

# Estudio de Mercado Servicios de Animación Digital en Costa Rica

Mayo 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Costa Rica - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# I. Tabla de contenido

I. ....	1
I. Tabla de contenido .....	1
II. Resumen Ejecutivo .....	4
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Estrategia recomendada.....	4
2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio ( <i>en base análisis FODA</i> .....	4
2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional .....	4
2.3. Análisis FODA.....	5
III. Identificación del servicio .....	6
1. Nombre del servicio .....	6
2. Descripción del servicio .....	6
IV. Descripción general del mercado importador .....	6
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado.....	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios .....	9
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	9
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios .....	9
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles .....	9
8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios .....	10
V. Descripción sectorial del mercado importador .....	11
1. Comportamiento general del mercado.....	11
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio .....	12
3. Proporción de servicios importados.....	12
4. Dinamismo de la demanda .....	13
5. Canales de comercialización .....	13
6. Principales players del subsector y empresas competidoras .....	13
7. Marco legal y regulatorio del subsector .....	14
VI. Competidores .....	15
1. Principales proveedores externos .....	15

2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos. ....	16
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores .....	17
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores .....	17
<b>VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios .....</b>	<b>18</b>
<b>VIII. Indicadores de demanda para el servicio .....</b>	<b>19</b>
<b>IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado .....</b>	<b>20</b>
<b>X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...</b>	<b>21</b>
<b>XI. Contactos relevantes.....</b>	<b>21</b>
<b>XII. Fuentes de información (<i>Links</i>). .....</b>	<b>22</b>

# II. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de animación digital en Costa Rica

## 2. Estrategia recomendada

### 2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio

El sector servicios en Costa Rica ha evolucionado de manera acelerada en los últimos años, el país no es solo un exportador de productos tangibles, ha perfeccionado su oferta y hoy apuesta a un sector más sofisticado como lo son los servicios; es así como la TIC's han tomado un papel relevante en el comercio exterior del país, tanto a nivel de ingresos como un importante foco para las inversiones.

El sector de servicios de animación, aunque relativamente incipiente, no escapa de esta realidad. Las empresas que conforman este sector están apostando a un mercado internacional, que si bien es muy competitivo, buscan diferenciarse en temas de innovación, calidad y precio. Sin embargo, las empresas del sector están conscientes que los altos costos y el riesgo que genera la realización de trabajos audiovisuales, razón por la cual las empresas en general están anuentes a realizar alianzas o realizar proyectos de coinversión.

Actualmente las empresas nacionales participan en la realización por computadora de cortos, películas, gran cantidad de anuncios publicitarios, videojuegos y otros, todo mediante la animación digital.

### 2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Las empresas chilenas interesadas en proveer sus servicios en el mercado costarricense deben prospectar este sector con bastante atención con el objetivo de conocer sus características, necesidades e intereses principalmente en el mercado internacional que es hacia donde están apuntando las empresas costarricenses y en menor medida la industria nacional, que aunque incipiente ya realizan ciertas producciones nacionales que han tenido buena aceptación entre el público nacional.

## 2.3. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento sobre el mercado internacional de animación.</li> <li>✓ Calidad técnica que permite competir a nivel internacional.</li> <li>✓ Empresas con experiencia en la exportación de sus servicios a terceros mercados.</li> <li>✓ Experiencia adquirida en la participación en ferias y misiones comerciales a nivel internacional.</li> <li>✓ Capacidad de las empresas para adaptarse a los requerimientos de los clientes externos.</li> <li>✓ Disponibilidad para la realización de alianzas estratégicas con empresas de otros países.</li> <li>✓ Existencia de organizaciones que agrupan y representan a la mayor parte del sector a nivel nacional.</li> <li>✓ Afinidad cultural con los Estados Unidos el cual es el principal mercado a nivel mundial para la industria de animación.</li> <li>✓ Posición estratégica con respecto a los Estados Unidos, que nos permiten estar en una zona horaria conveniente para la ágil realización de negocios.</li> <li>✓ Nivel de idioma inglés adecuado para los negocios internacionales.</li> <li>✓ Menores costos de producción en comparación con los grandes países demandantes como Estados Unidos o Canadá.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El tamaño y dinamismo de la industria a nivel internacional hace que se presenten oportunidades de negocios atractivas para empresas de distintas latitudes.</li> <li>✓ Surgimiento de nuevas aplicaciones y nichos en que la animación puede ser empleada.</li> <li>✓ La situación económica mundial hace que las empresas estadounidenses y de otros</li> <li>✓ Los mercados externos subcontraten muchos de sus proyectos para poder mantener precios competitivos sin afectar fuertemente sus rendimientos.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A pesar de la experiencia de algunas empresas en la implementación de proyectos a nivel internacional, esta sigue siendo poca.</li> <li>✓ Muy pocas fuentes de financiamiento para la ejecución de nuevos proyectos.</li> <li>✓ El sector es pequeño tanto en cantidad de empresas como en el número de profesionales disponibles.</li> <li>✓ Pocas opciones académicas para la formación de nuevos profesionales.</li> <li>✓ Poca integración entre el sector académico y el empresarial.</li> <li>✓ Carencias tecnológicas que no permiten tener una conexión lo suficientemente eficiente como la de otros países, por ejemplo Estados Unidos y Canadá.</li> <li>✓ No existe un posicionamiento internacional sobre Costa Rica como un país en el que se desarrolle animación.</li> <li>✓ Falta de formación en otros idiomas como el francés, que permitirían ingresar al principal mercado europeo (Francia) y el mercado francófono de Canadá.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Industrias más grandes y competitivas en otros mercados como en Canadá, India y China que compiten a nivel internacional.</li> <li>✓ Países de la región latinoamericana con una industria creciente y competitiva como por ejemplo Argentina, Colombia y México.</li> <li>✓ Situación económica inestable a nivel internacional que afecta a esta industria.</li> </ul>

Fuente: PROCOMER<sup>1</sup>

<sup>1</sup> PROCOMER: La industria de animación en Costa Rica: Oportunidades en el mercado internacional.2012

## III. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Servicios de animación digital

### 2. Descripción del servicio

La animación digital surge al aparecer la computadora personal o PC, ya que lo que busca es crear una fusión entre una imagen inanimada y el sonido. El estudio denominado “Global Animation Industry: Strategies, Trends and Opportunities”, realizado por la consultora internacional Digital Vector define la animación digital de la siguiente manera: “es la secuencia de una serie de imágenes que generan una ilusión de movimiento... es el proceso de dar vida a dibujos cinematográficos, modelos y objetos inanimados”.

