

**Mapeamento  
da Infraestrutura do  
Audiovisual  
na Cidade de  
São Paulo**



Preparado por  
Iniciativa Cultural –  
Instituto das Indústrias Criativas  
Realizado para SPCine  
São Paulo, 26/06/2024

---

Organização



Realização



Cooperação técnica/ jurídica



## 0 relatório consolidado

Esta apresentação consolida dados das duas fases do Mapeamento da Infraestrutura do Audiovisual na Cidade de São Paulo – **Qualitativa e Quantitativa**.

### **Os principais objetivos do projeto são:**

Fornecer subsídios para atender à demanda atual e futura de produção audiovisual na cidade de São Paulo.

Mapear a infraestrutura técnica cinematográfica e de outros segmentos do audiovisual.



# Infraestrutura

## Definição

suporte, ger. escondido ou invisível, que é **base indispensável** à edificação, à manutenção ou ao **funcionamento de uma estrutura concreta** ou **abstrata**, visível ou percebida racionalmente.

## Base indispensável, envolve aspectos:

*Tecnológicos (Equipamentos)*

*Estúdios*

*Pós-produção/ VFX*

Internet

Espaço físico ocupado

Urbanísticos

Humanos / Talentos

Tributários

Trabalhistas

Sistema de informações econômicas (classificação das empresas)

Políticas Públicas



# Infraestrutura

## Definição

suporte, ger. escondido ou invisível, que é **base indispensável** à edificação, à manutenção ou ao **funcionamento de uma estrutura concreta** ou **abstrata**, visível ou percebida racionalmente.

## Base indispensável, envolve aspectos:

*Tecnológicos (Equipamentos)*

*Estúdios*

*Pós-produção/ VFX*

Internet

Espaço físico ocupado

Urbanísticos

Humanos / Talentos

Tributários

Trabalhistas

Sistema de informações econômicas (classificação das empresas)

Políticas Públicas



**ESG – Governança ambiental, social e corporativa**

# Estrutura do relatório

1.

## Contexto atual e atuação das empresas

- A atuação das empresas
- Áreas de atuação
- Segmentos do audiovisual paulistano
- Principais atividades oferecidas
- Desafios
- (Im)Previsibilidade do setor
- Infraestrutura
  - Políticas públicas
  - Concorrência com filmes estrangeiros
  - Qualificação da mão-de-obra
  - Vida útil dos equipamentos
  - Localização geográfica
- Faturamento
- Tempo em atividade
- Contato com ESG

2.

## Profissionais, equipamentos e infraestrutura

- Profissionais – trabalho presencial e remoto
- Equipe fixa e contratação temporária
- Profissionais – qualificação
- Uso da Internet
- Área ocupada e compartilhamento de espaço
- Capacidade instalada
- Estrutura de custos
- A importância do financiamento para melhoria da infraestrutura
- Regulamentação do VoD
- Impacto urbanístico
- Cenas externas

3.

## Inventário

- Posse de itens estruturais do audiovisual
- Detalhamento por item:
  - Softwares
  - Câmeras
  - Estúdios de áudio
  - Computadores
  - Estúdios de filmagem
  - Maquinaria
  - Energia
  - Movimento de câmera
  - Iluminação
  - Acervos
  - Diversos

4.

## Expansão e futuro

- Desafios para a expansão
- Desafios das empresas para o futuro
- Crescimentos e retrações
- Perspectivas para os próximos anos



# Detalhamento metodológico



O relatório consolidado

## Como fizemos



Etapa

### QUALitativa

Metodologia	Público Alvo	Data
Realização: <b>9 entrevistas em profundidade</b> duração média de 1,5 horas	Executivos da área do Audiovisual na cidade de São Paulo	Entrevistas realizadas entre 20/11/2023 e 07/02/2024

Etapa

### QUANtitativa

Metodologia	Público Alvo	Data
Questionário estruturado <b>191 entrevistas</b> duração média de 20 minutos	Executivos da área do Audiovisual na cidade de São Paulo	Entrevistas realizadas entre 23/01/2024 e 07/06/2024

Considerações

metodológicas da fase

Quantitativa



# Mapeamento da Infraestrutura do Setor Audiovisual na Cidade de São Paulo

*Não se gerencia o que não se mede,  
não se mede o que não se define,  
não se define o que não se entende, e  
não há sucesso no que não se  
gerencia*

W. Edwards Deming

## Quem somos, quantos somos, quanto produzimos, com o que produzimos, para quem produzimos?

Qualquer intervenção ou necessidade de atuação específica em um setor depende de um conhecimento profundo sobre suas características e a dinâmica dos principais agentes que nele atuam.

Apesar da abundância de dados públicos sobre diversas áreas, existem definições conceituais, delimitações e a construção de certos focos que, muitas vezes, podem dificultar a compreensão clara sobre o funcionamento de um setor e quais as principais demandas para sua qualificação.

O setor audiovisual no Brasil como um todo, e na cidade de São Paulo em particular, apresenta muitas características que tornam esse desafio bastante complexo.

As principais dimensões da cadeia produtiva do audiovisual são amplamente reconhecidas, e diversos estudos têm procurado contextualizar o tamanho, o peso econômico e a dinâmica interna do setor.

Alguns exemplos incluem:  
"O Impacto Econômico do Setor Audiovisual Brasileiro" (Tendências, 2016);  
"O Impacto Econômico do Setor Audiovisual na América Latina" (Netflix – BID, 2021).

Esses estudos revelam dados importantes que se tornam indicadores **passíveis de serem monitorados ao longo do tempo**, como o peso do segmento no PIB nacional ou local. No entanto, também destacam algumas dificuldades para aprimorar esse conhecimento, como a **falta de uma categorização padronizada e acionável** que permita um acesso mais amplo e científico ao setor, facilitando assim o diálogo com ele.



O estudo realizado para a **SPCine** levou em consideração todos esses aspectos na elaboração do mapeamento da infraestrutura do audiovisual na cidade de São Paulo. Esta pesquisa é singular, pois difere de estudos anteriores que não “dialogavam” diretamente com as empresas do setor, apresentando uma abordagem mais macro, como estudos baseados em dados secundários ou levantamentos quantitativos realizados com amostras intencionais. Na etapa quantitativa, este *survey* buscou ser o mais representativo possível e estabelecer um canal direto com o setor audiovisual.

