

PMS

Estudio de Mercado Servicios de animación digital en El Salvador

Junio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en El Salvador - ProChile

I.

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

I.	1
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 (en base análisis FODA	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	8
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	9
5. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	10
6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	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	13
8. Tendencias comerciales del sector	14
VI. Competidores	14
1. Principales proveedores externos	14
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.	14
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores	15
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores	15
VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	15

VIII. Otra información relevante del mercado de destino15

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado16

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...17

XI. Contactos relevantes.....17

XII. Fuentes de información (*Links*).18

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios Animación Digital

2. Estrategia recomendada

2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA

- El crecimiento y dinamismo actual de la industria de animación 3D hace que se presenten oportunidades en el mercado que pueden ser atractivas.
- El gran dinamismo de esta industria permite el surgimiento de nuevas aplicaciones y nichos en los cuales la animación puede ser empleada.
- La situación económica mundial hace que las empresas internacionales subcontraten muchos de sus proyectos, manteniendo así precios competitivos sin afectar fuertemente sus rendimientos.

2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Dentro de las fortalezas importantes está la flexibilidad de producción de hacer o maquilar nuevos productos, esto crea un área de oportunidad para concretar alianzas con empresas nacionales.

Necesitamos conocer primero la cultura a la cual vamos a ir, sus costumbres, tradiciones, sus hábitos, su idioma. No por que hablen español significa que los términos son idénticos en todas partes.

El objetivo fundamental es bajar costos de producción, dedicarse al negocio base de la empresa y especializarse en otros productos. Lo anterior, cuidando la calidad y el nivel de servicio.

También es importante contar con un intermediario para poder ingresar al mercado, especialmente si es un mercado nuevo. El intermediario facilitará el camino y si se logra una buena relación a largo plazo, podrá abrir brecha con otros mercados a los que él tenga acceso.

Los servicios de Outsourcing son una gran oportunidad ya que los consumidores de países desarrollados buscan proveedores más económicos, pero no se debe perder de vista la calidad del producto y el nivel de servicio. Es importante poder ofrecer valor agregado. Ello puede hacer la diferencia.

2.3. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	<p>Estrategia de ingreso al mercado Operar en el mercado de destino asociados con firmas productoras locales. Definir los servicios con los que se operan localmente y en concordancia tratar de solventar aquellos puntuales con los que no se cuentan, basado en la cooperación de talentos y recursos tecnológicos.</p> <p>Adaptación a tendencias El sector local está actualizando constantemente sus referencias en cuanto a la producción internacional.</p> <p>Aumentar competitividad En el contexto local aumentar el apoyo a los concursos locales de animación. En el contexto internacional, difundir las producciones locales mediante la participación en eventos y concursos del rubro.</p> <p>Estrategia ante competidores Mostrar reiteradamente las ventajas de la oferta de la relación precio-calidad en relación a los competidores externos.</p>	<p>Fortalezas</p> <p>Conocimiento sobre el mercado internacional de animación.</p> <p>Calidad técnica que permite competir a nivel internacional.</p> <p>Habilidad de las empresas para adaptarse a las exigencias de los clientes externos.</p> <p>Capacidad para la realización de alianzas estratégicas con empresas internacionales.</p> <p>Proximidad a los mercados de los grandes consumidores.</p>	<p>Debilidades</p> <p>Pocas opciones universitarias para la formación de nuevos profesionales.</p> <p>El Salvador no es un país reconocido como un desarrollador de animación.</p> <p>Escasa formación en otros idiomas, reduciendo las posibilidades de entrar a mercados con otras lenguas diferentes al inglés.</p> <p>El mercado es pequeño tanto en cantidad de empresas como en el número de profesionales disponibles</p> <p>No existen gremiales ni acuerdos empresariales internos entre los actores del sector que evidencien alguna cohesión en el mercado local de servicios.</p>
	<p>Oportunidades</p> <p>El tamaño y dinamismo de la industria a nivel mundial hace que se presenten oportunidades de negocios atractivas para empresas de distintos continentes.</p> <p>Surgimiento de nuevas aplicaciones y nichos en donde la animación puede ser empleada.</p> <p>La situación económica mundial hace que las empresas americanas subcontraten muchos de sus proyectos, manteniendo así precios competitivos sin afectar fuertemente sus rendimientos.</p>	<p>Exponer con frecuencia las producciones de animación digital locales en el mercado internacional.</p> <p>Informar claramente sobre los servicios ofertados en el área de la animación digital.</p> <p>Buscar agentes externos especializados en el área que se dediquen a la promoción de los servicios, en particular en USA.</p>	<p>Capacitar de forma colateral en las áreas con déficit para optimizar el servicio a corto y mediano plazo.</p> <p>Mejorar el posicionamiento de la animación digital salvadoreña como un mercado que está creciendo en calidad y que ofrece talento por medio de pequeñas campañas impresas en revistas especializadas y en la red virtual. También, pidiéndole a los productores locales que refieran sus trabajos como hechos en El Salvador.</p> <p>Fortalecer a los participantes con cursos formales de otros idiomas, en especial inglés y francés.</p>

