

ACTA 271

CONSEJO NACIONAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA EN
CINEMATOGRAFÍA

REUNIÓNEXTRAORDINARIA

En atención a la citación efectuada por Proimágenes Colombia vía correo electrónico, en el marco de los artículos 12 de la Ley 814 de 2003 y 2.2.1.49 del Decreto 1080 de 2015, se reunió el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) en la fecha, hora, modalidad y ubicación que se especifican a continuación:

- Fecha de la citación: 22 de diciembre de 2025.
- Inicio de la reunión: 15 de enero de 2026 - 8:00 AM.
- Modalidad:Comunicación simultánea (videoconferencia).
- Ubicación: Google Meet.

1. Quorum.

A continuación se detallan los asistentes de la sesión, incluyendo los miembros del CNACC que conformaron el quorum requerido según el artículo 2.2.1.46 del Decreto 1080 de 2015, verificado por la Secretaría Técnica, así como otros participantes e invitados.

Miembro:
Ministra de las Culturas, las Artes y los Saberes¹
Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos
Designado por la Ministra de las Culturas
Designado por la Ministra de las Culturas
Representante de los C. de Cinematografía
Representante de los productores de largometraje
Representante de los distribuidores
Representante de los exhibidores
Representante de los directores
Representante del sector técnico
Representante del sector artístico creativo

Representado por:
Diana Marcela Díaz Soto
Diana Marcela Díaz Soto
Juan David Orozco Córdoba
Nat Nat Iguarán Fajardo
Jorge Hernán Duque Llano
Alina Hleap
Santiago Martín Rodríguez
Gustavo A. Palacio Correa
Marcela Aguilar Pardo
Carlos A. Vargas Rincón
Sasha Quintero Carbonell

Secretaría Técnica:
Proimágenes Colombia

Representada por:
Claudia Triana Soto

De Proimágenes Colombia asistieron Andrea Afanador Llach, Álvaro José Parga, Carlos Eduardo Moreno, Manuel Alejandro Pinilla, Javier Ruiz, Ricardo Elías Jiménez y Mateo Londoño Rueda, empleados de dicha entidad.

Del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes asistieron Gonzalo Laguado Serpa, Yenny Alexandra Chaverra, Teresa Loayza Sánchez e Ivonne Laverde.

2. Orden del día.

Confirmado el *quorum* necesario, se sometió a consideración el orden del día de la sesión:

1. Quorum.

¹ La directora de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos presidió la sesión con arreglo a lo dispuesto en la resolución número 0506 del 27 de octubre de 2023, y conforme al artículo 2.2.1.38 del decreto 1080 de 2015.

2. Orden del día.
3. Aprobación del acta y acuerdo correspondiente a la sesión anterior.
4. Revisión de comentarios del sector: estímulos de promoción de largometrajes.
5. Proyectos para asignación directa de recursos FDC.
6. Plan de Promoción Internacional FDC 2026.
7. Estrategia de comunicaciones FDC 2026.
8. Acompañamiento a beneficiarios de la convocatoria FDC.
9. Comité permanente de cortos en salas de cine.
10. Propositiones y varios.

Los miembros del CNACC aprobaron unánimemente el orden del día y, en consecuencia, se continuó con lo allí previsto.

3. Aprobación del acta y acuerdo correspondiente a la sesión anterior.

Se sometió a votación la aprobación del acta y el acuerdo cuyos detalles se especifican a continuación. Estos documentos fueron enviados por Proimágenes Colombia con antelación, vía correo electrónico.

- Número de acta: 270.
- Número de acuerdo(s): 255 y 256.
- Fecha de la sesión: 10 y 11 de diciembre de 2025.

Al respecto, Marcela Aguilar pidió mencionar expresamente, en la sección de desarrollo del plan de acción, que los rubros correspondientes a asignaciones directas mantienen su valor respecto del 2025.

Habiendo considerado los documentos y la recomendación de la Consejera, la cual fue acogida, los miembros presentes del CNACC aprobaron el acta y sus acuerdos por unanimidad.

4. Revisión de comentarios del sector: estímulos de promoción de largometrajes.

4.1. Presentación:

Este punto del orden del día fue incluido en atención a las múltiples comunicaciones remitidas por diversos agentes del sector, tanto a los miembros del CNACC como a la Secretaría Técnica, tras el lanzamiento de la convocatoria del estímulo automático de promoción 2026 el 2 de enero.

En estas, productores y distribuidores independientes manifestaron inconformidades frente a los nuevos lineamientos de la modalidad, solicitando la revisión de diversos aspectos de los términos de referencia, particularmente en lo relacionado con los umbrales de acceso al estímulo y la estructura de los desembolsos.

4.2. Deliberación:

Los consejeros analizaron la situación desde diferentes perspectivas:

En primer lugar, se reconoció que las comunicaciones recibidas provenían mayoritariamente de casas productoras pequeñas e independientes con preocupaciones centradas en la sostenibilidad de sus empresas, y que la ausencia de reclamos por parte de grandes distribuidores podría indicar que el diseño actual sí resultaba coherente para películas con vocación comercial masiva. Sin embargo, varios consejeros coincidieron en que estas comunicaciones eran un síntoma de que el sector no había comprendido cabalmente las razones técnicas que motivaron los ajustes originales.

Los miembros del Consejo contextualizaron entonces el fundamento de los cambios introducidos en la convocatoria 2026. Estos no fueron arbitrarios: respondieron a un análisis juicioso realizado a finales de 2024, basado en datos de taquilla, el comportamiento histórico de las películas beneficiarias, la ejecución del estímulo en años anteriores y otros insumos técnicos relevantes. Ese análisis reveló que la asistencia a salas de cine había sido baja y que el estímulo no estaba cumpliendo su propósito de incentivar campañas de promoción efectivas. La hipótesis era que el acceso relativamente fácil a los recursos podía estar desincentivando esfuerzos más robustos por parte de productores y distribuidores en las estrategias de promoción.

Frente a la posibilidad de modificar los términos ya publicados, la Secretaría Técnica y algunos consejeros plantearon consideraciones institucionales de peso. Señalaron que la solidez de las decisiones técnicas del CNACC podría verse comprometida si se estableciera como práctica el ajuste de convocatorias mediante comunicaciones del sector una vez publicadas. Adicionalmente, indicaron que existen otros frentes de fomento donde los productores independientes pueden apalancarse para sus necesidades de promoción, por lo que no se trataba de una situación sin alternativas para este perfil de beneficiarios.

Por otra parte, un grupo de consejeros enfatizó que las comunicaciones recibidas eran síntoma de dificultades reales que ameritaban atención. Argumentaron que escuchar estas señales del sector no implicaba debilitar la solidez técnica del Consejo, sino reconocer que valía la pena hacer una segunda mirada con datos concretos sobre la mesa. Sasha Quintero y Santiago Martín señalaron que la reacción del sector era previsible ante un cambio estructural de esta magnitud. En este marco, se consideró que revisar puntualmente algunos parámetros no representaba una pérdida, sino una oportunidad para ajustar el equilibrio entre los objetivos técnicos del estímulo y las realidades operativas del sector independiente.

Los consejeros también abordaron un aspecto crítico: la percepción del sector de que el CNACC estaba favoreciendo al cine comercial en detrimento del cine independiente. Hubo consenso en que esto no correspondía a la realidad ni a la intención de los ajustes. El objetivo no era cambiar la orientación política del apoyo al cine colombiano, sino empujar a los productores independientes a desarrollar estrategias de promoción más ambiciosas y efectivas, reconociendo que el acceso a pantallas y la visibilidad también son parte integral del proceso creativo y empresarial.

Marcela Aguilar planteó un punto que generó consenso entre los consejeros: independientemente de la decisión que adoptara el Consejo sobre la modificación, resultaba imprescindible emitir una respuesta pedagógica y fundamentada al sector. Esta respuesta debería explicar con claridad el sustento técnico de los cambios originales (baja asistencia, datos de taquilla, análisis del comportamiento del estímulo), aclarar que no se trataba de un giro hacia el apoyo exclusivo al cine comercial, desmitificar la idea de que el CNACC no apoya al cine independiente, e ilustrar cómo los ajustes buscaban precisamente fortalecer la capacidad del sector independiente para competir en mejores condiciones. Esta comunicación era necesaria tanto si se mantenía el diseño como si se introducían ajustes.

Como reflexión adicional, Juan David Orozco manifestó que estas comunicaciones evidenciaban la necesidad de establecer a futuro mecanismos de diálogo previo con el sector, como la publicación de pre-pliegos o consultas anticipadas, que permitieran socializar los fundamentos técnicos antes de formalizar cambios significativos.

Reconociendo tanto el fundamento técnico del diseño original y las consideraciones institucionales planteadas, como los argumentos sobre las dificultades concretas para ejecutar campañas de promoción inicial y las barreras de acceso a pantallas que enfrentan

los productores independientes, un grupo mayoritario de consejeros consideró pertinente someter a votación una revisión puntual de algunos parámetros para encontrar un punto de equilibrio entre los objetivos de eficiencia del estímulo y las realidades operativas del sector.

4.3. Primera votación:

Ante la diversidad de consideraciones expuestas, se sometió a votación la proposición de modificar los términos de referencia de la convocatoria vigente. El resultado fue el siguiente:

- Votos por el SÍ: Sasha Quintero, Carlos Vargas, Jorge Duque, Marcela Aguilar, Alina Hleap, Santiago Martín y Nat Nat Iguarán. (7 votos).
- Votos por el NO: Gustavo Palacio, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes (2 votos) y Juan David Orozco. (4 votos).

Constatada la voluntad mayoritaria de modificar, la Secretaría Técnica puso de presente que a la fecha y hora de la sesión no se había registrado ninguna postulación de proyectos en la plataforma para esta modalidad; punto relevante, pues cualquier modificación no vulneraría el principio de equidad frente a terceros ni afectaría derechos adquiridos de concursantes.

Precisó también que el procedimiento de la sección «Aclaraciones a la convocatoria» de los términos publicados establece que esta convocatoria puede ser aclarada o modificada en cualquier estado del proceso de selección, y que estas situaciones serán comunicadas en www.convocatoriafdc.com.

4.4. Propuesta de ajuste y segunda votación:

Aclarado el marco jurídico, Alina Hleap presentó al Consejo una propuesta técnica concreta de ajuste:

- A. Reducir los umbrales de espectadores para el acceso a los desembolsos (ajustando, por ejemplo, la segunda meta de 6.000 a 5.000 en ficción y de 4.000 a 3.500 en documental).
- B. Ajustar el tope máximo del estímulo por desempeño en taquilla a setenta millones de pesos (\$70.000.000), con metas de 70.000 y 50.000 espectadores respectivamente.
- C. Redistribuir el recurso liberado para fortalecer la base de promoción inicial (anticipo), aumentándola significativamente para facilitar la ejecución de las campañas.

Analizada la propuesta y su viabilidad técnica, se sometió a votación su aprobación. En esta instancia, el consejero Juan David Orozco modificó su postura al considerar que la propuesta concreta resultaba viable y beneficiosa para el sector. El resultado de la votación fue el siguiente:

- Votos por el SÍ: Sasha Quintero, Carlos Vargas, Jorge Duque, Marcela Aguilar, Alina Hleap, Santiago Martín, Nat Nat Iguarán y Juan David Orozco. (8 votos).
- Votos por el NO: Gustavo Palacio y Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes (2 votos). (3 votos).

4.5. Decisión:

Por consiguiente, el CNACC aprobó por mayoría la modificación de los términos de referencia del estímulo automático de promoción 2026, acogiendo la propuesta presentada por Alina Hleap. En consecuencia, instruyó a la Secretaría Técnica para: (i) Elaborar y

publicar la adenda correspondiente con los nuevos umbrales y montos, en cumplimiento de lo dispuesto en la sección de aclaraciones de la convocatoria; (ii) redactar y enviar la respuesta formal a los remitentes de las comunicaciones, explicando los ajustes aprobados con un enfoque técnico y pedagógico.

5. Proyectos para asignación directa de recursos FDC.

Andrea Afanador Llach, directora de Fomento Nacional de Proimágenes Colombia, presentó este punto del orden del día recordando que en la sesión anterior el CNACC identificó tres proyectos elegibles para asignación directa de recursos del FDC en 2026, conforme a los lineamientos compilados en la sesión 241, y designó comités de revisión para cada uno de ellos.

Informó que las propuestas técnicas de los tres proyectos fueron remitidas al Consejo junto con la citación a esta sesión y obran archivadas en los expedientes correspondientes. Adicionalmente, señaló que los comités designados llevaron a cabo sus sesiones de revisión, cuyas actas se incorporan como **Anexo 1** de la presente acta.

5.1. Proyecto de fortalecimiento del patrimonio audiovisual colombiano:

Sasha Quintero Carbonell, en representación del comité de revisión (donde, además de ella, participaron la DACMI y Proimágenes), presentó el análisis del proyecto.

Expuso los principales componentes del proyecto, la justificación de su pertinencia bajo los lineamientos de asignación directa y las observaciones del comité sobre la propuesta presentada.

Señaló que el comité recomienda aprobar la asignación de recursos por un monto de \$700.000.000, con cargo al rubro de preservación del patrimonio fílmico colombiano, subrubro Programa de fortalecimiento del patrimonio audiovisual colombiano, y detalló las condiciones específicas que el comité considera necesarias para la adecuada ejecución del proyecto.

Concluida la presentación, se abrió un espacio de deliberación en el que los consejeros formularon preguntas y observaciones sobre diversos aspectos del proyecto. El comité absolvió las inquietudes planteadas y amplió la información requerida, generándose un intercambio que permitió al Consejo valorar integralmente la propuesta y sus implicaciones. En particular, los consejeros señalaron que algunas de las líneas de comunicación y prensa contempladas en la propuesta deberían orientarse hacia la preservación, en coherencia con la naturaleza y los objetivos del proyecto.

El Consejo acogió las recomendaciones del comité, incluidas las condiciones señaladas para el proyecto, las cuales forman parte del anexo antes mencionado y deberán comunicarse a su titular. Por consiguiente y mediante voto unánime, decidió aprobar la asignación de recurso, según constará en el acuerdo correspondiente a la presente sesión.

5.2. Bogotá Audiovisual Market (BAM):

Jorge Hernán Duque Llano, en representación del comité de revisión (donde, además de él participó la DACMI), presentó el análisis del proyecto. Se aclaró que, a diferencia de los otros dos casos, Proimágenes no formó parte del grupo de revisión.

Expuso los principales componentes del proyecto, la justificación de su pertinencia bajo los lineamientos de asignación directa y las observaciones del comité sobre la propuesta presentada. Señaló que el comité recomienda aprobar la asignación de recursos por un monto de \$350.000.000, con cargo al rubro de mejoramiento en calidad de los proyectos,

subrubro Encuentros para coproducción y otros eventos, y detalló las condiciones específicas que el comité considera necesarias para la adecuada ejecución del proyecto.

Concluida la presentación, se abrió un espacio de deliberación en el que los consejeros formularon preguntas y observaciones sobre diversos aspectos del proyecto. El comité absolvió las inquietudes planteadas y amplió la información requerida, generándose un intercambio que permitió al Consejo valorar integralmente la propuesta y sus implicaciones.

El Consejo acogió las recomendaciones del comité, incluidas las condiciones señaladas para el proyecto, las cuales forman parte del anexo correspondiente a este punto y deberán comunicarse a su titular. Por consiguiente y mediante voto unánime, decidió aprobar la asignación de recurso, según constará en el acuerdo correspondiente a la presente sesión.

5.3. Premios Macondo:

Carlos A. Vargas Rincón, en representación del comité de revisión (donde, además de él, participaron la DACMI y Proimágenes), presentó el análisis del proyecto.

Expuso los principales componentes del proyecto, la justificación de su pertinencia bajo los lineamientos de asignación directa y las observaciones del comité sobre la propuesta presentada. Señaló que el comité recomienda aprobar la asignación de recursos por un monto de \$250.000.000, con cargo al rubro de promoción del cine colombiano, subrubro Promoción Nacional, y detalló las condiciones específicas que el comité considera necesarias para la adecuada ejecución del proyecto.

Concluida la presentación, se abrió un espacio de deliberación en el que los consejeros formularon preguntas y observaciones sobre diversos aspectos del proyecto. El comité absolvió las inquietudes planteadas y amplió la información requerida, generándose un intercambio que permitió al Consejo valorar integralmente la propuesta y sus implicaciones.

