

Encuesta al sector animación de la Ciudad de Buenos Aires / 2011

Primeros resultados

Ministerio de Desarrollo Económico



Buenos Aires Ciudad

Haciendo
buenos aires

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Jefe de Gobierno

Ing. Mauricio Macri

Jefe de Gabinete

Lic. Horacio Rodríguez Larreta

Ministro de Desarrollo Económico

Ing. Francisco Cabrera

Director General de Industrias Creativas

Lic. Enrique Avogadro

Introducción

El presente informe es producto de una encuesta realizada por Opción Audiovisual y el Observatorio de Industrias Creativas, ambos dependientes de la Dirección General de Industrias Creativas del Ministerio de Desarrollo Económico del GCBA, al sector animación de esta Ciudad de Buenos Aires (CABA), la que contó con el respaldo de Unión Industrial Argentina de Productoras de Animación y Artes Audiovisuales (UIPAA). Con un universo estimado de 50 empresas que tienen a la producción de animación como actividad principal en esta Ciudad, respondieron a la misma más de la mitad de ese universo, lo que significa que los resultados obtenidos son confiables. El instrumento para la realización de las encuestas fue una adaptación para la ocasión del que utilizara el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM-GCBA) en un estudio de 2010 sobre desarrolladores de videojuegos en la Ciudad de Buenos Aires¹.

El presente informe, que está orientado fundamentalmente a caracterizar a las empresas del sector animación, incluye 3 dimensiones de análisis:

- 1) Características de las empresas, que se analizan a través de indicadores de antigüedad, grado de formalidad alcanzado, tipos de actividades y de proyectos realizados y principales técnicas utilizadas.
- 2) Dinámica del sector, a través del análisis de su evolución reciente a nivel de empresas, facturación y empleo, así como el grado de internacionalización de las empresas y sus productos.
- 3) Una tercera dimensión del análisis es de orden más cualitativo y refiere al grado de conformación del sector como tal, a través de indicadores de asociatividad y conocimiento de los organismos e instituciones públicas que desarrollan políticas de fomento, así como la percepción del propio sector respecto a los principales obstáculos.

¹ Pablo Perelman y Paulina Seivach, "La importancia económica del sector de videojuegos. Situación actual y potencialidades en argentina, CEDEM", en *Coyuntura económica de la Ciudad de Buenos Aires*, disponible en http://www.cedem.gov.ar/areas/des_economico/cedem/pdf/coyunt/19/19_17_videojuegos.pdf.

Los resultados obtenidos en este trabajo, del que presentamos los primeros resultados, confirman que se trata de un sector muy joven y dinámico: el 80% son empresas de menos de 8 años y 4 de cada 10 tienen menos de 3 años. A pesar de esta juventud, se observa un incipiente grado de formalidad, ya que el 68% de las encuestadas son sociedades constituidas como tales (anónimas, de responsabilidad limitada o de hecho). Casi la mitad (46%) de las empresas que respondieron la encuesta participan de las cámaras que las asocian, lo que es un dato alentador en cuanto a la conformación como sector: teniendo en cuenta su incipiente constitución empresarial, dicho porcentaje es relevante.

Se destaca que la gran mayoría de empresas entrevistadas son de capital nacional. Muestran una incipiente internacionalización, medida por la cantidad de empresas con sucursales en el exterior; en tanto que la casi totalidad de las que respondieron la encuesta tienen clientes en otros mercados, lo que marca un importante potencial exportador para el sector. Los principales destinos externos son, por orden de importancia, Latinoamérica, Europa y Estados Unidos y Canadá.

Sus trabajos se orientan especialmente a la publicidad (8 de cada 10 la tienen como el principal tipo de proyectos realizados), seguido por proyectos para series y cortometrajes. Las principales técnicas que usa el sector son VFX, 3D y 3D Digital, de última generación.

Finalmente, la mayoría de las empresas encuestadas muestran expectativas positivas para el presente año, tanto en el nivel de facturación estimado como en incorporación de nuevos puestos de trabajo.

1. Caracterización de las empresas

Este primer informe está orientado a ofrecer una descripción de las principales características de las empresas y del sector. Vamos a caracterizar las empresas a partir de distintas categorías y variables: origen del capital, grado de formalidad, antigüedad de las firmas, y tipo de actividades y proyectos que desarrollan. Adicionalmente, se brinda información sobre las principales técnicas utilizadas.

