

PMS

Estudio de Mercado Servicio Animación Digital en Corea

Octubre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Corea - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



Tabla de contenido

- Tabla de contenido 2
- I. Identificación del servicio 3
 - 1. Nombre del servicio 3
 - 2. Descripción del servicio 3
- II. Resumen Ejecutivo 3
 - 1. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial..... 3
 - 2. Análisis FODA..... 4
- III. Descripción general del mercado importador 4
 - 1. Tamaño del mercado de Animación digital..... 4
 - 2. Crecimiento en los últimos 5 años..... 7
 - 3. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios18
- IV. Descripción sectorial del mercado importador 19
 - 1. Comportamiento general del mercado.....19
 - 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio20
 - 3. Canales de comercialización22
 - 4. Principales players del subsector y empresas competidoras23
- V. Competidores 24
 - 1. Principales proveedores externos24
- VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios 25
- VII. Indicadores de demanda para el servicio 25
- VIII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado .. 26
- IX. Contactos relevantes..... 26
- X. Fuentes de información (*Links*)..... 27

I. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Servicio de animación digital

El servicio de animación digital corresponde al diseño y creación de códigos computacionales que permiten dar movimiento a imágenes o dibujos estáticos presentados a través de un medio visual. Los principales usos de este servicio son la industria de videojuegos, la producción de series de TV, películas, cortos, comerciales y programas de tv en formato animado, o también de tipo efectos especiales en la postproducción audiovisual de películas y videos no animados.

2. Descripción del servicio

La animación es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos, como también a otro tipo de objetos inanimados (por ejemplo figuras de plastilina). Se considera normalmente como un efecto de ilusión óptica. Existen numerosas técnicas para crear animación en 2D o 3D. La industria de la animación coreana en sus inicios simplemente participaba dando servicios de animación para producciones internacionales o extranjeras, pero en los últimos años ha visto un importante desarrollo local de producciones coreanas con modernas técnicas de animación, creatividad y calidad de clase mundial. La industria de la animación digital puede segmentarse tanto por sus aspectos técnicos como comerciales. La segmentación comercial es más variada y depende de la plataforma de difusión, destacándose cine y televisión, videojuegos, educación, simulaciones digitales y el diseño web.

II. Resumen Ejecutivo

1. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial

Dada la alta competitividad del mercado local, el alto desarrollo tecnológico requerido para entrar al negocio, la demanda por producciones de calidad con contenidos preferentemente locales y con una estructura institucional altamente proteccionista, la recomendación de esta Oficom a las empresas chilenas de animación que deseen prospectar este mercado, es en primer lugar tratar de buscar formas asociativas con empresas líderes locales. De esta forma se pueden superar los obstáculos antes señalados y poder buscar una oportunidad de negocio en Corea

2. Análisis FODA

Fortalezas

- Know how obtenido por las producciones subcontratadas por los pedidos de EE.UU. y Japón
- Nivel de producción avanzada reconocido internacionalmente
- Infraestructura de comunicaciones y tecnología informática
- Alta calidad de mano de obra en comparación con los países sudasiáticos.

Oportunidades

- Búsqueda de cadena de distribución de China y aumento de nuevas plataformas
- Desarrollo de Internet/UCC (User Created Contents)
- Expansión de 3D y técnicas mejores del 3D y 4D
- Ampliación de los mercados exteriores de los productos de caracteres y utilización de los medios sociales para el desarrollo.

Amenazas

- Escasez de capacidad de producción autónoma de la etapa de planificación de obras.
- Cambio de subcontratación por el costo hacia los mercados de China, Filipina, Vietnam, etc.

Debilidades

- Falta de sistematización de la flexibilidad de la infra estructura de producción.
- Falta de apoyo político del gobierno para la producción de calidad.
- Falta de productores que entiendan conceptos globales y directores.
- Falta de planificaciones de músicas y efectos de sonidos profesionales, y profesionales de dobladores.
- Falta de caracteres propios

III. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado de Animación digital

En el año 2011, las empresas en Corea que se dedicaban a la industria de animación eran 341, con 4,646 trabajadores ligados a la actividad. Las ventas del cine y de producciones animadas en 2011 ascendieron a KRW 529 mil millones (US\$ 492 millones). De las ventas totales existe un 42,21 % equivalente a KRW 223 mil millones (US\$ 217 millones), que corresponde a ventas por concepto de valor agregado de la producción audiovisual propiamente tal, como por ejemplo venta de derechos de marca de la película y

sus personajes para ser usados en otros productos como juguetes, útiles escolares, ropa, también en elementos de publicidad como gorros, vasos, etc.

Por otra parte, las exportaciones de la industria de animación digital de Corea alcanzaron los US\$ 116 millones en 2011, en tanto las importaciones a US\$ 6,9 millones.

Entre 2006 y 2011, la industria de animación creció 5.6% en promedio anual. El número de empresas en 2006 alcanzaban a 260, luego en 2011 aumentaron a 341 empresas. Las ventas de la industria entre 2006 y 2011 aumentaron 1,8 veces de KRW 289 mil millones (US\$ 212 millones) en 2006 a KRW 529 mil millones (US\$ 492 millones) en 2011. El promedio de ventas por empresa de animación en 2011 fue de KRW 1119 millones (US\$ 1,04 millones). Mientras que las ventas promedio por trabajador fueron de KRW 82 millones (US\$ 76,350).

El total de ventas por concepto de valor agregado en el año 2006 fue de KRW 70 mil millones (US\$ 65 millones), en 2011 se triplicó alcanzando KRW 223 mil millones (US\$ 208 millones), mostrando un crecimiento de 26.0 % en promedio anual.

La industria de animación coreana ha crecido de manera constante principalmente por el aumento en el número de empresas subcontratistas, que originalmente daban servicio a las grandes productoras, las cuales se han integrado verticalmente y transformado estas mismas en creadoras y productoras.

Tradicionalmente los productos de animación creados en el país estaban principalmente destinados para su difusión en televisión masiva, sin embargo tras el lanzamiento en 2011 de la primera película de cine animada creada en Corea, titulada “Leafie a hen into the wild”, que tuvo un éxito de taquilla nunca antes visto de más de 2,2 millones de espectadores, el mercado de la animación de Corea inició una era de diversificaron de los canales de distribución, aumentando especialmente las animaciones creadas para el cine.

La diversificación y crecimiento que ha tenido la industria, se debe en gran parte al acelerado desarrollo de tecnologías digitales de animación, las cuales han permitido alcanzar un reconocimiento en el mercado internacional, principalmente las producciones en formato 3D. Este importante desarrollo tecnológico ha permitido llevar un número mayor de películas animadas 3D a las carteleras de cine en todo el mundo, lo cual ha permitido generar una escala de ingresos importante que ha facilitado la integración vertical de un mayor número de empresas de animación digital en la industria.

