

Radiografía del Sector Audiovisual

2019

**Estimación de la
actividad económica de
la Provincia a partir de
una encuesta local.**

RADIOGRAFÍA DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN MENDOZA¹

El objetivo del presente informe es intentar dimensionar el sector audiovisual local, y particularmente el perteneciente a FilmAndes, en el contexto nacional e internacional.

Ante la ausencia de información secundaria, se recurrió a relevamientos propios, los cuales fueron conducidos en 2019, mediante encuestas. Al no poder obtenerse datos de población, se extrapolaron los resultados al total de participantes de FilmAndes.

Se relevaron por separado el sector tradicional de audiovisuales, y el de videojuegos/ ESports.

La medición de industrias culturales en general presenta un desafío particular debido a la importancia de variables intangibles, el hecho de que parte fundamental de su composición sean servicios, y la poca especificidad de códigos estadísticos.

Para ello se han desarrollado metodologías específicas de medición de forma de acercar lo más posible los datos a la realidad, mantenerlos homogéneos y comparables en el tiempo.

SECTOR LOCAL: MENDOZA

FilmAndes cuenta con 25 socios cuya actividad principal es la producción audiovisual y 18 relacionados al desarrollo de videojuegos, ESports y Realidad Inmersiva.

Se estima que, en total, en Mendoza existen 40 productoras audiovisuales y 30 de videojuegos². Los resultados de las encuestas fueron extrapolados a la población de FilmAndes, y se consideran representativos del total provincial.

Según la información obtenida, en 2018 el sector audiovisual “tradicional” generó un ingreso de USD 465.000, el cual se generó por la comercialización de productos audiovisuales en el mercado interno y externo. El sector Videojuegos³ aportó ARS 5,6 millones (aprox USD 175.000).

EMPRESAS

El 70% de las empresas venden en el mercado interno, y el 30% en el externo (opciones no excluyentes, incluye empresas que venden en ambos mercados). Los principales mercados

¹ Lic. Lorena Blanco para Observatorio Audiovisual de FilmAndes, en base a 2 relevamientos realizados sobre la misma población y periodos homogéneos. Se extrapolan resultados a empresas participantes del Cluster de FilmAndes, lo que se estima representa alrededor del 70% del sector en Mendoza. Todos los resultados totales hacen referencia a la población de actores de FilmAndes.

² En base a referencias de actores del sector. No existe un registro de la cantidad total de empresas del sector en Mendoza.

³ Todas las referencias al sector videojuegos son extraídas de la encuesta “Sector de Desarrollo de Videojuegos” – Federico Agostino para FilmAndes, 2019.

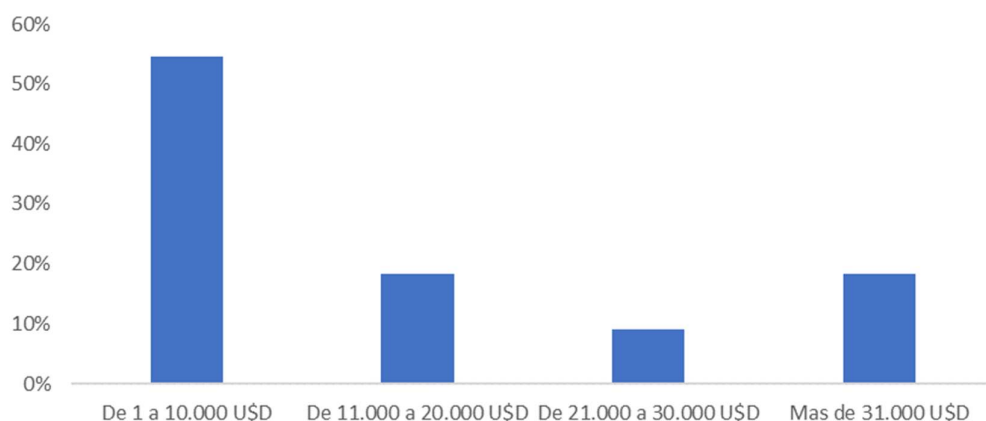
locales son Buenos Aires y Mendoza, mientras que las principales exportaciones se realizaron a Estados Unidos, Canadá, Chile, entre otros.

Si nos referimos al sector videojuegos, la balanza se reparte equitativamente entre mercados interno externo. Consultados los actores de este sector, refieren una gran diversidad de clientes, sin preponderancia de alguno en particular: Estado, compañías con IP propia (Disney, Cartoon Network, etc.), universidades, compañías de publicidad, etc.