	<p>Amenazas</p> <p>Economía inestable a nivel internacional que afecta a la industria de animación.</p> <p>Existen industrias más grandes y competitivas en otros mercados.</p>	<p>Evitar el crecimiento excesivo del aparato administrativo y de gestión de la operación local.</p> <p>Diversificar los servicios ofertados hacia otras áreas, tal vez más tradicionales como el diseño gráfico tridimensional y presentaciones arquitectónicas que puedan suplir necesidades locales a buen precio y mantener activo al recurso humano local mientras la baja operatividad de la animación digital decrece.</p> <p>Buscar alternativas de apoyo fiscal, como por ejemplo otorgar servicios a ONG a cambio de certificados de donación.</p>	<p>Mantener costos fijos bajos para prolongar las operaciones.</p> <p>Insertar un sistema de promoción e información permanente vía la red virtual, como por ejemplo, un directorio actualizado.</p>
--	--	--	--

III. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Servicios Animación Digital

2. Descripción del servicio

La animación digital se define como el proceso artístico y técnico generado en base a la ilusión de movimiento de una serie de imágenes digitales, siendo esta ilusión capaz de transmitir contenido. En un principio la animación digital fue utilizada por la industria de la publicidad, siendo posteriormente adoptada por todos los medios de difusión audiovisual incluyendo el cine y la televisión en sus distintas plataformas.-¹

¹ *Estudio de Mercado Animación Digital, PROCHILE Perú 2012.*

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado



Según los registros en la actualidad, el sector de animación está formado por 50 empresas mayoritariamente pequeñas. De este universo, las más conocidas son 8. Muchas de estas empresas son jóvenes, aunque en algunos casos sus fundadores acumulan la experiencia adquirida de varios años estando ligados o

relacionados a esta industria.

A pesar de lo difícil que ha sido abrirse campo en una industria que hasta hace pocos años apenas era conocida en El Salvador, algunas de estas empresas han logrado vender sus servicios local e internacionalmente.

Este es el caso de **Virtual Grafix Animation Studios**, una empresa que surgió en el año 2000 y que ha logrado exportar sus servicios a Estados Unidos, Panamá, Guatemala y Honduras. Además, la empresa ha producido materiales para el gobierno y para algunas empresas locales.

Al comprobar que este mercado no estaba tan especializado como en otros países, optaron por focalizarse más al sector corporativo, educativo y también a la visualización virtual arquitectónica que se mueve de manera independiente, pero no separada del área publicitaria.

Hoy en día, **Virtual Grafix** se especializa en animación 3D, visualización arquitectónica, proyectos multimedia (Producción de CD y DVD interactivos), comerciales de televisión, audiovisuales corporativos e institucionales y grafismo.

Otra de las empresas que ha logrado darse a conocer en este ámbito es **Happy Punk Panda Studios**. Esta empresa tiene cuatro años de trabajar en las áreas de la animación, estrategias para medios digitales, creación de aplicaciones adaptadas para *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare* y otros medios en internet y la televisión. También, la empresa se ha desarrollado en el rubro de la publicidad tanto en tratos directos con los clientes como a través de las agencias de publicidad.

