

PMS

Estudio de Mercado Servicios de Animación en Canadá

Julio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Toronto, Canadá - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

I. Tabla de contenido	2
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	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	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Crecimiento en los últimos 5 años	8
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	9
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	10
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	10
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	14
4. Canales de comercialización	14
5. Principales players del subsector y empresas competidoras	15
6. Marco legal y regulatorio del subsector	16
7. Tendencias comerciales del sector	18
VI. Competidores	18
1. Principales proveedores externos	18
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos	19
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores	19
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores	20
VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	20

VIII. Otra información relevante del mercado de destino21

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado23

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...24

XI. Fuentes de información (*Links*).....24

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios de Animación.

2. Estrategia recomendada

2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio

La industria de animación canadiense se encuentra entre las más desarrolladas del mundo, junto a países como Estados Unidos, Japón, Francia, Alemania, etc. Teniendo en cuenta que esta industria aún está en una fase de desarrollo y presenta un alto potencial, es de esperar la existencia de variadas oportunidades para los servicios de animación.

En este contexto, se han distinguido incipientes tendencias que:

- (i) estimulan la industria, como la protección de propiedad intelectual y el acceso a distintos tipos de financiamiento provincial y/o estatal;
- (ii) facilitan la industria, como las nuevas tecnologías y las nuevas técnicas de producción; y
- (iii) hacen crecer a la industria, como los nuevos segmentos de negocios, que permiten aumentar y diversificar los ingresos, más allá de sus aplicaciones en cine y televisión.

2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Probablemente el mejor punto de partida para una empresa chilena de servicios de animación que desee ingresar al mercado canadiense es participar en ferias y seminarios relacionados a la industria de la animación en Canadá. El listado mencionado en la sección VIII (Otra información relevante del mercado de destino), es una pauta de los eventos más importantes a nivel nacional.

De esta forma, la empresa chilena podrá entablar contactos personalmente con potenciales clientes, y dará pie a eventuales reuniones para poder exhibir alguna muestra del trabajo que ha realizado.

No obstante, antes de pensar en internacionalizar sus servicios, es importante que la empresa cuente con experiencia en Chile para poder dar cuenta de la calidad de los proyectos concretados, ya que en vista del nivel de competencia que enfrentará (al ser medida contra pares asiáticos, europeos, etc.) debe tener herramientas tangibles para posicionarse en el *top of mind* del cliente.

2.3. Análisis FODA

Factores Internos

Fortalezas

- Visión de Chile como una economía estable con políticas creíbles, y de los empresarios chilenos como confiables para hacer negocios
- Diversas nominaciones y premios de la industria audiovisual chilena en el extranjero denotan la calidad de las producciones, extrapolándose a los servicios audiovisuales y de animación
- Mano de obra de calidad, cada vez más capacitada y a menor costo que en países desarrollados
- Similitud de zonas horarias entre Chile y Canadá, generando una ventaja natural frente a las empresas asiáticas, donde las considerables diferencias de hora pueden entorpecer el flujo de información

Debilidades

- Pérdida de competitividad al no tener una cantidad suficiente de profesionales chilenos que dominen el idioma inglés en la industria
- Barreras culturales al tener distintos códigos sociales, por ejemplo, la importancia de la puntualidad, los resultados concretos, las reuniones concisas y al punto, el valor de la palabra comprometida, etc.
- Falta de escala de la industria chilena, en comparación a la oferta de Asia, Estados Unidos, etc.

Factores Externos

Oportunidades

- Creciente tendencia de proteger la propiedad intelectual y las creaciones originales
- Diversificación de los ingresos hacia la penetración de nuevos segmentos, más allá de cine y televisión
- Incorporación de nuevas tecnologías que faciliten el proceso productivo, permitiendo un intercambio de conocimientos y la homologación de la industria chilena con estándares internacionales
- Acceso a distintos tipos de financiamiento provincial y/o estatal canadiense, al cumplir ciertos criterios
- Masificación de internet como plataforma de difusión

Amenazas

- Intensidad de la competencia desde otras economías emergentes, en especial de Asia Pacífico, que cuentan con sólidas plataformas digitales, amplio acceso a tecnología y mano de obra calificada a costo mínimo
- Fluctuaciones del tipo de cambio con el dólar canadiense
- Posibilidad de cambios drásticos en tecnología, que puedan dejar obsoletas las técnicas usadas por los estudios de animación chilenos, si es que su capacidad de incorporarla no es lo suficientemente rápida
- Creciente preferencia por arrendar en vez de comprar las producciones (películas, videojuegos, etc.)
- Gran disponibilidad de producciones gratis en internet
- Piratería

III. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Servicios de Animación.

2. Descripción del servicio

Animar significa “Dar vida”¹. El trabajo de un animador es darle vida a una imagen estática al otorgarle movimiento y personalidad, y la animación digital es la técnica mediante la cual esto ocurre, gracias a la ayuda de herramientas computacionales.

Para crear la ilusión de movimiento, una imagen se muestra en pantalla sustituyéndose rápidamente por una nueva imagen en un fotograma diferente. Sólo una cantidad igual o superior a 12 imágenes o frames (marcos) por segundo logra dicho objetivo, aunque en la industria cinematográfica se utiliza una convención de 24 frames/segundo para alcanzar el efecto de movimiento continuo.

Existen dos grandes tipos de animación digital: animación 2D y 3D. La animación 2D es generalmente animación asistida por computador, donde el animador dibuja objetos y personajes a mano o en computador, creando cuadros clave en distintas posiciones. Posteriormente, mediante un proceso llamado tweening, el computador genera marcos intermedios para dar el aspecto de que cada imagen se convierte suavemente en la siguiente. Un ejemplo representativo de la animación 2D son las caricaturas antiguas.

En tanto, la animación 3D es animación generada por computador en su totalidad, dada la complejidad de dibujar en tres dimensiones, no puede ser hecha a mano. Usando algoritmos matemáticos, los animadores pueden programar objetos para respetar o romper las leyes físicas como la gravedad, la masa y la fuerza. Por ejemplo, en vez de animar cada pelo en la cabeza de un hombre, el animador programa digitalmente la estructura de su cabello para agitarse suavemente con el efecto del viento².

Mirando la historia, la animación digital 3D se remonta a los inicios de los años 60’, donde fue utilizada en un principio para simulaciones científicas en centros de investigación en EE.UU. Desde esos días hasta hoy, se ha desarrollado de forma exponencial, en directa relación con los equipos computacionales. Actualmente, un desktop promedio corre 5.000 veces más rápido que en los años 60’, logrando que el costo de la tecnología requerida para la animación digital decreciera desde US\$ 500.000 hasta bajo los US\$ 2.000³.

