



Informe Anual - AGEPEC - 2025



Realizado por:
Departamento de Estudios
Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile
Octubre 2025

Contenido

I.	Introducción.....	2
II.	Metodología.....	3
III.	Resultados Productoras	4
1.-	Eventos realizados	4
	<i>Número de eventos realizados.....</i>	4
	<i>Composición del número de eventos realizados.....</i>	5
2.-	Facturación del sector	5
	<i>Facturación y composición de los eventos.....</i>	5
	<i>Facturación y composición por categorías.....</i>	7
3.-	Inversión publicitaria	9
4.-	Pago de derechos de autor	10
5.-	Proveedores únicos contratados.....	11
6.-	Empleo generado	12
7.-	Conclusiones.....	13
IV.	Resultados Ticketeras.....	14
1.-	Eventos vendidos.....	14
	<i>Número de eventos y tickets vendidos.....</i>	14
2.-	Estacionalidad.....	16
3.-	Composición regional y dinámica de ventas	18
4.-	Conclusiones.....	20
	Anexo	21
	<i>Glosario.....</i>	21

I. Introducción

La industria del espectáculo constituye uno de los pilares de la economía creativa en Chile y una pieza central del ecosistema cultural y social del país. Su relevancia no se limita a la experiencia artística: cada concierto, festival o evento moviliza una extensa cadena de valor que involucra a productoras, ticketeras, técnicos, proveedores de logística, transporte, comercio y gastronomía, dinamizando a su vez sectores como el turismo y la hotelería.

Según estimaciones del Ministerio de las Culturas y ProChile, la economía creativa en Chile aporta en torno a un 2,2% del PIB nacional, posicionándose en tamaño similar a sectores como transporte aéreo o telecomunicaciones. El INE, por su parte, clasifica estas actividades dentro de “Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas”, un rubro que concentra a decenas de miles de trabajadores, aunque con un nivel de informalidad laboral superior al promedio nacional. Estos antecedentes refuerzan la necesidad de contar con estadísticas sistemáticas y confiables que dimensionen su aporte real al desarrollo económico y social.

Tras los años de crisis derivados del estallido social y la pandemia, la industria ha mostrado una resiliencia notable. La recuperación observada desde 2022 reveló su capacidad de adaptación, retornando a cifras históricas en venta de tickets y generación de empleo. No obstante, los resultados del levantamiento 2024 muestran un escenario de mayor madurez y ajustes: menos eventos, pero de mayor escala; un ecosistema de proveedores en expansión; y una tendencia hacia la profesionalización de los equipos permanentes frente a la reducción del empleo por faena.

El presente informe, elaborado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) junto a AGEPEC, busca entregar una radiografía actualizada de la industria del espectáculo en Chile. La información levantada permite observar tendencias en número de eventos, facturación, inversión publicitaria, pago de derechos de autor, proveedores y empleo, aportando datos clave para las empresas del sector, la sociedad civil y los tomadores de decisiones.

En definitiva, medir este sector no es solo un ejercicio estadístico. Como señalara Peter Drucker, “lo que no se mide, no se puede mejorar”. Y en un rubro que concentra millones de asistentes, miles de trabajadores y un encadenamiento productivo transversal, la medición es condición.

II. Metodología

El presente estudio fue solicitado por el Directorio de AGEPEC al Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), con el propósito de realizar un levantamiento anual de información de las empresas socias del gremio.

El trabajo se llevó a cabo mediante encuestas anuales diferenciadas para productoras y ticketeras, las cuales fueron respondidas directamente por cada empresa participante a través de una clave individual. Todo el proceso fue gestionado por el Departamento de Estudios CNC, acogándose a la Ley de Secreto Estadístico, garantizando así la confidencialidad y uso exclusivo de los datos con fines analíticos y agregados.

En el caso particular de las ticketeras, y dado el número reducido de empresas que componen el universo, el Departamento de Estudios CNC definió que todos los resultados se presentarán en forma de índices agregados, lo que impide identificar montos o resultados. Un índice en base 100 permite observar la evolución relativa de una variable a lo largo del tiempo, tomando como referencia un período base (en este caso, promedio 2023 = 100) y mostrando las variaciones anuales, mensuales o acumuladas.

