



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Oportunidades de exportación para la industria de animación en Canadá

Lima, 18 de mayo de 2022

**Mag. Gonzalo
Lindo**

Especialista de Mercados

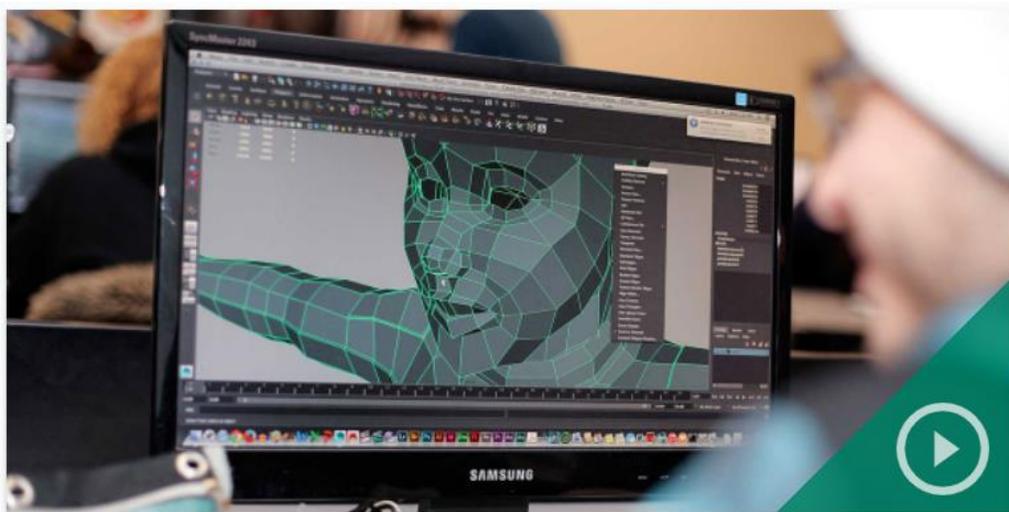
glindo@promperu.gob.pe

Introducción

Industria de la Animación Digital

La animación es un **conjunto de técnicas visuales** que, usando tanto **recursos análogos** como **digitales** crean la ilusión de movimiento.

También se puede entender como un conjunto de **estrategias de producción de contenidos** que constituye uno de los campos **audiovisuales** más dinámicos y de mayor crecimiento de esta industria a nivel global.



Por un lado, el crecimiento de esta industria proviene de la demanda de estos servicios en los rubros tradicionales como:

- La industria audiovisual
- La industria de la publicidad

Estas técnicas interactúan con otras estrategias cinematográficas y audiovisuales como los contenidos de ficción, de documental, educativos o de videoclip, así como con otras propias de los medios interactivos como los videojuegos, VR y AR.

Por otro lado, el impulso proviene del uso de la animación digital en el desarrollo de previsualizaciones para industrias como:

- biomecánica, medicina,
- ingeniería, diseño de interfaces digitales,
- elaboración de renders de prototipos arquitectónicos o de diseño industrial,
- producción manufacturera, gobierno, defensa, entre otros.

Industria de la Animación Digital

Para la animación la situación es muy similar a la de la producción de cine de imagen real.

Existen **altos costos de producción** y una fuerte competencia extranjera dentro y fuera del país, debido a que las películas de animación más taquilleras (usualmente de EEUU) concentran buena parte de los espectadores a nivel mundial y saturan las salas de exhibición local, y cuentan con **inversiones en publicidad proporcionales** a sus **altos costos de producción**.



En estas condiciones, la creación de producto animado en el Perú depende de las **coproducciones** y de **inversiones extranjeras**.

Sin embargo, hay algunas productoras audiovisuales que están generando **contenidos propios de animación digital** en coproducción con otros países.

Estas empresas, a pesar de que en ocasiones venden sus servicios a **otras industrias**, tienen como fin principal la realización de producto propio, como es el caso de los largometrajes animados

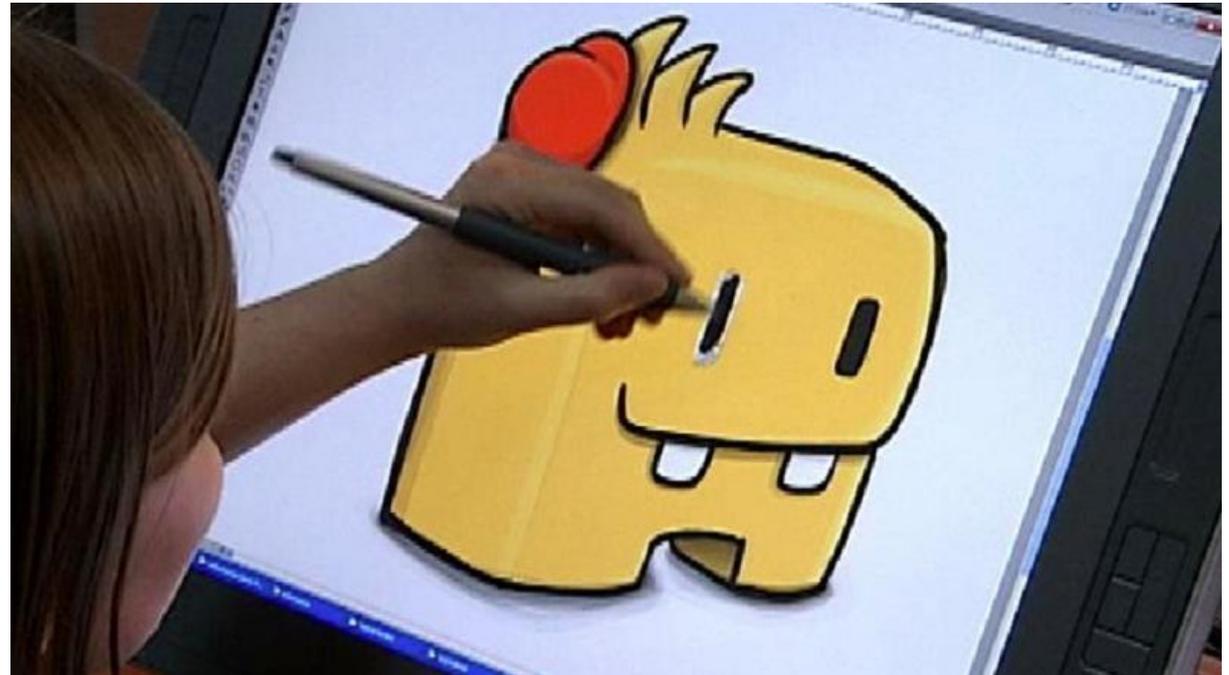
Perfil de la Industria de la Animación Digital

5

Usualmente se concibe a la animación como **un género audiovisual** o incluso como un tipo de contenido para un público objetivo específicamente infantil y juvenil.

Sin embargo, la animación digital comprende a un conjunto de estrategias de producción de contenidos que constituye uno de los campos **más dinámicos** y de **mayor crecimiento** de la **industria audiovisual**.

Una de las razones de esto es la capacidad de estas técnicas de interactuar con otras estrategias **cinematográficas** y audiovisuales como los **contenidos de ficción**, de **documental**, **educativos** o de videoclip, así como con otras propias de los medios interactivos como **videojuegos**, VR y AR.



No obstante, la animación es utilizada también en el desarrollo de previsualizaciones para otros campos tan alejados de lo fílmico como **biomecánica**, **medicina**, **ingeniería** y **diseño de interfaces digitales**, **arquitectura**, **diseño industrial**, **defensa**, **manufactura**, entre otros rubros relevantes.

Perfil de la Industria de la Animación Digital

6

Hay una cadena asociada a **la producción de contenidos audiovisuales** (largometrajes, cortos, series, comerciales publicitarios, entre otros formatos) y otros **procesos de producción** que añaden valor a otras cadenas de valor de **la industria** (e.g. ingeniería o arquitectura a través de los renders).

La **animación digital** como prestadora de servicios dentro de la cadena del sector audiovisual, provee servicios de imágenes generadas por computador (Computer Generated Imagery o CGI), una técnica esencial en las películas de mayor taquilla en el mundo.

También es un eslabón importante en los trabajos realizados por las productoras audiovisuales de publicidad y de contenido informativo.

En el **sector de los videojuegos**, la animación digital es parte de la cadena de producción, al ser el insumo gráfico requerido para elaboración de este tipo de contenidos.

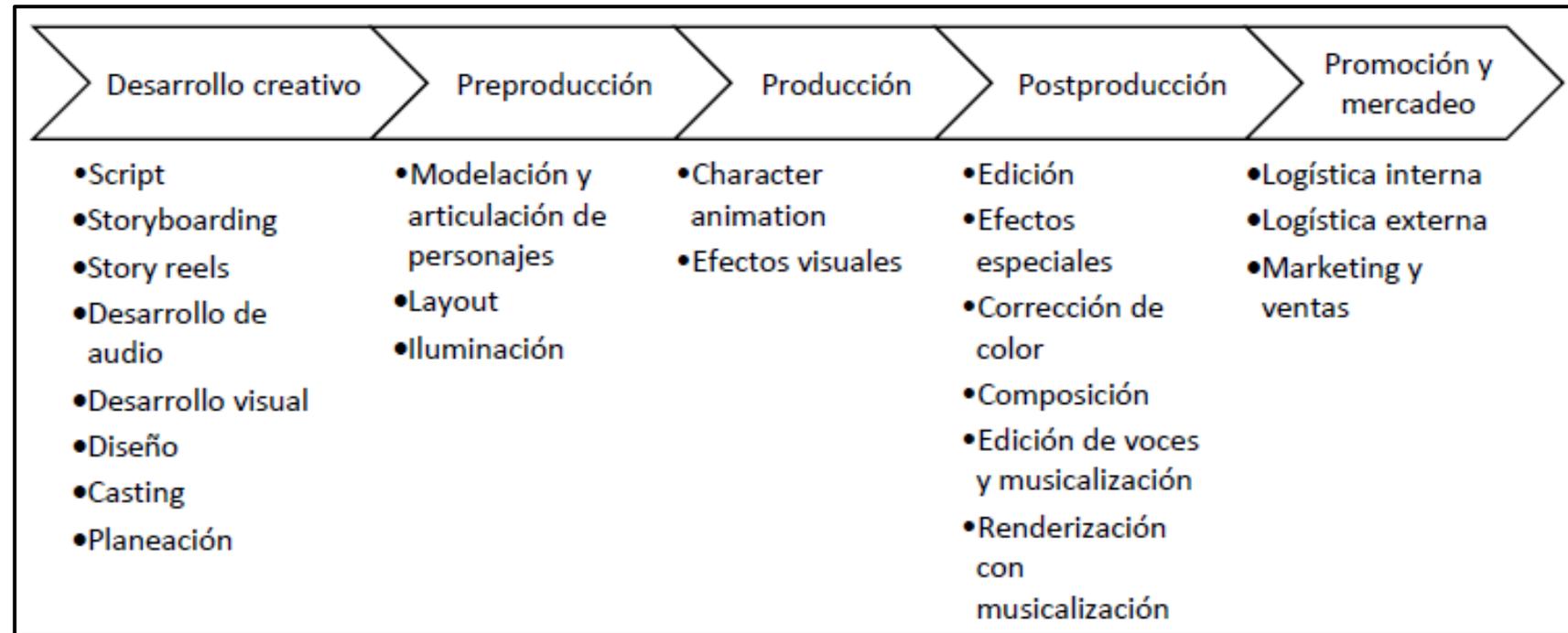


Cadena de Valor la Animación Digital

La animación incluye tanto a las empresas que producen sus **propios productos** que venden a la industria del entretenimiento, como a las firmas que **proveen servicios de animación** a otras más grandes que desarrollan películas, videojuegos, aplicaciones. Las nuevas tecnologías audiovisuales han contribuido a transformar el modo en que se crean las imágenes por computadora y las posibilidades de manipularlas. Si bien las **animaciones 2D** siguen teniendo lugar en el mercado, hay un creciente uso y difusión de la **animación 3D**, así como de la animación web.

En este sector se observa una tendencia a que las grandes empresas de animación formen parte de **conglomerados empresariales** que trabajan en el desarrollo de contenidos.

