVOS	MES 1	MES 2	MES 3
Q1	1	REGISTRAR EMPRESA			
		DISEÑO UX UI			
		BUSCAR INVERSIONISTAS			
		BÚSQUEDA DE LEADS			
		ESTABLECER MECÁNICAS DE BÚSQUEDA CONVOCATORIAS			
		CONTRATAR EQUIPO DE TRABAJO			

CUARTIL	ETAPA DE FINANCIACIÓN	OBJETIVOS	MES 4	MES 5	MES 6
Q2	2	PLANEACIÓN DESARROLLO WEB			
		ALIANZAS ESTRATÉGICAS			
		DESARROLLAR PÁGINA DE INICIO			
		ESTABLECER ESTRATEGIA DE MARKETING			
		DESARROLLAR BASE DE DATOS DE CONVOCATORIAS			
		DESARROLLAR HUB DE INFORMACIÓN			
		DESARROLLAR FORO			
		DESARROLLAR PASARELA DE PAGOS			
		DESARROLLAR TEMPLATES INTERACTIVOS			

CUARTIL	ETAPA DE FINANCIACIÓN	OBJETIVOS	MES 7	MES 8	MES 9
Q3	2	OPTIMIZACIÓN			
		DEBUGGING			
		LANZAMIENTO			
			PLAN PILOTO		
			FEEDBACK		
			OPTIMIZACIÓN		

CUARTIL	ETAPA DE FINANCIACIÓN	OBJETIVOS	MES 10	MES 11	MES 12
Q4	3	UX UI OPTIMIZACIONES			
		DESARROLLO ACTUALIZACIÓN			
		LANZAMIENTO PÚBLICO			
		CAMPAÑA DE PAUTA			

CUARTIL	ETAPA DE FINANCIACIÓN	OBJETIVOS	MES 13	MES 14	MES 15
Q5		ANÁLISIS FINANCIERO PRIMER AÑO			
	4	MODELO DE NEGOCIO ACTUALIZADO			

Elaboración propia.

Plan de gestión: Precio de los planes

Para los estudiantes puede ser difícil acceder a una membresía, por ello, se enfoca la estrategia de venta del plan académico a las universidades directamente. Al tener una primera versión de la plataforma, se realizará un plan piloto con 50 estudiantes universitarios. Se les incentivará a utilizar la plataforma y brindar feedback. Progresivamente en alianza con la universidad, se aumentará el número de estudiantes mes a mes. También se le dará acceso a 15 personas al plan consultor. Estas personas pueden ser estudiantes más avanzados o productores nuevos. En cuanto la modalidad de “Consultor +”, esta es una estimación de la comisión que se recibe por cada asesoría brindada en la plataforma.