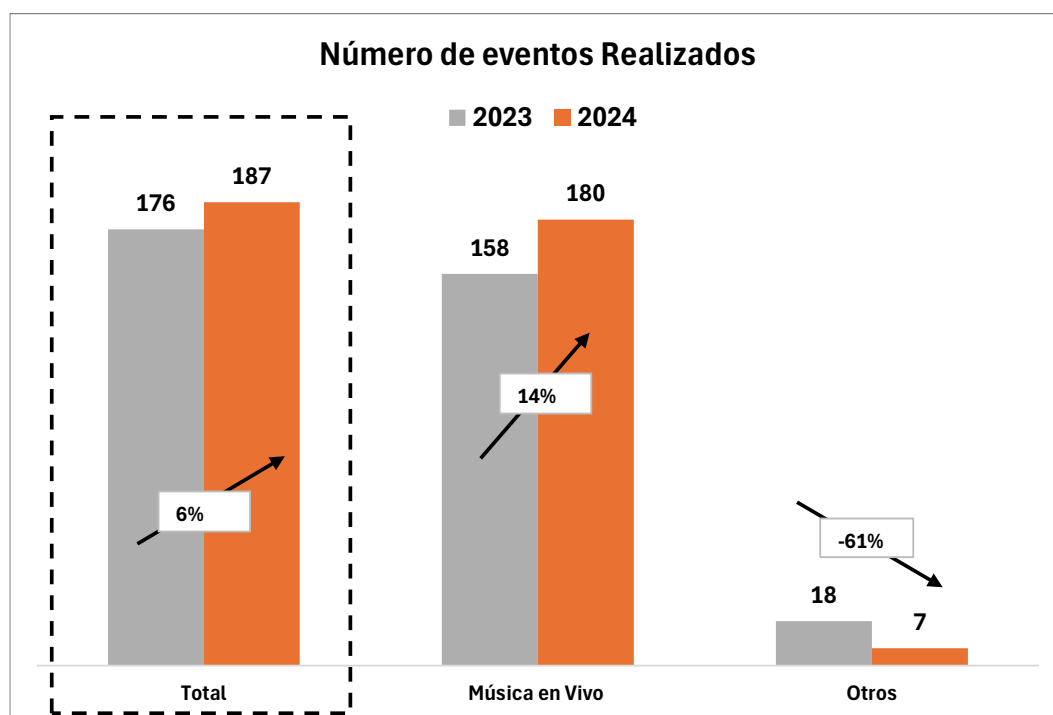
III. Resultados Productoras

1.- Eventos realizados

- *Número de eventos realizados*

Durante 2024, el conjunto de ocho productoras encuestadas reportó un total de 187 eventos, lo que representa un aumento de 6% respecto a 2023 (176 eventos). Este crecimiento, sin embargo, refleja un proceso de reacomodo del mercado, más que una expansión sostenida. La mayor parte del incremento proviene de los eventos de música en vivo, que pasaron de 158 a 180 instancias, registrando un alza de 14% anual, mientras que las actividades clasificadas como “otros eventos” se redujeron significativamente, con una caída de 61% (de 18 a solo 7).

Este cambio evidencia una concentración de la oferta hacia formatos musicales masivos, que continúan liderando la recuperación del sector, mientras que otros formatos se contraen. Pese a ello, el número total de eventos se mantiene en niveles relevantes, lo que muestra una normalización del calendario de producción, aunque con mayor estacionalidad y menor dispersión de actividades.

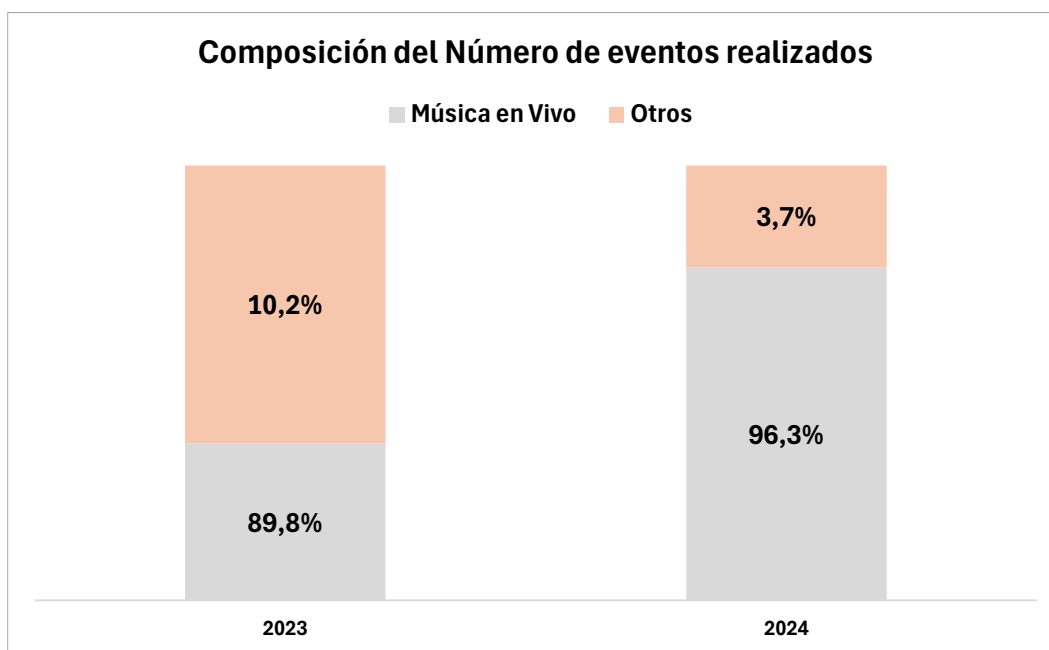


Fuente: Departamento de Estudios CNC

- ***Composición del número de eventos realizados***

La composición del total de eventos confirma esta reconfiguración de la industria. En 2024, los eventos de música en vivo representaron el 96,3% del total, frente al 89,8% del año anterior, consolidándose como el eje principal de la actividad. En contraste, la categoría “otros” –que incluye ferias, presentaciones culturales menores y experiencias mixtas– redujo su participación desde 10,2% a solo 3,7%.

