

**ESTUDIO DE MERCADO  
OPORTUNIDADES COMERCIALES  
SECTOR ANIMACIÓN  
CANADÁ, 2021**



# Estudio de Mercado

## Animación Digital - Canadá

### I. Objetivos del proyecto

Identificar oportunidades comerciales para la oferta exportable peruana de Industrias Animación Digital en el mercado canadiense, con la finalidad de visibilizar oportunidades de negocios y comerciales que permitan su ingreso al mercado canadiense.

### II. Mercado de Destino

Canadá es el hogar de una industria de medios digitales próspera, innovadora y creativa, reconocida como líder mundial en desarrollo de videojuegos, animación y efectos visuales. Las empresas canadienses han creado animación y efectos para muchos éxitos de taquilla y largometrajes nominados a premios como Star Wars: The Force Awakens, Iron Man 3, The Martian y Hotel Transylvania. Los estudios canadienses también están muy involucrados en la producción de publicidad comercial y muchas series de televisión populares como Games of Thrones, The Walking Dead y Once Upon a Time, así como en programas animados para niños que incluyen Thomas and Friends, Teenage Mutant Ninja Turtles y My Little Pony, entre otros.

#### Mercado actual

Canadá es el hogar de algunos de los principales líderes en animación y contenido para niños, incluyendo Big Bad Boo, WildBrain, SpinMaster, Corus / Nelvana, 9 Story y varios otros. Canadá también ha atraído a productores estadounidenses para establecer oficinas y estudios satélites en el país, por ejemplo, Netflix, Disney, CBS, etc.

El mercado también ha crecido considerablemente en los últimos años. Entre 2018 y 2019, la producción de animación aumentó en un 7.5% a \$ 344 millones<sup>1</sup>. Este aumento ha sido impulsado por:

- Aumentos de la demanda de servicios de postproducción en películas y televisión que representaron el 60,7% de los ingresos de la industria en el 2021
- Estudios cinematográficos, que representan el segundo mercado más grande para los servicios de la industria, o aproximadamente el 20,6% de los ingresos de la industria
- Demanda de otras industrias, incluyendo videojuegos
- Demanda de agencias de publicidad. La publicidad digital, en particular, es un campo en crecimiento en Canadá. El mercado canadiense de publicidad digital tuvo ingresos totales de \$ 6,381.6 millones en 2019, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 19% entre 2015 y 2019. En el 2025, se pronostica que el mercado canadiense de publicidad digital tendrá un valor de \$ 9,489.5 millones, un aumento del 57,6% desde 2020.

Las industrias de postproducción y otras industrias cinematográficas y de video en Canadá tienen más de 1,648 establecimientos, compuestos principalmente por empresas más pequeñas con 0-99 empleados. El ingreso promedio de estos establecimientos es de \$246.8 mil y el 90% de ellos son rentables. Con más de 60 estudios que componen la industria de VFX y animación, Vancouver es el

---

<sup>1</sup> Fuente: [Profile 2019](#)

grupo más grande del mundo de estudios de propiedad nacional y extranjera. Tiene una larga trayectoria en la producción de contenido animado de vanguardia que va desde cortometrajes galardonados hasta series y largometrajes de renombre internacional<sup>2</sup>.

En el 2019-2020, los presupuestos totales de producción ascendieron a \$ 322 millones para 46 proyectos de coproducción de tratados de cine y televisión e involucraron a 17 países socios. Los países socios incluyeron Australia, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Francia, Alemania, Islandia, India, Irlanda, Israel, Italia, Luxemburgo, Malta, Nueva Zelanda, Noruega, Sudáfrica, Suiza y el Reino Unido<sup>3</sup>.