Estos grandes estudios están involucrados en las **diversas etapas de la cadena**, desde la preproducción a la distribución y su cadena de valor ejemplifica los procesos en los que incurre una empresa para desarrollar contenido propio.



Es importante considerar que debido a la escala de imágenes animadas que requiere una producción de esta envergadura, **los estudios subcontratan diversas tareas**, especialmente en la etapa de producción y en ciertas fases de la pre y postproducción.

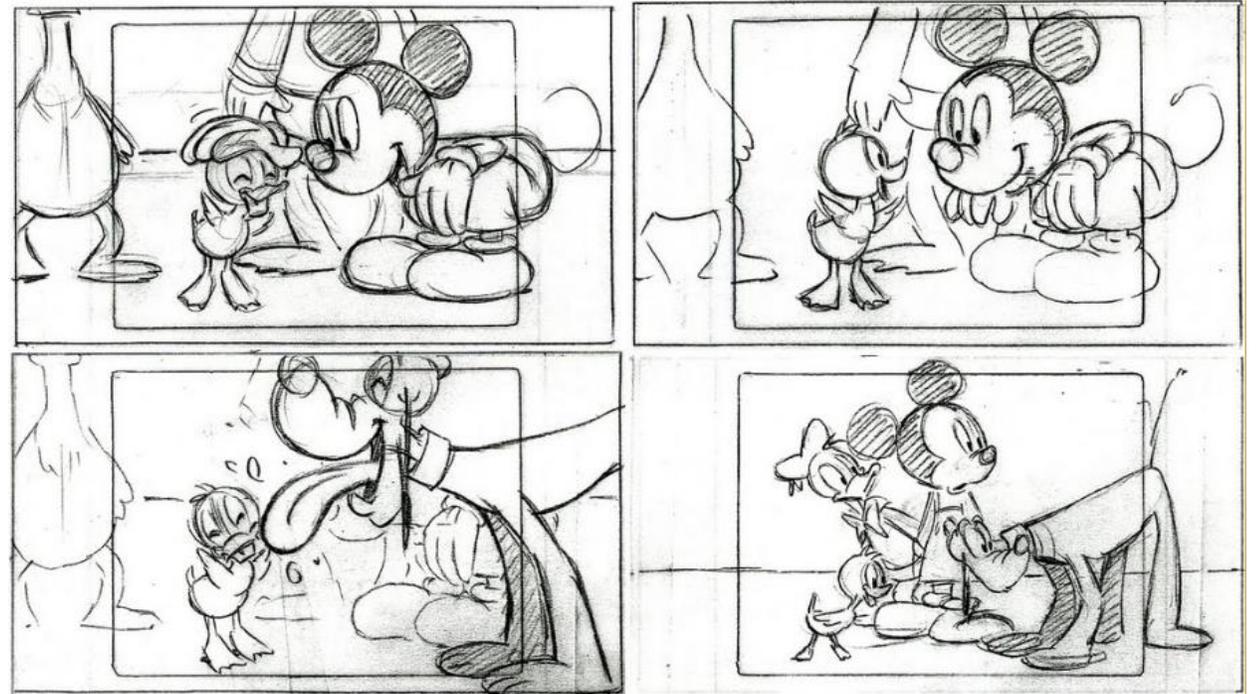
Cadena de Valor la Animación Digital

Desarrollo creativo: Escritura, concepción artística y diseño. El principio de la cadena desarrolla los aspectos creativos y de definición conceptual para el resto del proyecto.

En esta etapa se formula el marco conceptual y estético sobre el cual se va a trabajar y se define la estrategia de desarrollo de producto.

Los principales servicios involucrados en esta fase son:

- escritura de guiones,
- storyboarding (guion gráfico),
- desarrollo de audio (se graba parte del audio a animar posteriormente),
- desarrollo visual (definición del aspecto visual del contenido),
- diseño (de objetos y personajes),
- casting (de actores de voces).

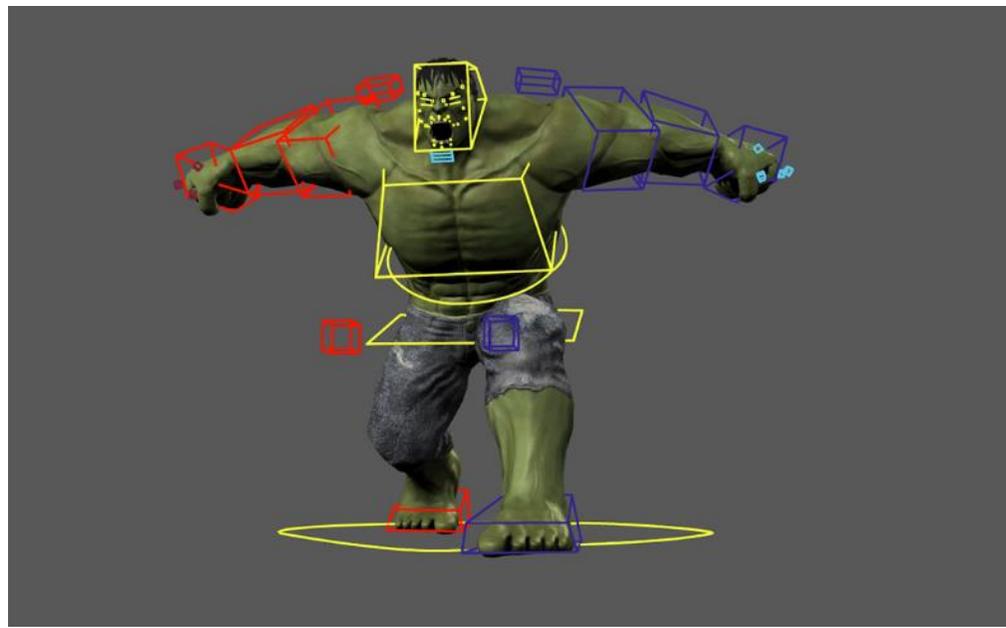


Cadena de Valor la Animación Digital

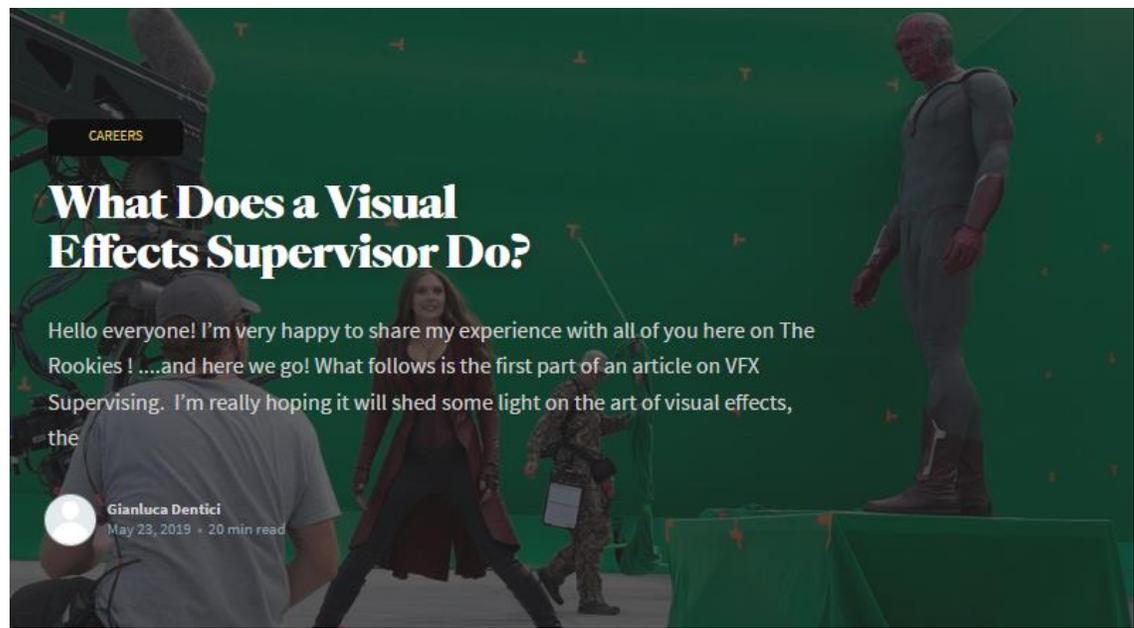
Preproducción: Se desarrollan de manera digital los conceptos previamente establecidos para construir personajes y escenarios.

Se demandan servicios como:

- modeling (modelado de personajes),
- rigging (articulación de personajes),
- shaders (texturización y sombreado),
- layout (modelación de los demás objetos de la película),
- iluminación (diseño de la iluminación de las escenas).



Producción: Se animan los personajes, objetos y escenarios creados junto con su respectivo audio. Se contratan servicios de animación, se empalman con las voces, **se incluyen efectos visuales** (e.g. efectos al movimiento de objetos), etc.



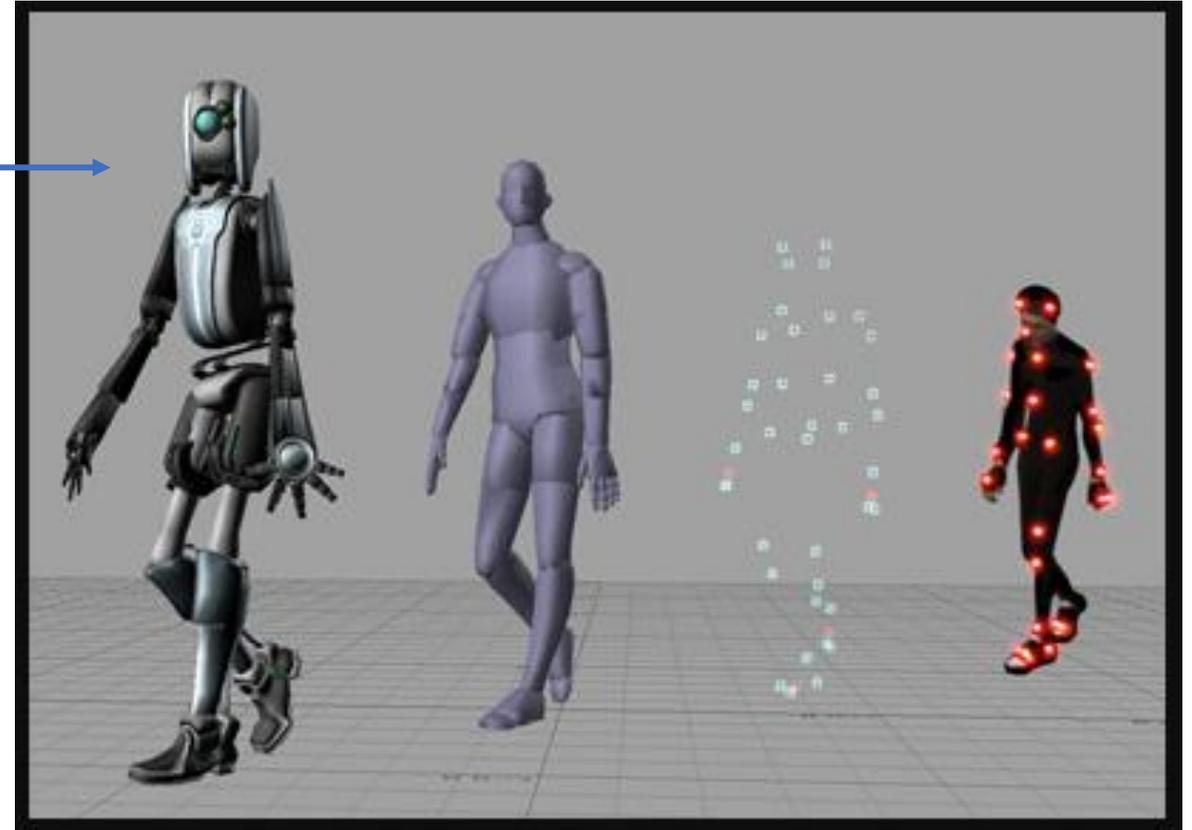
Fuente: BID
 - <https://discover.therookies.co/2019/05/23/what-does-a-visual-effects-supervisor-do/>
 - <https://www.monsuton.com/rigging/>

Cadena de Valor la Animación Digital

Posproducción: En esta última etapa de creación del producto se parte de los resultados de la etapa anterior y se consolida la secuencia en un producto terminado, junto con todos los detalles visuales y de audio necesarios.