El Consejo acogió las recomendaciones del comité, incluidas las condiciones señaladas para el proyecto, las cuales forman parte del anexo correspondiente a este punto y deberán comunicarse a su titular. Por consiguiente y mediante voto unánime, decidió aprobar la asignación de recurso, según constará en el acuerdo correspondiente a la presente sesión.

5.4. Deliberación y decisión:

De cara a futuras vigencias, el Consejo manifestó la conveniencia de fortalecer el contenido mínimo exigido en las propuestas que se presenten bajo la modalidad de asignación directa, de modo que estas expliciten con mayor claridad su impacto estratégico y la propuesta de valor que representan para el sector cinematográfico. Esta observación busca cualificar el ejercicio de evaluación y garantizar que las propuestas ofrezcan al CNACC y a los comités de revisión elementos suficientes para una valoración integral desde la etapa de presentación.

6. **Plan de Promoción Internacional FDC 2026.**

Carlos Eduardo Moreno, Director de Promoción en Proimágenes, presentó al CNACC el Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026-2027. La presentación inició con un balance general de los resultados obtenidos durante la ejecución del plan anterior, destacando los principales logros en términos de participación en mercados internacionales, construcción de redes profesionales y fortalecimiento de capacidades del sector.

Se recordó, preliminarmente, que el Plan de Promoción Internacional del Cine Colombiano constituye una de las estrategias de estímulo transversal más importantes para el sector cinematográfico nacional. A diferencia de los estímulos individuales que benefician proyectos específicos, esta iniciativa busca fortalecer el posicionamiento del conjunto de la cinematografía colombiana en el ámbito internacional, facilitando el acceso a mercados, festivales y espacios de industria donde convergen agentes clave para la circulación, financiación y coproducción de obras audiovisuales.

El CNACC ha respaldado de manera continuada esta estrategia desde hace varios años, reconociendo que la promoción internacional no produce resultados inmediatos, sino que constituye un proceso sostenido de construcción de relaciones, transferencia de conocimiento y posicionamiento estratégico del ecosistema audiovisual colombiano.

Con lo anterior, el Director de Promoción desarrolló los lineamientos estratégicos del nuevo plan, el cual integra de manera articulada dos líneas de acción complementarias: las acciones institucionales de promoción internacional y la estrategia de delegaciones internacionales. Esta integración responde a la necesidad de optimizar el impacto del gasto público y garantizar que la presencia institucional del país se traduzca en oportunidades concretas para los proyectos y profesionales colombianos.

El plan se estructura a partir de cuatro apuestas fundamentales:

- Concentración en mercados de alta densidad de decisión.
- Diferenciación por formatos y nichos cinematográficos con énfasis regional.
- Entendimiento de la promoción como proceso de transferencia de conocimiento.
- Incorporación de acciones afirmativas como política estructural.

Estas apuestas buscan maximizar el alcance de las intervenciones, reconociendo la diversidad de la cinematografía colombiana y las brechas de acceso que enfrentan distintos perfiles de creadores y productores.

La propuesta integral del plan fue remitida previamente a los consejeros para su estudio y se incluye como **Anexo 3** del acta. El documento abarca el periodo comprendido entre abril de 2026 y mayo de 2027, siguiendo el ciclo de los principales eventos internacionales del circuito audiovisual.

De acuerdo con el resumen integral del plan, el valor total proyectado asciende a \$1.580.000.000, distribuido de la siguiente manera:

- **Plan de Promoción:** \$1.400.000.000 destinados a financiar la presencia institucional del país, pabellones, instrumentos de visibilidad y relacionamiento estratégico.
- **Estrategia de Delegación:** \$180.000.000 orientados a apoyar gastos de viaje, alojamiento y acompañamiento especializado para los beneficiarios.

Durante la deliberación, los consejeros expresaron su respaldo a la continuidad de esta estrategia y reconocieron la importancia de mantener una presencia sostenida en los espacios internacionales donde el sector colombiano ha venido consolidando su participación. Se valoró especialmente la articulación entre la promoción institucional y el acompañamiento directo a beneficiarios, así como la incorporación de componentes de transferencia de conocimiento que amplían el impacto de las acciones más allá de los participantes directos.

Tras evaluar la información y deliberar, los miembros presentes del CNACC aprobaron, por unanimidad, la realización del Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano

2026-2027, por intermedio de Proimágenes, según quedará consignado en el acuerdo correspondiente a la sesión.

7. Estrategia de comunicaciones FDC 2026.

El CNACC ha venido impulsando, desde años atrás, una estrategia de comunicaciones que, al igual que el plan de promoción internacional, forma parte de los proyectos estratégicos de estímulo transversal para el sector, ejecutados desde Proimágenes. En líneas generales, esta estrategia busca la promoción de la cinematografía colombiana y la difusión efectiva de la oferta de estímulos y demás programas del FDC. En el primer frente, ha respondido a la necesidad de fortalecer la visibilidad y el impacto del cine nacional y, en el segundo, garantizar que todos los agentes del sector cinematográfico tengan acceso oportuno y claro a la información sobre las diferentes convocatorias y modalidades de apoyo disponibles.

En la sesión 270, el CNACC llevó a cabo un repaso de las acciones desarrolladas en la vigencia anterior y realizó un ejercicio de brainstorming como preparación para la consideración de la estrategia del año 2026, lo que permitió identificar prioridades y orientaciones para el proyecto que se presenta en esta oportunidad.

7.1. Presentación:

Para este punto, se dio la palabra a Ricardo Jiménez, Subdirector de Comunicaciones en Proimágenes, quien llevó a cabo la presentación consignada en **Anexo 4** del acta. Explicó al CNACC que la gestión de divulgación enfrenta retos crecientes en la actualidad, pues los lapsos de atención de las personas se han reducido drásticamente, como consecuencia de la enorme cantidad de estímulos que reciben a través de múltiples canales digitales y tradicionales, lo que obliga a considerar estrategias novedosas para lograr un impacto efectivo.

Señaló que la generación de la estrategia de comunicaciones 2026 se construyó mediante acciones conjuntas con algunos miembros del Consejo, permitiendo incorporar sus intereses y recomendaciones para impulsar y posicionar al CNACC ante el sector audiovisual y los diferentes grupos de interés. Asimismo, para su desarrollo se tuvieron en cuenta tres ejes: CNACC, FDC y promoción del cine colombiano, iniciando con un diagnóstico desde cada uno de estos, la identificación de problemas y necesidades que llevaron al planteamiento general, así como las tácticas y acciones que dan cumplimiento a la estrategia.

Explicó que el proyecto considera diversos insumos de información y conocimiento, incluyendo los hallazgos del estudio de públicos de cine y de cine colombiano realizado en 2025, el cual evidenció que los jóvenes son el grupo de edad que asiste con más frecuencia a cine, que la decisión de ir al cine está atravesada por múltiples factores —logísticos, tecnológicos, económicos y simbólicos— y que se debe lograr que los colombianos tengan más conocimiento sobre la cinematografía nacional como un medio activo que involucra a muchas personas y constantemente está proponiendo alternativas al público.

El presupuesto total considerado necesario para atender las finalidades previstas por el CNACC asciende a \$646.607.000, distribuidos en ocho categorías principales:

Concepto	Valor
Equipo humano	\$276.607.000
Campaña	\$40.000.000
Pauta digital	\$25.000.000

Concepto	Valor
Lanzamiento de convocatoria	\$25.000.000
Producción de contenidos	\$80.000.000
Contenidos pagos en regiones	\$20.000.000
Itinerancia exposición	\$100.000.000
Activaciones y presencia en eventos	\$80.000.000
TOTAL	\$646.607.000

Adicionalmente, se presentó una propuesta de presupuesto adicional por \$304.400.000 para fortalecer ciertos componentes de la estrategia, incluyendo la contratación de un realizador audiovisual *in house*, fortalecimiento del componente digital, campaña con embajadores e influenciadores, actualización de la página web de la convocatoria FDC y creación y administración de redes sociales propias para el CNACC.

El proyecto contempla la implementación de un plan integral articulado en tres ejes estratégicos:

- En relación con el CNACC, se plantea el fortalecimiento de su posicionamiento ante el sector audiovisual mediante la actualización del micrositio o generación de una landing page, campañas pedagógicas sobre su misionalidad, cubrimiento de eventos, generación de comunicados de prensa y la creación de un canal de WhatsApp para difundir información directa al sector.
- En relación con el FDC, se busca la exploración de contenidos en diversos formatos mediante informes trimestrales de gestión, dinámicas en redes sociales que permitan comunicación bidireccional, campaña sobre investigaciones apoyadas por el FDC y acercamiento con minorías del sector.
- En cuanto a la promoción del cine colombiano, se propone la generación de nuevas alianzas con entidades de diversa índole para tener presencia en activaciones y eventos, instructivo para grabación de contenidos en rodajes, campaña con proyección de pauta en redes sociales y gestión con influenciadores alineados a los resultados del estudio de públicos.

El cronograma contempla acciones estratégicas proyectadas con tiempo de ejecución a un año, articuladas en torno a eventos significativos del sector cinematográfico.

Finalmente, enfatizó que algunos componentes de la estrategia, como las innovaciones en la generación de contenidos, podrían alcanzar una mayor escala de implementarse la propuesta de presupuesto adicional presentada, aspecto que quedó a consideración del Consejo para la deliberación.

7.2. Deliberación y decisión:

Concluida la presentación, se abrió un espacio de deliberación en el que los consejeros formularon preguntas y observaciones sobre distintos aspectos de la estrategia propuesta.

Los miembros del Consejo valoraron positivamente el planteamiento integral del proyecto, destacando la importancia de fortalecer las dos líneas fundamentales que lo orientan: la promoción del cine colombiano y el fomento de su circulación ante diferentes audiencias, así como la difusión efectiva de las iniciativas de fomento cinematográfico que desarrolla el

FDC, garantizando que el sector conozca y acceda a las oportunidades de apoyo disponibles.

En cuanto a la propuesta de presupuesto adicional presentada, el Consejo reconoció la pertinencia de las acciones planteadas para fortalecer componentes como la generación de contenidos audiovisuales, el fortalecimiento digital y la creación de redes sociales propias para el CNACC. Sin embargo, consideró prudente diferir la decisión sobre estos componentes adicionales y evaluar su viabilidad más adelante en la vigencia, una vez se tenga mayor claridad sobre el comportamiento financiero del Fondo y la ejecución de los recursos programados. No obstante, el Consejo consideró conveniente destinar \$10.000.000 adicionales para fortalecer la acción relacionada con contenidos pagos en regiones. Los recursos inicialmente destinados para la estrategia de comunicaciones 2026 correspondían a seiscientos treinta millones de pesos (\$630.000.000) por lo tanto se hace necesario adicionar veintiséis millones seiscientos siete mil pesos (\$26.607.000) provenientes de excedentes de la vigencia anterior.

Tras evaluar la información y deliberar, los miembros presentes del CNACC aprobaron, por unanimidad, la realización de la estrategia de comunicaciones FDC 2026, por intermedio de Proimágenes, hasta por la suma de \$656.607.000, según quedará consignado en el acuerdo correspondiente a la sesión.

8. Acompañamiento a beneficiarios de la convocatoria FDC.

Andrea Afanador Llach, Directora de Fomento Nacional de Proimágenes, presentó los resultados de los procesos de acompañamiento a los beneficiarios de la convocatoria del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico 2024, ejecutados durante el año 2025. Cabe recordar que algunos de los estímulos en dinero que se entregan a través de la Convocatoria del FDC, reciben además un acompañamiento con el objetivo de fortalecer los proyectos y los talentos. A continuación, los resultados de tales acompañamientos para las modalidades de: realización de cortometrajes de relatos regionales y de poblaciones étnicas, producción de largometraje de ficción, realización de largometraje de poblaciones étnicas y desarrollo de largometrajes de ficción.

8.1. Resultados de los acompañamientos a beneficiarios 2024:

8.1.1. *Acompañamiento a cortometrajes regionales y étnicos:*

Se llevaron a cabo dos componentes de acompañamiento para 33 proyectos beneficiarios de 2024:

- Laboratorio de reescritura de cortometrajes, ejecutado por la Universidad Central, con una satisfacción del 85,3% de los beneficiarios (calificación de 4 o mayor, sobre 5). Los beneficiarios destacaron la importancia de contar con procesos de formación, asesoría y acompañamiento sobre sus propios proyectos, más allá del apoyo económico.
- Asesorías globales, realizadas por empresas productoras colombianas para 29 proyectos beneficiarios, con una satisfacción del 93,1% (calificación de 4 o mayor sobre 5). Los beneficiarios resaltaron que las asesorías se adaptaban a las necesidades específicas de cada proyecto y solicitaron ampliar el tiempo de las asesorías, valorando el acompañamiento por parte de personas con experiencia. Es una estrategia que permite además, el relacionamiento entre equipos de producción con trayectoria y lo nóveles así como el intercambio inter regional.

8.1.2. *Acompañamiento a largometrajes de ficción:*

Se llevó a cabo el seminario de dirección de actores, dirigido a 11 directores beneficiarios de las modalidades de producción de largometrajes de ficción y realización de largometrajes de poblaciones étnicas, con una satisfacción del 83,3% (calificación de 4 o mayor sobre 5). Los participantes manifestaron que el taller fue constructivo, aunque sugirieron enfocarlo más en técnicas específicas de dirección actoral y menos en procesos de casting.

8.1.3. *Ruta de fortalecimiento en producción - Alianza con el BAM:*

Esta ruta estuvo dirigida a beneficiarios de desarrollo de largometrajes de ficción y realización de largometrajes de poblaciones étnicas. La satisfacción de todos los proyectos que tomaron la ruta fue del 95% (calificación de 4 o mayor sobre 5). Según la medición de impacto 2025 del BAM, el 95% de los participantes consideraron que el aporte de la ruta de fortalecimiento y formación a sus proyectos fue excelente o muy bueno. Igualmente, 7 de cada 10 entrevistados encontraron afinidad y nuevas oportunidades con los compradores internacionales y agentes de la industria que asistieron. Cabe destacar que el proyecto *Sal Si Puedes*, que tomó esta ruta completa, fue beneficiario posteriormente, de producción de largometraje de ficción categoría 1 2025.

El Consejo se manifestó conforme con los resultados presentados, los cuales evidenciaron un alto nivel de aprobación por parte de los beneficiarios que participaron en los procesos de acompañamiento.

8.2. Presentación:

Con lo anterior, Andrea Afanador presentó la propuesta de acompañamiento para los beneficiarios de la convocatoria FDC 2025. Los detalles fueron enviados previamente por Proimágenes a los consejeros mediante correo electrónico.

La propuesta contempla cuatro programas de acompañamiento dirigidos a un total de 54 proyectos beneficiarios, con un presupuesto total de trescientos veintidós millones quinientos mil pesos (\$322.500.000), desglosado de la siguiente manera:

8.2.1. *Acompañamiento a cortometrajes regionales y étnicos:*

Dirigido a 34 cortometrajes beneficiarios de las modalidades de relatos regionales y poblaciones étnicas de la convocatoria FDC 2025. A continuación el detalle de la propuesta:

Metodología	100% virtual, con los siguientes componentes: A. Componente asincrónico: visualización de la Ruta de cortometrajes FDC. B. Conferencias sobre marco legal, bienestar en el set, distribución, nacionalización de obra audiovisual y acreditación de gastos ante el FDC. C. Laboratorio de reescritura de proyectos, mediante invitación a entidades privadas y asociaciones con experiencia en programas de formación sobre narrativa y escritura audiovisual. D. Acompañamiento integral de empresas productoras a los beneficiarios en las áreas de producción, dirección, sonido, dirección de arte y fotografía.
-------------	--

	E. Asesoría personalizada en montaje, a cargo de profesionales del sector expertos en montaje. F. Asesoría personalizada en distribución, a cargo de profesionales nacionales o internacionales en distribución de cortometrajes.
Presupuesto	Ciento cincuenta y siete millones de pesos (\$157.000.000) para honorarios, gastos logísticos, comunicaciones, gastos bancarios y obligaciones de ley.
Rubro	Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Apoyo al desarrollo y estructura de proyectos 2025.

8.2.2. Ruta de fortalecimiento en producción - En el marco de las actividades del BAM:

Dirigida a 12 proyectos: 5 beneficiarios de desarrollo de largometraje de ficción, 1 beneficiario de realización de largometrajes étnicos y 5 beneficiarios de desarrollo de largometraje de documental, todos de la convocatoria FDC 2025.