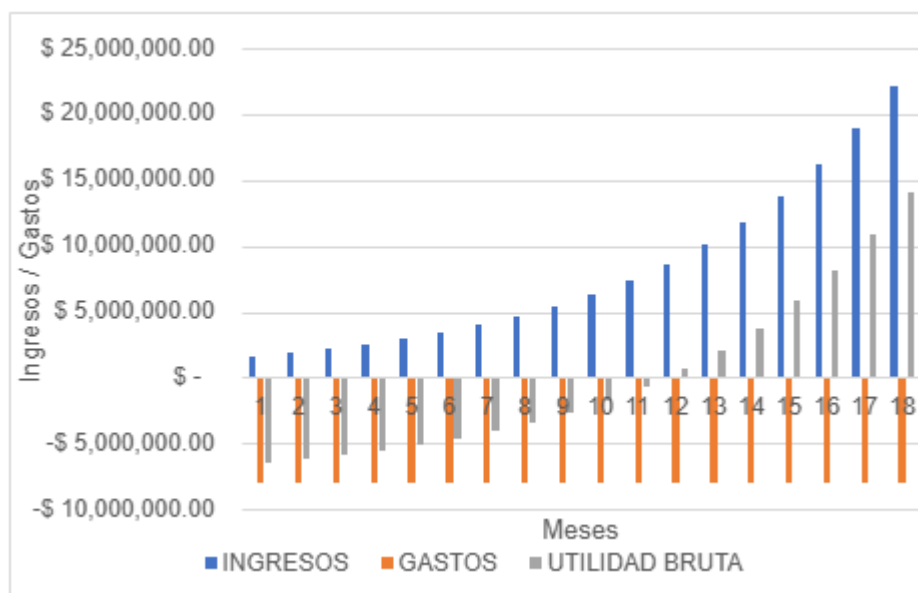
TABLA 11
Precio de los planes

PLANES	PRECIO	CLIENTE INICIAL	Incremento Mensual	Flujo acumulado
PLAN ACADEMICO	\$ 20.000,00	50	1,18	\$ 34.931.070
PLAN CONSULTOR	\$ 35.000,00	15	1,14	\$ 14.317.143
CONSULTOR +	\$ 10.000,00	5	1,15	\$ 1.450.083
Resultados Primer Año				\$ 50.698.297

Elaboración propia.

Punto de equilibrio

TABLA 13
Gráfico punto de equilibrio



Elaboración propia.

Con base en el presupuesto anual, y tomando los gastos fijos, exceptuando los costos de constitución de la empresa, se establece un valor mensual de gastos de funcionamiento y costos de venta de 8.021.000 COP. Con esta información y el flujo de caja proyectado, ver **TABLA 12**, se proyecta el punto de equilibrio, ver **TABLA 13**. El momento en el que se alcanza el punto de equilibrio, con base en nuestras proyecciones se encuentra entre el mes 11 y el mes 12 de funcionamiento de la plataforma desde que se lanza el plan piloto. A partir del mes 12 se espera generar utilidades con las cuáles se espera solventar deudas y pagar a inversionistas.

Viabilidad financiera: Fuentes de financiación

TABLA 14
Etapas de financiación

ETAPA	FUENTE	MONTO	HORIZONTE
1	Capital Propio	\$ 5.000.000,00	Inmediato
2	Ángeles Inversionistas	\$ 10.000.000,00	Corto Plazo
3	Fondos de Fomento Empresarial	\$ 30.000.000,00	Mediano - Corto plazo
4	Crédito Bancario	\$ 20.000.000,00	Mediano Plazo
5	Ronda de Capital Privado	\$ 50.000.000,00	Largo Plazo

Elaboración propia.

La financiación de FILMVEST se realizará por etapas, que se describen en el la **TABLA 14**. La primera etapa parte con el capital propio de los fundadores y consistiría en iniciar con procesos iniciales de constitución de empresa y planeación para iniciar el desarrollo. La segunda etapa consistirá en ángeles inversionistas. Realizando networking y mostrando el valor de la marca se reuniría capital para desarrollo de la plataforma a corto plazo. Pensando en el corto y mediano plazo se accederán a fondos de fomento empresarial o alternativas de financiación para emprendedores como puede ser la plataforma FINAKTIVA. La siguiente etapa consiste en solicitar un crédito bancario para finalizar y mejorar el desarrollo de la plataforma para que esta sea autosostenible y se comiencen a generar utilidades. Finalmente, con el fin de mejorar tecnológica y estratégicamente, se realizará una ronda de inversión de capital privado en la que se ofrece un porcentaje de la empresa con el fin de conseguir socios estratégicos y obtener liquidez.

Desarrollo de Marca

Valores corporativos

Los valores corporativos son el eje central de la marca. A partir de estos el resto de elementos de marca surgen de forma coherente. Para definirlos hemos considerado nuestro modelos de negocio, la necesidad que queremos suplir, nuestro target y pensamos en unos valores que representen una identidad de marca fresca y que contraste con las empresas existentes en el mercado. Con esto en mente definimos los siguientes valores:

- Honestidad, sin letras pequeñas.
- Ofrecer valor primero.
- Trato humano.
- Información clara y enfocada hacia la acción.
- Transparencia en procesos.