## A metodologia detalhada a seguir trabalhou com os seguintes pilares:

---

**Definição do que foi considerado setor audiovisual**

---

**Levantamento e análise do universo de empresas que respondessem à definição estabelecida**

---

**Segmentação do universo delimitado**

---

**Desenho de uma amostra de referência**

---

**Critérios de abordagem e elegibilidade**

---

**Trabalhos de campo (entrevistas)**

---

**Análise do processo de abordagem e ponderação.**

---

# Fases da metodologia

Definição do setor audiovisual	Levantamento de empresas dentro da definição	Segmentação do universo delimitado	Desenho de amostra de referência	Critérios de abordagem e elegibilidade	Trabalho de campo (Entrevistas)	Análise de processo e ponderação
<p>A partir do levantamento em diversos estudos e da contribuição de diversos especialistas e entidades, foi considerado um conjunto de 41 CNAEs que compõem o setor, com concentração nos setores 59, 60 e 61.</p> <p>Foram incluídos os setores de games e tecnologia representados pelos setores 62 e 63.</p>	<p>Com o universo delimitado, foram selecionadas empresas que correspondessem à definição (listagem RAIS do IBGE mais recente com microdados, ano de referência 2018) e que tivessem matriz ou filiais na cidade de São Paulo.</p> <p>A listagem resultante foi submetida a um processo de atualização e complementação de dados.</p>	<p>A base resultante, com 70.384 empresas, foi segmentada e agrupada em portes e segmentos dentro do audiovisual, de acordo com o número de funcionários:</p> <p>Portes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grande</li><li>- Médio</li><li>- Pequeno</li><li>- Micro</li></ul> <p>Segmentos (CNAEs):</p> <p>59 60 61 62 63</p>	<p>A análise do universo considerado revelou que micro empresas representavam 93,6% do total de empresas. Foi assumido que temos nessa distribuição uma Curva ABC, onde, provavelmente, os 6% representam praticamente a totalidade do mercado. Com essa redução, o universo inicial considerado foi de 4.504 empresas e, com a complementação dos dados (inserção através de outras fontes, como sites de associações), chegou a 4.988 empresas.</p> <p>Dessa forma, as micro-empresas foram desconsideradas e se estabeleceu uma amostra de referência com cerca de 200 entrevistas.</p>	<p>Para a possibilidade de empresas não mais apresentarem o CNAE registrado, ou que empresas indicadas e que operam no setor, mas com outras categorias de CNAEs fossem contempladas, foi estabelecido um critério amplo de elegibilidade.</p> <p>Para ser elegível, a empresa precisava ter respostas positivas nas perguntas 4 (segmentos), 5 (atuação na cadeia) ou 6 (ter algum tipo de atividade). Respectivamente: segmentos, atuação na cadeia ou ter algum tipo de atividade no audiovisual.</p>	<p>Os trabalhos de campo ocorreram de 23/01 a 07/06/2024.</p> <p>Praticamente todas as empresas foram contactadas mais de uma vez.</p> <p>Em setores como games e realidade estendida, contidos em tecnologia, a expectativa era uma baixa taxa de resposta.</p> <p>Esses contatos foram registrados em uma base de dados com mais de 14.000 contatos que foi analisada e utilizada na etapa de ponderação.</p>	<p>Ao final foram obtidas 191 entrevistas.</p> <p>O perfil dessas entrevistas foi analisado e cotizado com o universo inicial considerado, com o grau de dificuldade para obtenção de entrevistas em determinados segmentos e foi estabelecido um fator de ponderação para que o conjunto de entrevistas representasse o universo considerado.</p>

A partir desse processo, ficou estabelecido que o universo a ser considerado, levando em conta a classificação disponível e suas descrições, consistiria em 41 CNAEs, conforme apresentado na tabela ao lado (pintados em cinza).

1830-0/02	Reprodução de vídeo em qualquer suporte
2099-1/00	Fabricação de filmes fotográficos e cinematográficos
2640-0/00	Fabricação de partes, peças e acessórios para videogames (jogos de vídeo), exceto cartuchos
3240-0/01	Fabricação de jogos eletrônicos
3299-0/00	Fabricação de equipamentos didáticos para ensino experimental e audiovisual
4649-4/07	Comércio atacadista de filmes, cds, dvds, fitas e discos
4762-8/00	Comércio varejista de discos, cds, dvds e fitas
5911-1/01	Estúdios cinematográficos
5911-1/02	Produção de filmes para publicidade
5911-1/99	Atividades de produção, não especificadas anteriormente
5912-0/01	Serviços de dublagem
5912-0/02	Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual
5912-0/99	Atividades de pós-produção, não especificadas anteriormente (efeitos especiais)
5913-8/00	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão (inclui agregadoras)
5914-6/00	Atividades de exibição cinematográfica
5920-1/00	Atividades de gravação de som e de edição de música
6021-7/00	Atividades de televisão aberta
6022-5/01	Programadoras
6022-5/02	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras
6141-8/00	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
6142-6/00	Operadoras de televisão por assinatura por microondas
6143-4/00	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
6201-5/01	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
6201-5/02	Web design
6202-3/00	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
6203-1/00	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não-customizáveis
6203-1/00	Desenvolvimento de sistemas operacionais
6203-1/02	Desenvolvimento de jogos de computador para todas as plataformas
6203-1/03	Atividades de produção, pós-produção, e desenvolvimento de jogos de computador sob encomenda
6204-0/00	Consultoria em tecnologia da informação
6204-0/00	Serviços de customização dos programas de computador
6209-1/00	Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
6311-9/00	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet
6319-4/00	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet
7410-2/99	Design gráfico – atividades de design não especificadas anteriormente
7722-5/00	Aluguel de fitas de vídeo, dvds e similares
8230-0/00	Serviços de organização, produção e promoção de feiras e exposições
8599-6/00	Curso, ensino de informática
9001-9/00	Serviços de efeitos especiais ligados às atividades artísticas
9002-7/00	Atividade de criador de desenho animado
9329-8/04	Exploração de jogos eletrônicos recreativos



# Mapeamento do universo a partir de listagem da RAIS com microdados

 **70.384** nomes

Porte	Setor	Setor					Total
		59	60	61	62	63	
Grande		19	8	0	93	20	140
Médio		107	10	3	599	99	818
Pequeno		558	23	2	2424	539	3546
Micro		19056	259	12	34646	11907	65880
<b>Total</b>		<b>19740</b>	<b>300</b>	<b>17</b>	<b>37762</b>	<b>12565</b>	<b>70384</b>

Porte \* Setor CNAE

## Desafios são muitos – e diversos

Os respondentes apontam **pelo menos seis desafios considerados de grande relevância**, que são enfrentados atualmente pelo setor audiovisual:

1. (Im)Previsibilidade do setor
2. Infraestrutura
3. Políticas públicas
4. Concorrência com filmes Estrangeiros
5. Qualificação dos profissionais
6. Vida útil dos equipamentos digitais



# Faturamento pelas atividades – Total da Amostra

As nove primeiras atividades concentram 47% do faturamento das empresas paulistanas.