1.1. Origen del capital

El 96% de las empresas dedicadas a la animación que respondieron la encuesta son de capital nacional y el 4% restante corresponde a un caso de capitales extranjeros. Si bien no aparecen casos de empresas de capital mixto, no podemos afirmar que no existan dentro del sector. En cualquier caso, dentro de las que respondieron es muy significativo el componente de empresas con capital de origen local.

Gráfico 1
Animación. Origen del capital de las empresas.
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

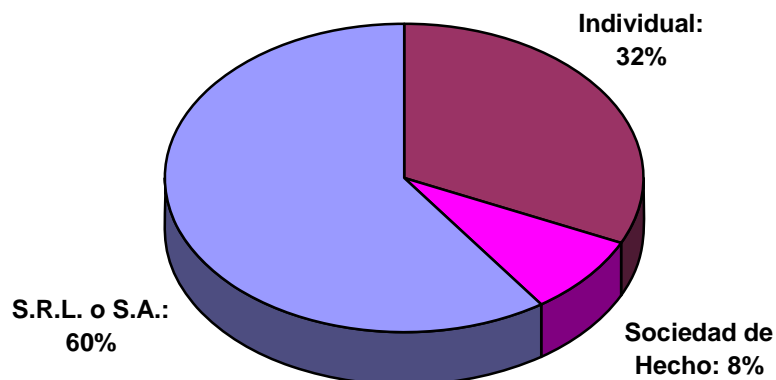
1.2. Grado de formalidad

Esta categoría la analizamos en base a dos variables: cómo está constituida la empresa y en qué tipo de ámbito desarrolla sus actividades.

Constitución empresarial

Los datos obtenidos indican que 60% de las empresas que respondieron la encuesta tienen una constitución de sociedad anónima (S.A.) o sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.), en tanto que el 32% son empresas individuales² y un 8% son sociedades de hecho.

Gráfico 2
Animación. Constitución empresarial (en %).
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

Por lo cual se puede decir que en total un 68% están constituidas como sociedades y el resto corresponden a emprendimientos individuales. Estos datos informan sobre un interesante nivel de formalidad de sector, teniendo en cuenta los pocos años de

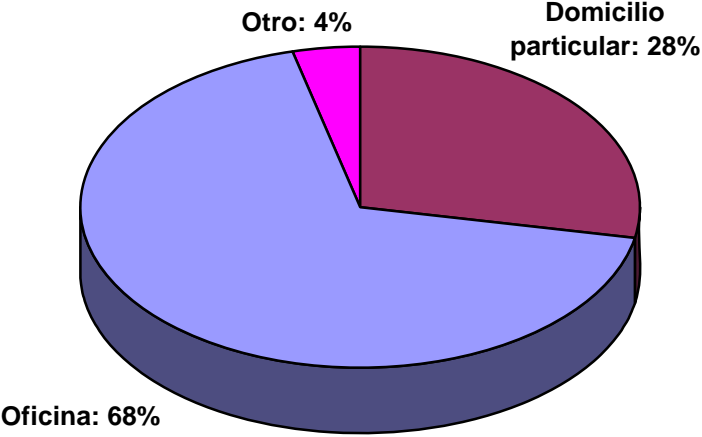
² Empresas individuales: para el presente informe se caracteriza al concepto como a aquellas empresas que son unipersonales y no se distingue si el capital personal está junto o separado de la empresa.

antigüedad de la mayoría de las empresas: el 40% del total de las que respondieron la encuesta tienen menos de 3 años (ver gráfico 2).

Lugar donde desarrollan sus actividades

Al indagar dónde desarrollan sus actividades las empresas de animación, los resultados permiten saber que el 68% de las que respondieron la encuesta lo hace en oficinas, mientras que un 28% lo hace en domicilios particulares y un 4%, en otros ámbitos. Estos datos se corresponden casi exactamente con la distribución encontrada en relación a la constitución empresarial, dado que el porcentaje de empresas constituidas como sociedades (68%) se reproduce en el de empresas que desarrollan su actividad en oficinas y, de manera inversa, el 32% de las empresas individuales se refleja en el total de las que las desarrollan en domicilios particulares y otros ámbitos.

