



**Grupo de Investigación en Desarrollo,
Innovación y Competitividad**

Empresas y productores independientes del sector audiovisual

Provincia de Entre Ríos

Informe 1 – 2017

**Universidad Tecnológica Nacional.
Facultad Regional Concepción del Uruguay - Entre Ríos - Argentina**

EMPRESAS Y PRODUCTORES INDEPENDIENTES DEL SECTOR AUDIOVISUAL

PROVINCIA DE ENTRE RÍOS

Informe N° 1

Proyecto:

PIO-CONICET UNGS (144-20140100001-CO)

Caracterización de los procesos de innovación en la producción de software y en la producción audiovisual en la Argentina

Responsable Nodo Entre Ríos



Grupo de investigación en Desarrollo, Innovación y Competitividad



Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Concepción del Uruguay

Proyecto:

PIO-CONICET UNGS (144-20140100001-CO)

Caracterización de los procesos de innovación en la producción de software y en la producción audiovisual en la Argentina

Director del Proyecto:

José Borello

Participantes del GIDIC en el Proyecto:

Leandro Lepratte (coordinador general)

Rafael Luján Blanc (coordinador de campo)

Ruben Mario Pietroboni

María Alejandra Rodríguez

Leonardo Ruhl

Belén Soto

Participantes de otras Instituciones en el relevamiento nacional:

Jorge Motta, Hernán Morero, Carina Borrastero y María N. Motta Milesi (UNC)

Lucía Mauro, Daniela Calá y Fernando Graña (UN de Mar del Plata)

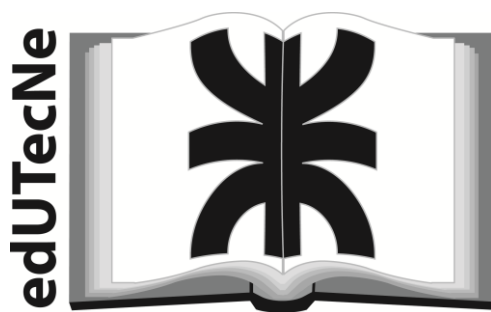
José Diez (UN del Sur)

Constanza Díaz Bilotto (UN del Centro)

Marcelo Ortega y Juan Pablo Astié (Film Andes)

Noelia Barberis, Andrea Minetti y Fernando García (UN de Rafaela)

Leandro González, Nicolás Moncault, Viviana Ramallo, Verónica Robert, Aída Quintar, Gabriel Yoguel, Carolina Barnes, Cristian Poplavsky (UNGS)



Publicación de edUTecNe – Editorial de la U.T.N.

<http://www.edutecne.utn.edu.ar>

eductecne@utn.edu.ar

Ruhl , Leonardo Martín

Empresas y productores independientes del sector audiovisual / Leonardo Martín
Ruhl ; Leandro Omar Lepratte ; María Alejandra Rodríguez . - 1a ed . - Ciudad
Autónoma de Buenos Aires : edUTecNe, 2019.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4998-04-0

1. Productor. 2. Audiovisual. 3. Coproducción Audiovisual. I. Lepratte , Leandro
Omar II. Rodríguez , María Alejandra III. Título
CDD 621.3897

Contenido

ALCANCES DEL ESTUDIO Y METODOLOGÍA	7
EMPRESAS AUDIOVISUALES	8
1. Empresas según período de inicio de actividades. Argentina.	8
2. Razón social de las empresas audiovisuales. Argentina.	9
3. Actividades que realizan las empresas audiovisuales en Argentina.	10
4. Tipos de producciones.....	10
5. Empresas según nivel coproducciones sobre el total facturado en 2016.	11
6. Empresas según nivel coproducciones con agentes internacionales.....	13
7. Personal	14
7.1 Personal estable.....	14
7.2. Personal no estable.....	14
7.3. Personal Promedio último año (2016).....	15
8. Tamaño de las empresas audiovisuales en Argentina.	16
9. Principales proyectos desarrollados por las empresas audiovisuales de Argentina.	17
9.1. Año de Inicio de los principales proyectos.	17
9.2. Personas participantes en principales proyectos.	18
9.3. Presupuesto de los proyectos principales.....	18
9.4. Duración de los Proyectos Principales.....	19
10. Proporción de Profesionales con título universitario sobre el total de empleados.	21
11. Innovación	22
11.1 Tipos de Productos/Servicios desarrollados en 2016. Argentina.....	22
11.2. Proporción de ingresos anuales (2015) generados por productos especificados en	
11.1.....	23
11.3 Activos intangibles.....	23
11.4 Fuentes de información que consultan.	24
12. Comercialización	26
12.1 Forma de comercialización de producciones.....	26
12.2. Origen de agentes intermediarios de comercialización.	26
12.3 Actividad exportadora.....	27
13. Facturación.....	27
13.1. Facturación promedio.....	27
13.2. Facturación según tipo de producción.	28
Cuadro Resumen Empresas audiovisuales de Entre Ríos	29
Conclusiones Empresas audiovisuales	30
PRODUCTORES AUDIOVISUALES INDEPENDIENTES.....	32
1. Edad Productores Independientes.....	32
2. Importancia actividad audiovisual para el productor	33

3. Importancia de los ingresos originados en la actividad audiovisual	34
4. Forma de facturación de trabajos.	36
5. Nivel Educativo.....	37
6. Tipo de producciones	38
Cuadro Resumen Productores audiovisuales independientes de Entre Ríos	39
Conclusiones Productores audiovisuales independientes	40

ALCANCES DEL ESTUDIO Y METODOLOGÍA

El presente Informe 1 Empresas y Productores Independientes del sector audiovisual de Entre Ríos, de tipo avances, selecciona una serie de variables extraídas de la encuesta efectuada en el marco del Proyecto PIO-CONICET UNGS (144-20140100001-CO) del que participaron diversas universidades del país, y que tuvo como objetivo estudiar a empresas de software y del sector audiovisual de Argentina (en adelante ENCUSOFTAUDIO).

La UTN Facultad Regional Concepción del Uruguay, a través del Grupo de Investigación sobre Desarrollo, Innovación y Competitividad (GIDIC) se encargó de revelar la provincia de Entre Ríos. Del mismo participaron además las universidades nacionales: Córdoba, Centro de la provincia de Buenos Aires, Mar del Plata, Rafaela, del Sur, y General Sarmiento. También trabajó con nosotros el grupo asociativo empresario audiovisual Film Andes, de Mendoza.

En lo que respecta al sector audiovisual se relevaron 104 empresas y 140 productores individuales en el país durante los meses de Noviembre de 2016 a Mayo de 2017, siendo 5 empresas y 22 productores independientes de la provincia de Entre Ríos. El estudio tiene como propósito central describir y analizar los procesos de innovación en estas actividades considerando: (i) el producto o servicio; (ii) las capacidades y las bases de conocimiento para producir; (iii) las vinculaciones; (iv) la relación con la demanda y la coproducción de servicios; (v) las relaciones con otros agentes; y (vi) las políticas estatales.

Se utilizaron 2 formularios para el relevamiento. Uno para empresas productoras audiovisuales y otro para profesionales independientes. Además, se relevaron datos generales de cada agente (por ej.: tamaño, localización, fecha de inicio, inserción internacional, utilización de servicios, etc.), así como cuestiones específicas referidas a la producción de software y piezas audiovisuales.

La base de datos que se comparte entre los diferentes grupos se maneja con pautas de confidencialidad estadística de la información y fueron anonimizadas para ser compartidas en posibles nuevos estudios.

Se agradece la colaboración de empresas, productores independientes y autoridades gubernamentales de diversos lugares del país que brindaron información en el marco de los relevamientos realizados. En particular en Entre Ríos, para el sector audiovisual a: Anibal Beorda, Eleonora Sosa, Josefina Recchia, Sergio Hugo Cristani.

EMPRESAS AUDIOVISUALES ARGENTINA Y ENTRE RÍOS

El total de empresas relevadas fue de 104 a nivel país. En Entre Ríos se encuestaron: 5 empresas. A continuación, se describirán distintas características de las empresas relevadas con carácter de información provisoria, exponiendo resultados a nivel nacional y Entre Ríos. Se optó por presentar los resultados de Entre Ríos en “Box síntesis de información” dado el reducido número de empresas en el mismo.

1. Empresas según período de inicio de actividades. Argentina.

Más del 80% de las empresas relevadas a 2016 en Argentina, se han creado a partir del año 2000, siendo el 40,4% creadas entre 2000 y 2009 y el 42,3% desde 2010 hasta la actualidad. Se destaca también que el 15,4% de las empresas se han formado entre 1990 y 1999, y sólo el 1,9% antes de 1990.

Gráfico 1. Distribución de empresas audiovisuales según período de inicio de actividades. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017

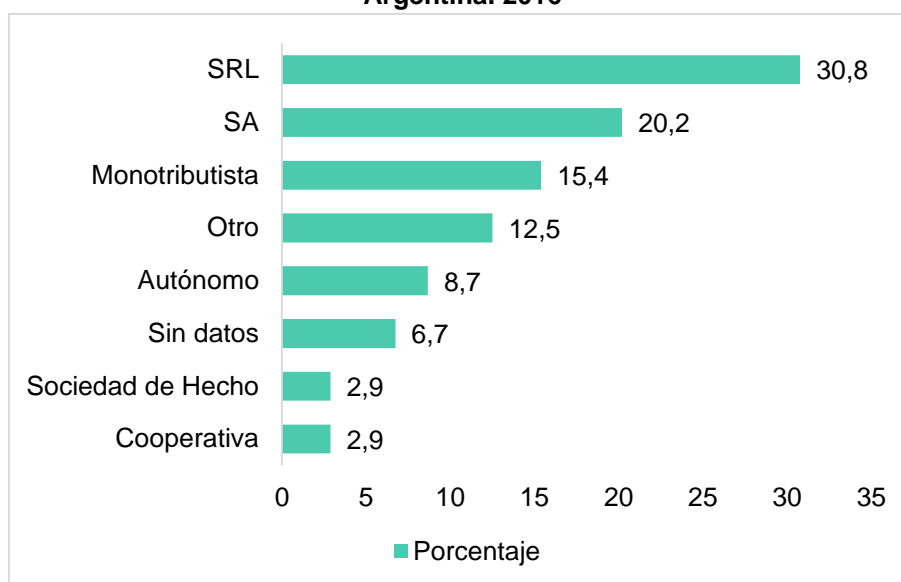
Box 1. Empresas según período de inicio de actividades en Entre Ríos.

El 20% de las empresas audiovisuales relevadas en Entre Ríos en 2016, fueron creadas entre 1990 y 1999, y el 80% luego de 2010.

2. Razón social de las empresas audiovisuales. Argentina.

La razón social de las empresas relevadas en Argentina evidencia gran heterogeneidad. La S.R.L es la razón social predominante con el 30,8% de las empresas, luego se encuentran las sociedades anónimas con el 20,2% de las empresas, los monotributistas con 15,4% de empresas y autónomos con el 8,7%. Por otro lado, las sociedades de hecho como así también las cooperativas tienen una baja participación entre las empresas relevadas, ambas con el 2,9%. No se informaron datos o pertenecen a otro tipo de razón social (sin especificar), el 6,7% y el 12,5% respectivamente.