	Total	Demais segmentos do Audiovisual	Games
Produção para internet	9,5	6,1	15,3
Formação técnica para o audiovisual (cursos, treinamentos)	7,6	8,4	6,2
Produção e desenvolvimento de games / jogos	5,9	0,2	15,7
Produção de filmes	5,1	6,4	3,0
Acessibilidade	4,7	7,2	0,5
Trilha sonora e sonorização	4,1	6,5	0,0
Pós-produção	3,8	5,3	1,2
Animação	3,4	4,9	0,6
Locação de equipamentos para filmagens	3,0	4,7	0,0
Mixagem	2,9	4,5	0,0
Estúdio de som	2,8	4,5	0,0
Serviços de pós-produção	2,8	4,4	0,0
Agência / produção de publicidade	2,7	3,7	1,1
Produção de podcast / videocast	2,6	2,3	3,2
Produção de material para XR (realidade aumentada)	2,5	0,7	5,5
Atividades relacionadas à TV aberta	2,4	3,8	0,0
Desenvolvimento de roteiro	2,2	1,8	2,7
Estúdio	2,1	3,0	0,7
Exibição cinematográfica	1,9	3,0	0,0
Produção de séries / novelas	1,8	1,6	2,2

**Base:** (bases ponderadas) Total da amostra (191); Demais segmentos do Audiovisual (121); Games (70).  
 Fonte: P17 (RM-EST) Qual a receita bruta anual da empresa considerando estas faixas? / P7. Considerando estas atividades principais, como você distribuiria a proporção do volume total do faturamento entre elas, em porcentagem?

	Total	Demais segmentos do Audiovisual	Games
Dublagem	1,5	2,4	0,0
Produção virtual	1,3	1,4	1,2
Locação de estúdios para filmagens	1,3	2,0	0,0
Distribuição cinematográfica	1,2	1,9	0,0
Agência de casting	1,2	0,3	2,6
Exibição de material audiovisual	1,1	1,8	0,0
Prestação de serviços de informação e suporte tecnológico, internet	1,0	0,0	2,6
Programadora de TV por assinatura	0,7	1,1	0,0
Cinema services	0,7	0,3	1,3
Exibição de obras audiovisuais	0,7	1,1	0,0
Plataforma de streaming	0,6	0,6	0,5
Restauração de som	0,6	0,8	0,2
Locação de espaços para filmagens	0,5	0,8	0,0
Locação de mobiliário, arte, figurino	0,5	0,0	1,3
Locação de câmeras	0,3	0,5	0,0
Agregadora, empresa de encriptação e masterização	0,2	0,3	0,0
Outros	13,0	1,8	32,4

# ESG - Governança ambiental, social e corporativa

Um assunto que vem cada mais ocupando o centro da pauta corporativa nos últimos anos é a ESG (Governança Ambiental, Social e Corporativa).

O conhecimento sobre o assunto é distribuído da seguinte forma:

	Demais Segmentos do Audiovisual	Games
Nunca ouviram falar sobre ESG	16%	33%
Já ouviram falar, mas ainda não implementaram ações	46%	46%
Estão planejando ou já implementando alguma ação de ESG	37%	21%



2.

Profissionais, equipamentos  
e infraestrutura



# Profissionais

## Trabalho presencial e remoto

Na fase quantitativa, observa-se que há predominância, entre os demais segmentos do audiovisual, de colaboradores trabalhando de forma presencial. Nas empresas de games, a maior parte trabalha remotamente.

De qualquer forma, a localização das empresas é um ponto importante. Empresas de pequeno para médio porte acabam escolhendo locais onde há fácil acesso ao transporte público (metrô, ônibus, trem). A escolha do local físico leva em conta esse critério, mesmo quando a maior parte dos colaboradores trabalha mais de forma remota.

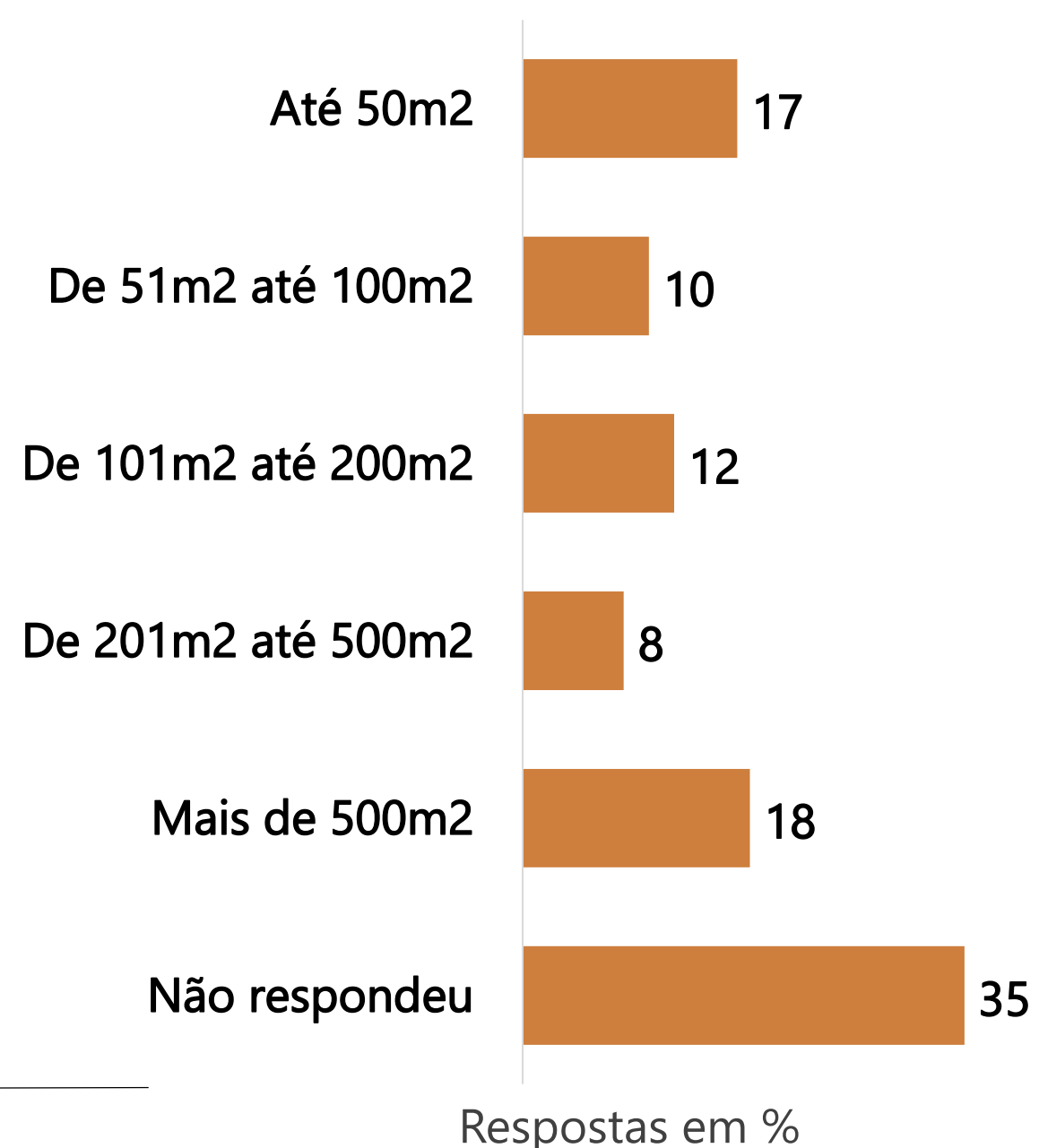
	Total (%)	Demais segmentos do Audiovisual (%)	Games (%)
Colaboradores que trabalham mais presencialmente	61	64	18
Colaboradores que trabalham mais remotamente	39	36	<b>82</b>