Este cambio estructural refuerza el carácter especializado y concentrado del sector, donde las productoras privilegian proyectos de mayor escala y rentabilidad, aun cuando ello implique una menor diversidad de formatos. La tendencia apunta a una mayor profesionalización y segmentación del mercado, con eventos de música en vivo como motor de convocatoria, pero con desafíos asociados a la sostenibilidad y la ampliación de la oferta cultural.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

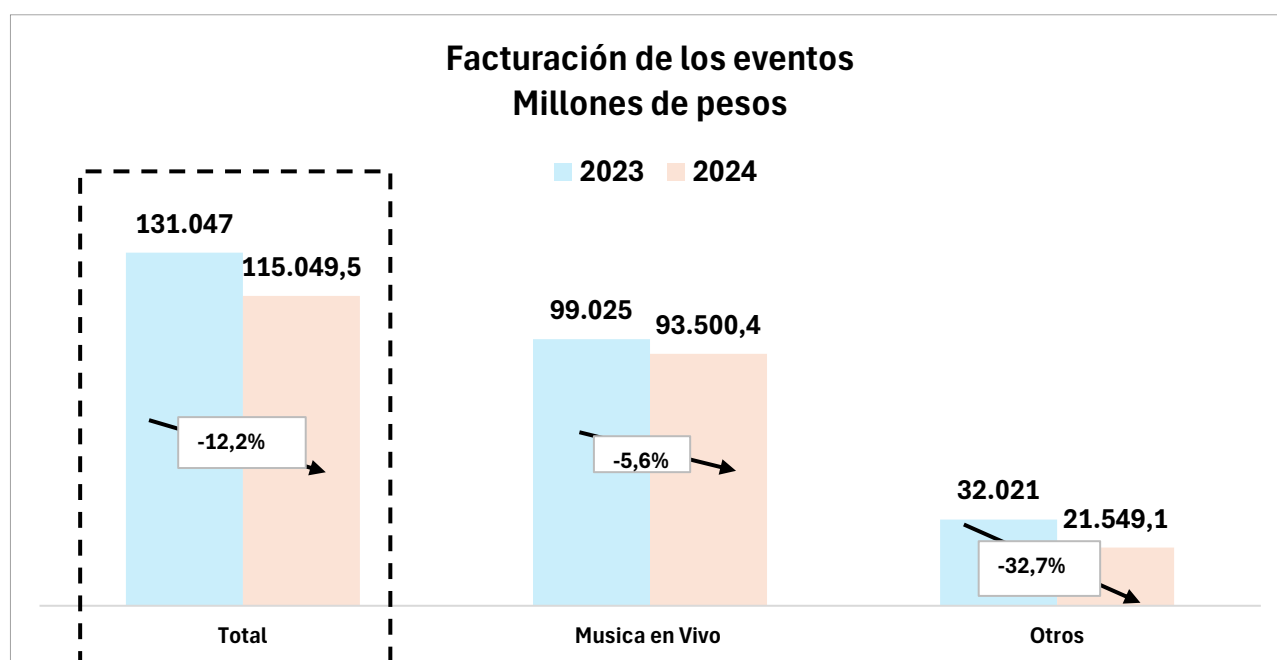
2.- Facturación del sector

- ***Facturación y composición de los eventos***

El desempeño financiero del sector muestra un escenario de mayor actividad, pero con menores retornos promedio. Si bien el número total de eventos creció 6% anual, la facturación total alcanzó \$115.049,5 millones en 2024, marcando una baja de 12,2% respecto a 2023. Dado estos resultados y el peso de AGEPEC en el total de la industria, correspondiente al 70%, se estima una facturación total de \$165.000 millones.

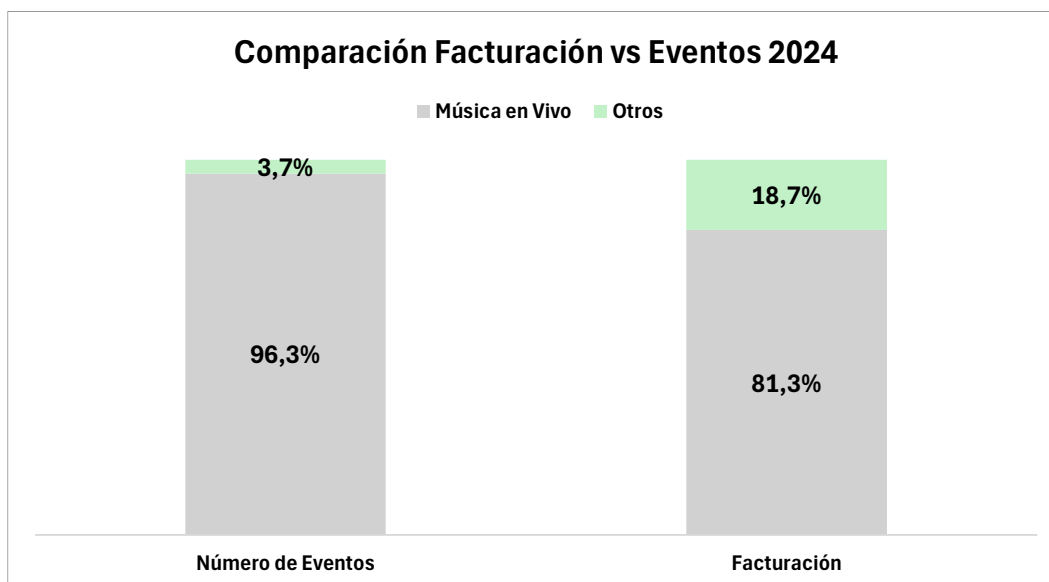
El descenso de 2024 se explica principalmente por el retroceso en la categoría “otros eventos”, cuya facturación se redujo 32,7% anual, en línea con la fuerte disminución de este tipo de actividades, lo que refleja una menor diversificación hacia formatos complementarios.