En la animación digital se construye un movimiento que es inexistente (imaginario). Consiste en dotar de movimiento a las figuras bidimensionales o tridimensionales. Es el registro de fases creadas individualmente, de una acción imaginaria, que se proyecta de manera continua, es decir un “todo” se divide en secciones más pequeñas a las cuales se les da un movimiento y trabajo individualizado, uniendo finalmente todos los elementos para formar el producto deseado. La animación requiere el dominio de técnicas avanzadas para dos y tres dimensiones, para la creación de piezas o secciones gráficas animadas, que podrán aplicarse en el área publicitaria o audiovisual en televisión, cine e Internet.

## IV. Descripción general del mercado importador

### 1. Tamaño del mercado

La población estimada de Costa Rica en el año 2012 fue de 4,6 millones habitantes, 2,3 millones de hombres y 2,3 millones mujeres, según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Costa Rica (INEC). El país tiene un PIB per cápita (PPA) de US\$ 9.665 según el Banco Central y el turismo es de aproximadamente 3 millones y representa 2.100 millones de dólares, 5% (PIB).

El sector de servicios ha generado una transformación en la estructura de la economía costarricense. Costa Rica se está posicionando como un líder regional en servicios de informática e información, así como en servicios empresariales según el Ministerio de Comercio Exterior.

Durante los últimos 14 años, las exportaciones de servicios han crecido, en promedio, un 9,6% anual. Las exportaciones de servicios de informática e información y de servicios empresariales, están liderando este

impulso, con un crecimiento promedio anual de 21,8% en el período 1999-2012. Por primera vez, en 2012 las exportaciones de estos dos sectores fueron superiores a las exportaciones de productos agrícolas, alcanzando una participación del 15,6% dentro de las exportaciones totales del país.

De acuerdo a un informe elaborado por la consultora mundial Tholons; Costa Rica se posicionó como país número 1 a nivel latinoamericano en el sector de servicios corporativos y tecnologías de la información, y señala la superación en el sector de servicios a países como Brasil, Chile y Argentina.

Otros indicadores del sector servicios de Costa Rica dados a conocer por CINDE (Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo) son los siguientes:

- Costa Rica es el país con mayor potencial para la innovación en América Latina (reporte de Competitividad Global 2011-2012).
- Costa Rica es el 5to destino para servicios globales en América (At Kearney 2010-2011).
- Es el segundo exportador de software en América Latina basado en datos de BCCR, OTEC, NASSACOM y ALETI, 2010)
- Es la 5ta ciudad para tercerización en América Latina (San José).<sup>2</sup>

En su informe de labores del 1º de Mayo del 2013, la Presidenta de La República de Costa Rica, Laura Chinchilla, destacó que las inversiones provenientes del exterior totalizaron US\$2.200 millones. Esto fue efectivo por el crecimiento que se produjo en el sector de alta tecnología, el cual alcanzó una cifra superior a los US\$535 millones de dólares en el año 2012.<sup>3</sup>

## 2. Crecimiento en los últimos 5 años

Las exportaciones de servicios de Costa Rica se han sofisticado de manera muy importante, pasando de mantener únicamente centros de contacto a incluir en su oferta empresas desarrolladoras de software, diseñadoras de animaciones y de soluciones informáticas con servicios tecnológicos sofisticados y de alto valor agregado. Según datos de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) la exportación de servicios de Costa Rica creció casi 12% en el 2012 respecto del 2011. Esto representa el 33% de las exportaciones totales del país, mientras que en 1999 representaban el 20% del total exportado en ese año. Las exportaciones de servicios de informática e información y otros empresariales crecieron un 11% y alcanzaron \$2.625,7 millones en el 2012, representando el 47,2% de los envíos totales de servicios.<sup>4</sup> En el año 2000 existían en Costa Rica cinco empresas que ofrecían los servicios de offshoring y el outsourcing, hoy son más de 100 incluyendo algunos de los líderes mundiales en la prestación de estos servicios como IBM, HP y Western Unión, entre otros. En el año 2000 eran alrededor de mil costarricenses lo que laboraban en estas empresas; hoy son cerca de 37 mil.

## 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Costa Rica ha logrado estándares internacionales de protección a los derechos de propiedad intelectual (IPR, por sus siglas en inglés). La legislación de protección de data personal fue aprobada por el Asamblea Legislativa de Costa Rica y publicada en La Gaceta el 5 de setiembre del 2011. Costa Rica ocupa uno de los niveles más altos en

<sup>2</sup> CINDE (Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo) Agencia de Costa Rica de Promoción de Inversiones

<sup>3</sup> CAMTIC (Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación de Costa Rica)

<sup>4</sup> COMEX Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica

educación y salud de América Latina, que además es uno de los mejores a nivel mundial. Ha logrado proporcionar a toda la población un amplio acceso a servicios tales como salud, seguridad social, agua y servicios básicos. El Reporte de Competitividad Global 2011-2012 del Foro Económico Mundial, coloca el sistema educacional de Costa Rica en la posición número 23 de 139 economías (dentro del primer cuarto), siendo el más alto de América Latina.

El 7% del PIB en el año 2012 fue destinado a la educación y, entre el 2010 y 2012 la cobertura de educación secundaria pasó de un 85% a un 89%.

Otros indicadores de Gobernabilidad del Banco Mundial del año 2012 se presentan en los siguientes cuadros demostrando la estabilidad política y económica de Costa Rica.

