

ENCUESTA FEDERAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL 2021

Cine, TV, Plataformas y otros medios

—

Período estudiado: 2017-2021

Observatorio Audiovisual – INCAA
Diciembre / 2021



ENCUESTA FEDERAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL 2021

Cine, TV, Plataformas y otros medios

Índice

Introducción	4
Metodología y descripción de la muestra	5
Caracterización general	7
Producción	14
Políticas	22
Festivales	25
Capacidades y equipamiento	28
Análisis según la estructura organizacional de las productoras	33
Conclusiones	41
Anexo	43

Introducción

En este informe se presentan los resultados de la “Encuesta Federal de Producción Audiovisual 2021 - Cine, TV, Plataformas y Otros medios”, que se propuso obtener información sobre el período 2017-2021. Fue llevada a cabo por el Observatorio Audiovisual del INCAA para contribuir a tener un diagnóstico del estado de situación del sector audiovisual, desde una perspectiva federal y contemplando tanto las dinámicas más recientes de la actividad como el impacto de la pandemia del Covid-19.

Los tópicos relevados incluyen una caracterización general de la muestra, estrategias de producción y comercialización, políticas de fomento y perspectivas futuras, participación en festivales y, finalmente, necesidades de equipamiento y personal técnico. El análisis está precedido de una descripción del muestreo y la metodología, y concluye con un conjunto de reflexiones finales.

Con el informe se pretende dar publicidad a los datos, generar insumos para el sector y para las políticas audiovisuales (nacionales, provinciales, etc.), como así también colaborar con el desarrollo de una mirada sectorial que permita hacer frente a los desafíos presentes y futuros, en un contexto de fuertes transformaciones.

METODOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

El relevamiento se llevó a cabo en noviembre de 2021 mediante una encuesta electrónica. La encuesta fue enviada por correo electrónico a todas las empresas y productoras/es que se encuentran activas en el Registro Público de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual del INCAA, lo cual permitió tener un panorama federal del estado del sector y del impacto de la pandemia del Covid-19. El análisis de los resultados respeta la confidencialidad de los datos particulares. Las productoras audiovisuales que quieran acceder a los subsidios del INCAA para sus proyectos deben estar registradas en dicho registro público.¹

El mencionado registro tiene un total de 3.557 empresas y productoras/es, de las cuales el 87% se corresponden a personas físicas y el 13% restante a personas jurídicas. Aunque hay agentes que tienen más de tres décadas en actividad, el 94% de los registrados comenzó sus actividades a partir de 2010. De hecho, el 42% se inscribieron en 2020 y 2021, años de la pandemia. Por lo demás, todos los registrados —con independencia de su año de inicio de actividades— actualizaron sus datos entre 2019 y 2021.

De ese total de 3.557 registrados, 1.352 respondieron la encuesta, es decir, el 38%. Se trata de una proporción muy sustantiva que, como se verá más adelante, favorece la representatividad de la muestra respecto a la población total de agentes involucrados en la producción audiovisual.

El formulario utilizado es muy similar al empleado en el relevamiento de 2019², lo cual habilita la comparabilidad de los resultados. No obstante, en esta ocasión se agregaron algunas preguntas para incluir nuevas temáticas (como el impacto de la pandemia) y profundizar en otras (como las plataformas digitales de contenidos). El cuestionario incluyó preguntas de respuesta simple (se elige una sola opción por pregunta) y otras de respuesta múltiple (en las cuales los resultados suman por encima del 100%). También hubo preguntas abiertas con las cuales se buscó profundizar en distintos aspectos. En el Anexo a este informe se puede consultar el formulario empleado.

¹ Para más información sobre el registro ver: http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/index_registro.php

² Ver: “Encuesta Producción Audiovisual 2019: Cine, TV y Otros medios” http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/12/oava_9_12_2019.pdf



A partir de este relevamiento se podrán realizar otras consultas más específicas, con el fin de profundizar el conocimiento sobre el estado del sector audiovisual, sus características y sus necesidades.

CARACTERIZACIÓN GENERAL

La muestra obtenida es significativamente representativa del sector audiovisual nacional, aunque se focaliza fundamentalmente en el segmento que tiene vínculo con el INCAA, es decir, en las productoras que presentan proyectos cinematográficos y participan de las convocatorias y los concursos del fomento del Instituto tanto para cine como para televisión.

En primer lugar, se destaca el hecho de que respondieron productoras de las 24 jurisdicciones principales del país. Segundo, al analizar la provincia de origen de las respuestas se observa un marcado paralelismo con los datos del registro de productoras del INCAA. Sólo en el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires —principal centro de producción del país— se observa una diferencia porcentual significativa. Finalmente, los datos coinciden con lo que a priori podría esperarse: CABA y Buenos Aires en primer lugar, seguidas por Córdoba, Santa Fe y Mendoza.

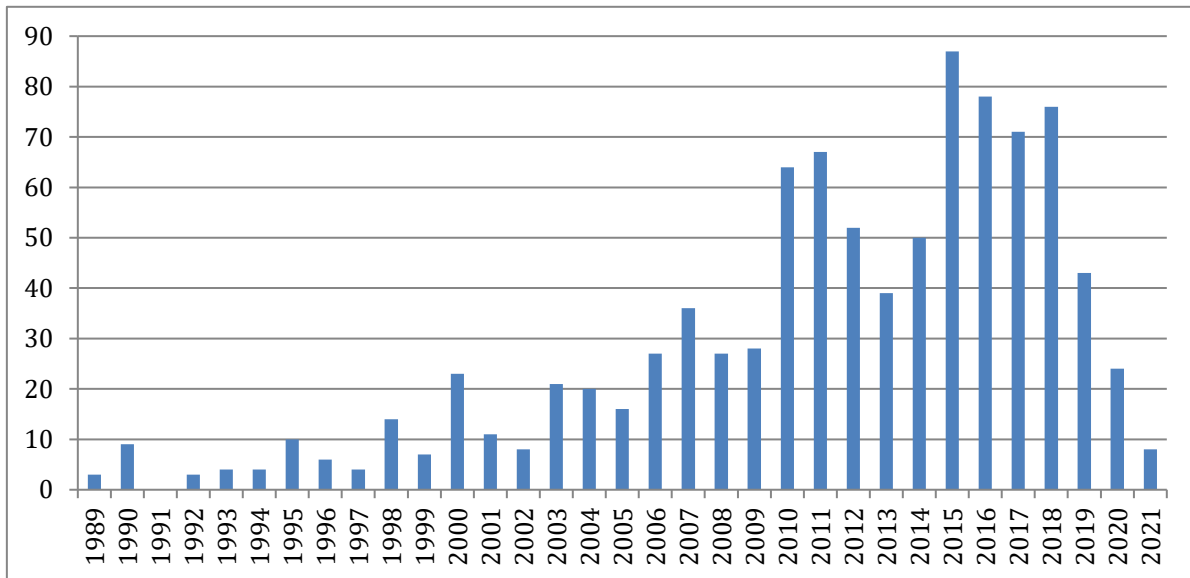
Tabla 1: Productoras por provincia: comparación entre la muestra y el registro³

Distrito	Muestra	%	Registro	%	Participación
Buenos Aires	176	19,34%	669	18,81%	26%
CABA	427	46,92%	1881	52,88%	23%
Catamarca	5	0,55%	7	0,20%	71%
Chaco	8	0,88%	23	0,65%	35%
Chubut	9	0,99%	41	1,15%	22%
Córdoba	49	5,38%	168	4,72%	29%
Corrientes	6	0,66%	18	0,51%	33%
Entre Ríos	10	1,10%	32	0,90%	31%
Formosa	5	0,55%	19	0,53%	26%
Jujuy	17	1,87%	43	1,21%	40%
La Pampa	6	0,66%	10	0,28%	60%
La Rioja	5	0,55%	14	0,39%	36%
Mendoza	29	3,19%	117	3,29%	25%
Misiones	22	2,42%	57	1,60%	39%
Neuquén	11	1,21%	39	1,10%	28%
Río Negro	17	1,87%	65	1,83%	26%
Salta	11	1,21%	43	1,21%	26%
San Juan	11	1,21%	30	0,84%	37%
San Luis	8	0,88%	29	0,82%	28%
Santa Cruz	2	0,22%	6	0,17%	33%
Santa Fe	48	5,27%	154	4,33%	31%
Santiago del Estero	6	0,66%	12	0,34%	50%
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	7	0,77%	24	0,67%	29%
Tucumán	15	1,65%	56	1,57%	27%
TOTAL	910	100,00%	3.557	100,00%	26%

El año de inicio de actividades de los encuestados muestra un salto cualitativo a partir de 2010, cuando por primera vez se rompe la barrera de los cuarenta con un total de 64 nuevas productoras. El punto máximo fue en 2015 con un total de 87, luego de lo cual comenzó un declive que se profundizó con la pandemia, pero aun así en 2020 hubo 24 productoras que iniciaron su actividad.

³ Aquí y en otros cuadros se implementará un mapa de color que facilita la interpretación de los datos. Las celdas en color azul representan los valores bajos, y los que están en rojo representan los altos.

Gráfico 1: Año de inicio de actividades



Si se analizan los datos en rangos, surge que el 76% de los agentes comenzaron sus actividades a partir de 2008 y que el periodo más activo fue 2016-2019, con 268 nuevos agentes. No obstante, como puede observarse en el cuadro más abajo, en ese período se observa una desaceleración en la evolución de los ingresos a la actividad respecto a períodos anteriores.