Los empresarios consultados, y el Ministerio de Economía, coinciden en que en El Salvador existe el talento necesario para que una industria de este tipo florezca. La oferta más importante de El Salvador se concentra mayoritariamente en: la producción de cortos, animación para programas infantiles, realización de documentales para museos, coloración y limpieza de algunas producciones. Dado que existe el talento, también se puede desarrollar la oferta.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

Este año, el gobierno, en el marco de la estrategia de promoción de exportaciones, realizó la segunda edición del Foro Internacional de Exportación de Servicios, enfocado en los sectores de software, aplicaciones móviles, animación digital y diseño gráfico. El año pasado, El Salvador registró en la exportación de servicios un monto de US\$1,320 millones lo que implicó un crecimiento del 23% comparado al año anterior. El director de la Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), Giovanni Berti, afirmó que en el país hay alrededor de 50 empresas que están desarrollando software y un aproximado de 15 que trabajan en el desarrollo de aplicaciones móviles.

La industria nacional de la animación gráfica se puede visualizar en tres grandes áreas o grupos de especialización: la animación para publicidad, la animación para desarrollos inmobiliarios y la animación de entretenimiento.

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

• Marco Económico

- Estabilidad económica, política y social
- Economía dolarizada
- Libre transferencia de capitales y utilidades
- Plaza financiera internacional

• Infraestructura de Apoyo

- La ubicación estratégica de El Salvador, en el corazón de Centro América, lo convierte en el enlace natural para las comunicaciones con los países de la región.
- El servicio de telecomunicaciones se encuentra disponible en la mayor parte de El Salvador. En el presente, el sector está privatizado. El buen nivel de su crecimiento es debido a la constante actualización de las empresas extranjeras instaladas en el país y también al nivel de tecnología con el que actualmente se encuentran operando.
- El servicio de energía está disponible en gran parte del país. En 1998 y 1999 el estado salvadoreño privatizó la distribución y la generación termal de energía, otorgándole así mayor apertura a las empresas extranjeras que deseen invertir en El Salvador.

• Sistema Financiero

- La actividad bancaria y financiera está regulada por el Banco Central y la Superintendencia del Sistema Financiero, quienes autorizan la instalación de nuevas entidades.
- Las entidades bancarias establecidas en la actualidad operan bajo los Acuerdos de Basilea.
- Existe la presencia de bancos salvadoreños a escala regional.
- Una amplia gama de servicios bancarios está disponible sin limitaciones para el inversionista extranjero.

• Régimen de Inversiones

- Política de Gobierno: el Gobierno promueve la inversión en general y, en especial, mantiene una política favorable hacia la inversión extranjera. El régimen es totalmente abierto y no discrimina entre inversores extranjeros y locales. El inversor extranjero goza de los mismos incentivos que el inversor local.
- Aprobación previa: no se requiere de autorización previa para la inversión extranjera.
- Incentivos a la inversión: los incentivos vigentes están orientados a la creación de fuentes de trabajo, introducir industrias de alta tecnología y aumentar las exportaciones. También, ellos están disponibles tanto para los

inversores locales como extranjeros. Los incentivos más genéricos refieren a exoneraciones impositivas a la inversión.

- Igualdad para los inversionistas: los inversionistas extranjeros y las sociedades mercantiles en las que estos participen, tendrán los mismos derechos y obligaciones que los inversionistas y sociedades nacionales.
- Ubicación de Industrias: las industrias instaladas, en las 16 Zonas Francas que se encuentran en varias ciudades del país, contando con amplias exoneraciones.
- El Estado garantiza la libre transferencia al exterior de los fondos relacionados con su inversión, la cual podrá hacerse sin ninguna demora.
- Libertad para realizar inversiones: cualquier persona, natural o jurídica, nacional o extranjera, podrá realizar inversiones de cualquier tipo en El Salvador, salvo las que estén limitadas en la Ley de Inversiones.
- Acceso a financiamiento local: el inversionista extranjero puede disponer al financiamiento interno en las instituciones financieras.

