

Perfil de la

Animación digital en Costa Rica

esencial
COSTA
RICA

PROCOMER
COSTA RICA *exporta*



Erick J. Apuy
Dirección de Inteligencia Comercial
Diciembre 2019

El mercado global de la **animación digital** posee un valor de **\$270 mil millones** de USD (2018) y se proyecta un **crecimiento** promedio del **4%** a 2022; donde el **streaming**, la demanda de **efectos visuales** en la industria fílmica y un mayor acceso a contenido por parte de la **población infantil** representan los principales dinamizadores.

En **Costa Rica**, la industria audiovisual genera el 0,4% del PIB del país (2016), donde la **animación digital** representa el 1% dentro de esta categoría, es decir, cerca de **2,8 millones de USD** en términos de valor agregado del PIB, con un **crecimiento anual de +13,3%** en promedio durante los últimos cinco años. Si bien es un sector aún **pequeño**, está integrado por más de **62 empresas** con un estimado de **560 empleos directos**, con estructuras moderadas de entre **2 y 25 colaboradores** y donde una mayoría (65%) inició operaciones hace **7 años o menos**, así como otras (9%) con extensa trayectoria en el mercado (15 años o más).

En términos de **oferta**, su cartera está compuesta por **30 principales servicios**, 21 en categorías de **animación** y 9 en otros **complementarios**; donde **ilustración** (72% de empresas), **motion graphics** (71%) y **animación 2D** (71%) son los más desarrollados; mientras que cerca de la mitad del sector tiene una especialización en técnicas 2D y 3D. Estos servicios son versátiles en aplicaciones tanto en el ámbito **publicitario** como en desarrollos de **propiedad intelectual** (series y cortometrajes, por ejemplo). Por otra parte, en **ventas**, sus principales clientes se ubican en verticales de **entretenimiento-cultura** (62% de empresas), **publicidad** (41%) y **academia** (41%), con exploración además de **sectores no tradicionales** como dispositivos médicos, electrónica e ingeniería donde podría existir un potencial para **encadenamientos** más especializados con industrias locales en zona franca.

El sector posee una clara orientación a la **exportación**, donde el **42% exporta directamente** y para quienes el **40%** del total de sus ingresos es producto de **ventas internacionales**, con **Estados Unidos** (79% de empresas), **Canadá y México** como principales mercados; y con una **oferta exportable** robusta en animación 2D (63% de empresas), motion graphics, ilustración y animación 3D.

Por otra parte, el sector posee **retos en su ecosistema**: **i)** escasos **fondos públicos** concursables; **ii)** inexistencia de **acuerdos de coproducción internacional**; **iii)** limitados espacios para la **integración** del sector; y **iv)** bajo posicionamiento del **recurso creativo** en otros mercados. Estos desafíos conviven con **diferenciales de valor agregado** en: **i) recurso humano** especializado; **ii)** servicios **complementarios** apreciados a nivel internacional (doblaje, voces, edición de sonido); y **iii)** apertura para el desarrollo de **coproducción internacional**, donde se han generado experiencias positivas (33% del sector ha coproducido) y donde el **68%** posee actualmente proyectos e ideas abiertas a coproducción.

Objetivo General

Conocer el perfil del sector costarricense de la animación digital en términos de servicios ofertados y capacidades para el desarrollo de modelos de coproducción internacional

Objetivos Específicos

- 1. Contextualizar la dinámica internacional del mercado de la animación digital**
- 2. Determinar el impacto del sector de la animación digital en la economía costarricense**
- 3. Identificar las características principales de la oferta costarricense de la animación digital**
- 4. Comprender las experiencias de empresas costarricenses en modelos de coproducción internacional**



Metodología

- 1. Identificación de estudios costarricenses de animación digital y empresas del ámbito audiovisual que desarrollan servicios de animación.**
- 2. Diseño y aplicación de una encuesta a este grupo de empresas:**
 - **Tamaño de la muestra:** 36 empresas
 - **Servicios identificados:** 21 de animación digital / 9 otros complementarios
 - **Perfil de entrevistados:** 65% Director general / 15% D. creativo / 10% Animadores / 10% Otros
- 3. Entrevistas a empresas y a entidades del ecosistema local de cultura y animación.**
- 4. Desarrollo de informe final**



Contenido

CAPÍTULO 1

El mercado global de la animación digital

CAPÍTULO 2

La animación digital en la economía costarricense

CAPÍTULO 3

Características de la oferta costarricense de animación digital

CAPÍTULO 4

Experiencias del sector en modelos de coproducción



CAPÍTULO 1.

El mercado global de la animación digital



Industria global de la animación:

Tiene un valor de **270 mil millones** de USD (2018)

Entre 2010-2018:

El mercado creció a un promedio anual del **10% (CAGR)**

A 2022 se proyecta:

Un crecimiento del **4% (+11 mil millones de USD)**

Dinamizador de la industria:

Streaming, mercado de 3 mil millones USD y 8% crecimiento

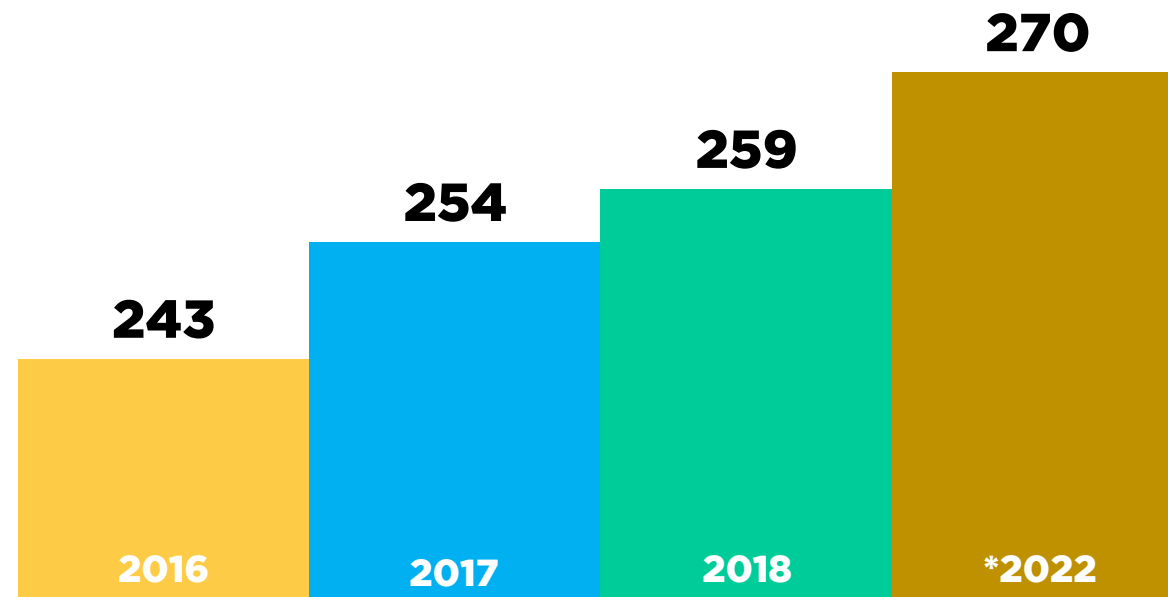
Productores clave en la industria:

- Estados Unidos
- Canadá
- Japón
- Francia
- Reino Unido
- Corea del Sur
- Alemania



Acelerado desarrollo de **países asiáticos** como proveedores de servicios y socios en coproducción, principalmente para Europa y Estados Unidos, como: **India, Filipinas, China**

Mercado global de la animación (miles de millones USD)



CAPÍTULO 2.

La animación digital en la economía costarricense





- El valor agregado cultural representa **\$1.192 millones de USD** (2,3% del PIB)
- Esto significa un **crecimiento anual del 8%** promedio en los últimos cinco años (2011-15)
- Más de **11.363 empresas** y establecimientos participan en la economía cultural
- La cultura genera **42.664 empleos** (2,1% de personas ocupadas en el país)

Costa Rica posee la **1º Cuenta Satélite de Cultura de Centroamérica y Caribe, 7º en el mundo. Es administrada por las siguientes entidades:**



En contraste con otros mercados...

La economía cultural representa:

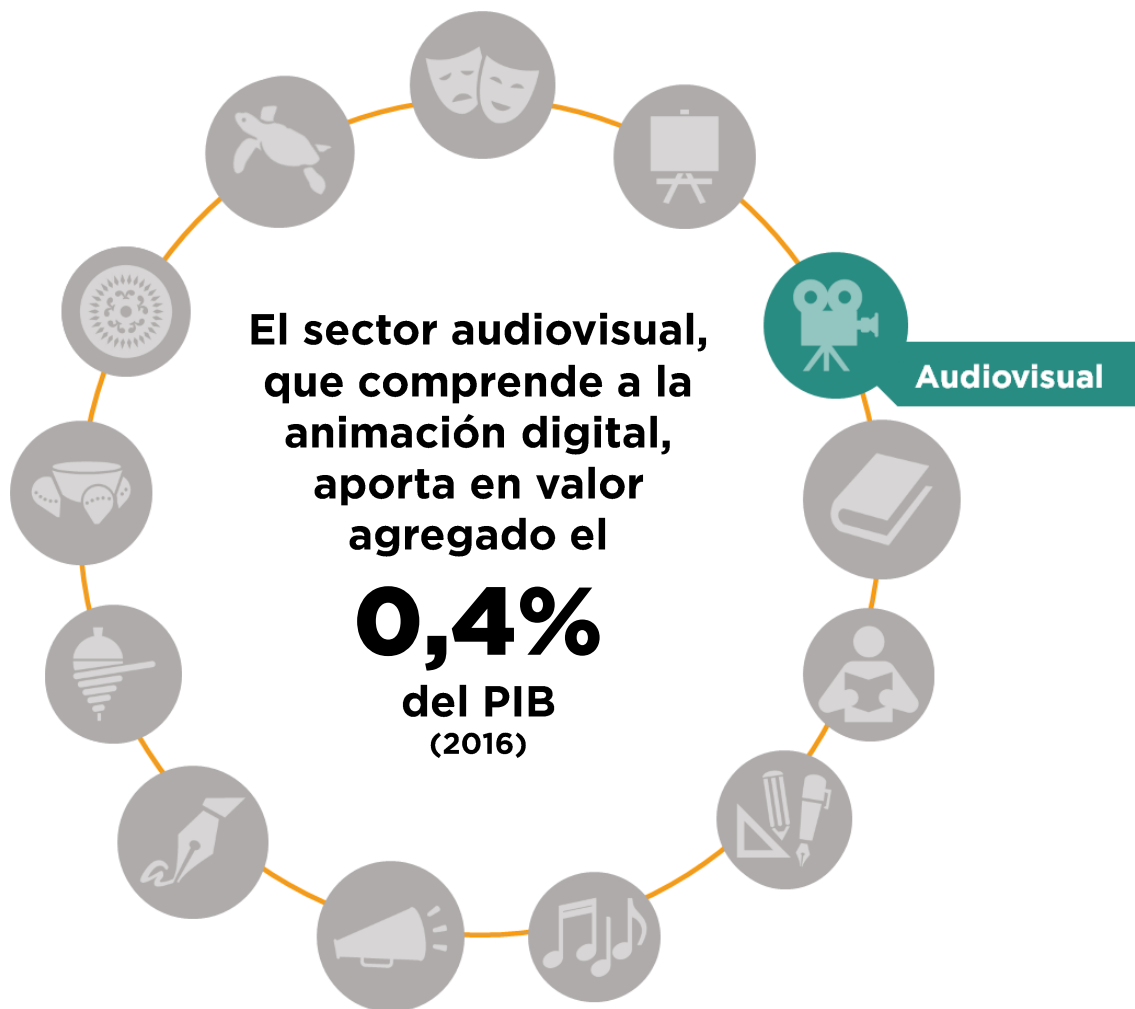


2,2% del PIB
(\$1.192 millones USD)