Finalmente, los Servicios de Animación se clasifican con el código SACH con el numeral 11100080, bajo la categoría de Servicios Audiovisuales, según se presenta a continuación:

¹ http://www.siggraph.org/education/materials/HyperGraph/animation/rick_parent/Intr.html

² “How Computer Animation Works” <http://entertainment.howstuffworks.com/computer-animation6.htm>

³ <http://www.pbs.org/wgbh/nova/specialfx2/humans.html>

SACH	Descripción
1110	SERVICIOS AUDIOVISUALES
11100010	Servicios de grabación de sonido
11100020	Servicios de postproducción de sonido
11100030	Servicios de filmación de películas (largometrajes, documentales, series, dibujos animados, etc.), para su proyección en salas de cine y televisión.
11100040	Servicios de filmación de películas cinematográficas para promoción o publicidad (comerciales)
11100050	Servicios de postproducción de películas cinematográficas y cintas de video
11100055	Servicios de difusión de televisión satelital por cuenta de empresas de distribución de televisión satelital extranjeras
11100060	Servicios de producción de originales de programas de televisión
11100070	Servicios de producción de originales de programas de radiodifusión
11100080	Servicios de animación

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

Con una superficie de 9,9 millones de kilómetros cuadrados, Canadá es el segundo país más extenso del planeta después de Rusia, y es habitado por una población de 34,9 millones de personas.

Se ubica dentro de las 15 naciones más ricas del mundo, con un PIB de US\$ 1.833,4⁴ billones al año 2012, y de acuerdo a cifras publicadas por el FMI, alcanza un ingreso per cápita de US\$50.862.

A la vez, presenta una amplia apertura comercial, con un nivel de intercambio comercial de US\$ 917,1 billones con 220 países al año 2012, en base información de Statistics Canada. Lo anterior, junto a su alto ingreso por habitante, lo posiciona como un mercado muy atractivo para los exportadores internacionales.

Finalmente, cabe destacar el rol fundamental que juega el sector servicios en la economía canadiense, representando el 70% del producto del año 2012, aunque hay que tener en cuenta que Canadá es bastante dependiente de sus abundantes recursos naturales (minería, petróleo, etc.) y de su comercio exterior, principalmente con EE.UU.

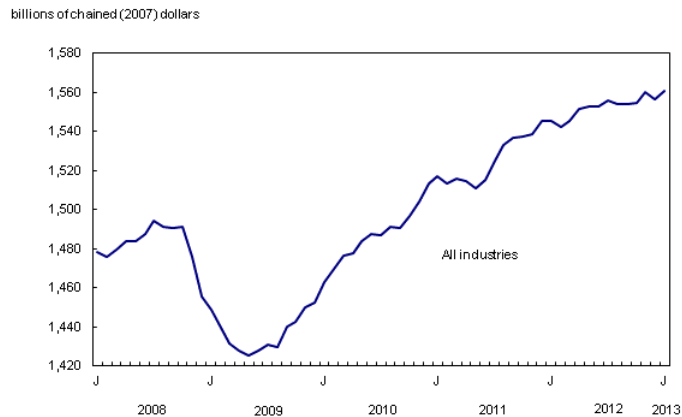
⁴ Cifras oficiales de Statistics Canada, a precios corrientes. PIB Real 2012 a precios constantes del año 2007: US\$ 1.658,2 billones

2. Crecimiento en los últimos 5 años

Tras enfrentar los efectos de la crisis económica y financiera que se gatilló en el año 2008, Canadá ha logrado tener una de las mayores recuperaciones dentro del grupo de países G-7, sustentada por un sólido sistema financiero y una fuerte demanda interna.

A continuación se presenta la evolución del PIB canadiense en términos reales, durante los últimos 5 años. Es posible ver la abrupta caída del producto a mediados del año 2009, y luego la pronunciada recuperación que se extiende hasta el día de hoy.

Evolución del PIB Real Canadiense, período 2008-2013



Fuente: Statistics Canada

De igual forma, el siguiente gráfico exhibe la trayectoria de la tasa de desempleo en el mismo período, donde se observa que dicho indicador se acopla bastante al crecimiento del producto pero evidentemente en una tendencia inversa. Así, tras alcanzar un peak de desempleo de 8,7% en agosto 2009, hoy da cuenta de una cifra cercana al 7,2% (a marzo 2013).

Tasa de Desempleo Canadiense, período 2008-2013



Fuente: Statistics Canada

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

Canadá es un país desarrollado, que figura entre las naciones más ricas del mundo, y presenta un entorno político y socioeconómico estable.

A nivel político, es una monarquía constitucional dependiente de la Corona Británica, por tanto la autoridad máxima es la Reina Isabel II de Inglaterra, quien es representada localmente por el Gobernador General. En tanto, el Jefe de Gobierno es el Primer Ministro, rol en el que actualmente se desempeña Stephen Harper, líder del partido Conservador.

Al analizar el escenario económico del último tiempo, Canadá no ha estado al margen de la desaceleración económica mundial. No obstante, los indicadores exhiben una tendencia de recuperación, dejando en evidencia que la economía canadiense se mantiene resiliente a la crisis de la Zona Euro y al entorno económico de EE.UU., su principal aliado comercial (ver sección IV.2 Crecimiento en los últimos 5 años).

Finalmente, cabe mencionar que en un horizonte en el corto a mediano plazo, no se vislumbran cambios estructurales en el modelo económico canadiense, ni mayores amenazas al sector servicios, como eventuales impuestos adicionales o barreras regulatorias de distintas índoles.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

A partir del año 1998, el Ministerio de Relaciones Exteriores del Gobierno de Canadá organiza las denominadas *Canada Trade Missions*⁵. Estas misiones son parte integral de la estrategia de promoción de las exportaciones canadienses, y consisten en visitas a distintos países del mundo por parte de delegaciones comerciales encabezadas por el Ministro de Comercio Exterior u otro funcionario gubernamental de alto rango.

Su objetivo final es abrir puertas y desarrollar relaciones de largo plazo para las exportaciones de servicios profesionales, tecnología y productos, incorporando pequeñas y medianas empresas, emprendedores jóvenes, mujeres, aborígenes y nuevos exportadores.

A modo de ejemplo, la última *Canada Trade Mission* tuvo lugar en Abril 2013, el mercado de destino fue China y Japón y se abarcaron 4 sectores: tecnologías de la información, soluciones empresariales, aplicaciones móviles y tecnología de imágenes para la medicina.

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

Existen instituciones como Export Development Canada (EDC) que proveen apoyo financiero a empresas canadienses con operaciones en mercados internacionales, mediante instrumentos como seguros contra incobrables, seguros para activos contra riesgo político del país, distintos tipos de financiamiento de exportaciones y garantías para clientes extranjeros. Adicionalmente, EDC promueve la inversión directa canadiense en el extranjero y la inversión extranjera hacia Canadá, actuando conjuntamente con otras instituciones financieras y con el Gobierno de Canadá.

⁵ <http://www.tradecommissioner.gc.ca/eng/trade-missions/general-info.jsp>

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

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Canadá, con vigencia desde julio del año 1997, tiene un capítulo referente a compras públicas, estipulando la igualdad de condiciones en esta materia. El capítulo provee un marco regulatorio dentro del cual se establece el trato nacional y la no discriminación, medidas de transparencia, condiciones para participar, plazos y procedimientos de licitación, entre otros.