**CUADRO No. 1**

Indicador de Gobierno	Ranking Percentil (0-100) <sup>al</sup>	Ranking Latino Americano (17 países)
Voz y Rendición de cuentas	77,5	3
Estabilidad Política	67,0	2
Efectividad del Gobierno	64,0	3
Calidad Regulatoria	66,8	4
Estado de Derecho	64,8	3
Control de la Corrupción	72,0	3

**Nota:** <sup>al</sup>: Ranking del Percentil (0-100): = es el más bajo y 100 es el más alto.

**Fuente:** Indicadores de Gobernabilidad del Banco Mundial, 2012

**CUADRO NO. 2**

Otros indicadores políticos y sociales son:

Índice	Fuente	Año de Publicación	Países muestra	Ranking Mundial	Ranking Latino América
Desempeño Ambiental	Yale University	2012	132	5	1
Libertad de Prensa	Reporters Without Borders	2012	179	19	1
Paz Global	Institute for Economics & Peace	2012	158	36	2
Calidad de Vida	The Economist	2012	140	74	4
Desarrollo Humano	UNDP	2011	169	69	6
Independencia Económica	Heritage Foundation	2012	179	44	5
Percepción de la corrupción	Transparency International	2012	176	48	2
Índice de Democracia	The Economist	2011	167	20	2

Fuente: Indicadores de Gobernabilidad de Costa Rica del Banco Mundial, 2012



Cabe señalar, que Costa Rica ha venido construyendo una sólida plataforma de comercio exterior, que incluye, además de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la integración centroamericana, nueve tratados de libre comercio (TLC). Estos acuerdos cubren cerca del 70% del comercio internacional del país<sup>5</sup>

#### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

La protección a la propiedad intelectual es una prioridad del Gobierno de Costa Rica por ello es garantizada por la Constitución Política, existen además modernos mecanismos de protección que contemplan estándares internacionales: Protección de PI –OMC & TLC’s bilaterales, el CAFTA contiene un capítulo de propiedad Intelectual que refuerza y mejora el compromiso de Costa Rica con los Derechos de Propiedad Intelectual, cumplimiento de la PI: procedimientos y sanciones civiles, administrativas y penales, Respaldado por más de 15 tratados internacionales y 6 leyes nacionales. Además Costa Rica tiene protección de derechos de autor, marcas, diseños industriales y patentes.

En el siguiente link se puede encontrar la ley de protección de datos:

[http://www.camtic.org/download/proyectos\\_de\\_ley/ALCA42\\_05\\_03\\_2013-edit-Reglamento\\_datos\\_personales.pdf](http://www.camtic.org/download/proyectos_de_ley/ALCA42_05_03_2013-edit-Reglamento_datos_personales.pdf)

#### 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

El financiamiento que existe es el de la banca privada con las condiciones que ésta impone a sus clientes y no hay un trato especial para el sector de servicios.

#### 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Costa Rica cuenta con un sistema automatizado de compras públicas llamado “Mer-Link” en dónde las instituciones públicas realizan sus adquisiciones Esta plataforma es desarrollada por la Secretaría Técnica de Gobierno digital de Costa Rica.

Este sistema funciona en base a tres ejes principalmente:

- ✓ Publicación de procesos de contratación pública.
- ✓ Registro único de proveedores.
- ✓ Proceso transaccional de compra a través de esta plataforma.

#### 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

El ICE (Instituto Costarricense de Electricidad) único operador estatal de telecomunicaciones posee dos redes, una de Segunda Generación (GSM) y la 3G.

<sup>5</sup> Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, COMEX

Adicionalmente, los operadores privados Claro y Movistar se encuentran cada una en fase de expansión de sus redes duales GSM/3G. Además, el ICE tiene los 190 MHz completos (banda completa) y allí solo está atendiendo a 5.000 clientes de WiMax.

Un dato interesante de resaltar es que para inicios de 2010, la velocidad promedio a la que navegaban los ticos era de 0,7 Megabits por segundo (Mbps). En la actualidad la velocidad promedio es de 2,1 Mbps.

En la actualidad, Costa Rica cuenta con 750 MHz para uso de Telecomunicaciones Móviles Internacionales, conocidas como IMT (por su siglas al inglés) distribuidos en seis bandas de frecuencias. Este espacio soporta los servicios de telefonía móvil que brinda el ICE, Claro y Movistar. El ICE posee 81% del espacio destinado para IMT. Actualmente, el ICE opera la red GSM en la banda de 1800 MHz y la red 3G en la banda de 850 MHz, según la Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel). El ICE cuenta con elevados índices de cobertura de las redes de cobre, de cable, celular y fibra óptica, por ello Costa Rica tiene el potencial de tener varias redes de alta capacidad para cubrir la mayoría de los hogares y las empresas. El ICE trabaja en la optimización de la conectividad mediante el cobre, utilizando fibra óptica y agilizando las velocidades de internet acorde con los requerimientos actuales donde existe un alto tráfico de datos.

El Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) está en proceso de comprar los equipos para implementar la portabilidad numérica, que estará habilitada en noviembre del 2013. El VI Censo Nacional de Vivienda 2011 (último realizado por el Instituto de Estadísticas y Censos de Costa Rica), registró un crecimiento en el porcentaje de viviendas individuales ocupadas que poseen computadora, al pasar del 14,6% en el año 2000 al 45,9% en el 2011. Además indica que un 33,5% de las viviendas tienen acceso a internet.

Otros indicadores relacionados con la tenencia de tecnologías de información y comunicación en las viviendas confirman el avance en el uso de las TICs en el país, al evidenciar que en el 87,2% de las viviendas se posee líneas de teléfono celular, mientras que las que tienen teléfono fijo tuvieron un leve incremento al pasar de 54,3% en el 2000 a 57,8% en el 2011. Ello confirma que la tenencia de teléfono fijo ha ido cediendo con respecto al celular.

Por último, el uso de telefonía móvil toma fuerza ante el interés que han expresado empresas como ICE y Claro para brindar telefonía de cuarta generación con tecnología LTE, la cual ofrece navegar a alta velocidad con el móvil.