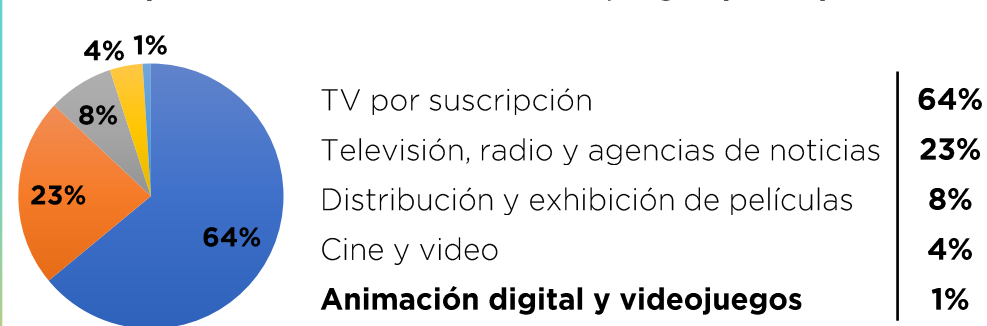
2,2% del PIB
(\$5.170 millones USD)





- El valor agregado del **sector audiovisual** representa **\$252 millones de USD** (0,4% del PIB), es decir, el **21% de la economía cultural**.
- Esto significa un **crecimiento del 8%** promedio en los últimos cinco años (2012-16), es decir, a una **tasa igual de dinámica** que el total de la economía cultural.
- Está integrado por actividades como cine, **animación digital**, televisión y radio, principalmente.
- Cerca de **497** empresas y establecimientos participan del sector audiovisual, así como **9.600 empleos** (26% del total de empleos culturales).

Composición del sector audiovisual, según participación:



Participación de la animación digital en el PIB de Costa Rica (2016)

Actividad	Millones CRC	Millones USD	% Estructura
Producción	₡2 930,1	\$5,3	100,0%
Consumo intermedio	₡1 385,4	\$2,5	47,3%
Valor agregado PIB	₡1 544,7	\$2,8	52,7%

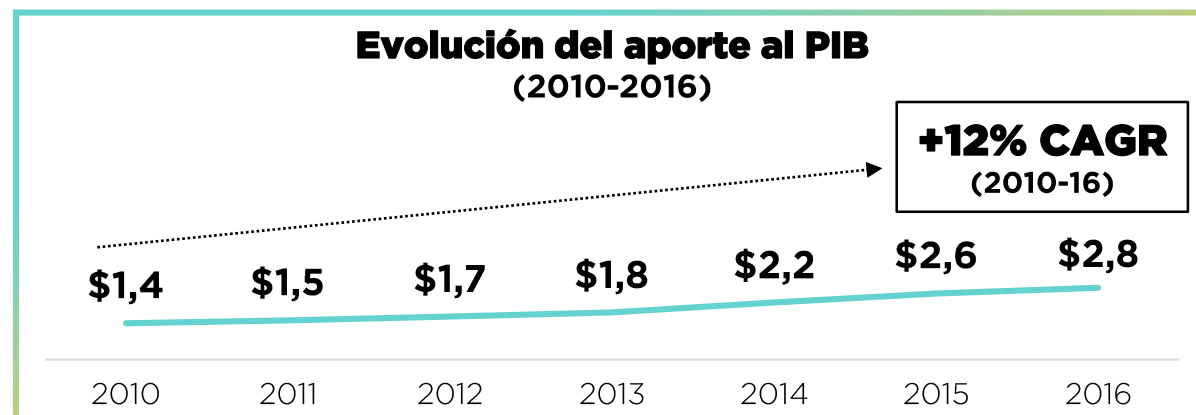
\$ Producción económica:
2,8 millones de USD

🏢 Cantidad de establecimientos:
84 empresas

👤 Personas en la actividad:
560 empleos (est.)



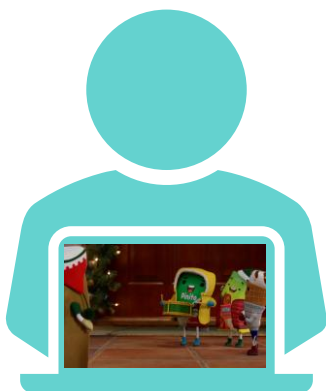
Evolución del aporte al PIB (2010-2016)



CAPÍTULO 3.

Características de la oferta costarricense





26% del sector
Profesionales independientes
(+145 personas)



Resulta compleja la **trazabilidad** total de *freelancers* que participan, no obstante se proyecta que alcanza el 26% del sector, es decir, cerca de **145 personas**. Esta cifra es **superior** cuando se contabilizan a animadores que trabajan en áreas de **marketing, publicidad o academia**



74% del sector
Empresas jurídicas
(62 empresas)



Se estiman cerca de **62 empresas** que desarrollan servicios de animación digital, la mayoría como una actividad **secundaria** que complementa sus servicios para la industria de publicidad o marketing; mientras que para un grupo de **entre 10 a 15 estudios** la animación es su **trabajo principal**

Estimaciones a partir de registros de la cuenta satélite de cultura del Banco Central y Ministerio de Cultura, así como empresas identificadas por PROCIMER



Colaboradores fijos:

Entre 2 y 25

Integran normalmente a los estudios de animación costarricenses, con un tamaño ampliado cuando se consideran a los freelancers que se involucran según demanda

Colaboradores outsourcing:

Entre 2 y 30

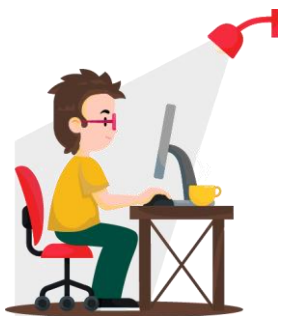
Es el rango de **colaboradores externos** que se integran a las empresas temporalmente **según demanda por proyectos especiales**



- Las **empresas** que desarrollan animación como una actividad secundaria tienen **características diferenciadas**:
 - **Mayor tamaño en estructura y planilla**, cuyo rango de trabajadores puede oscilar entre **30 y 96 personas**.
 - Integrados por una amplia **variedad de profesiones**, no solo animación o diseño gráfico.
 - Poseen **alianzas comerciales, son filiales o representaciones** de empresas madre extranjeras del ámbito publicitario.
- No obstante, **no es habitual** que incluyan a colaboradores externos, con máximo 5 freelancers.



¿Cuál es el perfil académico del sector?