Se contratan:

- actividades de edición (manipulación y arreglo de escenas),
- efectos especiales (simulación de imágenes, trucos o ilusiones),
- corrección de color (mejora de los atributos de la imagen en términos de color, contraste y saturación),
- composición (creación y ordenación de imágenes complejas con elementos reales,
- CGI (computer-generated imagery)
- edición de audio (manipulación e integración de elementos sonoros),
- musicalización (elaboración de piezas musicales para el producto)



Cadena de Valor la Animación Digital

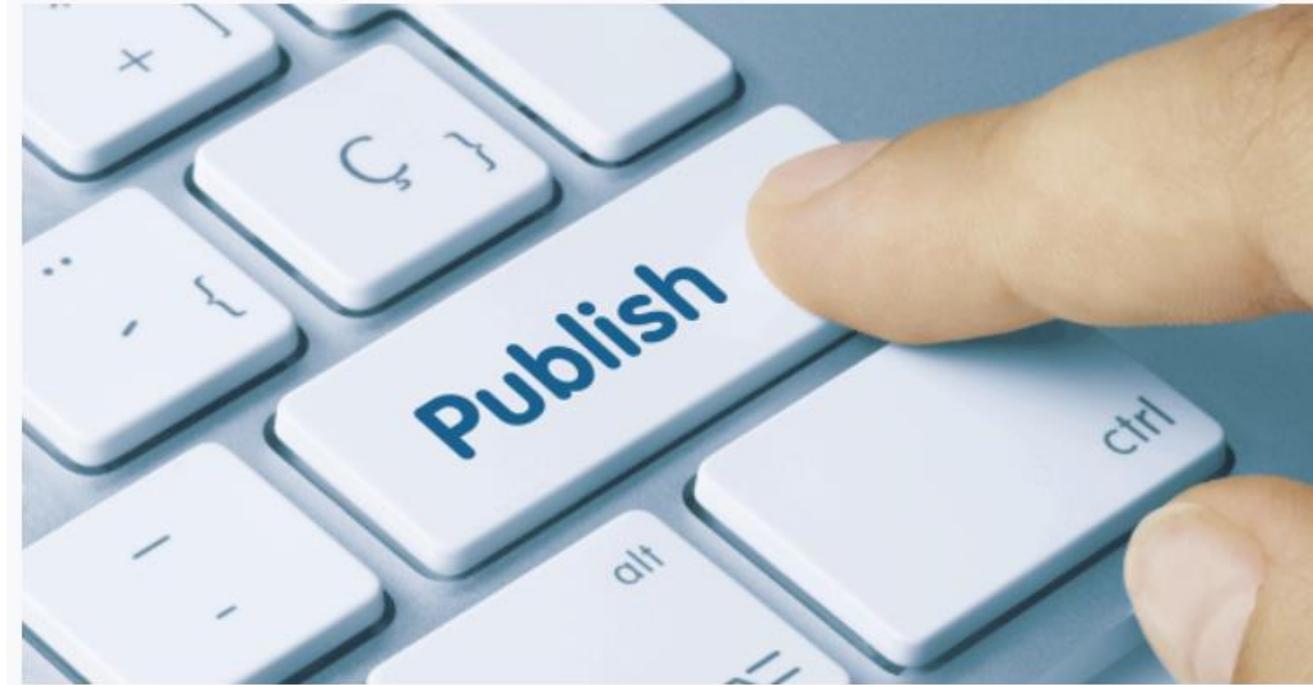
Distribución y exhibición: El producto terminado se lleva a las manos de los usuarios.

Para el caso de **aplicaciones de videojuegos** se hace a través de las plataformas digitales, mientras para los videojuegos de consola se debe realizar un proceso de negociación con las firmas propietarias.

La **empresa productora** negociar directamente o contratar un publisher, que es un agente encargado de intermediar entre el productor y las plataformas de distribución y exhibición.

Para el caso de las **animaciones originales** se negocia con los exhibidores, las plataformas de streaming o los canales de televisión directamente o a través de un agente de ventas.

Los servicios más relevantes son: distribución, exhibición, streaming, servicios de agencia de ventas, publishing.



Cadena de Valor la Animación Digital

Promoción y mercadeo: En esta etapa se realizan actividades para dar a conocer los contenidos a los usuarios finales a través de estrategias de mercado y pauta publicitaria.

En el campo de la animación esta labor puede ser realizada por la empresa productora o tercerizada.

Normalmente los agentes de ventas también realizan inversiones para promocionar los contenidos que representan.

En el campo de los videojuegos también son las mismas empresas productoras las que llevan a cabo de manera directa las estrategias **de promoción y mercadeo**, aunque en los últimos años el **publisher** también ha comenzado a intervenir en esta etapa.



Evolución del Comercio Exterior

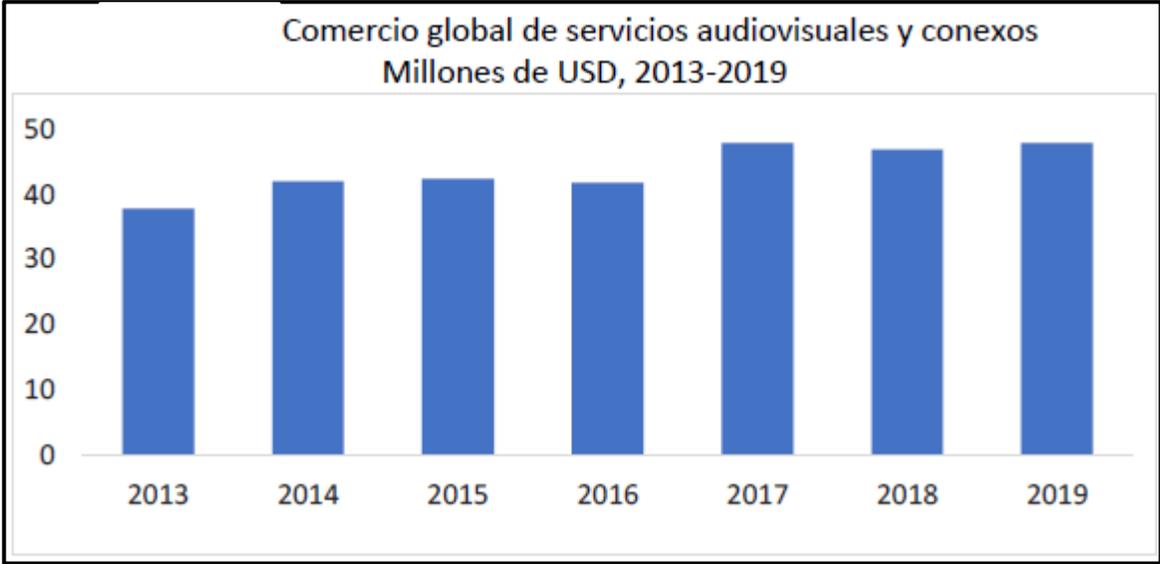
Comercio Exterior

No existen datos de comercio internacional desagregados sobre servicios de animación digital en Trade Map.

Dentro de las categorías para las cuales hay información disponible, las actividades están comprendidas en las estadísticas de comercio de servicios audiovisuales y conexos, licencias audiovisuales y servicios de informática.

En 2019, las exportaciones mundiales de servicios audiovisuales y conexos sumaron **USD 46,9 mil millones**. Si bien este valor implica una suba de **26,6% respecto de 2013**, durante el último trienio ha estado estancado.

No se incluyen la evolución del comercio global de licencias audiovisuales porque pocos países publican información detallada sobre esta categoría. No obstante, en los casos de EEUU y Canadá se explica también la evolución de estos servicios.



Los principales exportadores de servicios audiovisuales son EEUU, Luxemburgo, **Canadá**, Reino Unido y Francia.

Desde el punto de vista de las importaciones, los mayores mercados se encuentran en EEUU, Luxemburgo, Países Bajos, **Canadá**, Francia y Alemania. En la región se destaca Argentina, que se ubica en el 12º puesto a nivel global.

Fuente: BID, TradeMap



Tendencias y Perspectivas

De acuerdo con proyecciones de Grand View Research, el mercado global de **animación digital** (servicios, software y hardware) alcanzó **USD 13,4 mil millones en 2018** y se expandiría a un ritmo promedio de **11,0%** a.a. entre **2019 y 2025**, impulsado por desarrollos en la **tecnología de animación 3D**, la preferencia por videos de alta definición y **efectos de VR y AR** y un mayor uso de estas herramientas en sectores industriales.

Se espera que el mayor dinamismo corresponda a **software para animación 3D** (kits de desarrollo, plug-ins y soluciones de software) y **servicios de animación digital** como:

- consultoría,
- educación y capacitación,
- integración y desarrollo
- soporte y mantenimiento.

Tradicionalmente, el principal sector demandante de los servicios de animación digital a nivel mundial ha sido el de **medios y entretenimiento** (películas, series, videojuegos).

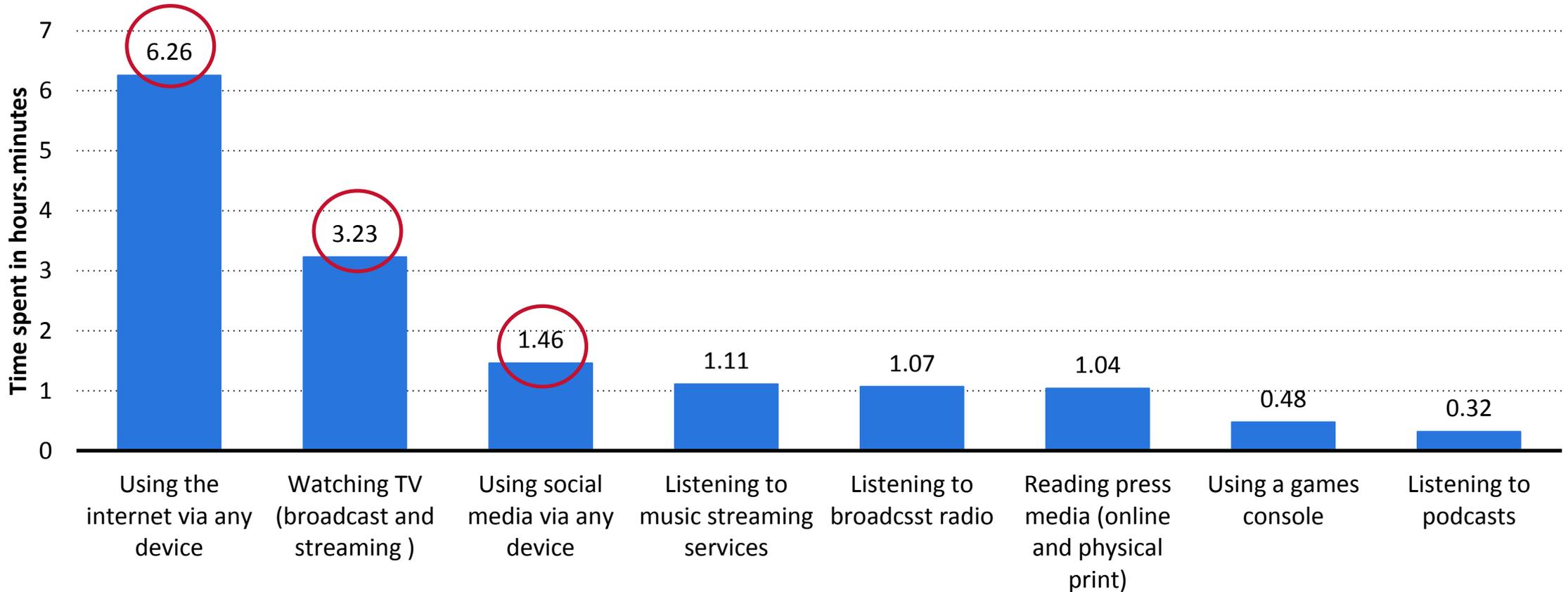


Si bien se prevé que esta industria mantenga su importancia y dinamismo, **cobra relevancia el uso de animación digital 3D** en la industria **manufacturera, arquitectura** y construcción, **salud** y ciencias de la vida, **educación**, gobierno y defensa.

