



ESTUDIO PERMANENTE DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL (EPAA)

EDICIÓN 2020





INDICE

Presentación del Observatorio	3
Estudio Permanente de la Actividad Audiovisual (EPAA)	3
Resultados del Relevamiento	4
Comentarios finales	18



PRESENTACIÓN DEL OBSERVATORIO

El Observatorio Audiovisual Córdoba (OAC) es una unidad de estudios de la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba APAC; conformada por un equipo interdisciplinario de investigadores que, con la asistencia técnica de organismos especializados, se dedica a la obtención, análisis, sistematización y divulgación de información cuantitativa y cualitativa sobre el sector audiovisual local.

El 19 de Septiembre de 2019 se realizó el lanzamiento del OAC-APAC que tiene como objetivo conformar un sistema de información sobre la industria audiovisual de la región que sirva para el diseño de políticas y la toma de decisiones en el sector público, privado, civil y académico que interviene en la producción audiovisual.

ESTUDIO PERMANENTE DE la Actividad Audiovisual (EPAA)

El Estudio Permanente de la Actividad Audiovisual (**EPAA**) es una herramienta que permite generar información estadística sectorial para la descripción, evaluación y proyección de la producción audiovisual local, regional o nacional. El EPAA se propone identificar y medir las características particulares del sector reconociendo las tendencias que orientan su desarrollo económico, artístico y cultural, y los perfiles de las Productoras Audiovisuales (PA) diferenciando regiones y áreas de trabajo.

Este Primer Informe (correspondiente al año 2020) del OAC-APAC expone los resultados de una encuesta personal (administrada a través de contacto virtual en función de los requerimientos del ASPO/DISPO establecido en nuestro país frente a la situación sanitaria producto del avance del Covid-19) realizada a 43 productoras y estudios de servicios y contenidos audiovisuales de acción en vivo y animación, videojuegos, publicidad, entre otros, de la provincia de Córdoba (PAC). Se aplicó un único cuestionario que contemplaba características generales de funcionamiento, oferta de servicios, recursos humanos, formas de trabajo, relaciones con el exterior, impacto de las políticas públicas, entre otros aspectos.

El trabajo de campo se realizó entre el 26 de octubre al 6 de noviembre de 2020, respetando un diseño muestral que garantiza representación territorial (Córdoba Capital, Villa María, Río Cuarto, Unquillo, entre otras), participación asociativa, antigüedad y tamaño de las productoras. Las respuestas están protegidas por pautas de confidencialidad estadística de la información y anonimato.





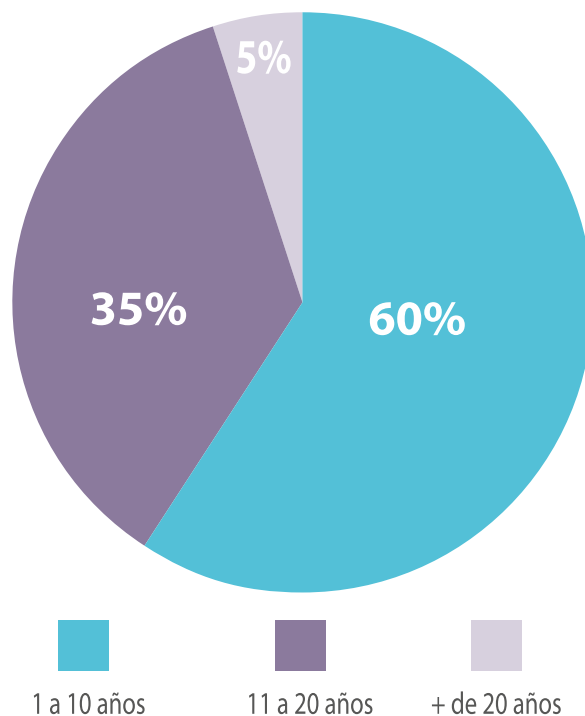
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES de Córdoba (PAC)

Período de inicio de actividades

De las productoras relevadas el 60% se ha constituido en los últimos diez años (2010-2019), la antigüedad promedio es de 9 años, confirmando la tendencia histórica de la audiovisualidad regional en Argentina. Como datos desagregados, se observa que un 37% del total inició sus actividades durante 2010 a 2016, un 21% del total entre 2008 a 2009, y un 23% entre 2017 a 2019.

Estos porcentajes discriminados muestran un movimiento significativo durante los años en los que se discutió e implementó el Plan de Fomento de la Industria Cinematográfica cordobesa por parte de la Secretaría de Cultura de la provincia con financiamiento del INCAA (2008-2009); y también durante el periodo correspondiente a la implementación de los concursos del Polo Audiovisual de Córdoba.