Nombre

Filmvest: El nombre surge de la combinación entre la palabra “Filme”, que se refiere a película o cinta y la palabra en inglés “Invest”, que significa invertir. Nuestro objetivo con el nombre es que se pueda relacionar a nuestra marca y nuestros servicios con inversión en películas. Nos referimos a inversión no sólo en el sentido monetario. Queremos ser reconocidos como una plataforma con herramientas que permitan hacer que los proyectos crezcan y se realicen. Nuestro nombre podría, en ese orden de ideas, funcionar como un verbo. “Filmvest” sería una plataforma con herramientas para “Filmvertir” es decir, invertir en el cine colombiano.

Tomando en cuenta nuestro producto mínimo viable, con el cuál pretendemos dar herramientas e información para que los productores realicen sus proyectos, nuestro nombre es una forma de mostrar que nuestra plataforma les va a ayudar con la financiación de su proyecto y con el desarrollo de la industria audiovisual.

Imagotipo



Para nuestro logo tomamos en cuenta los valores de marca e incluimos características que consideramos pertinentes para la identidad de marca. Como primer elemento está la tipografía. Se elige “Questrial” porque es moderna, sans serif y minimalista. Con esos elementos se busca dar a entender que somos una empresa que va a la vanguardia y que utiliza tecnología para hacer sus procesos. La idea de que sea minimalista es que se transmita el enfoque práctico que tiene la empresa con sus contenidos y sus clientes.

En cuánto a la figura que se ve detrás del texto, esta consiste en dos figuras simétricas formadas por cuadrados de distinto color. La diferencia entre ambas es el color. Para la paleta de color de la figura escogimos el “Teal and Orange”, debido a que son colores predominantes en muchas películas de hollywood y blockbusters, por lo cuál debe resultar familiar para las personas que ven cine.

Además de esto cada color representa una línea de negocio. El naranja sería la parte de acceso a la información, guía y convocatorias. Y el azul la parte de asesorías con expertos. Esta superposición de figuras se realiza con el fin de bajar la opacidad de cada una y que se entrelazan una con otra ligeramente, transmitiendo que están conectadas y el concepto de transparencia que hace parte de nuestros valores de marca. La figura es simétrica y el texto está centrado, generando confianza y sensación de una marca sólida y estable.

Customer Journey

Para desarrollar el customer journey nos basaremos en seis etapas por las cuales pasarán nuestros usuarios: Reconocimiento, Búsqueda, Consideración, Conversión, Servicio y Lealtad.

Tomando en cuenta estas etapas, analizaremos las acciones que hace el cliente, los posibles puntos de contacto de nuestro cliente con la marca, sus pensamientos, sentimientos y posibles oportunidades que pueden aprovechar en cada etapa. Ver **TABLA 15**.

TABLA 15

Customer Journey

ETAPAS	Acciones	Puntos de Contacto	Pensamientos	Sentimientos	Oportunidades
RECONOCIMIENTO	Ver la marca en un evento, artículo, Escuchar en algún programa o entrevista, Encontrar página buscando información sobre cine en Colombia.	Web, Pauta digital, Voz a voz, podcast.	"¿Será una página de noticias?" "Filmvest, ¿será para invertir en cine?" "No sé cómo financiar mi proyecto."	Interés, Curiosidad.	1. Dar una idea básica de la plataforma. 2. Presentar una promoción. 3. Dejar claro el público objetivo de la plataforma.
BÚSQUEDA	1. Búsqueda de convocatorias online. 2. Búsquedas sobre cine Colombiano. 3. Búsqueda directa de la plataforma 4. Búsqueda por redes sociales.	Plataforma Web. Seo, Sem, Instagram.	"¿Cómo financio mi cortometraje?" "Necesito recibir donantes e inversionistas con ley del cine y no sé cómo." "Qué leyes hay con respecto al cine en Colombia."	Curiosidad, ansiedad, preocupación, interés.	1. Presentarle al usuario exactamente la información que necesita con SEO y SEM. 2. Dejar claro lo que la plataforma tiene para ofrecerle a su proyecto. 3. Ser más concretos y relevantes que otros sitios.
CONSIDERACIÓN	1. Ver base de datos de convocatorias. 2. Leer guía o artículo relevante gratis. 3. Suscribirse a la newsletter. 4. Ver y comparar planes.	Plataforma web.	"Muy útil esta información." "No sabía que habían tantas alternativas de financiación." "No conocía todas estas convocatorias" "Esto le sirve a mi proyecto."	Alegría, alivio, tranquilidad, sorpresa.	1. Ofrecer promoción. 2. Previsualización de contenidos pagos. 3. Resumir oferta de valor de los planes. 4. Exaltar aspectos específicos de su proyecto.

CONVERSIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra el plan académico con descuento. 2. Obtiene acceso inmediato a contenidos pagos. 3. Puede acceder desde cualquier dispositivo. 	Plataforma web, pasarela de pagos.	<p>"Por fin tendré aprenderé cómo funcionan estos estímulos."</p> <p>"Con esto llevaré mis proyectos al siguiente nivel."</p> <p>"Por todo lo que ofrecen es un buen precio."</p>	Alegría, motivación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar funcionamiento de elementos pagos de la plataforma. 2. Dejar claro que puede acceder desde cualquier dispositivo. 3. Dar un ejemplo de cómo puede potenciar su proyecto con esas herramientas.
SERVICIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ver estadísticas adicionales de la convocatorias de su interés. 2. Utilizar templates interactivos para realizar tareas de producción de forma más rápida. 3. Leer guías y realizar un plan para su proyecto. 	Plataforma web.	<p>"Esta información es muy útil."</p> <p>"Ahora sé cuál es la mejor convocatoria para mi proyecto."</p> <p>"Con este conocimiento puedo recibir donantes e inversionistas."</p>	Alegría, concentración, curiosidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pedir una review del sitio. 2. Mostrar cómo usar elementos de la plataforma que no ha utilizado o que hace rato no utiliza. 3. Pedir feedback de mecánicas y elementos de la plataforma.
LEALTAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compartir con colegas y recomendar. 2. Hacer upgrade al siguiente plan. 3. Usar las herramientas del sitio de forma intuitiva. 4. Confiar en el sitio como principal herramienta de consulta. 	Plataforma Web, Redes sociales.	<p>"Aquí me ahorro mucho tiempo, se lo recomendaré a mis colegas."</p> <p>"Compartiré estos artículos y posts en mis redes sociales."</p> <p>"Esta plataforma tiene mucho valor por ofrecer."</p>	Alegría, satisfacción, motivación, confianza.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener al día con las novedades del sitio. 2. Dar la posibilidad de enviar feedback prioritario. 3. Acceso anticipado a nuevas funcionalidades de la plataforma.

Elaboración propia.

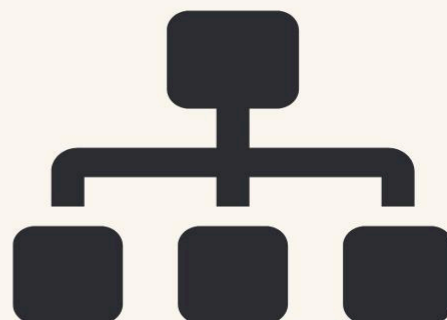
Prototipos

Inicio


[Planes](#)
[Convocatorias](#)
[Guías interactivas](#)
[Nosotros](#)

Todas las convocatorias en un lugar

¡Suscríbete a nuestra newsletter gratis! Conoce las mejores oportunidades para tu proyecto

[Newsletter](#)
[Quiero potenciar mi proyecto](#)


Sólo la información necesaria

Deja de buscar los requerimientos para cada convocatoria. Aquí los organizamos y te los presentamos de forma clara y concreta.



Asesorías con Profesionales

Lleva tus proyectos a la siguiente etapa con nuestros planes de asesorías



Compara de forma sencilla

Nuestro sistema de búsqueda permite comparar diferentes convocatorias en minutos.

[Explore more](#)

Suscríbete a la Newsletter

Nombre

Email

Cargo

Qué te interesa conocer

- Nuevas convocatorias
- Información actualizada sobre legislación en el Cine Colombiano
- Mercado audiovisual colombiano

Enviar



[Contacto](#)
[Sobre Nosotros](#)
[Términos y Condiciones](#)

[Trabaja con Nosotros](#)
[Cambiar Idioma](#)
[FAQ](#)

Planes


[Planes](#)
[Convocatorias](#)
[Guías interactivas](#)
[Nosotros](#)

Planes

¡Descubre el plan perfecto para ti!