Gráfico 2. Distribución de empresas según Razón Social. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017

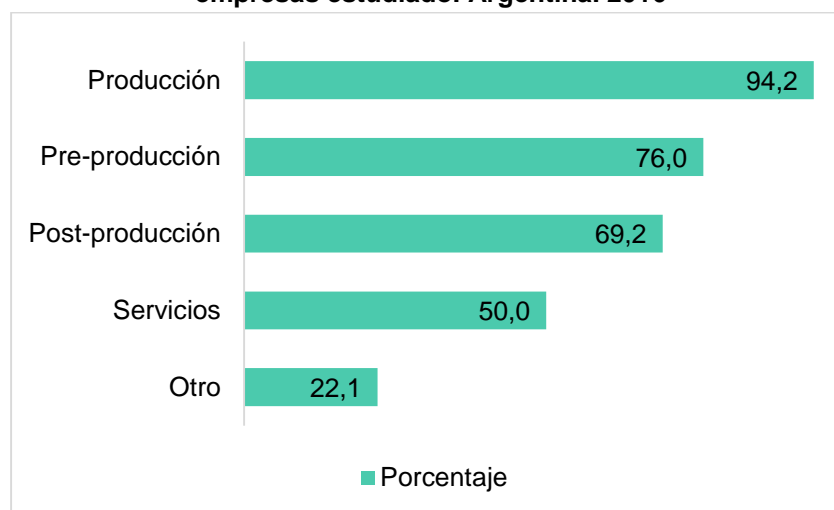
Box 2. Empresas según razón social en Entre Ríos.

El 20% de las empresas audiovisuales relevadas en Entre Ríos son SRL, otro 20% Monotributista, Otros tipos 20% y sin datos el 40%.

3. Actividades que realizan las empresas audiovisuales en Argentina.

En lo que respecta a las principales actividades que realizan las empresas audiovisuales, el 94,2% de ellas realiza actividades de producción. La segunda actividad que más se realiza es la pre-producción con 76% de las empresas. Luego aparece la post-producción y los servicios con el 69,2% y 50% respectivamente. También el 22,1% de las empresas mencionan hacer otro tipo de actividades (capacitación, música y sonido, mapping, etc.).

Gráfico 3. Distribución de empresas según principales actividades realizadas. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.
Corresponde a múltiples opciones.

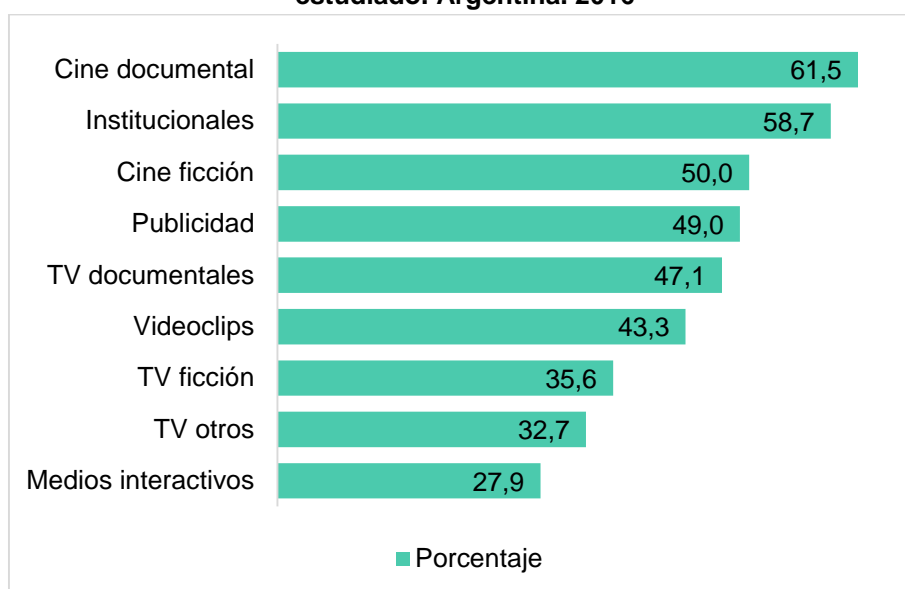
Box 3. Empresas según actividades que realizan en Entre Ríos. 2016

El 100% de las empresas efectúan: pre-producción, producción y post-producción.
El 60% presta servicios y el 40% realiza otras.

4. Tipos de producciones.

Las empresas relevadas realizan producciones de diversos tipos, el cine documental es la actividad más mencionada, 61,5% de las empresas realizan. Las producciones institucionales representan el 58,7%. Por otro lado, se encuentran el cine ficción y las publicidades, con el 50% y 49% respectivamente. Luego aparecen otros tipos de producciones como los documentales de TV con 47,1% y Videoclips con 43,3%. Otros tipos de producciones mencionadas son las ficciones de TV, otras producciones para TV, producciones para medios interactivos con 35,6%, 32,7% y 27,9% respectivamente.

Gráfico 4. Distribución de empresas según tipo de producciones. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.
Corresponde a múltiples opciones.

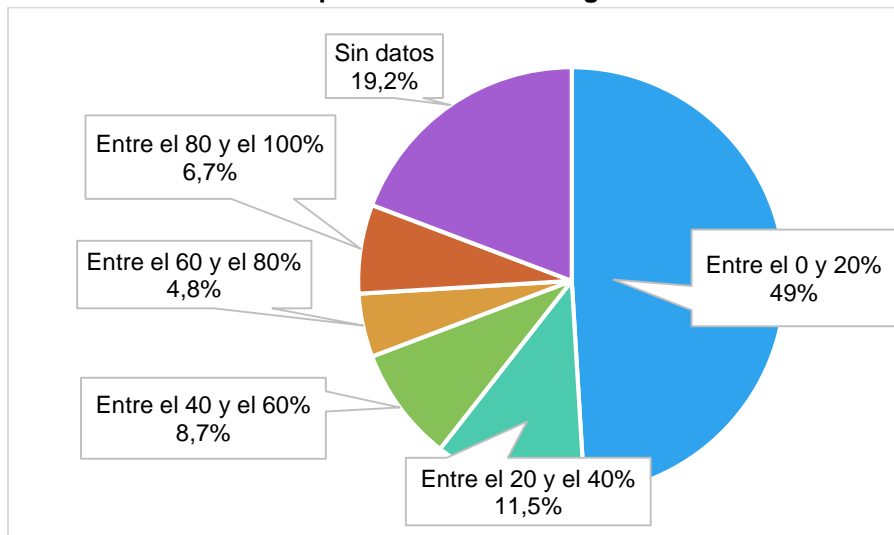
Box 4. Empresas según tipo de producciones en Entre Ríos. 2016

El 60% de las empresas relevadas en Entre Ríos realiza producciones de TV documentales, publicidad e institucionales. El 40% realiza Videoclips y el 80% otros tipos de producciones para TV. En idéntica proporción, el 20% de las empresas efectúa TV ficción y Cine documental. No se efectúan producciones de medios interactivos y cine ficción.

5. Empresas según nivel coproducciones sobre el total facturado en 2016.

La dinámica de trabajo de las empresas evidencia que pueden estar asociados a otras empresas y/o productores independientes, por ello se consultó cuánto representan las coproducciones sobre el total de la facturación del año 2016. Los resultados evidencian que para el 49% de las empresas, las coproducciones representan entre 0 y el 20%. Para el 11,5% de las empresas representa entre el 20% y 40%. Ascendiendo en la participación de los proyectos, el 8,7% de las empresas mencionan que representa entre 40% a 60%. Por otro lado, para aproximadamente el 5% de las empresas, las coproducciones representan entre 60% al 80% de su facturación. Finalmente, para el 6,7% de las empresas representan más del 80% de su facturación.

Gráfico 5. Porcentaje que representan las coproducciones sobre facturación total año 2016. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

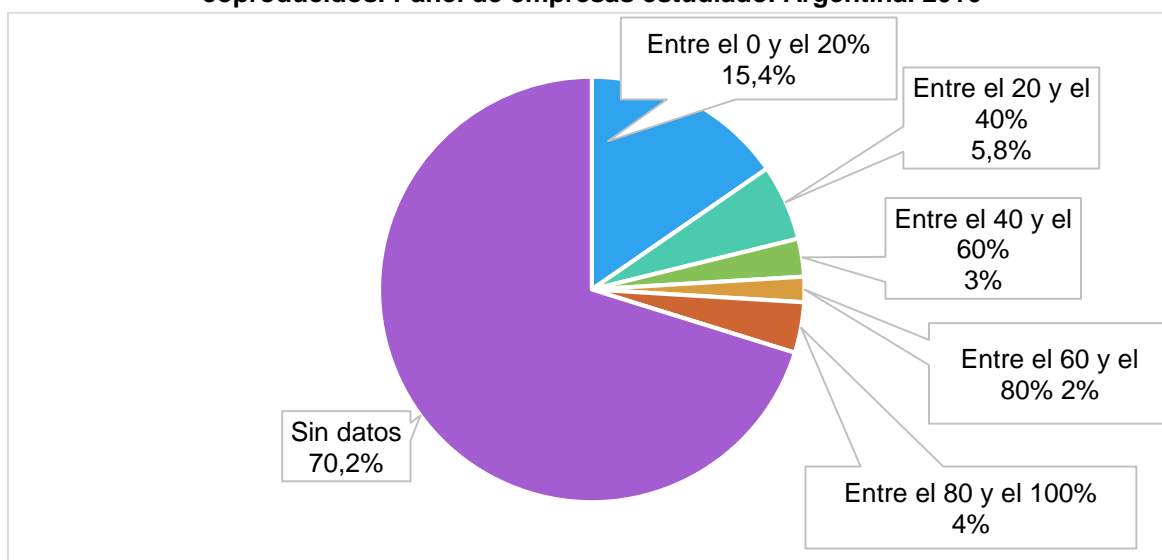
Box 5. Porcentaje que representan las coproducciones sobre facturación total 2016 en Entre Ríos

En Entre Ríos, para el 60% de las empresas las coproducciones representan hasta el 20% de la facturación.

6. Empresas según nivel coproducciones con agentes internacionales.

El 70,2% de las empresas relevadas no efectuaron coproducciones en 2016 con agentes internacionales. El 15,4% de las empresas, respondió que representó hasta el 20% de la facturación de sus proyectos coproducidos. Para el 5,8% de las empresas la coproducción con agentes internacionales representó entre el 20% y 40% de la facturación de sus proyectos. Para el 3% de empresas las coproducciones representaron entre el 40% y 60% de sus proyectos. Del 2% y 4% de las empresas tuvieron coproducciones con agentes internacionales en un nivel importante del 60% a 80% y más de 80% respectivamente.