Ventas y valor agregado de la industria de animación de Corea 2005 – 2011

Año	Nro. de empresas	Nro. trabajadores	Venta US\$	Valor Agregado US\$	Valor Agregado %	Exportaciones (US\$ 1,000)	Importaciones (US\$ 1,000)
2005	200	3,580	217,742,086	39,305,400	18.05	78,429	5,458
2006	260	3,412	268,681,564	65,486,965	30.96	66,834	5,095
2007	283	2,847	289,726,257	114,065,177	39.37	72,770	8,148
2008	276	3,924	376,871,508	155,760,707	41.33	80,583	6,132
2009	289	4,170	389,729,981	163,140,596	41.86	89,651	7,397
2010	308	4,349	478,956,238	202,142,458	42.20	96,827	6,951
2011	341	4,646	492,133,147	207,736,499	42.21	115,941	6,896
Var anual (%)	10.7	6.8	2.8	2.8	0.01p	19.7	- 0.8
Var prom anual (%)	5.6	6.4	12.9	26	-	11.6	6.2

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012. - Tipo de cambio: US\$1 = KRW 1,074 (al 31 de Octubre de 2013)

La tabla a continuación muestra las ventas por sector y tipo de empresa que participan en la industria en 2011. Destacan las ventas de las empresas productoras, las cuales representan el 91% de la industria de animación con US\$333 millones, seguido por las empresas distribuidoras con 7% de participación y US\$ 17 millones, y las empresas de distribución por internet y telefonía móvil con 2% y US\$ 5.8 millones (todas las cifras aproximadas). No obstante lo anterior, las empresas que registran un mayor ingreso por cada trabajador son las empresas de distribución con US\$ 134 mil de ventas promedio por trabajador. Las empresas que absorben mayor demanda de trabajadores son las productoras, principalmente las productoras creativas y las subcontratistas.

Ventas totales y por trabajador según sector y tipo de empresa de animación en Corea - 2011

Sector	Tipo de empresa	Nro. de empresas	Nro. de trabajadores	Ventas (US\$)	Venta Prom. por empresa (US\$)	Venta Prom. por persona (US\$)
Producción de animación	Creación	183	2,585	223,636,872	1,221,601	86,592
	Subcontratista	96	1,787	102,588,454	1,068,901	57,728
	Animación - Internet Móvil	11	46	6,321,229	574,488	137,803
	Subtotal	290	4,418	332,546,555	1,147,114	75,419
Distribución de animación	Distribución y promoción	35	127	16,973,929	485,102	134,078
	Subtotal	35	127	16,973,929	485,102	134,078
Distribución de animación on line	Distribución Internet, móvil	16	101	5,822,160	364,060	57,728
	Subtotal	16	101	5,822,160	364,060	57,728
Total		341	4,646	355,342,644	1,041,899	76,350

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012. - Tipo de cambio: US\$1 = KRW 1,074 (al 31 de Octubre de 2013)

2. Crecimiento en los últimos 5 años

En el año 2011 las empresas de la industria de la animación sumaban 341, cifra que incluye un 10.7% de mayor número de empresas en comparación con el mismo período del año anterior. Dentro de las 341 empresas registradas, más de la mitad de las empresas son compañías dedicadas a la creación, las cuales alcanzaron a 183 empresas, cifra 0.5% superior en comparación con el año anterior. A partir de 2009 hasta 2011 el número de empresas ha aumentado anualmente 6.3% en promedio.

Por otra parte, las empresas subcontratistas han venido disminuyendo en los últimos años; en 2011 sumaban 96 empresas representando un 28,2% del total, sin embargo al comparar con el año 2010 hubo una disminución del 5%, arrojando una disminución del 3% como promedio anual. Esta baja se debe a que un mayor número de empresas subcontratistas se integran verticalmente y pasan a ser productoras independientes, dejando de dar servicios a otras productoras.

También destaca el crecimiento explosivo en el número de empresas dedicadas a la distribución y promoción tanto en medios tradicionales como online y móvil. En particular las empresas de distribución y promoción en 2011 sumaron 35 empresas (10,3% del total) mostrando un incremento del 288.9% en comparación con 2010. Este segmento de empresas se ha triplicado entre 2009 y 2011, lo cual dice

relación con un mayor número de producciones creadas disponibles para la venta y distribución.
Número y participación de empresas en la industria de animación en Corea

Sector	Tipo de Empresa	2009	2010	2011	Part (%)	Var (%) año anterior	Var anual (%) promedio
Producción de animación	Creación	162	182	183	53,7	0,5	6,3
	Subcontratistas	102	101	96	28,2	(5,0)	(3,0)
	Animación Internet, Móvil	8	8	11	3,2	37,5	17,3
Distribución animación	Distribución y Promoción	9	9	35	10,3	288,9	97,2
Distribución de animación on-line	Distribución Internet, móvil	8	8	16	4,7	100	41,4
TOTAL		289	308	341	100	10,7	8,6

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012. Tipo de cambio: US\$1 = KRW 1,074 (al 31 de Octubre de 2013)

Al revisar la evolución que han tenido las ventas según el tipo de empresa entre 2009 y 2011, en la tabla de abajo, podemos concluir que la industria de la animación ha crecido un promedio anual de 12.4% durante el periodo señalado, destacando el crecimiento que han experimentado las ventas de las empresas creadoras, que concentran el 45.4% de las ventas totales de la industria. Por consecuencia de lo anterior (mayor cantidad de películas y material de animación creadas), las empresas de distribución de cine también han visto sus ventas crecer generando el 28% de las ventas de la industria, con una tasa de crecimiento anual promedio del 61%.

Por su parte, las ventas de las empresas subcontratistas han disminuido como consecuencia del mayor número de empresas que se han integrado verticalmente, es decir que ya no dan servicios de animación para terceros si no para sus propias creaciones/producciones. Cabe señalar que a pesar de la mayor integración vertical que se ha observado en este segmento de la industria, igualmente existe demanda de trabajo para las empresas subcontratistas, de las cuales en su mayoría no tienen aspiraciones de convertirse en creadoras principalmente por los recursos y escala requerida, como también el riesgo de inestabilidad del ingreso, ya que dependen de la capacidad de crear películas que tengan potencial de mercado. La mayoría de las empresas subcontratistas no corren el riesgo de entrar en el negocio creativo, el cual es altamente lucrativo sólo en la medida de lanzar producciones de calidad y que los distribuidores estén interesados en comercializar. Algunas empresas subcontratistas que han ingresado al negocio creativo han encontrado formas para diversificar las fuentes ingreso y lograr cierta estabilidad a través de expandir el trabajo a otras áreas o nichos de mercado. Por ejemplo, han surgido productos como web-toons o tiras cómicas animadas digitalmente que se distribuyen por internet. En términos generales, las ventas del sector de producción de animaciones digitales en general, aumentó en 2011 en

un 3.9% respecto de 2010, alcanzando KRW 3571 millones (US\$ 332 millones). Desde 2009 hasta 2011, el crecimiento anual en promedio fue del 3.0%.