# Área ocupada e compartilhamento de espaço

O segmento de Games tende a indicar mais não respostas, pelo fato do trabalho ser majoritariamente remoto e não haver um parâmetro definido para a questão. De qualquer forma, entre os que responderam, é mais comum ter espaços de até 50 m2.

As empresas de porte médio e grande tendem a compartilhar mais os seus espaços.

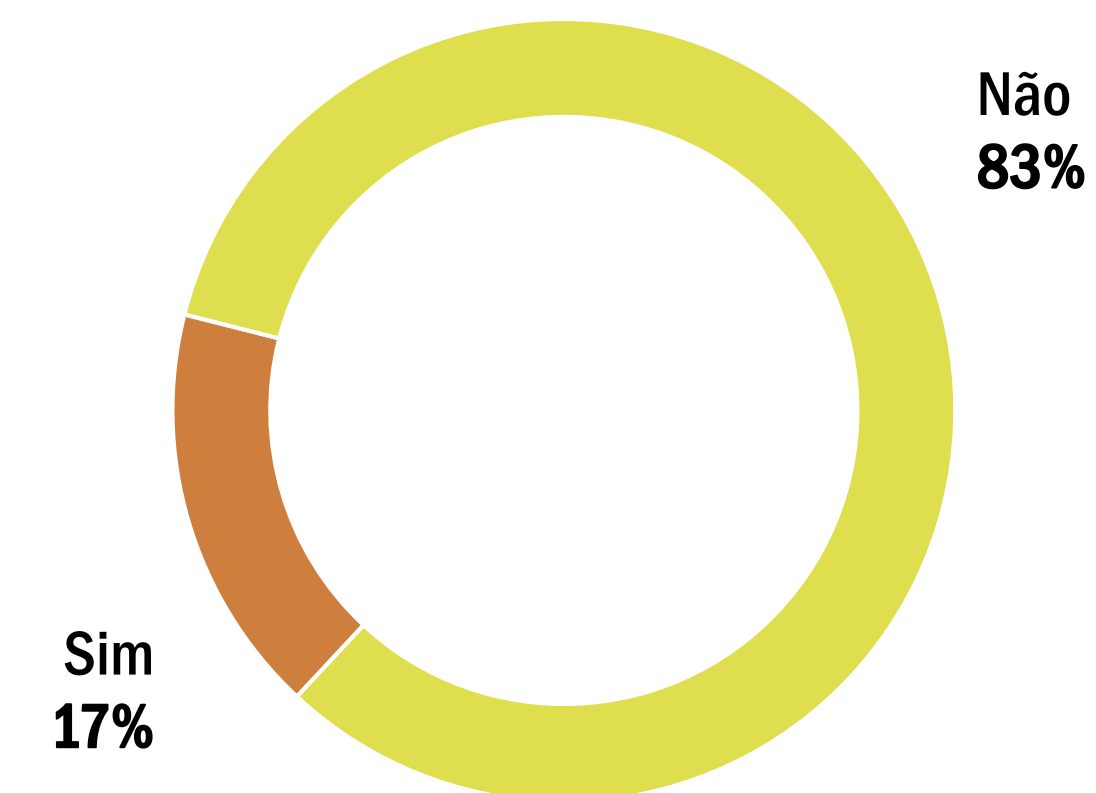
## Área ocupada



	Demais segmentos do Audiovisual	Games
Até 50m2	14	26
De 51m2 até 100m2	7	18
De 101m2 até 200m2	15	9
De 201m2 até 500m2	15	0
Mais de 500m2	26	6
Não respondeu	24	41

## Espaço compartilhado

Demais segmentos do Audiovisual – 84%  
Games – 80%



Demais segmentos do audiovisual – 16%  
Games – 20%

Pequenas – 13%  
Médias + Grandes – 29%

Base: (bases ponderadas) Total da amostra (191); Demais segmentos do Audiovisual (121); Games (70).  
Fonte: P14 (RU-ESP) Qual a área total em m2 ocupada pela empresa? / P15 (RU-EST) Este espaço é utilizado só pela sua empresa ou compartilhado com outras?

# Profissionais

## Qualificação

---

Um ponto citado nas conversas com os participantes (fase qualitativa) é de que as tecnologias utilizadas têm alto grau de complexidade, mas não há foco em educação continuada para que os operadores (técnicos *below the line*) as domine, embora algumas empresas façam treinamentos *"on the job"*.

Há, reconhecidamente, a necessidade de melhorar a qualificação dos trabalhadores no setor audiovisual, de forma a atender a produções de grande escala.

Na fase quantitativa, observamos que a preocupação com qualificação é maior entre as empresas de Games, com incidência maior nessa área de atuação. Embora a porcentagem de empresas dos demais segmentos do audiovisual não seja pequena, Games acaba se destacando nesse item.

	Total (%)	Demais segmentos do audiovisual (%)	Games (%)
<b>Atuação em ensino</b>	<b>43%</b>	<b>37%</b>	<b>54%</b>

# Internet

Em relação a esses pontos, o Audiovisual paulistano parece estar bem coberto, com todas as empresas utilizando, algumas vezes, mais de uma opção de comunicação.

Pelo menos dois em cada três respondentes utilizam a internet "convencional", enquanto há uma quantidade significativa de empresas (com maior destaque para Games) que utilizam os serviços especiais de banda larga das empresas de telefonia.