Gráfico 6. Distribución de empresas que realizaron coproducciones con agentes internacionales según porcentaje sobre el total de la facturación de los proyectos coproducidos. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 6. Empresas según porcentaje de coproducciones con agentes internacionales en Entre Ríos

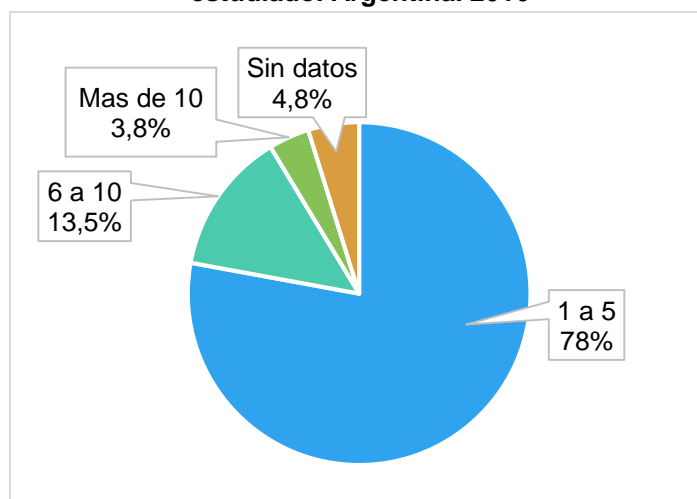
El 100% de las empresas encuestadas de Entre Ríos no efectuó coproducciones con agentes extranjeros en 2016.

7. Personal

7.1 Personal estable

El 78% de las empresas posee una plantilla de personal estable de entre 1 a 5 personas. Cuando hablamos de empresas que cuentan entre 6 y 10 personas, estas representan el 13,5% del total, y solo el 3,8% de las empresas menciona tener más de 10 personas en forma estable.

Gráfico 7.1 Distribución de empresas según de personal estable. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

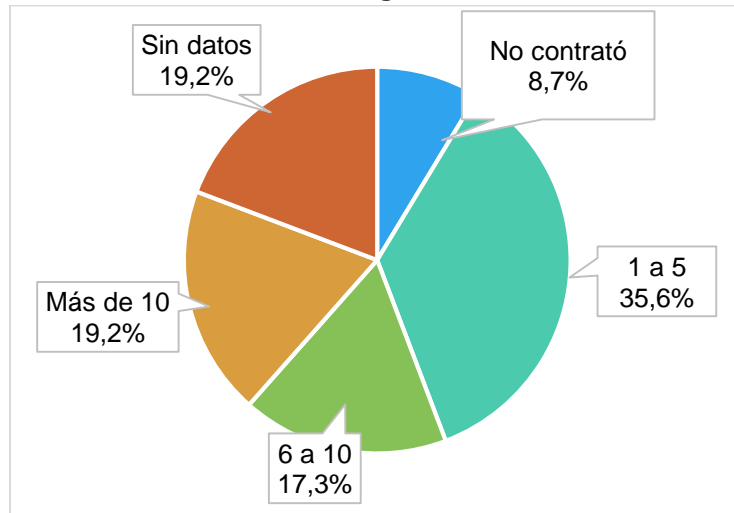
Box 7.1. Empresas según distribución de personal estable en Entre Ríos

El 80% de las empresas de Entre Ríos poseen entre 1 y 5 empleados estables. El 20% restante entre 6 y 10 empleados.

7.2. Personal no estable

El 35,6% de las empresas emplearon entre 1 y 5 personas no estables. Aquellas empresas que emplearon más de 10 personas en forma no estable representan el 19,2%. El 17,3% de las empresas que emplearon entre 6 y 10 personas no estables. Finalmente el 8,7% de las empresas no contrataron personal no estable.

Gráfico 7.2. Distribución de empresas según de personal no estable. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

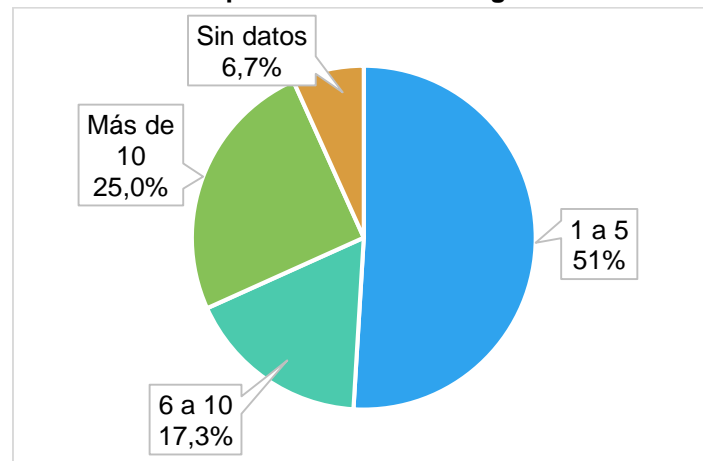
Box 7.2. Empresas según distribución de personal no estable en Entre Ríos

El 80% de las empresas contrató entre 1 a 5 personas en condición de no estable. El 20% no contrató personal no estable.

7.3. Personal Promedio último año (2016)

El promedio de empleados del último año (2016) para el 51% de las empresas es entre 1 y 5 empleados; para el 25% de las empresas, más de 10 empleados y para el 17,3% de empresas entre 6 y 10 empleados en promedio.

Gráfico 7.3. Distribución de empresas según promedio de empleados en el último años (2016). Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

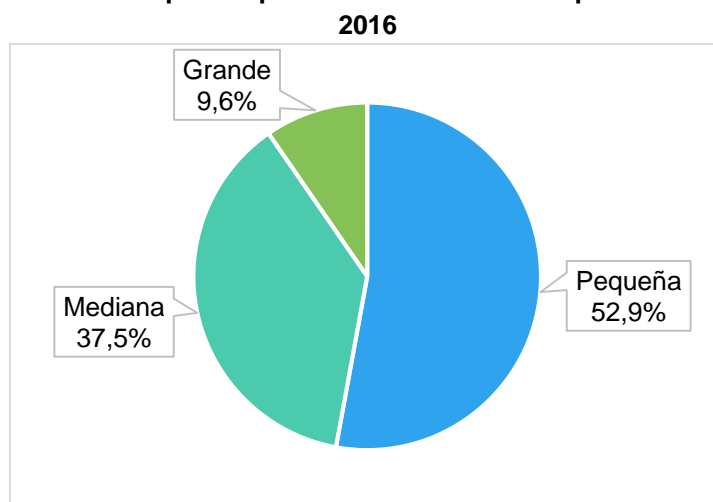
Box 7.3. Empresas según distribución de personal promedio en Entre Ríos

En Entre Ríos, el 80% de las empresas utilizaron en promedio entre 1 a 5 empleados, y el 20% entre 6 y 10 empleados.

8. Tamaño de las empresas audiovisuales en Argentina.

Se clasificaron las empresas por tamaño teniendo en cuenta la cantidad de empleados, considerando los criterios establecidos por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social¹. Los resultados evidencian que las **empresas pequeñas** representan el 53% del total de empresas; las **empresas medianas** representan el 37% y las **empresas grandes** el 10% de las empresas relevadas.

Gráfico 8. Distribución de empresas por tamaño. Panel de empresas estudiado. Argentina.



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 8. Empresas audiovisuales por tamaño en Entre Ríos.

El 80% de las empresas audiovisuales de Entre Ríos son pequeñas, y el 20% medianas.

¹ A los fines del presente informe se utiliza como criterio de clasificación el establecido en la Base de Datos para el Análisis Dinámico del Empleo (BADE) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación <http://www.trabajo.gob.ar/left/estadisticas/descargas/oede/notaMetodologica.pdf>, siendo "PEQUEÑAS" aquellas empresas que tengan de 1 a 4 empleados, "MEDIANAS" aquellas que tienen entre 5 y 18 empleados, y "GRANDES" las empresas con más de 18 empleados.

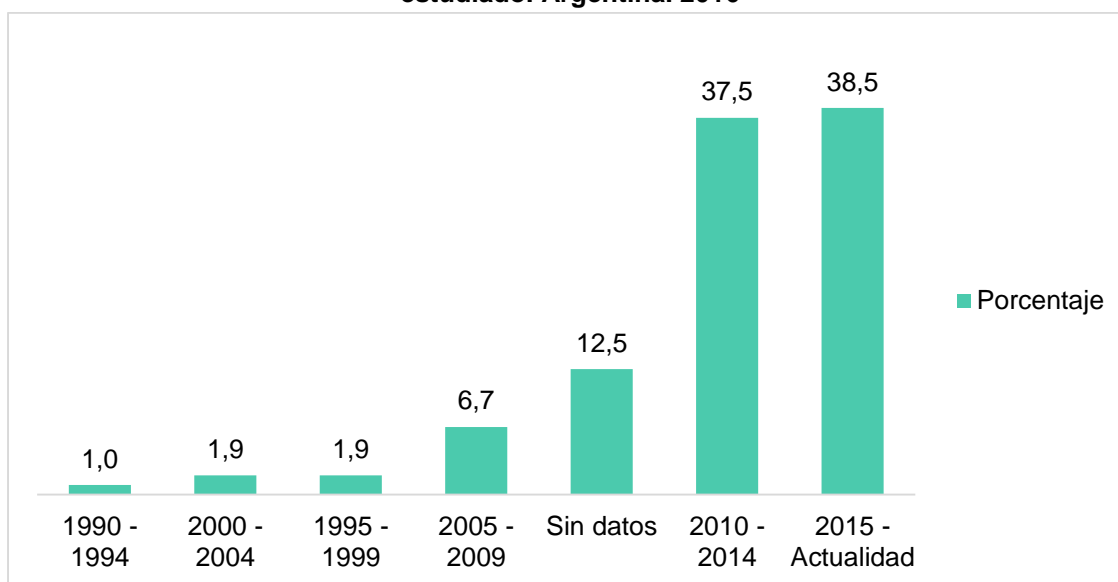
9. Principales proyectos desarrollados por las empresas audiovisuales de Argentina.

Esta sección se informa sobre los principales proyectos, las personas involucradas en cada uno, el presupuesto que implican, la duración de dichos proyectos y las principales locaciones del rodaje.

9.1. Año de Inicio de los principales proyectos.

En cuanto al año de inicio de los **principales proyectos**, el 1% los proyectos inició en el período 1990-1994; los períodos siguientes, 1995-1999 y 2000-2004, tienen el mismo peso (1,9%). El 6,7% se iniciaron entre 2005 y 2009. Luego puede observarse un considerable salto pasando a 37,5% entre 2010 y 2014, y finalmente los proyectos que iniciaron desde 2015 a la actualidad son el 38,5% del total de empresas.