Gráfico 2: Año de inicio de actividades, en rangos

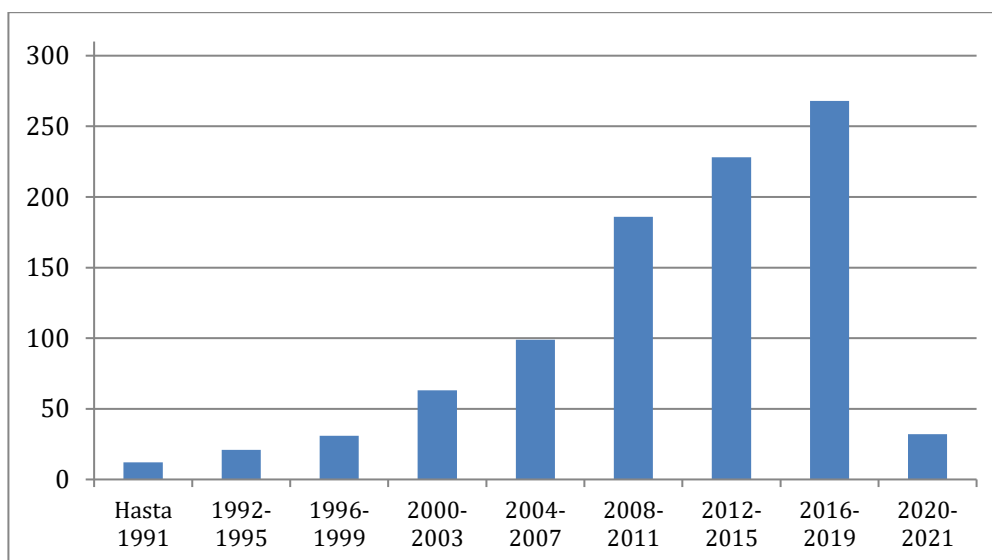


Tabla 2: Año de inicio de actividades, en rangos, y evolución interperíodo

Periodo	Total	Porcentaje	Evolución interperíodo
Hasta 1991	12	1%	
1992-1995	21	2%	75%
1996-1999	31	3%	48%
2000-2003	63	7%	103%
2004-2007	99	11%	57%
2008-2011	186	20%	88%
2012-2015	228	24%	23%
2016-2019	268	29%	18%
2020-2021	32	3%	-88%

La producción audiovisual es una actividad que involucra la participación de un conjunto diverso de agentes: empresas, cooperativas, sociedades de hecho, asociaciones civiles y monotributistas. Tal como se puede observar a continuación, sólo el 17% de los encuestados desarrolla sus actividades bajo la figura de una empresa formal (S.A., S.A.S. o S.R.L.), mientras que la gran mayoría (69%) afirmó ser unipersonal/monotributista. Esto sugiere que hay al menos dos grandes grupos: uno más constituido y con una estructura formal, y otro más atomizado.

Tabla 3: Figura jurídica bajo la cual desarrollan sus actividades

Categorías	Respuestas	
S.A.	4,07%	37
S.A.S.	1,21%	11
S.R.L.	11,65%	106
Sociedad de hecho	2,64%	24
Cooperativa	5,16%	47
Asociación civil	1,76%	16
Unipersonal/Monotributista	69,34%	631
Otro (especifique)	4,18%	38
	Respondidas	910
	Salteadas	442

Esa primera caracterización general sirve para entender la distribución de los agentes en la mayoría de las variables. Por ejemplo, eso explica que tres cuartos de la muestra hayan declarado una facturación de hasta \$500.000 durante la pandemia. No obstante, aunque sean una minoría, también es destacable el hecho de que haya 29 productoras que facturaron más de \$5.000.000, entre las cuales 7 lo hicieron por encima de los \$50.000.000.

Tabla 4: Facturación anual alcanzada durante la pandemia, en rangos y en pesos

Rangos	Respuestas	
Hasta \$500.000	76,03%	571
\$500.001 a \$1.000.000	12,92%	97
\$1.000.001 a \$5.000.000	7,19%	54
\$5.000.001 a \$8.500.000	1,60%	12
\$8.500.001 a \$50.000.000	1,33%	10
más de \$50.000.000	0,93%	7
	Respondidas	751
	Salteadas	601

Respecto a sus fuentes de financiación durante el último año, la mayoría declaró haberse financiado con fondos propios. No obstante, se observa una gran diversificación, ya que también son relevantes los fondos provenientes del INCAA y de organismos provinciales o municipales, seguidos por las coproducciones y los servicios a terceros (en ambos casos, vinculados a agentes nacionales).

Tabla 5: Principales fuentes de financiación en el último año

Opciones	Respuestas	
Fondos Propios	82,05%	850
Coproducciones con asociados nacionales	16,22%	168
Coproducciones con asociados internacionales	9,75%	101
Fondos INCAA	29,73%	308
Fondos Provinciales o Municipales	28,86%	299
Financiamiento de Organismos Internacionales o Premios de festivales	7,24%	75
Ventas a mercados internacionales	4,34%	45
Ventas en el mercado nacional	2,22%	23
Servicios a terceros nacionales	15,35%	159
Servicios a terceros internacionales	5,60%	58
Otro (especifique)	10,14%	105
	Respondidas	1036
	Salteadas	316

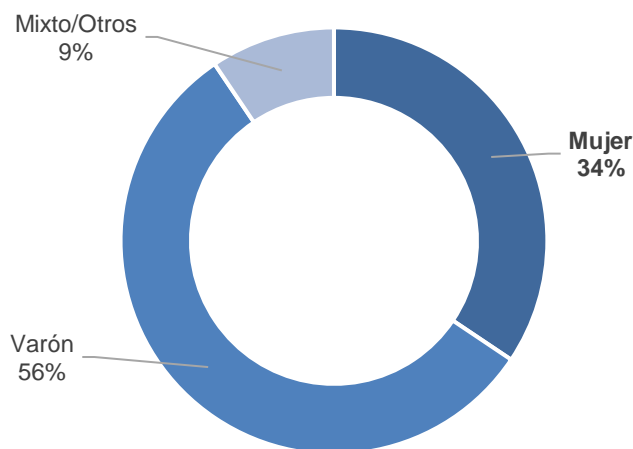
En sintonía con lo anterior, la mayoría afirmó no tener empleados. Dado que la producción audiovisual es una actividad organizada por proyectos, es habitual que el personal necesario sea mayormente contratado por un periodo determinado de tiempo, siendo la relación de dependencia más bien una excepción.

Tabla 6: Cantidad de empleados fijos por productora⁴

Rangos	Respuestas	
Ninguno	79,34%	722
Entre 1 y 7	18,57%	169
Entre 8 y 30	1,65%	15
Entre 31 y 165	0,33%	3
Más de 165	0,11%	1
	Respondidas	910
	Salteadas	442

Otro aspecto relevado es el género autopercebido de las personas responsables de las productoras. El primer rasgo visible es que la mayoría (56%) se define como varón, lo cual es indicativo de que la mujer aún ocupa un lugar menor (34%) en las productoras a pesar de los avances que se observan en otros campos. Luego hay un conjunto de respuestas (9%) que señalan que hay varones y mujeres en la toma de decisiones, como así también —aunque en menor medida— personas no binarias (lesbianas, bisexuales, fluido, trans, entre otros). El objetivo de relevar estos datos es justamente visibilizar la diversidad de género en el sector audiovisual.

Gráfico 3: Género autopercebido de las personas responsables de las productoras

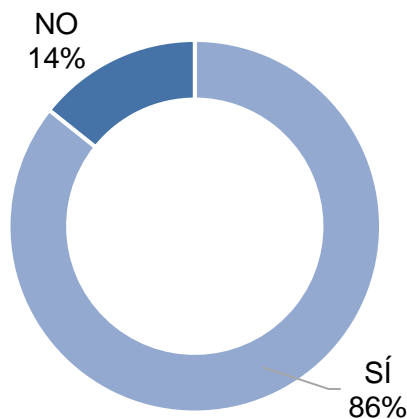


⁴ Se tomaron los rangos establecidos por la resolución 519/2018 de la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Producción de la Nación. Ver <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/313377/norma.htm>

PRODUCCIÓN

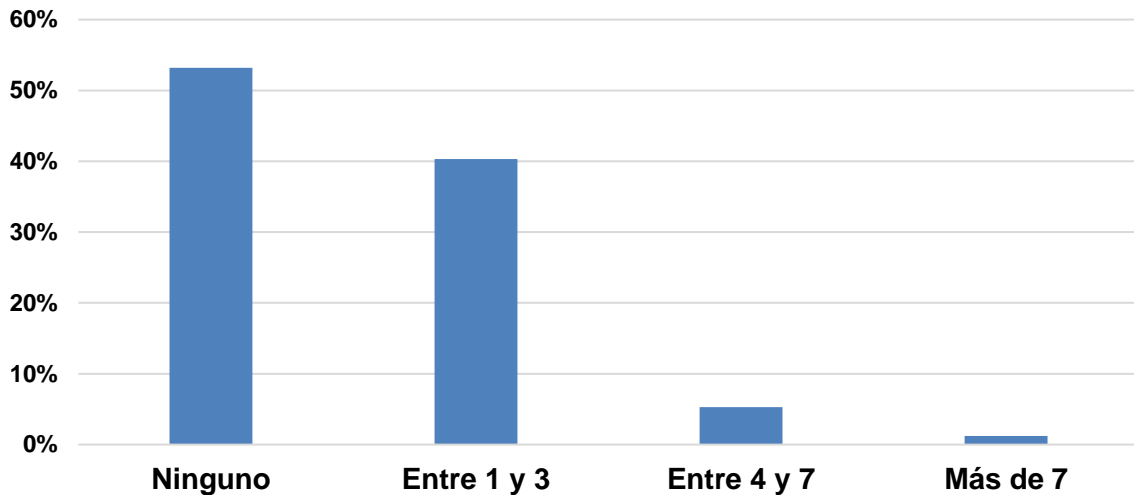
El 86% de los que respondieron la encuesta ha producido algún proyecto en los últimos 5 años, con lo cual puede decirse que estos son los que se encuentran en actividad.

Gráfico 4: Producción de proyectos audiovisuales en los últimos cinco años



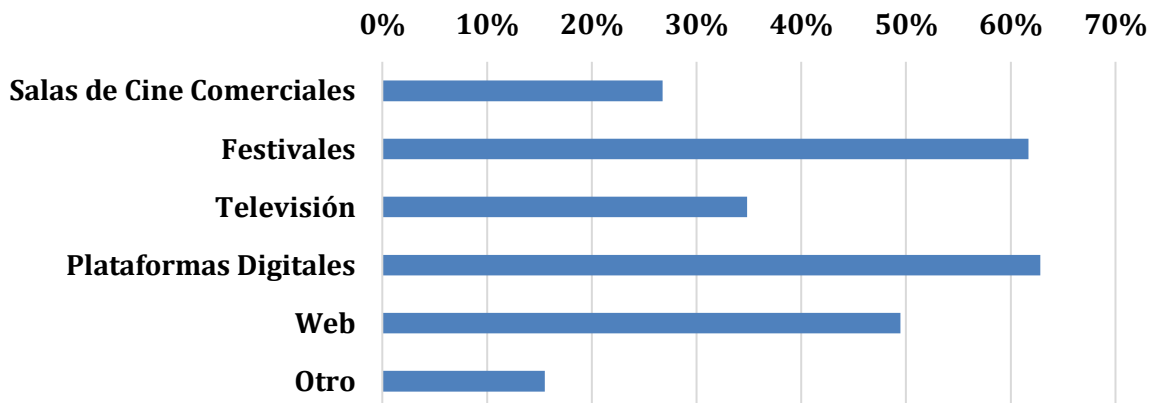
A los encuestados en actividad se les preguntó cuántos de sus proyectos de los últimos 5 años fueron realizados con el apoyo del INCAA. Los resultados muestran que prácticamente la mitad (47%) obtuvo algún tipo de apoyo, aunque la mayoría de ellos hizo una cantidad de proyectos relativamente baja (entre 1 y 3).