La edad promedio de las empresas audiovisuales “tradicionales” es 9 años, de lo que se deduce una cierta estabilidad en el negocio. Además, el 75% de las empresas tiene a la producción audiovisual como su principal actividad. Muy diferente es la situación de las empresas de videojuegos, donde el 60% empezaron a trabajar en 2018. Este resultado es coherente con el reciente comportamiento explosivo de la industria del videojuego en el mundo.

Según el relevamiento realizado para el año 2018, se estima que el 53% de las empresas audiovisuales de Mendoza son de tamaño⁴ Micro (declararon ingresos menores a USD10mil), 18% son de tamaño pequeño (USD11mil a USD20mil), 6% medianas (USD21mil a USD30mil) y otro 18% grandes (más de usd31mil).

Distribución de productoras audiovisuales, por ingreso anual, Mendoza, 2018



Fuente: Observatorio Audiovisual FilmAndes, en base a relevamiento propio.

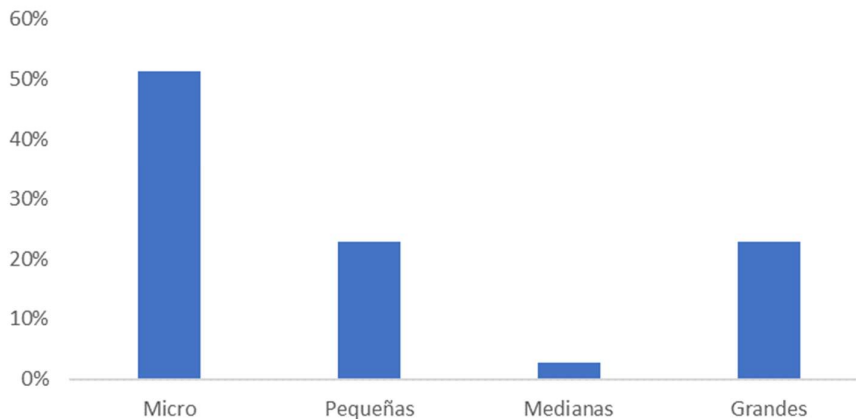
Otra variable para medir el tamaño de las empresas es el monto de inversiones realizadas. Las estimaciones sitúan a este valor en torno a los USD 500mil, valor que, comparado con el ingreso estimado del mismo año, pone en valor el dinamismo y la apuesta de los actores al sector, aun a pesar de condiciones macroeconómicas complejas e inciertas.

Es llamativo discriminar el origen de las inversiones según el tamaño de las empresas: El 51% de este monto invertido provino de empresas micro, el 23% de empresas pequeñas, el 3% de empresas medianas y el 23% restante de empresas grandes (siempre según el criterio de

⁴ La definición de tamaño es específica para los datos relevados, no es comparable con definiciones de otras empresas.

ingresos ya presentado). Nuevamente, este dato reafirma la movilidad ascendente de este sector, donde las empresas pequeñas apuestan al crecimiento, al igual que las grandes.

Distribución de la inversión, según tamaño de empresa, Mendoza, 2018



Fuente: Observatorio Audiovisual FilmAndes, en base a relevamiento propio.

EMPLEO

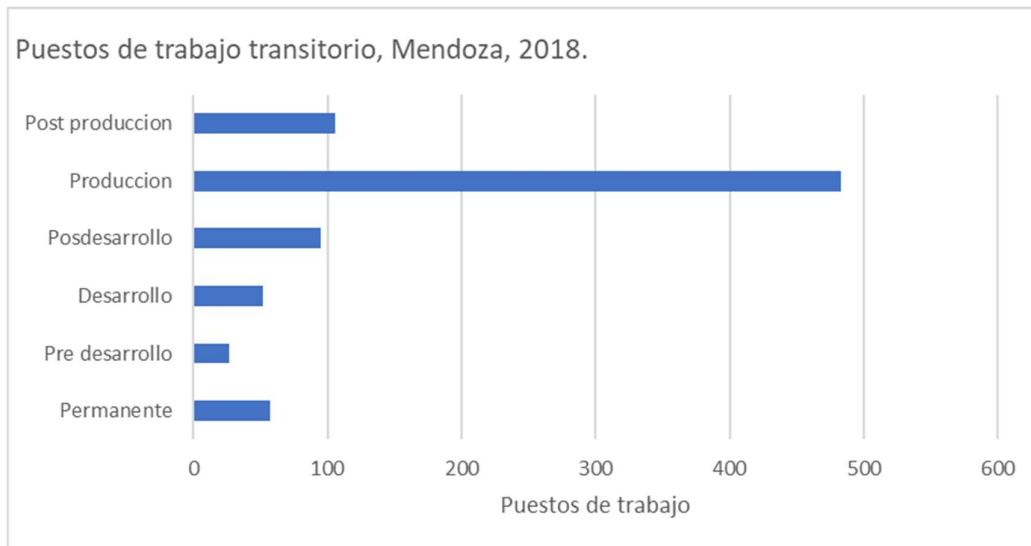
La generación de empleo en el sector audiovisual es particular, debido a la relevancia de puestos de trabajo transitorios. Estos están constituidos por técnicos, asistentes, actores, y especialistas en variadas funciones, que son contratados durante el proceso de producción, en la medida en que se vayan requiriendo. Por esta razón se refieren como “puestos de trabajo”.