Gráfico 9.1. Principales proyectos realizados según año de inicio. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

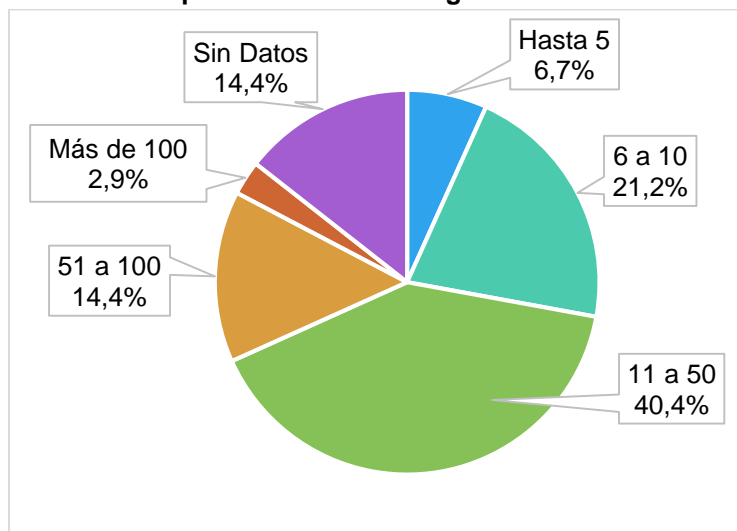
Box 9.1. Año de inicio del principal proyecto de Empresas audiovisuales en Entre Ríos

El 60% de las empresas manifiesta que su principal proyecto se inició luego de 2015. El 20% entre los años 2010 y 2014 y otro 20% entre 1995-1999.

9.2. Personas participantes en principales proyectos.

La cantidad de personas que participaron en los principales proyectos de las empresas es heterogéneo. El 40,4% de los proyectos principales de las empresas utilizaron entre 11 a 50 personas; el 21,2% entre 6 y 10 personas, el 14,4% entre 51 y 100; el 6,7% hasta 5 personas. El 2,9% ocupó más de 100 personas en su principal proyecto.

Gráfico 9.2. Principales proyectos según cantidad de personas participantes. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 9.2. Personas participantes en el proyecto principal de la Empresa en Entre Ríos

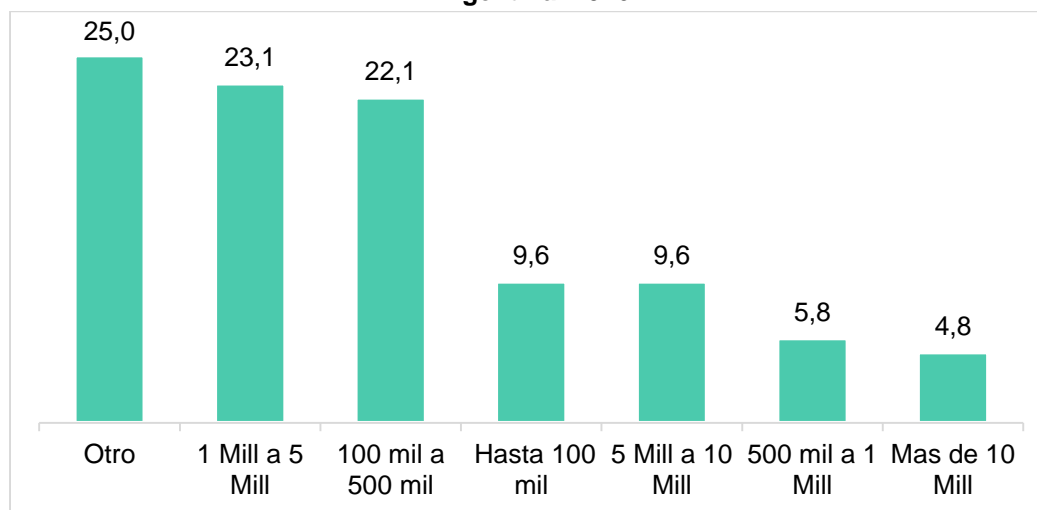
El 60% de las empresas manifiesta que en su principal proyecto trabajaron entre 6 y 10 personas. El 20% hasta 5 personas y otro 20% entre 11 y 50 personas.

9.3. Presupuesto de los proyectos principales.

Al igual que el punto anterior, cuando hablamos de los presupuestos, existe heterogeneidad. Aquellas empresas que no precisaron un monto para el presupuesto (ya que corresponden a presupuestos institucionales, universitarios, etc) son las que mayor peso tienen en esta distribución con el 25%. En segundo lugar se encuentran aquellas empresas cuyos proyectos principales tuvieron presupuestos de entre 1 y 5 millones de pesos y 100 y 500 mil, con el 23,1% y 22,1% respectivamente. Con mucho menos peso, el 9,6% de las empresas cuyo presupuesto era de hasta 100 mil pesos y entre 5 y 10 millones de pesos. Los

proyectos con presupuesto de entre 500 mil y 1 millón de pesos fueron el 5,8% del total. Aquellos proyectos con presupuesto de más de 10 millones de pesos el 4,8%, siendo los que menos pesos tienen en la distribución.

Gráfico 9.3. Principales proyectos según presupuesto. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 9.3. Presupuesto del proyecto principal de la Empresa en Entre Ríos

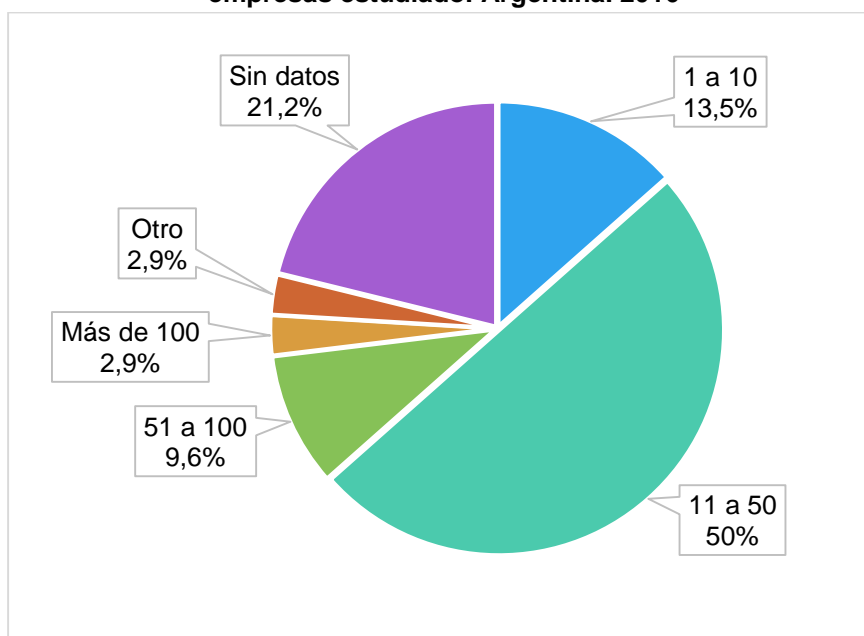
El 40% de las empresas desarrollaron proyectos de hasta 100 mil, y el 20% entre 1 millón y 5 millones de pesos. El 40% optó por la opción otros (algunos especificaron fuentes de financiamiento universitarias).

9.4. Duración de los Proyectos Principales.

La mitad de los proyectos principales de las empresas relevadas han tenido una duración de entre 11 y 50 días. Aquellos proyectos de menos de 10 días son el 13,5%, y representan el segundo grupo de proyectos (según duración en días) con más peso. En tercer lugar con 9,6%, encontramos a los proyectos cuya duración va desde los 51 días a los 100. Los proyectos principales cuya duración es mayor a 100 días son los que menor peso tienen con respecto al total de proyectos, con aproximadamente el 3% (2,9%).

El 21,2% de las empresas no proporcionaron este dato.

Gráfico 9.4. Principales proyectos realizados según cantidad de días de duración. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

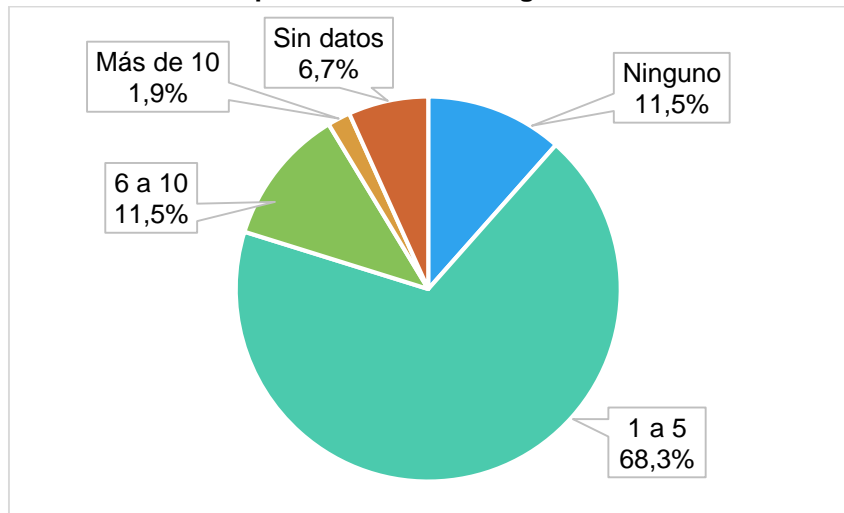
Box 9.4. Duración del proyecto principal en Entre Ríos

El 40% de los proyectos principales duraron entre 11 y 50 días, el 20% entre 51 y 100 días. El 40% menos de 10 días.

10. Proporción de Profesionales con título universitario sobre el total de empleados.

El 68,3% de las empresas poseen entre 1 y 5 profesionales (con título universitario) en su plantilla de personal en 2016. El 11,5% de las empresas menciona tener entre 6 y 10 profesionales en su plantel, reduciéndose al porcentaje de 1,9% aquellas empresas que tienen más de 10 profesionales. Por otro lado, existe un grupo de empresas, el 11,5%, que no tiene ningún profesional universitario en su plantilla.

Gráfico 10. Distribución de empresas según cantidad de profesionales en sus plantillas. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 10. Proporción de Profesionales con título universitario sobre el total de empleados en la empresa en Entre Ríos

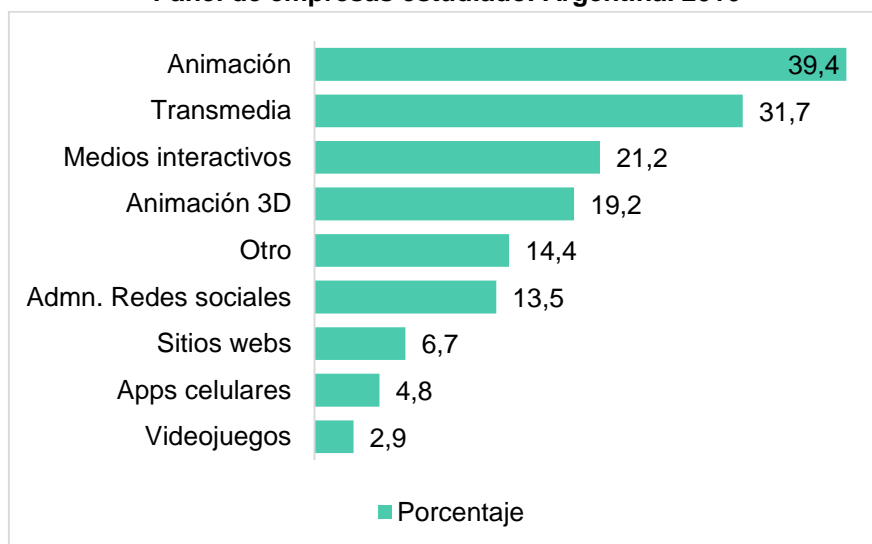
El 80% de las empresas emplean hasta 5 profesionales universitarios.