Tal como sucede en otros sectores, se observa una tendencia al **offshoring** en servicios de animación digital

Canadá - Panorama General

Tiempo diario dedicado a medios seleccionados entre adultos en Canadá en enero de 2021 (en horas.minutos)

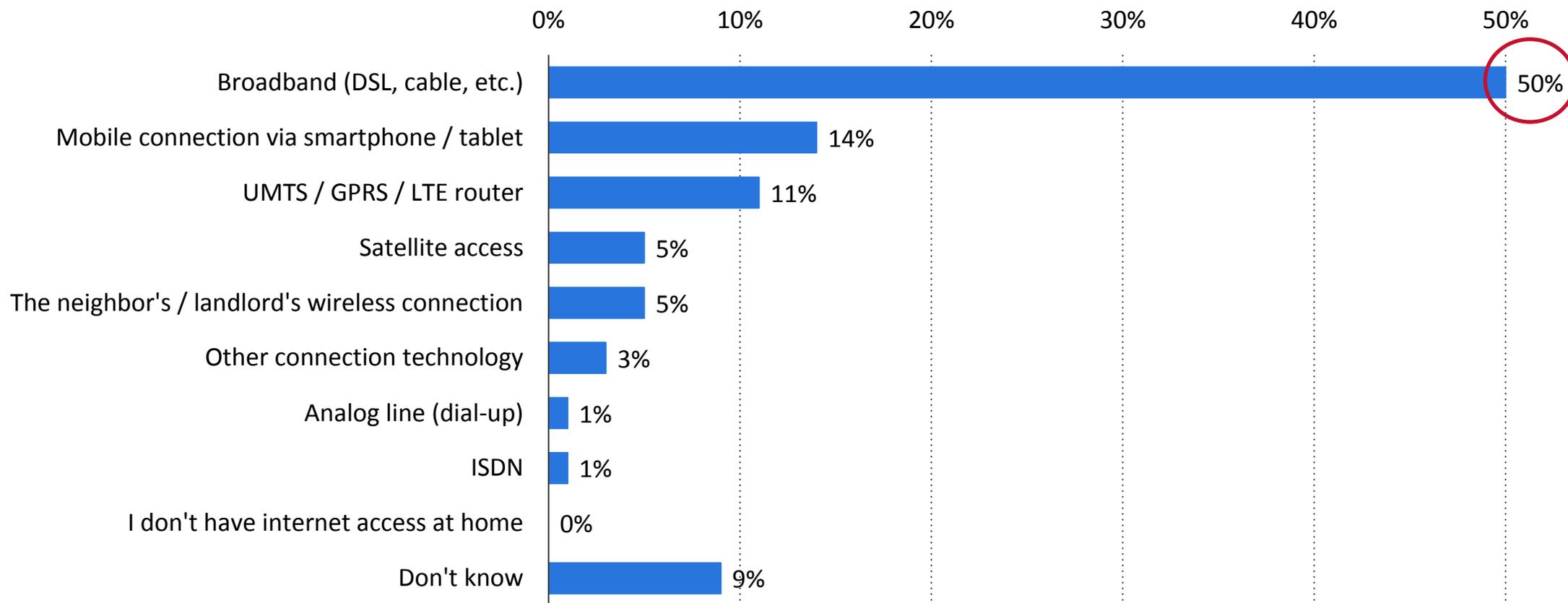


En enero de 2021, los canadienses pasaron un promedio de una hora y 46 minutos por día usando las redes sociales y más de seis horas por día usando Internet en general. El consumo de televisión también fue alto, con más de tres horas, mientras que los canadienses dedicaron menos tiempo a la transmisión de música o a las actividades de juegos.

Fuente: GWI; We Are Social; Hootsuite; Data Reportal

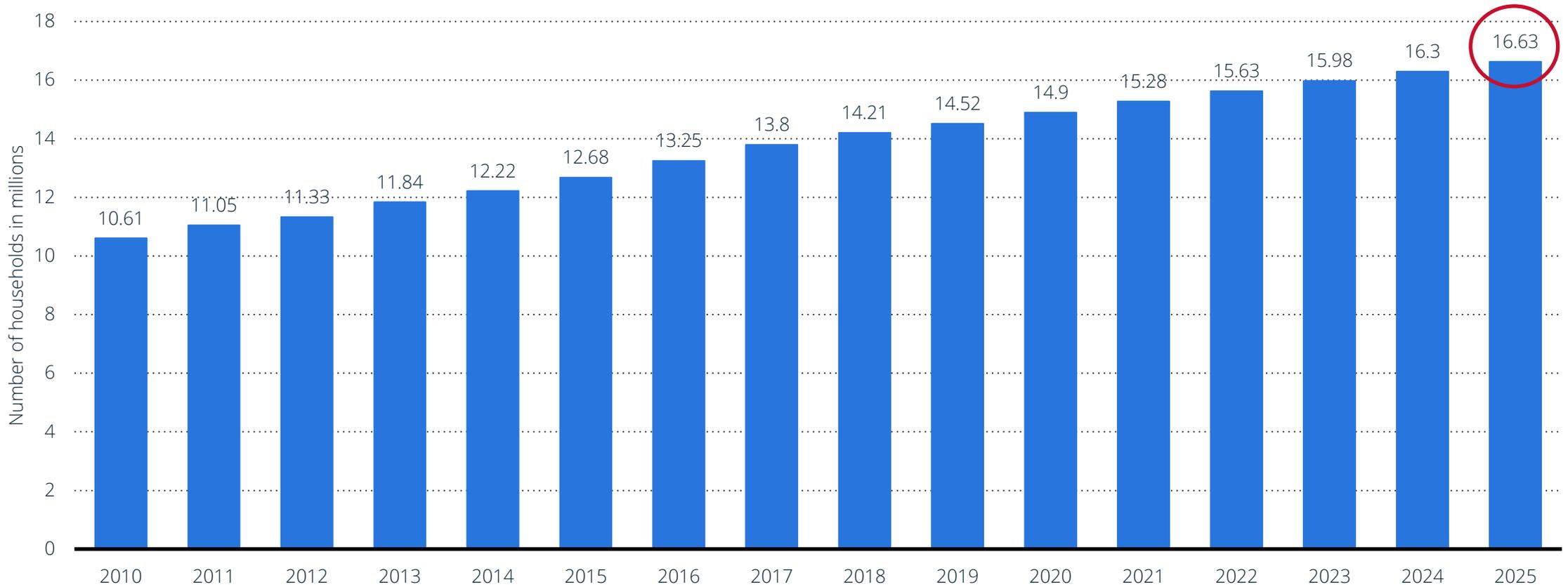


¿Cómo accede principalmente a Internet en casa?



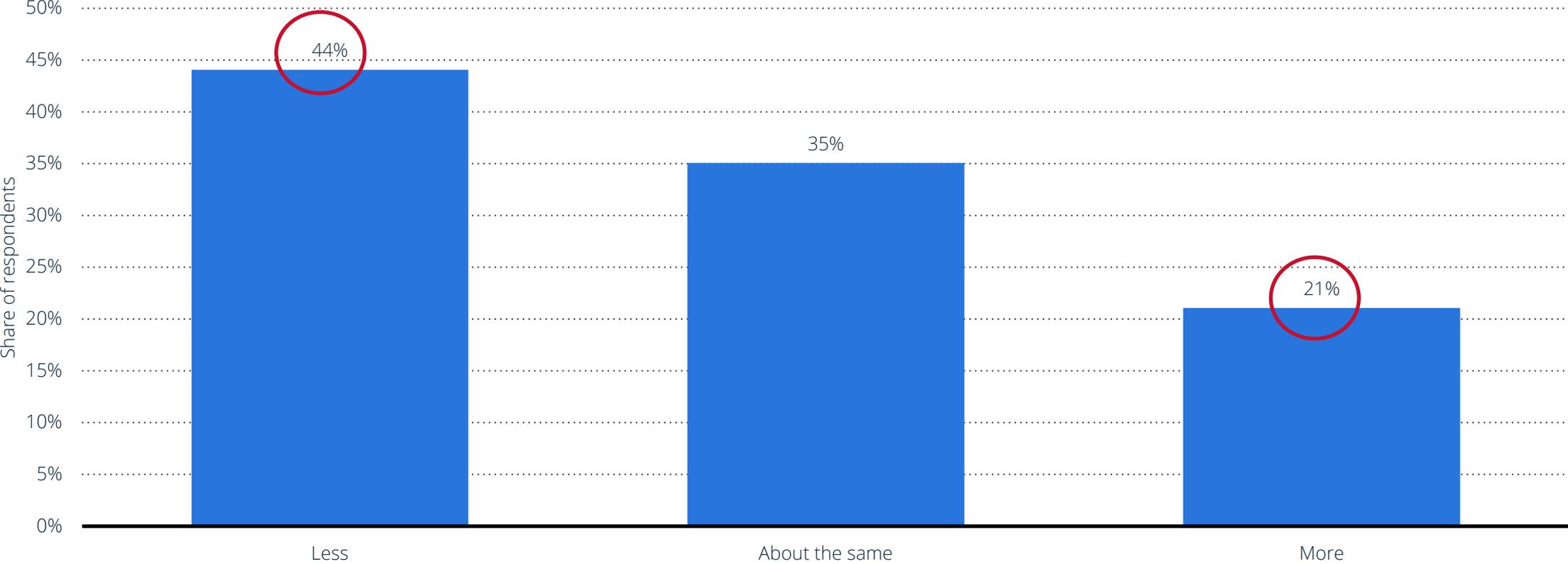
Los datos mostrados sobre [el acceso a Internet](#) por tipo muestran los resultados de la Encuesta global de consumidores de Statista realizada en Canadá en 2021. Alrededor del 50% de los encuestados respondieron la pregunta "¿Cómo accede principalmente a Internet en casa?" con "Banda ancha (DSL, cable, etc.)".

Pronóstico del número de hogares con acceso a Internet en el hogar en Canadá desde 2010 hasta 2025 (en millones)



Esta estadística muestra el número estimado de hogares con Internet en Canadá desde 2010 hasta 2025. Se prevé que el número de hogares con acceso a Internet en el hogar alcance los 16,63 millones para 2025.

Proporción de personas que ven películas en un cine después de la pandemia de coronavirus en los Estados Unidos y Canadá en 2020



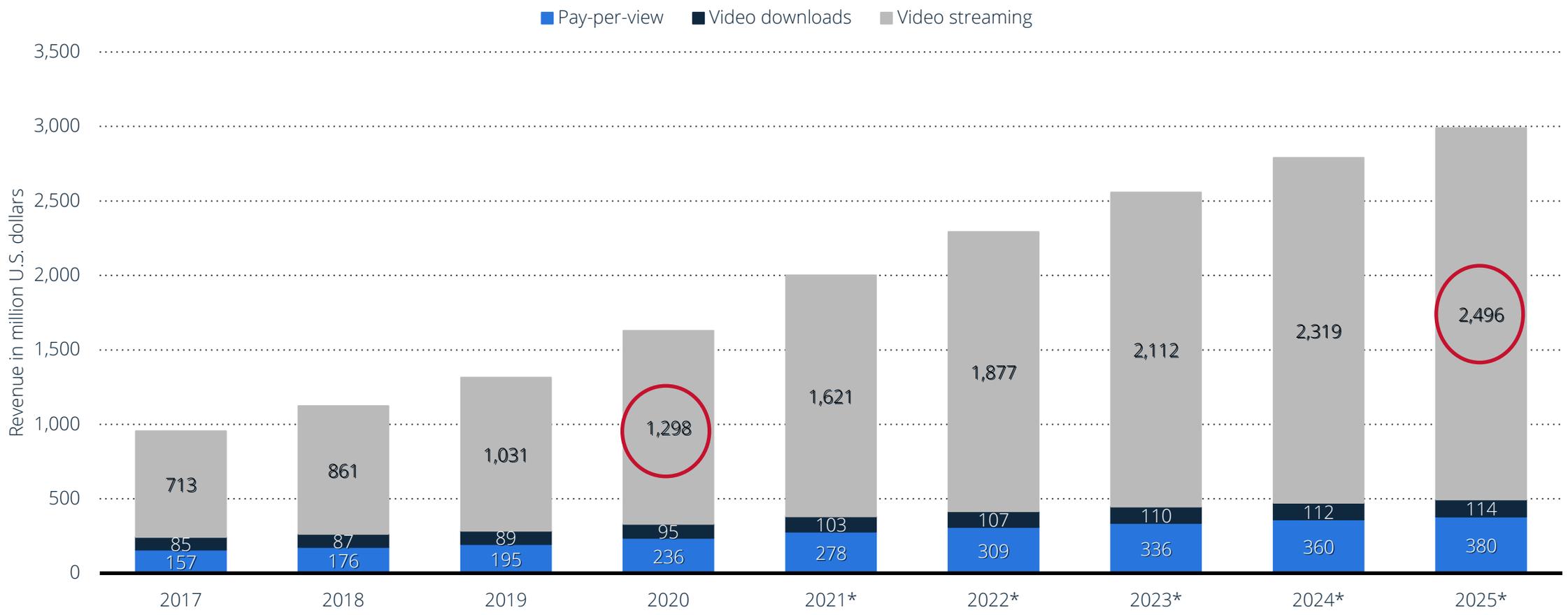
Según una encuesta **realizada en 2020**, el 44% de los encuestados estadounidenses y canadienses afirmaron ir **menos al cine** después de que la pandemia de coronavirus haya disminuido. Por el contrario, el 21% de las personas entrevistadas afirmaron que verán más películas en los cines.