En contraste, la música en vivo, que constituye el núcleo de la actividad del sector, logró moderar su baja a -5,6% anual, alcanzando \$93.500,4 millones, pese al alza en el número de eventos. Este desempeño reafirma el predominio de los grandes conciertos y espectáculos de alta convocatoria, que sostienen el flujo de ingresos del sector, compensando parcialmente la menor presencia de otros formatos.

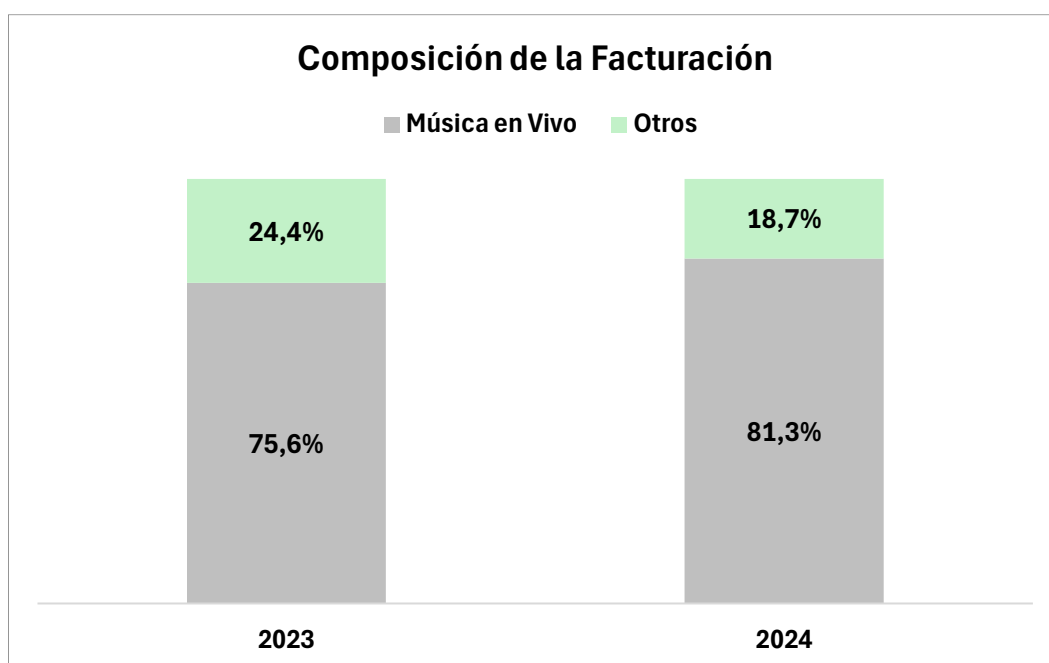


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al analizar la composición de 2024, se observa que, aunque los eventos de música en vivo concentraron el 96,3% del total de actividades, su participación en la facturación alcanzó un 81,3%, mientras que la categoría “otros”, con solo el 3,7% de los eventos, representó 18,7% de los ingresos. Esta diferencia refleja el mayor peso relativo de eventos especializados o corporativos, con menores volúmenes, pero mayor ticket promedio, que complementan la oferta masiva del segmento musical. El contraste entre ambas proporciones da cuenta de la heterogeneidad en la rentabilidad por tipo de evento, donde la masividad no siempre se traduce en mayor margen.



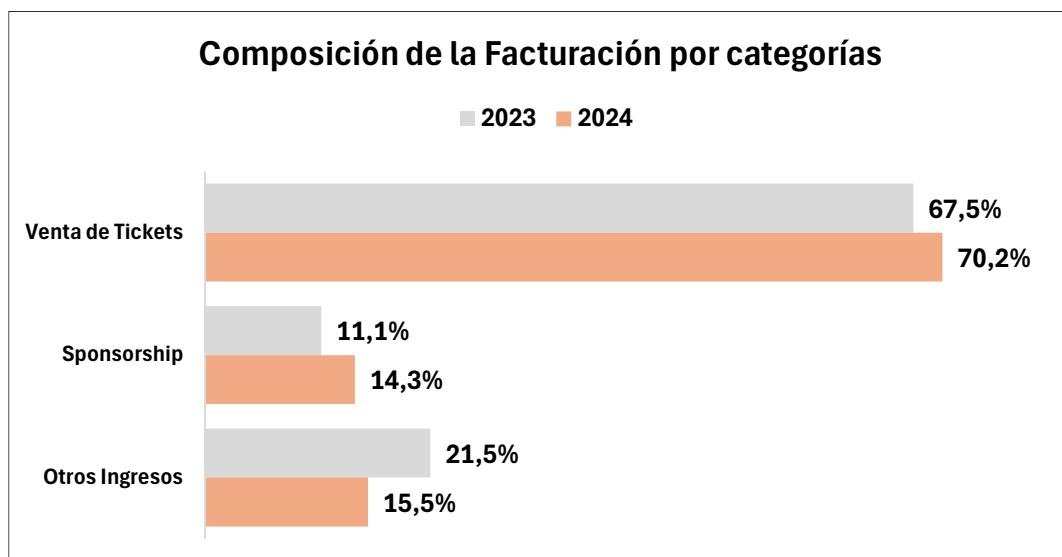
Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