El texto completo del Capítulo de Compras Públicas se puede encontrar en español el siguiente link: [http://www.direcon.gob.cl/sites/www.direcon.gob.cl/files/bibliotecas/Capitulo%20Kbis%20\(espa%u00f1ol\)%20CANADA%20-%20CHILE.pdf](http://www.direcon.gob.cl/sites/www.direcon.gob.cl/files/bibliotecas/Capitulo%20Kbis%20(espa%u00f1ol)%20CANADA%20-%20CHILE.pdf)

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

En base a información de Canada Year Book 2012⁶, elaborado por Statistics Canada, es posible concluir que la población canadiense ha evolucionado en términos de adopción de tecnología y conectividad, incorporando nuevas tendencias a su vida diaria y alcanzando un importante nivel de penetración.

Así, el uso de internet continúa incrementando su participación entre los canadienses, donde el año 2010, un 79% de los hogares tenía acceso a la red, de los cuales un 96% declaró tener una conexión de alta velocidad. A modo de referencia, Canadá se ubicó séptimo en el ranking de adopción de banda ancha en los hogares, según el ranking de la OECD en el año 2008.

En relación a los equipos computacionales, el año 2010 los precios al consumidor de computadores presentaron una caída de 16,4% frente al 2009, donde los computadores portátiles o laptops retrocedieron un 17,3% en valor mientras los computadores fijos o desktops lo hicieron en un 15,3%. Con todo, los precios de los computadores exhibieron una baja de 84,4% entre el 2002 y el 2010.

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

En Canadá, el sector servicios ha presentado un crecimiento más pronunciado que el sector bienes en los últimos años. Cabe recordar que los servicios representaron el 70,0% del PIB nacional el año 2012.

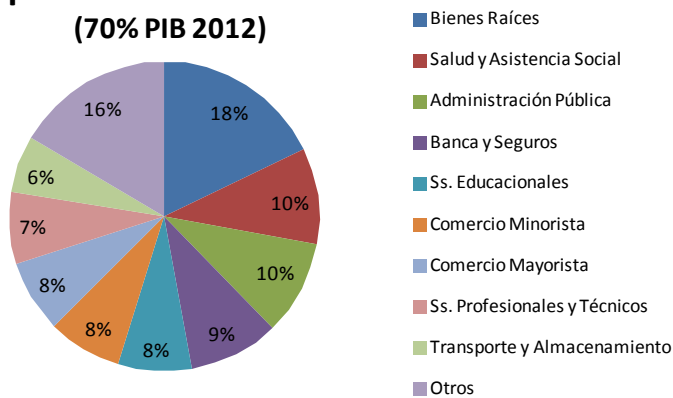
En términos de empleo, el año 2011 la fuerza laboral canadiense ascendía a 18,7 millones de personas, de las cuales 17,3 millones se encontraban empleadas (92,5% del total). Dentro de dicho grupo, 13,5 millones de personas (78,0% del total empleado) trabajaban en el sector servicios.⁷

A continuación se presenta el desglose del sector servicios por área productiva, donde se vislumbra que la Administración Pública representa sólo un 9,8% del PIB del sector, reflejando la importancia del componente privado en el sector que mueve la economía del país.

⁶ <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-402-x/11-402-x2012000-eng.htm>

⁷ Canada Year Book 2012, Statistics Canada - <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-402-x/11-402-x2012000-eng.htm>

Composición Sector Servicios (70% PIB 2012)



Fuente: Statistics Canada

Lo anterior se condice claramente con la realidad de los Servicios de Animación, donde al no existir monopolios del Estado, el sector privado es clave para el desarrollo de este tipo de servicio.

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

Los exponenciales avances de la tecnología en la era digital han sido artífices de que los Servicios de Animación se expandan en aplicaciones y audiencia, convirtiéndose en una de las industrias de más rápido crecimiento en la actualidad. La demanda por contenidos animados se ha masificado gracias a la penetración de la televisión por cable, televisión satelital, internet, etc.

El tamaño global de la industria de animación en conjunto con la de videojuegos alcanzó los US\$122 billones en el año 2010. Esta industria se define por 4 grandes bloques: Norteamérica, Europa, Asia Pacífico - Japón y el resto del mundo, donde Norteamérica es el más relevante con un 42% de participación total.

Viendo la historia, es posible observar que estas industrias como un todo crecieron a una tasa de 12% anual compuesto entre el 2005 y el 2009, prácticamente duplicándose en 6 años⁸.

En tanto, mirando hacia el futuro, se estima que ambas industrias se expandan hasta alcanzar los US\$243 billones hacia el 2016, lo que implicaría un crecimiento anual compuesto de casi 13% por 6 años, levemente superior a la tasa histórica. A la vez, se prevé que la región de Asia Pacífico - Japón sea la de mayor desarrollo, con una tasa tentativa de 19% impulsada principalmente por los videojuegos.⁹

⁸ "Animation. Broadcasting. Gaming. On the Cusp of Growth" - Deloitte.

⁹ "Global Animation & Gaming Market Size & Forecast (2011 – 2016)"

http://www.researchandmarkets.com/reports/1956083/global_animation_and_gaming_market_size_and

En particular, Canadá no ha estado ajeno a esta tendencia y se ha posicionado firmemente como un renombrado polo digital, que destaca por el grado de innovación, tecnología y creatividad de la industria. Los estudios canadienses han participado por décadas en producciones reconocidas mundialmente (ver sección V.5 Principales players del subsector y empresas competidoras).

En base a un estudio¹⁰ preparado por *Computer Animation Studios of Ontario (CASO)*, la industria de animación canadiense debería acoplarse a la dinámica mundial, y los impulsores de la demanda serían los segmentos de TV animada y Film animado.

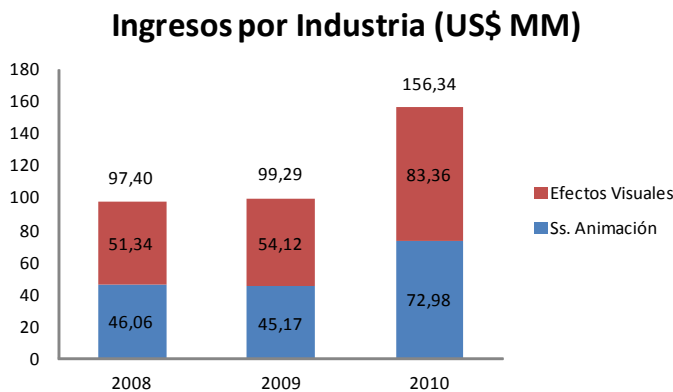
Esto se condice con la importancia que han adquirido los servicios de animación y efectos visuales en la industria cinematográfica, ya que hoy en día cerca del 40% del presupuesto para una producción está destinado a estos recursos, lo que puede significar cifras de más de US\$ 50 millones para los proyectos de gran envergadura.¹¹

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Es complejo determinar el tamaño de las industrias de animación y efectos visuales en Canadá, ya que está compuesta por un gran número de pequeñas y medianas empresas, que en su mayoría son de propiedad privada.