- ✓ **Animador digital**
- ✓ **Diseñador gráfico**
- ✓ **Técnico 2D-3D**
- ✓ **Especialista de efectos visuales**
- ✓ **Ilustrador**
- ✓ **Diseñador publicitario**
- ✓ **Programador informático/videojuegos**

Se encuentran además **otros perfiles** diferenciados:

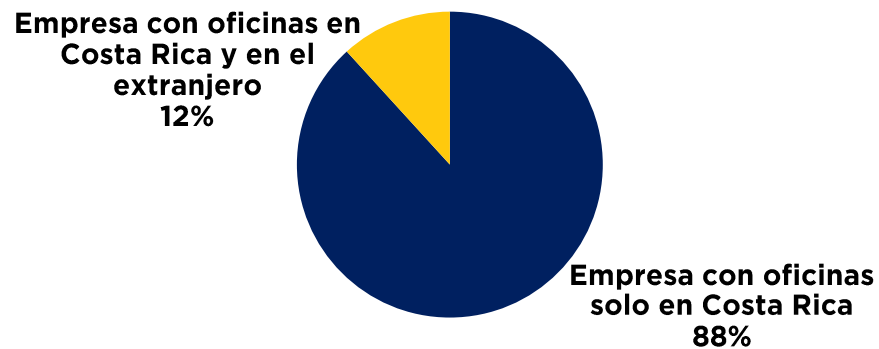
- Ingeniero en sonido
- Diseñador web
- Ingeniero informático
- Mercadólogo

Así como puestos administrativos relacionados.

Video no reproducible en formato PDF

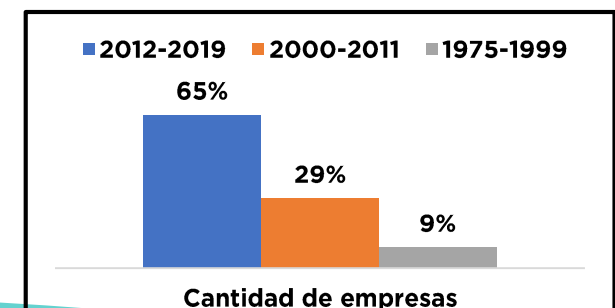


¿Dónde poseen filiales o alianzas en el extranjero?



- La mayoría de empresas está instalada únicamente en **Costa Rica (88%)**.
- Se identifican algunas empresas de **carácter publicitario** (cuyas actividades de animación son secundarias) con presencia en el exterior, tanto a nivel de **oficina, filial o representación**.
- Dada la naturaleza de esta actividad, gran parte de los estudios expresan que el contar con una filial o modelo similar en otro país no resulta esencial como parte de su **modelo de negocios**.
- Por otra parte, esto se explica también en la antigüedad de las empresas, que tienden a ser jóvenes (8 años promedio)

Año de inicio de operaciones:



¿Cómo se asocia y colabora este sector?



Creado inicialmente en 2012 como **Costa Rica Animation Holding** y relanzado en 2018 como **Animation Costa Rica**, constituye un consorcio integrado por cerca de 7 estudios de animación, que buscan:

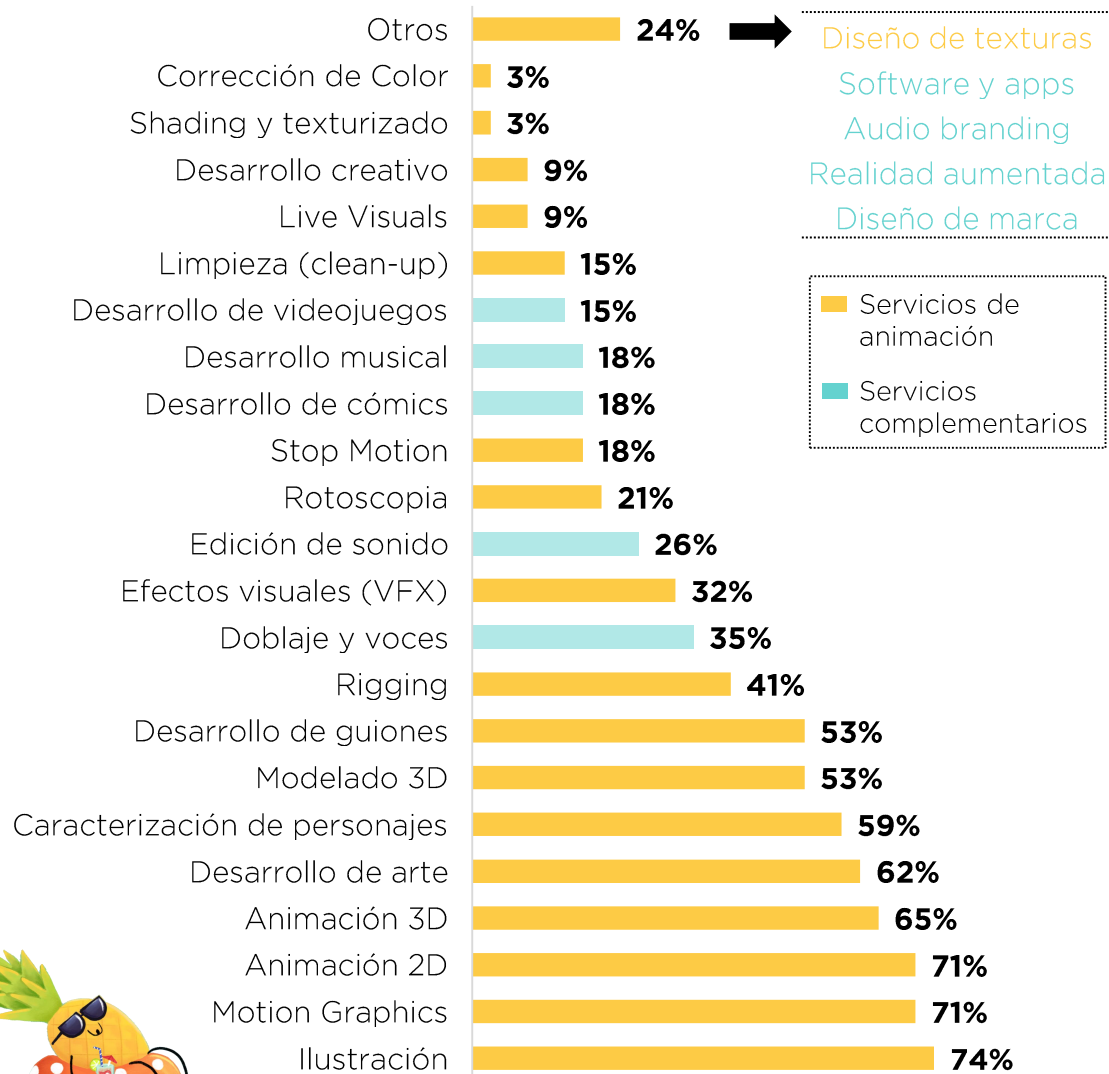
- **Promover la oferta animada costarricense en el exterior**
- **Impulsar el desarrollo de política pública**
- **Operar de manera colaborativa para el intercambio de experiencias y complementariedad en el desarrollo de proyectos**
- **Estimular un contacto más directo y estratégico con potenciales compradores o distribuidores internacionales**