Por su parte, las ventas del sector de producción de animación para Internet y móvil, en 2009 alcanzaron KRW 2300 millones (US\$ 2.1 millones), en 2010 disminuyó en 8.4 % comparando con el año anterior llegando a KRW 2100 millones (US\$ 1.9 millones), sin embargo en 2011 se recuperó llegando a KRW 6700 millones (US\$ 6.2 millones), mostrando una recuperación explosiva de 222.1 %. Este hecho se ve sustentado por la mayor penetración en el uso de teléfonos celulares y tabletas inteligentes en todos los segmentos de la población de Corea, gracias a la introducción de dispositivos móviles con gran capacidad gráfica, imagen de alta definición y conectividad a Internet. Cabe destacar que Corea posee uno de los índices más altos a nivel global de cobertura y conectividad de internet de alta velocidad, la cual abarca todas las regiones urbanas y rurales del país, permitiendo así aumentar considerablemente la audiencia objetivo para los contenidos animados digitales.

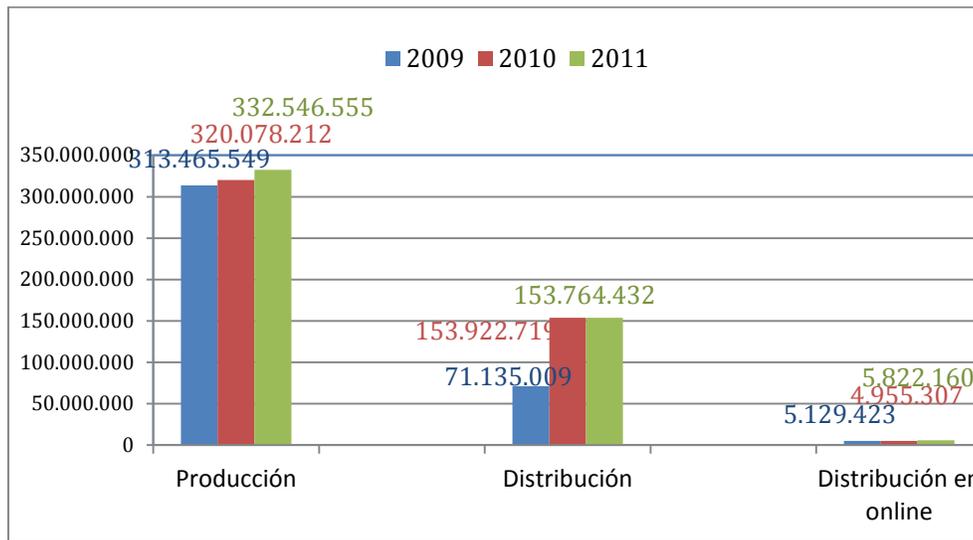
Las ventas totales del sector de distribución en 2009 fueron de KRW 7630 millones (US\$ 71 millones), en 2010 alcanzaron a KRW 165300 millones (US\$ 153 millones) y en 2011 a KRW 165100 millones (US\$ 153 millones). La tasa de crecimiento anual en promedio entre los años 2009 hasta 2011 fue del 47.0%

Evolución de ventas anuales de la industria de animación por tipo de negocio

Sector	Tipo de empresa	Venta US\$			Part (%)	Var (%) año anterior	Var anual (%) promedio
		2009	2010	2011			
Producción de animación	Creación	197,345,438	212,254,190	223,636,872	45.4	5.4	6.5
	Subcontratistas	113,977,654	105,861,266	102,588,454	20.9	-3.1	-5.1
	Animación Internet, Móvil	2,142,458	1,962,756	6,321,229	1.3	222.1	71.8
	Subtotal	313,465,549	320,078,212	332,546,555	67.6	3.9	3.0
Distribución de animación	Distribución y Promoción	15,206,704	16,711,359	16,973,929	3.4	1.6	5.7
	Cine	52,274,674	135,081,006	136,669,460	27.8	1.2	61.7
	Exportación teledifusión	3,653,631	2,130,354	121,043	0.0	-94.3	-81.8
	Subtotal	71,135,009	153,922,719	153,764,432	31.2	0.1	47.0
Distribución de animación online	Animación Internet, Móvil	5,129,423	4,955,307	5,822,160	1.2	17.5	6.5
	Subtotal	5,129,423	4,955,307	5,822,160	1.2	17.5	6.5
Total		389,729,981	478,956,238	492,133,147	100.00	2.8	12.4

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012. Tipo de cambio: US\$1 = KRW 1,074 (al 31 de Octubre de 2013)

Gráfico Evolución de ventas anuales en US\$ de la industria de animación por tipo de negocio 2009-2011



Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012. Tipo de cambio: US\$1 = KRW 1,074 (al 31 de Octubre de 2013)

Evolución de las inversiones en la industria de animación digital

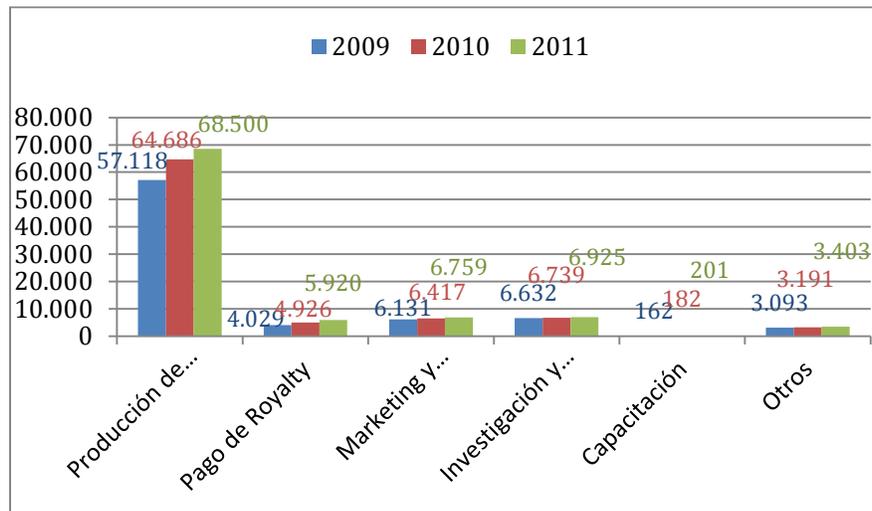
En la siguiente tabla se puede observar las inversiones materializadas en las distintas actividades relacionadas a la producción de animaciones y contenidos, tales como producción, pago de royalties, marketing y promoción, I&D y capacitación entre otras. En 2012 la inversión total en la industria alcanzó US\$ 91.7 millones, con un aumento anual de 6.5% en comparación con 2010. En 2010 La inversión alcanzo US\$ 86.1 millones, lo que a su vez representó un 11.6% de aumento respecto de 2009 con US\$ 77.17 millones. El área de producción/creativa ha sido el principal destino para las inversiones con un 75% del total invertido en 2011, seguido por I&D, Marketing/Promoción, y pago de royalties.