11. Innovación

11.1 Tipos de Productos/Servicios desarrollados en 2016. Argentina.

Se proporcionó a las empresas un listado de distintos productos o servicios, para conocer si trabajaban en el desarrollo de alguno de ellos. La animación resultó la producción que más se trabaja en las empresas relevadas con el 39,4% de empresas. En segundo lugar, se encuentra el desarrollo de las producciones de transmedia con el 31,7% de las empresas. En un nivel por debajo, el 21,2% de las empresas desarrolla para medios interactivos, seguido de la animación 3D, el 19,2% de las empresas. La administración de redes sociales se realiza en el 13,5% de las empresas. Existen otras producciones, todas con menos del 10%, como diseño de sitios webs, diseño apps para celulares y diseño para videojuegos, los cuales se realizan en el 6,7%, 4,8%, y 2,9% respectivamente.

Gráfico 11.1 Distribución de empresas según tipos de Productos/Servicios desarrollados. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

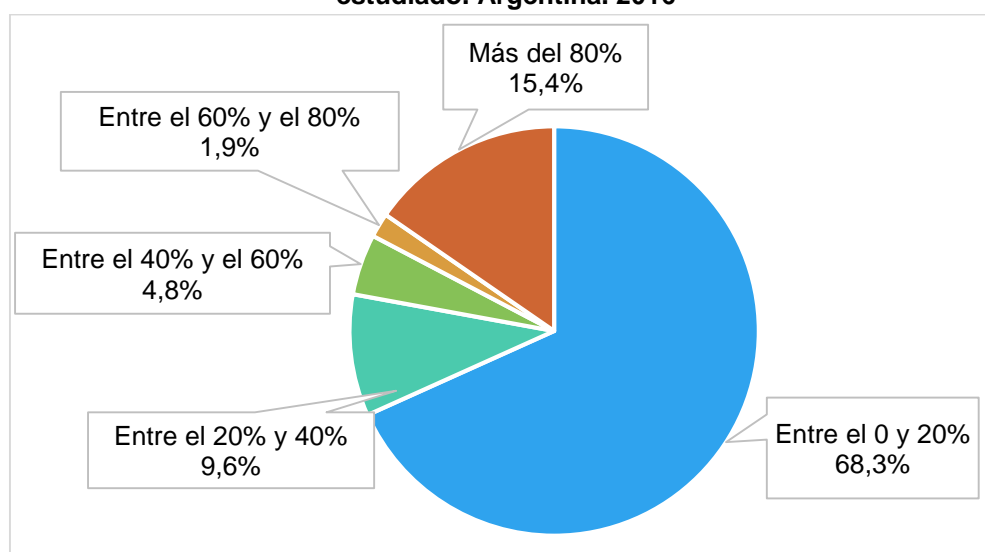
Box 11.1. Tipos de Productos/Servicios desarrollados en empresas audiovisuales en 2016. Entre Ríos.

En Entre Ríos, el 40% de las empresas desarrollaron animaciones 3D, el 20% animaciones y el 40% administración de redes sociales.

11.2. Proporción de ingresos anuales (2015) generados por productos especificados en 11.1.

Para tener una dimensión de lo que representaron las producciones mencionadas en el punto anterior, se consultó a las empresas cuánto representaron del total de ingresos anuales. Para el 68,3% de las empresas, estas producciones representaron menos del 20% del total de sus ingresos. Aquellas empresas para las que estas producciones representaron entre el 20% y 40% son el 9,6% del total. Para el 4,8% de las empresas representaron entre el 40% y 60% y para el 1,9% de las empresas representaron entre el 60% y 80% de sus ingresos. Finalmente, para el 15,4% de las empresas estos productos representaron más del 80% de sus ingresos.

Gráfico 11.2 Distribución de empresas según proporción de ingresos anuales generados por tipos de Productos/Servicios desarrollados especificados en 11.1. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 11.2. Proporción de ingresos (2015) generados por productos especificados en 11.1. Entre Ríos.

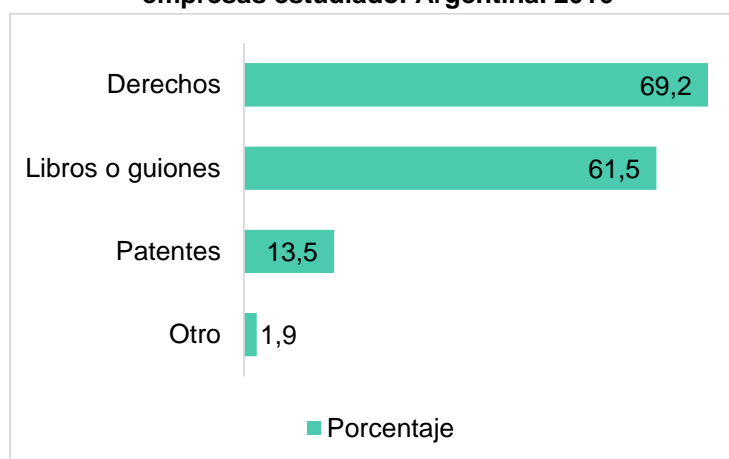
Para 80% de las empresas los productos especificados en 11.1 representaron el 20% de los ingresos, y para 20% de las empresas representaron entre el 40% y el 60% de sus ingresos anuales.

11.3 Activos intangibles

En cuanto a activos intangibles, el 69,2% de las empresas reveló tener derechos sobre películas o programas de tv; el 61,5% de las empresas son poseedores de

libros o guiones de series o películas y el 13,5% de las empresas tienen patentes de formato de series. Por otro lado, el 1,9% de las empresas declararon tener otros tipos de activos intangibles.

Gráfico 11.3. Distribución de empresas según activos intangibles que poseen. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

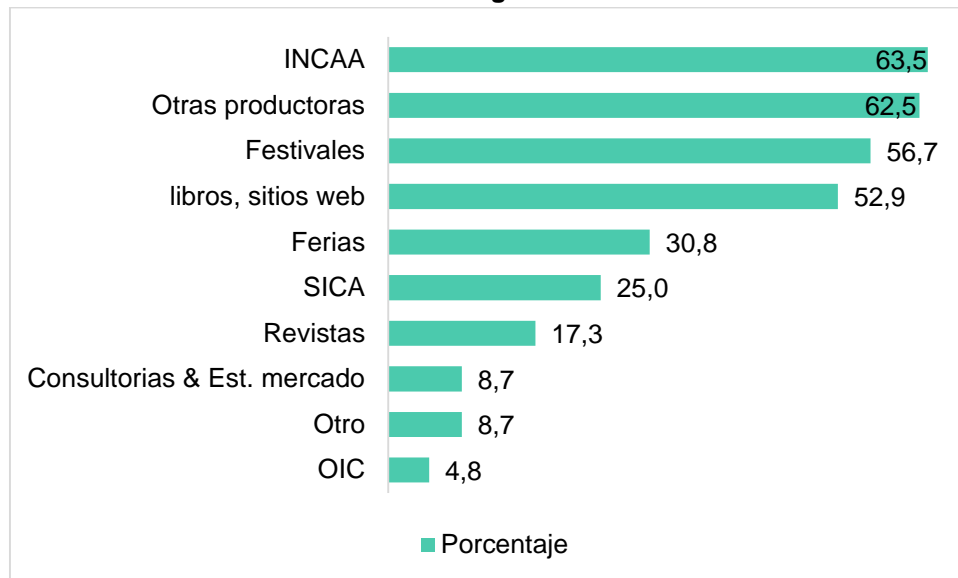
Box 11.3. Empresas según activos intangibles. Entre Ríos.

En 60% de las empresas evidencia tener derechos sobre películas o programas de tv y el 20% de las empresas poseen libros o guiones de series o películas.

11.4 Fuentes de información que consultan.

En cuanto a fuentes de información relevantes consultadas por las empresas, las dos opciones más reconocidas fueron el INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales) y otras productoras con el 63,5% y 62,5% respectivamente. En segundo escalón se encuentran por un lado los festivales y por otro los libros o sitios web como fuentes de información importantes, con el 56,7% y el 52,9% respectivamente. Las ferias, SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) y Revistas representaron en el mismo orden el 30,8%, 25% y 17,3%. Las consultas y estudios de mercado significaron el 8,7%. Otras fuentes de información como asociaciones de productores, redes sociales, son el 8,7%. Finalmente, la OIC representó el 4,8% de las fuentes de información consultadas.

Gráfico 11.4. Fuentes de información y de consulta de las empresas. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 11.4. Empresas según fuentes de información que consultan. Entre Ríos.

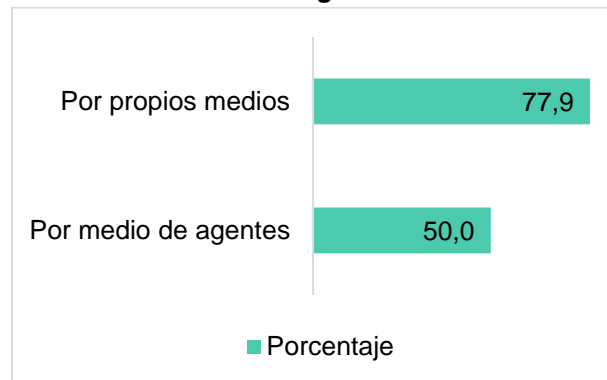
El INCAA con el 60% es la fuente de información más consultada de las empresas entrerrianas. El 40% de las empresas indicaron que otras productoras y libros o sitios web son fuentes de información relevantes. La OIC, consultorías y estudios de mercado, SICA y festivales significaron fuentes de información para el 20% de las empresas.

12. Comercialización

12.1 Forma de comercialización de producciones

El 77,9% de las empresas manifiesta comercializar sus producciones por medios propios y el 50% por medio de agentes.

Gráfico 12.1 Distribución de empresas según formas de comercialización. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

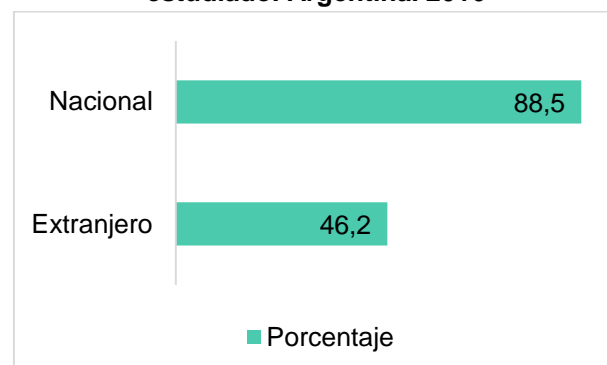
Box 12.1. Formas de comercialización de producciones. Entre Ríos.

El 100% de las empresas entrerrianas comercializa sus producciones por medios propios.

12.2. Origen de agentes intermediarios de comercialización.

De las empresas que utilizan agentes intermediarios para la comercialización de sus producciones, el 88,5% comercializa por medio de agentes nacionales y el 46,2% por medio de agentes extranjeros.