Gráfico 5: Proyectos producidos en los últimos cinco años con apoyo del INCAA



Los contenidos producidos por los encuestados fueron exhibidos mayormente en plataformas digitales y festivales (en ambos casos por encima del 60%), seguidos por la web (49%) y la televisión (35%). Las salas de cine recién aparecen en quinto lugar, con el 27%, lo cual es sintomático de las transformaciones que viene atravesando el sector audiovisual en las últimas décadas.

Gráfico 6: Ventanas de exhibición de los proyectos producidos



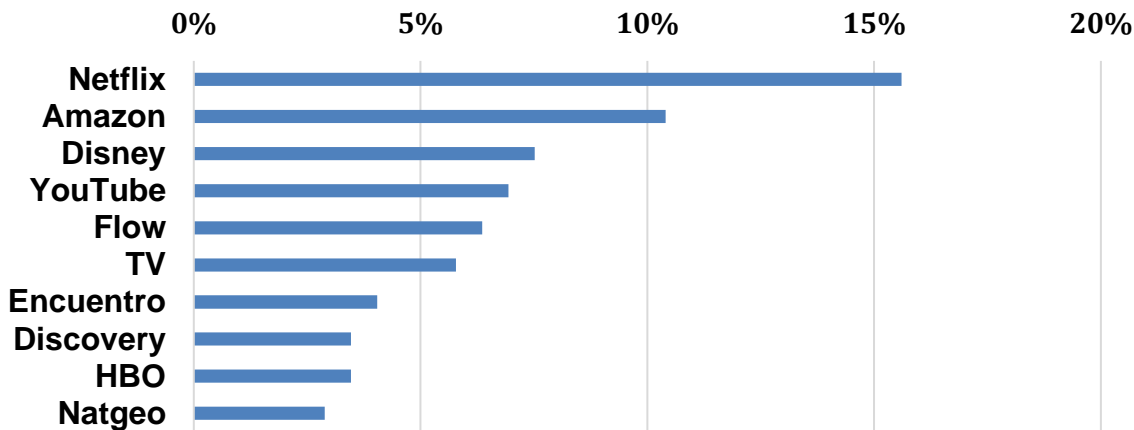
Considerando la irrupción de las plataformas de streaming audiovisual y las cadenas televisivas internacionales, se les consultó si habían realizado producciones o servicios de producción para estos servicios. Los resultados muestran que el 20% respondió afirmativamente. De ellos, el 81% contestó que realizó producciones (es decir, hizo “originales” o licenció contenidos preexistentes) y el 54% realizó servicios de producción.

Gráfico 7: Realización de producciones o servicios de producción para plataformas o señales internacionales



Al consultarles sobre con qué plataformas o cadenas se vincularon, en primer lugar aparecen Netflix, Amazon Prime Video y Disney —las plataformas globales que dominan el segmento en buena parte del planeta—, seguidas de YouTube y Flow —el principal servicio de origen nacional, que ofrece servicios de TV por suscripción tradicional y también una plataforma—. También es relevante la señal pública Encuentro, que produce una gran cantidad de contenidos educativos y culturales. Flow y Encuentro aparecen con cierta fuerza, a pesar de que la pregunta apuntaba a servicios internacionales.

Gráfico 8: Plataformas y/o señales internacionales para las cuales se realizaron producciones o servicios de producción



Prácticamente un tercio ha realizado alguna coproducción en los últimos 5 años. No obstante, las coproducciones representan menos de la mitad de lo producido para la mayoría (el 57% de la muestra), fueron realizadas fundamentalmente con socios nacionales (70%, contra el 56% con socios internacionales) y la participación fue muy distribuida, a tal punto que no se observan diferencias significativas entre mayoritaria, igualitaria o minoritaria.

Gráfico 9: Realización de coproducciones en los últimos cinco años

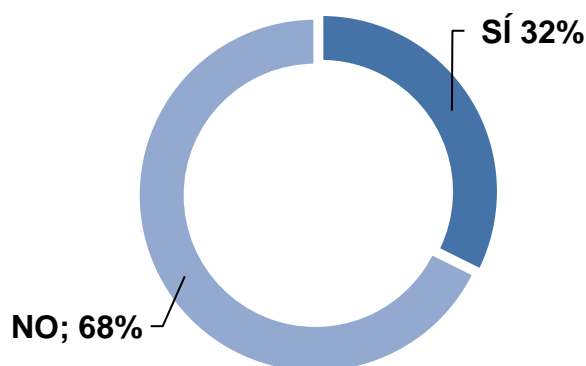


Gráfico 10: Porcentaje estimado de coproducciones sobre el total de lo producido en los últimos cinco años

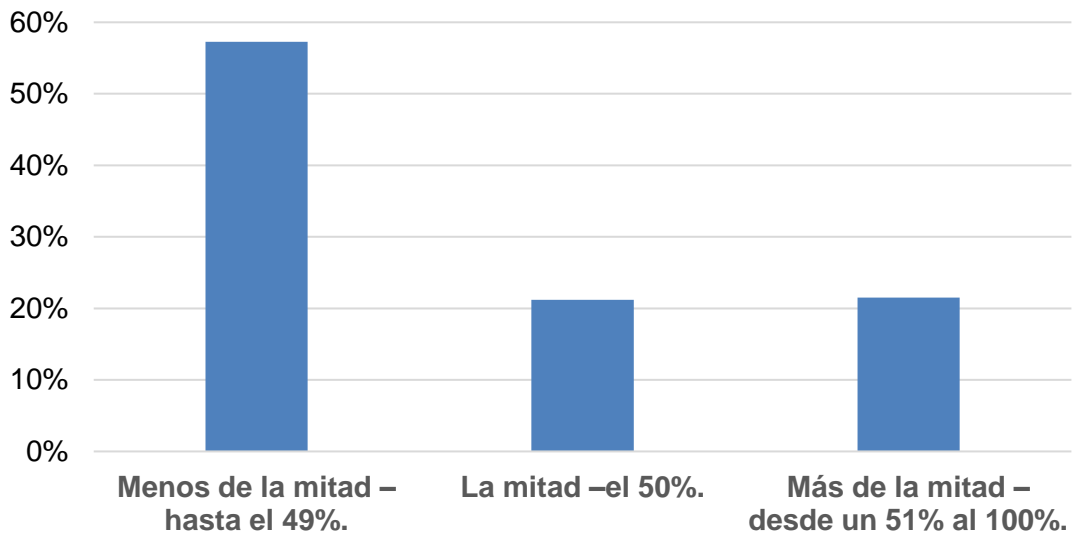


Gráfico 11: Coproducciones realizadas con socios nacionales o internacionales

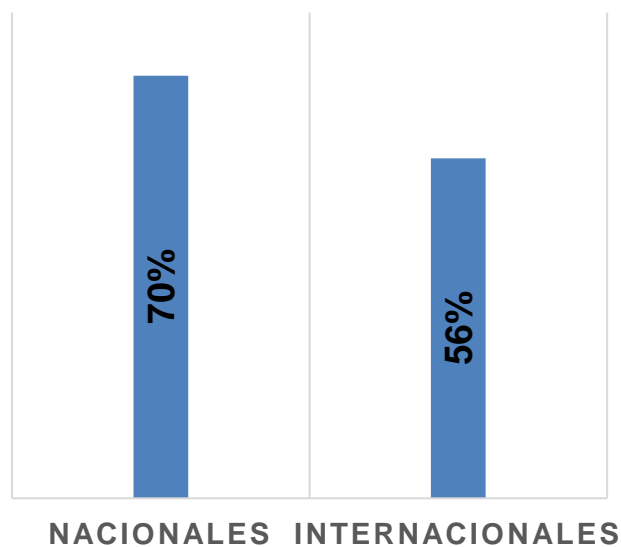
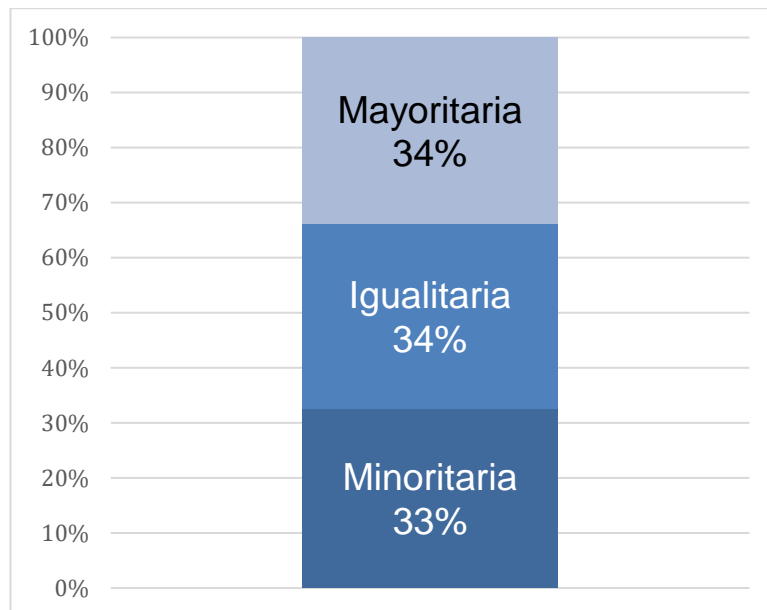
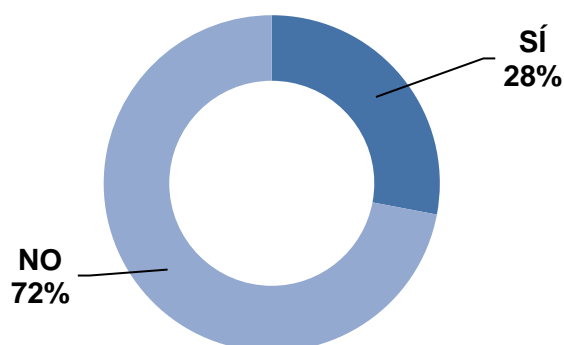


Gráfico 12: Participación societaria promedio en las coproducciones



Luego se incluyó una sección del formulario orientada a relevar la comercialización internacional de la producción nacional. El 28% de los encuestados afirmó haber comercializado producciones en el exterior en los últimos 5 años.