Tabla: Evolución de las inversiones en la industria de animación digital - Unidad: US\$ 1,000

	Producción	Pago de Royalty	Marketing y Promoción	I&D	Capacitación	Otros	Total
2009	57,118	4,029	6,131	6,632	162	3,093	77,169
2010	64,686	4,926	6,417	6,739	182	3,191	86,142
2011	68,500	5,920	6,759	6,925	201	3,403	91,708
Var (%) año anterior	5.9	20.2	5.3	2.7	10.8	6.7	6.5
Var anual (%) promedio	9.5	21.2	5.0	2.2	11.4	4.9	9.0

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Gráfico de evolución de las inversiones en la industria de animación digital - Unidad: US\$ 1,000



Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Evolución de las ventas de contenidos de animación según medios de difusión local

En términos de medios de difusión locales, la televisión ocupó el primer lugar respecto de las ventas de producciones animadas llegando a KRW 257500 millones (US\$ 240 millones), lo que representa el 78.3% del total de las ventas para distribución local, las cuales ascendieron a KRW 328800 millones, equivalentes a US\$ 306 millones aprox).

Del total de ventas para distribución local, el 66% ha sido generado por empresas nacionales por KRW 216500 millones (US\$ 201 millones). El 34% equivalente a KRW 112300 millones (US\$ 104 millones) corresponde a empresas extranjeras que han vendido sus producciones en Corea.

Destaca el crecimiento que tuvo la distribución de animaciones por TV en 2011 que aumentó 5,4% respecto de 2010 y 9,7% en promedio entre 2009 y 2011. También destacan los nuevos medios de difusión (telefonía móvil, IPTV, DMB), con un aumento del 6.1% respecto de 2011 y 5.4% de crecimiento promedio entre 2009 y 2011, sin embargo estos nuevos medios representan solo el 8,8% de la difusión siendo la TV el cual canaliza la mayoría de las producciones animadas. Por otra parte, se han observado importantes bajas en los otros medios de difusión como el cine (-20.3%), home-video (-13%), e internet VOD, Flash (-13.1%).

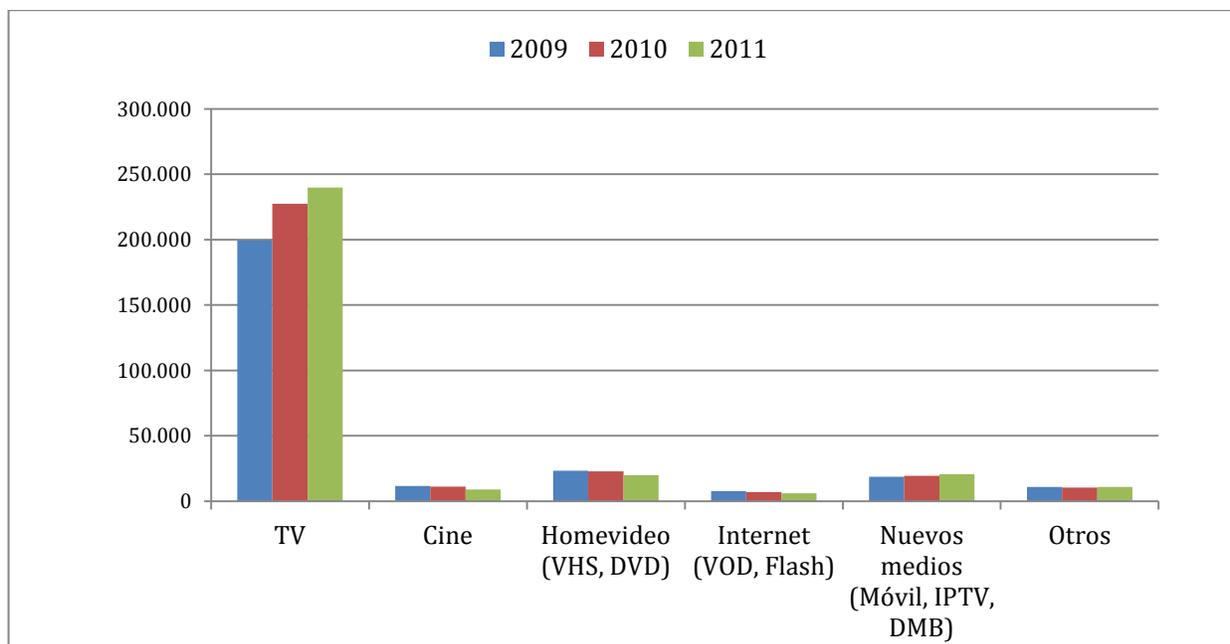
Tabla: Evolución de las ventas de contenidos de animación por medios de difusión - Unidad: US\$ 1,000

	TV	Cine	Homevideo (VHS,DVD)	Internet (VOD, Flash)	Nuevos medios (Móvil, IPTV, DMB)	Otros	Total
2009	199,448	11,515	23,204	7,695	18,635	10,816	271,312
2010	227,465	11,164	22,805	7,047	19,515	10,466	298,461
2011	239,822	8,899	19,830	6,122	20,709	10,799	306,181
Proporción	78.3	2.9	6.5	2.0	6.8	3.5	100
Var (%) año anterior	5.4	-20.3	-13.0	-13.1	6.1	3.2	2.6
Var anual (%) promedio	9.7	-12.1	-7.6	-10.8	5.4	-0.1	6.2

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Gráfico: Evolución de las ventas de contenidos de animación por medios de difusión

Unidad: US\$ 1,000



Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Ventas según derechos de propiedad y por medios de difusión local y extranjero

En la siguiente tabla se muestran las ventas en 2011 de los diferentes tipos de empresas, según medio de difusión y la posesión de derechos de autor sobre las animaciones. Cabe destacar que aproximadamente el 69% de las ventas generadas por empresas creadoras que poseen los derechos de autor de sus producciones se comercializan dentro de Corea y principalmente para difusión en TV, mientras que un 31% se exportan a otros países. Las empresas creadoras también registran ventas de materiales de animación que no han sido creados por éstas, pero que cuentan con los derechos de autor para su comercialización, estas ventas representan menos del 10% del total de las ventas de estas empresas, las cuales también se concentran principalmente para distribución a través de televisión.