Académico



Información adicional de convocatorias.
Charlas con expertos.
Templates y guías completas.

¡Lo quiero!

Consultor



El plan académico más
Acceso a foros con expertos
Recomendaciones de convocatoria
Prioridad de participación en charlas con expertos

¡Lo quiero!

Consultor +



Compra el Plan Consultor
y paga una tarifa especial por asesoría
personalizada
Hoja de ruta para proyecto
Estrategias de financiación

¡Lo quiero!

50% DE DESCUENTO POR LOS PRIMEROS 3 MESES

Ventajas de los planes

Métricas exclusivas

Historico de Proyectos FDC

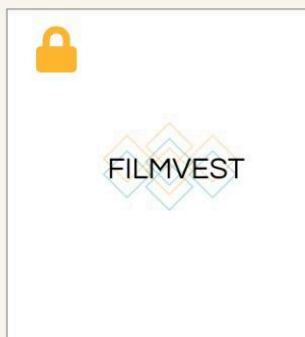


Géneros más populares para la GEN Z



Templates

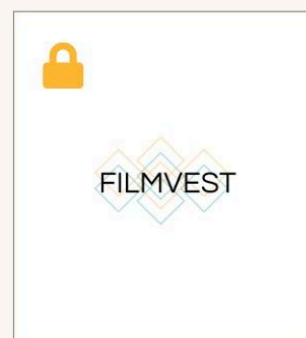
Presupuesto



Estrategia de
Financiación



Ruta de proyecto



Ver Más

Nuestros asesores



Productor



Abogado



Contador



Guionista



Explore more



Contacto
Sobre Nosotros
Términos y Condiciones

Trabaja con Nosotros
Cambiar Idioma
FAQ

Convocatorias


[Planes](#)
[Convocatorias](#)
[Guías interactivas](#)
[Nosotros](#)

Convocatorias

Da el siguiente paso con tu proyecto



Ficción
 Documental
 Animación
 Abiertas
 Cortometraje
 Largometraje

Más Filtros

Nombre de la convocatoria	Monto	Resumen
Nombre de la Convocatoria Organizador	\$\$	Información
Cortometraje de Ficción FDC	Hasta 100.000.000	Información
Cortometraje Director por primera vez Idartes	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Organizador	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria FDC	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Idartes	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Organizador	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria FDC	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Idartes	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Idartes	Hasta 100.000.000	Información
Nombre de la convocatoria Idartes	Hasta 100.000.000	Información

Artículos y guías recomendadas

Guía práctica para donantes e inversionistas del FDC:

Comprende por fin cómo recibir a donantes e inversionistas con beneficios tributarios.

[Información](#)

¿Cómo elegir a qué aplicar con mi proyecto audiovisual?

Consejos prácticos para encontrar y elegir la convocatoria correcta para tu proyecto.

[Información](#)

CINA y FFC explicado, no es sólo para extranjeros:

Todo lo que debes saber del CINA y FFC, y cuáles proyectos pueden aplicar.

[Información](#)

Paso a paso para obtener certificación de proyecto nacional:

Entiende cómo solicitar la certificación de proyecto nacional para aplicar a estímulos estatales.

[Información](#)[Explore more](#)

[Contacto](#)
[Sobre Nosotros](#)
[Términos y Condiciones](#)

[Trabaja con Nosotros](#)
[Cambiar Idioma](#)
[FAQ](#)

Guías interactivas


[Planes](#)
[Convocatorias](#)
[Guías interactivas](#)
[Nosotros](#)