- **Régimen tributario Salvadoreño**

- Los impuestos indirectos son la principal fuente de recaudación.
- Las ganancias al capital son generalmente tratadas como renta gravada.
- Los principales impuestos que gravan la actividad empresarial son el Impuesto al Valor Agregado, IVA, el Impuesto a la Renta, y la Tributación de las Empresas.
- Impuesto de la Renta: 25% para Sociedades y de un máximo de 30% para Personas Naturales.
- Impuesto al Valor Agregado
 - La tasa básica del IVA es del 13%
- Impuesto a las Importaciones
 - La tasa promedio cobrada es de 7.5%

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

El Ministerio de Economía según su Reglamento Interno tiene la competencia de: “orientar los recursos y esfuerzos a fin de cumplir los objetivos siguientes: Promover el desarrollo económico del país de manera equilibrada, incluyente, sostenible y compatible con los principios democráticos y el Estado de Derecho. Además, fortalecer las capacidades productivas, mejorar la distribución del ingreso, aumentar el ahorro y la inversión y crear oportunidades para la generación de más y mejores empleos; así como acelerar y profundizar la integración económica regional, como plataforma para una inserción más competitiva de los sectores productivos en la economía internacional. Consolidar y ampliar el proceso de apertura comercial, como mecanismo de acceso a más y mejores mercados para la promoción de nuestras exportaciones y atraer inversiones en el marco de la normativa legal vigente y el Plan de Gobierno”. El Ministerio de Economía cuenta con Direcciones y Oficinas que realizan funciones específicas relacionadas con el fomento de la actividad industrial y son las siguientes:

1. Dirección de Comercio e Inversión
2. Dirección de Calidad y Productividad
3. Dirección de Desarrollo Productivo y de las
4. Exportaciones
5. Dirección de Encadenamientos Productivos
6. Dirección de Innovación y Desarrollo
7. Tecnológico.
8. Unidad de Apoyo a la Estrategia Integral de
9. Fomento a las Exportaciones.
10. Unidad de Inteligencia Económica.
11. Oficina Nacional de Inversiones.

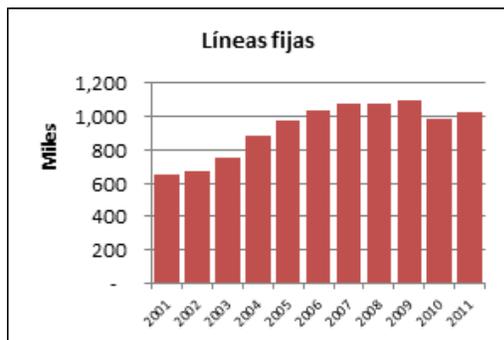
5. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Para presentar de una manera clara la política del Estado Salvadoreño con respecto a las compras públicas en general, se transcribe el texto del artículo 9 de la Ley que rige las adquisiciones y contrataciones de todas las instituciones del Estado:

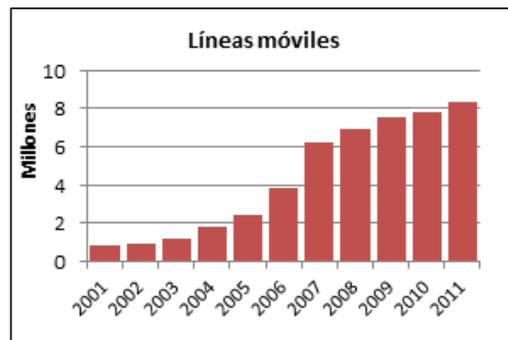
“Cada institución de la Administración Pública establecerá una Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional, que podrá abreviarse UACI, responsable de la descentralización operativa y de realizar todas las actividades relacionadas con la gestión de adquisiciones y contrataciones de obras, bienes y servicios. Esta unidad será organizada según las necesidades y características de cada entidad e institución, y dependerá directamente de la institución correspondiente” (Art.9 Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública). Información sobre procedimientos, procesos pendientes o futuras compras pueden obtenerse en el sitio web: <http://www.comprasal.gob.sv/moddiv/HTML/>

6. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

El Salvador se ha convertido en uno de los países más dinámicos y conectados de la región: pasó de tener poco más de 850 mil celulares a principios de la década, a contar con más de 8 millones de líneas móviles y más de 1 millón de líneas fijas a finales del 2011. En los últimos años (2001-2011) el crecimiento promedio de las líneas fijas ha sido cerca del 5 % y el de las líneas móviles ha sido del 26 %.