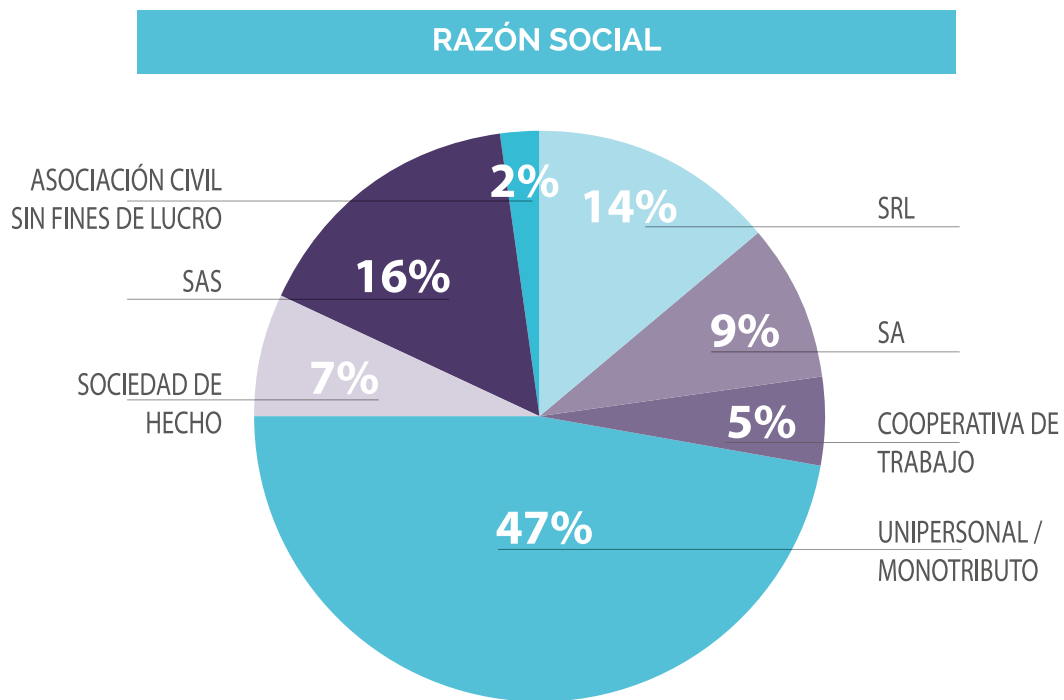
ANTIGÜEDAD DE LA PRODUCTORA (EN AÑOS)





RAZÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS AUDIOVISUALES

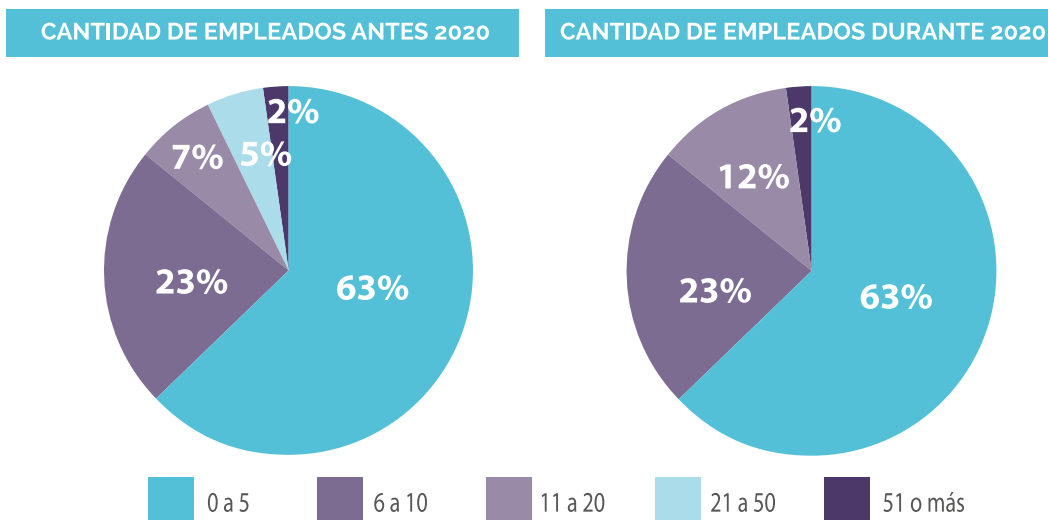
En relación al modo de constitución como razón social, el mayor porcentaje adopta la forma de monotributistas o formas unipersonales (47%) a la que le siguen alternativas que limitan la actividad patrimonial como Sociedad por Acciones Simplificadas (16%), S.R.L (14%) y S.A. (9%). Las Sociedades de Hecho y las Cooperativas de trabajo suman el 12% del total.