Guías Interactivas

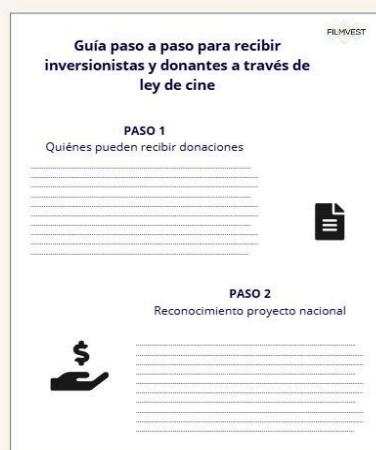
Guías y Templates útiles para tus proyectos



Financiación
 Plantillas
 Fondos
 Legislación
 Cortometraje
 Largometraje

[Más Filtros](#)

Destacados



Guía paso a paso para recibir inversionistas y donantes a través de ley de cine

Aprende de una vez por todas cómo recibir inversionistas y donantes para tus proyectos. Esta guía explica de forma clara cuál es el proceso y qué entidades están involucradas.

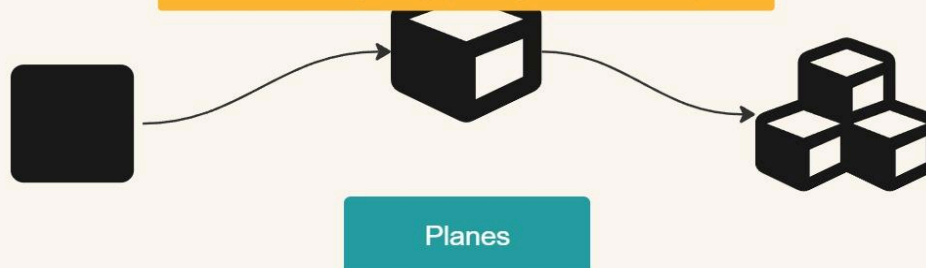
Si quieres aprender más sobre esta forma de financiación y entender los incentivos tributarios que aplican para esta forma de financiación.

[Descargar](#)

Crea una hoja de ruta automatizada para tu proyecto



Accede a este contenido y lleva tu proyecto al siguiente nivel con nuestros planes




[Planes](#)
[Convocatorias](#)
[Guías interactivas](#)
[Nosotros](#)

¿Quiénes somos?

La nueva alternativa para audiovisuales

Nuestra empresa nace de la necesidad de los productores, y diferentes actores en el mercado audiovisual colombiano, de conocer y comprender los procesos y alternativas para la financiación de proyectos audiovisuales. Nuestro objetivo es brindar una solución desde el marco de la comunicación con nuestra plataforma en la cuál procuramos tener herramientas útiles para que los audiovisuales tengan acceso fácil a la información relevante para su trabajo.



Lleva tus proyectos audiovisuales al siguiente nivel

Nuestras Alianzas

Nuestro Modelo de Negocio

Acceso a Contenidos



Contenido Gratis:

- Convocatorias
- Artículos
- Newsletter
- Ads



Plan básico (Académico):

- Acceso a información adicional
- Participa en Charlas con expertos
- Templates - Guías interactivas

Acceso a asesorías



Plan de asesorías:

- Acceso a asesorías con expertos.
- Escoje el experto que necesitas.



Planes de asesorías +:

- Crea una ruta personalizada para tu proyecto con un experto.
- Acompañamiento en el paso a paso.

Planes

Conclusiones

Este proyecto ha sido todo un reto. Hemos realizado un análisis diagnóstico para encontrar una problemática para después proponer una solución y plantear un modelo de negocio que tenga justificada su viabilidad. Gran parte del proceso que hemos expuesto ha sido modificado en diversas ocasiones para proponer la versión que aquí planteamos y que consideramos es la más pertinente para la situación del mercado audiovisual en Colombia.

Por otra parte, este proyecto de grado pretende funcionar como guía y fuente de consulta para personas que deseen emprender en el mercado audiovisual en Colombia o simplemente quieran comprender más sobre el estado actual de la industria y alternativas de financiación. Es importante comprender que Colombia tiene el potencial de crear una industria sostenible y que la tecnología puede hacer parte fundamental de ese cambio.

El objetivo general fue alcanzado con el desarrollo y explicación del modelo de negocio, cronograma, presupuesto y proyección de costos. Se puede afirmar, con base en el análisis del modelo propuesto, que es una iniciativa viable y que ofrece mucho valor a los actores del mercado audiovisual en Colombia.