- ***Facturación y composición por categorías***

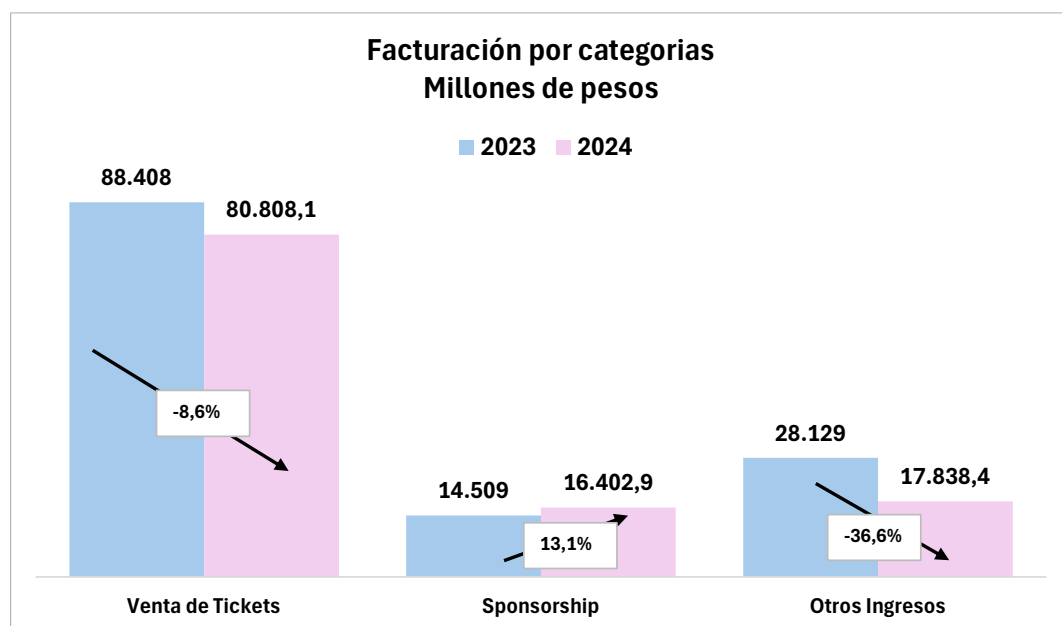
En 2024, la venta de tickets representó el 70,2% del total facturado, seguida por el sponsorship con 14,3% y otros ingresos con 15,5%. En comparación con 2023, la participación de patrocinios aumentó levemente, mientras que los ingresos complementarios perdieron seis puntos porcentuales. El predominio de la venta de tickets refleja un mercado fuertemente dependiente de la asistencia y del poder adquisitivo del público, mientras que el crecimiento del sponsorship aporta resiliencia y diversificación frente a escenarios de menor demanda o alta competencia.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Al desagregar los montos de facturación por categorías, se observa que la venta de tickets alcanzó los \$80.808,1 millones en 2024, lo que representa una disminución de -8,6% frente a 2023. En tanto, los “otros ingresos” –que incluyen ferias, servicios asociados y merchandising– sumaron \$17.838,4 millones, con una baja anual de -36,6%.

Este retroceso fue parcialmente compensado por el crecimiento del sponsorship, que aumentó 13,1% anual, alcanzando \$16.402,9 millones en 2024. Este componente refleja el interés creciente de las marcas por vincularse a eventos de alto alcance y visibilidad, consolidando al patrocinio como una fuente clave de sostenibilidad para el sector.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