Gráfico 3
Animación. Lugar de actividad.
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

1.3. Antigüedad de las empresas

Un alto porcentaje de empresas del sector (el 40%) contestó que tienen hasta 3 años de existencia; en tanto que las que tienen más de 3 y hasta 8 años son otro 40%. Hay un 8% que tiene una antigüedad de más de 8 y hasta 11 años; y el 16% tiene más de 11 años de existencia. Teniendo en cuenta que dentro del segundo segmento (hasta 3 años) la mitad (20% del total general) corresponde a empresas creadas hace menos de 1 año, se puede afirmar que el sector está en un proceso de crecimiento importante, al punto de que 4 de cada 10 empresas fueron creadas a partir del 2008 y que el 80% de las empresas que respondieron la encuesta tiene menos de 8 años de antigüedad (es decir, fueron creadas a partir del 2003).

Gráfico 4
Animación. Antigüedad.
Empresas encuestadas. Año 2011



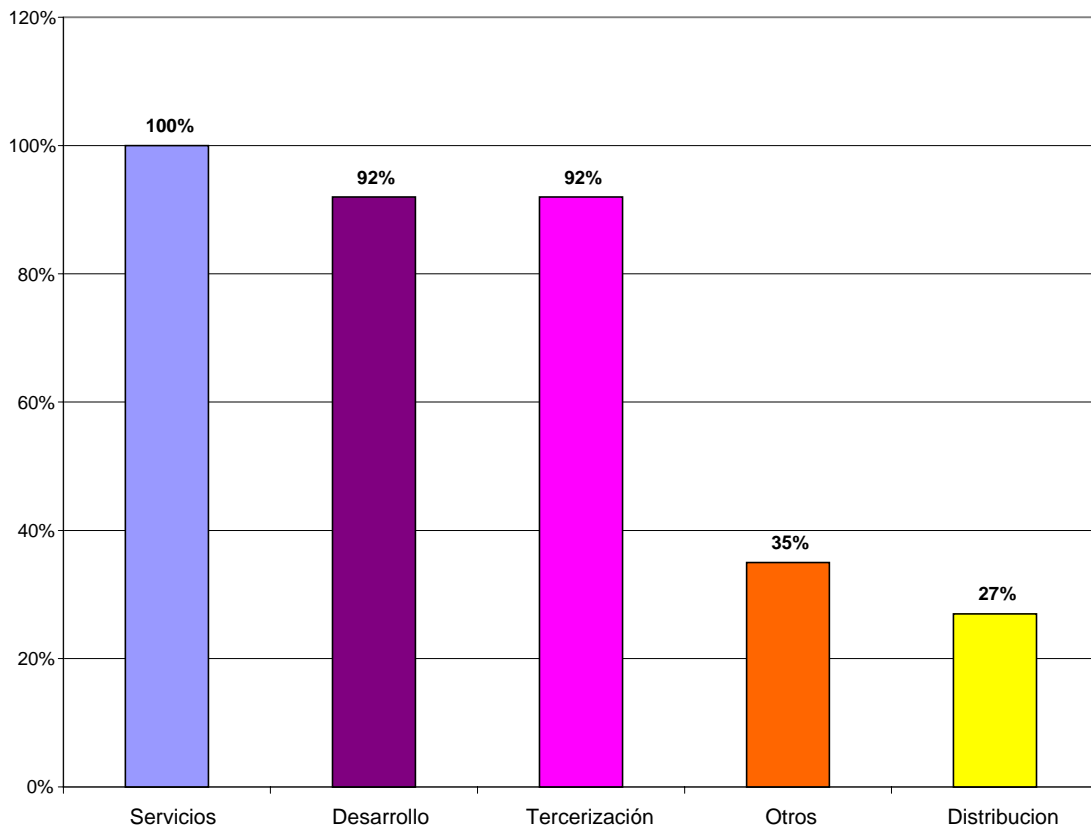
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

1.4. Actividades de las empresas

En prácticamente en la totalidad de los casos de las empresas que respondieron a la encuesta sus actividades son de desarrollo de proyectos y contenidos relacionados con animación y VFX, así como de prestación de servicios de animación y VFX tanto para clientes directos como a través de actividades tercerizadas.

Desarrollan otras actividades un 35% de las empresas y realizan actividades de distribución y comercialización de contenidos un 27%.