No obstante, según el catastro de *CASO*, se estima que la industria de animación en la provincia de Ontario facturó un monto cercano a los US\$ 73 millones en el año 2010, mientras que la industria de efectos visuales se aproximó a los US\$ 83 millones.

Es posible apreciar en el siguiente gráfico que el sector como un todo se estancó entre los años 2008 y 2009, debido a la crisis económica mundial, no obstante el 2010 se observa un pronunciado repunte, con un crecimiento promedio de casi 59%.



Fuente: Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

A nivel de empresa, aproximadamente un 40% de las firmas encuestadas en el catastro *CASO* declararon ingresos inferiores a US\$ 2 millones al año, mientras que igual porcentaje señaló un rango entre US\$ 2 y US\$ 5 millones. Sólo cerca de un 20% contaría con ingresos superiores a US\$ 5 millones anuales.

¹⁰ "Economic Profile of the Computer Animation and Visual Effects Industry in Ontario", Marzo 2012

http://www.omdc.on.ca/Assets/Research/Research+Reports/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects+Industry+in+Ontario_en.pdf

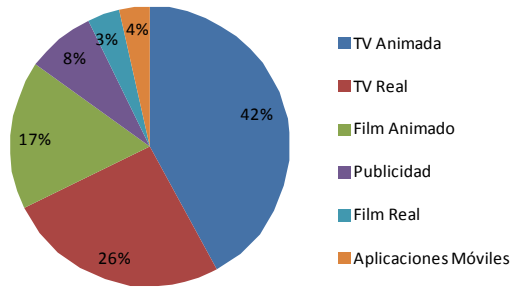
¹¹ "Canada: Business Oportunities in the digital media sector"

<http://canada.nlembassy.org/binaries/content/assets/postenweb/c/canada/the-embassy-and-consulates-kingdom-of-the-netherlands/doing-business/2013-04-16-kennis-fiche-digital-media.pdf>

Observando los ingresos desglosados por categoría, podemos ver que la categoría de televisión es la más relevante, donde los servicios provistos a la TV animada (ej.- dibujos animados) sumados a la TV real (con personajes reales, no animados) representan en conjunto el 68% del ingreso operacional de los estudios de animación.

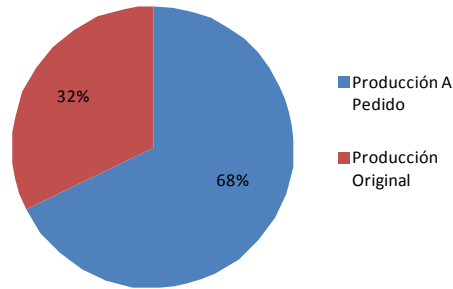
De igual forma, al evaluar los ingresos por tipo de iniciativa, se concluye que el fuerte de los ingresos viene de producciones donde se contrataron los servicios del estudio, no obstante, un no menor 32% de las ventas se asocia a producciones originales propias de la empresa.

Ingresos Animación por Categoría (2010)



Fuente: Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

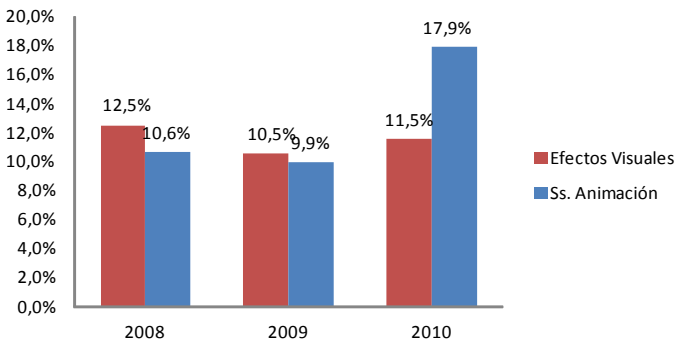
Ingresos Animación según Iniciativa (2010)



Fuente: Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

En tanto, los márgenes operacionales mostraron tendencias divergentes en las dos industrias. Mientras en el caso de efectos visuales se registró una caída de un punto porcentual en el período estudiado, los servicios de animación presentaron un alza de 7,3%, superando el margen de los efectos visuales que previamente era mayor.

Mg. Operacional por Industria



Fuente: Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

Un dato a considerar es que ambas industrias son intensivas en capital humano, por lo cual alrededor dos tercios de los costos operacionales corresponden a salarios, compensaciones y beneficios para los empleados. Otros costos relevantes son (i) instalaciones y (ii) softwares, licencias y equipos, que en conjunto son responsables de aproximadamente el 20% del costo total.

Por último, cabe recordar que si bien estas cifras corresponden sólo a Ontario, la provincia concentra cerca de la mitad de los estudios del país que figuran en el *Canadian Animation Directory* (ver sección. V.6 Principales players del subsector y empresas competidoras), por lo que es un indicador representativo de tendencias.

3. Proporción de servicios importados

Los importantes avances tecnológicos y la globalización de las últimas décadas han sido el escenario propicio para fortalecer la tendencia del *outsourcing* en la industria de animación. Los niveles de *outsourcing* fluctúan con la introducción de nuevas tecnologías. Por ejemplo, hace sólo un par de años atrás era inviable separar los elementos creativos de las tareas técnicas en la animación digital, y hoy en día se ha vuelto una práctica ampliamente aceptada.

En base al estudio¹² de *Computer Animation Studios of Ontario (CASO)*, un 58% de las empresas encuestadas el año 2011 declaró utilizar *outsourcing* en al menos parte de su trabajo. Las razones más aludidas fueron la incapacidad del estudio para sobrellevar la carga laboral y el bajo costo de la mano de obra en las regiones hacia donde se solicitó el *outsourcing*.

A la vez, de las compañías que expresaron usar *outsourcing*, el 29% indicó que había contratado una empresa extranjera (Sudamérica, Asia o Europa del Este), mientras que el resto se concentró en empresas canadienses. En este punto cabe señalar que a pesar de que externalizar servicios a firmas extranjeras tiene claras ventajas en costos, los estudios canadienses aún presentan ciertos reparos en términos de la calidad y el sello cultural que se impregnará al trabajo de externalizarse al extranjero.

Por último, cabe destacar que el nivel de *outsourcing* ha incrementado considerablemente en los últimos años, donde en el 2007 la cifra alcanzaba sólo el 39% frente al 58% del año 2011.

4. Canales de comercialización

“Mucha gente utiliza la animación digital: pilotos, arquitectos, incluso cirujanos... las compañías de automóviles la utilizan para crear modelos de autos tridimensionales, los pilotos de avión la utilizan para practicar situaciones de vuelo que serían demasiado peligrosas en la vida real. La animación digital está a nuestro alrededor y muchas veces, más cerca de lo que imaginamos.”¹³

Tal como se describe en la cita anterior, la animación digital es un recurso utilizado por variadas industrias con innumerables propósitos. Si bien, el segmento más destacado sigue siendo el cine y la televisión, la industria de los videojuegos gana terreno a gran velocidad, donde los juegos son cada vez más complejos y buscan entregar al consumidor final una experiencia cada vez más realista.