Del total de ventas de las empresas subcontratistas (que dan servicios de animación a las creadoras), un 55% corresponde a ventas locales (principalmente para TV, segundo lugar cine). El 45% restante corresponde a servicios prestado para creadoras/productoras extranjeras (principalmente para TV).

Ventas según derechos de propiedad y por medios de difusión local y extranjero 2011

Unidad: US\$

Clasificación		Zona	TV	Cine	Homevideo (VHS,DVD)	Internet (VOD, Flash)	Nuevos medios (Móvil, IPTV, DMB)	Otros	Total
Empresa creadora de animación	Posesión de derecho de propiedad, Creación directa	Dentro de país	99,547,486	2,473,929	6,753,259	3,962,756	18,256,983	2,446,927	133,441,341
		Fuera de país	49,986,034	1,454,376	6,086,592	-	-	1,913,408	59,440,410
		Subtotal	149,533,520	3,928,305	12,839,851	3,962,756	18,256,983	4,360,335	192,881,750
	Posesión de derecho de propiedad	Dentro de país	7,405,959	-	-	333,333	942,272	-	8,681,564
		Fuera de país	6,334,264	-	861,266	-	-	-	7,195,531
		Subtotal	13,740,223	-	861,266	333,333	942,272	-	15,877,095
Empresa subcontratada para producir animación		Dentro de país	46,517,691	4,772,812	2,909,683	1,681,564	1,509,311	2,101,490	57,391,061
		Fuera de país	30,030,726	198,324	3,218,808	144,320	-	4,337,058	33,592,179
		Subtotal	76,548,417	4,971,136	6,128,492	1,825,885	1,509,311	6,438,547	90,983,240

Total	Dentro de país	153,471,136	7,246,741	9,662,942	5,977,654	20,708,566	4,548,417	201,615,456
	Fuera de país	86,351,024	1,652,700	10,166,667	144,320	-	6,250,466	104,565,177
	Subtotal	239,822,160	8,899,441	19,829,609	6,121,974	20,708,566	10,798,883	306,180,633
	Proporción	78.3	2.9	6.5	2.0	6.8	3.5	100

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Ventas de animación según formato digital, por tipo de empresa, con y sin derechos de autor

Las ventas de la animación en formato 2D (Cell/Digital) ocuparon un 55.1% llegando al KRW 181100 mil millones (US\$ 168 millones) del total KRW 328800 millones (US\$ 306 millones). Esto representó un incremento de un 1.7% en comparación con el año anterior. Desde el año 2009 hasta el año 2011 ha aumentado un 5.3 % en promedio anual.

Las ventas de la animación del 3D (CGI) del año 2011 llegaron al KRW 131700 millones (US\$ 122 millones) con un aumento del 5.9% en comparación con el año anterior del KRW 124300 millones (US\$ 116 millones). Las ventas del Stop motion, Flash y los otros han caído a un 13.6 %, 16.7 % y 3.2 %, respectivamente.

Cabe destacar que el mayor porcentaje de ventas las concentran las productoras/creadoras que conservan sus derechos de autor, y que se focalizan en los formatos 2D y 3D, siendo 3D el formato que ha experimentado un mayor crecimiento en 2011, sin embargo el formato 2D sigue siendo el que registra mayores ventas con más del 50% del total de las ventas del sector.

Tabla ventas de animación según formato, por tipo de empresa, con y sin derechos de autor (US\$)

Clasificación		Año	2D (Cell/ digital)	3D (CGI)	Stop motion	Flash	Otros	Total
Empresa creadora de animación	Posesión de derecho de propiedad, Creación directa	2009	79,486,965	64,540,968	4,997,207	4,028,864	2,165,736	155,219,739
		2010	98,851,024	74,983,240	5,101,490	3,967,412	2,082,868	184,986,034
		2011	102,071,695	81,121,974	4,306,331	3,377,095	2,004,655	192,881,750
		Var (%) año anterior	3.3	8.2	-15.6	-14.9	-3.8	4.3
		Var anual (%) promedio	13.3	12.1	-7.2	-8.4	-3.8	11.5

	Posesión de derecho de propiedad	2009	8,763,501	1,885,475	-	-	866,853	11,515,829
		2010	10,013,035	2,734,637	-	-	900,372	14,619,181
		2011	11,925,512	3,027,933	-	-	923,650	15,877,095
		Var (%) año anterior	8,763,501	1,885,475	-	-	866,853	11,515,829
		Var (%) prom anual	10,013,035	2,734,637	-	-	900,372	14,619,181
Empresa subcontratada para producir animación	2009	64,062,617	35,983,178	2,811,215	212,150	1,898,131	104,967,290	
	2010	57,266,355	38,199,065	2,717,757	206,542	1,810,280	100,268,224	
	2011	54,902,804	38,624,299	2,448,598	100,935	1,709,346	97,785,981	
	Var (%) año anterior	-4.1	1.11	-9.9	-51.1	-5.6	-2.4	
	Var anual (%) promedio	-7.4	3.6	-6.7	-31.0	-5.1	-3.5	
Total	2009	152,074,488	102,275,605	7,797,952	4,240,223	4,923,650	271,311,918	
	2010	165,918,063	114,843,575	7,809,125	4,173,184	4,786,778	298,460,894	
	2011	168,695,531	122,630,354	6,745,810	3,477,654	4,631,285	306,180,633	
	Var (%) año anterior	1.7	5.9	-13.6	-16.7	-3.2	2.6	
	Var anual (%) promedio	5.3	9.5	-7.0	-9.4	-3.0	6.2	

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Servicios y negocios relacionados a la industria de animación

En la siguiente tabla se muestra el número de actividades, servicios y otros negocios realizados en Corea desde 2009 a 2011, que se relacionan directa o indirectamente con la industria de animación.