Fuente: SIGET



Fuente: SIGET

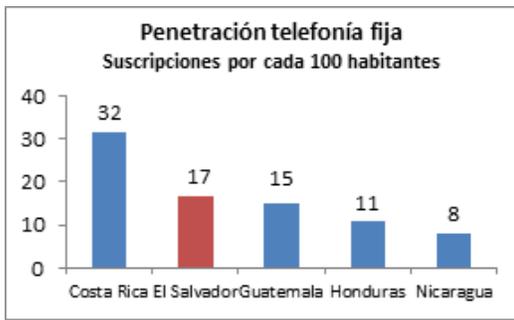
La moderna Ley de Telecomunicaciones de El Salvador ha impulsado la liberalización del mercado y la expansión del sector; esto propicia el establecimiento de multinacionales como Telefónica, Millicom, América Móvil y DIGICEL. Actualmente, existen once operadores de larga distancia internacional, once proveedores de internet, nueve operadores de línea fija y cinco que ofrecen líneas móviles, lo que permite que los usuarios tengan amplias opciones de elección y cobertura en todo el país. El Salvador tiene un alto nivel de penetración de las tecnologías de información:

17 % de los salvadoreños son usuarios de Internet

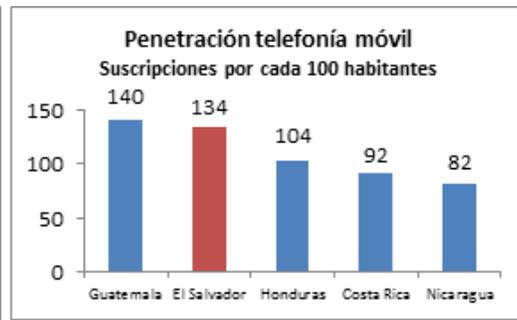
98 % de las suscripciones a internet son de banda ancha

Penetración de 134 teléfonos móviles y 17 suscripciones de línea fija por cada 100 habitantes.

El Salvador se posiciona entre los países con mayor utilización de las telecomunicaciones en la región:



Fuente: ITU y SIGET (2011)



Fuente: ITU y SIGET (2011)

El Salvador está interconectado directamente con Estados Unidos, América Latina y el resto del mundo por cuatro de las redes de telecomunicación más avanzadas en la región: EMERGIA, ARCOS, MAYA1 y RED 1. Esta conectividad garantiza una redundancia del 99.9 % y posiciona a El Salvador a la vanguardia en términos de eficiencia, velocidad y disponibilidad continua de telecomunicaciones. En términos prácticos, esta conexión garantiza la capacidad de transferencia necesaria para altos niveles de tráfico de datos de manera confiable y a costos competitivos.

El mercado de las telecomunicaciones de El Salvador asegura servicios de alta calidad a precios competitivos. Algunos de los servicios disponibles son transferencia de datos a alta velocidad, redes metropolitanas de fibra óptica, líneas privadas e internacionales, VoIP, internet de banda ancha (incluye acceso a cable y fibra óptica), internet inalámbrico y números 800, entre otros.

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

Los productores de animación digital promueven sus servicios mediante sus portafolios, páginas web, redes sociales y demostraciones in situ a solicitud de los clientes potenciales.

La oferta varía de acuerdo a los tipos de propuestas, tecnología disponible y talentos de las casas productoras o artistas independientes. Es altamente competitiva y basada en un sistema de cotizaciones. No existe un tarifario por servicios.

La oferta de servicios de animación digital supera la demanda. Cada año se suman más animadores digitales independientes que vienen de las áreas de Diseño Gráfico de la Escuela Mónica Herrera, Universidad Tecnológica, Universidad Don Bosco, Universidad Nacional de El Salvador y Universidad Dr. José Matías Delgado. Las Universidades no tienen una especialización en la animación digital, pero ofrecen dentro de sus planes de estudios cursos con créditos formales en el área, a veces por uno o dos semestres consecutivos.