Gráfico 5
Animación. Actividades realizadas.
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

Estos datos están hablando de una cierta diversificación de actividades por parte de las empresas y, especialmente, de las modalidades en que prestan sus servicios. De cualquier manera, el grueso de las actividades están todas vinculadas a la realización de animación y VFX, bajo diferentes modalidades no excluyentes entre sí: desarrollo de proyectos, servicios prestados bajo contratación directa o actividades tercerizadas.

Además, una cuarta parte de las empresas encuestadas incluye entre sus actividades la distribución y la comercialización de contenidos e, incluso, una tercera parte realiza “otras” actividades, que por su imprecisión requeriría analizar en detalle qué tipo de actividades encubre esta respuesta.

1.5. Proyectos de las empresas de animación

A las empresas que respondieron que desarrollan proyectos (como vimos en el punto anterior, casi la totalidad de las encuestadas) se les consultó qué tipos de proyectos emprenden. En una primera aproximación, las empresas respondieron que desarrollan proyectos vinculados a la publicidad (100%), cortometrajes y series (92%), largometrajes, *branding* e institucionales (88%) y, por último, a la telefonía celular (85%).

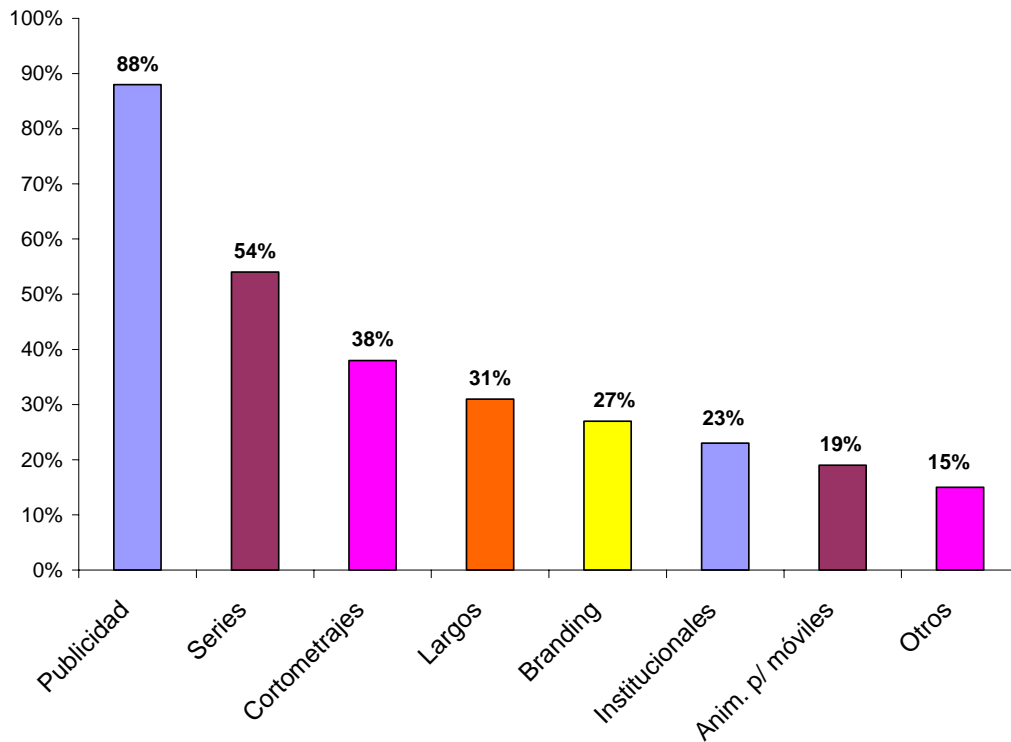
Esto significaría que no hay una fuerte especialización en las empresas por tipo de proyectos, sino que se diversifican hacia diferentes productos y plataformas audiovisuales y tecnológicas.

Ahora, si se analiza el tipo de proyecto según sea considerado por las empresas como principal o secundario, se avanza en el análisis de cuáles son las orientaciones principales de los mismos. Como se observa en el gráfico 6, los orientados a publicidad son el principal tipo de proyecto que desarrollan las empresas encuestadas, ya que a ello se abocan un 88% de las mismas. Le siguen en orden de importancia las series (54%), los cortometrajes (38%) y los largometrajes (31%).