Entidad	Empresas
Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación	13%
Animation Costa Rica	10%
Comunidad de Empresas de Comunicación de Costa Rica	5%
Asoc. de Desarrolladores de Videojuegos de Costa Rica	3%
Asociación de Diseñadores y Comunicadores Visuales	3%
Cámara de Comunicación Comercial	3%
Consorcio Audiovisual de Costa Rica	3%
Ninguna	60%



¿Qué servicios de animación y complementarios oferta este sector?

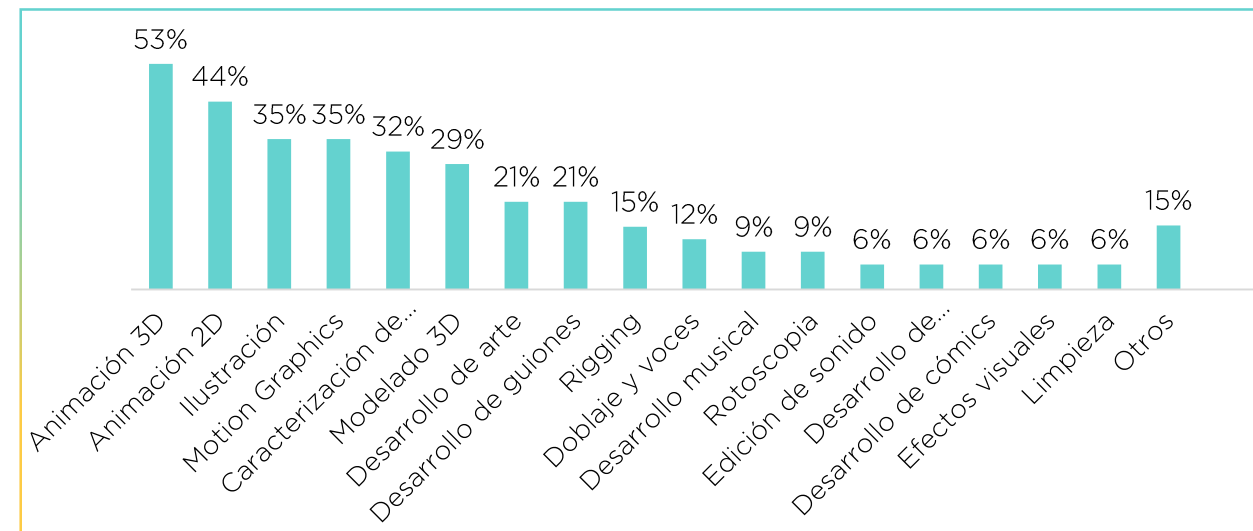
% de empresas que ofrecen el servicio:



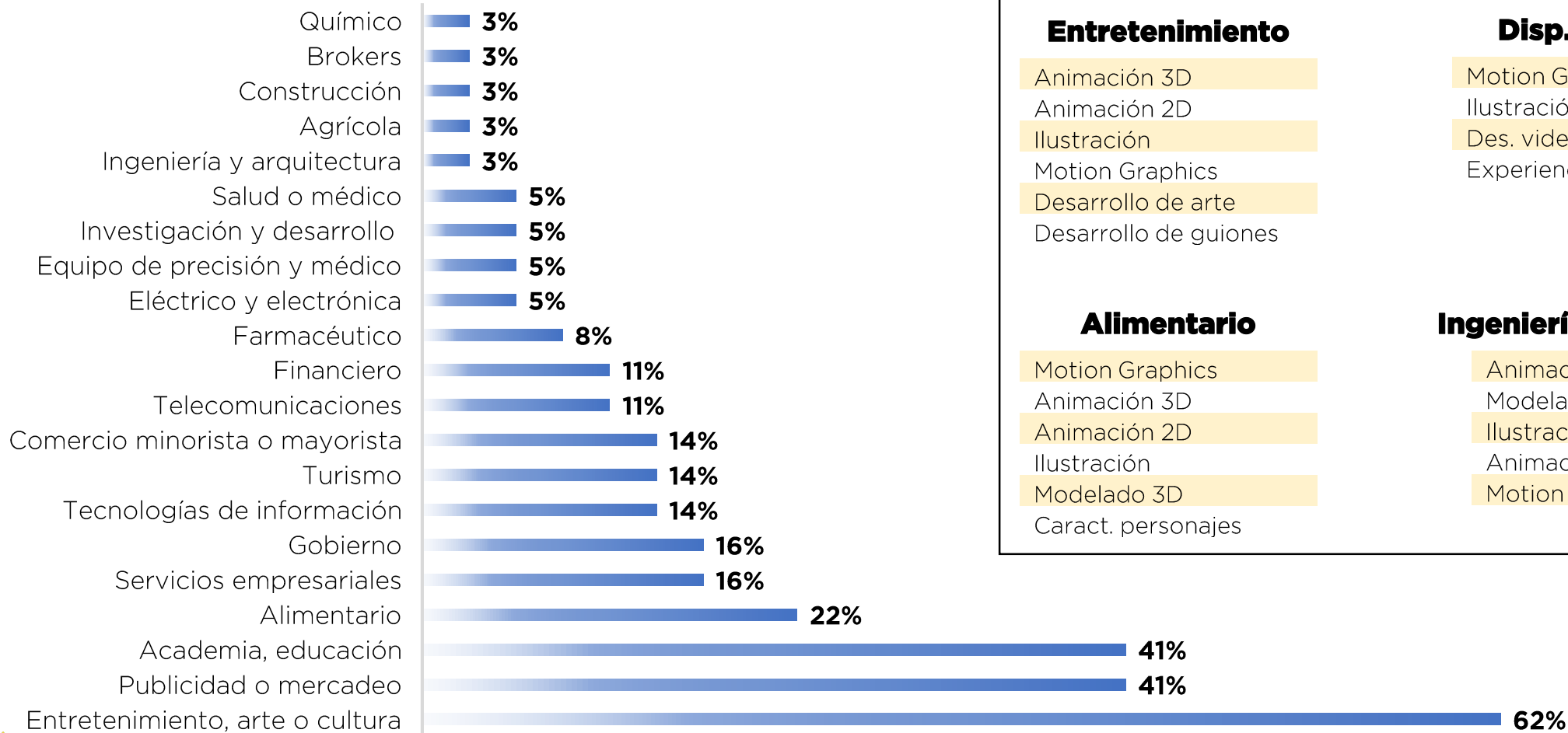
Cantidad de servicios ofertados por empresa:
11 en promedio