Gráfico 12.2 Origen de agentes intermediarios de comercialización. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016

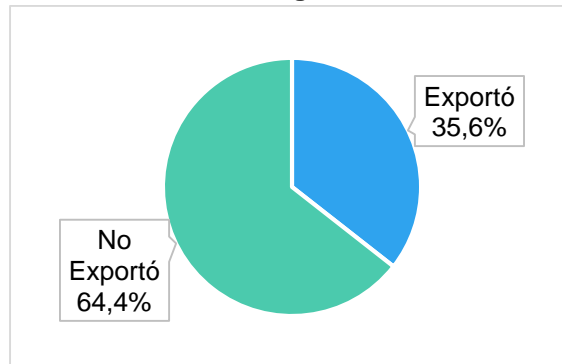


Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

12.3 Actividad exportadora

En cuanto a actividad exportadora, el 64,4% de las empresas manifiesta que no ha realizado exportaciones en 2016, mientras que el 35,6% ha realizado ventas al exterior.

Gráfico 12.3. Distribución de empresas según actividad exportadora. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 12.3. Exportación. Entre Ríos.

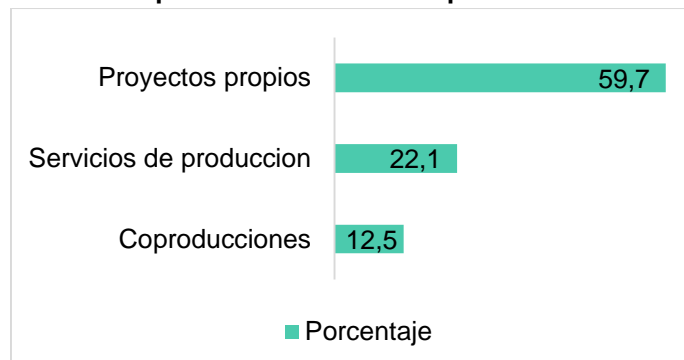
El 100% de las empresas entrerrianas NO realizó actividades de exportación en 2016.

13. Facturación

13.1. Facturación promedio

Las empresas relevadas manifiestan que en promedio los proyectos propios representan el 59,7% de la facturación, los servicios de producción el 22,1% y las coproducciones el 12,5%.

Gráfico 13.1. Facturación promedio. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

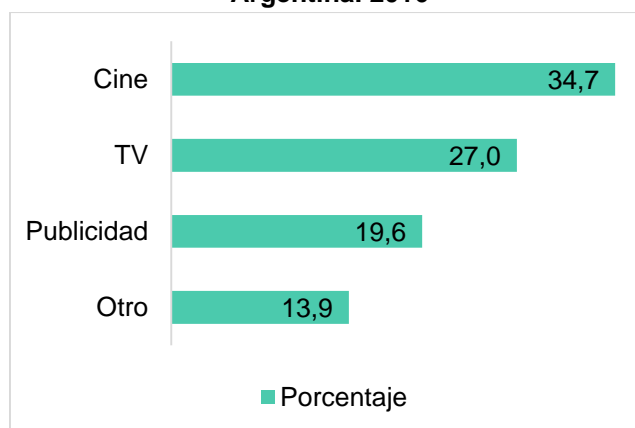
Box 13.1. Facturación promedio. Entre Ríos.

Los proyectos propios representan en promedio el 94% de la facturación; las coproducciones el 4% y los servicios de producción el 2%.

13.2. Facturación según tipo de producción.

Las producciones de cine son aquellas que mayor participación en la facturación tienen con promedio en el 34,7%; en segundo lugar se encuentran las producciones de TV representando el 27% en promedio de la facturación de las empresas relevadas; seguido de la publicidad que representa promedio 19,6% de la facturación y otras producciones (como diseño apps celulares, videojuegos, etc) suman el 13,9% de la facturación en promedio.

Gráfico 13.2. Facturación promedio según tipo de producto. Panel de empresas estudiado. Argentina. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Box 13.2. Facturación según tipo de producción. Entre Ríos.

Las producciones de TV representan en promedio el 42% de la facturación; la publicidad el 11% y otras producciones representan en promedio el 47% de la facturación.

Cuadro Resumen Empresas audiovisuales de Entre Ríos

- El sector de empresas audiovisuales es de reciente creación.
- Realizan pre-producción, producción y post-producción.
- Sus proyectos se orientan a producciones de TV, documentales, publicidad e institucionales. Mientras que sus productos/servicios lo hacen sobre animaciones 3D, animaciones y administración de redes sociales.
- No hacen ciencia ficción ni tampoco desarrollo de medios interactivos.
- Es escaso el desarrollo de coproducciones y su impacto en la facturación.
- Comercializan por medios propios y no usan agentes.
- No se han internacionalizado, ninguna exportó en 2016.
- Son fundamentalmente pequeñas empresas de hasta 5 empleados.
- El INCAA es la principal fuente de información y consulta, junto a otras productoras.
- El 94% de la facturación promedio proviene de proyectos propios, no de coproducciones y/o servicios de producción. Y fundamentalmente de productos para TV (no de publicidades o Cine como en la muestra nacional).

Conclusiones Empresas audiovisuales

El 80% de las empresas del sector audiovisual en Entre Ríos se crearon luego de 2010, mientras que el 57,7% del país antes de 2010.

La heterogeneidad en la razón social de las empresas audiovisuales de Entre Ríos es similar al comportamiento de esta variable a nivel país.

El 100% de las empresas audiovisuales de Entre Ríos prestan servicios de pre-producción, producción y post-producción. En Argentina, el 94,2% hace producción, el 76% pre-producción, y el 69% post-producción.

En Entre Ríos, el 60% de las empresas audiovisuales realizan como principal actividad las producciones de TV, documentales, publicidad e institucionales. En Argentina, la principal actividad de producción es el cine documental (61,5%), los institucionales (58,7%) y el cine ficción el 50%.

En la provincia de Entre Ríos las empresas audiovisuales no efectúan producciones de cine ficción y de medios interactivos (en Argentina, el 27,9% efectúa producciones de medios interactivos).

Las coproducciones representan para el 51% de las empresas del total del país, niveles superiores al 20% de la facturación. En Entre Ríos, el 60% de las empresas hacen coproducciones que representaron menos del 20% de su facturación, lo que evidencia escasa tendencia a desarrollar este tipo de estrategias.

El 29,8% de las empresas audiovisuales a nivel país efectuaron coproducciones con agentes internacionales, en Entre Ríos el 100% no efectuó este tipo de actividad en 2016.

En Argentina, el 78% de las empresas audiovisuales tienen entre 1 y 5 empleados estables, en Entre Ríos el 80% de las firmas los tienen en esa proporción también. El 80% de las empresas de Entre Ríos contrataron en forma no estable entre 1 y 5 empleados.

El 80% de las empresas audiovisuales de Entre Ríos son pequeñas, en Argentina el 52,9% son pequeñas, el 37,5% medianas.

Los principales proyectos de las empresas audiovisuales de Entre Ríos se efectuaron luego del 2010 (dado que la mayoría inició sus actividades en ese año), el 60% luego del 2015. En Argentina se dio similar comportamiento, donde el 38,5% lo efectuó desde 2015 a la actualidad.

En la muestra nacional, el 72,1% de las empresas han empleado más de 10

personas en los proyectos principales que han desarrollado, mientras que en Entre Ríos el 80% de las firmas no han superado las 10 personas.

El 40% de las empresas audiovisuales entrerrianas tuvieron proyectos principales de hasta 10 días de duración para su elaboración, en la muestra nacional sólo el 13,5% fue de hasta 10 días de duración la elaboración del proyecto.

La presencia de universitarios se da hasta 5 en el 80% de las empresas audiovisuales de Entre Ríos, en Argentina, el 68,3% es hasta 5, y el 14,4% más de 5 universitarios.

El perfil de productos/servicios de las audiovisuales de Entre Ríos (en 2015), se basó en animaciones 3D (40% de las empresas), 40% redes sociales, y 20% animaciones. En la muestra nacional, en primer lugar, se encuentran los servicios de animación, luego transmedia y medios interactivos respectivamente.

El 60% de las firmas de Entre Ríos toman como fuente de información y consulta al INCAA. En Argentina el 63,5% de las firmas lo consideran también. Las otras productoras son fuentes de información y consulta en segundo lugar, de la misma forma en la muestra nacional que en la de Entre Ríos.

El 50% de las empresas de la muestra de Argentina, comercializa a través de agentes. En Entre Ríos el 100% lo hace en forma propia. En la muestra nacional el 46,2% de los agentes intermediarios son extranjeros.

El 35,6% de las empresas de la muestra argentina han exportado en 2016. Las empresas de Entre Ríos no exportaron en 2016.

La facturación promedio de las firmas argentinas (59,7%) proviene de proyectos propios. En las entrerrianas representa el 94% de la facturación promedio.

En la muestra nacional la facturación proviene en orden de importancia de productos para Cine, TV y publicidad. En Entre Ríos proviene de productos para TV y otras producciones.

PRODUCTORES AUDIOVISUALES INDEPENDIENTES

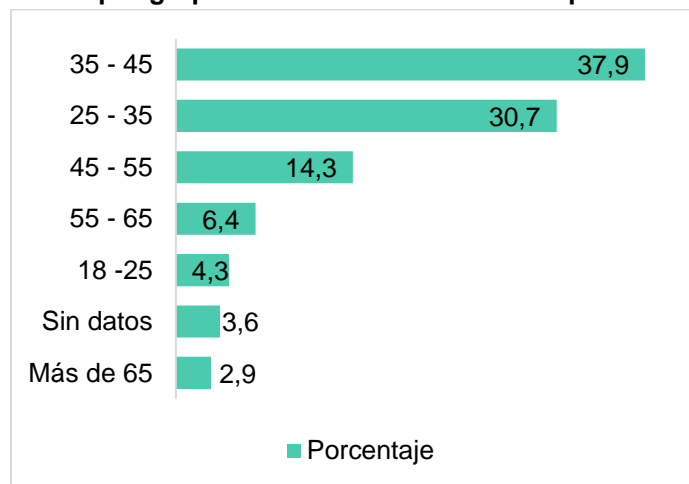
El total de productores audiovisuales independientes relevados fue de 140 a nivel país. En Entre Ríos se encuestaron: 22 productores independientes. Seguidamente, se describirán distintas características de los productores relevados con carácter de información provisoria, exponiendo resultados a nivel nacional y Entre Ríos.

1. Edad Productores Independientes.

Argentina

Segmentando a los productores según su edad, el 68,6% se concentran entre los 25 y 45 años, correspondiendo el 37,9% para el rango de 35 a 45 años y el 30,7% de 25 a 35 años. Con menos participación sobre el total de productores (14,3%) se encuentran aquellos que tienen entre 45 y 55 años, y con 6,4% los que tienen entre 55 y 65 años. Los más jóvenes (18 a 25 años) representan el 4,3% y los mayores de 65 años representan el 2,9% del total de productores.