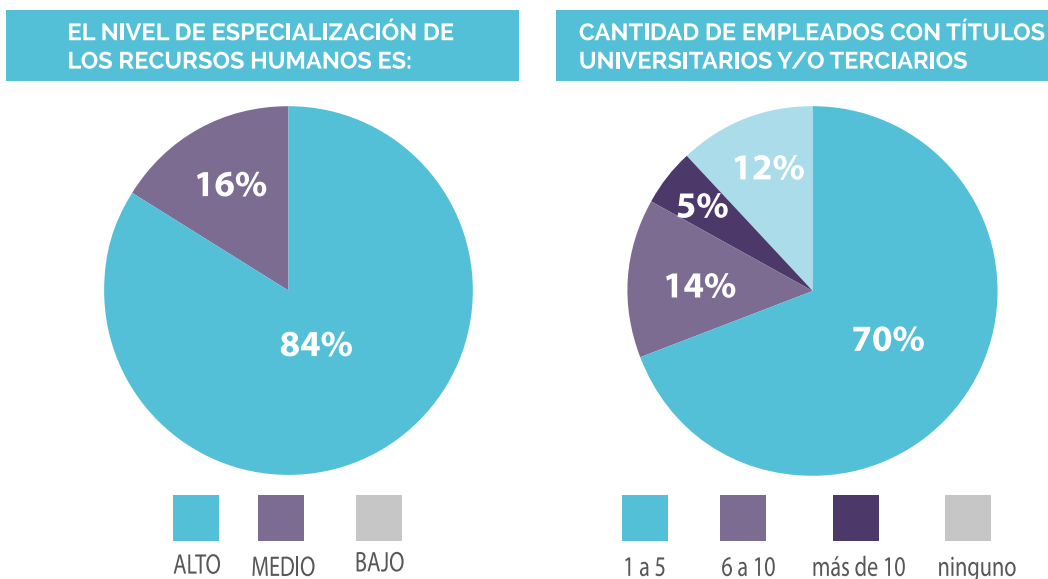


RECURSOS HUMANOS

El 63% de las productoras audiovisuales encuestadas posee una estructura de personal de entre 0 a 5 empleados, por lo que pueden ser consideradas pequeñas por su tamaño, un 30% es mediana, y sólo un 21% supera los 21 (grandes). Consultadas específicamente a las PAC por el impacto del periodo de pandemia, se observa que el mayor descenso en cantidad de empleados (comparado 2019 y el inicio del ASPO/DSPO en nuestro país) se encuentra en las empresas que poseen entre 6 a 10 empleados, por un lado, o de 21 a más, por otro.



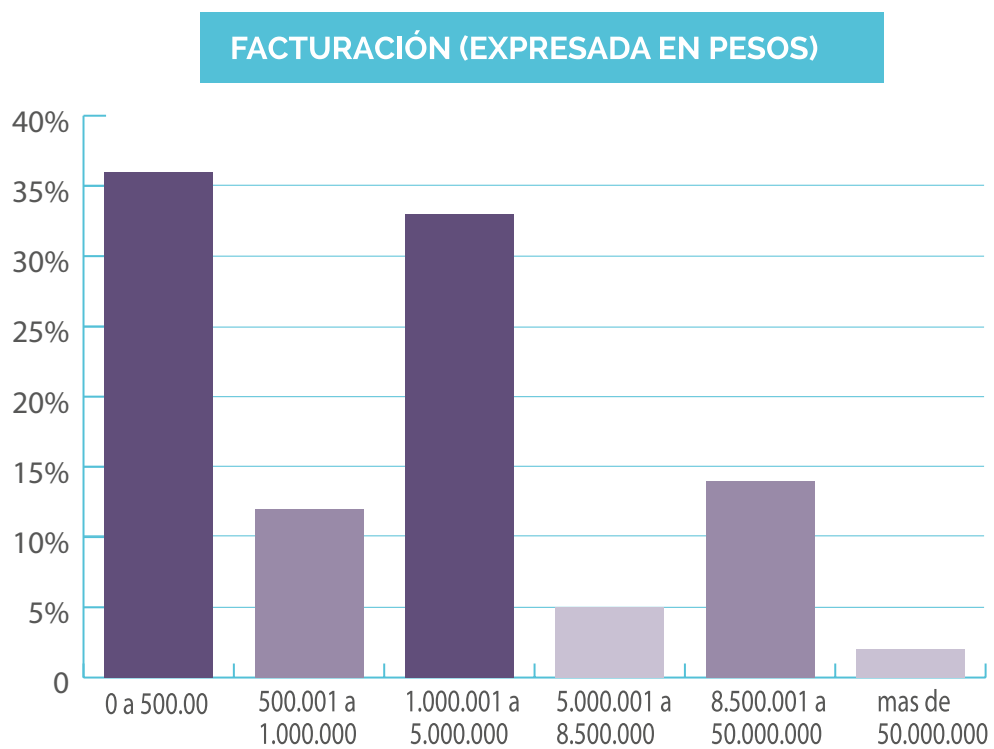
Entre los encuestados el 84% reconoce que el nivel de especialización de sus recursos humanos es alto y para el 16% es medio. Es significativa la cantidad de empleados con titulación específica en el campos de saberes profesionales que son egresados de instituciones universitarias y/o terciarias dentro personal de las productoras audiovisuales consultadas.





NIVELES DE FACTURACIÓN

Se establecieron intervalos de facturación anual en pesos argentinos. El 80% de las productoras encuestadas reconocen que su facturación se encuentra en un rango menor a 5.000.001 y se destaca un 2% con más de 50.000.000.