La demanda de los servicios más comunes se concentra en la animación de páginas web, introducciones de presentaciones empresariales, clips animados de logotipos empresariales e institucionales. Lentamente, aparecen pantallas y vallas publicitarias con anuncios animados.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Los call centers, servicios médicos, software y consultorías, han sido los rubros que han permitido que las exportaciones de servicios desde El Salvador a diferentes partes del mundo vayan en un claro ascenso, logrando en 2011 la cantidad de \$1,073 millones, en ingresos, cifra que para la oficina de Promoción de Exportaciones de El Salvador (PROESA) es una suma histórica. En El Salvador existen entre 30 y 40 empresas internacionales que han llegado para proveer servicios y se contabilizan cerca de 150 firmas locales que están catalogadas como pequeñas y medianas empresas, que están brindando servicios. Los servicios que El Salvador exporta son viajes, transportes, comunicaciones, seguros, servicios gubernamentales, regalías, construcción, servicios de información, financieros, personales, culturales, recreativos y otros servicios empresariales. Las exportaciones de servicios incluyen a la animación digital, por lo que las autoridades gubernamentales han destacado el potencial que este rubro puede tener para el crecimiento económico del país. De acuerdo a la información entregada por el homólogo de ProChile, \$1 de cada \$5 que se exporta viene del segmento de servicios y en materia de empleos, este rubro genera entre 4 a 5 puestos de trabajo especialmente para los jóvenes salvadoreños. Una de las principales apuestas de las autoridades salvadoreñas es incrementar la participación del rubro de servicios en las exportaciones, para ello, ya trabajan en un pliego de reformas a la Ley de Servicios Internacionales y la promoción de nuevas normativas como la Ley de Firma Electrónica, Ley de Insolvencia y Ley de Garantía Inmobiliarias.

El sector servicios creció un 23 % el año pasado. Los valores exportados alcanzaron un total de 1,319.5 millones, frente a los \$1,073.2 millones del año anterior. Los subsectores más pujantes fueron transporte de pasajeros y carga, tecnología, comunicaciones y servicios financieros.

Los únicos datos estadísticos disponibles se ven reflejados en los gastos del rubro en el censo 2005-2006 del ministerio de Economía de El Salvador. Ver página 24, Sección A. Tabulados Total País, Literal 09 Recreación y Cultura.

<http://www.censos.gob.sv/util/datos/PUBLICACION%20ENIG%20MAYO2008.PDF>

3. Proporción de servicios importados

La mayoría de la producción es local. Los productores consultados consideran que es una relación 75% producción local y 25% producción externa.

La publicidad que ya viene “enlatada” desde fuera contiene las producciones de animación digital. Es muy raro que sufran alguna modificación por medio de algún animador digital local más allá del audio que puede venir en otro idioma o bien con un acento en español y modismos diferentes.

4. Dinamismo de la demanda

Localmente, las empresas que mantienen presupuestos permanentes para publicidad compran eventualmente el servicio de la animación digital. La demanda mayor está localizada en el mercado externo/ internacional ya sea como proveedores ocasionales de servicios y producción que se realizan desde El Salvador (como maquila), o como productores con mucho talento que gozan de reputación por su trabajo y cartera de clientes.

Instituciones gubernamentales y las organizaciones no gubernamentales utilizan con frecuencia secuencias explicativas animadas de sus programas.

Los canales de la televisión nacional también producen internamente animaciones digitales. El animador es contratado como asalariado.

5. Canales de comercialización

- 1-La comercialización es directa realizada por las empresas productoras.
- 2- Los contratos son directos e independientes.
- 3-Las agencias de publicidad y de relaciones públicas subcontratan los servicios de las empresas productoras.
- 4-Mercadeo y apoyo estatal a través de la dirección de Innovación del Ministerio de Economía: Premio Pixels.*
<http://www.innovacion.gob.sv/index.php/component/content/article/393-premio-pixels-.html>

6. Principales players del subsector y empresas competidoras

A continuación, se detallan algunas empresas que compiten en este sector y sus respectivas ubicaciones en la WEB.

Simón Varela, artista independiente (reside en USA), experiencia en DreamWorks, Warner Bross y otros.

<http://www.garage-films.com/>

www.klanestudio.com

Trípode audiovisual

<https://www.facebook.com/tripodeaudiovisual/info>

<http://www.linkedin.com/company/tripode-audiovisual-s.a.-de-c.v.>

http://player.vimeo.com/hubnut/album/2313739?color=000000&background=ff6600&slideshow=0&video_title=1&video_byline=0

<http://www.humansmediagroup.com/>

<http://thestonebot.com/>

<https://www.facebook.com/TheStonebotStudio?ref=ts&fref=ts>

<http://elmundodemundo.tumblr.com/>

<https://www.facebook.com/pages/Vertical-Films/340320392736233>

<https://www.facebook.com/ArtCodeStudios/info>

7. Marco legal y regulatorio del subsector

Se sugiere que la mejor modalidad de trabajo sería: bajo contrato de servicios por proyecto.