Metodología	Asesorías virtuales (previo al BAM) y presenciales (durante el BAM). Los temas a abordar serán producción, distribución, audiencias, entre otros temas, a cargo de expertos internacionales en producción, distribución y audiencias.
Presupuesto	Setenta y ocho millones quinientos mil pesos (\$78.500.000) para honorarios, gastos logísticos, comunicaciones, gastos bancarios y obligaciones de ley.
Rubro	Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2025.

8.2.3. Taller de dirección de actores:

Dirigido a 7 directores de largometrajes: 2 beneficiarios de la convocatoria 2024 de producción de largometraje de ficción categoría 2, que por agenda no pudieron asistir a la realizada en noviembre del 2025 y, de la convocatoria 2025: 1 beneficiario de realización de largometrajes étnicos, 1 beneficiario de producción de largometraje de ficción categoría 1 y 3 beneficiarios de producción de largometraje de ficción categoría 2.

Metodología	100% presencial, teórico-práctica, a cargo de experto(s) internacional(es) en técnicas de dirección actuaral para cine, teatro y audiovisuales, con trayectoria en el desarrollo de talleres sobre este tema.
Presupuesto	Cincuenta y cuatro millones de pesos (\$54.000.000) para honorarios, gastos logísticos, comunicaciones, gastos bancarios y obligaciones de ley.
Rubros	Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2024: catorce millones de pesos (\$14.000.000).

	Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2025: cuarenta millones de pesos (\$40.000.000).
--	--

8.2.4. *Tutoría de escritura de guion - Realización de largometraje de poblaciones étnicas:*

Se propone agregar, por medio de otrosí al contrato con la universidad seleccionada para la tutoría de escritura de guion, el proyecto pendiente beneficiado en diciembre de 2025 en la modalidad de realización de largometraje de poblaciones étnicas.

Presupuesto	Ocho millones quinientos mil pesos (\$8.500.000).
Rubro	Tutoría de escritura de guiones ganadores FDC 2025.

Adicionalmente, se contempla un rubro de apoyo logístico por veinticuatro millones quinientos mil pesos (\$24.500.000) con cargo al rubro de Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2025.

8.3. Análisis, discusión y decisión:

Tras evaluar la información presentada y deliberar sobre las propuestas de acompañamiento, los miembros presentes del CNACC aprobaron, por unanimidad, la realización de los programas de acompañamiento para los beneficiarios de la convocatoria FDC 2025, en las condiciones expuestas en este punto del orden del día.

Esto quedará consignado en el acuerdo correspondiente a la sesión, el cual será ejecutado por intermedio de Proimágenes Colombia.

9. **Comité permanente de cortos en salas de cine.**

9.1. Presentación:

Manuel Alejandro Pinilla, Director Administrativo y Financiero de Proimágenes —área a cargo del recaudo de la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico y la gestión del banco de cortometrajes—, informó sobre la necesidad de elección de los nuevos miembros externos del comité curador de cortometrajes para salas de cine, bajo lo dispuesto por el Decreto 1080 de 2015 (artículos 2.10.2.5.1 y 2.10.2.5.2).

Explicó que en la sesión 265, desarrollada el 3 de septiembre de 2025, fueron elegidos los actuales evaluadores externos, cuyo período se fijó para iniciar en septiembre de 2025 y finalizar en febrero de 2026. El siguiente semestre está previsto para iniciar en el mes de marzo y finalizar en agosto del 2026.

Antes de la sesión actual, la secretaría técnica compiló y distribuyó entre los miembros del CNACC una lista de posibles candidatos para el proceso de curaduría, junto con sus perfiles detallados. Estos candidatos, reconocidos en el sector por sus trayectorias en las respectivas especialidades, fueron examinados durante la reunión. Se aclaró que, además de la selección recomendada por Proimágenes, cada consejero tenía la opción de proponer perfiles adicionales para su consideración.

9.2. Proceso de selección:

Teniendo en cuenta la coyuntura de inicio de 2026, que ha generado una confluencia inusualmente alta de asuntos en enero y una agenda particularmente extensa, se revisó la

posibilidad de dar continuidad a los miembros externos actuales por un periodo adicional, de manera que el proceso habitual de revisión pormenorizada de perfiles, priorización y selección pueda adelantarse con la holgura que amerita, en una sesión posterior.

Tras deliberar sobre la conveniencia de esta alternativa, el Consejo estuvo de acuerdo con dar continuidad a los miembros del comité curador para el periodo comprendido entre marzo y agosto de 2026, sujeta a la consulta y aceptación por parte de los evaluadores actuales. En caso de que alguno de ellos no pudiera asumir el nuevo periodo, se convocaría una sesión extraordinaria para adelantar el proceso de selección correspondiente.

9.3. Decisión:

Como resultado de lo anterior, el CNACC aprobó, por unanimidad, que las siguientes personas hagan parte, en calidad de expertos externos, del comité de selección de cortometrajes para exhibición en salas de cine: (A) Vivian Vásquez; y (B) Paula Villegas.

10. **Proposiciones y varios.**

10.1. Ajustes presupuestales del Plan de Promoción Internacional 2025-2026.

Carlos Eduardo Moreno informó al CNACC sobre dos asuntos relacionados con la ejecución del Plan de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2025-2026 que requerían consideración del Consejo.

En primer lugar, explicó que la propuesta del encuentro internacional Cannes Docs presentó cambios respecto de la información inicialmente suministrada por el evento organizador, lo cual incrementó el valor de la participación de \$21.500.000 a \$26.000.000. Para cubrir la diferencia resultante, solicitó al CNACC autorizar el traslado de \$4.500.000 provenientes de recursos no ejecutados del presupuesto FDC 2025, del rubro de promoción del cine colombiano, subrubro promoción internacional, al rubro de mejoramiento en la calidad de los proyectos, subrubro encuentros para coproducción y otros eventos.

En segundo lugar, solicitó autorización para trasladar al presupuesto FDC 2026 los recursos no ejecutados y comprometidos del plan de promoción internacional 2025 y encuentros internacionales, en los mismos rubros presupuestales, con el fin de garantizar la operación de los gastos y contratos de los eventos del primer semestre de 2026 que aún hacen parte del ciclo del plan anterior. El detalle de este movimiento se puede visualizar en el **Anexo 2**.

Tras evaluar la información y deliberar, los miembros presentes del CNACC aprobaron por unanimidad los ajustes presupuestales presentados, según quedará consignado en el acuerdo correspondiente a la sesión.

10.2. Designación de comité para la conformación de los comités evaluadores de la convocatoria FDC 2026.

Andrea Afanador puso de presente la necesidad de iniciar el proceso de conformación de los comités evaluadores para las diferentes modalidades de estímulos por concurso de la convocatoria FDC 2026.

Recordó que, conforme al procedimiento usual, Proimágenes ha adelantado un llamado abierto dirigido a expertos del sector cinematográfico y audiovisual, colombianos y extranjeros, interesados en participar como evaluadores. Una vez verificados los requisitos mínimos de las postulaciones recibidas, los perfiles habilitados son puestos a consideración de un grupo de miembros del CNACC para que, de manera colegiada, adelanten la selección y asignación de evaluadores por modalidad, atendiendo a criterios de

conocimiento especializado, complementariedad de perfiles, paridad de género y diversidad de voces y contextos regionales.

En ese marco, y en ejercicio de las facultades conferidas al CNACC por el artículo 12 de la Ley 814 de 2003 y el numeral 5 del artículo 2.2.1.37 del Decreto 1080 de 2015, el Consejo designó a los siguientes miembros para conformar dicho comité: Jorge Hernán Duque, Alina Hleap, Marcela Aguilar, Juan David Orozco y, por parte de la DACMI, Yenny Chaverra.

10.3. Consultas de la representante de los productores.

Alina Hleap planteó al Consejo dos consultas puntuales sobre situaciones que llegaron a su conocimiento en el ejercicio de su representación.

La primera se refirió al caso de la película Lovers Go Home, coproducción con Canadá, respecto de la cual surgieron inquietudes relacionadas con la acreditación de un requisito documental de reconocimiento previo de nacionalidad, necesario para acceder a un incentivo en dicho país. Al respecto, se aclaró que el asunto está vinculado al estímulo tributario previsto en la Ley 814 de 2003, materia que no es competencia del CNACC.

La segunda consultó sobre la situación del proyecto Reina del Pueblo, postulado en la modalidad de participación en encuentros de los estímulos automáticos FDC 2025. Proimágenes aclaró que el proyecto no cumplió con los requisitos de postulación establecidos en los términos de referencia de la modalidad.

Siendo las 13:00 y no habiendo más puntos por tratar, la Presidente ordenó levantar la sesión. Asimismo, pidió dejar constancia por acta sobre la continuidad del quorum verificado al inicio de la reunión, el cual se mantuvo durante el desarrollo y hasta la culminación de la sesión.



DIANA MARCELA DÍAZ SOTO
Presidente



CLAUDIA TRIANA SOTO
Secretaría Técnica

COMITÉ DE ESTUDIO INICIAL DE PROYECTOS | N.º 001/2026

Fecha: 2026-01-09

Modalidad: no presencial.

Espacio de la reunión: Google Meet meet.google.com/tvx-ezwo-xgg

Comité de estudio inicial designado por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) en los términos de los lineamientos contenidos en el anexo 2 del acta N.º 241 del 19 de diciembre de 2023 y ajustados en el acta N.º 270 del 10 y 11 de diciembre de 2025.

Asistentes:

Miembro	Representante
MinCulturas	Yenny Chaverra y Teresa Loayza
CNACC	Carlos Rincón
Proimágenes	Andrea Afanador

ANÁLISIS DE PROYECTOS

El comité analizó el proyecto según el resumen ejecutivo que se consigna a continuación. La propuesta de proyecto identificada por el CNACC, donde se encuentra la información detallada del mismo, fue remitida por la Secretaría Técnica con oportuna antelación y fue revisada detalladamente por el comité.

Se recuerda que, de acuerdo con el anexo antes citado, los proyectos dirigidos al sector cinematográfico que cumplan algunos de los criterios enlistados a continuación, pueden ser receptores de recursos del FDC sin realización de convocatoria pública y de manera directa:

- a. Que sean sobresalientes en su especie, partiendo de aspectos tales como: su tipo, su nivel de incidencia para los procesos del sector, su envergadura y alcance.
- b. Que tengan por organizador o responsable a una persona jurídica de derecho público o privado del sector, cuyas credenciales de idoneidad, trayectoria, responsabilidad y/o know-how sean únicas, y de las cuales dependa el proceso.
- c. Que superen el alcance y los objetivos de las modalidades concursables previstas por el CNACC para el año en curso. Este criterio es obligatorio para todos los casos.
- d. Que sean de público conocimiento y tengan una alta relevancia para el cumplimiento de las finalidades de la ley 814 de 2003, mediante líneas de acción específicas, entre las que pueden estar las siguientes: posibilitar escenarios de retorno productivo entre los sectores integrantes de la industria de las imágenes en movimiento, hacia su común actividad; estimular la inversión en el ámbito productivo

de los bienes y servicios comprendidos en la industria cultural del cine; salvaguardar, proteger, recuperar, conservar, sostener y/o divulgar el patrimonio cultural cinematográfico de la nación, como gestión de interés social.

Proyecto N.º 1:

Nombre	Premios Macondo 2026
Entidad	Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas
Objetivo	Objetivo general Promover, difundir y fortalecer la industria cinematográfica colombiana mediante la organización, producción y transmisión de los Premios Macondo, contribuyendo al desarrollo cultural, en consonancia con el reconocimiento del quehacer cinematográfico. Objetivos específicos 1. Estimular la circulación y visibilidad de las películas colombianas nominadas a nivel nacional. 2. Generar escenarios de reconocimiento de retorno productivo entre los distintos agentes de la industria cinematográfica. 3. Fortalecer la relación del cine colombiano con el público mediante el reconocimiento y la visibilización de los agentes que hacen posible la cinematografía nacional, a través de la televisión pública y de eventos transversales de promoción. 4. Consolidar los Premios Macondo como plataforma de divulgación del patrimonio cinematográfico nacional.
Valor solicitado	Total solicitado al FDC: COP \$280.000.000 COP \$50.000.000 para la estrategia de comunicaciones COP \$200.000.000 para la noche de la ceremonia de los Premios Macondo COP \$30.000.000 para la compra de licencias para la emisión por canales regionales, de las películas nominadas (Rumbo a los Macondo) Presupuesto total: COP \$1.981.753.859

- *Concepto técnico:* el proyecto se adecúa a los parámetros 'a', 'b', 'c' y 'd' del punto 1 de los criterios aprobados por el CNACC
- *Modalidad de entrega:* contrato regulador de estímulos.
- *Recomendaciones para el titular.*

En general, la propuesta se concentra en las acciones puramente operativas sin profundizar en el sustento misional y estratégico de los Premios Macondo. Dada esta

situación, el comité considera que para poder realizar la lectura y valoración de la propuesta, es necesario solicitar a la entidad titular complementar los siguientes aspectos:

1. En los antecedentes, realizar una descripción profunda y detallada de la misionalidad de los Premios Macondo, su importancia sectorial, su relevancia estratégica para la cinematografía nacional, el espíritu de su existencia. Número de versiones de los Premios, descripción de hitos que han generado crecimiento y visibilidad de los Premios, logros, descripción de las categorías, películas participantes, nominadas y premiadas. Descripción del tipo de aliados gestionados y porcentaje de recursos que se han hecho por gestión. Esto, adicional a la información referente a la edición inmediatamente anterior.
2. Fortalecer la información de las características del responsable del proyecto: incluir información del número de asociados, del crecimiento de la Academia a través de los años, los beneficios para sus asociados.
3. Sobre el público objetivo y el impacto territorial, plantear los distintos aspectos con información cualitativa y cuantitativa que permitan medir el alcance de los Premios y su relevancia para el sector, los asociados y los públicos. Importante ahondar en las metas a las que se espera llegar con el aporte específico del FDC relacionadas con las actividades que esperan ser apoyadas.
4. La propuesta reconoce los aspectos a mejorar, lo cual es muy positivo, sin embargo, no se plantea un plan de mitigación de esos riesgos ni se evidencia su impacto en el presupuesto y propuesta 2026.
5. Aunque la propuesta incluye el presupuesto general de los premios, no se identifica claramente el porcentaje del presupuesto del proyecto que se espera cubrir con los recursos del FDC, en comparación con otras fuentes. Tampoco queda claro cuánto dinero del FDC se invertirá en las tres actividades propuestas: compra de licencias (Rumbo a los Macondo), estrategia de comunicaciones y producción de la ceremonia de los premios. Adicionalmente se debe especificar las actividades que se financiarán específicamente con los recursos del FDC.

Una vez recibidos los ajustes a la propuesta el comité se volvió a reunir virtualmente, el 14 de enero, y después de la revisión de la propuesta ajustada, el comité encuentra que los Premios Macondo son únicos en su especie, llevan trece años haciendo grandes esfuerzos por visibilizar el cine colombiano a nivel nacional e internacional, han logrado integrar a su esquema de comunicaciones a los canales regionales y han descentralizado la realización del evento en los últimos años para así impactar otras ciudades como Medellín, Bucaramanga y en 2026, Cali.

Teniendo en cuenta lo anterior, el comité recomienda al CNACC apoyar la propuesta Premios Macondo 2026, con un valor de hasta doscientos cincuenta millones de pesos (\$250.000.000) para la estrategia de comunicaciones y para la ceremonia de los Premios Macondo. Esto corresponde al 12,6% del presupuesto total.

La tercera actividad propuesta por la Academia, Rumbo a los Macondo, este comité la encuentra interesante para el acceso y alcance a los públicos del cine colombiano a través de los canales regionales. La propuesta está planteada para 8 a 12 películas nominadas únicamente (en 2025 fueron 15 nominadas), sin embargo, no entrega información respecto de avances en conversaciones con los canales ni cómo planea resolver aspectos y variables de su implementación como la conciliación con otras ventanas de distribución de películas de estreno, análisis de la tarifas de pago a los canales por comunicación pública y posibles caminos de negociación, cadena legal de derechos, criterios mínimos para su transmisión, entre otros aspectos. Dada esta situación, este comité no ve clara la viabilidad de esta actividad por lo tanto no recomienda su apoyo en esta ocasión.

Respecto de los lineamientos para asignaciones directas, este comité recomienda al CNACC, adicionar expresamente que las propuestas incluyan indicadores de medición cualitativos y cuantitativos lo cual permitirá ver su alcance estratégico y de impacto. Adicionalmente, recomienda incluir una reflexión sobre el valor diferencial o estratégico de su propuesta en la que se relacione la concurrencia de los objetivos del proyecto con los del FDC.