Posse de itens – Quantidade	Total	Demais segmentos do audiovisual	Games
	% de empresas que possuem ou oferecem	% de empresas que possuem ou oferecem	% de empresas que possuem ou oferecem
Serviços de banda larga "convencionais" das operadoras de telefonia	67	68	68
Serviços especiais de banda larga das operadoras de telefonia	41	29	<b>73</b>
Switchers de produção	25	24	27
Distribuição de sinais ao vivo via SRT ou fibra	16	13	27
Teleporto para recepção via satélite	16	15	18

# Feedback de distintas regiões da cidade

**Os respondentes apontam como é a estrutura atual das regiões onde atuam atualmente:**

---

## Centro da cidade

-Reclamações sobre a internet não funcionar com frequência, nem com fibra ótica.

-Internet "cai" com frequência, atrapalhando as atividades cotidianas.

---

## Pinheiros

Internet funciona sem problemas.

---

## Vila Leopoldina e Vila Hamburguesa

-Conexão LAN to LAN precisou ser feita pela própria empresa, pois se fosse via operadora, seria realizada a um custo inviável.

- Estrutura adequada, mas sendo necessária a contratação de mais de um serviço, pois "depende de qual lado do quarteirão alguma árvore cai durante a chuva".

---

- Por isso, é necessária a contratação de serviços "que vem de diferentes lados", para que se possa utilizar pacotes que não sofram intercorrências dependendo da situação climática.

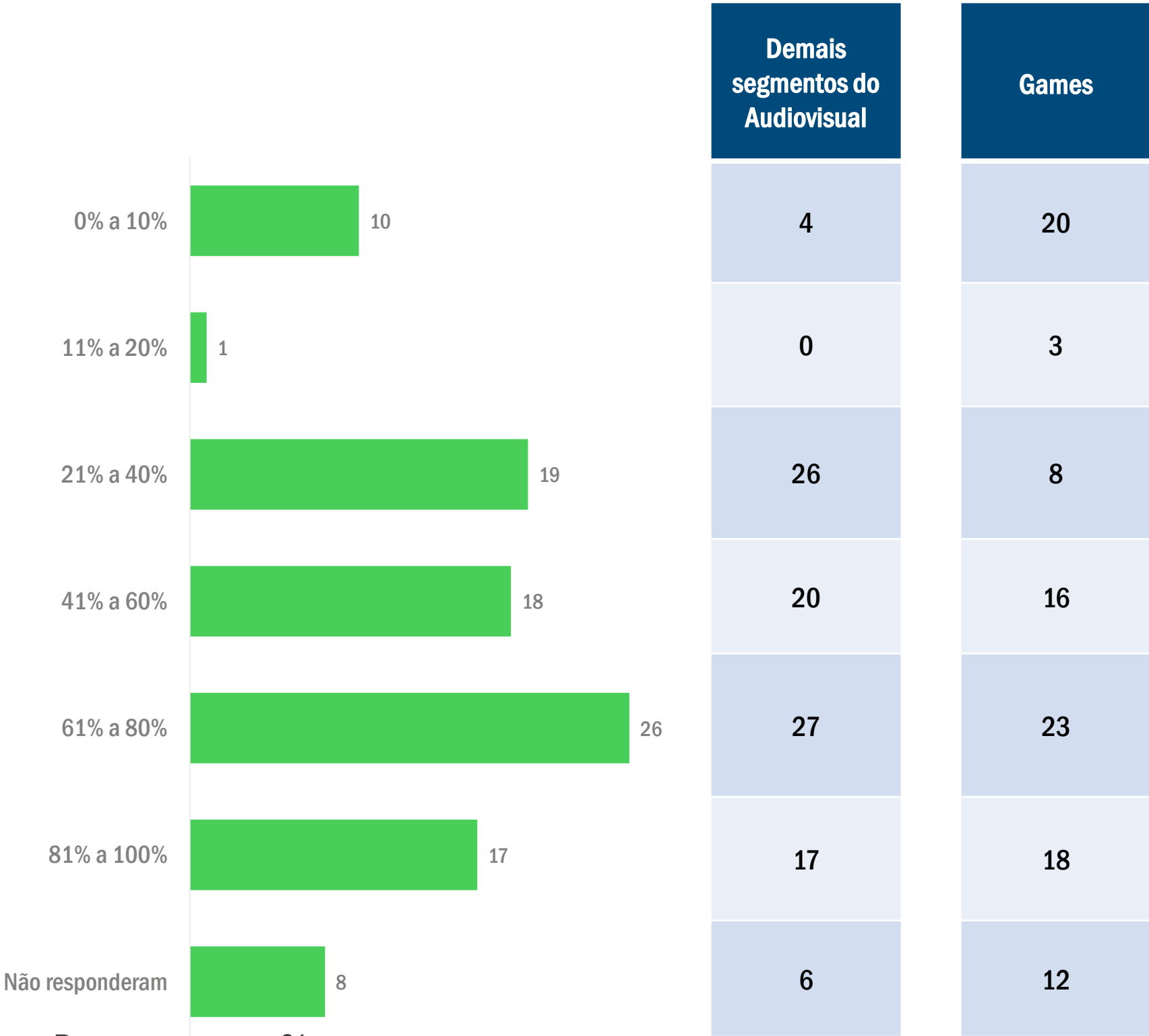
- Além disso, também há a questão de roubos de fios nas ruas, que pode interromper provisoriamente o fornecimento de algum dos serviços contratados.



# Capacidade instalada

A autopercepção da capacidade de ocupação de estrutura está no mesmo patamar que a percepção de como está o mercado.