## 8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Las empresas estatales han tenido hasta hace poco el monopolio de la generación eléctrica, telecomunicaciones, refinación y distribución del petróleo, banca parcialmente, seguros y fabricación de alcohol. Sin embargo, hoy en día la mayoría de estos mercados se encuentran en proceso de apertura al sector privado o ya se han liberado. En el caso de las telecomunicaciones la modernización del sector y la disminución tarifaria fueron los principales motivos para que Movistar y Claro hayan entrado al mercado de Costa Rica en el mes de noviembre del 2011.

La industria de desarrollo de software se compone de aproximadamente 1000 empresas dedicadas a atender actividades distintas de acuerdo a datos proporcionados por CAMTIC (Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación de Costa Rica).

Durante el 2012, Costa Rica exportó US\$5.560,1 millones en servicios, un 11,8% (o US\$587 millones) más que en 2011. Dentro de los servicios exportados destacan los servicios de informática e información, así como los servicios empresariales, que crecieron un 11% en este período y alcanzaron la suma de US\$2.625,7 millones en el 2012, representando el 47,2% de las exportaciones de servicios del país y siendo el principal subsector dentro de éstos.

## V. Descripción sectorial del mercado importador

### 1. Comportamiento general del mercado

El mercado de la animación digital en Costa Rica es relativamente nuevo, la mayoría de empresas que conforman este sector no sobrepasan los cinco años de existencia, aunque pueden encontrarse algunas entre los 8 y los 15 años, pero muchas de ellas nacieron como empresas de servicios publicitarios. Con el paso del tiempo y el avance tecnológico han dado un giro en sus servicios, aun brindan servicios publicitarios, pero han evolucionado y han apostado por la animación digital en alianza con empresas internacionales con quienes constantemente buscan alianzas debido a los principales costos de producción.

Según datos de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) a finales del año 2011 el sector de animación lo conformaban 14 empresas, ubicadas en el área metropolitana, especialmente en la capital, San José. La gran mayoría son empresas pequeñas, van desde los 2 hasta los 50 empleados dependiendo del servicio prestado y su nivel de especialización.

Según el estudio realizado por PROCOMER “La industria de animación en Costa Rica: oportunidades en el mercado internacional”<sup>6</sup>, clasifica a la industria en tres grandes áreas o grupos de especialización:

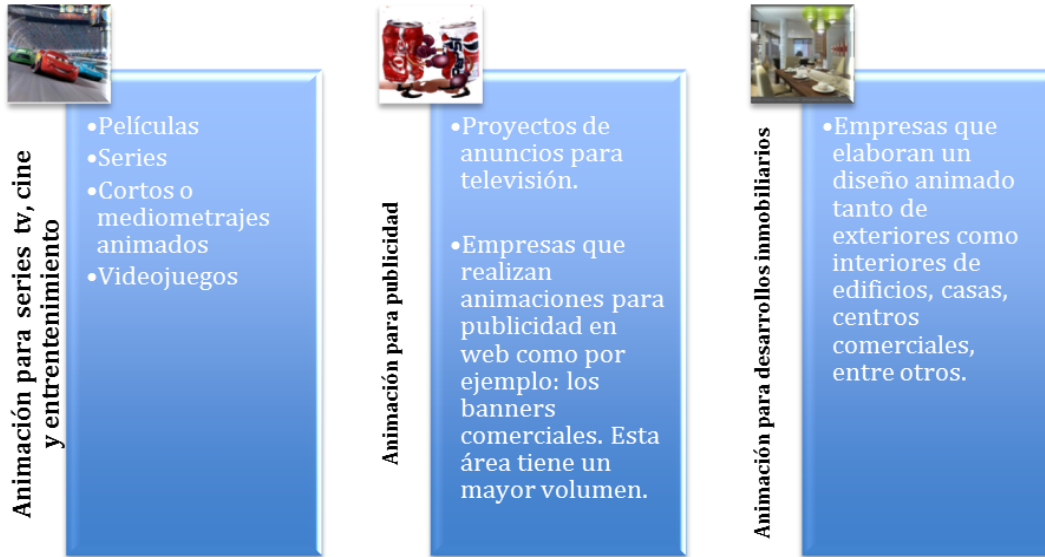
- La animación de entretenimiento
- La animación para publicidad
- La animación para desarrollos inmobiliarios

En la siguiente imagen se muestra como estas tres áreas a su vez se subdividen en otros servicios:

---

<sup>6</sup> Disponible en línea en:

[http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/La%20industria%20de%20animacion%20en%20Costa%20Rica\\_opportunidades%20en%20el%20mercado%20internacional%20final.pdf](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/La%20industria%20de%20animacion%20en%20Costa%20Rica_opportunidades%20en%20el%20mercado%20internacional%20final.pdf)



Fuente: PROCOMER

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Según datos del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica las exportaciones de servicios sumaron 5.560 millones de dólares en el 2012, lo que representó un incremento del 11,8 % en comparación con los 4.973 registrados en 2011. Las exportaciones de servicios representaron en el 2012, 33% de las exportaciones totales del país. “Entre los servicios más importantes de Costa Rica se destacan los de informática e información, así como los empresariales, que en su conjunto sumaron exportaciones por 2.625,7 millones de dólares en 2012. El resto de las exportaciones de servicios se divide en sectores como el desarrollo de software, soporte técnico, animación digital, ingenierías, arquitectura, entre otros.”<sup>7</sup>

## 3. Proporción de servicios importados

En general el mercado costarricense no es un importador de servicios de animación digital. Al contrario, las empresas que existen en el mercado tienen un amplio conocimiento de la industria a nivel mundial y han entendido que las oportunidades que tienen en el mercado local son limitadas y los riesgos de realizar producciones propias son altos. Es por esto que muchas empresas buscan establecer alianzas estratégicas con otros estudios, en la mayoría de los casos para brindar una pequeña parte del servicio a los estudios de animación más importante que por lo general son los que tienen el mayor poder monetario.

Ejemplo de las alianzas que se establecen es que la empresa costarricense Martestudio participó en la realización de la película El tercer mundo, producción chileno-costarricense.