Hay que tener presente que estos porcentajes no son excluyentes, ya que las empresas del sector pueden realizar distintos tipos de proyectos. Es decir, que las empresas se orientan a las diferentes modalidades de productos audiovisuales, con marcada preponderancia de los orientados a producciones publicitarias, sector muy dinámico en la Ciudad de Buenos Aires.

Un dato importante es que el 73% de las empresas encuestadas afirman que han desarrollado proyectos de animación y/o VFX de su autoría.

Gráfico 6
Animación. Proyectos realizados como actividades principales.
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

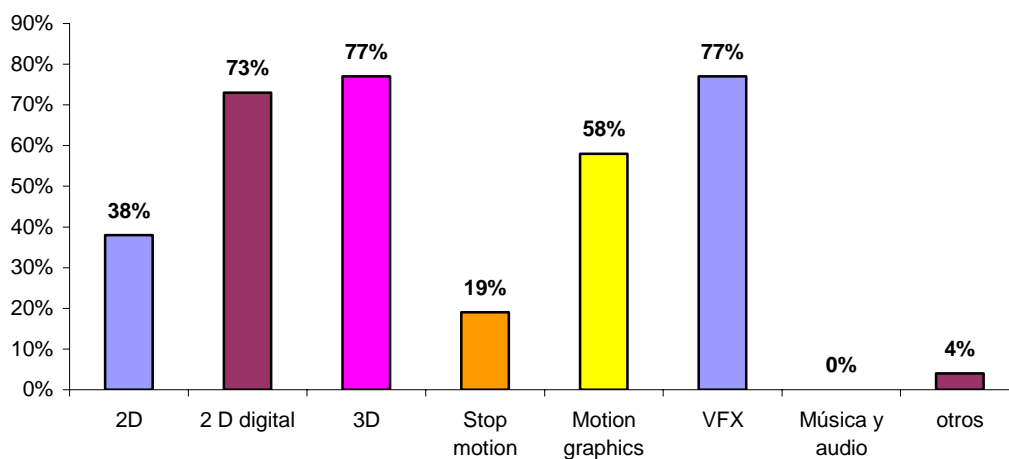
1.6. Principales técnicas de las empresas del sector

Consultadas las empresas acerca de las principales técnicas desarrolladas, se obtiene como respuesta que el 77% de las empresas utilizan VFX y 3D, en tanto que un 73% utiliza 3D digital y 58% *motion graphics*. En cuanto al 2D lo hacen un 38% y el rubro "otros", un 4%. Estos datos permiten saber la importancia del uso de las técnicas VFX, 3D y 3D digital y *motion graphics*, que son de última generación.

Es importante señalar que, como en el ítem anterior, la respuesta es múltiple, ya que una misma empresa puede trabajar con diferentes técnicas de animación.

Gráfico 7

**Animación. Técnicas principales.
Empresas encuestadas. Año 2011**



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

2. Empleo, facturación y comercio exterior

En este apartado ofrecemos información de la evolución y empleo promedio por empresa, rangos de facturación y niveles de internacionalización de las mismas y de su producción.

2.1. El empleo en el sector

Según los datos aportados por las empresas que respondieron la encuesta, la evolución de los puestos de trabajo de las mismas en 3 años (entre 2008 y 2010) tuvo un notable crecimiento, que es del orden del 39%. Esto es producto de un aumento en 2009 del 11% y de un extraordinario 25% en 2010. El promedio de personal por empresa es de 13 puestos en 2010 y se ha mantenido relativamente estable: en 2008 es 13, en 2009 baja a 12 y en 2010 vuelve a ser de 13; lo que está indicando que parte del crecimiento del empleo del sector se debe al nacimiento sostenido de nuevas empresas.

Adicionalmente, en 2010, las empresas encuestadas contrataron en promedio 9 personas externas para el proyecto más importante de ese año.

En cuanto a la dificultad de retener el personal especializado de las empresas que respondieron, el 52% sostuvo que no tuvo inconvenientes en retener el personal calificado, mientras que el 48% sí manifestó problemas de este tipo.