Estrutura dos respondentes

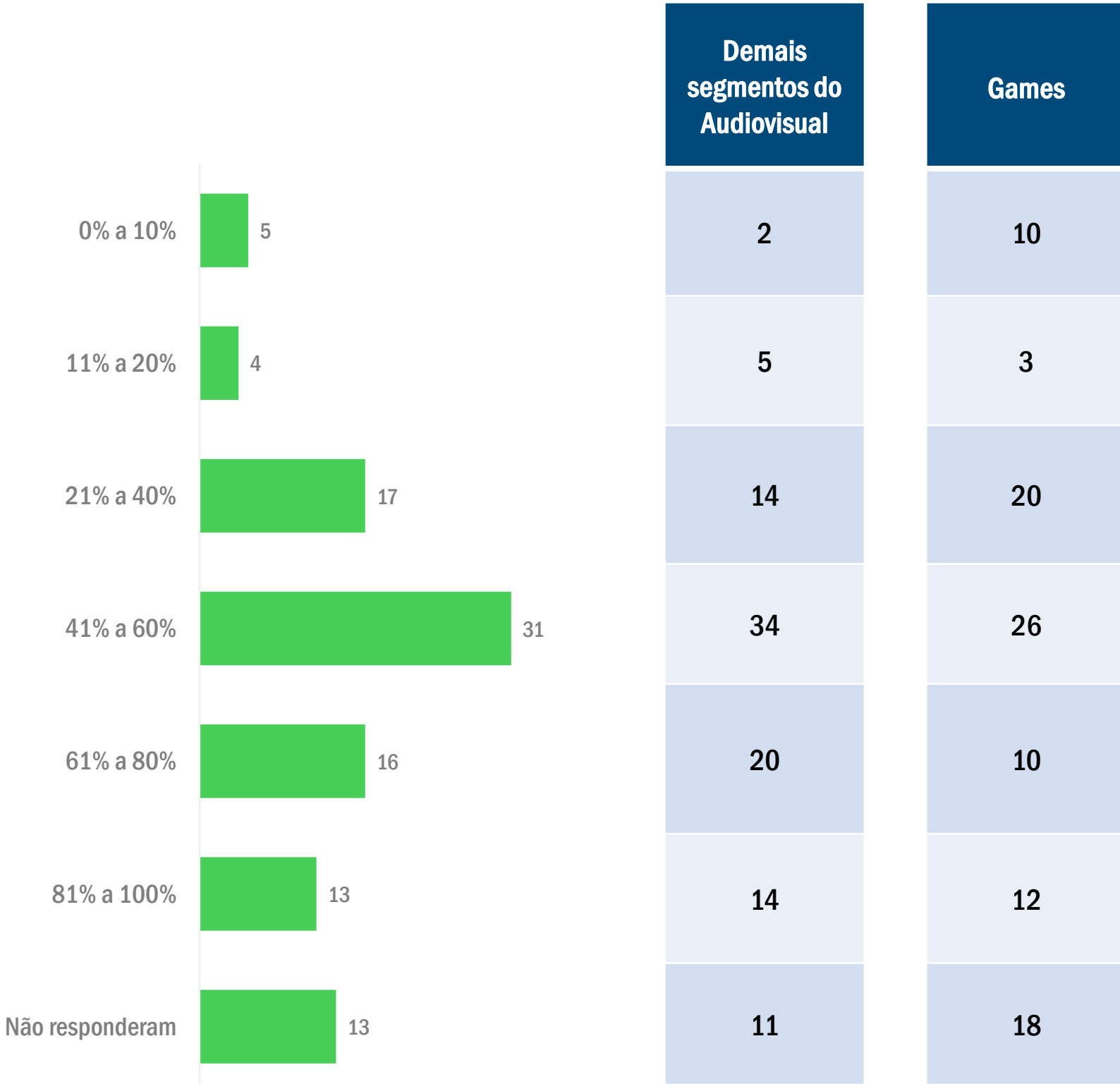


Média 54%

56%

51%

Percepção do mercado



Média 52%

55%

46%

Base: (bases ponderadas) Total da amostra (191); Demais segmentos do Audiovisual (121); Games (70).  
 Fonte: P45 (RU-EST) Considerando essa infraestrutura da sua empresa, você diria que nos últimos 12 meses estão utilizando qual porcentagem dessa capacidade? / P46 (RU-EST) E, pela sua percepção, nos últimos 12 meses, em relação ao setor audiovisual como um todo, você diria que o mercado está utilizando qual porcentagem da capacidade total disponível?

# Capacidade instalada

Uma questão importante, levantada pelo presente estudo, é o **grau de ocupação das empresas do Audiovisual paulistano**, ou seja, a **capacidade disponível de trabalho**. Os números da etapa quantitativa apontam **congruência entre a auto percepção de ocupação das empresas e como acreditam que o mercado esteja ocupado**.

A declaração da atuação das empresas e a percepção do mercado estão bastante próximas de metade da capacidade instalada.

	<b>Total (% média)</b>	<b>Demais segmentos do Audiovisual (% média)</b>	<b>Games (% média)</b>
<b>Estrutura dos respondentes</b>	54%	56%	51%
<b>Percepção do mercado</b>	52%	55%	46%

# Capacidade instalada

Se, por um lado, a questão da capacidade instalada parece ser consensual em relação ao volume de trabalho, o conceito de ociosidade parece ser distinto de acordo com as áreas de atuação abordadas na fase qualitativa. Cada tipo de empresa entende esse conceito de uma forma distinta.

---

## Estúdios

Entre os estúdios, embora a percepção seja de que a ocupação tenha melhorado nos últimos anos, não é possível haver 100% de ocupação, devido aos seguintes fatores:

- O uso nunca é uniforme, havendo períodos do ano nos quais a ociosidade acaba por ser mais acentuada.

- Falta de previsibilidade: enquanto estúdios norte-americanos têm anos de reservas agendadas, no Brasil elas tendem a ser de poucos meses, e mesmo assim com a existência de cancelamentos.

---

## Produtoras

Se as produtoras percebem que terão ociosidade próxima, a tendência é de alugar sua estrutura, diminuindo-a.

Também há a atuação da área financeira em relação ao controle de custos, otimizando os recursos para que haja a mínima ociosidade possível.

---

## Estúdios de Games

Na área de games a ocupação é sempre medida por computadores em uso, por isso é considerado muito difícil haver ociosidade.

---

## Outras áreas

Em empresas que ofertam serviços como dublagem, legendagem e atividades correlatas (sujeitas à constante evolução tecnológica), no início do ano pensa-se em como melhorar processos, o que faz com que o tempo ocioso seja pequeno e o restante do ano tenha sua produtividade melhorada a partir da revisão de processos.

# O investimento de capital em infraestrutura é uma parte essencial do desenvolvimento do setor audiovisual

**Dos 9 respondentes, 7 já utilizaram recursos de financiamento, sendo 5 do BNDES e 2 via ANCINE.**

Os recursos geralmente são obtidos para:

- Aumento de estrutura física ou de unidades (esse último, no caso dos exibidores).
- Garantir o fluxo de caixa, especialmente em momentos com menos projetos ou atividades.
- Aumento/ Melhoria da estrutura tecnológica (computadores, projetores, servidores, etc).

Um ponto considerado relevante por todos é a questão dos **juros**: entendem que é praticamente impossível fazer empréstimos nos bancos públicos e privados brasileiros, sendo que muitas vezes a solução é buscar soluções em bancos fora do Brasil.

O Programa BNDES/ PROCULT (2006-2017) fornecia linhas de crédito especiais para a produção de audiovisual. Dessa maneira, os recursos provenientes do FSA se juntaram aos créditos e taxas de juros proporcionados pelo PROCULT, formalizando um “casamento” institucional entre o BNDES e a ANCINE.

No entanto, a Lei 13.483/2017 restringiu a concessão de **taxas de juros especiais do BNDES**, diminuindo significativamente o acesso a créditos públicos de financiamento por parte de micro e pequenas empresas (segmento do audiovisual abrange, majoritariamente, empresas de médio e pequeno porte).