Gráfico 13: Comercialización en el exterior de producciones realizadas en los últimos cinco años



El 87% comercializó entre 1 y 3 proyectos y el principal destino fue Latinoamérica (77%), seguido por Europa (67%), Estados Unidos/Canadá (45%) y Asia (19%). En sintonía con lo señalado anteriormente, la principal ventana de exhibición de estas ventas fueron las plataformas (80%), seguida por la televisión (41%), la web (29%), luego las salas de cine comerciales (28%) y otros (10%).

Gráfico 14: Cantidad de producciones comercializadas en el exterior

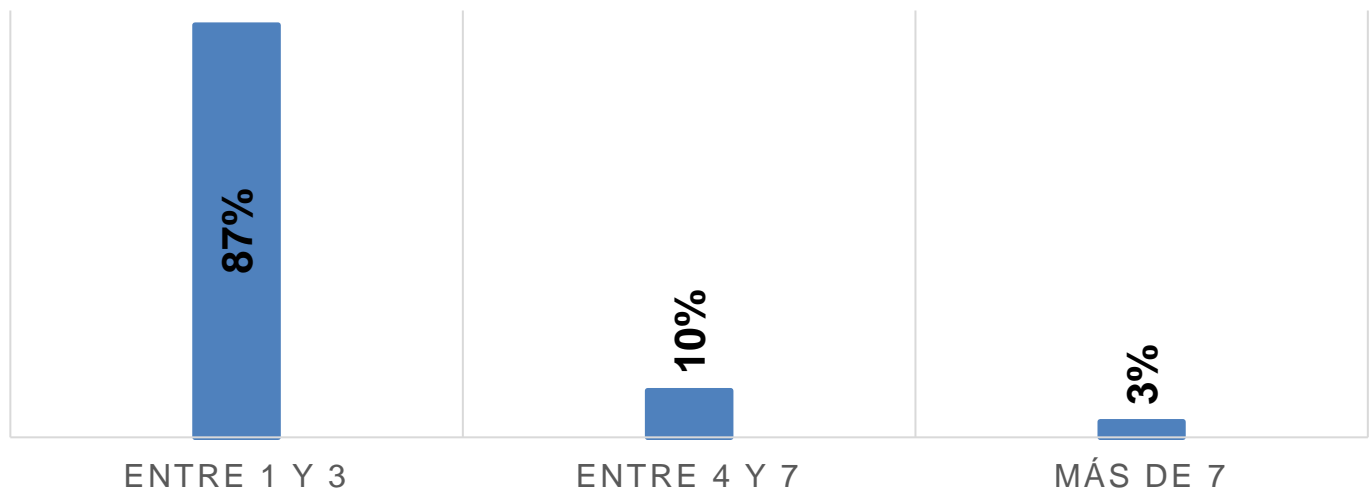


Gráfico 15: Regiones destinatarias de las obras comercializadas

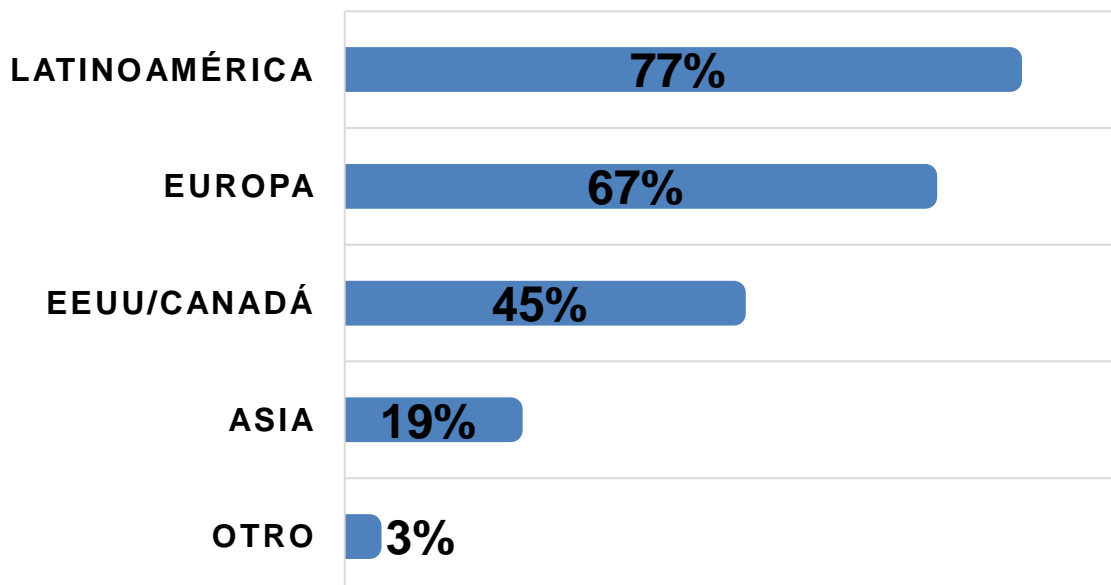
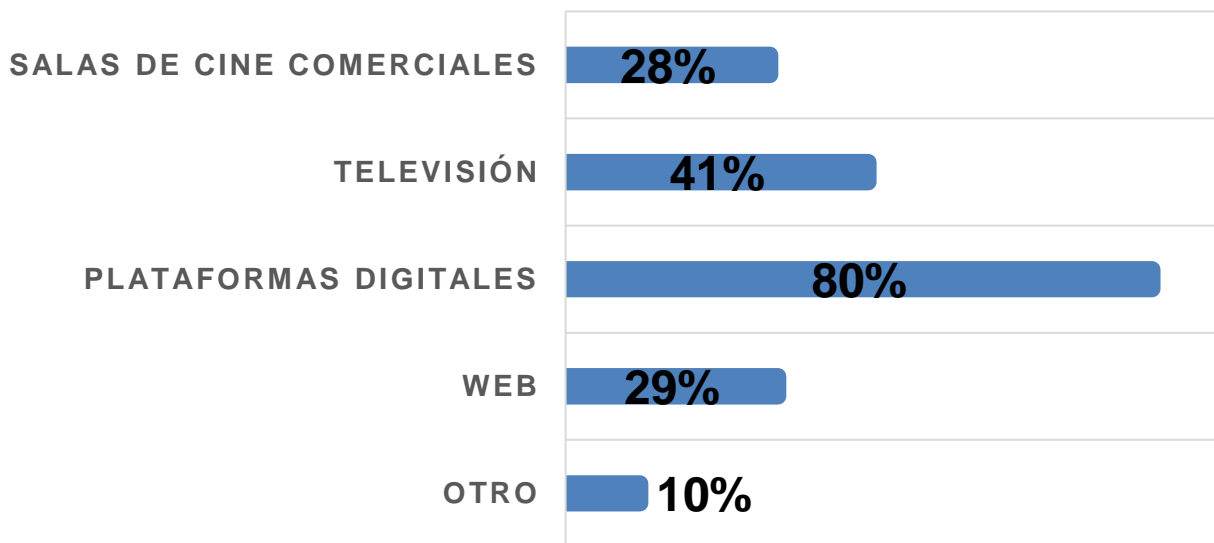


Gráfico 16: Ventanas de exhibición de las producciones comercializadas en el exterior



POLÍTICAS

Si bien las políticas públicas siempre son relevantes para explicar el funcionamiento de la industria audiovisual, este año su relevancia se vio incrementada por el impacto de la pandemia del Covid-19⁵. Es importante tener en cuenta que la encuesta fue realizada en noviembre de 2021, en un contexto de recuperación progresiva, pero todavía muy marcado por el cierre preventivo, la implementación de protocolos y la situación económica.

Además de las políticas preexistentes del INCAA, del Ministerio de Cultura de la Nación y de los principales organismos jurisdiccionales en materia de cultura (es importante recordar que algunas provincias tienen leyes de fomento de la actividad audiovisual), hay que tener en cuenta que estos y otros organismos implementaron políticas específicas en respuesta a la pandemia. El INCAA, por caso, implementó un fondo de ayuda a la finalización de rodajes, al cual accedió el 10% de los encuestados.

Por otro lado, se les preguntó por la importancia de las políticas nacionales y locales (provinciales y de la CABA) en su recuperación posterior al impacto de la pandemia. La respuesta principal fue “muy importante” en ambos casos: 68% para las políticas nacionales y 53% para las locales.

⁵ Algunas de las preguntas de esta sección fueron tomadas del Estudio Permanente de la Actividad Audiovisual (EPAA) llevado a cabo por el Observatorio de la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC), a quienes agradecemos por compartir esta formulación. Para más detalle, ver Anexo.