Canadá también tiene excelentes programas educativos de animación y efectos visuales en instituciones postsecundarias que atraen talentos de todo el mundo. Los graduados de las escuelas canadienses son reclutados regularmente por estudios importantes como Walt Disney Animation, Fox Animation Studios, Warner Bros y DreamWorks SKG. Las escuelas y los programas de capacitación relevantes incluyen la École des arts numériques de Montreal, de l'animation et du design (Centre NAD), la Universidad de Arte y Diseño de Ontario de Toronto y Sheridan College, y el Centro de medios Digitales de Vancouver y la Universidad Emily Carro of Art and Design, que ofrecen programas de investigación y capacitación de última generación en medios digitales.

### **III. Tendencias del Mercado**

La animación es uno de los segmentos de más rápido crecimiento en el mercado mundial de medios de entretenimiento. Se estimó que estaría valorado en USD \$ 354,7 mil millones en 2020 y se espera que crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 5.2% a USD \$ 642.5 para 2030. Un aumento significativo en la adopción de soluciones en la nube para animadores, aumento de la demanda de contenido de alta calidad por parte de los consumidores y el mayor uso de efectos visuales (VFX) en las películas son algunos de los impulsores clave de este crecimiento.

Una tendencia clave para tener en cuenta es que la subcontratación de la animación se está generalizando, y los países desarrollados subcontratan cada vez más servicios a empresas de animación en países en desarrollo. Los avances en la tecnología de la animación, el aumento de la mano de obra calificada, así como la capacidad de proporcionar una calidad sólida y bajo costo, han permitido que las naciones nuevas y emergentes compitan a nivel mundial.

Además, los incentivos fiscales y la depreciación del dólar canadiense frente al dólar estadounidense han alentado a los productores de video estadounidenses a llevar negocios de posproducción a Canadá, convirtiendo a Canadá en un mercado basado en servicios. Esto es particularmente cierto en Ontario, Quebec y Columbia Británica, donde se proporcionan incentivos fiscales a los productores de videos. Por lo tanto, ciudades como Vancouver y Toronto han experimentado una impresionante afluencia de negocios por parte de cineastas durante los últimos cinco años. Por ejemplo, en el 2017, la cantidad de producciones filmadas en Columbia Británica aumentó un 34% respecto al año anterior a 452 producciones, lo que contribuyó con \$3.400 millones a la economía provincial, según datos de Creative BC. Si bien la mayor parte de ese aumento se produjo en la etapa de producción del proceso de filmación, más producciones también han subcontratado la postproducción a Canadá. Por ejemplo, en el 2019-2020, la producción de contenido de las plataformas de video por suscripción internacional bajo demanda existentes como Netflix, Amazon Prime Video, Disney +, AppleTV +, HOB Max y Hulu ayudó a elevar la producción de servicios de producciones exteriores en Canadá alcanzando un máximo histórico de \$5,25 mil millones. Este aumento se debió enteramente a mayores niveles de producción televisiva como producción de largometrajes de FLS.

---

<sup>2</sup> Fuente: [Vancouver Economic Commission – VFX and Animation](#)

<sup>3</sup> Fuente: Telefilm 2019-2020 Annual Report

#### IV. Instituciones Claves

Los tres principales patrocinadores nacionales del cine y la televisión en Canadá son Telefilm, Canada Media Fund y National Film Board (NFB). Juntos proporcionan más de CA\$400 millones de fondos a la industria. Los financiadores nacionales también juegan un papel importante en nutrir y apoyar el crecimiento del contenido canadiense en diferentes géneros audiovisuales y plataformas de medios y apoyando a los creadores de contenido para que tengan los recursos necesarios para ser competitivos con sus contrapartes no canadienses.

Telefilm y NFB, junto con el Departamento de Patrimonio Canadiense del gobierno canadiense, son las tres instituciones públicas clave de apoyar y promover los medios, la animación y los efectos digitales canadienses en el mundo.

El Departamento de Patrimonio Canadiense o simplemente Patrimonio Canadiense es el departamento del Gobierno de Canadá que tienen funciones y responsabilidades relacionadas con las iniciativas que promueven y apoyan la identidad y los valores canadienses el desarrollo cultural y el patrimonio.

