

Alcance global, obsesión del Gobierno

Lograr que los contenidos producidos por los colombianos lleguen a los mercados internacionales y sean reconocidos por su alta calidad es el objetivo de MinTIC y Proexport.

Este año las acciones gubernamentales se centrarán en los usuarios y en las aplicaciones y contenidos, dado que ya hay avances significativos en infraestructura y empezaron a proveer servicios.

Las visitas al Silicon Valley son una oportunidad de intercambiar experiencias con líderes en la generación de contenidos digitales.



Foto Proexport

Para diseñar sus planes del 2014, MinTIC se basó en un estudio del 2011 de la consultora Blue Note, según el cual las tres barreras que frenan el crecimiento del sector de contenidos digitales son la falta de acceso a recurso humano calificado, la ausencia de mercado y la carencia de financiamiento.

El balance del 2013 corrió por cuenta de Juan Sebastián Sandino, gerente de contenidos digitales de MinTIC, y Eduardo Rivera, de Proexport, quienes resumieron los logros del 2013 de la siguiente manera:

Talento humano

- MinTIC amplió la Red Nacional de ViveLabs, centros de entrenamiento y emprendimiento dotados de avanzada tecnología de hardware y software donde los usuarios desarrollan y prueban contenidos digitales o se capacitan en uso de tecnologías. Ya suman 17, de los cuales 11 se inauguraron en 2013. La inversión asciende a cerca de 20.000 millones de pesos.

Acceso a mercado y financiación

- Un total de 200 mipymes se beneficiaron de un convenio por 800.000 dólares entre MinTIC y Proexport, para internacionalizar la industria. Las nuevas opciones de mercado se calculaban en 29 millones de dólares en diciembre de 2013.
- Proexport y MinTIC auspiciaron la participación de empresarios colombianos en eventos como el BAM (Bogotá Audiovisual Market), festivales como Mipcom en Cannes (Francia) y Guanajuato (México), y encuentros de negocios en el Silicon Valley, en Comkids en Brasil y en Los Ángeles.
- El Gobierno destinó 28.000 millones de pesos a Apps.co para crear nuevos negocios TIC.
- Crea Digital hizo su segunda convocatoria. Entre el 2012 y el 2013 se invirtieron cerca de 1,5 millones de dólares, se presentaron más de 200 proyectos y

hubo 26 beneficiados. En 2013 se creó Sorprende Digital, categoría enfocada en transmedia y convergencia.

- Se llevó a cabo Colombia 3.0, evento central de la estrategia del MinTIC para que el mundo digital se conecte y Colombia se posicione como destino en contenidos digitales. Hubo más de 7.000 visitantes únicos, más de 30.000 visitantes por streaming, 15.711 inscritos y más de 100 conferencistas de 14 países.
- Proexport ha impulsado exportaciones de contenidos digitales por casi 30 millones de dólares. En el 2014 aspira a aumentar la base de compañías exportadoras mediante programas a cargo de expertos en modelos de negocios para contenidos digitales y en competencias básicas de comercio internacional. También apoyará estrategias de promoción a la marca Colombia IT que fue lanzada en Colombia 3.0. ■

Un clúster hecho a la medida de Bogotá

Convertir la capital del país en el principal generador de contenidos creativos digitales de Latinoamérica es la apuesta del Clúster de Industrias Creativas y Contenidos que lidera la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB).

El clúster está conformado por 370 personas que representan a unas 215 instituciones,

Este espacio de articulación del Estado, las empresas y la academia busca unir esfuerzos para aumentar el crecimiento y la competitividad de los sectores de medios de comunicación, publicidad, animación digital, videojuegos y cine.

El Bogotá Audiovisual Market es una de las principales ventanas para exhibir, promover y comercializar las producciones de contenidos digitales y hacerlos rentables. En la foto, Elizabeth Radshaw, de Hot Docs (Canadá) y Meghan Mondour, de Ambulante (México), durante la charla Real audience for real stories: Documentary distribution.



Foto BAM

entre las cuales hay 157 empresas, 28 entidades de apoyo, 14 universidades, 8 entes gubernamentales de la Nación y el Distrito y 8 gremios como la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP), Asomedios, Somos, IGDA, Asifa y Proimágenes Colombia.

Para alcanzar la meta, según explicó Julián Robledo, director del clúster, propiciarán más y mejores oportunidades de empleo e inversión y calificarán el capital humano, mediante tres pilares estratégicos que se apoyan en mesas de trabajo, así:

1. Enfoque marco normativo y de política pública para articular las iniciativas gubernamentales y orientarlas a las necesidades del clúster.
2. Sostenibilidad y fortalecimiento empresarial para desarrollar el capital humano, mejorar la infraestructura de bienes y servicios y fortalecer los mecanismos de financiación.
3. Mercadeo, promoción y posicionamiento de los productos y contenidos de la industria y de la estrategia del clúster.

Los avances de D.A.V.I.D

Pablo Figueroa, profesor del DISC y director del proyecto D.A.V.I.D, encaminado a fomentar y hacer crecer la industria de la animación y los videojuegos en el país, expuso los avances logrados en los primeros dos años de ejecución.



La herramienta Papel y Lápiz permite hacer dibujos con iconos predefinidos y generar animaciones de unos 5 segundos en el servidor.

Entre los logros del 2013 están:

- La CCB y el Sena firmaron un convenio orientado a cerrar las brechas de formación técnica y tecnológica con la especificidad de la industria.
- Participa de una iniciativa tripartita entre Invest In Bogotá, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y la CCB para que la ciudad aparezca entre las 21 ciudades creativas y culturales del mundo en el World Cities Culture Report.
- Desarrolló la Primera Rueda de Empleo especializada para el sector de contenidos durante Colombia 3.0.

En el 2014, se concentrará en el fortalecimiento empresarial, iniciativa que contempla organizar ruedas de soluciones financieras e inversión privada para acercar las industrias al sector crediticio. También mantendrá la colaboración estrecha con el Sena, el ViveLab de la Universidad Nacional, el laboratorio Colivri de la Universidad de los Andes y el Centro Ático de la Universidad Javeriana. ■

Este proyecto es financiado por Colciencias, dura tres años y medio, contempla varias líneas de trabajo a cargo de 4 grupos de investigación de la Universidad de los Andes y 4 empresas directamente involucradas. Cuenta con el apoyo de IGDA y Asifa (ver Foros ISIS # 1, pág. 41 y # 2, pág. 34).

Algunos de los resultados del trabajo en el 2013 son:

- **Mejoramiento de la producción de contenidos digitales y optimización de los procesos.** En diciembre estaban culminando la primera versión de un software de control de producción de proyectos (ver pág. 6). Este será gratuito y el objetivo a mediano plazo es que las empresas lo usen para colaborar en el desarrollo de contenidos en cualquier lugar del país o incluso de la región.
- **Internacionalización.** Los productos que se están desarrollando en D.A.V.I.D han hecho parte de las ruedas de negocio y