Gráfico 17: Productoras/es que accedieron a la ayuda a la finalización de rodajes del INCAA

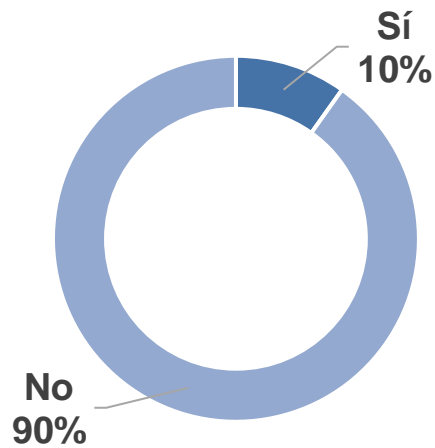
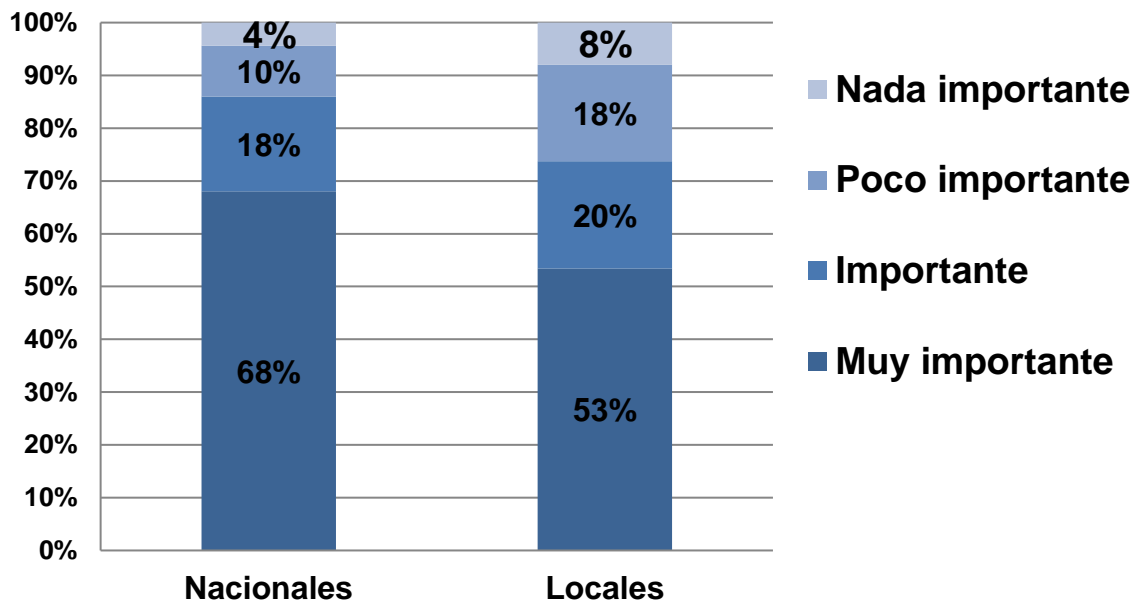
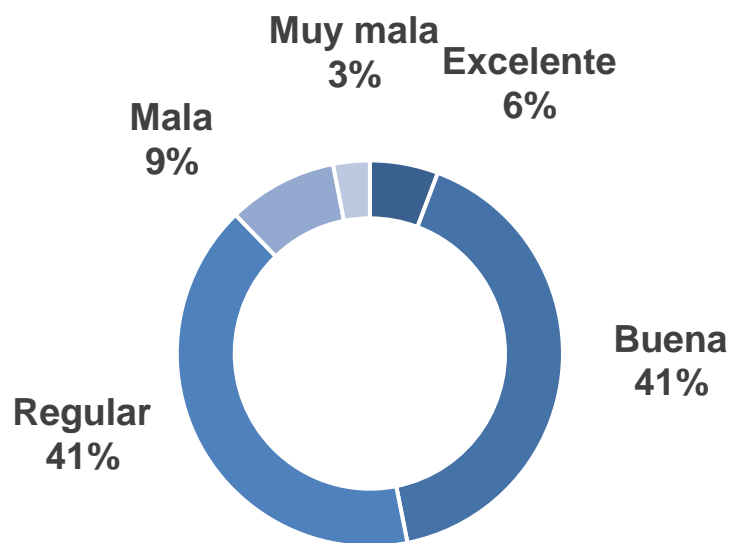


Gráfico 18: Importancia de las políticas nacionales y locales en su recuperación



A pesar de las dificultades inherentes al acontecimiento extraordinario que experimentó todo el planeta, el dato alentador es que para la mayoría de los encuestados la perspectiva de recuperación a futuro es buena (41%) o regular (41%).

Gráfico 19: Perspectivas de recuperación a futuro



FESTIVALES

Se incluyó una sección específica referida a los festivales, asumiendo que son espacios no sólo de exhibición (de películas y contenidos seriados), sino también espacios de encuentro con los públicos, con la crítica especializada, con los funcionarios, con colegas y —por todo esto— espacios relevantes para el sector audiovisual, donde se tejen acuerdos, se realizan alianzas y se definen proyectos para el futuro. En ese sentido, es significativo que el 73% de los encuestados haya participado en festivales, de los cuales el 15% contó con algún apoyo especial del INCAA.

Gráfico 20: Participación en festivales en los últimos cinco años

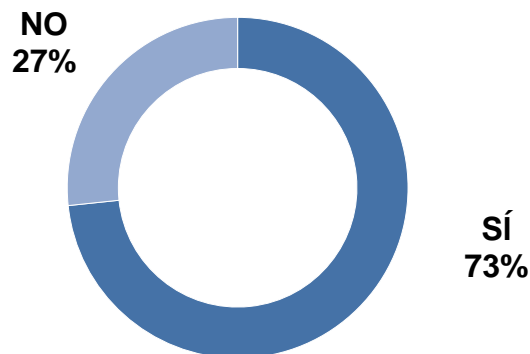
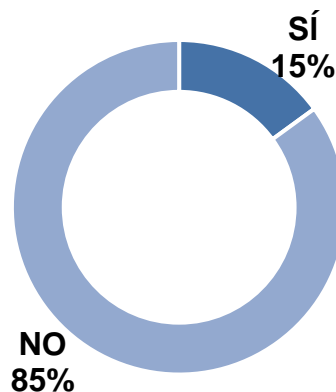
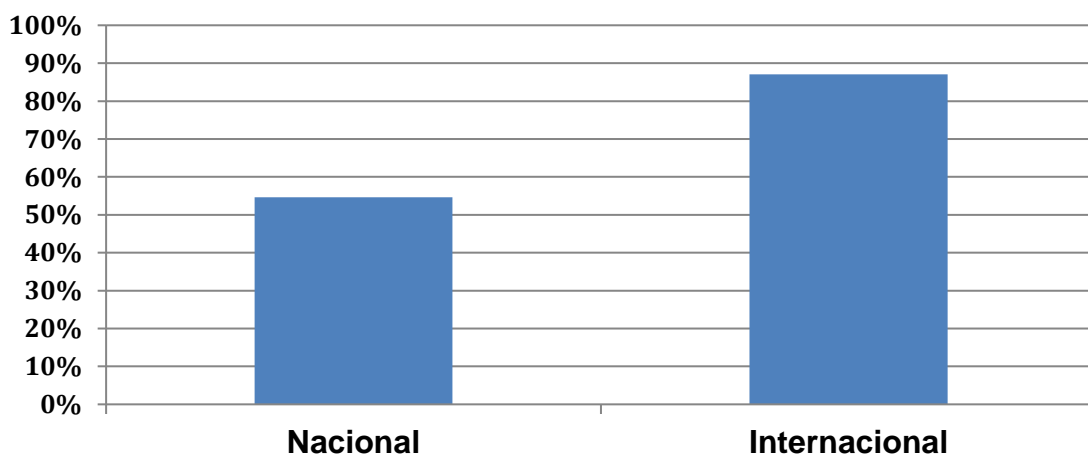


Gráfico 21: Apoyo del INCAA en las participaciones



También es relevante que el 87% haya participado en festivales internacionales, mientras que un 55% lo hizo en festivales nacionales. Desde ya, estos porcentajes señalan que hay proyectos que hicieron ambos recorridos.

Gráfico 22: Tipo de festivales en los que participó



Desde ya, una de las funciones de los festivales consiste en seleccionar y premiar a las producciones o a parte de sus equipos técnicos o artísticos. El 69% de las productoras encuestadas que participaron en festivales en los últimos 5 años obtuvieron algún tipo de premio por sus proyectos. Y de las que obtuvieron premios, más de la mitad (51%) obtuvo más de 3.

Gráfico 23: Obtención de premios

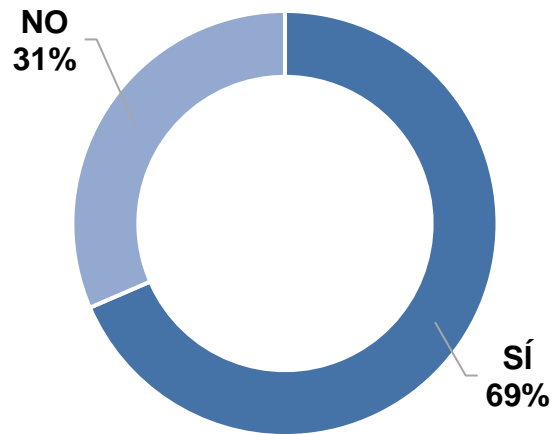
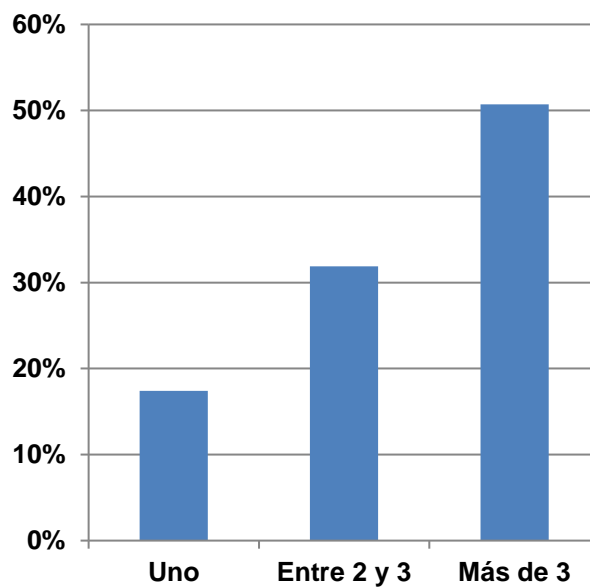


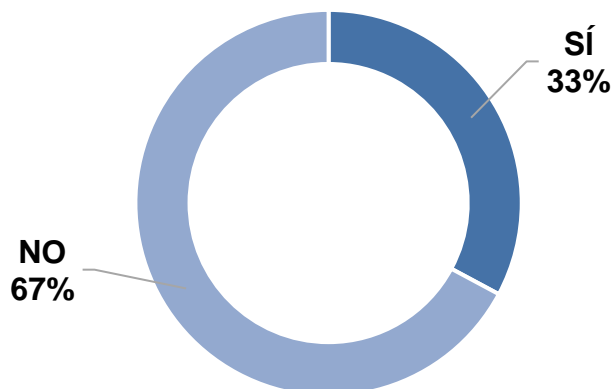
Gráfico 24: Cantidad de premios obtenidos



CAPACIDADES Y EQUIPAMIENTO

Una cuestión clave para bosquejar un diagnóstico del sector audiovisual está asociada al acceso y la disponibilidad de equipamiento y personal técnico calificado en cada región del país. En ese sentido, es importante notar que dos tercios de los encuestados manifestaron no tener dificultades para contratar personal técnico calificado para determinados perfiles en su ámbito local.