Fuente: <https://blog.tivo.com/wp-content/uploads/2021/01/Q4-2020-TiVo-Video-Trends-Report.pdf>



Canadá - Vídeo y Televisión

Ingresos de video a pedido en Canadá de 2017 a 2025, por tipo (en millones de USD)

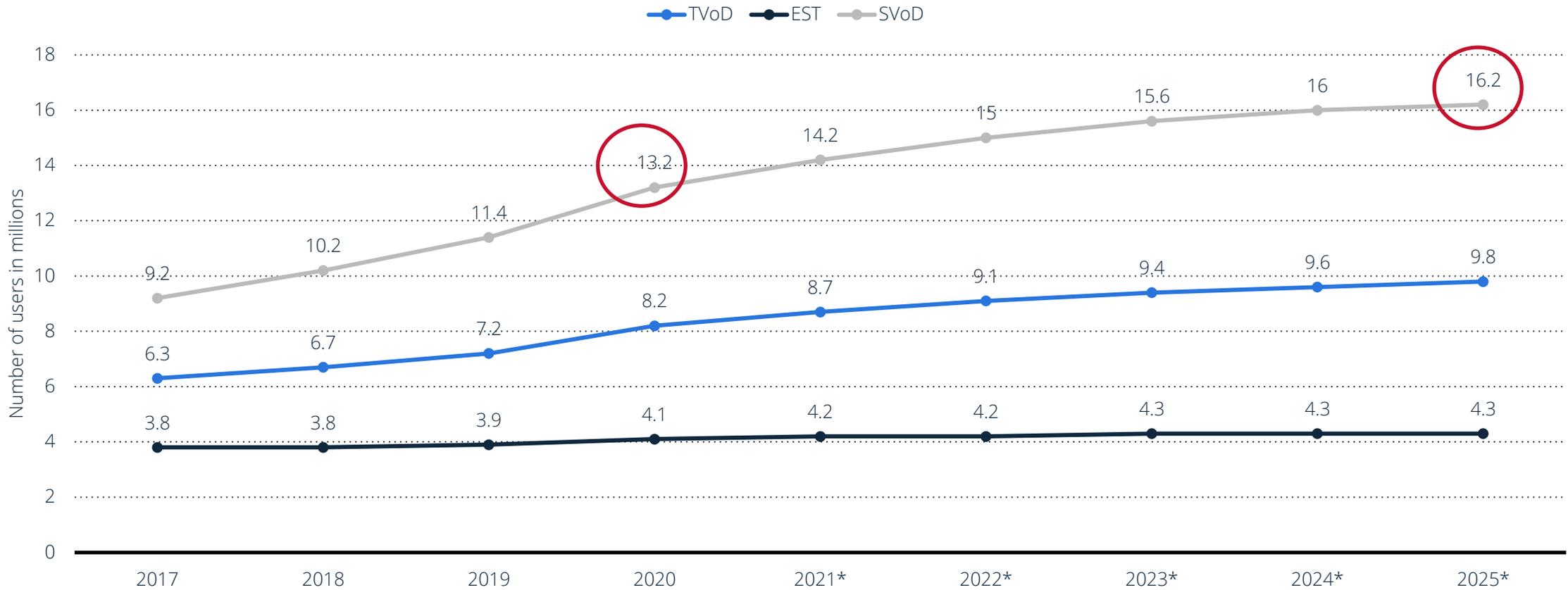


Se espera que los ingresos de transmisión de video a pedido en Canadá crezcan de USD 1'300 millones en 2020 a USD 2'500 millones en 2025.

Fuente: Statista; Statista Digital Market Outlook:



Número de usuarios de video digital en Canadá de 2017 a 2025, por tipo (en millones)

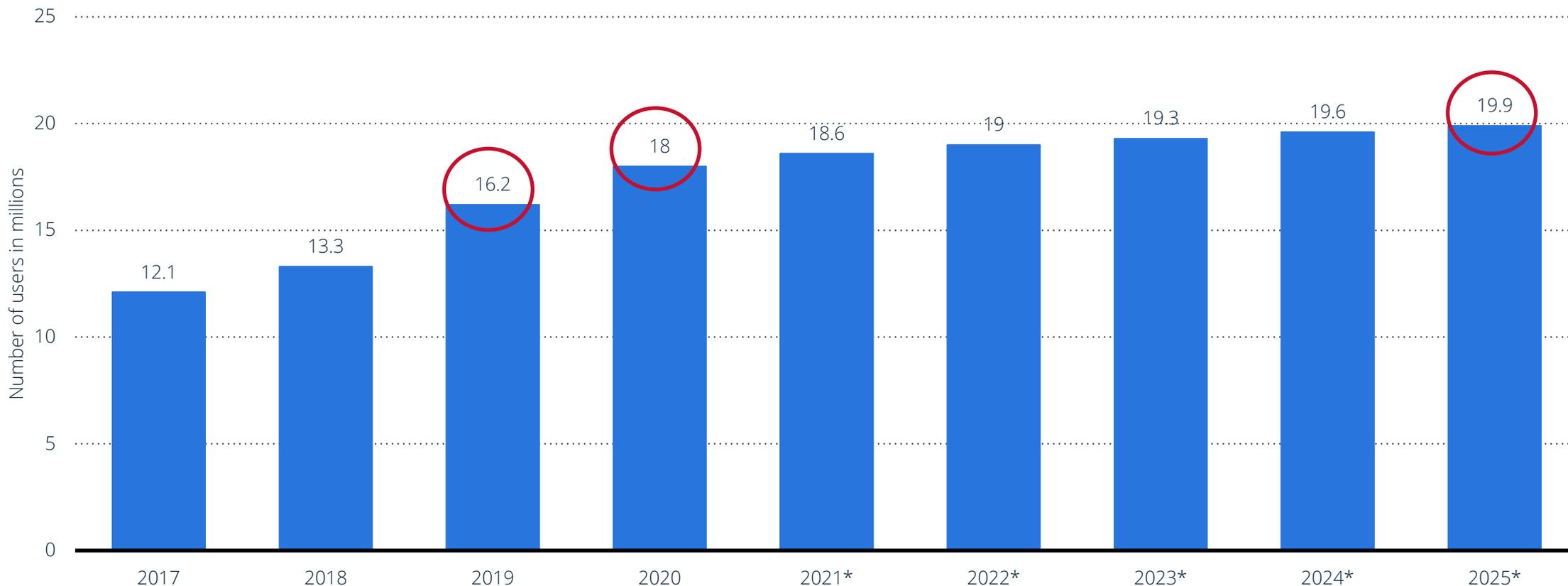


El gráfico ilustra el número de **usuarios de video digital en Canadá** de 2017 a 2020 y proporciona un pronóstico de los mismos hasta 2025, desglosado por tipo. Se espera que la cantidad de espectadores de video a pedido por suscripción en Canadá aumente de 13,2 millones en 2020 a 16,2 millones en 2025. Electronic sell-through (EST) “pago único y descarga”, Transaccional video on demand TVoD, Subscription video on demand (SVoD).

Fuente: Statista; Statista Digital Market Outlook:



Número de espectadores de Netflix en Canadá de 2017 a 2025 (en millones)

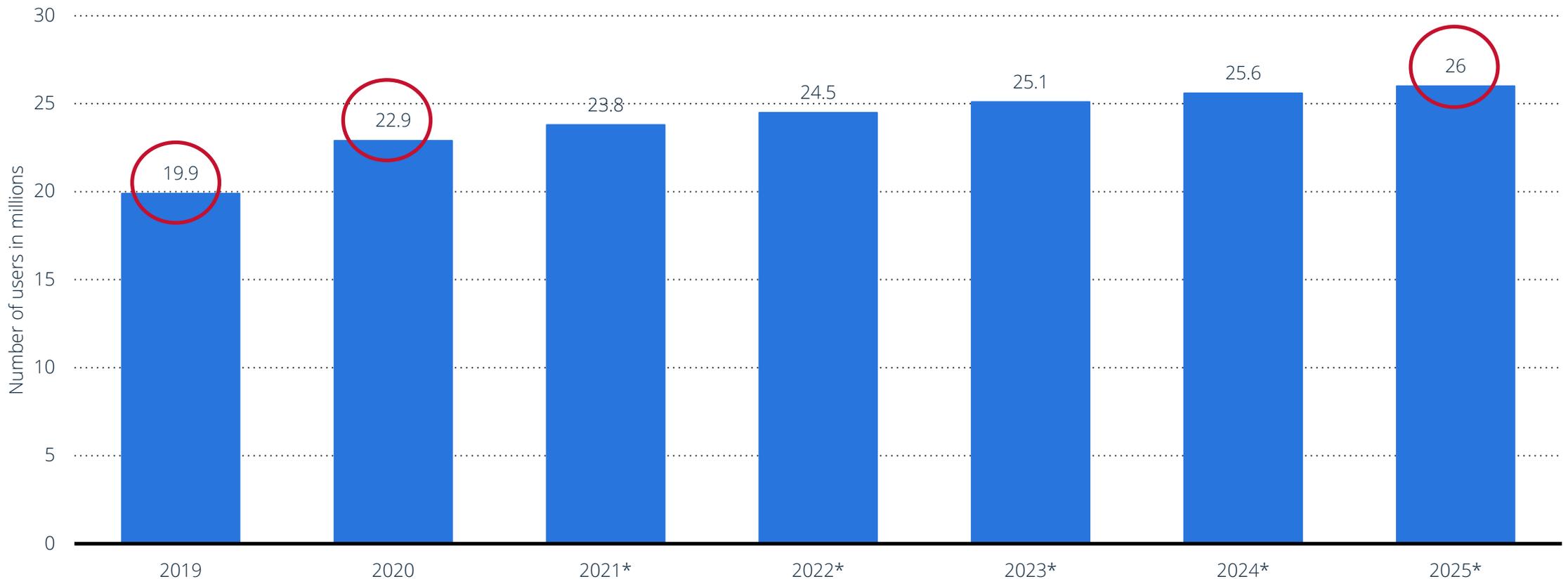


En 2020, había alrededor de **18 millones de canadienses que usaban Netflix** a través de la aplicación o el sitio web al menos una vez al mes, frente a los 16,2 millones de usuarios del año anterior. Entre 2018 y 2019, la cantidad de usuarios de Netflix en Canadá aumentó en casi tres millones, con 16,2 millones de canadienses usando Netflix en 2019. Se espera que las cifras crezcan constantemente y se estima que para 2025 habrá más de 19 millones de usuarios de Netflix en Canadá. Canadá.