La importancia de la mano de obra permanente es significativamente menor, aunque más relevante en las etapas pre y post producción. Los dueños de las productoras son parte importante de este “empleo estable” aunque adoleciendo de informal: una deficiencia de gran parte de las PyMES en nuestro país, es no considerar el trabajo personal como parte de los costos operativos. De esta forma se subestiman los costos, se mide mal la rentabilidad, y los dueños de las empresas se privan de los beneficios del trabajo registrado.

Se estima que se generaron 124 empleos permanentes y 1500 transitorios en el sector local durante 2018. Esto da una relación de 15 temporarios por cada permanente, y es acorde con la realidad nacional. Otra particularidad interesante de la generación de empleo audiovisual, es que está compuesta, en un 94%, por empleo calificado. Llamamos “calificado” al personal que ha sido específicamente capacitado para la función que cumple, e incluye a los técnicos.

La participación de la mano de obra en el costo total de una producción es en general elevada, y para el relevamiento local promedia el 58%. El otro gran generador de costos es el uso de equipamientos (propios o alquilados) el cual ronda el 18% del costo total.

La creación de empleo por proyecto en ejecución es de aproximadamente 50 puestos de trabajo, los cuales se generan principalmente en la etapa específica de producción (63%). Siguiendo el orden cronológico de aparición del empleo, la distribución es la siguiente:



Fuente: Observatorio Audiovisual FilmAndes, en base a relevamiento propio.

El empleo en el sector Videojuegos tiene su impronta particular: no existen los trabajadores en relación de dependencia, en el 64% de los casos sólo trabajan sus socios fundadores, y un 25% se apoya en trabajadores free lance. Además, cabe acotar que de ese 64% de socios fundadores, el 60% tienen estudios universitarios finalizados, más un 12% de terciarios. Estos datos enmarcan un sector joven - promedio de 29 años-, nuevo -la mayoría comenzaron hace 2 años- y muy calificado.

PROYECTOS

Para el periodo relevado, se estima que se encontraban 66 proyectos en alguna etapa de ejecución, y 62 en algún formato de exhibición/distribución, distribuidos entre 31 empresas.

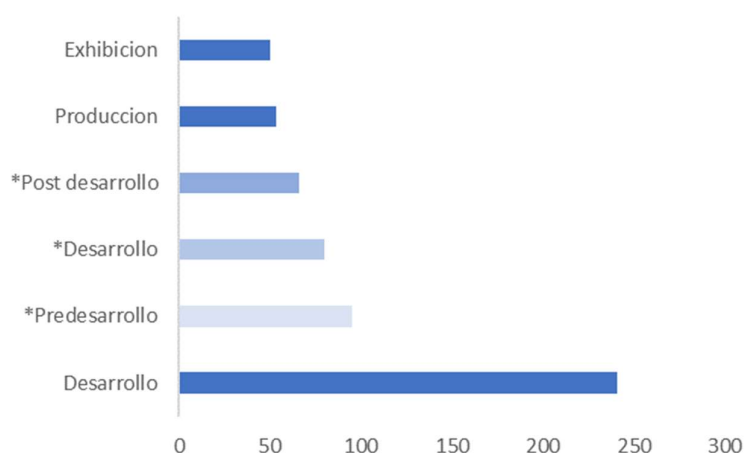
Las etapas de producción relevadas siguieron el siguiente criterio:

- DESARROLLO
 - **Predesarrollo:** De la idea a la primera formulación del proyecto (Ficha de proyecto)
 - **Desarrollo:** De la Ficha al Desarrollo Narrativo y Diseño de las estrategias de financiamiento.
 - **Postdesarrollo:** Del Diseño a la Realización de la Carpeta de Proyecto, Biblia y Demo.