Gráfico 25: Dificultades para contratar personal técnico calificado para determinados perfiles en la provincia de residencia



Los que sí señalaron tener dificultades, puntualizaron que los perfiles en los que mayormente notan carencias son los de producción (56%), sonido/audio (46%), edición/montaje (42%) y cámara (42%).

Tabla 7: Perfiles de personal técnico calificado en los que se observan dificultades

Categorías	Respuestas	
Producción	56,44%	184
Sonido/Audio	45,71%	149
Edición/Montaje	42,33%	138
Cámara	41,72%	136
Dirección	34,05%	111
Arte	33,13%	108
Eléctricos	28,22%	92
Administrativos	26,69%	87
Otro (especifique el perfil)	13,50%	44
	Respondidas	326
	Salteadas	1026

Respecto al equipamiento, el 85% afirmó tener disponibilidad en su zona y el 89% lo calificó como satisfactorio.

Gráfico 26: Disponibilidad de equipamiento técnico en su zona

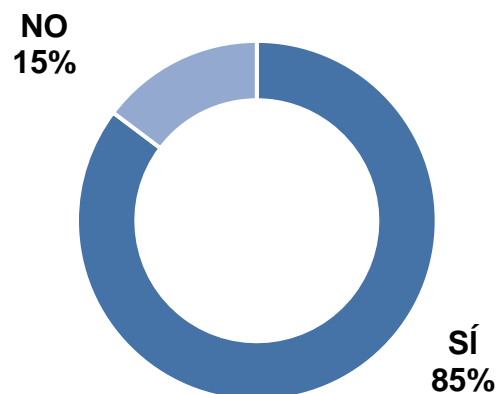
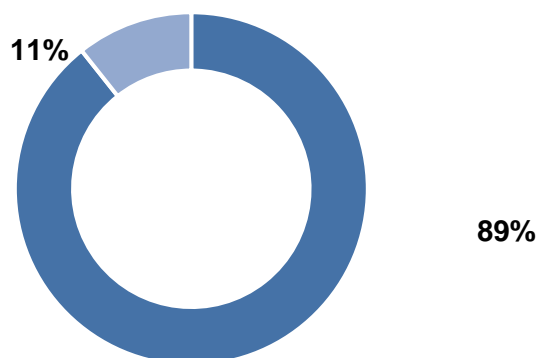


Gráfico 27: Calificación del equipamiento disponible



Al consultarles sobre los equipos con menor disponibilidad, aparecen fundamentalmente posproducción de imagen (30%), posproducción de sonido (28%), estudio/galería (25%) y cámara (23%).

Tabla 8: Equipos con menor disponibilidad

Categorías	Respuestas	
Cámara	23,12%	197
Edición/montaje	16,08%	137
Estudio/Galería	25,00%	213
Iluminación	17,61%	150
Posproducción de imagen	30,16%	257
Posproducción de sonido	28,17%	240
Sonido	15,26%	130
Otro (especifique)	18,78%	160
	Respondidas	852
	Salteadas	500

Además de este panorama nacional, resulta relevante analizar estos datos por provincia. Con el objetivo de sintetizar el análisis se elaboraron indicadores de disponibilidad de personal técnico calificado, disponibilidad de equipamiento y satisfacción con el equipamiento en las 24 principales jurisdicciones del país, a lo cual se agrega un promedio que funciona como indicador sintético. Los resultados señalan algunos aspectos esperables, como la mayor disponibilidad de personal técnico calificado y de equipamiento en CABA, Córdoba y Mendoza (las tres provincias con mejor promedio), pero también algunas cuestiones llamativas:

- La provincia de Buenos Aires exhibe una disponibilidad de personal técnico y equipamiento por debajo de los niveles nacionales (68% y 85%, respectivamente), lo cual puede ser atribuido a la gran heterogeneidad que existe entre el conurbano bonaerense y el resto de la provincia.
- En Córdoba se registra una mayor disponibilidad de personal técnico calificado que en CABA, lo cual puede ser interpretado como un signo del potencial que la actividad tiene en dicha provincia.
- Santa Fe tiene porcentajes relativamente altos en todas las variables, pero parece haber quedado atrás de CABA, Córdoba y Mendoza.
- La satisfacción con el equipamiento es relativamente alta, sobre todo en los principales centros de producción del país. No obstante, hay que tener en cuenta que se trata de una pregunta condicionada (sólo la responden quienes antes afirmaron tener disponibilidad de equipamiento) y que en algunas provincias los resultados tienen baja representatividad (como en Catamarca, La Rioja o Santa Cruz, con el 100%, pero también en Tierra del Fuego) por la escasa cantidad de respuestas en estos casos.

Tabla 9: Personal técnico y equipamiento por provincia

	Disponibilidad de personal técnico calificado	Disponibilidad de equipamiento	Satisfacción con el equipamiento	Promedio
Buenos Aires	61%	77%	90%	76%
CABA	79%	95%	95%	90%
Catamarca	60%	60%	100%	73%
Chaco	33%	78%	57%	56%
Chubut	33%	44%	50%	43%
Córdoba	86%	88%	93%	89%
Corrientes	33%	50%	67%	50%
Entre Ríos	40%	50%	40%	43%
Formosa	60%	60%	67%	62%
Jujuy	29%	65%	45%	47%
La Pampa	17%	83%	60%	53%
La Rioja	20%	60%	100%	60%
Mendoza	73%	90%	89%	84%
Misiones	59%	64%	93%	72%
Neuquén	55%	45%	80%	60%
Río Negro	39%	56%	70%	55%
Salta	45%	82%	56%	61%
San Juan	33%	75%	89%	66%
San Luis	63%	88%	57%	69%
Santa Cruz	0%	50%	100%	50%
Santa Fe	70%	78%	85%	78%
Santiago del Estero	17%	83%	80%	60%
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	0%	43%	33%	25%
Tucumán	50%	94%	73%	72%
TOTAL	68%	85%	89%	81%

ANÁLISIS SEGÚN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LAS PRODUCTORAS

Con el objetivo de profundizar en el análisis, la muestra fue reclasificada en dos grupos, según su mayor o menor nivel de jerarquía organizacional: por un lado, se agrupó a las empresas (agentes que declararon ser S.A., S.A.S. o S.R.L); por el otro, al resto de las/os productoras/os (sociedades de hecho, cooperativas, asociaciones civiles, unipersonales/monotributistas, otros). Esto no quiere decir que el primer grupo sea plenamente formal ni que el segundo sea informal. Por otro lado, estos grupos no actúan como esferas autónomas, sino que por el contrario poseen una gran cantidad de vínculos entre sí: unos contratan o se asocian a otros para llevar a cabo los proyectos audiovisuales. El análisis a partir de la estructura organizacional permitirá indagar en aquello que se señaló al principio: la heterogeneidad del sector audiovisual, conformado por una buena cantidad de agentes con una estructura formalmente constituida y por una gran cantidad de agentes más atomizados.

Dado que la reclasificación de la muestra se hizo a partir de la respuesta sobre la figura jurídica, quedan excluidos los casos que no respondieron a dicha pregunta (442 en total). Si bien es probable que la mayoría de esos casos no se correspondan con empresas, se optó por dejarlos de lado y trabajar solamente con la submuestra.

En primer lugar, lo que se destaca es que mientras las empresas están fuertemente concentradas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (80%), el resto de los agentes tiene una distribución más amplia. De hecho, hay una gran cantidad de provincias (Catamarca, Chaco, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Salta, San Luis, Santa Cruz, Santiago del Estero y Tucumán) en las que no hubo respuestas de empresas.

Tabla 10: Localización de las productoras, según estructura organizacional⁶

	Empresas	Resto	Satisfacción con el equipamiento	Promedio
Buenos Aires	8%	21%	90%	76%
CABA	80%	40%	95%	90%
Catamarca	0%	1%	100%	73%
Chaco	0%	1%	57%	56%
Chubut	1%	1%	50%	43%
Córdoba	4%	6%	93%	89%
Corrientes	1%	1%	67%	50%
Entre Ríos	0%	1%	40%	43%
Formosa	0%	1%	67%	62%
Jujuy	0%	2%	45%	47%
La Pampa	0%	1%	60%	53%
La Rioja	1%	1%	100%	60%
Mendoza	1%	4%	89%	84%
Misiones	1%	3%	93%	72%
Neuquén	0%	1%	80%	60%
Río Negro	0%	2%	70%	55%
Salta	0%	1%	56%	61%
San Juan	1%	1%	89%	66%
San Luis	0%	1%	57%	69%
Santa Cruz	0%	0%	100%	50%
Santa Fe	3%	6%	85%	78%
Santiago del Estero	0%	1%	80%	60%
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	1%	1%	33%	25%
Tucumán	0%	2%	73%	72%
TOTAL	100%	100%	89%	81%

También se observan fuertes diferencias al analizar los rangos de facturación: el 51% de las empresas facturó más de \$500.000, mientras que el 82% del resto de la muestra se encuentra por debajo de esa línea. De hecho, el 7% de las empresas facturó más de \$50.000.000.

⁶ * Se considera como "Empresas" a las/os productoras/os que declararon trabajar como S.A., S.A.S. o S.R.L.; mientras que el "Resto" agrupa a sociedades de hecho, cooperativas, asociaciones civiles, unipersonales/monotributistas y otros.

Tabla 11: Rango de facturación anual alcanzado durante la pandemia (en pesos), según estructura organizacional

	Empresas	Resto
Hasta 500.000	49%	82%
500.001 a 1.000.000	14%	12%
1.000.001 a 5.000.000	18%	5%
5.000.001 a 8.500.000	5%	1%
8.500.001 a 50.000.000	7%	0%
Más de 50.000.000	7%	0%
	100%	100%

Además del volumen de ingresos, varían las fuentes: las empresas tienen fuentes de financiación más diversificadas y una mayor capacidad de captar fondos del INCAA, mientras que el resto depende significativamente de fondos propios y de fondos provinciales o municipales.