* * *

COMITÉ DE ESTUDIO INICIAL DE PROYECTOS | N.º 002/2025

Fecha: 2026-01-13
Modalidad: no presencial.
Espacio de la reunión: Google Meet meet.google.com/miy-mrtx-obo

Comité de estudio inicial designado por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) en los términos de los lineamientos contenidos en el anexo 2 del acta N.º 241 del 19 de diciembre de 2023 y ajustados en el acta N.º 270 del 10 y 11 de diciembre de 2025.

Asistentes:

Miembro	Representante
MinCulturas	Yelena Mendoza Domínguez
CNACC	Sasha Quintero Carbonell
Proimágenes	Andrea Afanador Llach

ANÁLISIS DE PROYECTOS

El comité analizó el proyecto según el resumen ejecutivo que se consigna a continuación. La propuesta de proyecto identificada por el CNACC, donde se encuentra la información detallada del mismo, fue remitida por la Secretaría Técnica con oportuna antelación y fue revisada detalladamente por el comité.

Se recuerda que, de acuerdo con el anexo antes citado, los proyectos dirigidos al sector cinematográfico que cumplan algunos de los criterios enlistados a continuación, pueden ser receptores de recursos del FDC sin realización de convocatoria pública y de manera directa:

- a. Que sean sobresalientes en su especie, partiendo de aspectos tales como: su tipo, su nivel de incidencia para los procesos del sector, su envergadura y alcance.
- b. Que tengan por organizador o responsable a una persona jurídica de derecho público o privado del sector, cuyas credenciales de idoneidad, trayectoria, responsabilidad y/o know-how sean únicas, y de las cuales dependa el proceso.
- c. Que superen el alcance y los objetivos de las modalidades concursables previstas por el CNACC para el año en curso. Este criterio es obligatorio para todos los casos.
- d. Que sean de público conocimiento y tengan una alta relevancia para el cumplimiento de las finalidades de la ley 814 de 2003, mediante líneas de acción específicas, entre las que pueden estar las siguientes: posibilitar escenarios de retorno productivo entre los sectores integrantes de la industria de las imágenes en movimiento, hacia su común actividad; estimular la inversión en el ámbito productivo

de los bienes y servicios comprendidos en la industria cultural del cine; salvaguardar, proteger, recuperar, conservar, sostener y/o divulgar el patrimonio cultural cinematográfico de la nación, como gestión de interés social.

Proyecto N.º 1:

Nombre	Fortalecimiento al patrimonio cinematográfico colombiano
Entidad	Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano
Objetivo	Objetivo general Realizar procesos de conservación, preservación y circulación del patrimonio audiovisual colombiano, con altos estándares de calidad, propendiendo por la apropiación y reconocimiento a nivel nacional y latinoamericano, en los próximos cinco años. Objetivos específicos 1. Durante la vigencia 2026 realizar procesos integrales de conservación y preservación digital de 8 obras del patrimonio audiovisual colombiano que puedan ser dispuestas para acceso y consulta por parte de la industria audiovisual colombiana y del público en general. 2. En 2026 realizar el Telecinado de 100 horas de registros audiovisuales desde soportes fílmicos de 16 mm y 35 mm, que puedan ser dispuestos para acceso y consulta por parte de la industria audiovisual colombiana y del público en general. 3. Durante 2026 participar en 10 actividades académicas y/o de industria en las que se realice exhibición de materiales que hacen parte del patrimonio regional objeto de preservación digital por parte de la institución y/o se muestren las actividades de conservación, preservación y circulación de la memoria audiovisual que realiza la Fundación. 4. Durante 2026 participar en 20 festivales y/o muestras audiovisuales en diferentes partes del territorio nacional, en las que se realice exhibición de materiales que hacen parte del patrimonio regional objeto de preservación digital por parte de la institución. 5. Durante 2026, en el marco de festivales y/o muestras audiovisuales y/o actividades académicas y/o de industria en las que participe la Fundación, realizar 20 exposiciones y/o talleres y/o charlas relacionadas con las actividades de conservación, preservación y circulación de la memoria audiovisual que realiza la Fundación. 6. Durante el 2026 realizar 8 jornadas de Memoria Activa en las que se presenten materiales restaurados por la Fundación y se generen conversaciones sobre la conservación, preservación y circulación del patrimonio audiovisual colombiano. 7. Durante el 2026 realizar la segunda fase del Plan Nitrato, de manera

	que se aborde la selección y disposición final de soportes que presentan un alto nivel de degradación. 8. Durante la vigencia 2026 realizar diversas actividades de conmemoración de los 40 años de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, que resalten su trayectoria e importante labor en materias de conservación, preservación y circulación del patrimonio audiovisual colombiano.
Valor solicitado	COP \$700.000.000

- *Concepto técnico:* el proyecto se adecúa a los parámetros 'a', 'b', 'c' y 'd' del punto 1 de los criterios aprobados por el CNACC
- *Modalidad de entrega:* contrato regulador de estímulos.
- *Recomendaciones para el titular:*

El comité consideró pertinente solicitar a la Fundación una comunicación con la siguiente inquietud:

Con el objetivo de analizar con mayor profundidad las acciones propuestas en la actividad de "Divulgación, acceso y socialización", el comité considera necesario solicitar a la Fundación información que ilustre sobre las métricas de impacto y alcance cualitativo y cuantitativo de las colecciones y libros (digitales y análogos) que en el pasado se han realizado con o sin recursos del FDC.

Esta información será fundamental para la revisión de las acciones propuestas para la divulgación, acceso y socialización incluidas en el proyecto y posterior presentación al CNACC en pleno.

Una vez recibida la información adicional solicitada al titular, el comité analizó de nuevo la propuesta y considera que el apoyo al programa de fortalecimiento al patrimonio cinematográfico colombiano es fundamental para la salvaguarda del acervo del país. Sin duda, la Fundación Patrimonio Fílmico tiene la idoneidad para llevar a cabo la propuesta dada su experiencia específica en preservación y conservación audiovisual de 40 años, así como la infraestructura técnica y física para llevar a cabo las tareas propuestas.

Sin embargo, respecto de las actividades de "Divulgación, acceso y socialización", el comité encuentra necesario recomendar a la Fundación innovar respecto de las estrategias planteadas con el objetivo de aumentar el impacto cualitativo y cuantitativo de las mismas. Adicionalmente, que se dé mayor visibilidad a los materiales que han sido preservados con recursos del FDC en el marco del programa de Fortalecimiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, el comité recomienda al CNACC apoyar la propuesta para el Fortalecimiento al patrimonio cinematográfico colombiano, con un valor de hasta setecientos millones de pesos (\$700.000.000), solicitando a la Fundación los siguientes

ajustes que pretenden fortalecer el apoyo a la conservación integral de obras cinematográficas colombianas y la divulgación de las actividades que se han apoyado con recursos del FDC:

- Trasladar recursos de los libros digitales de Dirección de fotografía y Encuentro Cinematecas de Colombia, a la actividad 1, para la Conservación y preservación.
- Apoyar al libro digital de los 40 años de la Fundación con el 50% de lo propuesto por la Fundación y el saldo re direccionarlo a la actividad 1.
- Trasladar recursos de la realización de la colección Díaz Ercole a la actividad 1, para la Conservación y preservación.

* * *

COMITÉ DE ESTUDIO INICIAL DE PROYECTOS | N.º 003/2026

Fecha: 2026-01-14
Modalidad: no presencial.
Espacio de la reunión: Google Meet meet.google.com/qkm-sbce-qyn
Hora: 11:00 a.m. a 12:00 p.m.

Comité de estudio inicial designado por el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC) en los términos de los lineamientos contenidos en el anexo 2 del acta N.º 241 del 19 de diciembre de 2023 y ajustados en el acta N.º 270 del 10 y 11 de diciembre de 2025.

Asistentes:

Miembro	Representante
MinCulturas	Yenny Chaverra Gallego y Luz Adriana Quigua Gonzalez
CNACC	Jorge Hernán Duque
Proimágenes	N.A.

ANÁLISIS DE PROYECTOS

El comité analizó el proyecto según el resumen ejecutivo que se consigna a continuación. La propuesta de proyecto identificada por el CNACC, donde se encuentra la información detallada del mismo, fue remitida por la Secretaría Técnica con oportuna antelación y fue revisada detalladamente por el comité.

Se recuerda que, de acuerdo con el anexo antes citado, los proyectos dirigidos al sector cinematográfico que cumplan algunos de los criterios enlistados a continuación, pueden ser receptores de recursos del FDC sin realización de convocatoria pública y de manera directa:

- a. Que sean sobresalientes en su especie, partiendo de aspectos tales como: su tipo, su nivel de incidencia para los procesos del sector, su envergadura y alcance.
- b. Que tengan por organizador o responsable a una persona jurídica de derecho público o privado del sector, cuyas credenciales de idoneidad, trayectoria, responsabilidad y/o know-how sean únicas, y de las cuales dependa el proceso.
- c. Que superen el alcance y los objetivos de las modalidades concursables previstas por el CNACC para el año en curso. Este criterio es obligatorio para todos los casos.
- d. Que sean de público conocimiento y tengan una alta relevancia para el cumplimiento de las finalidades de la ley 814 de 2003, mediante líneas de acción específicas, entre las que pueden estar las siguientes: posibilitar escenarios de retorno productivo entre los sectores integrantes de la industria de las imágenes en

movimiento, hacia su común actividad; estimular la inversión en el ámbito productivo de los bienes y servicios comprendidos en la industria cultural del cine; salvaguardar, proteger, recuperar, conservar, sostener y/o divulgar el patrimonio cultural cinematográfico de la nación, como gestión de interés social.

Proyecto N.º 1:

Nombre	Proyecto Bogotá Audiovisual Market 2026
Entidad	Proimágenes Colombia
Objetivo	Objetivo general Fortalecer la industria cinematográfica y audiovisual colombiana mediante la promoción de escenarios de circulación, intercambio y generación de oportunidades de negocio que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y proyección nacional e internacional de los creadores, proyectos y empresas del sector. El Bogotá Audiovisual Market (BAM) impulsa procesos de articulación, formación y cooperación entre los distintos agentes de la cadena de valor, viabilizando la inversión, la generación de alianzas estratégicas y el posicionamiento del sector nacional. Objetivo específico 1 Propiciar el encuentro, el intercambio y la cooperación entre los agentes del sector cinematográfico y audiovisual, con el fin de facilitar acuerdos, alianzas y oportunidades de negocio que impulsen la coproducción, la financiación y la circulación de obras, talentos y servicios colombianos en los mercados nacional e internacional. Objetivo específico 2 Fortalecer las capacidades técnicas, artísticas y empresariales de los participantes mediante procesos de convocatoria, formación especializada, asesorías personalizadas y una programación de industria orientada a la actualización profesional, contribuyendo a la consolidación de modelos sostenibles de creación, producción y circulación en el sector cinematográfico y audiovisual. Objetivo específico 3 Desarrollar estrategias de visibilización y posicionamiento de los contenidos, talentos y servicios del audiovisual colombiano, reconociendo la diversidad territorial, cultural y creativa del país, con el propósito de ampliar su acceso a mercados, fortalecer la circulación de las obras y contribuir a la actividad productiva del sector.
Valor solicitado	COP \$350.000.000 COP \$295.000.000 a) Honorarios – Componentes estratégicos del mercado COP \$38.000.000 b) Servicios y alquileres – Espacios de industria y experiencia COP \$17.000.000 c) Invitados internacionales – Gastos de hospitalidad

Presupuesto general del proyecto COP \$3.409.500.000
--

- *Concepto técnico:* El proyecto se adecúa a los parámetros 'a, b, c y d' del punto 1 de los lineamientos aprobados por el CNACC, dado que el BAM por su tipo, alcance y dimensión se constituye en un mercado relevante para los procesos del sector cinematográfico y audiovisual del país. Asimismo, el BAM es realizado por entidades que cuentan con amplia experiencia e idoneidad. Finalmente, constituye una plataforma de fortalecimiento de talentos, agentes y proyectos del sector audiovisual y cinematográfico en distintos componentes del ecosistema audiovisual, potenciando su movilidad y participación en escenarios de relacionamiento y de oportunidad de desarrollo e inversión a nivel nacional e internacional que posibilitan encontrar medidas y acciones para buscar un retorno productivo, y el desarrollo de estrategias para estimular la inversión para el sector.
- *Modalidad de entrega:* ejecución de recursos desde el administrador.
- *Recomendaciones para el titular:* (Listar por favor las recomendaciones que consideren)

El comité considera que el proyecto cumple con los puntos que se requieren para su estudio y evaluación, dado que la información es clara y permite determinar de acuerdo a la justificación, antecedentes y objetivos, la finalidad del mercado y su concurrencia con las líneas de acción de la 814 según lo establecido en los lineamientos. A continuación se relacionan algunas consideraciones y recomendaciones:

1. Incluir y divulgar información complementaria del BAM para conocimiento del CNACC, donde se relacionen cifras e indicadores de impacto respecto a los resultados de sus componentes en años anteriores, con un mayor detalle de sus beneficiarios y los proyectos que han participado en el mercado, y sus logros en términos de sus alianzas y la apertura de nuevas oportunidades, para los talentos, los proyectos y los contenidos, en otros espacios y con otros actores de la industria a nivel nacional e internacional. Esto permite valorar la evolución del mercado y el cumplimiento de sus propósitos, así como su adaptabilidad a las necesidades del sector en el contexto de la industria local e internacional.
2. Frente a los enfoques poblacionales, territoriales y de accesibilidad, es importante que se incluya mayor información (beneficiarios, proyectos, algunos casos de éxito) para conocimiento del CNACC, que permita medir la evolución de estas líneas de trabajo y que reflejen la participación de quienes se estiman como beneficiarios y lo que esto ha permitido para el cierre de brechas en la industria cinematográfica y audiovisual nacional.
3. El comité encuentra que el valor solicitado al CNACC, así como la distribución propuesta, es coherente en relación al presupuesto general del mercado, toda vez que por ejemplo, priorizar una mayor porcentaje del recurso en los honorarios del talento humano, que hace posible los componentes del mercado, así como la selección de los beneficiarios y proyectos que en él participan, es el núcleo de la

buena ejecución de las actividades y la garantía de el Mercado sea una buena experiencia y cuente con el acompañamiento para los participantes y acreditados.

Teniendo en cuenta lo anterior, el comité recomienda al CNACC apoyar la propuesta del BAM 2026, con un valor de hasta trescientos cincuenta millones de pesos (\$350.000.000).

* * *



Contexto

En su última sesión, el CNACC aprobó, con cargo al rubro *FDC 2025 – Mejoramiento en la los proyectos – Encuentros para coproducción y otros eventos* - un acuerdo de gasto **\$21.500.000 COP** para la participación de Colombia en el programa **de coproducción documentales Cannes Docs**.

Posteriormente, y una vez confirmada la participación, el equipo organizador de Cannes Docs informó a Proimágenes Colombia que la propuesta inicialmente enviada contenía un error, lo que hace necesario realizar un ajuste de alcance técnico y presupuestal, el cual se presenta a consideración del Consejo.



CANNES DOCS – Delegación de 2 productores en el Marché du Film

- Descripción general de CoProSocial Club
- Delegación oficial de dos productores documentales en el Marché du Film del Festival de Cannes.
 - Participación en el principal espacio de industria del cine a nivel mundial.

- Qué incluye
- 2 acreditaciones completas al mercado y proyecciones del Festival.
 - Presentación moderada de los productores y sus empresas en el "Co-Pro Social Club".
 - Acceso prioritario al programa Cannes Docs:
 - Reuniones individuales y consultorías grupales.
 - Paneles, talleres, happy hours y eventos profesionales.
 - Visibilidad destacada en el sitio web y redes de Cannes Docs.
 - Networking con festivales, agentes de ventas, productores y expertos globales.

Valor y condiciones

Costo total delegación: 5.900 EUR (2.950 EUR por productor) equivalente a \$26.000.000 COP, aproximadamente.

Diferencias principales entre la primera propuesta, con errores, y la actual, radica en el precio (26M vs. 21.5M) y la cantidad de participantes, pasando de 3 a 2 productores.