<sup>7</sup> El País.CR. Costa Rica sumó 5560 millones de dólares en exportación de servicios en 2012. [http://www.elpais.cr/frontend/noticia\\_detalle/6/79778](http://www.elpais.cr/frontend/noticia_detalle/6/79778)

## 4. Dinamismo de la demanda

Cada país a lo interno busca desarrollar proyectos para el mercado local, por lo general la mayoría de estos responden a la industria de la publicidad, sin embargo la meta de estos estudios es la exportación de sus trabajos hacia los mercados más importantes de este sector, principalmente el norteamericano, donde tanto oferta como demanda generan miles de millones de dólares anualmente.

Según la consultora Digital Vector, el número de compañías de animación a nivel mundial excede las 4.500. La mayor parte de las empresas pequeñas y medianas se encuentran fuera de Norteamérica, especialmente realizando outsourcing para empresas en los Estados Unidos o Europa, dada la ventaja comparativa que representan sus menores costos operativos.

El sector de animación digital en Costa Rica enfrenta un gran desafío al competir directamente con el mercado asiático donde los costos de producción son relativamente bajos. Es por esto que las empresas deben de estar a la vanguardia y en constante renovación y sobre todo impregnar de creatividad sus trabajos si desean mantenerse en escena. La falta de creatividad es una de las debilidades que han marcado a mercados como el asiático, es aquí donde se debe tomar la ventaja y diferenciarse.

## 5. Canales de comercialización

Actualmente algunos estudios de animación mantienen relaciones de negocios con los principales mercados como Estados Unidos y Canadá y con mercados emergentes de gran importancia como la India. Algunas empresas ya han logrado exportar sus series a estos países (series que en el mercado local son desconocidas) Otras empresas mantienen alianzas a largo plazo con otros estudios, otras trabajan ocasionalmente o han realizado algunos proyectos en el pasado.

Las empresas del sector de animación costarricense se abren paso en el mercado internacional, con la participación en las principales ferias como lo es SIGGRAPH, la KidScreen Summit y la Game Connection.

Además las empresas promocionan las diferentes series de los estudios locales, las ferias sirven como marco para vender a canales o distribuidores aquellas producciones que se encuentran en su fase de proyecto, en producción o que cuentan con capítulos ya desarrollados<sup>8</sup>.

## 6. Principales players del subsector y empresas competidoras

En Costa Rica existe una serie de empresas dedicadas a brindar servicios de animación.

Quizá las empresas más importantes son las que conforman el consorcio al cual denominado el "Costa Rica Animation Holdings (CRAH) este cluster está conformado por seis estudios de animación. Se unieron en el 2009, con el objetivo de dar a conocer la animación digital de Costa Rica a nivel internacional.

*"Cada estudio trabaja por su cuenta y tiene sus propios clientes, pero también se trabaja conjuntamente en diversos proyectos. El objetivo principal del consorcio es la promoción de los estudios, tanto a nivel nacional e internacional"*<sup>9</sup>

<sup>8</sup> El Financiero: Series animadas costarricenses se promocionan en los mercados internacionales. 2013. [www.elfinanciero.com](http://www.elfinanciero.com)

<sup>9</sup> Entrevista realizada a Marianela Gomis, directora del CRAH

A continuación una pequeña reseña de las principales empresas que conforman el CRAH :

**Studio Flex** (<http://www.estudioflex.com/>). Este estudio de animación está especializado en hacer contenido



para series de televisión, películas y videojuegos. Ha sido galardonado con múltiples premios gracias a su trabajo en animación, como el Worldfest de Houston, El Festival de Cine de Honolulu y la Muestra de Cine local, en la categoría de animación. Su propiedad intelectual se llama Outopus y será distribuida por Europa.

**MarteStudio** (<http://www.martestudio.com/>). Ubicado en Sabana Norte, este estudio de animación trabaja



mucho con efectos visuales, con clientes en Estados Unidos, Canadá y México. Han trabajado en películas para LEGO y en una serie de History Channel llamada History's Greatest Tank Battles, al igual que en Discovery Channel. También diseñaron un modelo 3D del rapero Tupac Shakur, usado en el festival de música de Coachella en el 2012.

**Morpho Animation Studio** (<http://www.martestudio.com/>). Empresa dedicada a la creación de contenido y



entretenimiento para niños. Su propiedad intelectual Felix the Robot Adventurer está orientada para niños de 4 a 7 años. También trabajan con empresas en Los Ángeles creando arte conceptual para videojuegos, animación para producciones de Internet, y material para promoción de películas de Hollywood e independientes.

**Quinema Animation.** (<http://quinemaanimacion.blogspot.com/>) .Esta compañía se especializa en servicios



publicitarios, usando animación 2D tradicional y vectorial. Su objetivo es proyectarse a crear contenido original 2D para TV internacional.

**Figueroa Producciones** (<http://www.tricolin.com/fpa/>). Son los responsables del famoso personaje costarricense



Tricolín, cuya creación data de hace 50 años. También se encuentran trabaja(ndo en la creación de propiedades intelectuales y en la prestación de servicios.

**Spacedog Animation Studio** (<http://www.studiospacedog.com>). Ofrecen servicios publicitarios y tienen un



proyecto de branding y licensing llamado **KROAKS** que está teniendo un buen crecimiento en redes sociales a nivel latinoamericano.

## 7. Marco legal y regulatorio del subsector

En Costa Rica toda creación audiovisual está regulada por la ley N° 6683 Derechos de Autor y Derechos Conexos y su reglamento.

Básicamente esta ley dicta lo siguiente: ...Que la Ley Nº 6683 de Derechos de Autor y Derechos Conexos contiene los principios generales que rigen la tutela a los creadores de las obras del ingenio y de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y videogramas y de los organismos de radiodifusión.