Tabla 12: Fuentes de financiación de las actividades en el último año, según estructura organizacional

	Empresas	Resto
Fondos Propios	29%	41%
Coproducciones con asociados nacionales	13%	7%
Coproducciones con asociados internacionales	12%	3%
Fondos INCAA	21%	12%
Fondos Provinciales o Municipales	7%	16%
Financiamiento de Organismos Internacionales o Premios de festivales	4%	3%
Ventas a mercados internacionales	4%	2%
Ventas en el mercado nacional	2%	1%
Servicios a terceros nacionales	4%	8%
Servicios a terceros internacionales	4%	2%
Otro (especifique)	3%	5%
	100%	100%

Desde ya, la estructura organizacional se expresa en la cantidad de empleados: el 54% de las empresas tiene al menos un empleado, mientras que en el resto el porcentaje cae al 14%. El 9% de las empresas tiene más de 8 empleados. Debe tenerse en cuenta que se trata de una actividad en buena medida organizada en torno a proyectos, con un alto nivel de empleo contratado temporalmente que no está siendo considerado en estas respuestas.

Tabla 13: Cantidad de empleados (en rangos), según estructura organizacional

	Empresas	Resto
Ninguno	46%	86%
Entre 1 y 7	45%	13%
Entre 8 y 30	8%	1%
Más de 31	1%	0%

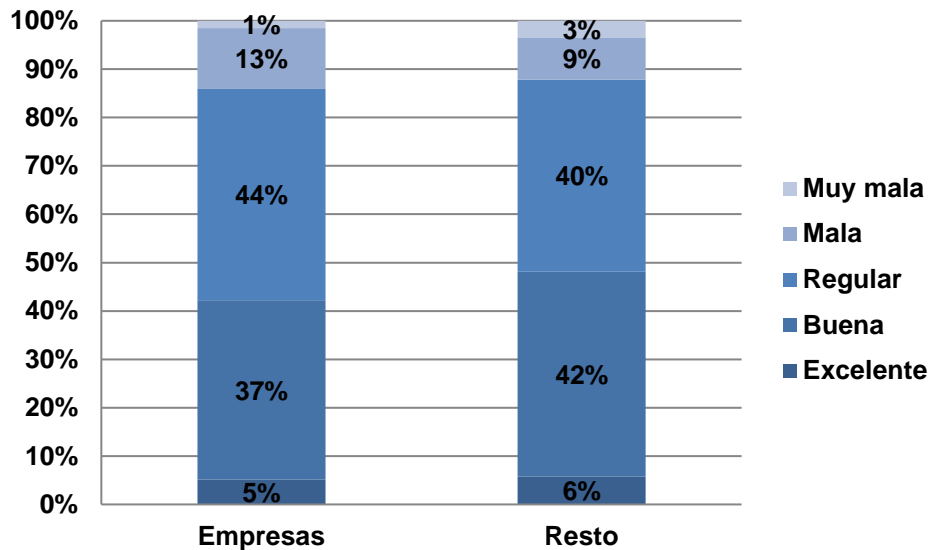
Por otro lado, es relevante notar que, entre las personas responsables de cada productora, la participación de la mujer es menor en las empresas (27%) que en el resto de los agentes (37%).

Tabla 14: Género auto percibido de las personas responsables de la productora, según estructura organizacional

	Empresas	Resto
Mujer	27%	37%
Varón	64%	54%
Otro (especifique)	9%	9%

Teniendo en cuenta el impacto de la pandemia, las perspectivas de recuperación a futuro son levemente menos optimistas entre las empresas (42% “buena” o “excelente”) que entre el resto (48% “buena” o “excelente”).

Gráfico 28: Perspectivas de recuperación a futuro



Las políticas, por su parte, son consideradas relevantes por todos los encuestados, aunque también hay especificidades: las políticas de alcance nacional son más valoradas por el “resto”, mientras que en el caso de las políticas locales (provinciales o de la CABA) no se observan diferencias significativas.

Gráfico 29: Importancia de las políticas públicas nacionales en su recuperación

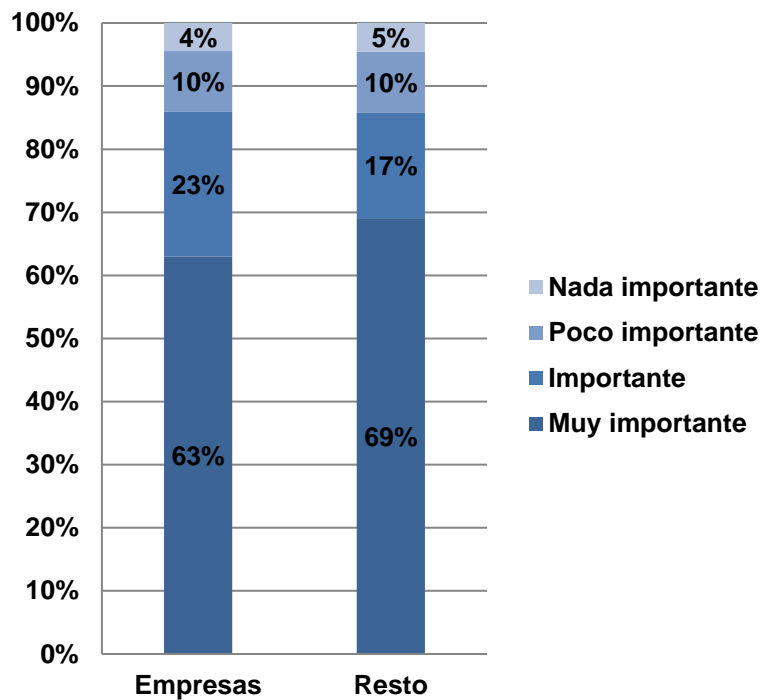
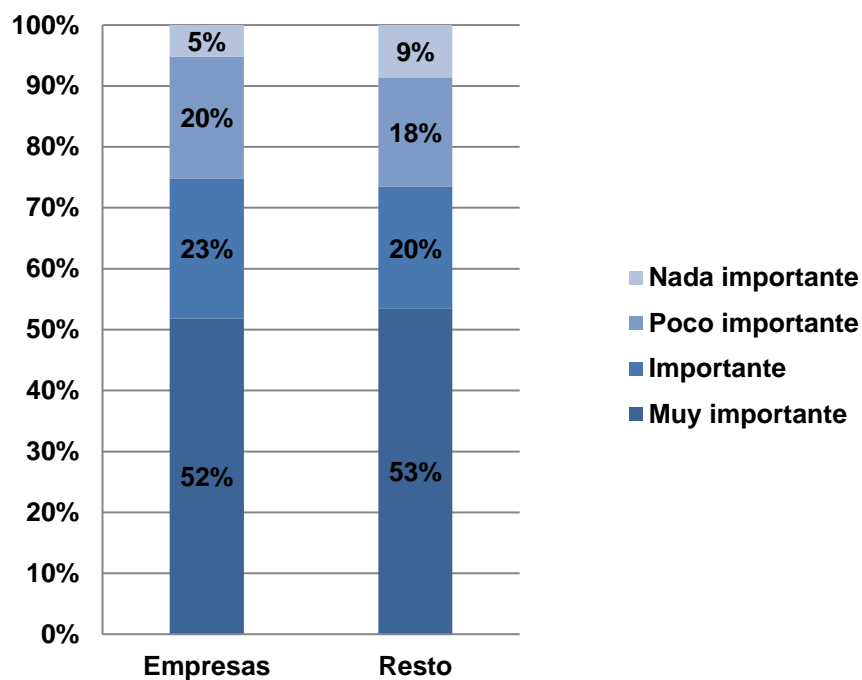


Gráfico 30: Importancia de las políticas públicas locales en su recuperación



Finalmente, a continuación se presenta un cuadro que sintetiza un conjunto de variables que — nuevamente— dan cuenta de las diferencias entre estos dos grandes segmentos que componen la muestra. En todas las variables las empresas (agentes que declararon ser S.A., S.A.S. o S.R.L.) tienen porcentajes más altos que el resto de las/os productoras/es (sociedades de hecho, cooperativas, asociaciones civiles, unipersonales/monotributistas, otros).

Tabla 15: Cuadro de síntesis

	Empresas	Resto
Produjeron en los últimos 5 años	94%	90%
Al menos una con apoyo del INCAA	75%	41%
Accedió a la ayuda a la finalización de rodajes del INCAA	27%	6%
Las comercializó en el exterior	66%	20%
Produjo para plataformas y/o señales internacionales	29%	16%
Disponibilidad de personal técnico calificado	79%	66%
Disponibilidad de equipamiento	92%	83%
Satisfacción con el equipamiento	93%	88%

CONCLUSIONES

La “Encuesta Federal de Producción Audiovisual 2021 - Cine, TV, Plataformas y Otros medios” se propuso obtener información sobre el período 2017-2021 con el objetivo de realizar un diagnóstico del estado de situación del sector audiovisual, desde una perspectiva federal y contemplando tanto las dinámicas más recientes de la actividad como el impacto de la pandemia del Covid-19. Fue respondida por el 38% de los inscriptos en el Registro Público de la Actividad Cinematográfica y Audiovisual del INCAA, lo cual contribuye a la representatividad de los datos obtenidos.

El carácter federal del relevamiento se expresa en el hecho de que se obtuvieron respuestas de las 24 jurisdicciones principales del país y en una proporción muy similar a la del Registro. Sin embargo, como podía esperarse, la mayoría de las respuestas provienen de CABA, Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza.

Otro aspecto destacable es que el 76% de los encuestados comenzó sus actividades a partir de 2008 y que el periodo más activo fue 2016-2019. El impacto de la pandemia se observa en el hecho de que la cantidad de agentes que iniciaron sus actividades en 2020 y 2021 es la más baja desde 2005, aunque cabe señalar que en 2019 también se observa una baja significativa respecto a los años anteriores.

El rasgo transversal más relevante que aparece como resultado de la encuesta es que la política de Fomento del INCAA tiene dos públicos destinatarios con características muy distintas. Por un lado, un grupo de empresas (prácticamente, uno de cada cinco registrados) que poseen una mayor estructura organizacional, generan mayor empleo estable, tienen volúmenes de facturación relativamente altos, producen más (y con más apoyo del INCAA) y exportan más. Por el otro, una gran cantidad de productores/as que operan con distintas figuras jurídicas (la gran mayoría declararon ser unipersonales/monotributistas), que se distribuyen de un modo mucho más federal, contratan mano de obra de acuerdo a las necesidades de los proyectos que lleven a cabo y muestran una mayor presencia de la mujer en la toma de decisiones.