CIDIC SLASHER / SMOKY COMEDY / FRUITY DRAMA / HERBAL THRILLER / SALTY MYSTERY / SOUR ADVENTURE / TANGY ACTION

CANNES DOCS – Delegación de 2 productores en el Marché du Film

Considerando que la disponibilidad presupuestal del rubro aprobado corresponde a \$21.500.000 COP, y reafirmando el interés estratégico del Plan de Promoción Internacional en **fortalecer el relacionamiento internacional, la construcción de redes y la participación de productores colombianos de documental** en espacios de actualización profesional, se propone al Consejo:

1. **Dar continuidad a la iniciativa Cannes Docs / CoPro Social Club**, garantizando que las personas beneficiarias establezcan una ruta de transferencia de conocimiento dirigida al sector nacional interesado.
1. **Autorizar un traslado presupuestal puntual por valor de \$4.500.000 COP**, desde el rubro FDC 2025 – Promoción – Plan de Promoción Internacional del Cine Colombiano hacia el rubro FDC 2026 – Mejoramiento en la calidad de los proyectos – Encuentros de coproducción y otros eventos, con cargo al saldo disponible del acuerdo de gasto asociado a Ventana Sur, derivado de la gestión realizada con ProColombia para el pago del stand.



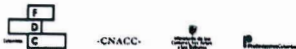
EAMY FANTASY / FLUFFY SCI-FI / BITTERSWEET BIOPIC / FIERY HORROR / BITTER WESTERN / CRISPY MUSICAL / DELICATE ROMANCE
CIDIC SLASHER / SMOKY COMEDY / FRUITY DRAMA / HERBAL THRILLER / SALTY MYSTERY / SOUR ADVENTURE / TANGY ACTION

Autorización ejecución Encuentros de Coproducción en 2026

Adicionalmente, se solicita al Consejo **la reautorización para la ejecución en la vigencia 2026** de los recursos correspondientes al rubro FDC 2025 – Mejoramiento en la calidad de los proyectos – Encuentros para coproducción y otros eventos, los cuales no pudieron ser comprometidos durante la vigencia 2025 por razones asociadas a los calendarios de los programas internacionales.

En consecuencia, **se propone trasladar la totalidad de estos recursos al rubro equivalente en la vigencia 2026**, manteniendo los acuerdos de gasto previamente avalados por el Consejo, así:

- **Rotterdam Lab:** hasta \$15.000.000 COP
- **EURODOC:** hasta \$13.500.000 COP
- **Cannes Docs / CoPro Social Club:** \$21.500.000 COP



EAMY FANTASY / FLUFFY SCI-FI / BITTERSWEET BIOPIC / FIERY HORROR / BITTER WESTERN / CRISPY MUSICAL / DELICATE ROMANCE



Ajuste Plan de Promoción Internacional



Contexto

En el marco del presente Plan, se solicita al CNACC la aprobación para la ejecución en la vigencia 2026 de **recursos que hicieron parte de acuerdos de gasto previamente aprobados** y que no pudieron ser comprometidos durante la vigencia 2025. Esta situación obedece a razones asociadas a la temporalidad de los eventos, a los calendarios de ejecución y a las reglas de vigencia del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. En la mayoría de los casos, **esta solicitud no implica modificaciones en el objeto ni en la destinación de los recursos originalmente aprobados**.

De manera excepcional, se solicita al Consejo la **autorización para realizar dos traslados presupuestales puntuales**, derivados de ejercicios de gestión y optimización de recursos, sin que ello afecte los objetivos generales del Plan ni la coherencia de los acuerdos de gasto. Estas solicitudes se presentan de forma expresa y diferenciada, y responden a criterios de eficiencia en el uso de los recursos del Fondo, manteniendo su destinación dentro de las líneas estratégicas aprobadas.



-CNACC-



EAMY FANTASY / FLUFFY SCI-FI / BITTERSWEET BIOPIC / FIERY HORROR / BITTER WESTERN / CRISPY MUSICAL / DELICATE ROMANCE
CIDIC SLASHER / SMOKY COMEDY / FRUITY DRAMA / HERBAL THRILLER / SALTY MYSTERY / SOUR ADVENTURE / TANGY ACTION

Participación de Colombia en Mercados Internacionales 2025/2026				
Rubro	Ppto. aprobado	Ejecución	Saldo disponible	Comentarios
ImagineNATIVE	\$81.126.500	\$39.926.500	\$41.200.000	Se solicita al Consejo aprobar la ejecución en la vigencia 2026 de los recursos correspondientes a este acuerdo de gasto, previamente aprobados y no comprometidos en la vigencia 2025. Nuevo Rubro: FDC 2026 - Plan de Promoción Internacional - ImagineNATIVE
IDFA	\$ 91.200.000	\$ 84.700.000	\$6.500.000	Se propone realizar un traslado que permita fortalecer la participación de la delegación colombiana en el mercado de TIFF (FDC 2026 - Participación largometrajes en mercados cinematográficos)
Ventana Sur	\$ 45.000.000	\$ 36.700.000	\$8.300.000	Se propone realizar un traslado que permita fortalecer la participación de la delegación colombiana en el Marché du Film de Cannes (FDC 2026 - Participación largometrajes en mercados cinematográficos)
Clermont Ferrand	\$ 95.600.000	\$ 84.500.000	\$11.100.000	Se solicita al Consejo aprobar la ejecución en la vigencia 2026 de los recursos correspondientes a este acuerdo de gasto, previamente aprobados y no comprometidos en la vigencia 2025. Nuevo Rubro: FDC 2026 - Plan de Promoción Internacional - Clermont Ferrand



-CNACC-

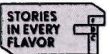


EAMY FANTASY / FLUFFY SCI-FI / BITTERSWEET BIOPIC / FIERY HORROR / BITTER WESTERN / CRISPY MUSICAL / DELICATE ROMANCE
CIDIC SLASHER / SMOKY COMEDY / FRUITY DRAMA / HERBAL THRILLER / SALTY MYSTERY / SOUR ADVENTURE / TANGY ACTION

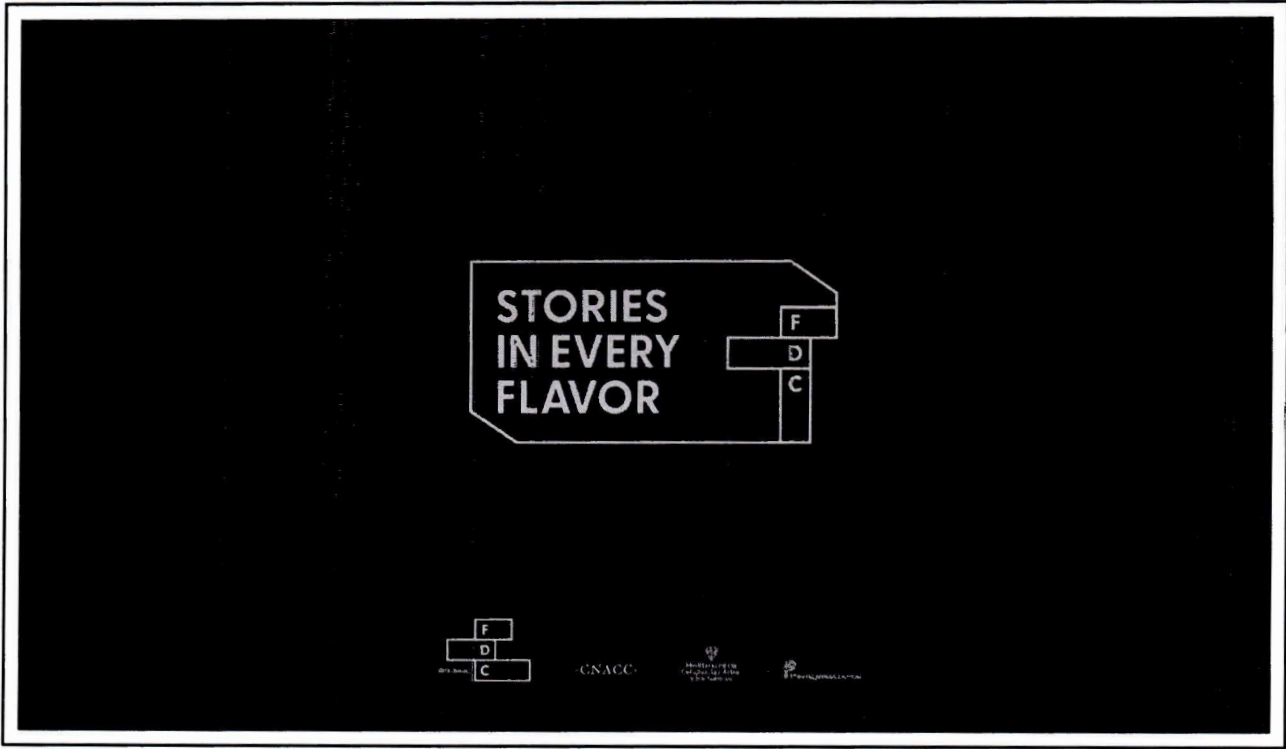
Participación de Colombia en Mercados Internacionales 2025/2026				
Rubro	Ppto. aprobado	Ejecución	Saldo	Comentarios
Berlinalde	\$135.466.000	\$ 102.566.000	\$32.900.000	Se solicita al Consejo aprobar la ejecución en la vigencia 2026 de los recursos correspondientes a este acuerdo de gasto, previamente aprobados y no comprometidos en la vigencia 2025. Nuevo Rubro: FDC 2026 - Plan de Promoción Internacional - Berlinalde
Cannes	\$ 23.511.550	\$0	\$23.511.550	Se solicita al Consejo aprobar la ejecución en la vigencia 2026 de los recursos correspondientes a este acuerdo de gasto, previamente aprobados y no comprometidos en la vigencia 2025. Nuevo Rubro: FDC 2026 - Plan de Promoción Internacional- Cannes
Otros Gastos	\$ 132.250.000	\$123.250.000	\$9.000.000	Se solicita al Consejo aprobar la ejecución en la vigencia 2026 de los recursos correspondientes a este acuerdo de gasto, previamente aprobados y no comprometidos en la vigencia 2025. Nuevo Rubro: FDC 2026 - Plan de Promoción Internacional- Otros Gastos



-CNACC-



EAMY FANTASY / FLUFFY SCI-FI / BITTERSWEET BIOPIC / FIERY HORROR / BITTER WESTERN / CRISPY MUSICAL / DELICATE ROMANCE



PLAN INTEGRAL DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DEL CINE COLOMBIANO 2026/2027

1. Introducción

El **Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026/2027** se concibe como una estrategia articulada orientada a fortalecer el posicionamiento de la cinematografía nacional en el ámbito internacional, en coherencia con las capacidades reales del sector audiovisual colombiano y los recursos disponibles.

Este Plan integra de manera complementaria dos líneas de acción

1. Las acciones institucionales de promoción internacional
2. La estrategia de delegaciones internacionales

Estas líneas deben ser entendidas no como iniciativas independientes, sino como parte de un **instrumento completo al servicio del ecosistema audiovisual colombiano**.

Esta articulación responde a la necesidad de optimizar el impacto del gasto público, ampliar el acceso cualificado a espacios de industria y fortalecer las capacidades estratégicas del sector, reconociendo que la promoción internacional no produce resultados inmediatos, sino procesos sostenidos de posicionamiento, relacionamiento y transferencia de conocimiento.

El Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026/2027 se concibe como el **marco orientador de las acciones de promoción internacional del cine colombiano** y se articula de manera coordinada con otras estrategias de internacionalización del sector audiovisual desarrolladas en alianza con entidades del orden nacional y territorial.

En este sentido, el Plan dialoga y se implementa en complementariedad con iniciativas lideradas por entidades como el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, el Ministerio TIC, ProColombia, la Comisión Fílmica Colombiana, así como con secretarías de cultura, entidades territoriales y organizaciones aliadas del ecosistema audiovisual. Esta articulación reconoce que la promoción internacional del ecosistema audiovisual colombiano es una **estrategia de país**, que requiere coordinación institucional y uso eficiente de los recursos públicos.

2. Contexto

La cinematografía colombiana se caracteriza por una alta diversidad de formatos, géneros, enfoques narrativos y orígenes territoriales, así como por una presencia internacional sostenida en determinados nichos del ecosistema audiovisual global. Esta diversidad constituye una de sus principales fortalezas, pero también implica retos estructurales en términos de acceso, posicionamiento y circulación internacional.

Si bien un número significativo de proyectos colombianos logra acceder a festivales, mercados y espacios de industria, dichas trayectorias no son homogéneas ni equitativas. Existen brechas claras relacionadas con el acceso a información especializada, la comprensión de las dinámicas de circulación internacional, la construcción de redes profesionales sostenidas y la capacidad de posicionar los proyectos más allá de una participación puntual en un evento.

En este contexto, la promoción internacional no puede entenderse únicamente como una estrategia de visibilidad, sino como **un medio para mejorar las condiciones de acceso y posicionamiento de la cinematografía colombiana** en su conjunto. Esto implica generar oportunidades de encuentro con agentes clave, fortalecer capacidades estratégicas en los creadores y productores, y facilitar procesos de aprendizaje que les permitan tomar decisiones más informadas sobre la circulación, financiación y proyección de sus obras.

Este Plan también parte del reconocimiento de que **la promoción internacional no es un ejercicio unidireccional**, sino un espacio de intercambio de saberes, prácticas y modelos entre cinematografías. En relación con esto, la experiencia colombiana en la producción, circulación y sostenibilidad de obras audiovisuales, que se caracteriza muchas veces por esquemas de colaboración, economías mixtas, trabajo comunitario y diversidad de voces, constituye un aporte relevante a las discusiones actuales del sector audiovisual internacional.

La participación de Colombia en mercados, festivales y espacios de industria se piensa entonces no solo como una instancia de aprendizaje, sino también como **una oportunidad para posicionar prácticas propias y contribuir a diálogos más horizontales** dentro del ecosistema audiovisual global. Si bien este posicionamiento no genera resultados inmediatos, fortalece la identidad del cine colombiano y amplía de manera sostenida sus redes de cooperación internacional.

3. Apuestas estratégicas del Plan

Apuesta 1

Concentración estratégica en mercados de industria global y alta densidad de decisión

El Plan prioriza un número limitado de mercados internacionales que concentran tomadores de decisión clave para la circulación, financiación y coproducción de obras audiovisuales colombianas. Estos tomadores incluyen agentes de venta y distribución, programadores y curadores de festivales, fondos e instituciones de fomento, así como productores internacionales con capacidad real de coproducir.

La priorización de estos mercados se sustenta en el **comportamiento histórico de la participación del sector colombiano**, evidenciado a través de los estímulos automáticos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, en donde se muestra una concentración recurrente de postulaciones y apoyos en estos espacios. El Plan no busca redirigir la participación del sector hacia nuevos escenarios, sino **optimizar, reforzar y potenciar** aquellos mercados en los que los creadores y productores colombianos ya participan activamente.

La participación institucional se orienta a acompañar, estructurar y maximizar esa participación, ampliando sus posibilidades de impacto mediante acciones de promoción, relacionamiento y seguimiento estratégico. La presencia reiterada en estos espacios responde a una estrategia consciente de continuidad y construcción de confianza, fundamental en las dinámicas de la industria audiovisual internacional.

Esta concentración estratégica se refuerza mediante **alianzas con instituciones latinoamericanas similares**, que permiten aumentar la visibilidad regional, desarrollar acciones conjuntas de promoción y generar espacios multilaterales de encuentro con agentes de cinematografías y economías de mayor escala. La articulación regional actúa así como un multiplicador del posicionamiento nacional, sin diluir la identidad propia de la cinematografía colombiana.

Complementariedad entre promoción institucional y estrategia de delegaciones

En el marco del Plan, toda participación institucional en mercados y eventos internacionales priorizados se concibe de manera articulada con una **estrategia de delegación**. Esta complementariedad fortalece la presencia país, y se traduce en oportunidades concretas para los profesionales y proyectos colombianos, y no únicamente en acciones de visibilidad institucional.

La estrategia de delegaciones actúa como el puente entre la promoción institucional y el sector audiovisual, permitiendo que los espacios de relacionamiento, exhibición y posicionamiento internacional tengan un impacto directo en los creadores y productores participantes. Asimismo, promueve que los aprendizajes derivados de estas participaciones puedan ser acompañados, documentados y transferidos al ecosistema.

Apuesta 2

Diferenciación por formatos, nichos y enfoque regional

El Plan adopta una estrategia de diferenciación que reconoce que existen varios cines colombianos que poseen ventajas comparativas claras en determinados formatos, géneros

y nichos cinematográficos, como el documental, la animación, el cortometraje, el cine de género y las narrativas con enfoque diferencial.