Haciendo revisión de los objetivos específicos todos se alcanzaron satisfactoriamente. Primero, se identificaron en el análisis los factores en los procesos que contribuyen a la falta de información en los procesos de financiación de cortometrajes y largometrajes en Colombia. Esto se consiguió al analizar los procesos y requerimientos de la ley de cine en los cuales se requiere tener conocimiento de diferentes entidades y campos, tanto culturales como de procesos fiduciarios y jurídicos, para recibir estímulos. Las diferentes entidades, procesos y requerimientos causan confusión y consumen el tiempo de los productores completamente sin dejar espacio a alternativas de financiación.

Segundo, se compararon y contrastaron modelos de negocio que contribuyen al acceso a información sobre financiación en el mercado colombiano. En el benchmarking se revisaron plataformas con bases de datos de convocatorias, noticias, guías. Sin embargo, no hay ninguna iniciativa específica para el mercado audiovisual en Colombia que logre reunir distintas alternativas de financiación y además permita un acceso a asesorías con profesionales de la industria.

Tercero, se diseña un modelo de negocio para la plataforma web "Filmvest". El modelo es viable y va acorde con las necesidades del mercado. Se demuestra con las proyecciones financieras y las fuentes de ingreso. El modelo se desarrolla a partir de una necesidad identificada en el mercado y se realizan los elementos principales para el desarrollo de la marca que son coherentes con el modelo.

Con base en el modelo de negocio planteado, presentamos las siguientes conclusiones. El modelo de negocio es coherente con las necesidades del mercado y la oferta de valor está bien justificada, considerando los montos que manejan las producciones. Enfocarlo a estudiantes universitarios es una estrategia orientada en pedagogía y potenciación de la industria audiovisual en Colombia a futuro. Los estudiantes jóvenes tienen experiencia con plataformas similares en otras industrias y, por lo tanto, “filmvest” sería intuitiva para este público. Como se expuso en el modelo de negocio y cronograma, gran parte del desarrollo del modelo en el primer año se basa en obtener feedback de usuarios de la plataforma y refinar tanto elementos de diseño como funcionalidades y contenidos que se ofrecen. Por esta razón, el éxito del modelo de negocio depende en gran medida de la adaptabilidad que este pueda tener. Durante este proceso se identificaría un MVP más coherente con la situación del momento en el que se lance la plataforma, ya sea la funcionalidad de asesorías con expertos o las plantillas interactivas.

No se ha incluido de forma explícita en nuestro modelo de negocio porque está fuera del alcance del proyecto, pero estas plantillas interactivas y funcionalidades de la plataforma pueden utilizar elementos de machine learning e inteligencia artificial para optimizar procesos y ofrecer aún más valor a los usuarios.

Se concluye que la plataforma “Filmvest” tiene una proyección favorable y se deja a consideración de los lectores de este proyecto de grado qué elementos del modelo de negocio consideran más pertinentes para la industria con el fin de potenciar a los nuevos productores cinematográficos. La visión de este proyecto es contribuir a, progresivamente, dejar de depender de los estímulos estatales para la producción de cine en el país. Para lograr este cambio en el país primero se requiere comprender y dominar estos procesos completamente para, después, buscar el valor en otras formas de financiación. Esta visión a largo plazo es algo alcanzable si surgen y se desarrollan iniciativas como la que aquí proponemos.