Fuente: <https://www.mediaplaynews.com/canadian-svod-market-projected-to-reach-28-million-subs-in-2022-driven-by-netflix/>

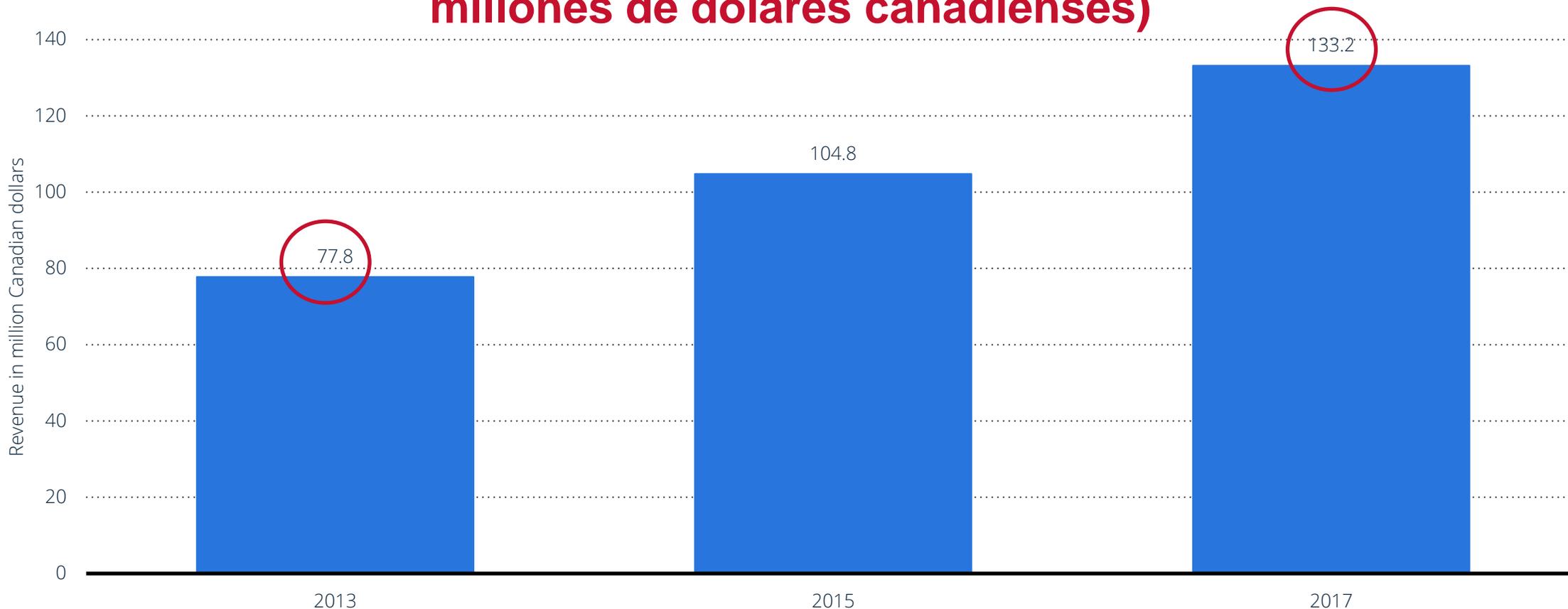


Número de espectadores de video over-the-top (OTT) por suscripción en Canadá de 2019 a 2025



En 2020, la cantidad de usuarios de videos over-the-top (OTT) por suscripción en Canadá fue de aproximadamente 23 millones, un aumento impresionante de los 19,9 millones registrados el año anterior. Se espera que la cifra crezca gradualmente cada año y supere los 26 millones para 2025.

Ingresos por efectos visuales 3D y animación en la industria de posproducción de cine, televisión y video en Canadá de 2013 a 2017 (en millones de dólares canadienses)



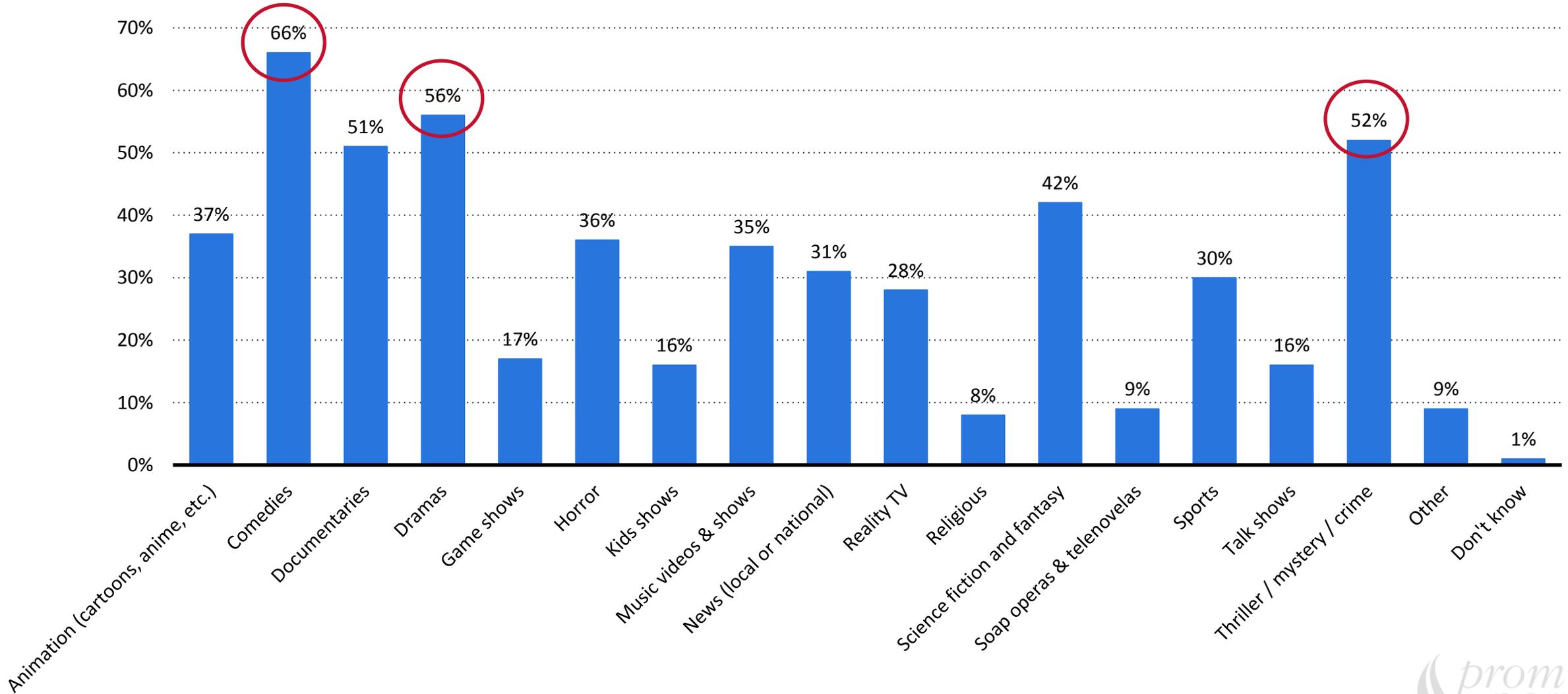
Esta estadística presenta información sobre los ingresos por efectos visuales y animación en 3D en la industria de postproducción de cine, televisión y video en Canadá de 2013 a 2017. Durante el período de la encuesta, se descubrió que los ingresos por servicios de animación y efectos en 3D ascendieron a 133,2 millones dólares canadienses en 2017, frente a los 77,8 millones de 2013.

Fuente: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=2110007701> :



Preferencias de video digital por género

En general, ¿qué tipo de películas o programas ve como contenido en línea? (selección múltiple)



Fuente: Statista GLOBAL CONSUMER SURVEY



Canadá – Animación Digital

Mercado de la Animación Digital

Canadá es el hogar de una industria de medios digitales próspera 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 y Hotel Transylvania.

Los estudios canadienses también están muy involucrados en la producción de publicidad comercial y muchas series de televisión populares Games of Thrones, The Walking Dead, y Onece Upon a Time.

Canadá es el hogar de algunos de los principales líderes en animación y contenido para niños, incluyendo Big Bad Boo, Wild Brain, SpinMaster 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.



Mercado de la Animación Digital

Durante el período fiscal 2018/2019, la producción animada en Canadá alcanzó USD 344 millones (7,5% más que el año anterior). Los contenidos para televisión representaron 97% del total y casi la totalidad corresponde a producciones para el público infantil y adolescente.

El sector de animación digital de Canadá es uno de los más importantes y con mejor reputación a nivel global, particularmente en el segmento de películas y series.

La competitividad canadiense en esta industria se basa principalmente en dos factores: la disponibilidad de capital humano calificado y los incentivos fiscales.

El crecimiento ha sido impulsado por:
Aumentos de la demanda de servicios de postproducción en películas y televisión que representaron el 60% de los ingresos de la industria.

Estudios cinematográficos, que representan el segundo mercado más grande para los servicios de la industria (aprox 20%)

Demanda de otras industrias, incluyendo videojuegos

Demanda de agencias de publicidad.



Ingresos Totales Publicidad Canadiense \$ 6381 millones (2019)
CAGR 19% 15/29
Se proyecta para 2025 \$ 9489 millones (57% desde 2020).



Fuente: BID, Ibis World, Nordicity
<https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/video-postproduction-services-industry/>
<https://www.investcanada.ca/tag/entertainment-and-media> <https://store.marketline.com/report/digital-advertising-in-canada-2/>

Mercado de la Animación Digital

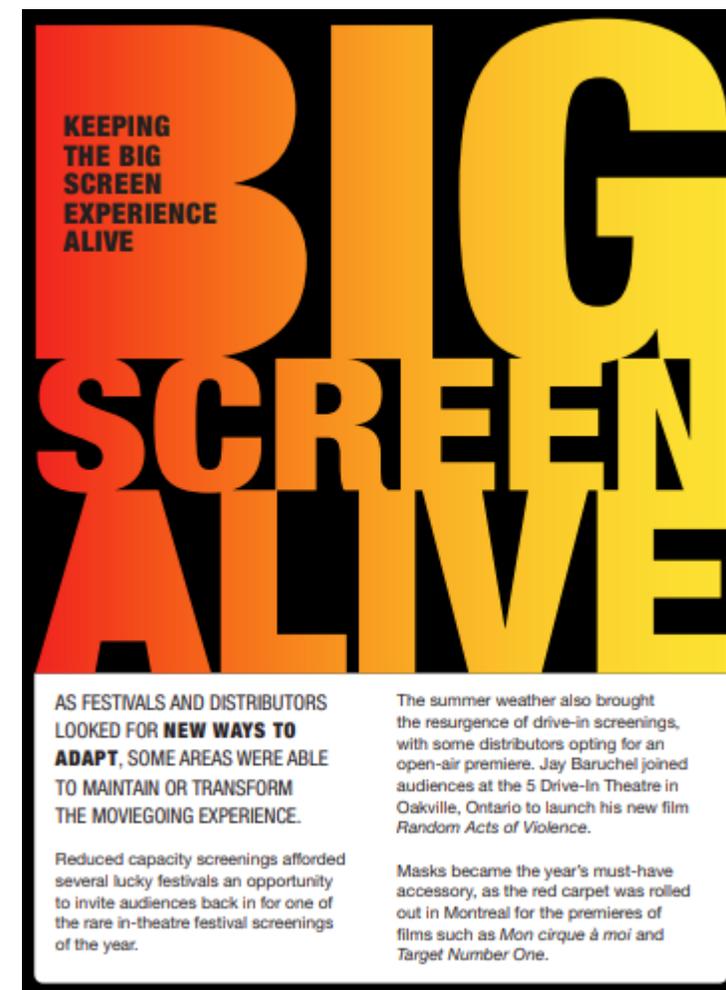
Las industrias de postproducción y otras industrias cinematográficas y de video en Canadá tienen más de 1'648 establecimientos, compuestos principalmente por empresas más pequeñas con 0 a 99 empleados. El ingreso promedio de estos establecimientos es de \$ 246 mil y el 90% de ellos son rentables.

Con más de 60 estudios que componen la industria de VFX y animación, Vancouver es el grupo más grande del mundo de estudios 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.

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 involucrado a 17 países socios. Los países socios fueron entre ellos Australia, Bélgica, Francia, Islandia, Italia, Noruega y UK.

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 de Canadá son reclutados por estudios como Walt Disney Animation, Fox Animation Studios, Warner Bros y DreamWorks SKG.



Tendencias de Mercado

La animación es una de los segmentos de más rápido crecimiento en el mercado mundial de medios y entretenimiento.