En este marco, se diseñan estrategias específicas de promoción y delegación según el formato, la etapa de producción, el género, el enfoque poblacional y territorial, así como el posicionamiento regional, con especial énfasis en América Latina como espacio natural de circulación, coproducción y fortalecimiento de redes profesionales.

La estrategia de delegaciones internacionales se concibe como una **estrategia curada**, definida a partir del comportamiento histórico de la participación del sector por mercado, las necesidades reales de los proyectos y el tipo de obra. Las delegaciones no son abiertas ni generalistas; son diseñadas de manera específica para cada evento y sus objetivos.

Como parte de esta apuesta, el Plan contempla el diseño de **estrategias de circulación regional**, orientadas a ampliar la visibilidad de obras colombianas y latinoamericanas en los propios territorios de la región. Estas acciones incluyen la exploración de semanas de cine latinoamericano, desarrolladas en articulación con plataformas regionales existentes que cuentan con capacidad instalada, vocación de mercado y acceso a públicos amplios, como el Festival Internacional de Cine en Guadalajara o Ventana Sur.

Estas estrategias buscan visibilizar tanto obras con recorrido internacional como aquellas que, por su naturaleza o contexto, no acceden a los grandes festivales, pero poseen un alto valor cultural y creativo.

Apuesta 3

Promoción entendida como proceso y transferencia de conocimiento

El Plan entiende la promoción internacional como un proceso continuo que combina preparación previa, acompañamiento durante los eventos y transferencia estructurada de conocimiento hacia el ecosistema audiovisual colombiano.

La participación en delegaciones internacionales implica una responsabilidad sectorial. Los beneficiarios deberán realizar, de manera obligatoria, acciones de transferencia de conocimiento, tales como seminarios abiertos, presentaciones breves de aprendizajes, cápsulas audiovisuales u otros formatos definidos por el Plan.

Esta lógica busca democratizar el acceso a información especializada, ampliar el impacto de las acciones más allá de los beneficiarios directos y fortalecer las capacidades estratégicas del sector audiovisual colombiano.

Apuesta 4

Acciones afirmativas como política estructural

El Plan incorpora enfoques diferenciales —territoriales, étnicos, de género y de acceso— como un criterio transversal en el diseño de sus acciones de promoción y delegación.

Estas acciones responden a brechas reales de acceso a los espacios internacionales y al interés creciente por narrativas diversas en el contexto global. El Plan reconoce que estas acciones no siempre generan resultados inmediatos, pero contribuyen de manera significativa a diversificar y fortalecer el ecosistema audiovisual colombiano a mediano y largo plazo.

4. Objetivos del Plan

Objetivo general

Posicionar la cinematografía colombiana en el ámbito internacional mediante estrategias integrales de promoción y delegación, selectivas, diferenciadas y sostenidas, alineadas con las capacidades reales del sector y los recursos disponibles.

Objetivos específicos

1. Facilitar el acceso cualificado de proyectos y profesionales colombianos a agentes clave de circulación, financiación y coproducción internacional.
2. Fortalecer redes profesionales sostenibles, con énfasis en proyectos, formatos y creadores con menor acceso estructural.
3. Fortalecer las capacidades estratégicas del ecosistema audiovisual colombiano mediante procesos de acompañamiento, preparación y transferencia de conocimiento.

5. Medición de Resultados

El Plan mide su efectividad a partir de **avances verificables** en el acceso, el posicionamiento y las capacidades estratégicas de los proyectos y profesionales acompañados. Estos avances —entendidos como *resultados de medio no de fin*— incluyen la ampliación de redes profesionales, la mayor claridad en las rutas de circulación, el inicio de procesos de coproducción o financiación y el fortalecimiento de capacidades replicables en el sector.

Estos resultados se conciben como **medios para la generación de impactos de mayor alcance** a mediano y largo plazo, y se documentan mediante seguimiento cualitativo, estudios de caso y espacios de socialización sectorial.

Acciones y acuerdos de gasto por evento priorizados

El Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026/27 se estructura como un conjunto de acciones diferenciadas, diseñadas en función del tipo, el momento y el objetivo estratégico de cada evento dentro del circuito audiovisual internacional. Si bien varios de los eventos priorizados cumplen roles similares como espacios de industria y toma de decisiones, cada uno responde a dinámicas, perfiles de agentes y oportunidades específicas. En consecuencia, la participación institucional en cada mercado no es igual; en cambio, se adapta a los objetivos particulares que se buscan en cada contexto, así como a las necesidades de los proyectos y profesionales que se acompañan.

En todas las participaciones institucionales, se integran, de manera articulada, estrategias de promoción, delegación y transferencia de conocimiento, cuyo alcance varía según el evento. Esta articulación responde a lo definido en las apuestas estratégicas del Plan, que son complementarias y permiten distintas profundidades de influencia sobre ese ecosistema nacional promocionado.

Apuesta Estratégica	Qué se hace	Cómo se implementa	Para qué (resultado de medio)	Componentes de gasto
1. Concentración en mercados de alta densidad de decisión	Participación institucional en mercados internacionales prioritarios	Presencia país articulada con delegaciones curadas, agendas de reuniones y acciones de promoción conjunta	Acceso cualificado a tomadores de decisión; inicio y fortalecimiento de procesos de coproducción y financiación; redes profesionales sostenidas	Stands y espacios de promoción, acreditaciones, boletas de viaje, logística y acompañamiento

Relación entre Participación Institucional en eventos y Estrategia de Delegación	Conversión de la presencia institucional en impacto sectorial	Toda participación institucional incorpora una estrategia de delegación (preparación, acompañamiento y seguimiento)	Transformar la visibilidad institucional en oportunidades concretas para proyectos y profesionales	Acompañamiento técnico, diseño de agendas, seguimiento post-evento
2. Diferenciación por formatos, nichos y enfoque regional (LatAm)	Acciones específicas por formato y nicho; fortalecimiento de circulación regional	Delegaciones temáticas; alianzas regionales; semanas de cine latinoamericano en plataformas con capacidad instalada	Mayor visibilidad por nichos; acceso a circuitos alternativos; fortalecimiento de redes regionales	Exhibición y eventos, comunicación, viajes y logística
3. Promoción como proceso y transferencia de conocimiento	Preparación previa y socialización de aprendizajes	Sesiones preparatorias; transferencia obligatoria (seminarios, presentaciones, cápsulas)	Fortalecimiento de capacidades estratégicas del ecosistema; mayor autonomía del sector	Producción de contenidos, eventos de transferencia, apoyo técnico
4. Acciones afirmativas como política estructural	Delegaciones con enfoque diferencial	Selección curada; acompañamiento integral; alianzas con instituciones internacionales afines	Reducción de brechas de acceso; diversificación de narrativas y circuitos	Bolses de viaje focalizadas, mentorías, logística

Acuerdos de gasto por evento

Previo a la presentación de cada uno, es importante resaltar que las diferencias en los acuerdos de gasto entre eventos no deben interpretarse como asimetrías injustificadas; son reflejo de su escala, alcance y función estratégica dentro del Plan. Comparar los costos de participación entre eventos no da cuenta del valor ni de los resultados esperados de cada acción.

En este sentido, los acuerdos de gasto se presentan en función de viabilizar las acciones del Plan, y no como fines en sí mismos. Su lectura debe realizarse en relación con los objetivos estratégicos, las modalidades de participación definidas y los resultados esperados, que son, como se explicó anteriormente, avances intermedios que fortalecen las condiciones de circulación, relacionamiento y toma de decisiones del ecosistema audiovisual nacional.

Dicho lo anterior, el Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026/27 se implementa a partir de dos rubros presupuestales diferenciados del FDC, que cumplen funciones complementarias dentro de una misma estrategia:

- 1. Plan de Promoción Internacional de Cine Colombiano, orientada a financiar la presencia institucional del país, los espacios de promoción, los instrumentos de visibilidad y las acciones de relacionamiento estratégico.
- 2. Estrategia de Delegación (antes Estímulos automáticos a la producción - Participación largometrajes en mercados cinematográficos), orientada a facilitar el acceso efectivo de los beneficiarios a dichos espacios, mediante el apoyo a gastos de viaje, alojamiento y acompañamiento especializado.

Ambos rubros se articulan para cada participación internacional, permitiendo que la presencia país se traduzca en oportunidades concretas para los profesionales y proyectos colombianos. La separación presupuestal garantiza trazabilidad y control del gasto, mientras que su articulación estratégica maximiza el impacto del Plan y garantiza su optimización.

A. Eventos con participación institucional y delegación

Evento / Acción Fecha	Función estratégica dentro del Plan	Modalidad de participación	Promoción Internacional	Estrategia de Delegación	Observaciones
Festival Internacional de Cine en Guadalajara 17-25 abril 2026	Plataforma estratégica latinoamericana. Industria y circulación regional. Espacio clave para coproducción LatAm	Delegación curada + acciones de visibilidad regional + acompañamiento técnico	\$ 7.865.000	\$ 28.560.000	Refuerza presencia regional y coproducción LatAm. Clave como espacio para productores con menor experiencia internacional
Marché du Film – Festival de Cannes 12-20 mayo 2026	Mercado global de coproducción y ventas. Alta concentración de tomadores de decisión para varios territorios a nivel mundial Mercado con alta presencia de acciones especializadas para documental (Cannes Docs) Mercado con alta participación de LatAm para diseño de acciones conjuntas	Presencia país (pabellón) + delegación curada + encuentros bilaterales + acompañamiento institucional + proyección de obras nacionales	\$ 274.730.150	\$ 52.080.000	Mayor escala y complejidad operativa. Optimización espacio pabellón Colombia para encuentros multilaterales y acciones de transferencia de conocimiento. Posibilidad de gestión de recursos adicionales con otras instituciones como ProColombia, MinTIC, y secretarías locales de cultura y desarrollo económico.

ImagineNATIVE 02-07 junio 2026 Toronto	Evento de nicho con enfoque diferencial indígena. Actividad de promoción de guía práctica para rodajes en territorios indígenas Showcase de obras audiovisuales indígenas colombianas	Delegación focalizada + acompañamiento técnico	\$ 18.974.500	\$ 0	Enfoque diferencial y acceso a circuitos especializados. Disponibilidad presupuestal adicional del PPI 2025
MIFA - Annecy 22-25 junio 2026	Mercado global enfocado en la animación para todos los formatos y géneros. Concentración de agentes tomadores de decisión para coproducción, circulación Espacios de formación especializados para creadores y productores	Presencia país (pabellón) + delegación curada + encuentros bilaterales + espacios de promoción + acompañamiento institucional	\$ 33.991.500	\$ 0	Articulación interinstitucional para la participación de país con entidades como COMFAMA, Embajada de Francia en Colombia y Secretaría de Cultura, Recreación y Deportes. Planeación Colombia, país invitado de honor 2027

Toronto International Film Festival – TIFF: the Market 10-16 septiembre 2026	Acceso estratégico al mercado norteamericano con tomadores de decisión para la circulación e inversión en obras cinematográficas Acceso privilegiado a iniciativas de promoción con enfoque regional LatAm Enfoque especializado en innovación para modelos de producción y circulación del audiovisual Acceso a programas de formación especializado para el desarrollo de propiedad intelectual	Presencia de país (pabellón) + Delegación curada + agenda institucional + actividad promocional y de transferencia de conocimiento + acompañamiento institucional	\$ 124.110.000	\$ 31.500.000	Enfoque en circulación y alianzas en Norteamérica. El lanzamiento oficial del mercado será en 2027, lo cual genera expectativa entre oferentes y demandantes. El Festival ha contado con un número muy importante de obras cinematográficas colombianas en selección que demuestran un interés por nuestras historias.
San Sebastián - Industria 19-24 septiembre 2026	Festival con enfoque iberoamericano que concentra tomadores de decisión españoles y grandes empresas productoras LatAm. Acceso a programa de delegación <i>Meet Them!</i> que permite el relacionamiento con productores de otros territorios a partir de agendas curadas.	Delegación curada por formato/etapa + Acompañamiento técnico	\$ 40.455.000	\$ 29.062.500	Participación clave para proyectos en desarrollo y producción en cuya estrategia esté Iberoamérica. Alianza estratégica con el Festival permite gestión de recursos de hospitalidad para delegación (alojamiento + acreditaciones)

Festival Internacional de Sitges - Sitges Industry 8-18 octubre 2026	Espacio de industria enfocado 100% en cine de género fantástico que permite realizar acciones de promoción de nicho. Plataforma estratégica que visibiliza a creadores y obras de este género y permite el relacionamiento efectivo con pares para el desarrollo y finalización de las mismas.	Delegación curada por nicho + Acompañamiento técnico	\$ 14.647.500	\$ 17.437.500	Participación que se respalda no solo por el comportamiento histórico de los estímulos, sino el tipo de obras que han sido beneficiarias del Fondo recientemente. Relación establecida con los organizadores permite el diseño de actividades de promoción de impacto.
IDFA - Forum + Docs For Sales 12-22 noviembre 2026	Espacio de industria enfocado 100% en documental y no ficción que permite realizar acciones de nicho. Plataforma que concentra a tomadores de decisión para coproducción y circulación de obras a nivel internacional. Espacio de promoción y transferencia de conocimiento ya posicionando para la cinematografía de país.	Delegación curada + encuentros bilaterales + espacio de promoción y transferencia de conocimiento	\$ 85.699.500	\$ 0	En este espacio ya se han realizado actividades de promoción efectivas que han demostrado gran interés de agentes externos en nuestra cinematografía. El Festival ha priorizado las historias contadas desde el Sur global para su promoción.
Ventana Sur Diciembre 2026	Plataforma regional de industria. Puente LatAm-Europa. Espacio para posicionamiento de nuestro ecosistema a nivel Latinoamérica Mercado con enfoque de coproducción y ventas para LatAm.	Presencia país (pabellón) + delegación curada + acciones regionales + espacio de promoción y transferencia de conocimiento.	\$ 60.304.500	\$ 21.360.000	Articulación con estrategias latinoamericanas y diseño de actividades con entidades similares. Articulación interinstitucional con entidades como ProColombia, Secretarías locales.

	Encuentros de industria con selecciones recurrentes para proyectos y talentos colombianos				Clave como espacio para productores con menor experiencia internacional
Festival de Cortos de Clermont Ferrand Febrero 2027	Mercado especializado para el formato corto que permite concentración de agentes de circulación especializados. Lanzamiento internacional del catálogo de cortometrajes REFRESH. Relacionamiento enfocado en jóvenes creadores de distintas nacionalidades y acercamiento a dinámicas de mercado internacional	Presencia país (pabellón) + delegación curada + acciones de visibilidad regional + acciones de promoción y proyección de obras nacionales	\$ 96.162.000	\$ 0	Creación de relaciones entre creadores jóvenes para el fomento de coproducciones internacionales Iniciación en las dinámicas de mercado internacional. Clave como espacio para productores como menos experiencia internacional
Festival Internacional de Cine de Berlín - European Film Market Febrero 2027	Mercado global de coproducción y ventas. Alta concentración de tomadores de decisión para varios territorios a nivel mundial Acciones de industria con enfoque diferencial poblacional Espacio de ejecución de actividades con enfoque regional como el <i>Latin American Corner</i>	Presencia país (pabellón) + delegación curada + acciones de promoción y transferencia de conocimiento + acciones de fomento con enfoque diferencial	\$ 150.427.500	\$ 0	Espacio clave para el relacionamiento con agentes de venta y distribuidores en busca del cierre de su catálogo anual. Acciones ya posicionadas de promoción regional como charlas, eventos, entre otros. Posibilidad de integrar delegaciones mixtas a nivel de experiencia y orígenes.

Marché du Film – Festival de Cannes Mayo 2027	Reserva 20% costo pabellón país	N/A	\$23.017.500	\$0	N/A
--	---------------------------------	-----	--------------	-----	-----

Además de la participación institucional en eventos internacionales, el Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026 contempla acciones estratégicas complementarias que no se articulan en torno a un evento específico, pero que resultan fundamentales para fortalecer la circulación, el posicionamiento y el acceso de las obras y profesionales colombianos. Estas acciones se presentan a continuación como acuerdos de gasto diferenciados, atendiendo a su naturaleza y objetivos específicos.