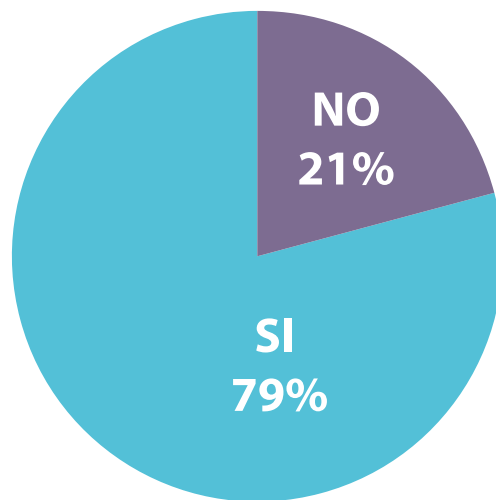


OFERTA DE SERVICIOS

Especialización de la oferta

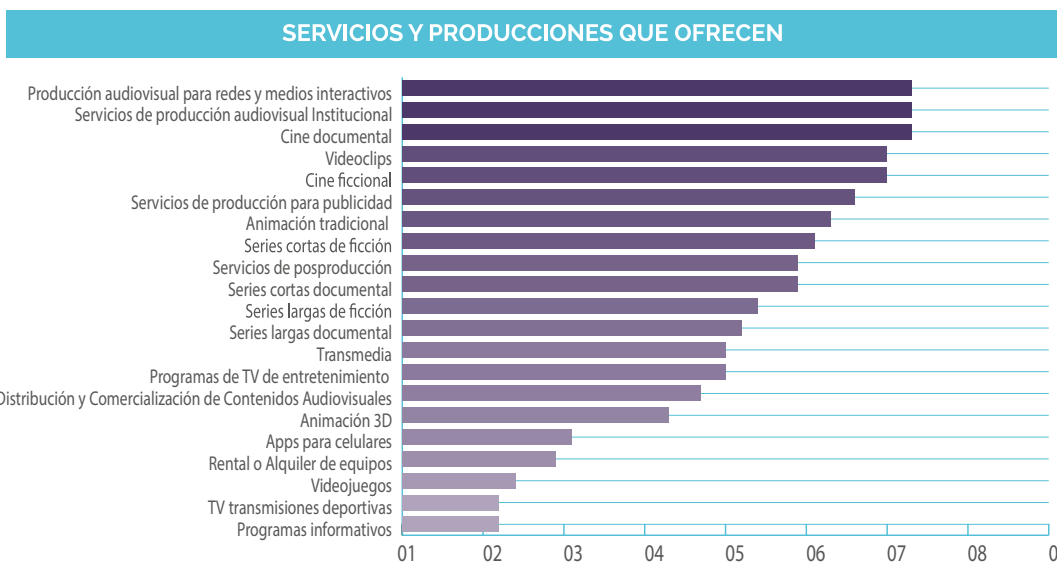
En general se reconoce el carácter diversificado de la oferta en las productoras encuestadas quienes se dedican a múltiples rubros o áreas productivas dentro del sector audiovisual. Las que sí lo consideran se dedican al rental, la producción de videojuegos, posproducción y desarrollo de contenidos.

¿LA PRODUCTORA ES UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN ALGÚN RUBRO/ÁREA PRODUCTIVA DEL AUDIOVISUAL?





Se advierte la diversificación de la oferta de contenidos y de plataformas en las productoras y empresas audiovisuales relevadas. Más del 50% reconoce la producción publicitaria e institucional; de contenidos para redes y medios interactivos; para el cine tanto documental como ficcional; y la animación tradicional; entre otros.



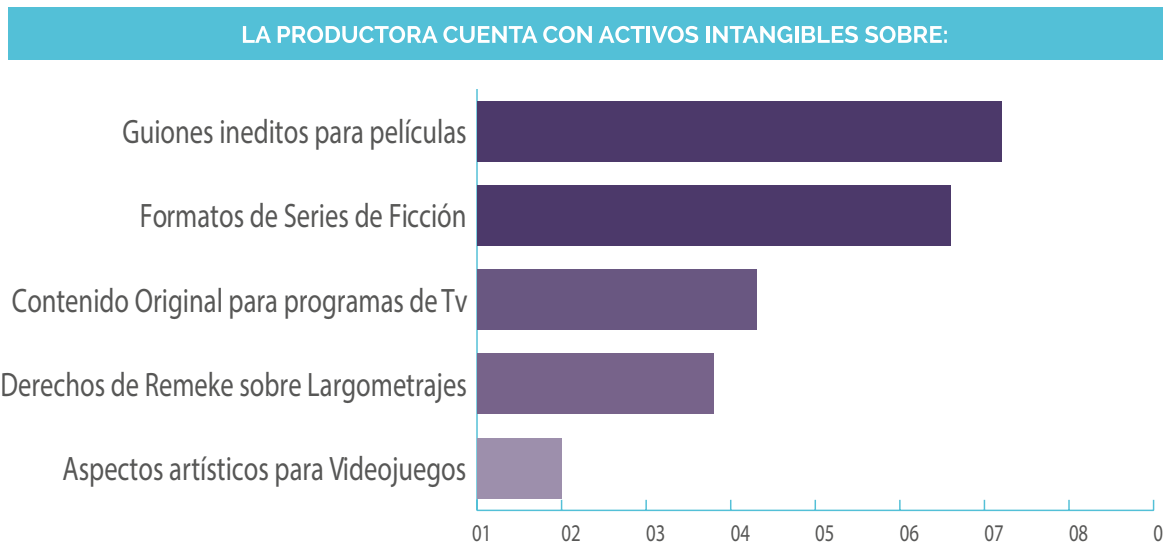
Jerarquizada la oferta de servicios en función de la importancia para la productora, la ficción obtiene una mayor cantidad de menciones: el cine ficcional (26% en primer lugar, 16% en segundo y 12% en tercero) y series cortas de ficción (19% en segundo lugar). Como la primera en importancia, el 14% reconoce la oferta de servicios de producción para publicidad. El documental obtiene menciones distribuidas en el cine documental (12% en primer lugar y 14% en segundo) y se destacan en tercer lugar las series documentales en un 9%.