Gráfico 14. Distribución por grupos etarios. Productores independientes. Argentina. 2016

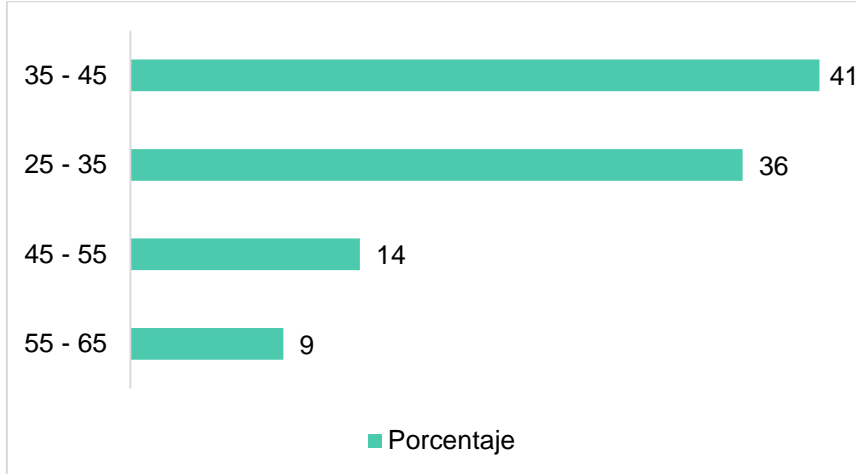


Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Entre Ríos

Los productores de Entre Ríos acompañan la línea de las estadísticas nacionales en cuanto al orden de peso de las franjas etarias. Es decir, los productores de entre 35 y 45 años son los que tienen mayor peso con el 41%; luego siguen aquellos que tienen entre 25 y 35 años con el 36%; con 14% y 9% podemos encontrar a los productores de entre 45 y 55 años y 55 y 65 años respectivamente.

Gráfico 15. Distribución por grupos etarios. Productores independientes. Entre Ríos. 2016



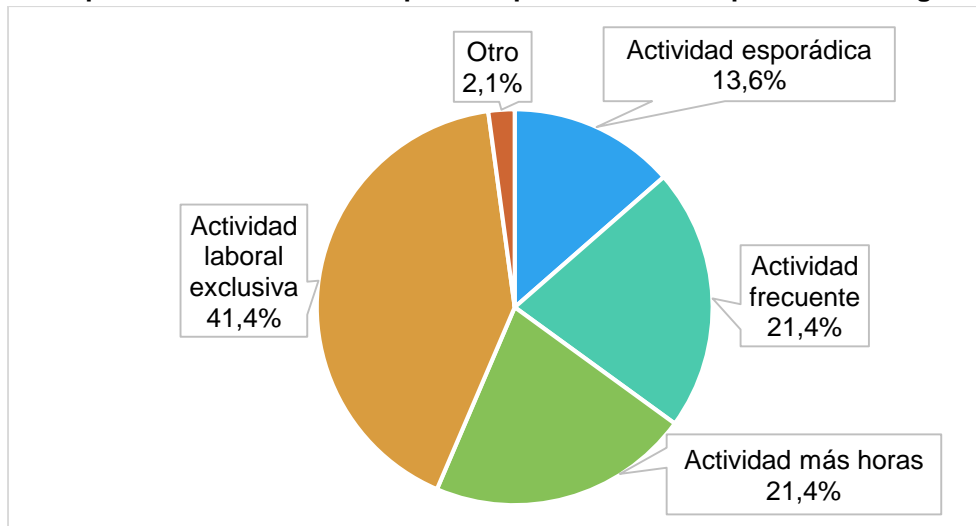
Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

2. Importancia actividad audiovisual para el productor

Argentina

Al tratarse de productores independientes, la actividad audiovisual puede representar distintos grados de importancia en cada caso. Para el 41,4% de los productores significa una actividad laboral exclusiva; para el 21,4% es una actividad frecuente al igual que la actividad que más horas dedican. Por otro lado, resulta una actividad esporádica para el 13,6% de los productores relevados.

Gráfico 16. Importancia de la actividad para los productores independientes. Argentina. 2016



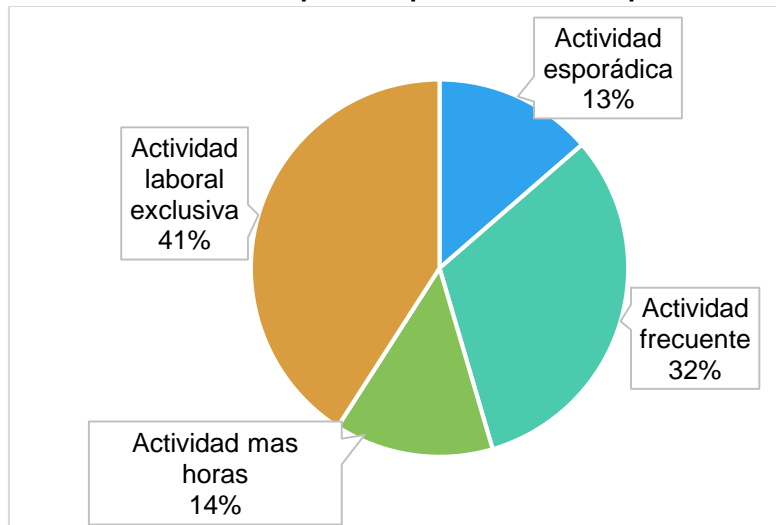
Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Entre Ríos

Para el 41% de los productores audiovisuales es una actividad exclusiva. (Idéntico al porcentaje nacional). En segundo lugar, con el 32% están aquellos productores

cuales actividad les resulta frecuente; luego con el 14% y 13% se encuentran los productores cuya actividad es la que más horas dedican y los que practican esporádicamente.

Gráfico 17. Importancia de la actividad para los productores independientes. Entre Ríos. 2016



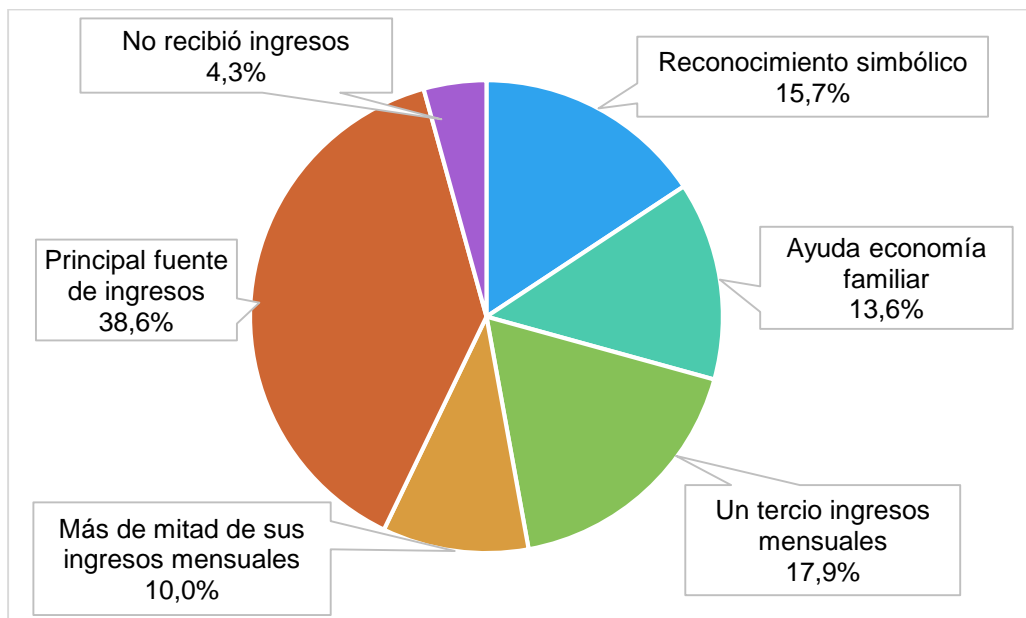
Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

3. Importancia de los ingresos originados en la actividad audiovisual

Argentina

En cuanto a la significación que tienen los ingresos originados en la actividad para los productores, el 38,6% indica que representa la principal fuente de ingresos; el 10% manifiesta que representan la mitad de sus ingresos; el 17,9% revela que representa un tercio de los ingresos mensuales, y para el 13,6% es una ayuda a la economía familiar. Por otro lado, para el 15,7% de productores los ingresos tienen un carácter de reconocimiento simbólico. El 4,3% no recibió ingresos.

Gráfico 18. Importancia de los ingresos mensuales. Productores independientes. Argentina. 2016

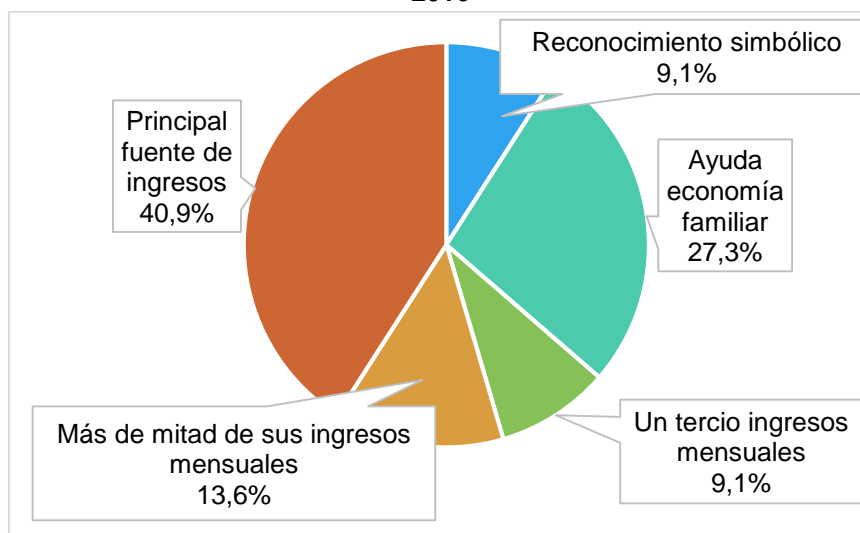


Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Entre Ríos

En línea con los resultados nacionales, para el 40,9% de los productores la actividad audiovisual representa la principal fuente de sus ingresos mensuales. El 27,3% indica que la actividad representa una ayuda en su economía familiar. Representa un reconocimiento simbólico para el 13,6% de los productores; y para el 9,1% se encuentran tanto aquellos para los cuales significa un tercio de sus ingresos, como para los que significa más de la mitad de sus ingresos mensuales.

Gráfico 19. Importancia de los ingresos mensuales. Productores independientes. Entre Ríos. 2016



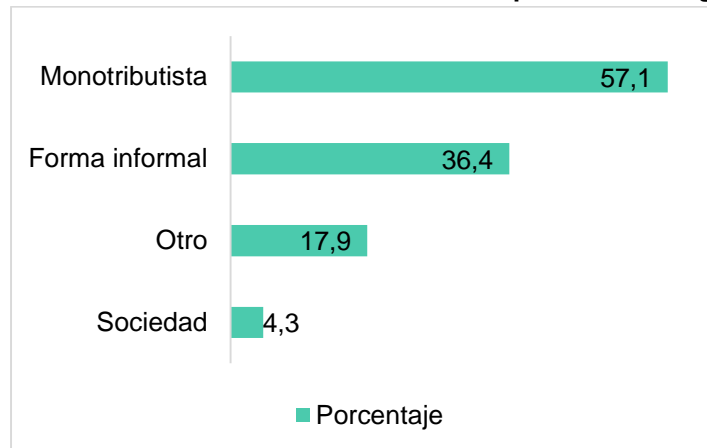
Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

4. Forma de facturación de trabajos.

Argentina

Para el 57% de los productores audiovisuales la facturación de sus trabajos se enmarca en el régimen de monotributo; el 36,4% trabaja de manera informal y cobra sus trabajos informalmente; el 4% de los productores se encuentra una sociedad y factura a través de ella, y el 17,9% de productores utiliza otras formas de facturar.