B. Misión de Compradores

Acción	Descripción	Alcance	Componentes del acuerdo de gasto	Valor acuerdo de gasto FDC
Misión de compradores internacionales	Invitación a agentes de venta y programadores de festivales internacionales para participar en proyecciones de mercado y encuentros profesionales con películas colombianas, con el fin de propiciar estrenos, ventas y circulación internacional.	Agentes de venta y programadores internacionales; productores y creadores colombianos.	Tiquetes internacionales, alojamiento, gastos de viaje, logística de proyecciones, encuentros profesionales.	\$185.940.000

C. Catálogo de cortometrajes REFRESH

Acción	Descripción	Función estratégica	Componentes del acuerdo de gasto	Valor acuerdo de gasto FDC
REFRESH – Catálogo de cortometrajes colombianos	Desarrollo y actualización de un catálogo internacional de cortometrajes colombianos orientado a su promoción, circulación y visibilización en festivales, mercados y espacios especializados.	Fortalecer la circulación internacional del cortometraje colombiano y facilitar su acceso a programadores y agentes internacionales.	Curaduría, diseño editorial y digital, producción de materiales, difusión internacional, acompañamiento a los proyectos.	\$59.775.000

D. Otros gastos relacionados con la actividad

Acción	Descripción	Función dentro del Plan	Componentes del acuerdo de gasto	Valor acuerdo de gasto FDC
Otros gastos operativos del Plan	Gastos asociados a la operación, coordinación y ejecución del Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026.	Viablez técnica y operativamente las acciones de promoción, delegación y circulación.	Producción de materiales, apoyo logístico, servicios técnicos, comunicaciones y gestión operativa.	\$224.100.350

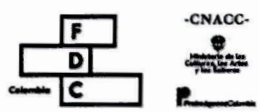
Resumen Plan Integral de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2026–2027

Evento / Acción	Acción principal	Plan de Promoción	Delegación
Festival Internacional de Cine en Guadalajara (2026)	Acompañamiento Institucional Delegación Curada Actividad de Promoción y Transferencia de Conocimiento	\$7.665.000	\$28.560.000
Marché du Film – Festival de Cannes (2026)	Pabellón país Acompañamiento Institucional Encuentros bilaterales Delegación Curada Actividad Foco Documental Actividad con foco regional LatAm	\$274.730.150	\$52.080.000
imagineNATIVE (2026)	Delegación con enfoque diferencial indígena	\$18.974.500	\$0
MIFA – Annecy (2026)	Pabellón país Acompañamiento institucional Delegación de Mercado	\$33.991.500	\$0
Toronto International Film Festival – TIFF Industry (2026)	Pabellón país Acompañamiento institucional Delegación Curada Actividad con foco regional LatAm	\$124.110.000	\$31.500.000
Festival Internacional de Cine de San Sebastián – Industria (2026)	Acompañamiento Institucional Delegación curada x programa Meet Them!	\$40.455.000	\$29.062.500
Sitges Industry (2026)	Acompañamiento Institucional Delegación Curada Actividad de Promoción y Transferencia de Conocimiento	\$14.647.500	\$17.437.500
IDFA – Forum & Docs for Sale (2026)	Acompañamiento Institucional Delegación Curada Actividad de Promoción y Transferencia de Conocimiento	\$85.699.500	\$0
Ventana Sur (2026)	Pabellón país Acompañamiento institucional Delegación Curada Actividad con foco regional LatAm	\$60.304.500	\$21.360.000
Clermont-Ferrand Short Film Market (2027)	Pabellón país Acompañamiento institucional Delegación Curada Proyección Catálogo Refresh	\$96.162.000	\$0
European Film Market – Berlinale (2027)	Pabellón país Acompañamiento Institucional Encuentros bilaterales Delegación Curada Actividad con foco regional LatAm	\$150.427.500	\$0
Marché du Film – Festival de Cannes (2027)	Reserva parcial de pabellón país (20%)	\$23.017.500	\$0
Misión de compradores Internacionales	Gastos de Hospitalidad para Agentes Internacional de Circulación	\$185.940.000	—
REFRESH – Catálogo de cortometrajes	Honorarios Evaluadores Fee Postulación x Festivales Soporte técnico plataforma	\$59.775.000	—
Otros gastos operativos del Plan	Operación, logística y soporte técnico del Plan	\$224.100.350	—
TOTAL		\$1.400.000.000	\$180.000.000

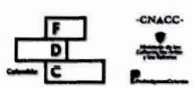
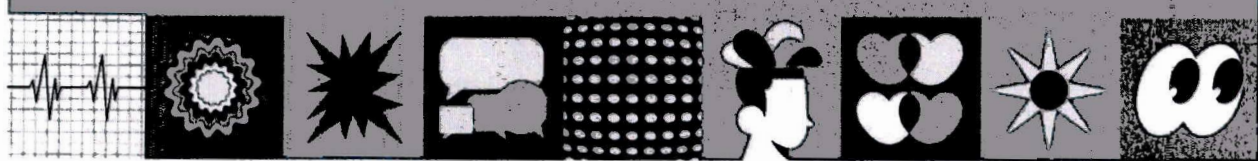
Estrategia Comunicaciones 2026



Propuesta inicial sujeta a modificaciones y recomendaciones por parte del CNACC.



Generalidades



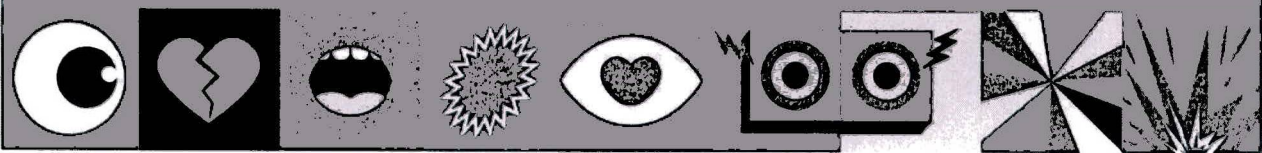
Estrategia de comunicaciones 2026

Para la generación de la estrategia de comunicaciones 2026, se han realizado acciones conjuntas con algunos de los miembros del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, permitiendo tener en cuenta sus intereses y recomendaciones para impulsar y posicionar a este organismo ante el sector audiovisual y los diferentes grupos de interés.

Asimismo, para su desarrollo, se tuvieron en cuenta tres ejes: CNACC, FDC y promoción del cine colombiano, iniciando con un diagnóstico desde cada uno de estos, la identificación de problemas que llevaron al planteamiento general y las tácticas/acciones que dan cumplimiento a la misma, terminando en un cronograma de ejecución con proyección a un año, sobre el cual se hará seguimiento constante que permita dar cuenta de su cumplimiento y el establecimiento de acciones de mejora según sea el caso.



Marco teórico

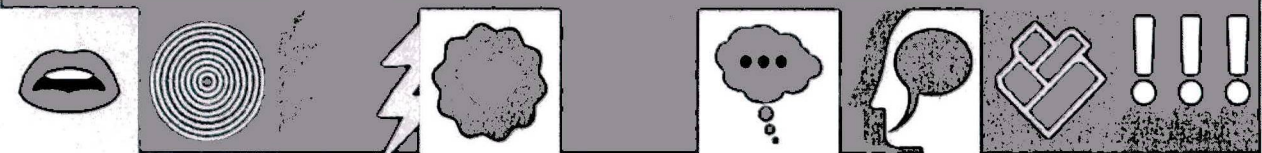


- Los jóvenes son el grupo de edad que asiste con más frecuencia a cine, siendo esta una opción de las principales opciones de entretenimiento.
- La decisión de ir al cine está atravesada por múltiples factores —logísticos, tecnológicos, económicos y simbólicos— que influyen tanto en la elección de asistir como en la percepción general de satisfacción.
- En Colombia anualmente se producen más de 70 películas. En 2023 se estrenaron 72 películas colombianas, 15 más que en 2022. De estos largometrajes, 28 fueron documentales, 27 dramas, 8 comedias, 6 de suspenso, 2 de terror y 1 de animación.
- Se debe lograr que los colombianos tengan más conocimiento sobre la cinematografía nacional como un medio activo, que involucra muchas personas, y que constantemente está proponiendo alternativas al público.
- La publicidad debe hacer atractivas las películas. Sea esto a través de post en redes sociales, mayor difusión del tráiler, gira de actores o afiches en paraderos, entre otros posibles.

Información tomada del Estudio de públicos de cine y de cine colombiano
Empresa: Isegoría SAS
2025



Diagnóstico





En relación con el CNACC

- Micrositio desactualizado (Administración externa al FDC).
- Poca generación de contenido pedagógico sobre el CNACC y su misionalidad a través de diferentes canales.
- Posicionamiento bajo, tomando como referente otras iniciativas del sector.
- Envío de comunicaciones a través de mailing 'Somos FDC' y boletín de Pantalla Colombia.
- Canales de comunicación directa de consejeros con subsectores, sin embargo, no hay un canal global del CNACC con todo el sector audiovisual para difundir sus iniciativas.



En relación con el FDC

- Campaña gráfica enfocada en generar mayores niveles de conexión con las diferentes audiencias.
- Estudio de públicos con información clave que se está incorporando a las comunicaciones.
- Generación de contenidos estáticos alta en relación con otros contenidos como videos y animaciones que logren conectar con los grupos de interés.
- Fortalecimiento para acercamiento con algunas audiencias del sector que hacen parte de algunas minorías.
- Alta generación de contenido de valor, pero que necesita cada vez más narrativas diversas.
- Poca generación de contenidos a través de influenciadores/embajadores que logren conectar con los grupos de interés por falta de recursos.
- Uso de canales de comunicación unidireccionales como mailing 'Somos FDC y boletines.



En relación con la promoción del cine colombiano

- Alcance limitado para algunas activaciones y campañas por temas de presupuesto.
- Participación en eventos y espacios del sector audiovisual.
- Se han generado alianzas potentes y todavía hay diferentes actores por explorar.
- Baja generación de contenido de video para redes sociales por falta de talento humano in house.
- Pocos cubrimientos desde el rodaje de las películas o iniciativas que promuevan la promoción de las mismas desde otros lenguajes y/o narrativas.
- Activaciones y presencia en algunos eventos y espacios de diversa naturaleza con acciones de promoción, dinámicas y distribución de material POP.
- Poca generación de contenido a través de influenciadores/embajadores diferentes al sector audiovisual.



Identificación de necesidades



En relación con el CNACC

Fortalecimiento del posicionamiento del CNACC ante el sector audiovisual.

En relación con el FDC

Exploración de contenidos en diversos formatos y difusión de estos.

En relación con la promoción del cine colombiano

Generación de nuevas alianzas que promuevan la participación en diferentes espacios y eventos en todo el país.



Estrategia

Difundir de manera efectiva las diferentes iniciativas realizadas desde el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, alineadas a la gestión del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía, su posicionamiento hacia el sector audiovisual y la promoción del cine colombiano en general con acciones puntuales ante los diferentes grupos de interés.





Ejes estratégicos y grupos de interés

1. CNACC	2. FDC	3. Promoción del cine colombiano
Miembros del sector audiovisual en general y subsectores.	Miembros del sector audiovisual y público general de acuerdo a iniciativas y campañas.	Público general y grupos de interés según iniciativas y campañas.



Tácticas / Acciones estratégicas



1. CNACC

- Actualización del micrositio o generación de landing page dinámica, atractiva visualmente y de fácil navegación. (Gestión a través de Min Culturas) o renovación de la página web de la convocatoria FDC con renovación del sitio y desarrollo de un nuevo módulo propio sobre CNACC. **Propuesta presupuesto adicional.*
- Campaña con proyección a largo plazo con generación de contenidos tipo ABC o dummies que den cuenta de la misionalidad del CNACC y la gestión que se realiza desde este organismo para lograr posicionamiento en el sector.
- Cubrimiento de eventos y difusión de material gráfico, fotográfico y/o audiovisual de estos, después de realizados.
- Generación de comunicados de prensa, información de balance para el sector y acciones de free press de acuerdo al despliegue de las iniciativas desarrolladas por el CNACC.
- Generación de un canal de WhatsApp para difundir información directa al sector (Incluido en el presupuesto actual) o creación y administración de redes sociales propias **Propuesta presupuesto adicional.*



1. CNACC

- Generación de contenido de valor como videos bajo diferentes narrativas y formatos atractivos de acuerdo a los intereses de los miembros del sector audiovisual.
- Divulgación en prensa de perfiles que retratan el lado humano del sector cinematográfico colombiano: miembros del CNACC; representantes del sector técnico, de productores; explorando su vínculo emocional y personal con el cine. Enfoque en medios regionales y nacionales y la relación de los representantes del CNACC con sus territorios, enfoque en medios de cultura y especializados (Diners, RTVC, Gente que hace cine, etc, entrevistas con influenciadores de cine que acerquen la función del Consejo a nuevas audiencias).



2. FDC

- Generación de informes trimestrales con información de gestión realizada desde convocatorias, formación y otras iniciativas lideradas por el FDC para difundir ante el sector audiovisual.
- Generación de contenidos dinámicos en formato video y animaciones sencillas más allá de piezas estáticas, de acuerdo a campañas que se establezcan. **Propuesta presupuesto adicional.*
- Dinámicas en redes sociales como cajas de respuestas y encuestas en Instagram, que permitan generar acciones de comunicación de doble vía que permitan la recolección de datos que serán tenidos en cuenta para la generación de otros contenidos y nuevas iniciativas de acuerdo a los intereses del sector audiovisual que a su vez permitan mantener un vínculo más directo con estos.
- Gestión con influenciadores/embajadores reconocidos en el sector audiovisual, para la creación de contenidos alineados a sus intereses, logrando nuevos formatos de acuerdo a las campañas que se establezcan, donde la información resulte atractiva y dinámica para estos. **Propuesta presupuesto adicional.*



2. FDC

- Acciones de prensa enfocadas en datos y cifras: ¿Cómo ha evolucionado el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico hacia 2026? Un recorrido por las principales transformaciones del FDC en los últimos dos años, los hitos de 2025. Gestión de alianzas digitales con podcast como El podcast con Alejandro Marín, A fondo con María Jimena Duzán, Dianauribe.fm, Conversaciones pendientes con Juan David Correa e influenciadores como Manuela Pérez, El Millennial Times para aumentar alcance para la difusión de contenidos. Divulgación de casos de éxito de películas y productoras del FDC en medios como Forbes, La República, Valora Analitik.
- Acercamientos a través de levantamiento de bases de datos para establecer conversaciones con minorías que permitan activar participación en las diferentes iniciativas del FDC a través de emisoras y medios comunitarios.
- Campaña a largo plazo con piezas que contengan información desglosada de investigaciones apoyadas por el FDC, como infografías, cartillas, etc., para redes sociales y otros canales que den a conocer data estratégica de interés para el sector audiovisual con llamados a la acción a la sección de la web de Proimágenes donde se encuentra alojada tal información.
- Fortalecimiento en redes sociales para aumentar alcance con nuevas audiencias. **Propuesta presupuesto adicional.*