ACTIVOS INTANGIBLES

En cuanto a la generación de contenidos audiovisuales, la distribución de las menciones muestra que el 62% cuenta con derechos sobre guiones inéditos para películas (cortos, largometrajes); el 56% sobre Formatos de Series de Ficción; el 33% de contenido original para programas de tv; el 28% tiene Derechos de Remake sobre Largometrajes; y el 10% sobre aspectos artísticos para videojuegos.

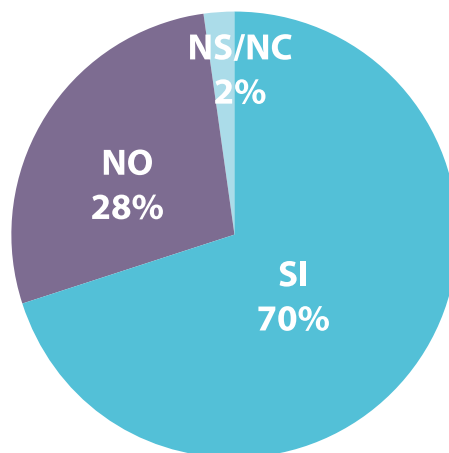




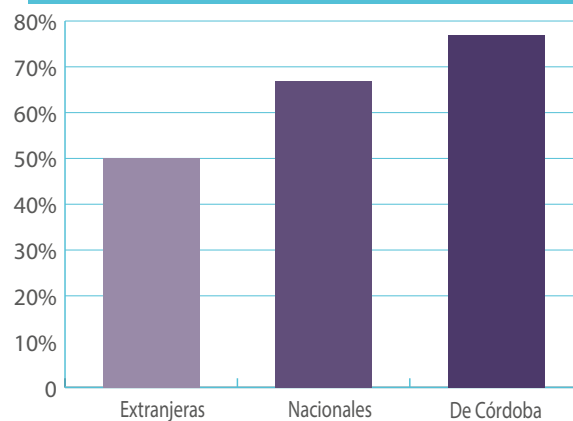
CO-PRODUCCIÓN

El relevamiento muestra que el 70% ha co-producido con otras empresas u organizaciones del sector, tanto locales como nacionales y del extranjero. Del total que afirmaron tener al menos una experiencia de co-producción, el 57% ha trabajado con otras productoras de Córdoba y/o de Argentina, y un 23% con productoras y/o empresas de las tres categorías. Dentro del grupo de productoras que "no" cuentan con una experiencia anterior, el 75% reconocen haberlo intentado pero que no lograron concretarlo. Consultados acerca de la disposición a desarrollar la co-producción como dinámica de trabajo a futuro, el 93% afirma que la consideran como una opción para el desarrollo de proyectos a futuro.

¿HA REALIZADO CO-PRODUCCIÓN CON OTRAS EMPRESAS U ORGANIZACIONES DEL SECTOR?