La Junta Nacional de Cine de Canadá es una agencia del Gobierno de Canadá y es el productor y distribuidor de películas públicas de Canadá. Reconocido como uno de los grandes laboratorios creativos del mundo, su mandato es crear, producir y distribuir producciones audiovisuales distintivas, relevantes e innovadoras que reflejen las diversas realidades y perspectivas de los canadienses y compartir estas obras con la gente de Canadá y el mundo. La NFB produce, coproduce y distribuye películas documentales, animación por computadora, habiendo lanzado una de las primeras películas generadas por computadora.

Telefilm Canadá es una corporación del gobierno con mandato propio, que reporta al gobierno federal de Canadá a través del Ministerio de Herencia Canadiense. En la actualidad, su misión es fomentar y promover el desarrollo de la industria audiovisual canadiense desempeñando un papel de liderazgo mediante el apoyo financiero y las iniciativas que contribuyen al éxito comercial, cultural e industrial. Además, Telefilm apoya la promoción y exportación de contenido canadiense en festivales, mercados y eventos, a nivel regional, nacional y en todo el mundo.

#### V. Subsidios para la animación en Canadá

Canadá ofrece algunos de los incentivos más generosos del mundo. Según el reporte Competitive Alternatives 2016 de KPMG, los estudios ubicados en Canadá se benefician enormemente del entorno fiscal más competitivo entre los países del G7. La percepción en la industria es que son los incentivos y créditos fiscales estables de Canadá los que sirven como principal ventaja competitiva de Canadá en este campo. A continuación, se incluye una lista de los créditos fiscales más relevantes.

Nombre del subsidio	Descripción	Monto
<b>Nacional</b>		
The Canadian Film or Video Production Tax Credit (CPTC)	El CPTC es administrado conjuntamente por la Oficina Canadiense de Certificación Audiovisual y la Agencia de Ingresos de Canadá y fomenta la creación de programación de cine y televisión canadiense	La CPTC proporciona a las producciones elegibles un crédito fiscal totalmente reembolsable, dispone a una tasa del 25% del gasto laboral calificado.
Production Services Tax Credit (PSTC)	El PSTC similar al CPTC es coadministrado por CAVCO y la CRA. Está diseñado para mejorar	El PSTC otorga a las empresas de producción elegibles un crédito fiscal a una tasa del 16% de los

	a Canadá como destino de elección para las producciones de películas y videos que emplean a canadienses, así como para fortalecer la industria y asegurar la inversión.	gastos laborables canadienses calificados incurridos con respecto a una producción acreditada.
<b>Ontario</b>		
The Ontario Film & Television Tax Credit (OFTTC)	El OFTTC es un crédito fiscal reembolsable basado en los gastos laborales elegibles de Ontario incurridos por una empresa de producción calificada con respecto a una producción elegible de Ontario. La OFTTC está generalmente "armonizada" con el Crédito Fiscal para la Producción de Películas o Video de Canadá.	La OFTTC generalmente se calcula como el 35% de los gastos laborables elegibles de Ontario.  Una tasa de crédito mejorada del 40% sobre los primeros \$240,000 de gasto laboral calificado está disponible para productores primerizos.  Se proporciona una bonificación del 10% sobre todos los gastos laborales de Ontario a las producciones que se filman en Ontario completamente fuera del área metropolitana de Toronto o que tiene al menos cinco días de ubicación en Ontario y al menos 85% de los días de ubicación en Ontario están fuera del GTA.
<b>British Columbia</b>		
British Columbia Production services Tax Credit (BCPSTC)	El BCPSTC es un crédito fiscal reembolsable sobre la renta de las empresas para las empresas de producción acreditadas que producen producciones de películas o videos acreditadas en la Columbia Británica.	El crédito fiscal BCPSTC se calcula como el 28% de los gastos laborales elegibles de B.C.
Digital Animation Visual Effects and Post Production (DAVE)	DAVE está diseñando para proporcionar un incentivo a las empresas de producción que emplean talento de BC para crear animación digital y efectos visuales en BC.	16% en costos laborales calificados para las empresas de producción que emplean talento de BC para la postproducción y el sonido.
<b>Quebec</b>		
Quebec Tax Credit for Film Production Services (QTCCFP)	El crédito fiscal reembolsable para los servicios de producción de películas está diseñado para estimular la creación de empleo en Quebec, esencialmente alentando a los productores extranjeros a elegir Quebec como lugar de rodaje. Es administrado por SODEC, la organización de desarrollo de empresas culturales de Quebec.	28% de los costos laborales subvencionables hasta un máximo del 50% de los costos de producción lo que significa un tipo impositivo efectivo del 17.5% de los costos totales de producción subvencionables.  Para efectos digitales específicos (VFX) y animación se agrega una mejora de crédito fiscal del 16% en mano de obra elegible extendida.