En el siguiente link se puede encontrar toda la ley completa

[http://www.pgr.go.cr/scij/scripts/TextoCompleto.dll?Texto&nNorma=3396&nVersion=3597&nTamanoLetra=10&strWebNormativa=http://www.pgr.go.cr/scij/&strODBC=DSN=SCIJ\\_NRM;UID=sa;PWD=scij;DATABASE=SCIJ\\_NRM;&strServidor=\\pgr04&strUnidad=D:&strJavaScript=NO](http://www.pgr.go.cr/scij/scripts/TextoCompleto.dll?Texto&nNorma=3396&nVersion=3597&nTamanoLetra=10&strWebNormativa=http://www.pgr.go.cr/scij/&strODBC=DSN=SCIJ_NRM;UID=sa;PWD=scij;DATABASE=SCIJ_NRM;&strServidor=\\pgr04&strUnidad=D:&strJavaScript=NO)

## VI. Competidores

### 1. Principales proveedores externos

**Estados Unidos:** La mayoría de las producciones animadas y más populares del mundo se realizan en este país. Según Digital Vector en el año 2008 se estrenaron en los Estados Unidos 520 películas de las cuales un 3% fueron animadas y el ingreso generado por éstas representó el 10% del ingreso total por taquillas durante ese año. Por otro lado, las series de televisión animadas representan alrededor del 30% de la programación en televisión.

**Canadá:** La industria canadiense ha tomado fuerza en los últimos años y cada vez mas estudios de animación abren sus puertas en ese país. Para finales del año 2012 se estima existían 520 estudios establecidos .Prueba de la importancia que tienen este mercado en la industria de animación es que PIXAR unos de los estudios más importantes del mundo se estableció en el 2010 en Vancouver.

**Europa:** En el continente Europeo la producción de animación ha estado concentrada en proyectos para la televisión. Francia, Reino Unido, Alemania, España e Italia son los líderes en este campo, debido principalmente al apoyo que los respectivos gobiernos le han dado a esta industria, a través de subvenciones, exoneraciones de impuestos, entre otros.<sup>10</sup>

**Asia:** Sin duda Asia es uno de los continentes que ha crecido a gran escala en los últimos años en todos los sentidos. En los últimos 40 años gran cantidad de empresas de animación se han establecido y mantenido en esta región, a tal punto que el 90% de la programación animada en la televisión estadounidense es realizada en Asia<sup>11</sup> Japón, Corea del Sur, Filipinas y Taiwán son los países asiáticos con una industria de animación que puede considerarse madura. Pero en los últimos años han surgido industrias en otros países como por ejemplo: India, China, Vietnam, Malasia y Singapur; representando estos últimos una competencia para las industrias de mayor experiencia.<sup>12</sup>

**China:** la industria de animación en China, al igual que en otros países de Asia, surgió como proveedora de servicios de outsourcing, para industrias más desarrolladas como la estadounidense y la japonesa. Hoy día el 90% de los estudios de animación siguen dedicándose al outsourcing.

<sup>10</sup> 1 IDEM

<sup>11</sup> Global Animation Industry: Strategies, Trends and Opportunities 2011, Digital Vector.

<sup>12</sup> 1 IDEM

**India:** En el año 2009 se estimaba que el mercado de animación en India alcanzaba los US\$ 500 millones y se espera que en el 2016 alcance los US\$ 1.161 millones. Alrededor del 70% de los ingresos de esta industria son producto del outsourcing<sup>13</sup>. Según datos de The National Association of Software and Services Companies (NASSCOM, por sus siglas en inglés), el 8% del outsourcing en animación a nivel mundial se realiza en India. Pero es importante mencionar que los estudios indios están tendiendo cada vez más a realizar co-producciones con estudios de otros países.

**Latinoamérica:** Según el portal de comunicación latina adlatina.com, en la producción de animación en la región, Argentina tiene una participación del 0,41% del mercado global, seguido por México (0,40%) y Brasil (0,39%)

## 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Dentro de la animación digital las empresas pueden ofrecer distintos servicios que a su vez se pueden dividir en dos grandes áreas técnicas la animación digital en 2D y en 3D. Dentro de la animación digital en 2D (que es la categoría donde se agrupan la mayoría de estudios que existen en el mundo) se encuentran los siguientes servicios: películas, series de televisión, comerciales, efectos especiales y páginas web. Por su parte la animación 3D se enfoca principalmente en películas, series y juegos; en los años recientes este último es el segmento de mayor crecimiento. Además, la animación 3D tiene también múltiples aplicaciones para el diseño web, educación y visualizaciones o creación de imágenes.

Las **series televisión** se refiere a todas las series animadas que son transmitidas por los diferentes canales de televisión, ya sea de cable o abiertos, muchas de las cuales tienen como público meta los niños. Dentro de este tipo se incluye programas de 1 hora o 30 minutos, películas de la semana y miniseries. De igual manera tanto los grandes estudios como los independientes están también involucrados con este tipo de proyectos.

La **publicidad** es una industria que utiliza cada vez más la animación para elaborar los comerciales tanto en televisión como en internet. En este caso las agencias de publicidad juegan un papel importante ya que por lo general son éstas las encargadas del desarrollo de las campañas publicitarias de las empresas.<sup>14</sup>

Los **efectos especiales** son técnicas destinadas a crear una ilusión audiovisual gracias a la cual el espectador asiste a escenas que no pueden ser obtenidas por medios normales.

Entre los **filmes** se encuentran los largometrajes y cortometrajes para cine y televisión, entre los cuales están los videos elaborados especialmente en el mercado “home video” en formatos de DVD u otros. Este tipo de animación es hecho tanto por los grandes estudios como por los independientes.

Los **videojuegos** utilizan la plataforma y técnicas de la animación en 3D y están haciendo crecer fuertemente a esta industria. Por su parte,

---

<sup>13</sup> Market Study on Animation and Gaming Industry in India. Italian Trade Commission 2010

<sup>14</sup> IDEM



Los **servicios corporativos** se refieren a la integración de diferentes elementos como, imágenes, animación, sonidos, música, videos y otros para crear presentaciones multimedia para empresas.<sup>15</sup>

### 3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

En el siguiente cuadro elaborado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, se muestra el proceso de creación y comercialización de esta industria.