Tabla de número de actividades, servicios y otros negocios relacionados a la industria de animación

Sector relacionado	Ejemplos	2009	2010	2011	Var. (%) último año
Productos de personajes	Animación para otros medios de comunicación	565	611	614	0.5
Productos de personajes	Desarrollo, producción, distribución de productos de personajes de animación, licencia, internet, móviles y avatar	372	398	411	3.3
Dibujos animados (cartoons)	Publicación de dibujo animado (revistas de dibujo animado, cómicos, educacional, etc.) y dibujos animados digitales (Online/portales)	28	28	29	3.6
Música	Discos, espectáculos de música (recitales, conciertos, musicales) Música digital (ringtones para teléfonos móviles, descarga de MPC, Streaming, etc.)	25	23	25	8.7
Juegos	Desarrollo de juegos y distribución (PC, Online, Arcade, video, móviles, etc.)	42	45	46	2.2
Películas	Producción, distribución importación de películas / Producción y distribución de videos Películas digitales (Producción de películas digitales, servicio de películas online, etc.)	21	19	18	-5.3
Telenovelas Drama	Transmisión por señal abierta (TV, Radio, Producción de programas), también transmisión por cable, y transmisión por satélite Transmisión digital (transmisión por satélite, web casting, mediante teléfonos móviles)	141	145	152	4.8
Publicación	Publicación de libros, revistas y ediciones regulares, diarios, y publicación electrónica (revistas	55	58	59	1.7

	online y e-book)				
Propaganda	Propagandas y anuncios (interactiva, móviles, internet, otras)	142	143	152	6.3
Otros	Parque temático	29	32	36	12.5
	Contenidos de información de web, contenidos educativos	161	162	167	3.1
	Diseños, otras funciones (excepto música) y las demás	27	29	32	10.3
Total		1,638	1,683	1,741	2.8

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Exportaciones e importaciones de la industria de animación

Las exportaciones de la industria de la animación coreana en 2011 crecieron un 19.7 % en comparación con el año anterior llegando a US\$ 116 millones. El crecimiento promedio anual desde 2009 a 2010 fue de 13.7%. Por otra parte, las importaciones bajaron en 2011 respecto de 2010 en 0.8 % llegando a US\$ 6,9 millones aprox., mostrando una disminución promedio anual de 3.4% entre 2009 y 2011.

Exportaciones e importaciones de la industria de animación en Corea - Unidad: US\$ 1,000

Clasificación	2009	2010	2011	Var (%) año anterior	Var (%) prom anual
Exportaciones	89,651	96,287	115,941	19.7	13.7
Importaciones	7,397	6,951	6,896	-0.8	-3.4
Balanza	82,254	89,876	108,045	-	-

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Las exportaciones por parte de las empresas de producción creativa en 2011 ascendieron a US \$81.4 millones, mostrando un crecimiento del 34.5% respecto del año anterior, mientras que las empresas productoras subcontratistas han bajado sus exportaciones desde US \$39 millones en 2009, a US \$36 millones en 2010, y US \$34.4 millones en 2011, lo cual representa un -6.1% de disminución promedio anual.

Las productoras locales de animación han aumentado constantemente sus exportaciones debido a la mayor demanda de animación 3D y también al mayor número de coproducciones con empresas de animación extranjeras (Japón y China preferentemente).

También se ha visto una clara preferencia por las animaciones nacionales tanto por la buena calidad gráfica de estas como también por el contenido dramático de las tramas y los personajes que capturan el interés de los espectadores de todas las edades, con mayor preferencia de los más jóvenes. Por otra parte, la disminución en las ventas de las empresas subcontratistas, se debe principalmente a la menor demanda por parte de EE.UU. y Japón producto de la situación económica de dichos países, y la pérdida de competitividad en precios respecto de otros países tales como India y China.

Tabla de exportaciones de animación según empresas creadoras y subcontratistas Unidad: US\$ 1,000

Clasificación	Exportaciones			Var (%) año anterior	Var (%) prom anual
	2009	2010	2011		
Producción creativa	50.602	60.575	81.485	34.5	26.9
Productoras subcontratistas	39.049	36.252	34.456	-5.0	-6.1
Total	89.651	96.827	115.941	19.7	13.7

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

3. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

El Gobierno de Corea a través de la Ley 71 de Broadcasting Act, fomenta la industria de la animación nacional. Uno de los aspectos importantes de la Ley es que los medios de difusión (TV abierta y TV cable) deben incluir en sus parrillas programáticas de transmisión un porcentaje anual determinado de producciones de animación hecha en Corea según cada medio de difusión, por lo tanto la TV abierta debe tener un mínimo de 45 horas de producción animada local por cada 100 horas de programación animada, los medios multimedia 35/100 horas, TV Cable 30/100 horas, emisoras de TV exclusivas para educación 8/100 horas y emisoras exclusivas de religión 4/100 horas. Con esta medida se ha logrado aumentar el número de producciones exhibidas a través de las estaciones de televisión locales, sin embargo también ha provocado efectos negativos por abundancia de animaciones de baja calidad.

La autoridad coreana pronostica que la industria de contenidos digitales seguirá creciendo debido al continuo aumento de los usuarios de medios “smart” (smart phone, smart TV, etc.), lo cual permitirá un aumento en el presupuesto de inversión de las empresas existentes en producciones para estos medios, mayor integración de recursos humanos con perfil más joven e innovador, aumento de las exportaciones del sector y la intensificación del uso de nuevas tecnologías de producción y de distribución.

Por su parte, en el mes de mayo de 2010 y producto del aumento de la demanda de los contenidos 3D, el Gobierno de Corea estableció un plan de fortalecimiento de la industria de contenidos de imágenes 3D el cual contempla los siguientes aspectos:

- Apoyar la creación de infraestructura tecnológica de punta de uso compartido, en el cual los equipos de animación 3D puedan ser utilizados por PYMES , que no pueden acceder a este tipo de equipos por su alto costo de inversión y rápida obsolescencia tecnológica
- Promocionar el desarrollo del conocimiento y capacitación del RR.HH. dedicado a la producción de contenidos de imágenes digitales 3D
- Crear ambientes de inversión y levantamiento de fondos para emprendedores, de apoyo a la exportación, y de apoyo a la Investigación y Desarrollo
- Gobernabilidad y marco regulatorio disponible a través de las páginas web del Gobierno de Corea que tratan sobre el uso apropiado de las producciones digitales y contenidos, regulación de derechos de propiedad y fiscalización.
- Apoyo para incrementar la participación de productoras locales en exhibiciones y ferias internacionales a fin de ampliar el mercado y promover las tecnologías desarrolladas en Corea.
- Incentivar la operación de agentes profesionales para la venta y comercialización de animaciones desarrollados en Corea como también de los productos y servicios relacionados.

El fomento de la industria de animación de Corea está regulado por la ley del “Framework Act on the Promotion of Cultural Industries, Broadcasting Act” y está protegida por las siguientes leyes: “Copyright Act”, “Trademarks Law”, “The Prevention of Unfair Competition Act.”, “The Provention of Design”, “Context Promotion Act. etc.” También aplican las leyes “Juvenil Protection Act.”, “Act on Promotion” and “of Utilization of Information System”. Para obtener mayores detalles y referencias sobre estas regulaciones recomendamos contactar a la Oficina Comercial de Seúl a fin de obtener información sobre las fuentes apropiadas. Estas regulaciones son muy extensivas en su contenido por lo que no han sido incluidas en este informe.