Bibliografía

- Betancourt, D. I. (2021). *Ley de cine en Colombia: impactos y estado del ecosistema industrial cinematográfico colombiano* [UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN].
https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1675/1/TESP_IDAES_2021_BADI.pdf
- Comisión Fílmica Colombia. (s.f.). ¡LUCES, CÁMARA, COLOMBIA!: Cartilla de incentivos para el sector audiovisual Ley 1556 de 2012. *Location Colombia*. Recuperado el 15 de junio, 2024, de.
<https://locationcolombia.com/incentivos/ley-1556-de-2012/>
- DACMI. (sin publicar). *HISTÓRICO Estrenos Colombianos* [Base de datos].
https://unisabanaedu-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/ivanarro_unisabana_edu_co/EeaG1kjKcclPtMln4IbR3T4BDcmeg39eZpjDuPjoQf6Tqw?e=1bW8LX
- Due Legal. (2022). *Servicios legales recurrentes - Due legal*.
<https://www.due-legal.com/servicios-recurrentes>
- Espol. (s.f.). Nota técnica n.o 6 - ¿Cómo se construye un árbol de problemas? *Centro De Investigaciones Y Servicios Educativos CISE*.
https://unisabanaedu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ivanarro_unisabana_edu_co/EV4M5ferovNMks55mqNpH6QB8kF8YwGre8ZhNkf2mRkpOA?e=3eXIAy

FDC. (2024). *Fondo de Desarrollo Cinematográfico*. Recuperado el 10 de mayo, 2024, de <https://www.convocatoriafdc.com/>

Función Pública. (1997). *Ley 397 de 1997*. Publicada en el Diario Oficial 43102. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

Función Pública. (2003). *Ley 814 de 2003*. Publicado en el Diario Oficial No. 45.237 de Julio 3 de 2003. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8796>

Función Pública. (2012a). *Ley 1556 de 2012*. Diario Oficial 48486 de julio 9 de 2012. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48319>

Función Pública. (2012b). *Ley 1607 de 2012*. Diario Oficial 48655. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51040>

Función Pública. (2016). *Resolución 1021 DE 2016*. Diario Oficial No. 49.882. https://normograma.mincultura.gov.co/mincultura/compilacion/docs/resolucion_mincultura_1021_2016.htm

HISTÓRICO Proyecto Nacional. (s.f.). [Base de Datos]. DACMI. https://unisabanaedu-my.sharepoint.com/:x:/g/personal/ivanarro_unisabana_edu_co/ESO3JtXs3R5ApikHMCJ0UuUBk_cqYUdvP141KJw_H42eCw?e=qmclIA

IDARTES. (2024). *Quiénes somos – Convocatorias* | Instituto Distrital de las Artes. Recuperado el 10 de mayo de 2024, de <https://www.idartes.gov.co/es/convocatorias>

Latam Cinema. (s.f.). *LatAm Cinema*. Recuperado el 10 de mayo de 2024, de <https://www.latamcinema.com/>

Lytton, C. H. (2004). Soft Money: The Weapon of Choice for the Runaway Productions. *McGeorge Law Review*, 35(4), 5. <https://scholarlycommons.pacific.edu/mlr/vol35/iss4/5/>

OBSERVATORIO AUDIOVISUAL | INFORME ANUAL 2018 – INCAA | Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. (s.f.). <http://www.incaa.gov.ar/observatorio-audiovisual-informe-anual-2018>

Oracle. (s.f.). *¿Qué es una base de datos relacional?* <https://www.oracle.com/co/database/what-is-a-relational-database/>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. http://fia.ub.ac.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=6698

Proimagenes Colombia. (2024). *Cine colombiano: Pantalla Colombia Histórico* | Proimagenes Colombia. Cine Colombiano: Pantalla Colombia Histórico | Proxes Colombia. https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/archivo.php

¿Qué es la seguridad en la nube? | Google Cloud | Google Cloud. (s.f.). Google Cloud. <https://cloud.google.com/learn/what-is-cloud-security?hl=es-419>

Squire, J. E. (2016). *The movie business book*. CRC Press.

TicTac. (2020). Colombia audiovisual. In *Cámara Colombiana De Informática Y Telecomunicaciones*.

<https://www.ccit.org.co/estudios/produccion-de-contenido-audiovisual-en-colombia/>

Vas, V., & Binkyte, G. (2017). *How Are the Major Streaming Services Reshaping the Film Industry* [MA Thesis, Copenhagen Business School].

https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/59779720/433283_Final.pdf

Vitkauskaitė, I. (2020). Types of film production business models and their interrelationship. *Informacijos Mokslai*, 89, 43–54.

<https://doi.org/10.15388/im.2020.89.39>