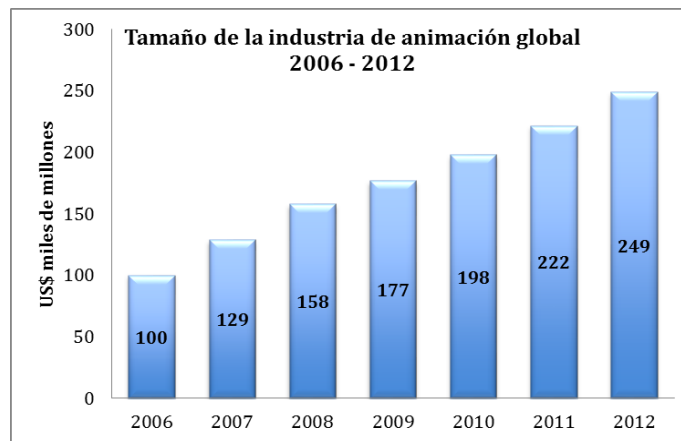


Fuente: PROCOMER, a partir de la información de Global Animation Industry: Strategies, Trends and Opportunities 2011, Digital Vector

### 4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

La industria de animación digital crece a pasos acelerados, a nivel mundial generó en el año 2006 ingresos aproximados a los US\$ 100 mil millones de dólares, ya para el año 2010 rondaban los US\$ 249 mil millones de dólares, esto se traduce en un aumento del 98%. Para el 2012 se contemplaba un crecimiento de un 26% con respecto al 2010. Como se mencionó anteriormente Estados Unidos y Canadá siguen siendo los principales, seguidos por Asia quien ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años y Europa.

<sup>15</sup> IDDEM



Fuente: Global Animation Industry: Strategies, Trends and Opportunities

## VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

- Uno de los mayores problemas que las empresas de servicios puedan enfrentar en el mercado son los largos procesos y complejos procesos de inscripción de las empresas.
- Otro de los grandes obstáculos es la falta de financiamiento de parte de las entidades financieras. Por lo general estos servicios se consideran de alto riesgo puesto que en la mayoría de los casos los costos en los que se incurren durante la elaboración del proyecto son muy altos, esto sin mencionar que existen proyectos que tardan años para su elaboración, y que normalmente durante ese periodo no se recibe ningún ingreso. Después existe el riesgo de que el proyecto no tenga el éxito deseado y no sea capaz de recaudar y superar todo lo invertido. A todo esto se le debe sumar los costos por la promoción. Es por esto que las entidades financieras se muestran celosas ante tal panorama.
- Aunque la animación digital fue declarada en 2007 en Costa Rica de interés nacional, aun no recibe el apoyo y los incentivos deseados por parte del Gobierno.

## VIII. Indicadores de demanda para el servicio

A continuación algunos indicadores que se desprenden de investigaciones<sup>16</sup> sobre la animación digital:

- El total del valor generado por la industria de animación a nivel mundial en el 2009 fue de US\$ 177.000 millones, ya para el 2012 alcanzó los US\$ 249.000 millones.
- Los mayores mercados para la industria de animación según su demanda y producción son: Estados Unidos, Canadá, Japón, Francia, Gran Bretaña, Corea del Sur y Alemania.
- Los países emergentes en la industria de la animación son la India y China, su atractivo está asociado principalmente a los menores costos y plataformas para el desarrollo de animación por computadora, en comparación con Norteamérica y Europa.
- El aumento de publicidad dirigida hacia los niños y de canales de televisión especializados en programación para estos, ha incrementado la demanda por la televisión animada.
- La animación se utiliza cada vez más con fines educativos, mediante diferentes productos y aplicaciones interactivas. De igual manera, la industria de los videojuegos, que mueve miles de millones de dólares a nivel mundial, se apoya más intensamente en la animación para el desarrollo de los mismos.
- Existe un incremento global en las horas de transmisión de canales por cable y satélite, lo cual aumenta la demanda de animación para los programas transmitidos por estos medios.
- Se espera que el software especializado en la creación de animaciones sea cada vez más eficiente y amigable para ser utilizado.
- Hay un buen pronóstico en el crecimiento de la producción de películas animadas por computadora, dado el éxito que en los últimos años han tenido este tipo de filmes.
- El gasto en los efectos especiales de una película pueden representar entre el 20% - 25% del total de la producción.
- Los presupuestos de los grandes proyectos de animación son altos y de largo plazo. El costo de un largometraje puede estar entre los US\$ 15 millones de dólares e incluso superar los US\$ 100 millones. El de la series de televisión se encuentra entre los US\$ 250,000 dólares hasta los US\$ 1.5 millones por episodio.
- El costo de una producción de cine se encuentra entre los US\$ 20 millones y los US\$ 200 millones. Es importante tomar en cuenta que los costos cambian según el país, entre estos se pueden mencionar la elaboración guiones de la historia, reels, edición, musicalización.

---

<sup>16</sup> Las fuentes consultadas fueron:

1. Global Animation Industry: Strategies, Trends and Opportunities 2011, Digital Vector;
2. Production and Political Economy in the Animation Industry: Why Insourcing and Outsourcing Occur 2004, Tschang & Goldstein;
3. Diagnóstico y Plan de Acción para la Industria de Animación Digital y Videojuegos 2010, Cámara de Comercio de Bogotá, en: <http://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/Diagn%C3%B3stico-ADVJ.pdf>

- Las licencias para explotar artículos relacionados con las animaciones como por ejemplo camisetas, gorras, bolsos, juguetes y otros artículos se han convertido en una fuente de ingreso para las empresas de animación.
- Los altos costos de los procesos de desarrollo de la animación han aumentado el interés de los países en los que la industria está más desarrollada, como Estados Unidos, Japón y algunos países europeos, por la tercerización de estos servicios.
- Se espera que en los próximos años la producción de animación 3D supere a la 2D y que se presenten cada vez más producciones híbridas entre estos dos tipos de animación, e incluso con las producciones reales.

## IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Roberto Guillén, director de arte y productor general de Studio Flex, argumentó que a nivel local es muy poco lo que se puede hacer. *“Si no tuviéramos esas oportunidades afuera ya los estudios hubieran cerrado”*<sup>17</sup>

*...“Costa Rica no posee industria de animación de entretenimiento para consumo local, para eso tendría que haber una media de 25 millones de ticos, para lograr que un 10% fuera al cine, pero si es parte de la industria animada a nivel mundial, y eso se lo puedo demostrar a cualquiera con productos terminados y en proceso, de Flex o mis colegas de otros estudios, En la fase de como estudio de animación nos corresponde participar. A nivel local, desarrollar una película animada para ser consumida por el público tico, como las películas recientes (Camino, Gestación, Donde Duerme el Horror, etc.), es un riesgo enorme. En estos tiempos en los estudios debemos buscar nuestros frijolitos en la industria mundial, ya que lamentablemente a nivel local, los reducidos presupuestos, los "in House", los "freelancers", las políticas de pago de las agencias y productoras, con sus reducidos costos de operación, hacen difícil creer que un estudio con más de 20 animadores pueda dedicarse a producir”*<sup>18</sup>

Oliver Zúñiga, supervisor de efectos visuales de Martestudio, explicó que *“en Costa Rica no hay mercado y que mientras en Estados Unidos se paga \$100.000 por una producción animada, en Costa Rica pagan \$500.”*<sup>19</sup>

<sup>17</sup> El Financiero: La tecnología de animación es cada vez mas protagonista en el cine. 2013  
[http://www.elfinancierocr.com/tecnologia/Tecnologia\\_en\\_el\\_cine-animacion-estudios\\_costarricenses\\_0\\_288571166.html](http://www.elfinancierocr.com/tecnologia/Tecnologia_en_el_cine-animacion-estudios_costarricenses_0_288571166.html)

<sup>18</sup> La Nación: Animación digital en Costa Rica: ¿Estamos listos para construir una pequeña industria de cine animado?2010  
<http://www.nacion.com/MenuEspeciales/Blogs/Entretenimiento/Tiquetealcine/Mayo-2010/Animacion-digital-en-Costa-Rica--%C2%BFEstamos-listos-p.aspx>

<sup>19</sup> IDEM 16

## X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- Es fundamental tener un acercamiento con las agencias de publicidad y estudios de animación existentes en el mercado. Para esto la Oficina Comercial recomienda realizar una Misión Comercial y reunirse con la mayor cantidad de actores posible, en el entendido de que por la naturaleza del servicio a tratar, los procesos de negociación se realizan de manera muy diferente en comparación a la venta de un software o un bien tangible.
- Las empresas interesadas en establecer alianzas con empresas costarricenses deben estar dispuestas a establecer proyectos de coinversión.
- Como ya se mencionó la industria nacional de animación es muy pequeña e incipiente si se compara con la industria a nivel internacional. Es por esto que los proyectos deben estar basados en innovación, calidad y creatividad, puesto que queda claro que en costos de producción es imposible competir.
- Las empresas interesadas en establecer negocios con la industria de animación de Costa Rica deben estar dispuestos a establecer relaciones de asociatividad, esta sinergia es necesaria para la creación de proyectos conjuntos que posiblemente les dará más peso en el mercado internacional.

## XI. Contactos relevantes

### **Costa Rica Animation Holding**

Este es el primer consorcio del sector audiovisual del país y actualmente organiza a 150 artistas y técnicos. Sus integrantes son: Quinema Animation Studio, Marte Studio, Studio Flex, Morpho Animation Studio, Space Dog Animation Studio y Figueroa Producciones

[www.cranimationholdings.com](http://www.cranimationholdings.com)

info@cranimationholdings.com

Tel:(506)2240-7258

### **Cámara de la industria audiovisual**

La Cámara de la Industria Audiovisual Costarricense (CAIAC) fue conformada en Julio del 2010 por empresas y personas del sector privado de la industria audiovisual costarricense con el fin de consolidar la opinión del sector privado y así junto a las entidades públicas que nos apoyan fomentar el desarrollo y lograr el posicionamiento de la industria dentro y fuera del país. Se ha conformado CAIAC con el objetivo de crear condiciones generales para el fortalecimiento, promoción y capacitación del sector audiovisual.

CAIAC cuenta con representantes de los sectores de animación, post-producción, efectos especiales, alquiler de equipo, producción, dirección y otras empresas afines a la industria.

<http://www.caiac-cr.org>

#### **Cámara de Tecnologías de información y Comunicación**

La Cámara de Tecnología de Información y Comunicación (CAMTIC) nació en 1998 y actualmente está integrada por cerca de 200 empresas. Juntas, conforman un bloque estratégico que busca fortalecer y apoyar al sector de las tecnologías digitales en Costa Rica. Bajo el lema “Costa Rica: Verde e inteligente”, hoy CAMTIC representa la principal organización del sector de las tecnologías digitales y la única de Centroamérica que abarca todos los subsectores de las tecnologías digitales.

<http://www.camtic.org>

Tel. (506) 2283-220

info@camtic.org

## **XII. Fuentes de información (*Links*).**

- Ministerio de Cultura Juventud y Deportes <http://www.centrodecine.go.cr>
- Costa Rica Animation Industry <http://animationcostarica.com/news.html>
- Dele Foco (Comunidad Audiovisual) <http://www.delefoco.com>
- Cámara de la Industria Audiovisual Costarricense <http://www.caiac-cr.org>
- Banco Central de Costa Rica [www.bcentral.go.cr](http://www.bcentral.go.cr)
- Procomer (Promotora de comercio Exterior de Costa Rica [www.procomer.com](http://www.procomer.com)
- Cinde Agencia de Promoción de Inversión en Costa Rica [www.cinde.org](http://www.cinde.org)
- Diario la República de Costa Rica [www.larepublica.net](http://www.larepublica.net)
- Diario La Nación [www.lanacion.co.cr](http://www.lanacion.co.cr)
- Diario El financiero [www.elfinanciero.co.cr](http://www.elfinanciero.co.cr)