Asimismo, las simulaciones digitales son requeridas por diversos campos de las ciencias como ingeniería, medicina, arquitectura, etc. donde mediante la creación de prototipos, es posible visualizar procesos internos, proyectos aún no iniciados, etc. Otros segmentos que se distinguen son aplicaciones para el diseño web, fines educacionales y publicidad.

¹² “Economic Profile of the Computer Animation and Visual Effects Industry in Ontario”, Marzo 2012

http://www.omdc.on.ca/Assets/Research/Research+Reports/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects+Industry+in+Ontario_en.pdf

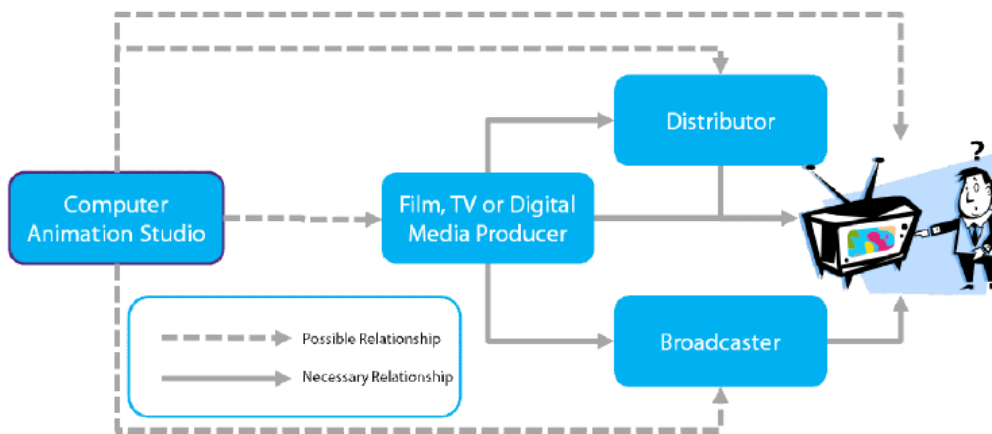
¹³ <http://library.thinkquest.org/J002472/who.htm>

Por otro lado, al analizar la estructura de la industria, es posible identificar diversas combinaciones de modelos de negocio, donde un estudio de animación puede relacionarse directamente con productores de cine y televisión, distribuidores, la cadena de TV e incluso la audiencia.

De esta forma, la empresa tiene alternativas como:

- Trabajar con un distribuidor o una cadena de TV para que su producción original llegue a la audiencia
- Trabajar para un productor y proveer contenido, para ser parte de una producción de mayor escala, por ejemplo, una película
- Llegar directamente al consumidor final mediante la creación de un producto inédito y distribución propia, por ejemplo, a través de su sitio web

Figure 1 - Computer animation industry structure

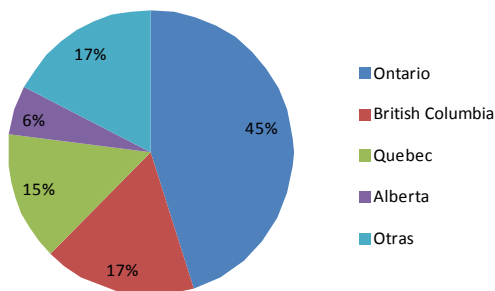


Fuente: Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

5. Principales players del subsector y empresas competidoras

El *Canadian Animation Directory* da cuenta de un total de 144 empresas bajo la categoría servicios de animación¹⁴. De éstas, 65 se encuentran en la provincia de Ontario, 25 en British Columbia, 21 en Quebec y 8 en Alberta. En otras palabras, las 4 principales provincias concentran el 83% de los proveedores de servicios de animación en Canadá, y en particular, Ontario por sí solo cubre el 45% de la oferta.

Ss. Animación Distribución por Provincia



¹⁴ <http://www.animationdirectory.ca/component/task/search/subcategory,10/>

Fuente: Canadian Animation Directory

A nivel país, las empresas de servicios de animación más destacadas, reconocidas en el “Ranking de los 100 Estudios de Animación más influyentes de todos los tiempos” elaborado por Animation Career Review 2012¹⁵, son las siguientes:

Empresa	Ranking	Fundación	Ciudad	Especialidad	Trabajos Destacados
Nelvana Ltd.	# 47	1971	Toronto	Animación para niños	Babar, Tintin, Hot Wheels Battle Force 5, Fievel's American Tails, Pippi Longstocking, Franklin
Arc Productions	# 61	1985	Toronto	Animación y efectos visuales	Films 9, Gnomeo & Juliet
Image Engine	# 90	1995	Vancouver	Efectos visuales	X-Men United, I-Robot, The Incredible Hulk, The Twilight Saga: Eclipse, Rise of the Planet of the Apes, Fast & Furious 6
Intelligent Creatures	# 93	2002	Toronto	Efectos visuales	Resident Evil: Apocalypse, Dirty Dancing: Havana Nights, Mr. & Mrs. Smith, The Matador
Rainmaker Entertainment	# 97	1995	Vancouver	Animación para niños	Barbie in the 12 Dancing Princesses, Barbie: Mermaidia, Stuart Little 3: Call of the Wild, Hot Wheels World Race

Adicionalmente, vale la pena mencionar que existen ciertas filiales de estudios de animación globalizados que han llegado a Canadá, como por ejemplo Pixar, Moving Picture Company, Stargate Studios y Pixomondo.

6. Marco legal y regulatorio del subsector

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) es la organización pública independiente que regula y supervisa los sistemas de radiodifusión y telecomunicaciones en Canadá, velando por el cumplimiento de los estatutos denominados *Broadcasting Act* y *Telecommunications Act*. Abarca las industrias de radio, televisión, telefonía fija, telefonía celular e internet y reporta directamente al Parlamento mediante el Ministerio de Herencia Canadiense (*Minister of Canadian Heritage*).

Además de asegurar la calidad de los sistemas de telecomunicaciones como un todo, la CRTC promueve el desarrollo de la industria local, estableciendo como requisito que los canales de televisión transmitan un cierto nivel de producciones canadienses al año. Así, un programa definido como “canadiense” debe aprobar el *Canadian Program Certification*, que valida los siguientes criterios:

- el productor debe ser canadiense
- las funciones creativas deben obtener un puntaje mínimo de 6 en un total de 10, y al menos uno de los directores o guionistas debe ser canadiense
- al menos el 75% de los costos incurridos tanto en la producción como en la post-producción deben ser destinados a personas o compañías canadienses

Para la industria de animación, la producción debe estar certificada por el formulario 205 “Canadian Program Certification Form 205”, disponible en el link a continuación: <http://www.crtc.gc.ca/eng/forms/efiles/f205s.htm>.