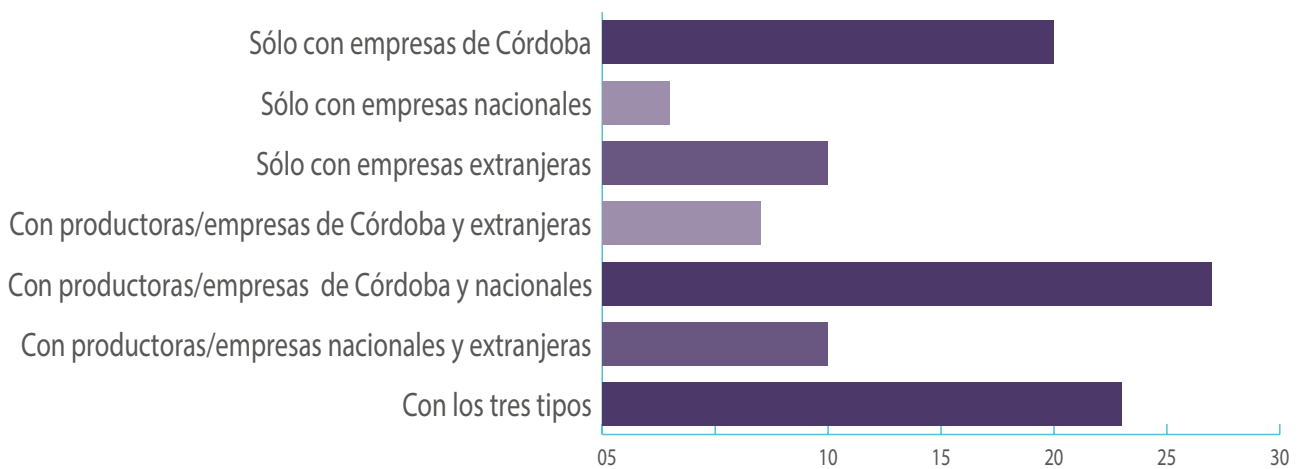


CO-PRODUCCIÓN SEGÚN ORIGEN DE LAS PRODUCTORAS/EMPRESAS

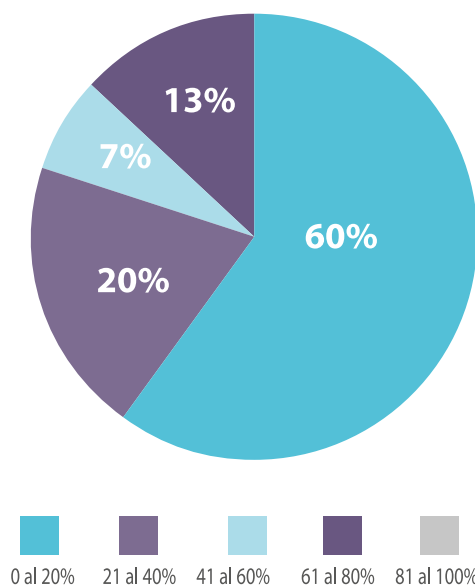




CO-PRODUCCIÓN DESAGREGADA según origen de las empresas/productoras

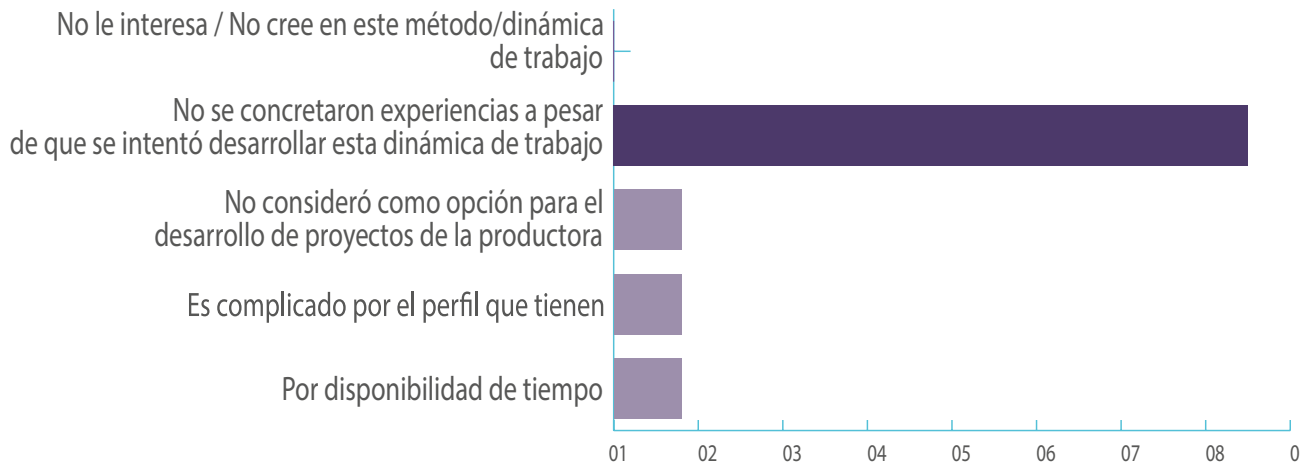


¿CUÁNTO REPRESENTA LA CO-PRODUCCIÓN EN LA FACTURACIÓN DE LA PRODUCTORA?

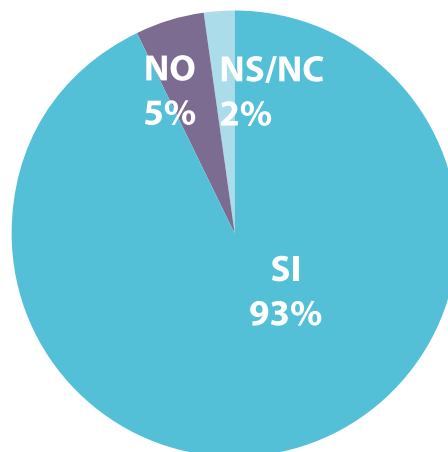




LA PRODUCTORA NO HA REALIZADO CO-PRODUCCIÓN PORQUE



¿CONSIDERA QUE EN EL FUTURO, LA CO-PRODUCCIÓN SERÍA UNA DINÁMICA DE TRABAJO QUE LE INTERESARÍA A LA PRODUCTORA DESARROLLAR?

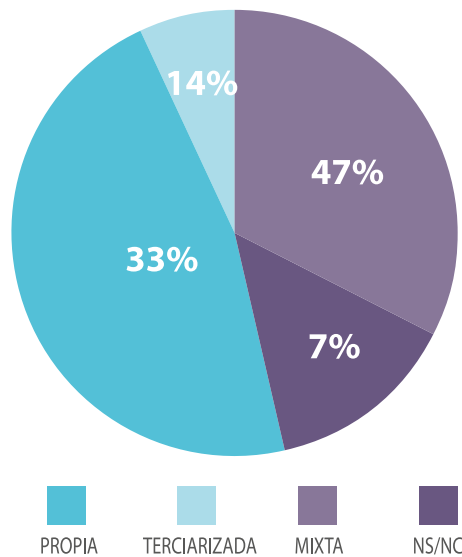




COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN

El 47% de las productoras reconoce que distribuyen sus producciones de manera mixta, mientras que el 33% lo hace por medios propios.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN



La distribución de los proyectos de las productoras es 86% de alcance nacional e internacional para el 72%.