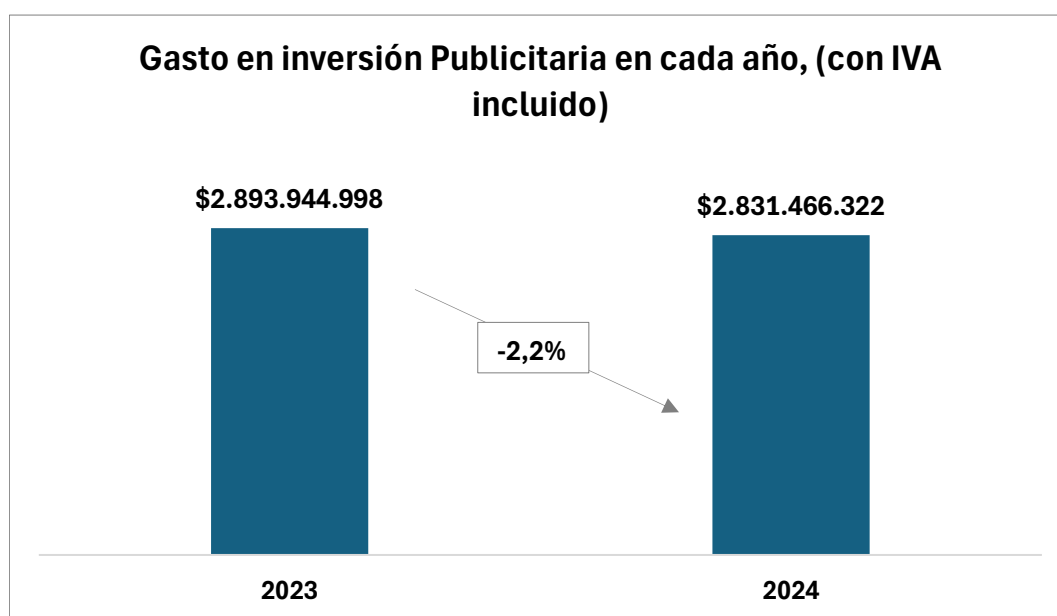
3.- Inversión publicitaria

Durante 2024, la inversión publicitaria total del conjunto de productoras alcanzó los \$2.831 millones (IVA incluido), lo que representa una caída de 2,2% anual respecto a 2023. En promedio, el gasto fue de \$353,9 millones por productora, mostrando una reducción del esfuerzo publicitario en un año donde, pese a realizarse más eventos (+6%), la facturación total del sector retrocedió (-12%).

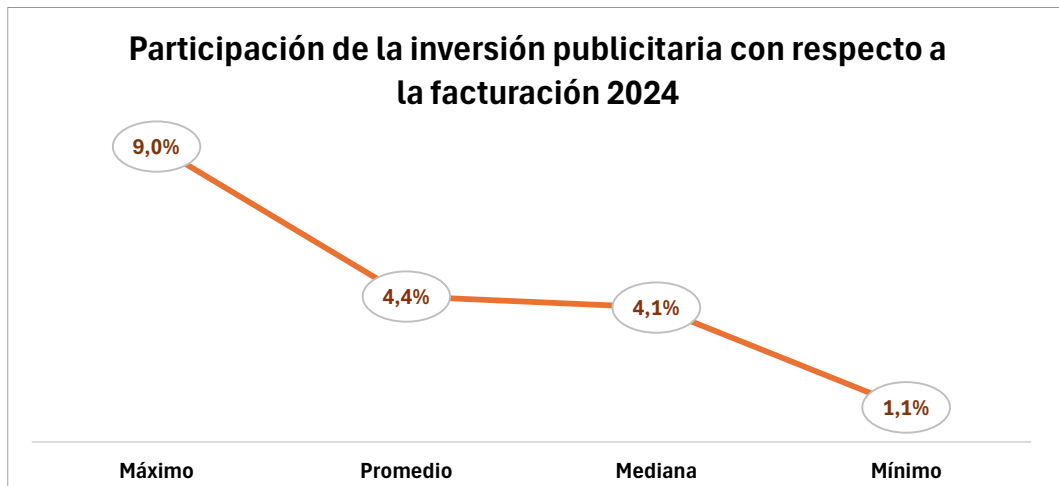
La inversión publicitaria representó en promedio un 4,4% de la facturación durante 2024, con una mediana de 4,1%, un máximo de 9,0% y un mínimo de 1,1%. Estas cifras reflejan una alta heterogeneidad entre productoras.

Este comportamiento sugiere una mayor contención del gasto promocional, coherente con un escenario de presión sobre los márgenes y una búsqueda de eficiencia comercial. Las productoras podrían también estar apostando por estrategias más acotadas, priorizando canales digitales y redes sociales que permiten mantener alcance a menor costo, en contraste con las campañas masivas y presenciales de años anteriores.

En términos estructurales, la caída de la inversión publicitaria junto con el descenso en la facturación revela un mercado más competitivo y exigente, donde la rentabilidad depende cada vez más de la optimización de recursos y del posicionamiento orgánico de los eventos, más que del volumen de gasto en difusión.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

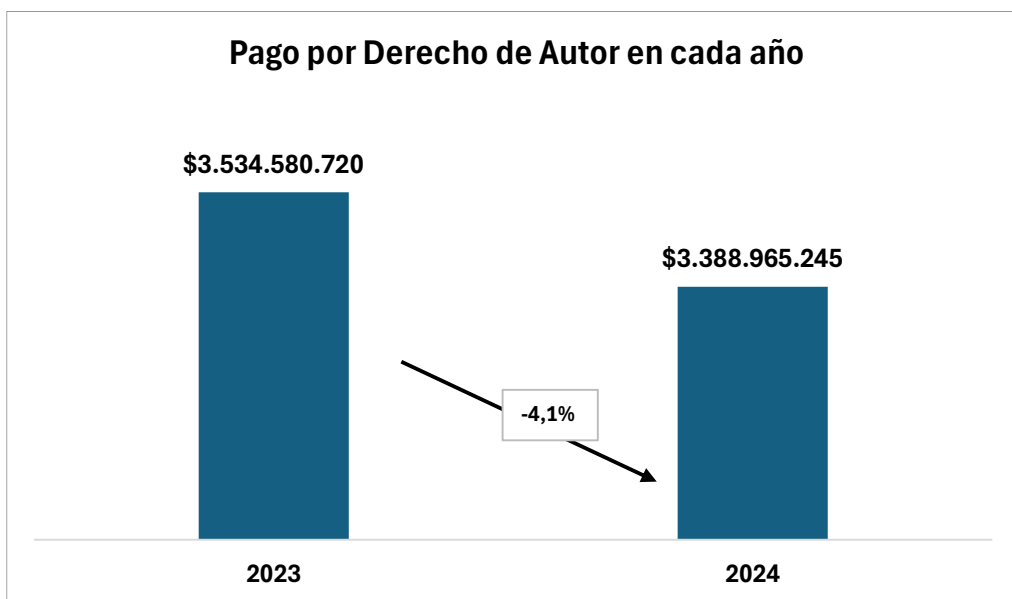
4.- Pago de derechos de autor

El pago por derechos de autor se mantiene como uno de los principales ítems de gasto para las productoras. En 2024, este desembolso alcanzó los \$3.389 millones, lo que representa una caída de 4,1% anual. Aunque menor en magnitud, esta baja resulta coherente con la contracción en la facturación total.