¹⁵ <http://www.animationcareerreview.com/articles/top-100-most-influential-animation-studios-all-time?page=0,9>

No obstante, también pueden calificar como “canadienses” las coproducciones o *joint ventures* que involucren un trabajo conjunto entre canadienses y extranjeros, ya que otorga una ventana de exposición para profesionales canadienses como directores, guionistas y artistas. Para este caso, la entidad responsable de validar y certificar la coproducción es *Telefilm Canada*, y de ser aprobada, contará con igual trato y beneficios que una producción 100% canadiense. Para ver el proceso de aplicación de una coproducción, visitar el sitio web: <http://www.telefilm.ca/en/coproductions/coproductions/forms-and-affidavits>.

En tanto, en relación a los incentivos del sector, existen numerosas iniciativas del Gobierno de Canadá y de los Gobiernos Provinciales que promueven la industria de la animación digital, apoyando a los productores locales y atrayendo productores extranjeros. Estas medidas incluyen créditos fiscales, becas, financiamiento, etc. En particular, entre las opciones más relacionadas a los servicios de animación propiamente tal destacan:

Programa	Tipo	Provincia	Descripción
Computer Animation and Special Effects Tax Credit	Crédito Fiscal	Ontario	20% de crédito fiscal reembolsable por gastos laborales por actividades de animación digital y efectos especiales
Ontario Interactive Digital Media Tax Credit	Crédito Fiscal	Ontario	Hasta 40% de crédito fiscal por gastos laborales y de publicidad relacionados a una producción de digital media
Fiscal measure - Production of Multimedia Titles	Crédito Fiscal	Quebec	Entre 26,25% y 37,5% de crédito fiscal reembolsable por gastos laborales o contratos aprobados por producciones audiovisuales
Digital Media Tax Credit	Crédito Fiscal	Nova Scotia	Hasta 50% de crédito fiscal por costos de desarrollo de una producción interactiva

Fuente: Canada Business Network, Government of Canada

Adicionalmente, existen otras iniciativas que si bien están dirigidas a la industria de cine y televisión, estimulan indirectamente la demanda por servicios de animación. En este sentido, podemos mencionar algunas como:

- Film or Video Production Services Tax Credit Program: Crédito Fiscal, Todas las Provincias
- Canada Feature Film Fund: Crédito Fiscal, Todas las Provincias
- Alberta Multimedia Development Fund: Financiamiento, Alberta
- Film Development Fund: Financiamiento, Yukon
- Film Market/Festival Assistance Program: Financiamiento, Nova Scotia

Es necesario contextualizar que todas estas herramientas están sujetas a diferentes restricciones para aplicar y ser elegible, por ejemplo: tener residencia permanente en la provincia, pagar impuestos en la provincia, generar ingresos menores a un cierto monto, tener un patrimonio menor a un cierto monto, usar cierto tipo de tecnología, etc. Cada programa tiene sus propios criterios, los que se deben tener presentes al momento de postular a algún beneficio. Para mayor información visitar la sección “Government grants and financing” de Canada Business Network, en el siguiente link: <http://www.canadabusiness.ca/eng/page/2848/>.

Finalmente, siempre es recomendable interiorizarse con los distintos actores y asociaciones que comprende la industria canadiense para lo cual un buen punto de inicio es el *Canadian Animation Resource*. Esta plataforma especializada de la industria provee información de tendencias, bolsa de empleo, base de contactos, comentarios de los actores relevantes de la industria, etc.

En particular, la plataforma reconoce 29 entidades bajo la categoría de asociaciones y cooperativas de animación a nivel nacional, donde destacamos algunas como:

- Atlantic Filmmakers Cooperative - Nova Scotia: www.afcoop.ca
- Canadian Film Production Association (CFTPA) - Ontario: www.cmpa.ca
- Computer Animation Studios of Ontario (CASO) - Ontario: www.casont.ca
- Independent Media Arts Alliance - Quebec: www.imaa.ca
- Quickdraw Animation Society - Alberta: www.quickdrawanimation.ca
- Toronto Animated Image Society - Ontario: www.tais.ca

Para ver el listado completo, visitar: www.canadiananimationresources.ca.

7. Tendencias comerciales del sector

Considerando la dinámica de la industria de animación, no es extraño constatar que nuevas tendencias van alterando la dirección del mercado constantemente. En primer lugar podemos mencionar el *outsourcing*, que se ha vuelto un recurso cada vez más utilizado por los estudios de animación, en vista de las ventajas en costos y tiempo que implica (ver sección V.3 Proporción de servicios importados).

En tanto, a nivel de comercialización, están surgiendo nuevas aplicaciones para los servicios de animación, como por ejemplo e-learning, modelación 3D para medicina, etc. y es de esperar que el espectro de industrias que demandan estos servicios continúe ampliándose.

Por otro lado, veremos el desarrollo de nuevas tecnologías en los próximos años, como por ejemplo la masificación del sistema 3D *autoestereoscópico* en cine y TV, el cual permite reproducir imágenes tridimensionales que pueden ser visualizadas sin el uso de dispositivos (lentes 3D, cascos, etc.) ni condiciones especiales de luz.

Finalmente, los estudios de animación están diversificando sus ingresos en términos de iniciativa de sus proyectos, donde ya no sólo se trabaja a pedido de un cliente, sino que se han incrementado las iniciativas propias (ver sección V.2 Estadísticas de producción y comercio del servicio). Con esto, el estudio puede optar a patentes de las animaciones creadas e incluso a *merchandising*, sacando provecho del aspecto comercial con productos como poleras, gorros, tazas, etc. Este punto es especialmente relevante cuando el proyecto animado apunta a un segmento infantil o juvenil.

VI. Competidores

1. Principales proveedores externos

Las potencias más desarrolladas a nivel mundial en la industria de animación son Estados Unidos, Canadá, Japón, China, Corea del Sur, Francia, Gran Bretaña y Alemania. Estados Unidos es sin duda el mercado de mayor tamaño y cuenta con el mayor número de estrenos anuales de producciones animadas, siendo la cuna de 2 de los estudios más relevantes de todos los tiempos (Disney Pixar y Dreamworks).

No obstante, en términos de proveedores para la industria canadiense, las regiones de Asia y Sudamérica se han vuelto claves para el *outsourcing* parcial o total de determinados proyectos.

En Ontario, la experiencia es divergente entre distintas firmas: algunas externalizan funciones con frecuencia, atraídas por el bajo costo de tecnología y mano de obra en el país de destino, mientras que otras no lo hacen, aludiendo que les consume demasiado tiempo supervisar constantemente la calidad del trabajo (ver sección V.3 Proporción de servicios importados).

Finalmente, cabe mencionar que una potencial amenaza que plantean los estudios de animación canadienses es que al masificarse el uso del *outsourcing*, las compañías extranjeras empiezan a ganar el *expertise* y el conocimiento de mercado suficiente para realizar producciones de alta calidad, lo que finalmente puede derivar en que las que algunas vez fueron sus “ayudantes” en trabajos pequeños, se conviertan luego en su competencia directa.