Empresa con más servicios ofertados:
20

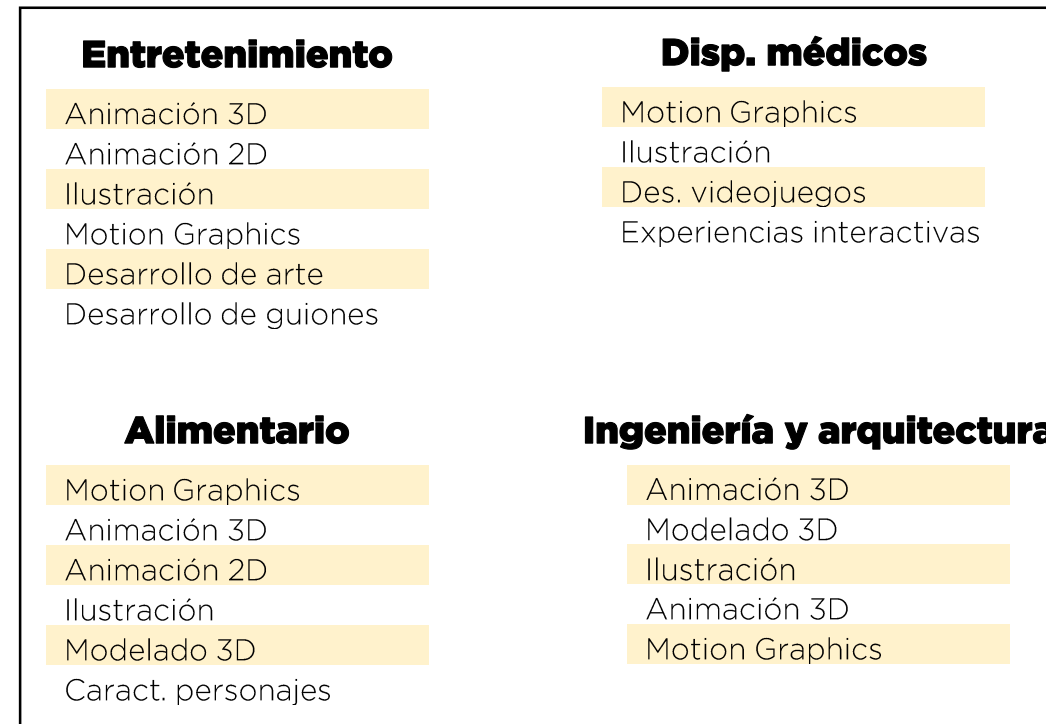
Áreas de especialización de las empresas:



% de empresas que venden a vertical:



Principales servicios que consume:



¿Cómo se estructura el perfil de exportación del sector?

% de empresas

17%



Exportación directa:

Los servicios son vendidos y consumidos en el extranjero

25%



Exportación indirecta:

Los servicios son vendidos en Costa Rica y consumidos en el extranjero

25%



Ambas modalidades:

Ventas directas e indirectas

33%



No exporta:

Todas las ventas son locales

42%
de empresas son
exportadores directos



40%
del total de **ventas** del sector
es producto de exportación



% del total de ventas	Cantidad de empresas	% exportadores
De 5 - 39%	11	31%
De 40 - 59%	7	19%
De 60 - 79%	2	6%
De 80 - 100%	7	19%



¿Cuáles son los mercados de exportación y servicios comercializados?

Destino	% empresas que exportan al mercado*
Estados Unidos	79%
Canadá	25%
México	13%
Inglaterra	13%
Australia	13%
Guatemala	13%
Alemania	8%
Francia	8%
Nicaragua	8%
El Salvador	8%
Dinamarca	8%
Panamá	4%
China	4%
Rusia	4%
Honduras	4%
Bélgica	4%
Salvador	4%
República Checa	4%
Japón	4%
Holanda	4%
Malta	4%
Argentina	4%
Total general	100%



- **Estados Unidos, principal socio comercial:**
 - 4 de cada 5 empresas exporta servicios a este mercado
 - Es el destino que más tipos de servicios consume, con 23 categorías en total
- **Guatemala**, principal socio en Centroamérica
- Escasa participación de **Suramérica**
- **Europa**, como región, es el destino para el 21% de exportadores. Misma participación ocurre con **Centroamérica**
- Ventas en mercados **no tradicionales** como Japón, Malta, Rusia y Australia