Por otra parte, un 65% de los entrevistados manifestaron que tienen entre sus planes incorporar nuevos empleos en 2011. Dentro de estas empresas, el promedio de nuevos puestos de trabajo es de 4 personas. En conjunto, los datos aportados por la encuesta en relación al empleo ponen de manifiesto que las empresas de animación están en una etapa de expansión y que ésta es acorde con la generación de más puestos de trabajo.

2.2. Rangos de facturación

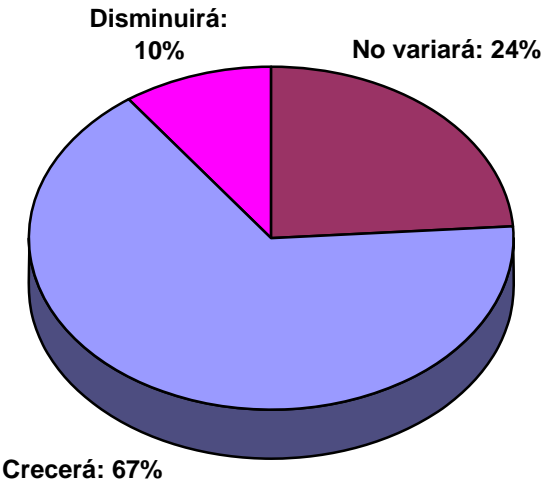
Un primer nivel de análisis es respecto de aquellas empresas que declaran no haber facturado en un período anual. Si bien son pocas, en 2010 aumentan de 1 a 2 empresas respecto a los años anteriores (2008 y 2009), lo que está relacionado con que son empresas recientemente creadas.

Del universo de empresas que respondieron la encuesta y tuvieron ingresos ese año, las hay con diferentes niveles de facturación. Las que facturan hasta \$ 500.000 anuales representan más de la mitad (53,3%) en 2008 y caen ligeramente al 47,6% del total en 2010. En tanto que la franja con más de \$ 500.000 y hasta \$ 5.000.000 son el 33,3% en 2008 y suben al 38,1% en 2010. Finalmente, la franja de empresas de más de 5 millones de pesos representa el 6,67% en 2008 y cae al 4,8% en 2010. Ninguna de estas empresas declara ingresos por más de 10 millones de pesos.

2.3. Expectativas de facturación en 2011

El sector se muestra optimista respecto a la evolución de sus ingresos en el presente año. El 67% de las empresas que respondieron la encuesta estiman que la facturación crecerá, en tanto que el 24% estima que no variará en relación a 2010 y solo el 10% prevé que disminuirá.

Gráfico 8
Animación. Previsiones de facturación en 2011
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

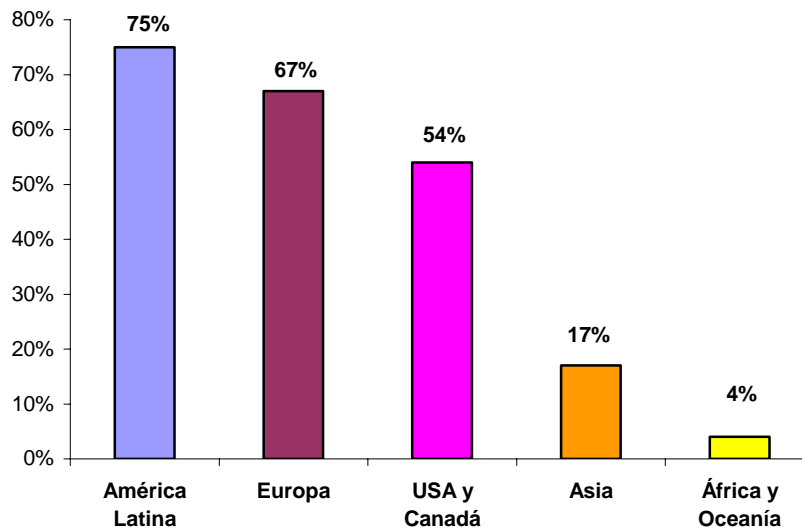
2.4. Comercio exterior

En este aspecto la encuesta arroja dos datos muy interesantes; el más importante es que prácticamente la totalidad de las empresas que respondieron manifiestan contar con clientes en el exterior: tales empresas suma un 96%.

En tanto, la evolución de la participación de los ingresos por ventas al exterior en el total de los ingresos de las empresas encuestadas tuvo un retroceso del 15% en el período 2008-2010. Esto se debe a que en 2009 esa participación sufre una fuerte caída del orden del 33% que no alcanza a ser compensada con el aumento del 27% en 2010.