IV. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

Las empresas subcontratistas que tradicionalmente ofrecían sus servicios de animación a las grandes productoras, están gradualmente saliendo del negocio de servicios ya sea para convertirse en productoras (integración vertical) o en su defecto salirse del negocio y la industria. Se ha observado una baja en los trabajos subcontratados por parte de las grandes productoras de EE.UU. y Japón, las cuales están subcontratando los servicios de animación en China, Filipinas, y Vietnam, países con costos de mano de obra e impuestos más competitivos que Corea. Este factor ha hecho que ciertas empresas subcontratistas de Corea tengan menos demanda de servicios de animación, provocando la salida de

algunas del negocio, también ventas y fusiones con otras empresas, diversificación hacia otros medios de comunicación, e integrarse verticalmente transformarse en productoras, creadoras y dueñas de sus propios materiales de animación.

El nivel tecnológico alcanzado por las productoras de Corea ha alcanzado reconocimiento internacional gracias a la alta calidad de las producciones y del “know-how” acumulado al realizar servicios de animación y producción para otros países. Esto ha permitido competir con aquellos países que cuentan con una industria desarrollada y con tecnologías de punta en animación digital 3D.

No obstante lo anterior, para la gran mayoría de las empresas subcontratistas de Corea no ha sido posible la integración vertical ya que se requiere tener una escala de operación significativamente mayor, con RR.HH capacitados, marketing y promoción, capital de inversión y una administración profesional del negocio. Hoy en día las empresas subcontratistas de Corea enfrentan las dificultades por un lado la necesidad de ser buen creador de animaciones, por otro lado la de acceder al capital, tecnología y recursos adecuados para poder subsistir en el mercado.

2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En 2011 las exportaciones coreanas a los países latinoamericanos ocuparon un 51.2% del monto total de las exportaciones de US\$ 59.4 millones. El segundo destino más importante para las exportaciones de animación coreana en 2011 fue Europa con US\$ 28.5 millones (24.6%), con un crecimiento del 46.2% en comparación con el año anterior. El crecimiento promedio anual entre 2009 y 2011 fue de 31.6%.

En 2011 las exportaciones al mercado japonés fueron de US\$ 21.7 millones (18.7%), lo que significa un crecimiento de 5.2% respecto de 2010, y un crecimiento promedio anual de 10.6% entre 2009 y 2011. Las exportaciones al mercado de China ascendieron a US\$ 1.7 millones (1.5%), reflejando un incremento de 5.2% respecto de 2010 y 10.6% de crecimiento promedio entre 2009 y 2011. Las exportaciones a los países del Sud-este asiático llegaron al US\$ 1.2 millones (1.0%), con un 2.8% de aumento respecto de 2010 y un 10.6% de crecimiento promedio anual entre 2009 y 2011.

Tabla de exportaciones de producciones de animación por país de destino - Unidad US\$ 1,000

Región	Exportaciones			Ocupación (%)	Var (%) año anterior	Var % Prom anual
	2009	2010	2011			
China	1.356	1.577	1.659	1.5	5.2	10.6
Japón	17.369	18.810	21.688	18.7	15.3	11.7
Sudeste Asia	967	1.151	1.183	1.0	2.8	10.6
Norteamérica	50.358	52.463	59.397	51.2	13.2	8.6

Europa	16.496	19.527	28.556	24.6	46.2	31.6
Otros	3.105	3.299	3.458	3.0	4.8	5.5
Total	89.651	96.827	115.941	100.0	19.7	13.7

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Modalidad de comercialización de las exportaciones Coreanas de animación

Existen diversas modalidades de comercialización y promoción de las exportaciones coreanas de animación. En 2011, la modalidad de exportación más utilizada fue la de Agencia Extranjera con un 38.8% de las empresas exportadoras utilizando este canal de ventas. En segundo lugar, las exhibiciones o ferias internacionales ocuparon un 30.6%, en tercer lugar empresas internacionales de distribución con un 16.3%, seguido de Sucursales propias en el extranjero un 8.2% y finalmente a través de agencias nacionales de promoción de exportaciones 6.1%.

Tabla modalidad de comercialización de las exportaciones Coreanas de animación Unidad: %

Modalidad de comercialización de las exportaciones		2009	2010	2011	Var (%) año anterior
Exportaciones directas	Participación en ferias y eventos internacionales	27.2	29.3	30.6	1.3
	Distribuidores extranjeros	18.7	17.9	16.3	-1.6
	Venta on-line en el exterior	-	-	-	-
	Empresa propia en el extranjero	8.2	9.1	8.2	0.1
Exportaciones indirectas	Agencia nacional	6.3	6.2	6.1	-0.1
	Agencia extranjera	39.6	38.5	38.8	0.3
Total		100.0	100.0	100.0	-

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

Del total de las exportaciones de animaciones de Corea en 2011, las producciones de creación propia (con licencia propia) ocuparon el 65.3%, por otra parte las exportaciones de las empresas subcontratistas representaron el 34.7% del total exportado. Según la tabla siguiente, las exportaciones de animaciones

con licencia propia han crecido 1,5% respecto de 2010, mientras que las exportaciones de empresas de subcontratación bajaron en -1,5% respecto de 2010.

Tabla de exportaciones según licencia propia o subcontratistas - Unidad: %

Forma	2009	2010	20112	Variación en comparación con el año anterior (%)
Licencia	54.2	63.8	65.3	1.5
Subcontratistas (OEM)	44.8	36.2	34.7	-1.5
Servicio tecnológico	1.0	-	-	-
Total	100.0	100.0	100.0	

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

3. Canales de comercialización

Las estaciones de televisión han sido los principales medios de distribución para las producciones de animación digital, sin embargo en los últimos años los teléfonos móviles, tabletas y otros dispositivos que utilizan conexión internet inalámbrica WLAN, o transmisión de datos a través de sistemas de telefonía 2G/3G han ganado un importante espacio en la difusión y comercialización de animación. Según el Ministerio de Ciencia, Tecnología Informática y Comunicación y Planificación de Futuro de Corea los usuarios locales de teléfonos inteligentes llegaron a 36 millones de personas en agosto 2013 aproximadamente, lo cual corresponde a más del 70% de la población de Corea.