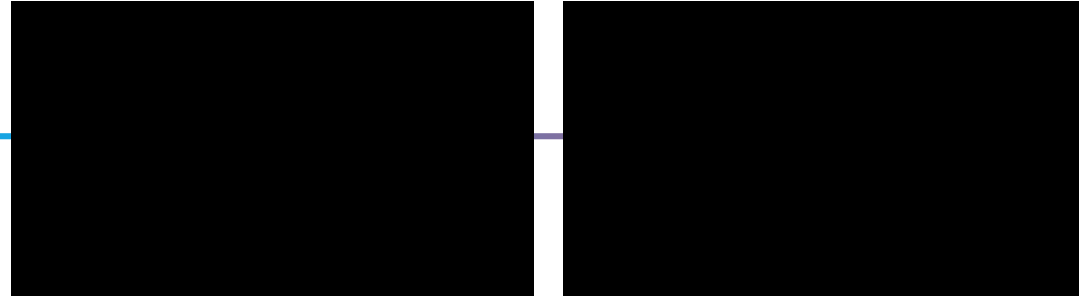
Animación 2D constituye base exportable del país, así como Motion Graphics, Ilustración y Animación 3D



Servicio	% empresas que exportan el servicio*
Animación 2D	63%
Motion graphics	46%
Ilustración	38%
Animación 3D	38%
Desarrollo de arte	29%
Caracterización de personajes	21%
Modelado 3D	21%
Rigging	13%
Desarrollo musical	13%
Efectos visuales (VFX)	13%
Rotoscopia	13%
Edición de sonido	13%
Desarrollo de guiones	8%
Desarrollo de videojuegos	8%
Doblaje y voces	8%
Realidad aumentada	4%
Corrección de color	4%
DCP Transfer	4%
Desarrollo de cómics	4%
Stop Motion	4%
Interfaz gráfica p. videojuegos	4%
Desarrollo de aplicaciones	4%
Limpieza (clean-up)	4%

Algunos estudios de animación en Costa Rica:





ROCKET CARTOONS. Experiencia en desarrollo de **propiedad intelectual y coproducción**; así como servicios de animación 2D-3D, desarrollo de arte, limpieza, rigging y gestión de proyectos de animación.

Director: Bryan López
www.rocketcartoons.com



Producciones y propiedad intelectual:



Terror in Doomsville (1 x 22')

Acquired by Cartoon Network Latin America

Are you in the mood for a good horror story? Well the truck drivers from Doomsville can help you with that! *Terror in Doomsville* tells the terrifying but fun mishaps of 4 truckers, who suffer at the expense of a terrible monster haunting the people of Doomsville. A Halloween Special written by the renowned Tommy Donbavand, writer of horror books for children and creator of Scream Street series, produced by BBC.

[Details >](#)



Super Punch (26 x 5')

In Development

What makes you a hero? Is it the cape, the looks, or the fearless attitude to fight crime? Nahhh, none of those. It's the SUPER gloves!

Everyone training at the power gym knows how to control their super gloves...well, everyone except Pitt Power. He tries his best to be a real super hero, but his gloves give him the most random and weird powers everytime he hits a punch.

[Details >](#)



Triple Travis (1 x 90')

Movie In Development

Life was complicated for the very shy Travis Tripleton! Making new friends, participating in class, or even socializing at lunch time was not so easy for him. But that was before he created his Tripleton bracelet! Now is much worse! Travis is now Triple and his two other personalities are his totally opposites. This mix can only mean trouble!



Cocoland (13 x 5')

Co-produced with Animate Studios

Five different and inseparable little friends will learn how to handle their differences by create games and making fun discoveries in their caribbean home town.

[Details >](#)



Kelvin Magnetic - The Voltakid (13 x 11')

Acquired by Discovery Kids EMMA

The universe is full of evil super villains and only an intergalactic super hero named Voltakid is capable of stopping them and saving the universe. Together with his best pal Flux, and his bright minded grandpa Dr. Magnetic, Kelvin will find the most ridiculous and totally absurd ways to save the day.

[Details >](#)



Kip Van Creepy - Delivery Boy (6 x 3')

Commissioned by Dreamworks TV

The good news for Kip Van Creep is that he got his first gig. The bad news is he was hired as a delivery boy in the spookiest place on earth. As the only human around he delivers pizza to hungry and scary monsters all over town.

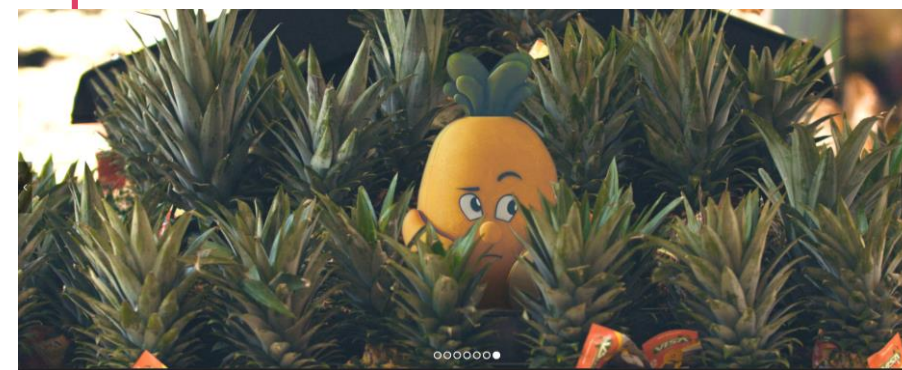
[Details >](#)

studioático

ÁTICO. Experiencia en **desarrollo creativo** orientado al ámbito publicitario, con servicios de **live action**, animación 2D-3D y motion graphics.

Director de animación: André Infante
www.studioatico.com

Video no reproducible en formato PDF



Animate Studio

ANIMATE. Desarrollo de servicios de **storyboard**, diseño de personajes, modelado 3D, texturas, rigging, iluminación y composición.

Experiencia en **propiedad intelectual** (Cocoland) y en **coproducción**.