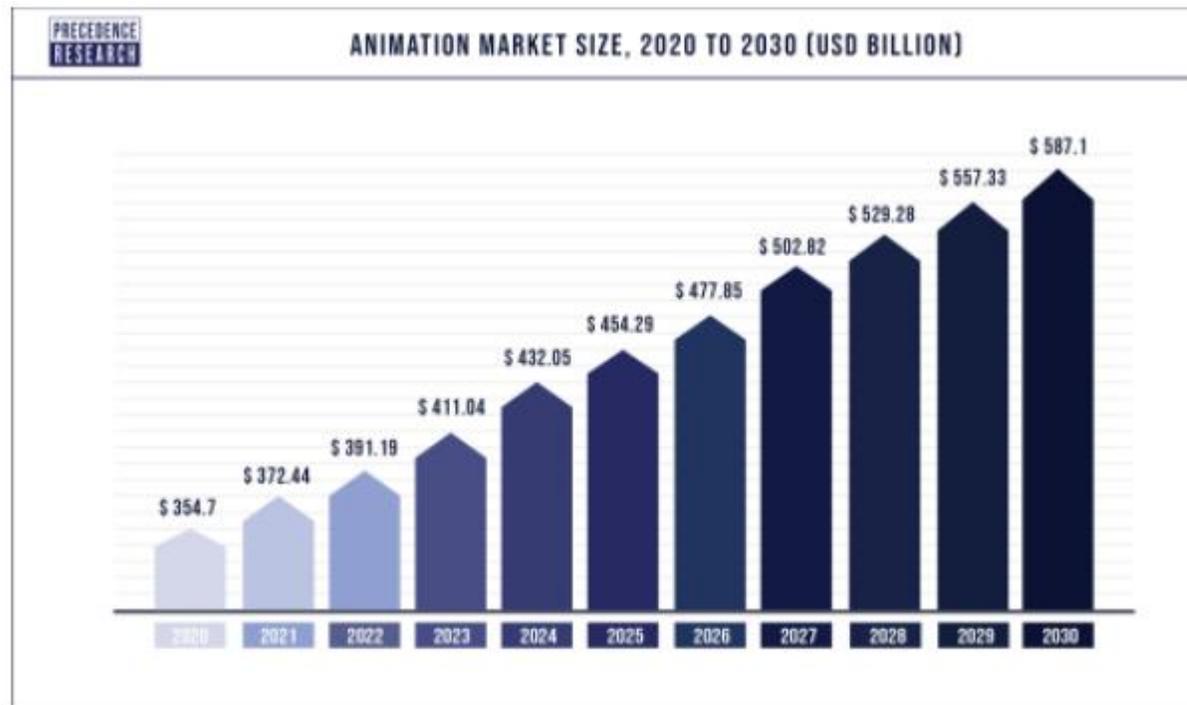
Se estimó que estaría valorado en USD \$ 354 mil millones en 2020 y se espera que crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta 5.2% a USD \$ 642 para 2030.

Algunos de los principales impulsores:

- Adopción de soluciones en la nube para animadores
- Aumento de la demanda de contenido de alta calidad
- Mayor uso de VFX en las películas

La subcontratación de la animación se está generalizando y los países desarrollados subcontratan cada vez más servicios a empresas de animación digital 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 de bajo costo han permitido que las naciones nuevas y emergentes compitan a nivel mundial.



Tendencias de Mercado

Además de los incentivos fiscales y la depreciación del dólar canadiense frente al dólar estadounidense, han alentado a los productores de video estadounidense a llevar negocios de posproducción a Canadá, convirtiendo a Canadá en un mercado basado en servicios.

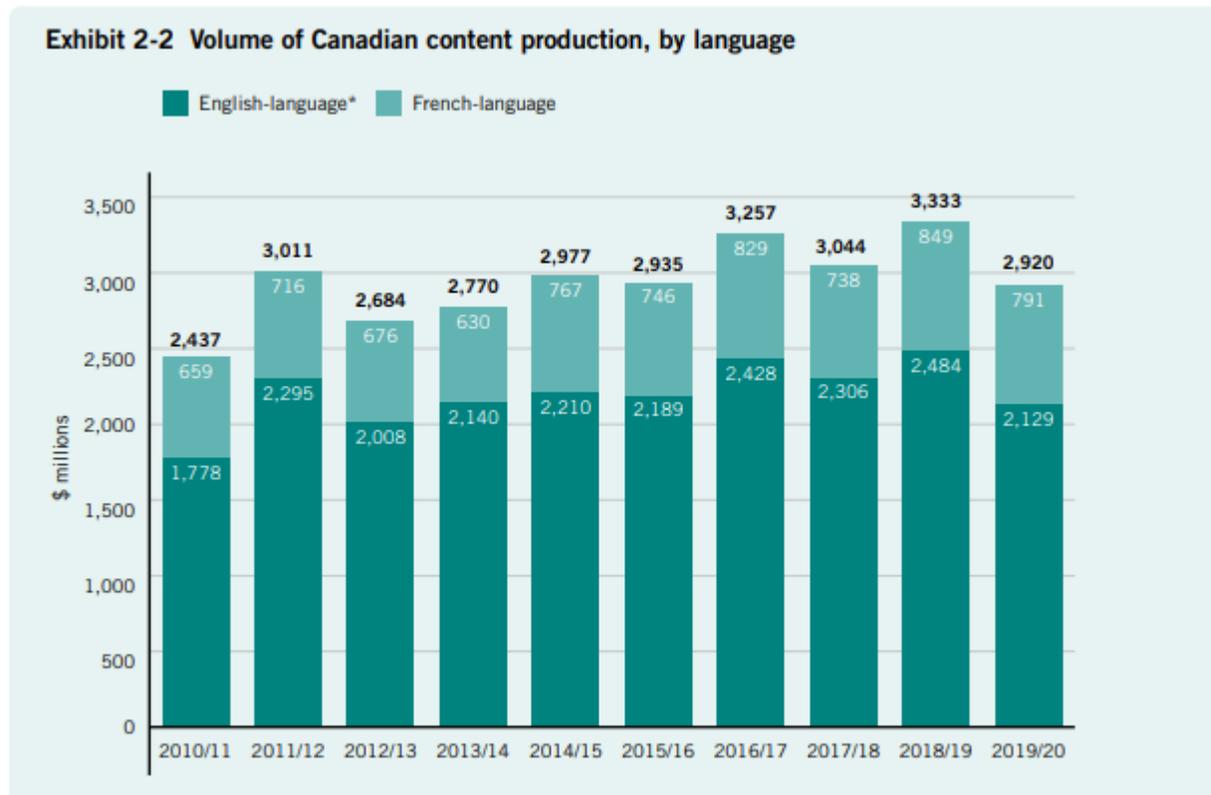
Esto es particularmente cierto en Ontario, Quebec y Columbia Británica, donde se proporcionan incentivos fiscales a los productores de videos.

Por lo tanto, ciudades como Vancouver y Toronto han experimentado afluencia alta de negocios por parte de cineastas en los últimos cinco años.

En 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.

En 2019-2020 la producción de contenido de las plataformas de video por suscripción (SVOD) como Netflix, Amazon Prime, Disney+, Apple TV, HBO Max y Hulu elevó la producción de servicios en Canadá con un máximo histórico de \$5 mil millones.

Fuente: BID, Nordicity
https://cmpa.ca/wp-content/uploads/2021/05/PROFILE-2020_EN.pdf



Empresas Canadienses

Muchas empresas subcontratan a otros países, incluido empresas de LATAM. Entre las características que buscan las empresas se encuentran:

-  Comunicación y lenguaje, incluida la información perdida en la traducción, lo que genera la necesidad de revisiones.
-  Geografía y zonas horarias
-  Calidad de trabajo y profesionalidad

Muchas empresas encuentran entre sus prioridades para determinar alianzas o partners los siguientes puntos:

-  Calidad de trabajo y creatividad
-  Precio
-  Derechos humanos y ambiente de trabajo saludable
-  Capacidad de escalar para satisfacer las demandas del proyecto.

¿Cómo las empresas Peruanas pueden competir?

35

Las empresas canadienses que han trabajado con empresas de distinto idioma puede llevar que se pierda información importante en la traducción, lo que ocasiona 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 francesa.



Generar una percepción de poder realizar trabajos a gran escala, para dar mayor alcance de trabajo y competitividad.

Comprensión adecuada del mercado de la animación canadiense, así de cómo iniciar y gestionar profesionalmente las coproducciones a nivel internacional.

Fuente: BID, Nordicity

<https://online.maryville.edu/blog/animation-tools/>

¿Cómo las empresas Peruanas pueden competir?

36

Las empresas canadienses identifican la calidad del trabajo, la creatividad y el precio como los factores más importantes para elegir un socio internacional.

Las empresas peruanas pueden aprovechar sus fortalezas existentes para ser más competitivas. Una ventaja importante es que la demografía y los mercados dentro de los 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 colaborar con socios que comprendan la cultura y el idioma español. Además el auge de los servicios de transmisión (Netflix, Amazon Prime Video, etc) ha permitido la diversificación de contenido y la creación de películas y televisión muy nichos y culturalmente específicos.

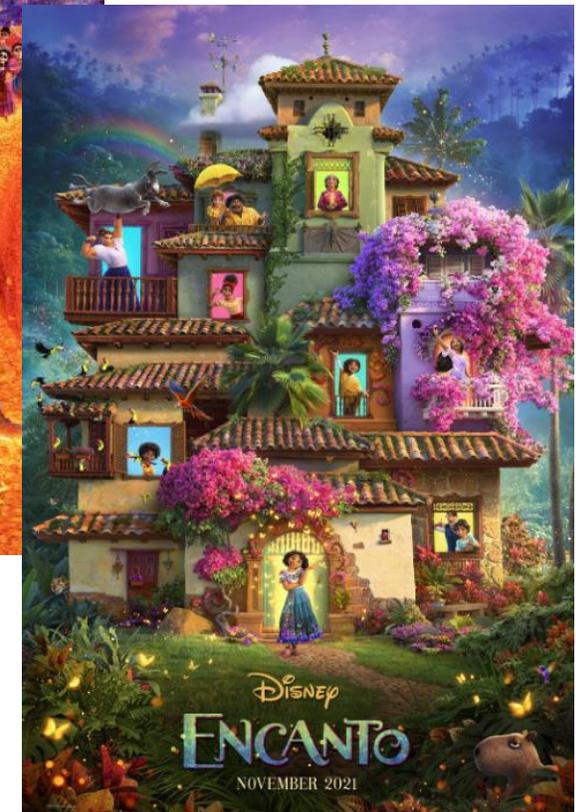
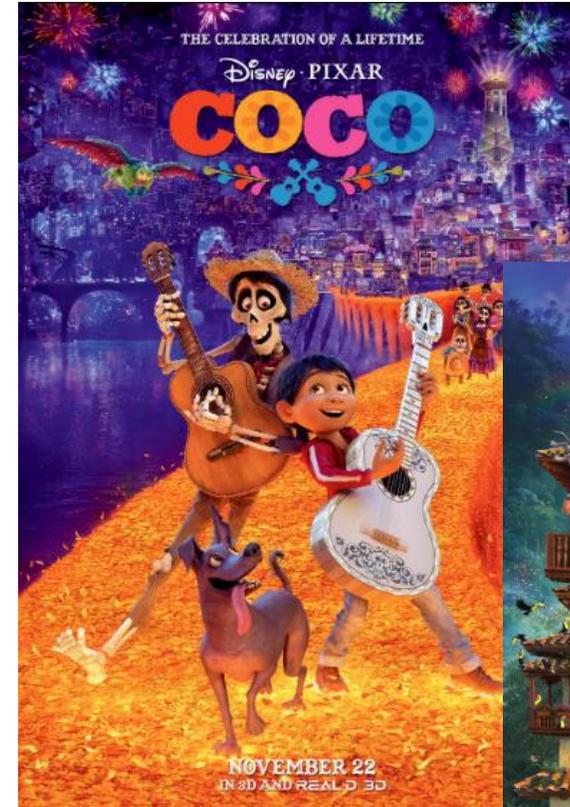
Aprovechamiento de estilo narrativo único, mostrar su visión del mundo y cultura única.