- PRODUCCIÓN
- EXHIBICIÓN / DISTRIBUCIÓN

Y la distribución resultante es la siguiente:

Cantidad de proyectos, por etapa, Mendoza, 2018

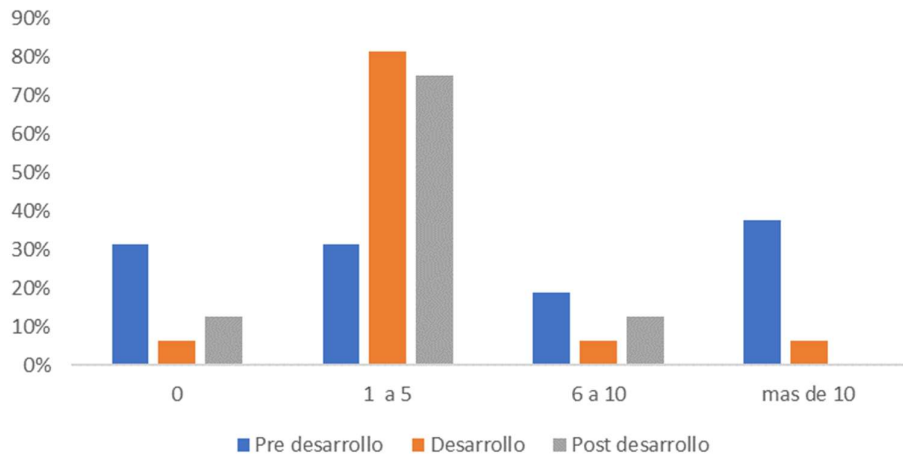


Fuente: Observatorio Audiovisual FilmAndes, en base a relevamiento propio.

Las empresas productoras tienen, en la mayoría de los casos, varios proyectos en distintas etapas de avance, los cuales van haciendo avanzar o poner en pausa según factores como requerimientos operativos, demanda, o financiamiento. El proceso creativo es la fuente generadora de cada producto, por lo que, lógicamente, se mantienen “en cartera” o “portfolio” más proyectos en etapa de desarrollo que en las siguientes etapas. La composición de este portfolio es fundamental a la hora de vender productos que se adapten a distintos tipos de clientes con diferentes necesidades.

Las empresas mantienen, con mayor frecuencia, 5 proyectos en desarrollo como máximo, lo cual es coherente con los que tienen simultáneamente en producción y exhibición / distribución. Dentro de esta premisa, las “ideas” o proyectos en pre desarrollo aparecen en cantidades heterogéneas, sin un patrón visible. Más consistentemente, se observa una correlación entre proyectos en desarrollo y post desarrollo.

Distribución de la cantidad de proyectos en desarrollo por empresa, Mendoza, 2018



Fuente: Observatorio Audiovisual FilmAndes, en base a relevamiento propio.

El monitoreo en el tiempo de esta relación daría una buena medida de qué tan fluido es el proceso de generación y conclusión de proyectos.

FINANCIAMIENTO

Consultados los actores tanto de audiovisuales tradicionales, como de videojuegos, sobre sus principales dificultades, la respuesta invariable fue la falta de financiamiento.

El sector de tradicionales se apoya fuertemente en los subsidios que otorga INCAA, aunque del relevamiento surgió que sólo el 30% de los proyectos en el momento en producción y exhibición contaron con este tipo de ayuda. Es necesaria una exploración más profunda sobre el alcance y medición de este condicionante para la actividad.

Consultados los actores sobre sus fuentes de financiamiento, invariablemente respondieron “recursos propios” y recién en segundo lugar aparece INCAA, seguido por coproducciones.

Otras fuentes de financiamiento referidas en menor medida son: premios, adelantos de distribuidoras, préstamos personales. El acceso al financiamiento tradicional se ve también dificultado por el hecho de que la gran mayoría de las empresas son monotributistas.

La problemática en el sector videojuegos es más aguda, ya que no dispone de ningún mecanismo de subsidio, con las mismas dificultades de acceso del crédito que las tradicionales. El 50% de los encuestados refirieron haber pedido financiamiento en 2018, el cual fue obtenido de préstamos personales, incubadoras o aceleradores, aportes no reembolsables, entre otros.