El otro dato importante es que de los destinos de ese comercio internacional los más importantes son América Latina y Caribe, con el 75% de las empresas que comercializan a estos mercados externos; seguidos por Europa, con 67%; luego Estados Unidos y Canadá, con el 54% de las empresas; Asia, con 17%; y África y Oceanía, con el 4%.

Gráfico 9
Animación. Principales destinos de las exportaciones.
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

Debe hacerse notar que estos mercados a los que se orienta la producción de animación local son muy similares a los que tiene la producción audiovisual en general, y en especial la del segmento de comerciales publicitarios³.

Adicionalmente, otra pregunta de la encuesta indaga sobre el nivel de expansión internacional de las empresas a través de la existencia o no de sucursales en el extranjero. El resultado permite saber que un 12% de las empresas que respondieron tiene sucursales en otros países, lo que está indicando un nivel de internacionalización moderado pero interesante.

³ Ver los Anuarios de Industrias Creativas del OIC en www.buenosaires.gob.ar/observatorio.

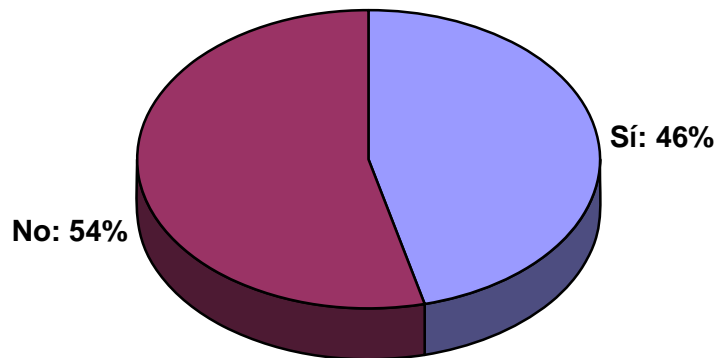
3. Conformación del sector

En esta sección, analizamos la conformación del sector en base a información relacionada con la asociatividad, el conocimiento de las políticas públicas dirigidas al sector y el diagnóstico que realizan sus responsables sobre dificultades y desafíos.

3.1. Asociatividad

En cuanto a la participación de las empresas en cámaras o asociaciones que las agrupen o defiendan, el 46% de las encuestadas respondió afirmativamente, mientras que el 54% no tiene tal participación. Este dato no es menor porque hay que tener presente la existencia en el sector de una gran cantidad de empresas muy jóvenes, como se informó anteriormente, a las que les tomará un tiempo visualizar la importancia de participar colectivamente.

Gráfico 10
Animación. Empresas con participación en cámaras (en %)
Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

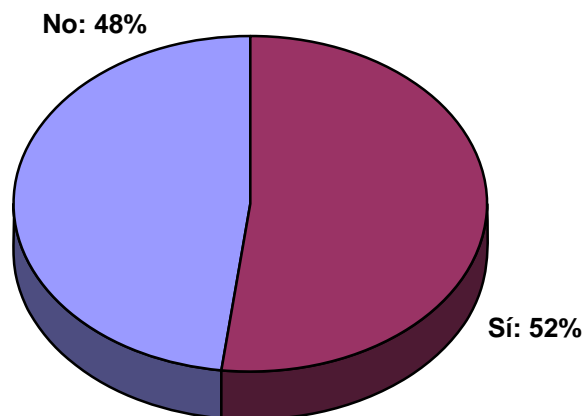
3.2. Conocimiento de instituciones que brindan apoyo al sector y participación en cámaras

El 52% de las empresas que respondieron la consulta indicaron que conocen programas o instituciones públicas que puedan ser útiles al sector, mientras que el 48% mostró desconocimiento de las mismas. Esto evidencia la necesidad de una mayor comunicación de las distintas políticas públicas hacia el sector.

Del total de las que respondieron conocer alguna, una amplia mayoría reconoce instituciones del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (66,6%). También se destaca el conocimiento del Instituto Nacional del Cine (INCAA): un 58,3% dice conocer dicha institución. Dentro del total de las que conocen a instituciones del GCBA, las áreas más mencionadas son el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) y el programa Opción Audiovisual, ambos de la Dirección General de Industrias Creativas.