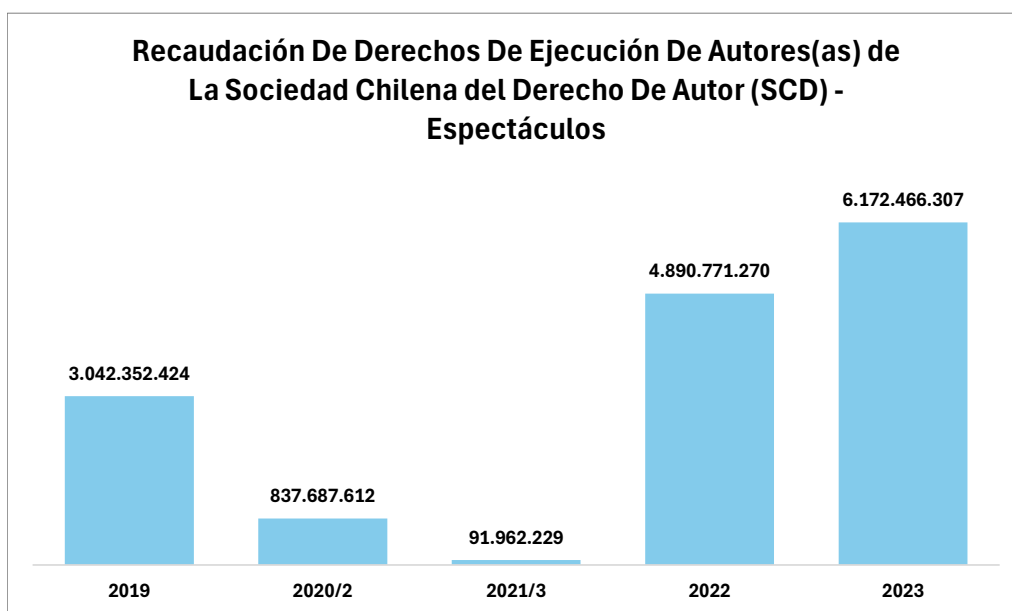
El monto destinado a derechos de autor está directamente vinculado al volumen de tickets vendidos y al precio promedio de las entradas, por lo que su evolución depende del desempeño comercial de los eventos de música en vivo –segmento que concentra más del 96% de la actividad–. En este sentido, la reducción de 2024 no obedece a un menor cumplimiento, sino a una normalización tras el fuerte rebote postpandemia, cuando los grandes conciertos y festivales impulsaron un salto excepcional en los pagos del año anterior.

Los datos de la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), donde aún no se dispone de la información de 2024, confirman esta tendencia. Tras la abrupta caída durante la pandemia, cuando la recaudación por espectáculos llegó a apenas \$91 millones en 2021, el sector experimentó una recuperación acelerada, alcanzando \$6.172 millones en 2023, más del doble del nivel prepandemia. Este fuerte repunte reflejó el retorno masivo de los conciertos presenciales y el ajuste de las tarifas por derechos de ejecución pública.

Destaca entonces el aporte del gremio AGEPEC y sus asociados al pago de derechos de autor, representando un 55% del total reportado por la SCD. El descenso observado en este estudio 2024 puede interpretarse, entonces, como una fase de estabilización luego del peak post-reapertura. El cumplimiento de estas obligaciones sigue siendo clave para la sostenibilidad de la cadena musical y cultural, ya que garantiza la retribución a compositores e intérpretes, al tiempo que refuerza la formalidad del sector de eventos.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: SCD