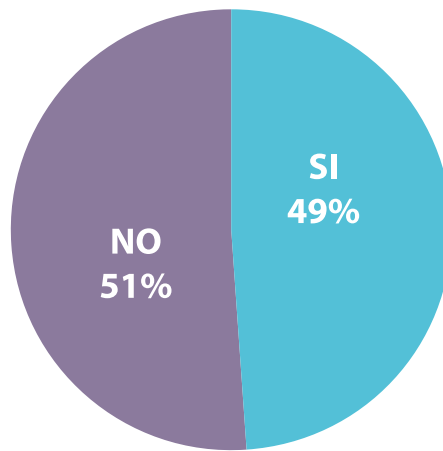
ALCANCE DE LA DISTRIBUCIÓN



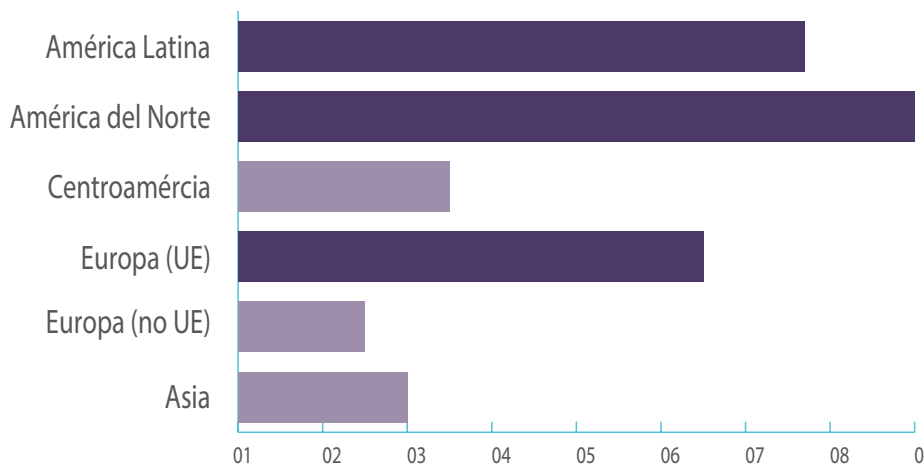


Con respecto a la exportación, el 49% reconoce haber realizado alguna venta de servicios al exterior. En el caso de las menciones sobre América del Norte, el 80% alude especialmente a Estados Unidos y a México; en el caso de los mercados de América del Sur (67%) hay una mayor dispersión de los datos pero entre los primeros lugares se encuentra Chile, Uruguay, Colombia y Ecuador.

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS AUDIOVISUALES EN CÓRDOBA



DESTINOS DE LA EXPORTACIÓN



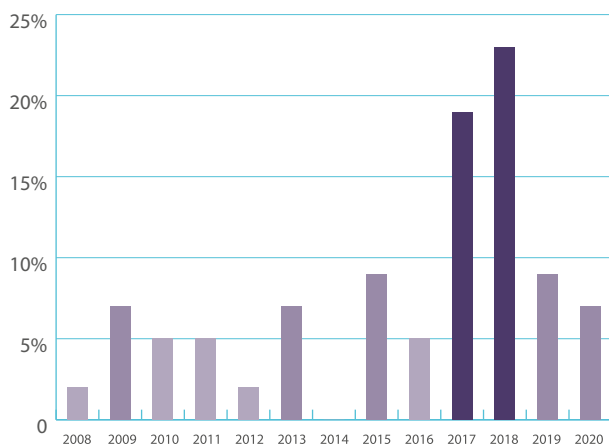


PRINCIPALES PROYECTOS DE LAS PAC

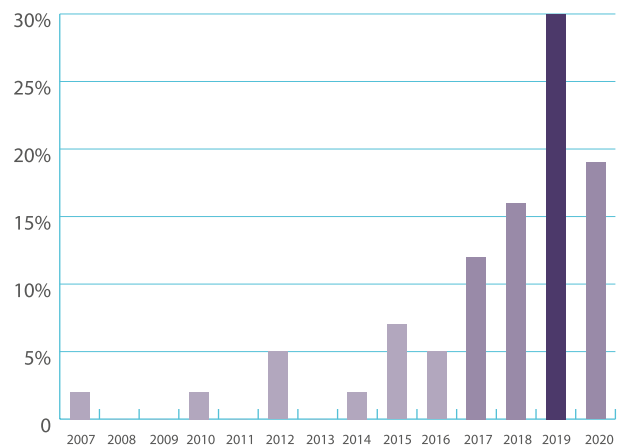
El 2018 es el año en el que el 23% del total de las productoras destaca porque se desarrolló el proyecto que transformó cualitativamente a la PAC. De manera particular, dentro del grupo de productoras que se constituyeron entre 2017 a 2019, el 50% reconoce que en 2018 desarrollaron en ese momento su mayor proyecto.

Interrogadas acerca del período en el que la productora obtuvo mayor trabajo, en las respuestas se advierte una tendencia en crecimiento desde 2017 hasta 2019. Las menciones muestran que el 2019 se presenta como un período ligado al crecimiento por su proximidad al inicio de un proyecto que los diferenció como productora, o por ser el año en el que les encuestadas valoran como un período de mayor trabajo.