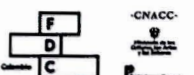
3. Promoción del cine colombiano



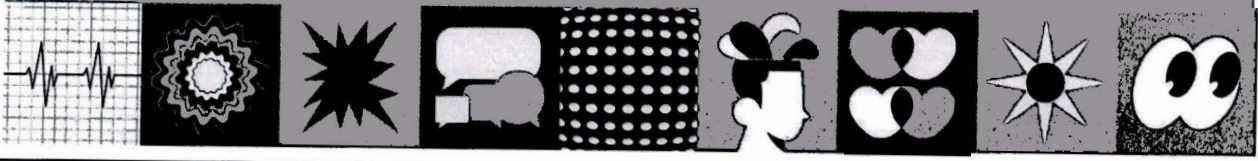
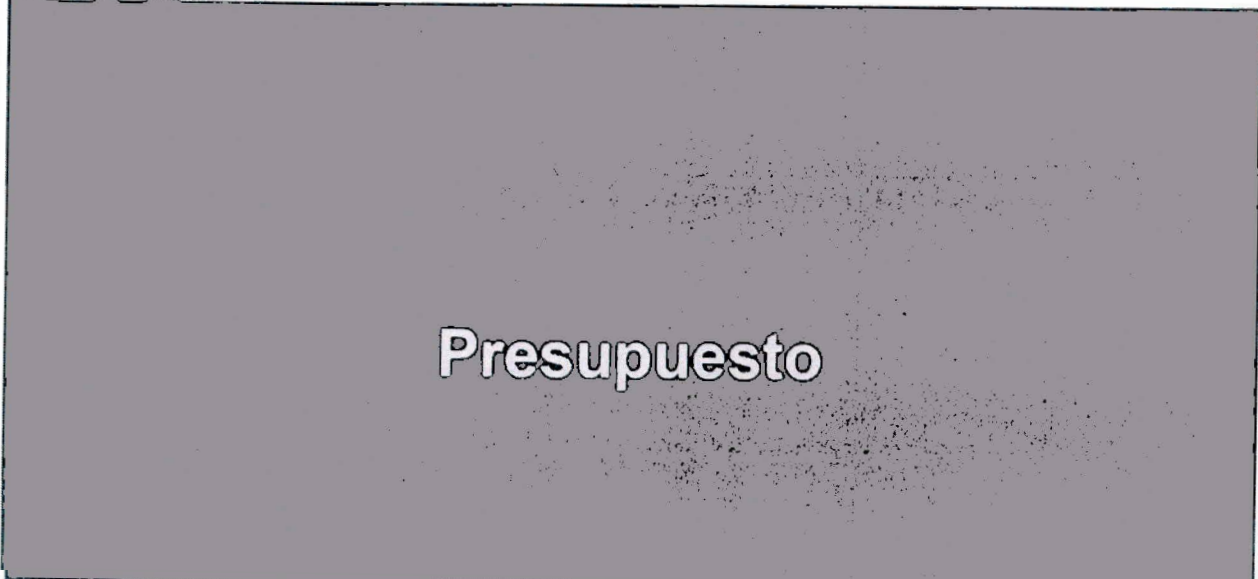
- Gestión de alianzas con entidades de diversa índole (Públicas, privadas, educativas, entes territoriales, etc.) diferentes a las del sector audiovisual, del orden distrital, regional y nacional para tener presencia en activaciones, espacios y eventos.
 - Instructivo para grabación de contenidos en el marco de rodaje de películas que permitan apoyar la promoción de las mismas, desde la generación de video que muestren otras experiencias en el set.
 - Campaña a largo plazo con proyección de pauta de acuerdo a acciones establecidas para posicionar la promoción del cine colombiano en redes sociales.
 - Generación de contenido a través de la identificación de influenciadores/embajadores alineados a los resultados del Estudio de Públicos, con contenidos enfocados en experiencias que conecten con jóvenes entre 15 y 25 años y adultos jóvenes entre 25 y 35 años, quienes son los grupos que más asisten a salas de cine. Además se deben generar otros contenidos a través de canales alternos, para adultos de más de 35 años y mayores, siendo estos el grupo objetivo que registra menor frecuencia de asistencia a las salas.
- *Propuesta presupuesto adicional.*



3. Promoción del cine colombiano



- Acciones de free press y alianzas digitales con medios con medios de comunicación, canales digitales y otros que propendan por impulsar la promoción del cine colombiano, canales regionales como Teleantioquia, TeleCaribe, Telepacífico y RTVC.
- Difusión de contenido que de cuenta de la relación del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico con el **BAM** y el área de Promoción Internacional: El cine colombiano apuesta por la internacionalización y la proyección de sus historias en el escenario global, a través del vínculo estratégico entre el FDC y el Bogotá Audiovisual Market (BAM): Fortalecimiento de la relación entre el FDC y el área de Promoción Internacional en medios como Infobae, Sensacine, Produ, Radio Ambulante, entre otros.
- Fortalecimiento con medios masivos de televisión como Caracol Noticias, RCN, Citytv.
- Divulgación del FDC y el BAM en Podium Podcast del Grupo Prisa, caso de éxito del cine colombiano. (LACOpromotora, productora audiovisual de PRISA Media).



Proyección 2026

Actividad	Valor Actividad
1. EQUIPO	\$276.607.000
ASESOR DE COMUNICACIONES	\$104.940.000
COORDINADOR DE PRENSA Y CONTENIDOS DIGITALES	\$76.797.000
APOYO PRODUCCIÓN	\$42.400.000
DISEÑADOR	\$52.470.000
2. CAMPAÑA	\$40.000.000
3. PAUTA DIGITAL	\$25.000.000
4. LANZAMIENTO CONVOCATORIA	\$25.000.000
5. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	\$80.000.000
6. CONTENIDOS PAGOS EN REGIONES	\$30.000.000
7. ITINERANCIA EXPOSICIÓN	\$100.000.000
8. ACTIVACIONES Y PRESENCIA EN EVENTOS	\$80.000.000
TOTAL PROMOCIÓN NACIONAL	\$656.607.000



Valor total
\$656.607.000

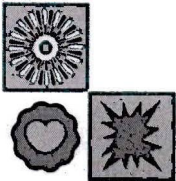


Propuesta

Actividad	Valor
Contratación realizador audiovisual in house 11 meses por \$4.000.000 mensuales.	\$48.000.000
Fortalecimiento componente digital.	\$16.000.000
Campaña con embajadores y/o micro influenciadores.	\$50.000.000
Actualización página web convocatoria FDC.	\$59.500.000
Administración redes sociales propias para CNACC (Proyección a 11 meses).	\$130.900.000
Total adicional	\$304.400.000



Valor adicional
para estrategia
\$304.400.000



Justificación

- **Contratación realizador audiovisual in house:** Aumentar presencia y generción de contenidos en formato video (*reels y animaciones básicas con textos, teniendo en cuenta que actualmente la mayoría de publicaciones se hacen con piezas gráficas estáticas por no contar con este perfil*) para cubrimiento de eventos, y otras iniciativas lideradas desde el CNACC y el FDC que impulsan la promoción del cine colombiano.
- **Fortalecimiento componente digital:** Nuevas acciones digitales para ampliar el alcance a otras audiencias.
- **Campaña con embajadores y/o micro influenciadores:** Aumentar alcance en redes sociales a través de la generación de contenidos por parte de estos, que permitan llegar a nuevos públicos y crear nuevas comunidades digitales.



Justificación

- **Actualización página web FDC:** Reestructuración de la página web del FDC para incluir un nuevo módulo donde se relacione toda la información actualizada sobre el CNACC, atractiva visualmente y de fácil navegación.
- **Administración redes sociales propias para CNACC:** Propuesta a consideración para creación de redes sociales del CNACC y administración de las mismas por un periodo de 11 meses.



Cronograma de ejecución

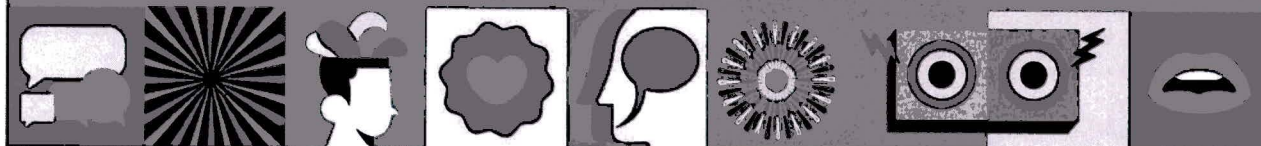


12 meses

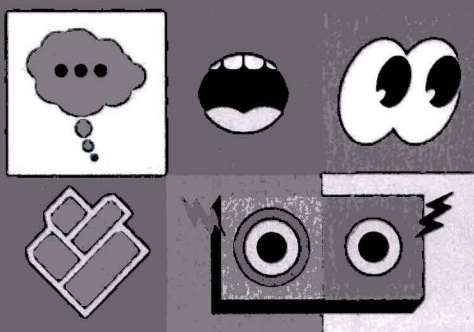
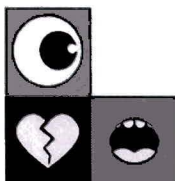
Las acciones estratégicas / tácticas están proyectadas con tiempo de ejecución a un año.



Observaciones



- Los ítems que tienen la nota aclaratoria **Propuesta de presupuesto adicional*, son los que se relacionan en la segunda diapositiva de presupuesto con el nombre *'Propuesta'*.
- Desde el equipo de comunicaciones del FDC se propone generar un canal de WhastApp para difundir información directamente al sector sin ningún recurso adicional al presupuesto apropiado actualmente. Si se decide crear redes sociales propias, su administración representaría una inversión de \$130.900.000.
- La propuesta de incluir un nuevo módulo propio para el CNACC en la página de la Convocatoria FDC y una renovación de la misma que sea más atractiva visualmente y de fácil navegación requiere una inversión de \$59.500.000.
- Actualmente el equipo de comunicaciones del FDC, está compuesto por un asesor de comunicaciones que lidera y se encarga de la ejecución y cumplimiento de la estrategia de comunicaciones y la generación de diversas campañas para su cumplimiento, además de responder por las solicitudes internas realizadas desde el equipo del FDC; un comunicador encargado de prensa, acciones de free press, transmisiones en vivo, elaboración de comunicados y otros apoyos digitales; un apoyo a producción encargado de la logística y el apoyo en diversos procesos operativos para la participación en eventos; y un diseñador gráfico que realiza todas las piezas que son difundidas en redes sociales. Se requiere contar con un realizador audiovisual in house que se encargue de cubrir más eventos y genere mayor número de contenidos de video que representen la ampliación del alcance ante nuevos públicos.



ESA HISTORIA QUE ESTÁ
A PUNTO DE SER CONTADA

EL MUNDO LA NECESITA



CNACC



F. ...

ACUERDO NÚMERO 257

El Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía

En uso de las facultades conferidas por el artículo 12 de la Ley 814 de 2003 y del numeral tercero del artículo 2.2.1.37 del Decreto 1080 de 2015.

CONSIDERANDO

Que en los términos del párrafo del artículo 2.2.1.48 del Decreto 1080 de 2015, las decisiones de asignación de recursos u ordenación de gastos adoptadas por el CNACC, en su calidad de órgano directivo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, deben constar en Acuerdos.

Que durante su sesión número 271, el CNACC tomó decisiones sobre: la convocatoria de estímulos automáticos del FDC 2026; proyectos específicos considerados bajo los lineamientos de asignación directa compilados en la sesión número 241; la realización de proyectos y acciones de fomento contemplados en el plan de acción 2026 para su ejecución a través del administrador del FDC; y ajustes presupuestales derivados de la ejecución del plan de promoción internacional 2025-2026; todo, conforme a las consideraciones y particularidades consignadas en el acta correspondiente.

ACUERDA

PRIMERO. Modificar la convocatoria de estímulos automáticos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico para el año 2026, en la modalidad de promoción de largometrajes, conforme a lo consignado en el punto 4 del orden del día de la sesión número 271 y la propuesta aprobada por mayoría del Consejo.

El ajuste en la convocatoria, publicada en el sitio web www.convocatoriafdc.com, al igual que su divulgación entre los interesados, se realizará por Proimágenes Colombia, como entidad administradora del FDC.

SEGUNDO. Aprobar, en desarrollo del esquema de asignación directa de recursos del FDC derivado del artículo 12 de la Ley 814 de 2003, el otorgamiento de un estímulo no reembolsable a favor del proyecto 'Programa Fortalecimiento del Patrimonio Audiovisual Colombiano' para el año 2026, a realizarse por la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, conforme a lo consignado en el punto 5.1 del orden del día de la sesión número 271, por la suma de \$700.000.000, con cargo al siguiente rubro:

- Preservación del patrimonio fílmico colombiano / Programa de fortalecimiento del patrimonio audiovisual colombiano.

Queda autorizada la entrega del estímulo a través de Proimágenes Colombia, entidad que queda facultada para celebrar el respectivo contrato con cargo al FDC, por el valor antes expresado, bajo su manual, políticas y clausulados contractuales.

TERCERO. Aprobar, en desarrollo del esquema de asignación directa de recursos del FDC derivado del artículo 12 de la Ley 814 de 2003, la asignación de la suma de \$350.000.000, con cargo al rubro detallado a continuación, a favor de la realización del proyecto 'Bogotá Audiovisual Market' para el año 2026, conforme a lo consignado en el punto 5.2 del orden del día de la sesión número 271:

- Mejoramiento en la calidad de los proyectos - Encuentros para coproducción y otros eventos

Este valor se ejecutará directamente por Proimágenes Colombia, como entidad administradora, la cual celebrará los respectivos contratos bajo el derecho privado y conforme a su manual y políticas. La entidad queda autorizada para celebrar aquellos contratos cuyo valor sea superior a 150 SMLMV, hasta por la suma indicada en el inciso anterior.

CUARTO. Aprobar, en desarrollo del esquema de asignación directa de recursos del FDC derivado del artículo 12 de la Ley 814 de 2003, el otorgamiento de un estímulo no reembolsable a favor del proyecto 'Premios Macondo' para el año 2026, a realizarse por la Academia Colombiana de Artes y Ciencias Cinematográficas, conforme a lo consignado en el punto 5.3 del orden del día de la sesión número 271, por la suma de \$250.000.000, con cargo al siguiente rubro:

- Promoción del cine colombiano - Promoción Nacional

Queda autorizada la entrega del estímulo a través de Proimágenes Colombia, entidad que queda facultada para celebrar el respectivo contrato con cargo al FDC, por el valor antes expresado, bajo su manual, políticas y clausulados contractuales.

QUINTO. Aprobar la realización, por intermedio de Proimágenes Colombia, del Plan de Promoción Internacional del Cine Colombiano correspondiente al periodo 2026-2027, conforme a lo consignado en el punto 6 del orden del día de la sesión número 271, y destinar, para el desarrollo del mismo, la suma de \$1.580.000.000, con cargo a los siguientes rubros:

- Promoción del cine colombiano - Promoción Internacional \$1.400.000.000
- Participación en eventos -Participación largometrajes en mercados cinematográficos (delegación) \$180.000.000

Este valor se ejecutará directamente por Proimágenes Colombia, como entidad administradora, la cual celebrará los respectivos contratos bajo el derecho privado y conforme a su manual y políticas. La entidad queda autorizada para celebrar aquellos contratos cuyo valor sea superior a 150 SMLMV, hasta por la suma indicada en el inciso anterior.

SEXTO. Adicionar \$26.607.000 para la ejecución de la estrategia de comunicaciones FDC 2026 conforme a lo consignado en el punto 7 provenientes de excedentes de la vigencia anterior al siguiente rubro:

- Promoción del cine colombiano - promoción nacional

SÉPTIMO. Aprobar la realización, por intermedio de Proimágenes Colombia, de la estrategia de comunicaciones FDC 2026, conforme a lo consignado en el punto 7 del orden del día de la sesión número 271, y destinar, para el desarrollo de la misma, la suma de \$656.607.000, con cargo al siguiente rubro:

- Promoción del cine colombiano - Promoción Nacional

Este valor se ejecutará directamente por Proimágenes Colombia, como entidad administradora, la cual celebrará los respectivos contratos bajo el derecho privado y conforme a su manual y políticas. La entidad queda autorizada para celebrar aquellos contratos cuyo valor sea superior a 150 SMLMV, hasta por la suma indicada en el inciso anterior.

OCTAVO. Aprobar la realización, por intermedio de Proimágenes Colombia, de los programas de acompañamiento para los beneficiarios de la convocatoria FDC 2025,

conforme a lo consignado en el punto 8 del orden del día de la sesión número 271, y destinar, para el desarrollo de los mismos, la suma de \$322.500.000, con cargo a los siguientes rubros:

- Mejoramiento en la calidad de los proyectos- apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2025 \$300.000.000
- Mejoramiento en la calidad de los proyectos- tutoría de escritura de guiones ganadores del FDC 2025 \$8.500.000
- Mejoramiento en la calidad de los proyectos- apoyo al desarrollo y estructura de proyectos FDC 2024 \$14.000.000

Este valor se ejecutará directamente por Proimágenes Colombia, como entidad administradora, la cual celebrará los respectivos contratos bajo el derecho privado y conforme a su manual y políticas. La entidad queda autorizada para celebrar aquellos contratos cuyo valor sea superior a 150 SMLMV, hasta por la suma indicada en el inciso anterior.

NOVENO. Autorizar los siguientes ajustes presupuestales derivados de la ejecución del Plan de Promoción Internacional del Cine Colombiano 2025-2026 y encuentros internacionales, conforme a lo consignado en el punto correspondiente de proposiciones y varios de la sesión número 271:

- A. El traslado de \$4.500.000 provenientes de recursos no ejecutados del presupuesto FDC 2025, del rubro de promoción del cine colombiano, subrubro promoción internacional, al rubro de mejoramiento en la calidad de los proyectos, subrubro encuentros para coproducción y otros eventos, para cubrir el ajuste en el valor de la participación en el encuentro internacional Cannes Docs.
- B. El traslado al presupuesto FDC 2026 de los recursos no ejecutados y comprometidos del plan de promoción internacional 2025 y encuentros internacionales, en los mismos rubros presupuestales según lo consignado punto 10.1.

Dado en la ciudad de Bogotá D.C., a los quince días del mes de enero de 2026.

Publíquese y cúmplase,



DIANA MARCELA DÍAZ SOTO
Presidente



CLAUDIA TRIANA SOTO
Secretaría Técnica