Entendimiento de cómo funcionan los créditos fiscales de impuestos para fijar un precio por los servicios.

Fuente: BID, Nordicity

<https://www.imdb.com/title/tt2380307/>

<https://www.imdb.com/title/tt2953050>



Ejemplo de Precios

Cada provincia en Canada tiene su propio incentivo fiscal para la animación. Para este caso se ha optado por elegir Columbia Británica porque el crédito fiscal de animación digital y efectos visuales (DAVE) es más bajo que el equivalente de Ontario (16% frente 18%)

Este ejemplo es para fines demostrativos y asume que la calidad de trabajo entre las empresas extranjeras y las canadienses son la misma, además no toma ineficiencias laborales.

El salario medio por hora de los trabajadores de animación en Canadá es de CA \$ 27.18, lo que equivale s US\$ 20.39.

El ejemplo mostrado refleja cómo las producciones de animación recuperan 50% de sus costos debido a los créditos fiscales y provinciales.

	Artículo de la línea del proyecto	Monto (\$ CA)	Descuento
A	M.O en BC incurida por la empresa de producción	<u>500,000</u>	
B	Trabajo neto en BC asociado directamente con la animación	400,000	
C	Crédito Fiscal BC PSTC	140,000	28%
D	Crédito Provincial (DAVE)	64,000	16%
E	Total Crédito Fiscal de la Provincia	204,000	C + D
F	M.O. en BC neto	296,000	A - E
G	PSTC - Crédito fiscal federal	47,360	16%
H	Total de Créditos provinciales y federales	<u>251,360</u>	E + F

Fuente: BID, Nordicity

<https://ca.talent.com/salary?job=animator>
<https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/hollywood-production-canada-hits-new-high-currency-tax-credits-1197708/>



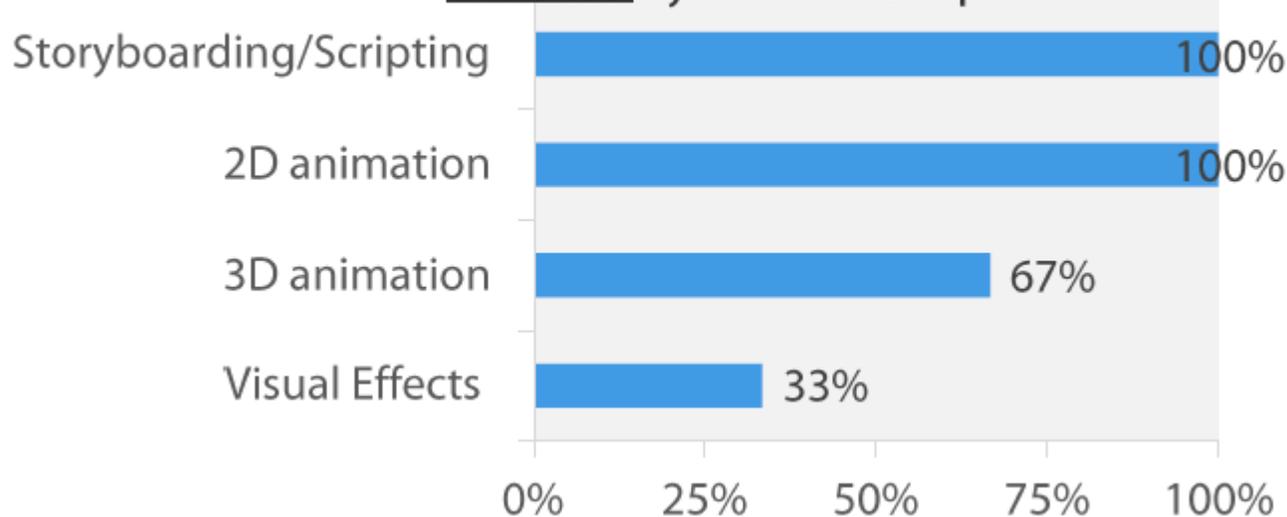
Encuesta a Empresas Canadienses de Animación Digital ³⁸

Información general de las empresas

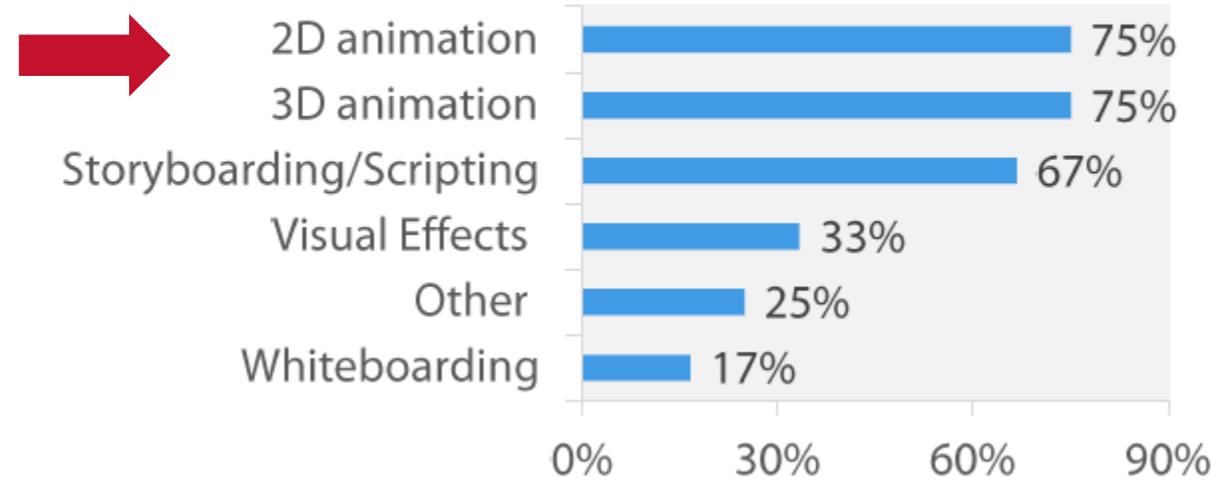
Se solicitó a los proveedores de servicios de animación y a los compradores de servicios que seleccionaran todos los servicios que prestan y/o compran

- De aquello que brindan servicios de animación, el 75% dijo que brindan animación tanto en 3D como en 2D.
 - El 67% dijo que brindan servicios de guiones gráficos / guiones, mientras que el 33% dijo que brindan efectos visuales.
 - El 25% dijo que brindaban otros servicios, incluyendo Motion Graphics y Visual Development.

Animation Services Purchased by Canadian Companies



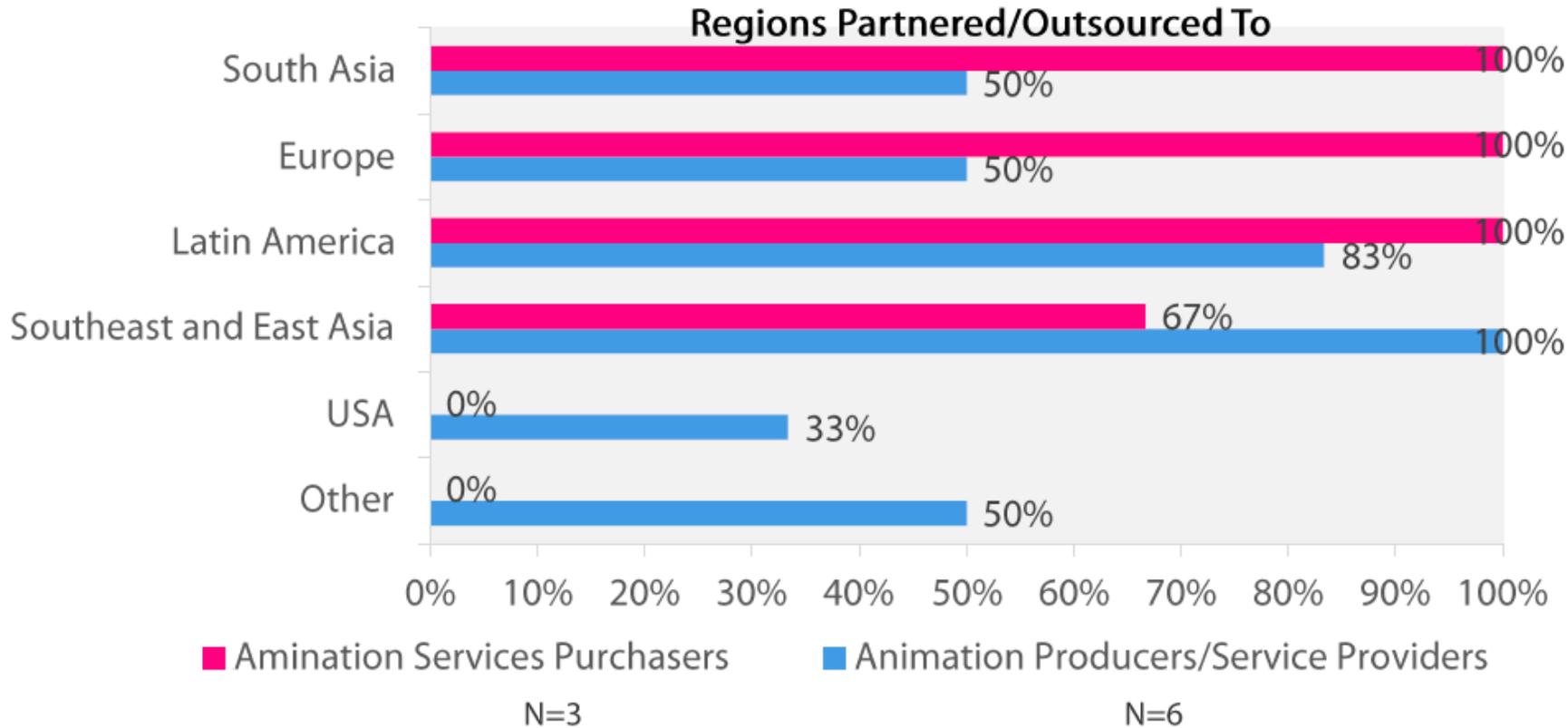
Services Provided by Canadian Animation Companies



De aquellos que compran servicios de animación, el 100% dijo que había comprado servicios de guion gráfico/ scripting y servicios de animación 2D

Encuesta a Empresas Canadienses de Animación Digital 39

Experiencia con la subcontratación v el trabajo internacional



Entre los **compradores de servicios** de animación de la encuesta, todos han subcontratado servicios de animación a países del sur de Asia, Europa y América Latina. **Aprox 67%** ha subcontratado a países del sudeste y Asia.

Entre los **proveedores de animación**, (**100%**) se han asociado con países del sudeste y este de Asia, la mayoría (**83%**) con países de América Latina; la mitad (**50%**) con países del sur de Asia, Europa y otros países, y alrededor del **33%** con los EEUU.

Las empresas de esta encuesta se han asociado o subcontratado servicios en **23 países diferentes**, lo que sugiere una gran interés en trabajar con empresas de animación extranjeras, así como una apertura a asociarse con nuevos.

Fuente: Nordicity encuesta N=18 empresas de Canadá

Region	Countries
-	USA
Latin America	Brazil, Costa Rica, Colombia, Chile, Mexico, Argentina, Morocco
Europe	Spain, U.K., France, Ireland, Switzerland, Poland, Yugoslavia
South Asia	India
Southeast and East Asia	China, Malaysia, Singapore, South Korea, Philippines
Other	Australia, Turkey

Encuesta a Empresas Canadienses de Animación Digital 40

Razones para subcontratar en otras regiones

Entre los **compradores de animaciones** que respondieron la pregunta “Calidad del Trabajo” y los “Costos Laborales más asequibles” fueron importantes para todos.

Entre los **proveedores de animación**, los “Costos Laborales más asequibles” fueron importantes para la mayoría, seguidos de la “Calidad del Trabajo”. Esto sugiere que la oferta única de Perú con trabajo de alta calidad y menor costo podría servir como una ventaja competitiva, a pesar de que los costos no sean tan bajos como los competidores asiáticos.

Otros resultados sugieren que las empresas peruanas pueden elevar su ventaja competitiva especializándose en software de alta demanda y pueden asegurar asociaciones al acercarse activamente a las empresas canadienses.

Foreign company came to us for a co-production/ joint venture

Reasons for Outsourcing of Partnering with an Animation Company