Por otra parte, y como indicado anteriormente, los medios de difusión menos tradicionales como telefonía móvil, Smart TV, y sistema “cloud” para descargar películas (N-screen es la principal empresa en Corea de contenidos de TV via cloud), están cada vez ganando más adeptos y usuarios principalmente por la facilidad de acceso y descarga de animaciones digitales desde cualquier punto geográfico o ubicación. Este excepcional incremento del uso de los teléfonos inteligentes ha traído un aumento drástico de la demanda de la animación y los demás contenidos digitales. Según el análisis realizado por el Korea Creative Contents Agency el año 2020 el tamaño del mercado de los dispositivos conectados será aproximadamente 6,000,000,000 teléfonos inteligentes, 2,500,000,000 TV (set top box), 1,000,000,000 autos con M2M (machine to machine) y 50,000,000,000 aparatos conectados a través de diversos sistemas de conexión como 3G, 4G, WiFi, WiMax, etc. Se estima que en el futuro más y más producciones de animación serán vendidas a través de teléfonos inteligentes y dispositivos conectados.

Organigrama de N screen



Fuente: <http://docjangmi.com/71>

También es importante destacar como parte importante de la industria, es el negocio del valor agregado de las producciones de animación, que en definitiva corresponde a la venta de licencias para artículos y merchandize de los personajes de las series animadas de TV. Este negocio supera los ingresos que se generan por la difusión de las animaciones. Expertos de la industria señalan que el principal objetivo de la difusión de animaciones a través de medios masivos, la cual es repetitiva y de largo plazo con numerosos episodios y muchas horas al aire, es finalmente el negocio del valor agregado. Prueba de ello, es que las productoras creativas nacionales, que se han enfocado en la difusión masiva de sus propias animaciones, han podido obtener una posición predominante en el mercado local y también como empresas exportadoras de producciones animadas como de licencias y productos de merchandize.

4. Principales players del subsector y empresas competidoras

Los principales participantes de la industria son las empresas creadoras locales, luego las subcontratistas locales. También las empresas de animación de Japón, China y EE.UU. venden sus producciones en Corea, pero se ha visto una disminución respecto de la participación de mercado de producciones de animación extranjeras.

No obstante lo anterior, los países competidores antes señalados han desarrollado diferentes estrategias de fomento y competitividad específicas para la industria de animación según el siguiente detalle:

- **Japón**, cuenta con el “Plan de Promoción de Propiedades Intelectuales 2010” con el objeto de fortalecer la competitividad internacional de sus productoras y creativos. Este plan se focaliza en la planificación, creación y protección sobre los derechos intelectuales y de propiedad.
- **China**, en 2011 bajo la política del desarrollo de la industria de la animación, estableció un organismo gubernamental que vela por los intereses de la industria de animación digital y de dibujos animados, mediante el cual aplican diferentes políticas de fomento tales como abolición de aranceles de importaciones sobre los productos tecnológicos utilizados en el desarrollo de animaciones y de dibujos. También bajo esta política se han establecido otros mecanismos de tratamiento fiscal preferencial para las empresas nacionales.
- **EE.UU.** ha reconstruido la ley “Section 181”, donde se establecen diversos beneficios fiscales a nivel federal para prevenir la difusión ilegal en el extranjero de películas animadas creadas en EE.UU. También cuenta con diversos mecanismos de apoyo para fortalecer la competitividad internacional de la industria de películas y de difusión a través de la reducción de impuestos, subsidios específicos y financiamiento preferencial para el sector.

V. Competidores

1. Principales proveedores externos

Japón es el principal país del cual se importan producciones animadas con 99.4% del total de las importaciones que ascienden a US\$6.9 millones en 2011. Destacan las importaciones provenientes de Norteamérica con US \$33 mil (0.5%) y de China con US\$ 10 mil (0.1%).

Importaciones de producciones animadas en Corea Unidad: US\$ 1.000

Zona	Valor			Participación %	Var (%) año anterior	Var % Prom anual
	2009	2010	2011			
China	10	11	11	0.1	0.0	4.9
Japón	7,365	6,905	6,852	99.4	-0.8	-3.5
América del norte	22	35	33	0.5	-5.7	22.5
Total	7,397	6,951	6,896	100.0	-0.8	-3.4

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2012.

VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Corea es considerado una potencia de clase mundial en la producción de materiales audiovisuales animados. Esto se debe principalmente al desarrollo local de tecnologías digitales de primera línea, el cual ha permitido a las productoras locales (creativas y subcontratistas) producir películas de alta calidad tanto para el mercado de medios de difusión locales y como el mercado de exportación.

Adicionalmente a la brecha tecnológica, también existen otros obstáculos tales como las medidas proteccionistas establecidas por los organismos oficiales, tales como la exigencia de transmitir un cierto volumen de contenidos animados nacionales en las parrillas de programación de TV abierta, cable y otros medios.

VII. Indicadores de demanda para el servicio

Según una encuesta realizada en 2010 por la *Korea Creative Contents Agency*, en un universo de 5.000 usuarios comprendidos entre 12 y 59 años de edad, se determinó que el género más preferido en las producciones animadas era el de Comics Juveniles ocupando un 45.4 % del total de las preferencias.

Unidad: % (Año 2010)

Géneros animados de mayor preferencia entre los espectadores de 12 a 59 años de edad – Unidad %

Comics juveniles	Fantasía	Amor	Acción /Caballería	Otros (Policial)	Ciencia ficción	Educación /Aprendizaje /Cultura	Horror	Deporte	Academia
45,4	16,2	10,5	7,5	3,9	3,7	2,7	1,6	1,4	1,3

Fuente: Korea Creative Contents Agency Report 2011.

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

Dada la alta competitividad del mercado local, el alto desarrollo tecnológico requerido para entrar al negocio, la demanda por producciones de calidad con contenidos preferentemente locales y con una estructura institucional altamente proteccionista, la recomendación de esta Oficom a las empresas chilenas de animación que deseen prospectar este mercado, es en primer lugar tratar de buscar formas asociativas con empresas líderes locales. De esta forma se pueden superar los obstáculos antes señalados y poder buscar una oportunidad de negocio en Corea.

Dado que los principales usuarios consumidores de animaciones son los niños, los productos de animación con mayores posibilidades de éxito son aquellos que están orientados a este segmento particularmente.

También existe una oportunidad de externalizarían de servicios de animación que podría ser absorbida por las empresas de animación de Chile que pudieran establecer alianzas estratégicas con las productoras coreanas. Como señalado anteriormente, los costos de producción y mano de obra están aumentando fuertemente en Corea, lo que ha provocado que los países líderes en producciones 3D (que poseen las licencias de producciones de gran éxito de taquilla) como EE.UU. y Japón, contraten los servicios de animación con productoras de países con menor costos de mano de obra y producción, como China e India.

IX. Contactos relevantes

Organizaciones relacionadas a la industria de animación

www.koreaanimation.or.kr

www.kaaa.org

www.kiafa.org

www.koscas.com

www.koreananimation.org

X. Fuentes de información (*Links*).

www.kocca.kr

www.mcst.go.kr

www.komacn.kr

<http://www.moleg.go.kr/english/korLawEng>