No obstante, esto no significa que estos grupos actúen de manera independiente, sino que por el contrario poseen múltiples vínculos entre sí: coproducen, se ofrecen servicios mutuamente, estimulan la actividad de los proveedores de equipamiento y servicios, favorecen la profesionalización del personal. En síntesis, el sector audiovisual está compuesto por una diversidad de actores que cooperan, generan empleo, valor agregado y mantienen la continuidad de la actividad incluso en momentos críticos.

Quizás el gran desafío de la política pública sea implementar una política sensible a las diferencias que se señalaron, pero que a la vez contribuya a fortalecer los vínculos entre unos y otros. Por ejemplo, el 80% de las empresas se encuentran en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Eso quiere decir que una concepción federal debe ir acompañada de un esfuerzo por desarrollar mayor escala en distintos puntos del país.

Estos resultados obtenidos requieren de nuevos análisis y cruces de información para profundizar la descripción de la situación de la industria. ¿Cuál es el impacto regional de la exportación de contenidos? ¿Cuáles son los estándares de calidad que se consideran para evaluar la capacidad de los profesionales o de los equipamientos? ¿Cuáles son las especificaciones técnicas de los equipos que cubrirían la demanda que se registró en algunas provincias? ¿Qué tipo de proyectos tienen más demanda por parte de las plataformas? ¿Cuáles son los festivales internacionales en los que hubo mayor aceptación de contenidos nacionales? ¿Cómo se podría articular mejor el fomento nacional con el provincial o municipal? Estos son algunos interrogantes que surgen de un primer acercamiento a los datos. Esperamos que las productoras mismas, las cámaras y asociaciones profesionales sumen otras muchas para intentar responderlas con los datos de esta consulta o, desde ya, avanzar en otras futuras encuestas que mejoren nuestra descripción del sector.

Desarrollo, federalismo y sustentabilidad son tres conceptos que se encuentran estrechamente relacionados entre sí. Finalmente, en un momento en el que lo más duro de la pandemia parece haber quedado atrás, el sector audiovisual argentino tiene la posibilidad de aprovechar las oportunidades que aparecen en un contexto dinámico; y, si no las hubiera, crearlas con el mismo dinamismo que puede observarse en este informe.

ANEXO

Encuesta Federal de Producción Audiovisual 2021 Cine, TV, Plataformas y Otros medios Período estudiado: 2017-2021

Esta encuesta ha sido enviada a todas las empresas y productoras/es que se encuentran activas en el Registro Público Audiovisual del INCAA, lo cual permitirá tener un panorama federal del estado del sector a la salida de la pandemia del Covid-19.

El análisis de los resultados será publicado y compartido, manteniendo la confidencialidad de los datos particulares.

A partir de este relevamiento podremos realizar otras consultas más específicas, con el fin de profundizar el conocimiento sobre el estado de nuestra industria.

Agradecemos y valoramos su participación.

PRODUCCIONES

1. En los últimos cinco años (desde 2017 a la fecha): ¿ha producido algún proyecto audiovisual?
Aclaración: se consulta por todo proyecto audiovisual propio producido en el periodo mencionado, esté en proceso de preproducción, producción, posproducción o estrenado.

SÍ (*ir a pregunta 2*)

NO (*ir a pregunta 20*)

2. ¿Cuántos de sus proyectos de los últimos 5 años fueron realizados con apoyo del INCAA?

a. Ninguno b. Entre 1 y 3 c. Entre 4 y 7 d. Más de 7

3. ¿Cuántos de sus proyectos de los últimos 5 años fueron realizados sin apoyo del INCAA?

a. Ninguno b. Entre 1 y 3 c. Entre 4 y 7 d. Más de 7

4. Indique en qué ventanas se exhibieron: Respuesta múltiple

Salas de cine comerciales Festivales Televisión Plataformas
Web Otros Detallar otros:

5. ¿Ha realizado producciones o servicios de producción específicamente para plataformas y/o señales o cadenas televisivas internacionales?

Sí, producciones → Por favor, detalle la(s) plataforma(s) o señal(es)

Sí, servicios de producción → Por favor, detalle la(s) plataforma(s) o señal(es)

No

COPRODUCCIÓN

6. ¿Realizó alguna coproducción (con o sin apoyo del INCAA) en los últimos cinco años (de 2017 a la fecha)?

Sí

NO (*ir a pregunta 10*)

7. Del total de producciones realizadas en los últimos 5 años (de 2017 a la fecha), ¿qué porcentaje estimado fueron realizadas mediante coproducción?:

Menos de la mitad

La mitad

Más de la mitad

8. Estas coproducciones fueron con empresas: Respuesta múltiple

Nacionales Internacionales

9. Su participación societaria -en promedio- en las coproducciones fue:

Minoritaria

Igualitaria

Mayoritaria

COMERCIALIZACIÓN

10. Sus producciones de los últimos 5 años –desde 2017 a la fecha-, ¿fueron comercializadas en el exterior?

NO (ir a pregunta 14)

SÍ

11. ¿Cuántas de sus producciones fueron comercializadas en el exterior?

a. Entre 1 y 3 b. Entre 4 y 7 c. Más de 7

12. ¿En qué ventanas del exterior se comercializaron?:Respuesta múltiple

Salas de cine comerciales Festivales Televisión Plataformas Web

Otros Detallar otros:

13. ¿En qué regiones?:Respuesta múltiple

Latinoamérica

Europa

EEUU/Canadá

Asia

Otros

FESTIVALES

14. ¿Alguna de sus producciones de los últimos 5 años (de 2017 a la fecha) participó en algún festival?

NO (ir a pregunta 20)

SÍ

15. ¿Recibió apoyo del INCAA para esa participación?:

Algunas

Todas

Ninguna

16. Indicar tipo de festival: Respuesta múltiple
Nacional / Internacional

17. ¿Sus producciones obtuvieron premios?
NO (ir a pregunta 20)
Sí

18. ¿Cuántos premios recibió?:
Uno
Entre 2 y 3
Más de 3

19. ¿Cuál es el premio más importante recibido en el período?:

FINANCIAMIENTO Y REALIDAD LOCAL

20. De las siguientes fuentes de financiación, indique las tres principales que posibilitaron las actividades de su empresa productora en el último año:
Seleccione tres opciones como máximo.

1.	Fondos Propios
2.	Coproducciones con socios nacionales
3.	Coproducciones con socios internacionales
4.	Fondos INCAA
5.	Fondos provinciales o municipales
6.	Financiamiento de otros Organismos Nacionales
7.	Financiamiento Organismos Internacionales y premios de festivales
8.	Ventas a Mercados internacionales
9.	Ventas a mercados nacionales
10.	Servicios a terceros nacionales
11.	Servicios a terceros internacionales
12.	Otros. Detallar:
13.	

21. ¿Existen dificultades para contratar personal técnico calificado para determinados perfiles en la provincia donde lleva adelante su actividad?:
NO (ir a pregunta 23)
Sí

22. ¿Cuáles son esos perfiles?: Respuesta múltiple

1.	Producción
2.	Dirección
3.	Arte
4.	Cámara
5.	Eléctricos
6.	Sonido/Audio
7.	Edición/Montaje
8.	Administrativos
9.	Otros.

23. ¿Hay disponibilidad de equipamiento técnico en su zona?:

NO (ir a pregunta 25)

SÍ

24. ¿Cómo calificaría a ese equipamiento?:

Satisfactorio

No satisfactorio

25. Cuáles son los equipos con menor disponibilidad: Respuesta múltiple

Sonido Iluminación Cámara Edición/Montaje

Posproducción de sonido Posproducción de imagen Estudio

DATOS DE REFERENCIA PRODUCTORA

26. ¿Bajo qué figura desarrolla sus actividades?

- S.A.
- S.A.S.
- S.R.L.
- Sociedad de hecho
- Cooperativa
- Asociación civil
- Unipersonal/Monotributista
- Otra ----- Especifique:

27. ¿En qué año comenzó sus actividades?

28. ¿Qué cantidad de empleados fijos tiene su productora?⁷
Ninguno
Entre 1 y 7
Entre 8 y 30
Entre 31 y 165
Más de 165
29. ¿Cuál es el género autopercebido de las personas responsables de la productora?
Mujer
Varón
Otros → ¿Cuáles?
30. ¿En qué provincia está radicada su productora?

IMPACTO DE LA PANDEMIA

A continuación realizaremos preguntas sobre el impacto de la pandemia del Covid-19. Esta sección fue hecha en base al Estudio Permanente de la Actividad Audiovisual (EPAA) llevado a cabo por el Observatorio de la Asociación de Productores Audiovisuales de Córdoba (APAC), a quienes agradecemos por compartir esta formulación.

31. Con respecto a cómo se transitó el período de pandemia, ¿puede hacer una valoración de lo que representó para la productora? (PREGUNTA ABIERTA)
32. ¿Cuáles son las perspectivas de recuperación a futuro?
Excelente
Buena
Regular
Mala
Muy mala
33. ¿Por qué?
34. ¿Qué importancia le otorga a las políticas públicas del estado nacional en su recuperación?
Muy importante
Importante
Poco importante
Nada importante

⁷ Se tomaron los rangos establecidos por la resolución 519/2018 de la SECRETARÍA DE EMPRENDEDORES Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN de la Nación. Ver <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/313377/norma.htm>

- 35.** ¿Qué importancia le otorga a las políticas públicas de su jurisdicción (provincia o CABA) en su recuperación?
- Muy importante
 - Importante
 - Poco importante
 - Nada importante
- 36.** ¿Accedieron a la ayuda a la finalización de rodajes del INCAA?
- Sí
 - No
- 37.** ¿Cuál es el rango de facturación anual alcanzado durante la pandemia (en pesos)?
- Hasta \$500.000
 - \$500.001 a \$1.000.000
 - \$1.000.001 a \$5.000.000
 - \$5.000.001 a \$8.500.000
 - \$8.500.001 a \$50.000.000
 - más de \$50.000.000

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO. A continuación podrá expresar cualquier comentario o sugerencia que tenga respecto al relevamiento. Agradeceremos su colaboración en futuras ediciones.

EQUIPO OBSERVATORIO AUDIOVISUAL - INCAA

Ana Rosa Cunha da Cruz

Carolina Ciotti

Edith Roca

Guillermo Saura

Leandro González

Mariano García

Santiago Diehl

REELABORACIÓN DE ENCUESTA

Leandro González

Santiago Diehl

ANÁLISIS DE DATOS

Leandro González

SUBGERENTE OBSERVATORIO AUDIOVISUAL

Julio Bertolotti

Buenos Aires, diciembre de 2021