Gráfico 20. Forma de facturación. Productores independientes. Argentina. 2016

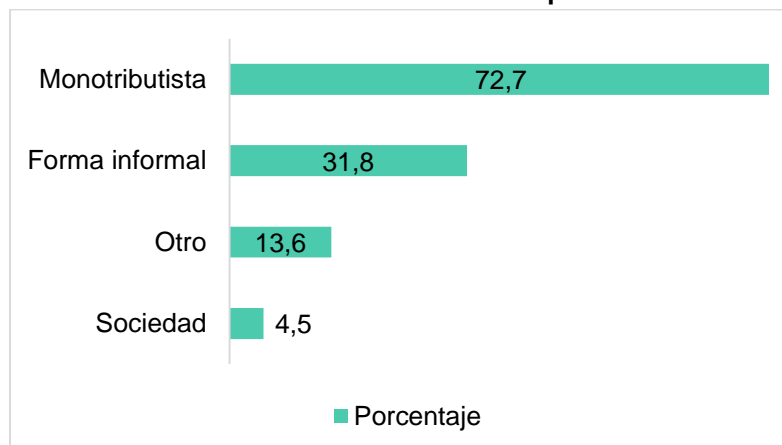


Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Entre Ríos

Los productores entrerrianos están en línea con las estadísticas nacionales, el 72,7% factura sus trabajos como monotributista; en segundo lugar se encuentran los que factura informalmente con el 31,8% de productores; el 4,5% se encuentran dentro de una sociedad y facturan dentro de la misma. Otro tipo de facturación es utilizada por el 13,6% de los productores.

Gráfico 21. Forma de facturación. Productores independientes. Entre Ríos. 2016



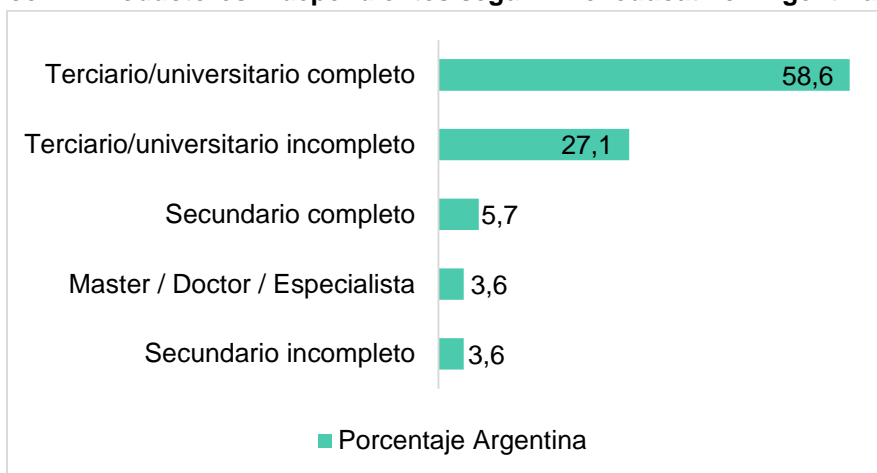
Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

5. Nivel Educativo

Argentina

El 58,6% de los productores relevados adquirieron un nivel educativo terciario o universitario completo; en segundo orden se encuentran aquellos productores que han iniciado una carrera Terciaria o universitaria, pero aún no lo han completado. Por otro lado, el nivel secundario completo representa al 5,7% de los productores encuestados. Tanto el nivel de educación de posgrado (master, doctores, especialistas) como el nivel secundario incompleto representan cada uno 3,6% del total de productores relevados.

Gráfico 22. Productores independientes según nivel educativo. Argentina. 2016

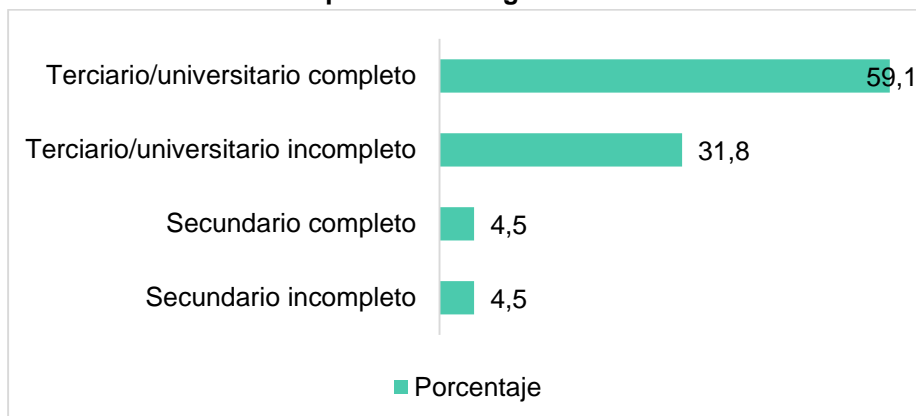


Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Entre Ríos.

El 59,1% de los productores de Entre Ríos poseen título terciario o universitario completo. El nivel educativo del 31,8% de los productores es terciario o universitario incompleto. Tanto los que tienen secundario completo e incompleto representan el 4,5% cada uno.

Gráfico 23. Productores independientes según nivel educativo. Entre Ríos. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

6. Tipo de producciones

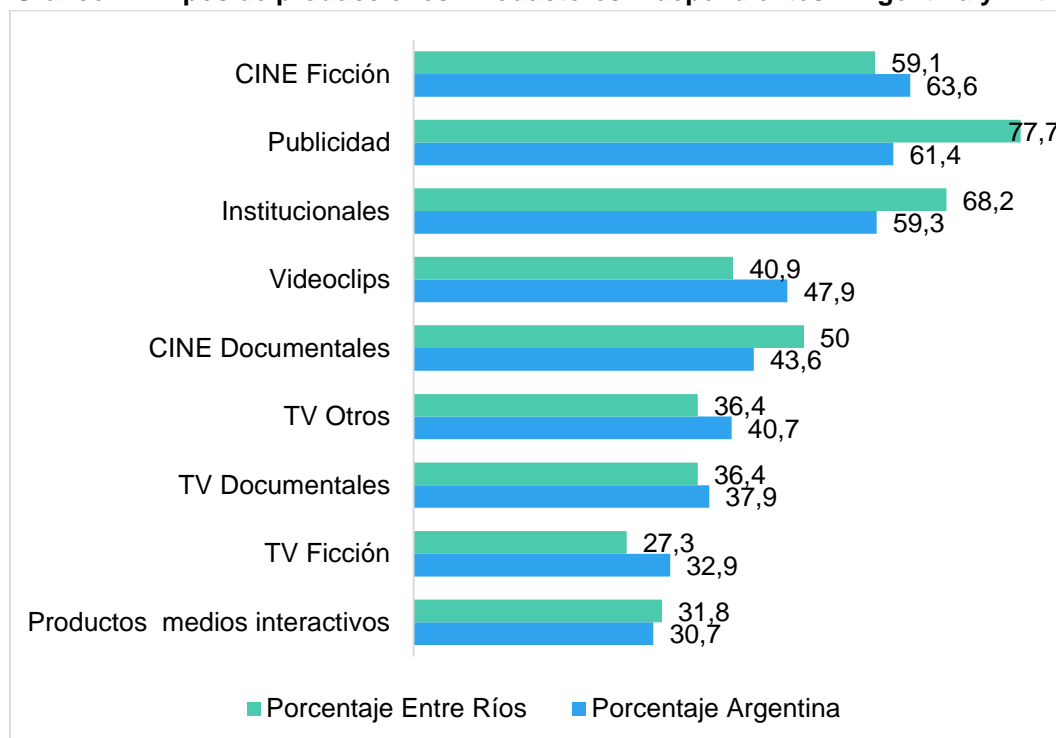
Argentina

Los tres tipos de producciones en que más trabajan los productores nacionales son: ficción para el CINE, Publicidad y las Producciones Institucionales con 63,6%, 61,4% y el 59,3% respectivamente. Otros tipos de producciones que se realizaron son Videoclips con 47,9%, documentales para cine con 43,6%, otras producciones para TV con 40,7% y documentales para TV con 37,9%. Las ficciones para TV y producciones para medios interactivos representan el 32,9% y 30,7% respectivamente.

Entre Ríos

Las producciones más realizadas por los productores entrerrianos son las publicidades y las producciones institucionales, con 77% y 68% respectivamente. En segundo lugar se encuentran las producciones relacionadas al cine ficción y cine documental con 59% y 50% cada una. Por otro lado, aparecen los Videoclips con 41%; documentales de TV y otras producciones para TV con 36,4%. Las producciones menos realizadas por los productores de Entre Ríos son los medios interactivos con el 31,8% y las ficciones para TV con el 27%.

Gráfico 24. Tipos de producciones. Productores independientes. Argentina y Entre Ríos. 2016



Fuente: elaboración propia en base a ENCUSOFTAUDIO 2017.

Cuadro Resumen Productores audiovisuales independientes de Entre Ríos

- El 77% de los productores independientes tienen entre 25 y 45 años.
- Para el 41% es la actividad laboral exclusiva y para el 40,9% representa el ingreso principal.
- El 72,7% es monotributista.
- El 59,1% son universitarios o terciarios con formación completa.
- Los tres productos principales que desarrollan son: Cine Ficción, Publicidad e Institucionales.
- A diferencia de las empresas audiovisuales de Entre Ríos, los productores independientes de esta provincia efectúan cine y TV ficción y productos de medios interactivos.

Conclusiones Productores audiovisuales independientes

Los productores audiovisuales independientes de la muestra de Argentina, tienen el 68,6% entre 25 y 45 años. En Entre Ríos, el 77% se encuentra en esa franja de edad.

En la muestra de Argentina, el 41,4% de los productores independientes tienen a esta como principal actividad. En Entre Ríos, el 41% la tiene como actividad exclusiva.

Para el 38,6% de los productores independientes de la muestra nacional representa el principal ingreso. En el 40,9% de los productores independientes entrerrianos también es el ingreso principal.

El 57,1% de los productores de la muestra nacional tiene como principal modalidad de facturación el monotributo, en Entre Ríos representa esta modalidad el 72,7%.

El 58,6% de los productores independientes de la muestra nacional tienen formación terciaria/universitaria completa. En Entre Ríos, el 59,1% de los productores independientes lo son.

Las producciones que efectúan a nivel nacional son en primer lugar Cine Ficción, luego publicidad y en tercer lugar institucionales. En Entre Ríos tiene el mismo orden de importancia que en el nivel nacional.