Las recientes reformas a la Ley de Servicios Internacionales, aprobadas en enero pasado, forman parte de una serie de iniciativas jurídicas que buscan atraer la inversión privada y generar empleos. El propósito de las reformas es tratar de abrir el abanico de los beneficios de la ley (exenciones fiscales, entre otros) a un mayor número de industrias o de empresas de servicios.

No existen gremiales especializadas que establezcan sus regulaciones como por ejemplo un tarifario. Otro marco legal importante, sujeto a discusión en la Asamblea Legislativa es el proyecto de la Ley de Cultura, donde se ampara la protección a la producción artística nacional. VER Título XII, artículos 237 al 263.
<http://www.contracultura.com.sv/documentosite/PROYECTO-DE-LEY-DE-CULTURA-Y-ARTE-DE-EL-SALVADOR-FMLN.pdf>

El marco legal más cercano es la ley de cine propuesta por los cineastas a la Asamblea Legislativa de El Salvador y está sujeto a discusión. Esta Ley regulará la producción audiovisual.
<http://ascineelsalvador.blogspot.com/2012/02/propuesta-presentada-la-asamblea.html>

Todos los convenios de derechos de autor ratificados por El Salvador ante la UNESCO, enfatizando en los derechos de autor colectivos.

8. Tendencias comerciales del sector

Las empresas del sector tienen dificultad para comercializar la oferta de sus productos y servicios, tanto en el mercado interno como en el externo. Las razones son varias: el reducido tamaño del mercado interno, los altos costos y la dificultad de acceder a mercados externos, y el desconocimiento de los mercados y de sus ventanas de comercialización.

En vista de que esta es una industria altamente globalizada, y que la tecnología permite tener mayor flexibilidad al facilitar la comunicación y transmisión de datos sin importar la distancia, son muy comunes las alianzas estratégicas que permiten ya sea tercerizar y/u ofrecer una gama más completa de servicios. En este sentido, se dispone de múltiples opciones para comercializar en este sector. Se invita a los exportadores chilenos a incursionar en este mercado.

VI. Competidores

1. Principales proveedores externos

Proveedores indirectos a través de la publicidad introducida en los medios locales y que promocionan productos de USA y México, generalmente franquicias con sucursales locales.

USA: Software especializado para edición de video, cine y diseño tridimensional para animación/rendering.

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

1. Conceptualización
2. Branding,

3. Briefing,
4. Story Boards,
5. Diseño y Visualización de personajes representativos de marca y otros personajes tipo cartoon.
6. Historietas animadas para comerciales de televisión, micro documentales e historietas por capítulos.
7. Animación de logotipos y páginas introductorias de sitios webs.
8. Anuncios animados para banners y vallas publicitarias digitales lead.

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Los competidores externos buscan socios proactivos en el área de la producción de la animación digital que colaboren para terminar sus producciones en El Salvador.

Generalmente las etapas de conceptualización y diseño ya vienen elaboradas y los socios locales se dedican a la producción hands-on.

4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores

Los productores locales son herméticos a proporcionar estos datos, por lo que ha sido imposible obtenerlos. Sin embargo, se conoce que los servicios contratados desde el extranjero son mejor pagados que los efectuados localmente.

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

- Restricciones sobre el tipo de entidad legal
- Requisitos de autorización por autoridades locales
- Políticas de convalidación de títulos
- Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales
- Requisitos de licencia
- Requisitos de experiencia previa
- Indicadores de demanda para el servicio
- Política de compra nacional
- Restricciones al número de extranjeros en el directorio

VIII. Otra información relevante del mercado de destino

No hay directorio de servicios, ni del gremio de animadores digitales, productores, ni de artistas relacionados. Los contactos deben buscarse directamente por referencias profesionales.

Los clientes de estas empresas son principalmente productoras de comerciales y agencias de publicidad, canales de televisión.

Por lo general, las empresas que trabajan en este rubro no se especializan en procesos específicos, sino que ejecutan varios procesos para ofrecer un producto final: ya sea un cortometraje, etc.