## VI. Ejemplo de Precios

Para ejemplificar cómo las empresas peruanas pueden seguir siendo competitivas cuando trabajan con empresas canadienses en proyectos basados en animación, se puede visualizar la siguiente tabla. Cada una de las provincias tiene su propio incentivo fiscal para la animación, sin embargo, por simplicidad, se optó por utilizar Columbia Británica en parte porque el crédito fiscal de animación digital y efectos visuales (DAVE) tiene un crédito fiscal de animación más bajo que el equivalente de Ontario (16% frente al 18%) lo que significa que cualquier, en Ontario, los gastos de proyectos de animación basados en proyectos supondrían un mayor ahorro fiscal.

El ejemplo que se presenta a continuación es solo para fines demostrativos y asume que la calidad del trabajo entre las empresas de animación peruanas y canadienses es idéntica y no toma en consideración ineficiencias laborales. Como afirmaron las empresas entrevistadas, la subcontratación a un país diferente, especialmente a uno con la barrera del idioma, conlleva costos de oportunidad. Estos costos de oportunidad no se presentan en el ejemplo descrito.

Las empresas con sede en EEUU son elegibles para el PSTC por la mano de obra incurrida por la empresa de producción en el país. British Columbia cuenta con su propio crédito fiscal por servicios de producción (BCPSTC) para poder atraer a más inversiones en la región. Los costos asociados son solo para fines demostrativos.

	Artículo de línea del proyecto	Monto (\$CA)	Notas
A	Mano de obra en BC incurrida por la empresa de producción	500,00	Esto puede incluir los costos de mano de obra en la provincia, además de la animación, incluido el pago de la gestión del proyecto, la mano de obra de redacción, los servicios de comida, etc.
B	Trabajo neto de BC asociado directamente con la animación	400,000	Puede incluir costos laborales como efectos visuales, animación, renderizado, coloración, etc.
C	BCPSTC	140,000	A x 28% El BCPSTC es un crédito fiscal en la provincia de BC
D	Digital Animation and Visual Effects (DAVE) crédito provincial	64,000	B x 16% DAVE es un crédito fiscal en la provincia de BC
E	Créditos fiscales de la provincia	204,000	A + B
F	Labor Canadiense Neto	296,000	A – E
G	Production Services Tax Credit (PSTC)	47,360	F x 16% El PSTC es un crédito fiscal federal sobre los costos netos de mano de obra.
H	Total, de créditos provinciales y federales	251,360	E + F

En el ejemplo de arriba, una empresa de producción está recuperando el 50.3% de sus gastos laborales. Con presupuesto de CA\$500,000 están recuperando \$251,360 con los créditos fiscales y provinciales. Por lo tanto, para competir en precio, las empresas de animación peruanas tendrían que ser 50% menos costosas que sus contrapartes canadienses.