“

Emprestei mais de 20 vezes, tudo quanto é lugar já usei e fiquei devendo pra tudo quanto é lado e paguei tudo.

”

“

O banco privado americano tem juros mais baratos do que o banco público brasileiro.

”

# Impacto Urbanístico

## Há algumas questões urbanísticas e de localização na cidade de São Paulo que tem um certo impacto entre as empresas pesquisadas:

---

### Zoneamento

Os respondentes que estão na Vila Leopoldina dizem que o bairro está passando por um processo de mudança de zoneamento de industrial para residencial, o que deixa as empresas localizadas há anos e com terrenos de maior porte um pouco apreensivas, uma vez que até pequenas mudanças na área construída podem ser consideradas irregulares

“Se eu fechar salas com dry wall e botar um teto em cima, aquilo aumenta a minha área construída e eu fico irregular, o fiscal pode vir e mandar demolir as salinhas que eu fiz. Se eu resolver que em cima desse teto eu vou fazer um mezanino e em cima desse mezanino eu vou botar mais mesas pra almoço, aumentou mais a área ainda e etc., então a gente tem um recuo, a gente conseguiria fazer tudo dentro dos recuos que a prefeitura exige, mas de acordo com eles é aumento real de área construída, não pode, mas se a gente fosse um condomínio de prédios residenciais eu poderia, então é uma política pra tirar as empresas que, pelo que eu entendi, são consideradas indústrias.”

---

### Transporte Público

Empresas de pequeno para médio porte acabam escolhendo locais onde há fácil acesso ao transporte público (metrô, ônibus, trem). A escolha do local físico leva em conta esse critério

“De todos os espaços físicos que a gente teve a gente sempre prezou por ter perto um metrô, um trem, algo que facilitasse para os colaboradores, acho que isso pra gente sempre fez bastante diferença. Ainda mais hoje em dia, com as pessoas muito acostumadas com o lado híbrido, home office, se tiver dificuldade para ir, ninguém vai.”

---

### Ecossistema

Atualmente, cada área do Audiovisual tende a se concentrar em uma região específica, como Games entre Pinheiros e Itaim (próximas às Big Techs) e uma parte de produção e estúdios na Vila Leopoldina. Nesse sentido, “unir” todas em uma mesma região pode ser um grande desafio, mesmo oferecendo toda a infraestrutura

“Você sabe que as empresas não vão pro centro porque estão entre a Vila Madalena e Pinheiros, indo para o Itaim, o pessoal de games, porque o Meta tá lá, o Google tá lá, então eles fazem reunião nesses lugares, já estão acostumados nos cafés que todo mundo circula, então acho que tem muito mais uma questão cultural do que só de isenção. Teria de ser uma isenção muito poderosa pra fazer o que tá em Pinheiros e Vila Madalena vir pra cá (Centro). Tem toda uma questão do ecossistema onde ele já está estabelecido, a não ser que fosse uma coisa do zero”.

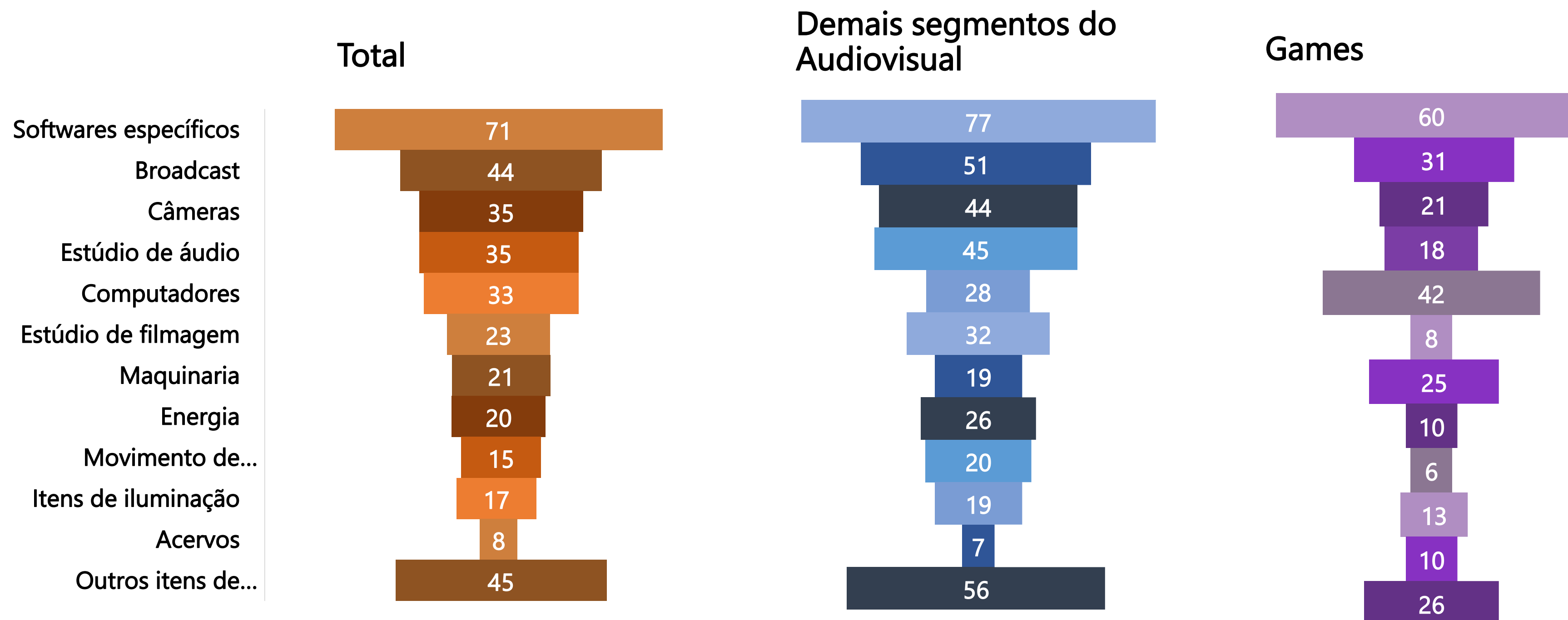
3.

Inventário



# Posse de itens estruturais do Audiovisual

O item de maior posse são os softwares, mais comuns tanto nos demais segmentos do Audiovisual quanto em Games. Demais segmentos destacam-se em possuir mais de quase todos os itens.



Base: (bases ponderadas) Total da amostra (191); Demais segmentos do Audiovisual (121); Games (70).