En relación a otras instituciones hay menciones a Pro Argentina, Ventana al Sur, UIPAA, FonSoft, Fondo Nacional de las Artes y Ministerio de Cultura de la Nación.

Gráfico 11
Animación. Porcentual de empresas que conocen programas o instituciones de apoyo. Empresas encuestadas. Año 2011



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

3.3. Percepción de dificultades

En cuanto a la percepción del propio sector acerca de las dificultades para el desarrollo de la actividad, se les preguntaba a las empresas cuáles consideraban que eran los principales obstáculos para el sector y se le pedía que valoraran de 1 a 5 esos obstáculos, donde las categorías 1 y 2 indican escasa importancia, y las categorías 4 y 5, el mayor nivel de gravedad. En el cuadro siguiente se refleja el porcentaje de empresas que entienden que estas cuestiones se constituyen en serios problemas para la producción y la comercialización de sus productos en la Argentina.

Cuadro 1
Animación. Percepción de dificultades
Empresas encuestadas. Año 2011

Dificultad percibida	%
Escasa inversión y financiamiento	87%
Falta de espacios destinados para difundir la producción local	70%
Desconocimiento del sector por parte de otras actividades económicas	70%
Escaso desarrollo del mercado interno	61%
Escaso desarrollo jurídico y legal de la industria	52%
Escasas vías de exhibición	52%
Dificultad para constituir equipos creativos estables	39%
Falta de identidad asociativa	39%
Otros	4%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de la encuesta.

Se destacan la dificultad para contar con financiamiento y así poder realizar inversiones de importancia como una necesidad muy extendida en el sector y de suma importancia y, en segundo lugar, la falta de espacios destinados a difundir los proyectos de producción nacional, como ferias y rondas de negocios; situaciones que reflejan una problemática similar a otras industrias creativas.

Hay, sin embargo, otra dificultad que parece propia de un sector relativamente joven y que está vinculada a cierto desconocimiento del sector por parte de otras actividades de producción y servicios potencialmente demandantes de los de animación y de éste respecto a las necesidades de aquellas.

Anexo: glosario

2D

Originalmente denominada dibujo animado o animación clásica, la animación 2D es una técnica que consiste en dibujar a mano cada uno de los cuadros para generar la representación de imágenes en movimiento.

2D Digital

La animación 2D Digital o animación por computadora es la técnica que consiste en crear imágenes en movimiento mediante el uso de computadoras.

3D

A diferencia de la animación 2D, en la creación de graficas en tres dimensiones se incorpora el eje Z, permitiendo de esta manera visualizar los diferentes ángulos de las mismas.

Stop motion

Es una técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos por medio de una serie de imágenes fijas y sucesivas.

VFX (*visual effects*)

Se refiere al conjunto de varios procesos donde la imagen es creada y/o manipulada digitalmente. También se refiere a la integración de imágenes filmadas, con otras generadas por computadoras.

Música y audio

Se contemplan en este caso todos los procesos de sonido que se realizan para complementar los desarrollos de imágenes.

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS

Director General

Enrique Avogadro

Coordinadora General

Marisa Bircher

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS

Coordinador

Fernando Arias

Equipo

Gabriel Mateu

Paloma Oliver

Laura Sanni

Karina Luchetti

DIRECCIÓN OPERATIVA DE AUDIOVISUAL

Erica Tomas

Equipo de Opción Audiovisual

Camila Gil Lavedra

María Eugenia Riedl

Susana Frova

IMAGEN + COMUNICACIÓN

Coordinadora

Ileana G. Mangini

Edición

Natalia Hidalgo

Diseño

Omar Grandoso

Nahuel Munguia

Noelia Oberti

Prensa

Analía Fabre

Leonardo Néspolo

AGRADECIMIENTO

A la Unión Industrial de Productoras de Animación y Artes Audiovisuales (UIPAA).

**Dirección General
de Industrias Creativas**

Algarrobo 1041, Ciudad de Buenos Aires
(+5411) 4126-2950

<http://industriascreativas.mdebuenosaires.gob.ar>
<http://oic.mdebuenosaires.gob.ar>
<http://audiovisual.mdebuenosaires.gob.ar>

Ministerio de
Desarrollo Económico