

Actores	Recursos de los Actores	Tipo de Recurso	Relación con el Sector	Barreras o vacíos frente al sector	Oportunidades del sector
Internos	Juan	Herramientas Audiovisual Estrategias de Marketing	Generación de Contenidos y productos comunicacionales Planificación y desarrollo de productos de mercado.	Alta competitividad vs Baja Calidad de producción Audiovisual para alcanzar cuota de mercado o incluir a consumidores menos aptos al estándar de alta producción. La inserción de bajos estándares y prácticas tradicionales que impiden el desarrollo de nuevas prácticas permitiendo obtener mejores flujos de mercado, lo cual cuando un consumidor alto accede es ahí donde los otros quieren adherirse a las nuevas prácticas, bajo los estándares previos o mínimos.	Bajo el esquema de impulsar capacidades, impulsar espacios o plataformas no solo de enseñanza sino de producción técnica y eficaz. A fin de obtener una formación de desarrolladores de contenido y productos con estándares más altos. A la vez de acercar a altos consumidores a incentivar estas necesidades en productos de menor impacto pero de fuerte distribución. A través de la monetización sustentable y exposición. Comulgar la implementación de industrias de herramientas enfocadas a nuevas prácticas de mercadeo (Puntos de Venta, Distribución, Logística) dentro de los esquemas locales urbanos y no urbanos a fin de un desarrollo eficiente.
Equipo de trabajo	Christian	Herramientas de Innovación y emprendimiento Estrategia de comunicación	Administración Gestión Dirección de proyectos y procesos	Poca formación en los procesos de sostenibilidad y empresarismo Falta de conocimiento de los segmentos de públicos Falta de formación en habilidades cognitivas, de comunicación efectiva y de manejo de emociones.	Desarrollo de procesos formativos que apliquen las artes y procesos creativos para el fortalecimiento de habilidades de Emprendimiento, relacionamiento interpersonal, solución creativa y crítica de conflictos y manejo de emociones. Uso de 4IR y TIC para la generación de artistas, promotores y actores culturales. Conocimiento de procesos de consumo cultural y creativo de las personas de manera segmentada
	Macarena	Manejo de herramientas y programas de Diseño gráfico, Desarrollo de proyectos con metodología de Graphic design thinking, orientado al usuario. Gestión de proyectos culturales	Gestión de proyectos culturales Desarrollo de soluciones de diseño orientadas al usuario Desarrollo de piezas gráficas	Poca valoración o conocimiento del aporte del diseño, la cultura y las artes en el bienestar de las personas y en el mejoramiento de su calidad de vida. Desconocimiento de la importancia de la cultura y las artes para el desarrollo de sociedades más empáticas.	Desarrollo e implementación de nuevas estrategias educativas que integren el desarrollo de la cultura y las artes, integrando de mejor manera estas áreas en nuestras sociedades.
	Sonia	Muralismo, manejo de texturas y acabados decorativos, imitación de materiales como piedra, mármol, ladrillo, aplicación de	Elaboración de murales y desarrollo de clases de texturas y Obras de arte.	Poco apoyo al sector del muralismo Dificultad y demasiadas Exigencias para acceder a licitaciones del estado Competencia desleal Es un medio que siempre maneja las influencias no importando la calidad del trabajo Desconocimientos de herramientas	Más publicidad y conocimientos sobre el muralismo y el impacto en la decoración, para que la gente se arriesgue y nos permita entrar y transformar sus espacios.
	Daniela	Estrategia y manejo de RRSS	Generación de estrategias digitales, segmentación y publicación de contenido	Poco conocimiento sobre la divulgación de las propuestas culturales que se desarrollan a través de las RRSS	Generar espacios en torno a la cultura en RRSS los cuales sean interactivos y educativos, que permita a las artes expresarse hacia su público sin perder la interacción en tiempo real