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

Los servicios que ofrece un estudio de animación digital van desde la concepción de la idea hasta la edición y finalización del proyecto. No todos los estudios son integrales, capaces de proveer todos los servicios, y más aún, algunos deciden por cuenta propia focalizarse en servicios específicos, para apalancar su *know-how* en dicho tema.

Dentro de los servicios típicos provistos por un estudio de animación digital¹⁶, se encuentran los siguientes:

- **Concepción de la idea, diseño y servicios de consultoría:** el estudio determina la idea central del proyecto de animación, incluyendo historia, personajes, etc.
- **Storyboarding:** la idea definida previamente se traspasa a un *storyboard*, que es una serie de ilustraciones que recrea la secuencia de la historia
- **Creación del Animatic Reel:** el *animatic* consiste en la sincronización de las ilustraciones del *storyboard* con la música, permitiendo a los directores y guionistas ajustar los guiones y problemas de *timing* que existan, antes de iniciar la animación
- **Creación de elementos digitales:** se desarrollan los personajes, escenarios, accesorios, etc. a animar, haciendo pruebas en distintas posiciones
- **Integración de la secuencia animada:** se integra el resultado de los pasos anteriores en una secuencia de animación
- **Edición:** se edita y ajusta la secuencia de animación, hasta estar completamente sincronizada
- **Término del proyecto:** se afinan los detalles finales y se hace entrega oficial del proyecto a la empresa contratista

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Las tareas creativas de pre-producción rara vez son externalizadas, ya que al constituir el pilar fundamental a partir del cual se construirá la animación, requieren una interacción continua del equipo entre artistas, expertos en software y programación, etc.

¹⁶ “Economic Profile of the Computer Animation and Visual Effects Industry in Ontario”, Marzo 2012
http://www.omdc.on.ca/Assets/Research/Research+Reports/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects/Economic+Profile+of+the+Computer+Animation+and+Visual+Effects+Industry+in+Ontario_en.pdf

La gran mayoría de las tareas que son externalizadas a estudios extranjeros, especialmente en Asia y Sudamérica, son tareas más básicas, de producción y post-producción, y sobre todo, en el segmento de animación 2D.

4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

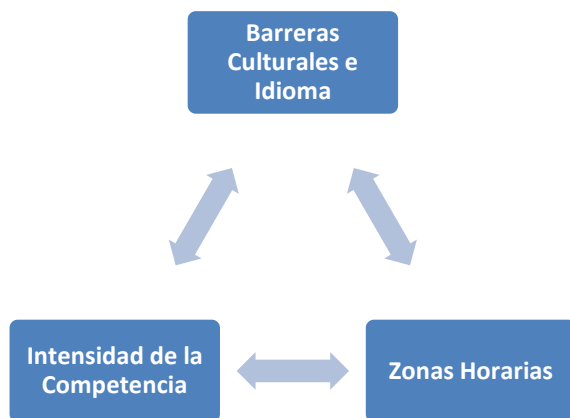
Los servicios de animación, al ser servicios customizados a cada cliente, no presentan un rango de precios listado públicamente en el mercado. El valor convenido entre el cliente y el estudio de animación dependerá de muchos factores como el prestigio del estudio, la extensión del proyecto, el grado de complejidad, etc.

No obstante, a modo de referencia y como se mencionó previamente en la sección V.2 Estadísticas de producción y comercio del servicio, cerca del 80% de las empresas encuestadas en la muestra declararon ingresos entre bajo US\$ 2 millones y US\$ 5 millones al año.

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Canadá se encuentra dentro de los países que presenta un mayor grado de desarrollo en la industria de servicios de animación a nivel mundial, al igual que Estados Unidos, Francia, Alemania y los gigantes asiáticos. Por lo tanto, es lógico que el país sea un blanco atractivo para cualquier empresa chilena del rubro con intenciones de internacionalizar su giro.

No obstante, antes de salir a “probar suerte” al mercado canadiense, es fundamental que el empresario chileno tome en cuenta las siguientes amenazas que pueden poner en riesgo el éxito de su emprendimiento:



- **Barreras culturales e Idioma:** evidentemente el idioma es clave para entablar cualquier relación de negocios. En Canadá los idiomas oficiales son el inglés y el francés, aunque la lengua primaria es el inglés en todas las

provincias, excepto en Quebec. Por lo tanto, su adecuado manejo es un requisito para la apertura de acuerdos, aunque sea que sólo algunos integrantes del equipo lo hablen con fluidez. A la vez, es importante estar al tanto y respetar los códigos culturales que definen a la sociedad canadiense, como por ejemplo la puntualidad, los resultados concretos, las reuniones concisas y al punto, el valor de la palabra comprometida, etc.

- **Diferencia en zonas horarias:** crear un producto de animación digital involucra un trabajo de *feedback* constante entre ambas partes, por lo cual las empresas contratistas requieren que el prestador del servicio pueda responder en el menor tiempo posible. A pesar de que en Canadá existen diversas zonas horarias, en Toronto, punto neurálgico de la industria, la diferencia máxima con Chile es de 2 horas en el invierno canadiense, mientras que en el verano canadiense, la diferencia se anula completamente. Este punto representa una ventaja natural de las empresas chilenas frente a las asiáticas, donde las considerables diferencias de hora pueden entorpecer el flujo de información.
- **Intensidad de la competencia:** al momento de ofrecer sus servicios al extranjero, la empresa chilena debe estar consciente de que la industria asiática será una competencia dura y muchas veces difícil de vencer. La región del Asia Pacífico está incubando una industria de animación digital cada vez más cotizada, debido a sus bajos costos de producción, sus sólidas plataformas digitales, amplio acceso a tecnología, y como es de esperar, la disponibilidad de mano de obra calificada a costo mínimo. No obstante, la gran mayoría del *outsourcing* efectuado a las empresas asiáticas contempla animación en 2D, por lo que si el producto chileno puede diferenciarse y presentar un valor agregado, debería ser capaz de encontrar su camino a la demanda.

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

Existen diversos eventos y festivales relacionados con la industria de la animación en Canadá, donde entre los más destacados podemos mencionar los siguientes:

- **Toronto Animation Arts Film Festival International (TAAFI)**
Lugar y Fecha: (Toronto) 26 al 28 Julio, 2013
Website: <http://taafi.com/>
Facebook: <https://www.facebook.com/atthetaafi>
Twitter: <https://twitter.com/TheTAAFI>
Vimeo: <https://vimeo.com/thetaafi>
YouTube: <http://www.youtube.com/user/OttawaAnimationFest>
- **Con Bravo!**
Lugar y Fecha: (Hamilton) 26 al 28 Julio, 2013
Website: <http://www.conbravo.com/>
Facebook: <https://www.facebook.com/ConBravo>