Fonte: P19 (RU - ESP) Agora nós vamos falar um pouco sobre a estrutura na qual sua empresa está inserida. Em relação aos estúdios de áudio (gravação, mixagem, etc.), quantos a sua empresa possui? P23 (RU - ESP) Em relação aos estúdios de filmagem, quantos a sua empresa possui? P31 (RU - ESP) Em relação às CÂMERAS, quantos a sua empresa possui? P34 (RM - EST) Quantos desses tipos de equipamentos de iluminação a sua empresa possui? P36 (RM - EST) Quantos de cada um desses tipos de maquinaria a sua empresa possui? P38 (RM - EST) Quantos desses tipos de equipamentos de movimento de câmera a sua empresa possui? P40 (RM - EST) (Broadcast) Em relação a (ITEM), sua empresa tem ou oferece esses serviços? P42 (RM - ABERTA) Vocês utilizam algum software específico para o desenvolvimento da atividade principal da empresa? (SE SIM) Quais e qual a quantidade de licenças? P43 (RM - EEST) (Áreas de apoio) Em relação a cada item, diga se sua empresa possui ou oferece esses serviços/itens e qual a quantidade que possuem?

4.

## Expansão e futuro



# Desafios para a expansão

---

## Sistema tributário

há **ineficiência na cadeia de impostos**, somada à **dificuldade de crédito**. Manifesta-se a expectativa de que a reforma tributária ajude a solucionar parte do problema; entretanto, se é esperado que a reforma ganhe em eficiência, também espera-se que haverá aumento da carga tributária na área de serviços, com impacto nas produções audiovisuais.

Diante da atual proposta que vem sendo apresentada, embora esteja prevista a redução de alíquota para as produções cinematográficas, demais serviços que atendem à cadeia serão tributados à alíquota geral. Essa estrutura tributária desequilibrada faz com que o orçamento de produção “fique caro”. Com isso, há perda de competitividade com outros países onde esses custos são bem mais baixos. Como, por exemplo, o Chile, onde há isenção de IVA, conforme indicado pelo “WorldWide VAT, GST and Sales Tax Guide - 2023”.

[https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_gl/topics/tax/tax-pdfs/ey-vat-gst-and-sales-tax-03-aug-2023.pdf?download](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/tax/tax-pdfs/ey-vat-gst-and-sales-tax-03-aug-2023.pdf?download).

---

## Manter o fluxo de projetos

(especialmente entre as produtoras pequenas e médias): por isso, é necessário “colocar os ovos em muitas cestas”, tentando diversificar em publicidade, meios digitais, VoD, cinema... Não se pode negar projetos para que se mantenha um fluxo razoável.

---

## Há também a questão tecnológica,

com a necessidade de adaptação às novas necessidades tecnológicas, em constante evolução.

---

## Regulação das leis trabalhistas,

pois hoje não há regras claras, causando receio para a eventual vinda de empresas multinacionais do setor audiovisual.

“Para mim, uma das grandes barreiras do crescimento, tanto da atividade quanto da economia em geral, é o custo do capital, é muito caro, os juros no Brasil penalizam totalmente os investimentos produtivos.”

“Na Coreia eles sabem a timeline de 2 anos, eu não sei o que eu vou produzir daqui a 6 meses e é sério, não sei mesmo, então é muito difícil pra qualquer negócio.”

“Qual que é o objetivo de uma política pública? É melhorar a vida das pessoas, gerar emprego, gerar dinheiro, se gera dinheiro a economia gira.”

# Criação de novos incentivos na cidade de São Paulo

Incentivos fiscais atraem agentes do segmento para áreas de interesse.

A depender do retorno financeiro estimado com a implementação de distrito voltado à produção audiovisual, as leis orçamentárias que balizam as finanças públicas permitem a concessão dos incentivos.

O município de São Paulo já se utilizou da concessão de incentivos, como por exemplo, o Programa de Incentivos Seletivos para regiões da Zona Leste do Município de São Paulo (Lei nº 14.654/2007).

## **Os incentivos eram, em síntese:**

-Redução de 50% no IPTU;

-Redução de 60% no ISS devido pelo destinatário do incentivo;

-Redução de 50% do ISS sobre serviços de construção civil referentes ao objeto do investimento;

-Redução de 50% do ITBI referente ao imóvel objeto do investimento;

-Emissão de Certificados de Incentivo ao Desenvolvimento (CID) de até 60% do valor dos investimentos, os quais podiam ser utilizados para quitação de tributos municipais.

Atualmente, vige o Programa de Incentivos Fiscais para prestadores de serviços em região da Zona Leste do Município de São Paulo (Lei nº 15.931/2013).

Esse programa implica concessão de incentivos fiscais a prestadores de serviços que se estabeleçam na região incentivada.

---

### **Incentivos:**

Isenção do IPTU quanto ao imóvel ocupado pelo contribuinte incentivado;

Isenção do ITBI na aquisição na aquisição de imóvel pelo contribuinte incentivado;

Isenção do ISS sobre serviços de construção civil quando vinculados à execução da construção ou reforma de imóvel do contribuinte incentivado;

Isenção de 60% do ISS incidente sobre serviços prestados por contribuintes incentivados, que se estabeleçam na área objeto do incentivo.

---

### **Solução:**

criação de incentivos análogos para o setor audiovisual, devendo ser salientado que os incentivos relativos ao ISS poderão ser concedidos até dezembro de 2032, em razão da previsão de revogação do ISS (art. 156, inciso III, da Constituição Federal pela Emenda Constitucional 132/2023).

# Infraestrutura

**Base indispensável, envolve aspectos:**

*Tecnológicos (Equipamentos)*

*Estúdios*

*Pós-produção/ VFX*

Internet

Espaço físico ocupado

Urbanísticos / Lei de Zoneamento

Humanos / Talentos

Tributários

Trabalhistas

Sistema de informações econômicas (classificação das empresas)



**Políticas  
Públicas**  
-Universidades  
-Terceiro Setor  
-Iniciativa Privada...

**Coordenação Geral**  
Alessandra Meleiro

**Desenho da pesquisa e metodologia**  
Paulo Roberto Cidade

**Coordenação de Execução**  
Fábio Gomes

**Estatístico**  
Neale Ahmed El-Dash

**Redação**  
Alessandra Meleiro, Fábio Gomes, Liliana Sousa e Silva e  
Paulo Roberto Cidade

**Cooperação técnica jurídica / Estudo tributário**  
Fernando Moraes Quintino da Silva – Coordenação  
Daniella Imeri Galvão e Armando Scarpelli – Estudos Tributários

**Projeto Gráfico e Diagramação**  
Valéria Marchesoni  
Anita Queiroz Miguel - Designer assistente

**Imagens**  
Capa - Gerd Altmann por Pixabay  
Miolo - Freepick

**Obrigada!**

**info@iniciativacultural.org.br**