Director: Pablo Torres

www.animatestudio.com



Cocoland (Pilot)

2017. Short film by Pablo Torres & Celeste Torres.
Production: Animate Studio.
Music by Alonso Torres and Herbert Ginton. 2:58'



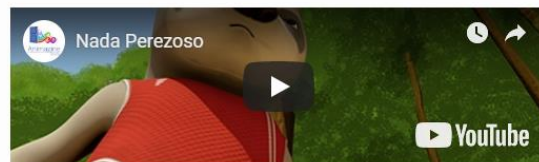
Mayo Abejón

2017. Song by Elena Zúñiga.
Production: Animate Studio.
Animation: Celeste Torres.



Chucho

2013. Short film by Pablo Torres
script and storyboard: Pablo Torres.
Character design: Alfonso Vargas
Arturo: J. ...



Nada Perezoso

2011. Short film by Pablo Torres & Daniela Lizano
Music by Alonso Torres
2:39'



Video no reproducible en formato PDF



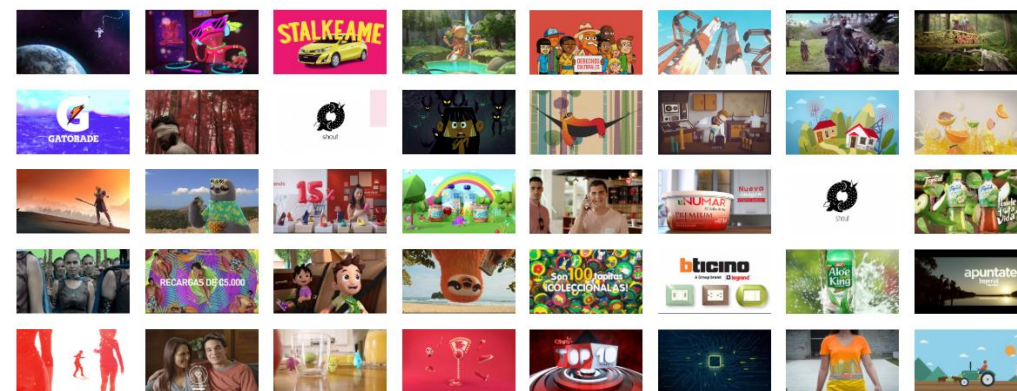


SHOUT. Experiencia en **diseño de personajes**; animación 2D y 3D, motion graphics, VFX y servicios de post producción; así como en otros ámbitos **diferenciados** como:

Realidad virtual y aumentada; videojuegos y **propiedad intelectual.**

Director: Daniel Rodríguez

www.estudioshout.com



i. Limitado rol del Estado en el financiamiento del sector

El sector no posee un **fondo público concursable** exclusivo, solo el **Fondo Fauno**, una fuente pública del Ministerio de Cultura y el Centro de Cine que alcanza aproximadamente los 200 millones de colones, abierta para todo el sector audiovisual y sujeta a aprobación de presupuesto por parte del Gobierno. De forma positiva, existe en trámite legislativo un **proyecto de ley** que busca canalizar recursos para el sector audiovisual (por definir, sujeto a aprobación, modificaciones o rechazo legislativo).

ii. Limitaciones para la coproducción internacional

La inexistencia actual de acuerdos audiovisuales con otros mercados limita el desarrollo de coproducción con otros mercados, quienes sí poseen estos instrumentos (así como más fondos públicos). Esta situación hace a **Costa Rica un socio menos atractivo** para producir y limita a las empresas a **unir esfuerzos** para alcanzar distribuidores de peso, o bien realizar animaciones más ambiciosas (especialmente largometrajes y series).

iii. Mayor experiencia en atracción de inversión privada

Al tener limitados recursos públicos, el sector ha generado necesariamente una mayor experiencia en la captación de **recursos privados, modelos de coproducción privada a nivel local y asociación** con otros ámbitos productivos para el desarrollo. Este *know-how* es **positivo** desde la perspectiva de que el sector ha madurado en sus estrategias de financiamiento internacional; y **desfavorable** en términos de competitividad si se considera que otros países latinoamericanos cuentan con recursos públicos mucho más amplios.

iv. Necesidad de mayor articulación en el sector

Si bien es un sector pequeño, posee limitados espacios de interacción entre sí, especialmente cuando se consideran a los grupos de empresas altamente orientadas a **publicidad** y aquellas con orientación a desarrollo de **propiedad intelectual**. No obstante, en años recientes se han impulsado **esfuerzos para mejorar la asociatividad**, como la conformación de un **consorcio** de estudios de animación, así como mayor cercanía del sector al desarrollo de **política pública** en el **Ministerio de Cultura**.



v. Bajo posicionamiento internacional del recurso creativo

En diferentes espacios de interacción internacional (ferias, visitas a mercados, entrevistas) con animadores o compradores del sector, se ha resaltado el buen talento humano a nivel técnico, así como su **especialización en técnicas 2D-3D**, que en cierta medida le posicionan como un **profesional versátil**, con alto nivel de adaptación a diferentes proyectos (sea contenido de propiedad intelectual o servicios animados para publicidad). Sin embargo, el sector ha sido **poco efectivo** en posicionar habilidades en el **ámbito creativo (escritura de guiones, conceptualización y similar)**, especialmente en productos de propiedad intelectual. Esto es comprensible al considerar que la tasa de productividad para propiedad intelectual es más limitada debido al limitado financiamiento.

vi. Familiaridad entre el sector privado y academia

Si bien no se presentan modelos de **asociatividad productiva** (como en Chile donde estudios privados producen y operan desde la academia), al ser un sector pequeño existe **cercanía** entre ambos, donde muchos de los animadores son a su vez **profesores** o asociados a las Universidades.

vii. Recurso humano profesional y competitivo

Una amplia **oferta académica** en formación de carreras, técnicos o especializaciones, en universidades como: **Veritas, Ulacit, Creativa, Latina, CETAV**, entre otros, ha permitido el desarrollo de un recurso humano bien preparado a nivel técnico, y con especializaciones tanto en **2D como 3D**, atributos que PROCOMER ha comprobado son destacados por otros mercados, como Chile, Panamá y Colombia.



CAPÍTULO 4.

Experiencias en coproducción de animación digital



33%

de los estudios de animación costarricenses ha realizado coproducción de animación con empresas en el extranjero



- ✓ Estados Unidos
- ✓ Canadá
- ✓ Irlanda
- ✓ Dinamarca
- ✓ República Checa
- ✓ Uruguay
- ✓ Colombia

68%

de los estudios de animación costarricenses poseen actualmente proyectos, ideas o desarrollos abiertos a coproducción internacional



La mayoría de proyectos orientados a contenido infantil para distribución masiva digital



Perfil de la

Animación digital en Costa Rica

esencial
COSTA
RICA

PROCOMER
COSTA RICA *exporta*



Erick J. Apuy
Dirección de Inteligencia Comercial
Diciembre 2019