Intermedios	Instituciones que se encargan de formación artística y creativa de manera especializada en las artes (Instituciones de Educación Superior, Escuelas de Artes y procesos creativos)	Académico y Económico	Formación de nuevos artistas/creadores	Formación limitada al hacer del arte específica o proceso creativo dejando de lado la formación del ser para el hacer	Abrir espacios en el proceso formativo que se enfoque en la integralidad de la persona desde su profesión o arte aplicada
	Instituciones de educación primaria/básica		Formación estándar de cultura y arte para el descubrimiento de habilidades blandas y proyección de vida	Formación deficiente y con metodologías poco atractivas Para el público infantil, adolescente y joven.	Replanteamientos de las bases de estándares en educación Obligatoria e inmediata.
	Entidades asesoras en procesos de comunicación y emprendimiento Colombia (Innpulsa, Ruta N, PECCM, Lincase, Corpoemprende, ETC.)	Asesorías en emprendimiento, contabilidad, legalización, mercadeo... Desarrollo y aplicación de estrategias de mercadeo ATL y BTL, On Line y Off Line	Herramientas de Innovación y emprendimiento Estrategia de comunicación	Generan cuellos de botella en el acceso a las ofertas. Terciarizando e inflando los márgenes de costo y ganancia en el sector cultural. Impidiendo así la inversión en el desarrollo del mercado. Sometiendo al mercado a las prácticas mínimas.	Estandarización o regulación de procesos de apoyo, asesoría y servicios de este tipo para el mejoramiento de costos y ganancias de los actores creativos y culturales.
	Entidades Reguladoras de procesos de mercado artístico	Económicos y materiales para el desarrollo de proyectos y procesos de intervención creativa, artística y cultural En físico para la producción de proyectos y procesos	Reglamentación de mercado Estructuras de costos	Falta de estándares de regulación para llevar a la acción ideas creativas y productivas, debido a la gran cantidad de organizaciones y entes existentes y la diversificación de sus intereses.	El desarrollo de proyectos e ideas autónomas en el sector y la intención de gestores por impulsar nuevas acciones dentro del sector.
	Actores Creativos (artistas organizados y no organizados de distintas artes y disciplinas)	Humano y creativo	Proveedores de productos y servicios	Falencia en procesos de mercadeo para la consolidación de productos, marcas, proyectos y procesos creativos	Formación en procesos y herramientas que les permita hacer mercado para productos y servicios que ofrecen
	Ángeles Inversionistas	Financiación, Cofinanciación de proyectos y procesos.	Financiación, Cofinanciación de Proyectos y procesos	Se limitan a su efecto venta ganancia y no se tiene en cuenta el proceso venta, efecto-ganancia Se limita a las intenciones de inversión y enfoque del inversionista. Limita la acción de creación al generar parámetros para el proceso creativo según estándares que lo hagan ver bien como inversionista	Crecimiento del sector para la apertura de oportunidades de financiación privada y menos limitada
	Bancos y Entidades Financieras	Financiación, Cofinanciación de proyectos y procesos.	Apertura de Líneas de Crédito especializadas.	La falta de credibilidad en el sector, por no cumplir los criterios de rentabilidad inmediata o mediana.	La generación de nuevos espacios de rentabilidad y el auge de interés por clientes en el sector.

Externos	Gobierno Dependencias Nacionales o municipales encargadas de la promoción de procesos artísticos, culturales y creativos (Ministerios, Secretarías, Oficinas Públicas descentralizadas)	Económicos y materiales para el desarrollo de proyectos y procesos de intervención creativa, artística y cultural En físico para la producción de proyectos y procesos	Financiación, Cofinanciación de proyectos y procesos	Falta de difusión de programas y convocatorias para obtener financiación. Extensión y tipos de requerimientos sin dar valor a la experiencia y los saberes que se adquieren en la práctica de un oficio o profesión, más allá de la profesionalización de los procesos artísticos.	Implementación de estrategias de difusión y comunicación que permitan masificar la llegada de la oferta y creación de mercados artísticos y culturales Mejoramiento en la regulación a aplicarse en las convocatorias y procesos de financiación a artistas y actores culturales para que sea más incluyente desde la valoración de los saberes y oficios como profesión más allá del proceso profesional.
	Consumidor Final	Usuario/Consumidor de productos y servicios	Sustentabilidad y sostenibilidad continua	Poco conocimiento de la industria, sus productos y servicios, beneficios e impacto en la sociedad.	Apertura de canales de relacionamiento, mercadeo, venta y consumo de productos y servicios creativos