¿CUÁL FUE EL AÑO EN EL QUE SE INICIÓ EL PRINCIPAL PROYECTO DE LA PRODUCTORA QUE SIGNIFICÓ UN SALTO CUALITATIVO EN SU TRAYECTORIA?



¿CUÁL CONSIDERA QUE FUE EL AÑO DE MAYOR TRABAJO DE LA PRODUCTORA?





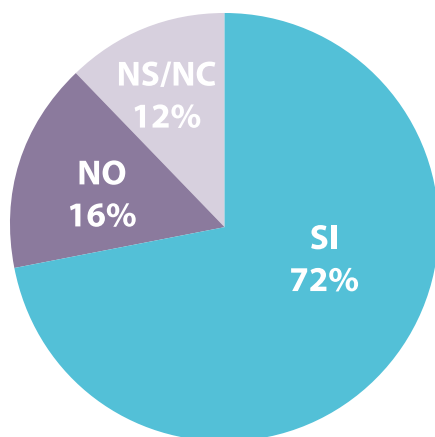
IMPACTO DE LA POLÍTICA PÚBLICA

A continuación se presentan las respuestas acerca de la valoración que las productoras realizan acerca del impacto de la política pública sobre la actividad audiovisual. Las preguntas indagaron sobre dos momentos y ámbitos estatales que son significativos para el sector en los últimos años:

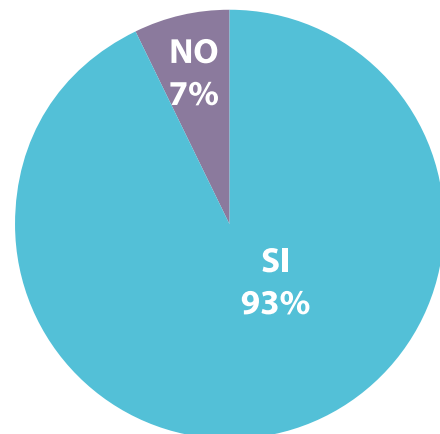
- por un lado, el periodo 2010-2015 que representó el desarrollo de una política de fomento a la actividad audiovisual diversificada, en la que se implementaron concursos con orientación federal, desde distintos organismos del Estado nacional. El 72% afirma que fue significativo.

- por otro lado, el 93% reconoce la relevancia, e impacto, del Polo Audiovisual Córdoba, entidad que se encuentra en proceso de implementación, desde el año 2017, de distintos concursos tanto para desarrollo como de producción, por ejemplo.

LAS POLÍTICAS DE FOMENTO A NIVEL NACIONAL DURANTE EL PERÍODO 2010 - 2015, IMPACTARON POSITIVAMENTE EN EL CRECIMIENTO O CONSOLIDACIÓN DE LAS PRODUCTORAS



LA CREACIÓN DEL POLO AUDIOVISUAL DE CÓRDOBA, IMPACTÓ POSITIVAMENTE EN EL CRECIMIENTO O CONSOLIDACIÓN DE LA PRODUCTORA





COMENTARIOS FINALES

En Córdoba el sector de la producción audiovisual evidencia un movimiento de crecimiento en cantidad de PAC durante los últimos años, fenómeno fuertemente ligado a la generación de políticas públicas de fomento desde organismos nacionales y/o locales. Dentro de la oferta de servicios hay un claro predominio a la diversificación en dos grandes áreas: una vinculada a la producción artística (cine de ficción, de documental, series de ficción, como las más mencionadas); otra ligada a los servicios audiovisuales para publicidad y comunicación institucional, entre otras.

Como parte de sus experiencias previas, el 70% manifiesta que ha realizado al menos una co-producción y un 49% afirma que ha realizado una actividad de exportación. De este modo se identifica el inicio de un proceso de expansión de la actividad dado que, por ejemplo, para la co-producción sólo redunda en un 0-20% de la facturación para el 60% de las PAC.

Se ha confeccionado una matriz de datos organizados en función de tres tipologías de productoras y empresas audiovisuales en Córdoba (a partir del cruce de variables como facturación, razón social, orientación hacia la co-producción e incidencia en su facturación, a la exportación y antigüedad de la productora) de lo que resultan:

Productoras Audiovisuales Consolidadas:

Facturación (aproximada): + \$ 8.5000.001

Razón Social: el 86% adopta una forma jurídica (SAS, SA, SRL)

Co-Producción: el 43% realiza co-producción con empresas extranjeras

Exportación: el 71% exporta

Productoras Audiovisuales en Crecimiento:

Facturación (aproximada): de \$ 1.000.000 a \$ 8.5000.000

Razón Social: el 50% adopta una forma jurídica (SAS, SA, SRL), el 40% es Monotributista/Unipersonal, el 10% es Cooperativa de trabajo

Co-Producción: el 63% (lo que representa en el 90% de estas productoras el 0-20 por ciento de su facturación)

Exportación: el 44% exporta

Productoras Audiovisuales Emergentes:

Facturación (aproximada): menor a \$ 1.000.000

Razón Social: 60% Monotributista/Unipersonal

Co-Producción: el 70%

Exportación: el 35% exporta