Google+: <https://plus.google.com/116464501456186666401/posts>

Twitter: <http://twitter.com/TweetBravo>

- **Ottawa International Animation Festival (OIAF)**
 Lugar y Fecha: (Ottawa) 18 al 20 Septiembre, 2013
 Website: <http://www.animationfestival.ca/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/OttawaAnimationFestival>
 Twitter: http://twitter.com/OIAF_Animation/
- **Burlington Animation Festival (BAF)**
 Lugar y Fecha: (Burlington) 29 Septiembre, 2013
 Website: <http://www.burlingtonanimationfestival.com/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/BurlingtonAnimationFestival>
 Twitter: https://twitter.com/__BAF__
- **Montreal Stop Motion Film Festival**
 Lugar y Fecha: (Montreal) 18 al 20 Octubre, 2013
 Website: <http://www.stopmotionmontreal.com/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/montrealstopmotion>
 Twitter: <https://twitter.com/StopMoMontreal>
- **GIRAF Animation Festival**
 Lugar y Fecha: (Calgary) 31 Octubre al 4 Noviembre, 2013
 Website: <http://giraffest.ca/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/quickdrawanimation>
 Twitter: <http://twitter.com/GIRAFFEST>
 Vimeo: <https://vimeo.com/quickdrawanimation>
- **Toronto Reel Asian International Film Festival**
 Lugar y Fecha: (Toronto) 5 al 10 Noviembre, 2013 / (Richmond Hill) 15 al 16 Noviembre, 2013
 Website: <http://reelasian.com/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/reelasian>
 Twitter: <http://twitter.com/reelasian>
 Blog: <http://reelasian.com/blog/>
 Flickr: <http://www.flickr.com/photos/reelasian/collections/>
 YouTube: <http://www.youtube.com/reelasianfilmfest>
- **Waterloo Festival for Animated Cinema (WFAC)**
 Lugar y Fecha: (Waterloo/Kitchener) 14 al 17 Noviembre, 2013
 Website: <http://www.wfac.ca/>
 Facebook: <https://www.facebook.com/WaterlooFest>
 Facebook (WFAC 2012 Page): <https://www.facebook.com/events/279683578800722/>
 Twitter: <http://twitter.com/WaterlooFest>
 YouTube: <http://www.youtube.com/WFAC>

- **Animaze - Festival d'Animation de Montréal**
Lugar y Fecha: (Montréal) TBA
Website: <http://www.animazefestival.com/>
Facebook: <https://www.facebook.com/groups/255900591150490/>
- **Anime North**
Lugar y Fecha: (Toronto) 23 al 25 Mayo, 2014
Website: <http://www.animenorth.com/>
Facebook: <https://www.facebook.com/groups/29742860250/>
Twitter: http://twitter.com/anime_north/

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Los Servicios de Animación son productos altamente customizados, por lo que la relación entre el cliente y la empresa prestadora de servicios debe ser de un alto grado de confianza, donde la comunicación fluya en ambos sentidos para que el animador pueda entender y materializar lo que el cliente tiene en mente.

Si bien, dado que es un proceso creativo no hay certezas absolutas sobre el resultado, existen ciertos factores clave que guían al cliente al momento de decidir por una agencia de animación. En base a una publicación de “How Stuff Works”¹⁷ y a la opinión de la empresa animación canadiense Global Mechanic Media¹⁸, se pueden destacar las siguientes:

- **Experiencia:** investigar los antecedentes de proyectos de animación anteriores le permite al cliente formarse una idea de la calidad de la propuesta que le están ofreciendo. Adicionalmente, es común que las empresas de servicios adquieran un mayor *expertise* en ciertas áreas, por lo que es altamente recomendable captar a una empresa especializada en el tipo de trabajo que se requiere.
- **Talento:** el cliente buscará a la empresa que cuente con capital humano altamente calificado para su proyecto, donde el talento y la capacidad creativa de los animadores logren expresar eficazmente el mensaje de fondo. Este punto está directamente relacionado con el anterior, ya que la manera más directa de testear el talento del equipo es revisar sus obras pasadas.
- **Timing:** para las principales industrias que demandan los servicios de animación, el producto es tan importante como el plazo en que lo obtienen. Parte crucial del efecto sobre el consumidor final es la novedad, por lo tanto, un anuncio publicitario o un nuevo videojuego pueden ser altamente creativos y disruptivos, pero si son lanzados al mercado un par de días después de otro con características similares, su impacto será mínimo. De esta forma, el cliente buscará una empresa capaz de cumplir con su agenda.
- **Precio:** dada la creciente competitividad de la industria y el acceso a nuevas tecnologías que permiten reducir costos de producción, el precio se ha convertido en un factor cada vez más importante para el cliente, a la

¹⁷ “How Computer Animation Works” - <http://entertainment.howstuffworks.com/computer-animation6.htm>

¹⁸ <http://blog.globalmechanic.com/category/art-design/animation/>

hora de decidir entre distintos proveedores. Lo anterior se vuelve aun más evidente al observar el nivel de penetración que han logrado compañías de animación asiáticas en el mercado norteamericano en general (Canadá y USA).

- **Idioma:** el manejo del idioma inglés, e idealmente francés para empresas que apunten al mercado de la provincia de Quebec, es fundamental a la hora de hacer negocios. Los proveedores de servicios deben estar en condiciones de comunicarse fluidamente con sus potenciales clientes, ya que en dicha comunicación y entendimiento entre las partes radica el éxito del proyecto.

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

Probablemente el mejor punto de partida para una empresa chilena de servicios de animación que desee ingresar al mercado canadiense es participar en ferias y seminarios relacionados a la industria de la animación en Canadá. El listado mencionado en la sección VIII. (Otra información relevante del mercado de destino), es una pauta de los eventos más importantes a nivel nacional.

De esta forma, la empresa chilena podrá entablar contactos personalmente con potenciales clientes, y dará pie a eventuales reuniones para poder exhibir alguna muestra del trabajo que ha realizado.

No obstante, antes de pensar en internacionalizar sus servicios, es importante que la empresa cuente con experiencia en Chile para poder dar cuenta de la calidad de los proyectos concretados, ya que en vista del nivel de competencia que enfrentará (al ser medida contra pares asiáticos, europeos, etc.) debe tener herramientas tangibles para posicionarse en el top of *mind del cliente*.

XI. Fuentes de información (*Links*)

Statistics Canada
Website: www.statcan.gc.ca

The Canadian Trade Commissioner Service
Website: www.tradecommissioner.gc.ca

Canada Business Network
Website: www.canadabusiness.ca

Export Development Canada (EDC)

Website: www.edc.ca

Government of Canada

Website: www.canada.gc.ca

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)

Website: www.crtc.gc.ca

Telefilm Canada

Website: www.telefilm.ca

Canadian Animation Resource

Website: www.canadiananimationresources.ca

Computer Animation Studios of Ontario (CASO)

Website: www.casont.ca

Ontario Media Development Corporation

Website: www.omdc.on.ca

Canadian Animation Directory

Website: animationdirectory.ca

Animation Career Review

Website: www.animationcareerreview.com

PBS Broadcasting

Website: www.pbs.org

Think Quest

Website: library.thinkquest.org

How Stuff Works

Website: entertainment.howstuffworks.com

Get Animated, Animation Workshops Across Canada

Website: films.nfb.ca/get-animated/special-presentations.php