Es importante destacar que aunque la mayoría de empresas son nuevas, los empleados de las mismas acumulan mayor experiencia ya que de alguna manera han estado por muchos años ligados a esta industria.

Convertir a El Salvador en un centro regional e internacional de servicios logísticos, industriales y de turismo, es una de las metas fundamentales del país en las próximas décadas.

Durante el mes de mayo, la agencia de promoción de exportaciones (homólogo de ProChile), organizó una actividad que centró la atención en los servicios para el desarrollo de software, diseño gráfico, animación digital y las aplicaciones móviles, debido que son las que la agencia considera que tienen más potencial de crecimiento en el corto plazo. Durante el evento, se desarrolló una rueda de negocios, en la que participaron siete compradores internacionales, de seis países de Latinoamérica, con quienes se exploraron oportunidades de negocios.

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Este 28 de mayo, el Ministro de Economía, Armando Flores, lanzó de manera oficial la 5ª edición de los Premios PIXELS, certamen público/privado que fomenta y desarrolla la industria salvadoreña de animación digital, audiovisual y videojuegos.

La principal novedad de PIXELS 2013 es la inclusión de las categorías Audiovisuales y Videojuegos en las categorías tradicionales del certamen; asimismo la inserción de las categorías Animación y Videojuegos a las categorías PIXELS PRO

"Al trabajar con artistas salvadoreños, donde hay talento, lo que hacía falta es dirección." **Simón Varela**, TedxTalks-San Salvador (<http://www.youtube.com/watch?v=aZhOPmdOMy8>).

"Participo en PIXELS desde que comenzó, es decir, desde 2009. Tengo dos grandes motivaciones para participar cada año: una poder expresarme con el arte de la animación, y dos poner a prueba mis habilidades. El concurso representa una excelente oportunidad de competir con los mejores animadores salvadoreños –hay bastantes–, lo

que siempre te obliga a tratar de superarte y a buscar nuevas formas de expresión. Para mí, el concurso es la excusa perfecta para tratar de superarme y para expresarme”.

“Creo que PIXELS ha sentado estupendas bases para ese desarrollo de la industria. Me parece que ha sido un proceso lógico, aunque también sin precedentes, el que hayan incorporado la categoría Pro, porque realmente permite invertir en el talento salvadoreño para la animación. Es decir, el concurso logró motivar a muchos animadores a mostrar sus propuestas y eso fue importante, pero el paso crucial es apostar por esos animadores”.

“No se puede generar una industria si no hay inversión, y tomando en cuenta lo difícil que es para el salvadoreño obtener apoyo para proyectos artísticos, PIXELS ha proporcionado una valiosa oportunidad que no había existido hasta ahora. Si los proyectos financiados logran al menos un serial de animación, y la categoría se mantiene de aquí en adelante, entonces estaremos muy bien encaminados.” **José Aguirre**, Gran Ganador Premios Pixels 2012.

<http://www.innovacion.gob.sv/index.php/component/content/article/393-premio-pixels-.html>

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

- Operar en el mercado de destino asociados con firmas productoras locales.
- Definir los servicios con los que operan y en concordancia tratar de ofrecer aquellos que aún no se ofrecen en plaza basados en la cooperación de talentos y recursos tecnológicos.
- Trabajar en base a pruebas.
- Ofrecer a las instituciones pertinentes cursos de capacitación en el área. Tal vez a través de escuelas, como por ejemplo Mónica Herrera, o directamente a través del Ministerio de Educación o el Ministerio de Economía de El Salvador.

XI. Contactos relevantes

- Jack Canossa, Director de Innovación y Desarrollo Tecnológico. Ministerio de Economía de El Salvador.
- Luis Balibrera, Msc, Presidente de Croma, Asociación de Diseñadores de El Salvador.
- Romero Pineda & Asociados, Especialistas en Derecho de Autor.
<http://www.romeropineda.com>
- Mauricio Linares-Aguilar, MFA, Gestor cultural independiente.

XII. Fuentes de información (*Links*).

MINISTERIO DE ECONOMIA DE EL SALVADOR: www.minec.gob.sv

PROESA: www.proesa.gob.sv

Romero Pineda & Asociados, Especialistas en Derecho de Autor: www.romeropineda.com

Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad: www.asap.org.sv