El ejemplo anterior no tiene en cuenta el tipo de cambio como factor de motivación para que las empresas estadounidenses contraten empresas canadienses. El dólar canadiense se ha cambiado alrededor de 0.70 – 0.80 por dólar estadounidense desde aproximadamente el 2015, lo que ha llevado

a un aumento en las producciones cinematográficas ya que las producciones con sede en EEUU se ven incentivadas a obtener más valor por su dólar en Canadá<sup>4</sup>.

El salario medio por hora de los trabajadores de animación en Canadá es de CA\$ 27.18<sup>5</sup>, lo que equivale a US\$20.39 a una tasa de cambio de 0.75 USD por CAD. El ejemplo proporcionado muestra que como las producciones de animación recuperan alrededor del 50% de sus costos debido a los créditos fiscales y provinciales, las empresas del Perú necesitarían cobrar menos de US\$ 10.19 la hora para competir con las producciones canadienses basadas únicamente en precio.

## VII. Conclusiones y Recomendaciones

La investigación reveló varias barreras de entrada al mercado canadiense para las empresas de animación peruanas. La mayoría de estos hallazgos se descubrieron a través de la información que las empresas canadienses compartieron a través de las entrevistas y la encuesta, basándose en sus experiencias pasadas de trabajo en América Latina y en todo el mundo.

- Los entrevistados canadienses señalaron que, en el pasado, trabajar con empresas en un idioma diferente ha llevado a que se pierda información importante en la traducción, lo que ha tenido como resultado la necesidad de revisiones y gastos adicionales. La percepción de que trabajar con socios internacionales en un idioma diferente es un desafío crea una barrera clave para que las empresas peruanas compitan con competidores de habla inglesa o trabajadores en Canadá.
- La percepción es que los estudios de América Latina tienden a ser muy pequeños y no pueden acomodar trabajos a gran escala, lo que limita el alcance del trabajo y su competitividad.
- Otro desafío para las empresas peruanas es la falta de conocimiento del mercado de la animación canadiense y la poca comprensión de cómo iniciar y gestionar profesionalmente las coproducciones a nivel internacional.
- La falta de un tratado de coproducción o memorando de entendimiento (MOU) con Canadá sirve como otra barrera para las empresas peruanas.
- Las empresas de animación médica que fueron entrevistadas compartieron que no podrían subcontratar a Perú ni a ningún otro lugar de América Latina, porque allí no existen programas de formación en imágenes médicas, lo cual es fundamental para este tipo de trabajo en específico.

Las empresas canadienses identificaron la calidad del trabajo, la creatividad y el precio como los factores más importantes a considerar al elegir un socio internacional. El hecho de que Perú no tenga un tratado de coproducción con Canadá no es impedimento para que las empresas canadienses trabajen con peruanos.

Las empresas peruanas pueden aprovechar sus fortalezas para ser más competitivas. Una ventaja importante es su demografía y los mercados dentro de Estados Unidos son cada vez más hispanohablantes. Existe la opinión de que más contenido financiado por productores estadounidenses se orientará al mercado de habla hispana y será necesario de colaborar con socios que comprendan la cultura y el idioma español. Además, el auge de los servicios de transmisión (por

---

<sup>4</sup> Fuente: [Hollywood Reporter](#)

<sup>5</sup> Fuente: [Talent](#)

ejemplo: Netflix, Amazon Prime Video, etc) ha permitido la diversificación de contenido y la creación de series y películas para mercados muy nichos y culturalmente específicos.

Finalmente, si Perú quiere poder competir con las empresas de animación canadienses, las empresas peruanas deberían entender cómo funcionan los créditos fiscales de impuestos para ver cuánto deberían cobrar las empresas para ser competitivas. Una de las principales razones por las que las empresas estadounidenses vienen a Canadá, y el sector ha crecido enormemente, es por los incentivos fiscales que reducen el costo de producción.

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial  
Departamento de Inteligencia de Mercados  
2021