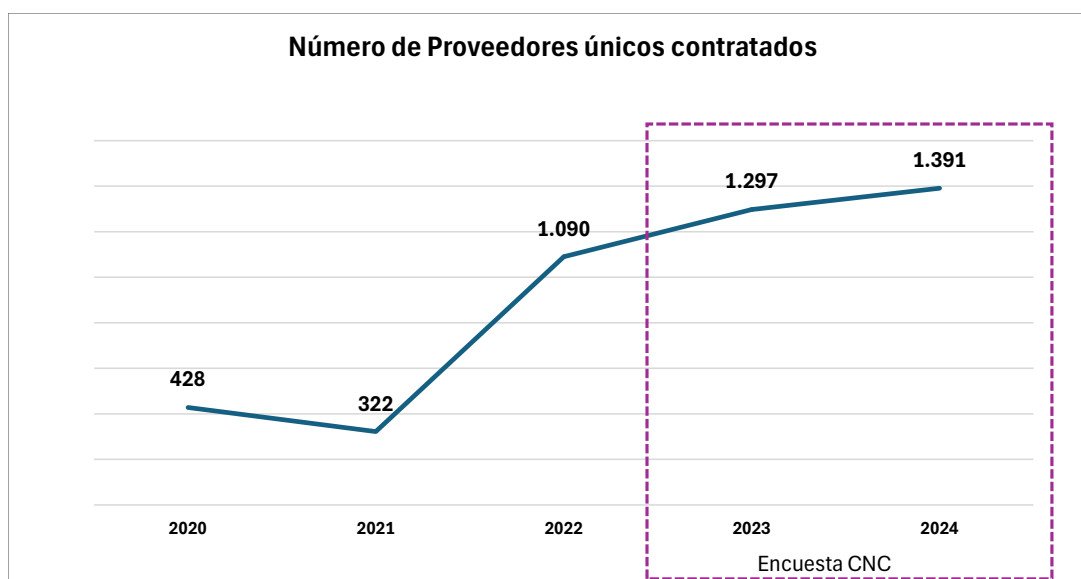
5.- Proveedores únicos contratados

En 2024, las productoras contrataron 1.391 proveedores únicos, lo que representa un aumento anual de 7,2% y marca el nivel más alto de la serie. Este crecimiento consolida la expansión sostenida del tejido productivo vinculado al sector de espectáculos, que desde 2021 ha más que cuadruplicado su base de proveedores tras el fuerte ajuste vivido durante la pandemia.

El resultado confirma el efecto multiplicador de la industria sobre una amplia red de empresas y trabajadores, abarcando servicios de montaje, sonido, iluminación, transporte, gastronomía, seguridad y producción técnica, entre otros.

Este dinamismo refleja no solo la recuperación del número de eventos, sino también la profesionalización progresiva del ecosistema, con un mayor grado de especialización y formalización en los servicios contratados.

La tendencia ascendente de los últimos años demuestra que el espectáculo actúa como un motor relevante de encadenamientos productivos y empleo indirecto, especialmente en sectores de servicios y pymes locales. En un contexto de desaceleración económica general, la continuidad de este crecimiento es una señal positiva sobre la capacidad del rubro para dinamizar la actividad regional y generar valor agregado más allá del evento mismo.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

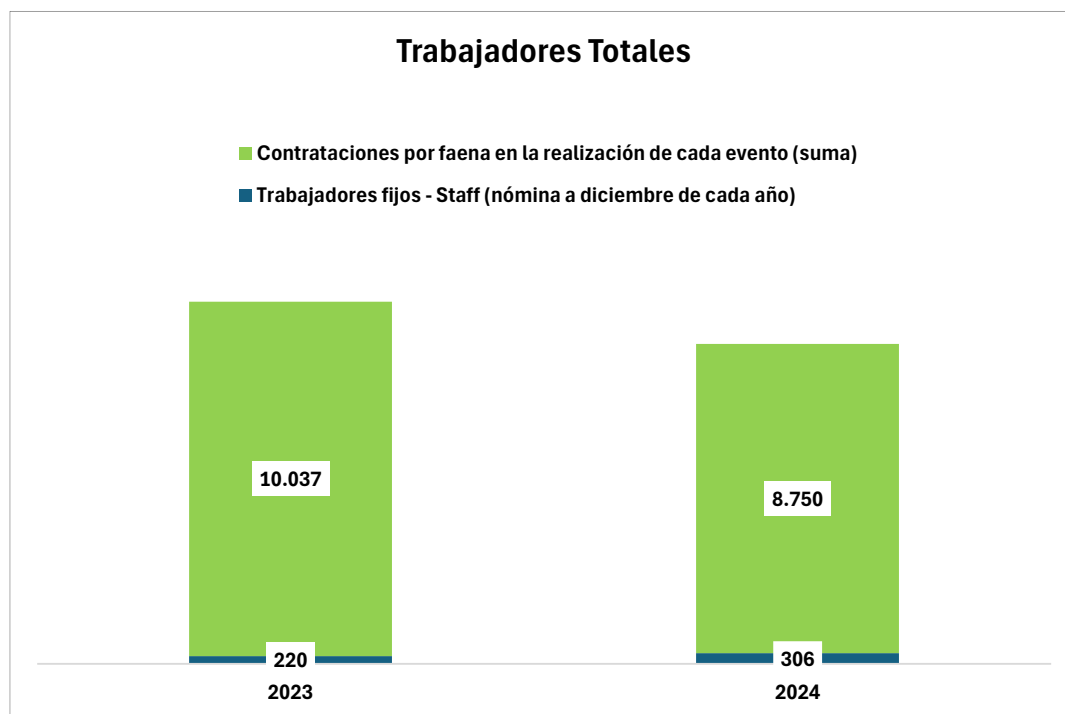
Obs: La serie del 2020-2022 del número de proveedores únicos contratados, corresponde a la data del informe realizado en octubre 2023, "Caracterización de la Industria del Espectáculo 2023".

6.- Empleo generado

Durante 2024, el sector generó 9.056 puestos de trabajo (fijos y por faena), lo que representa una disminución anual de 11,7% frente al año anterior, a esto se debe agregar el empleo generado por los proveedores únicos contratados, aumentando así el empleo indirecto generado por esta industria. La caída se explica por el retroceso en las contrataciones por faena, que bajaron 12,8% respecto a 2023, mientras que el staff permanente de las productoras aumentó 39%, pasando de 220 a 306 trabajadores, dando cuenta que las productoras están reforzando sus equipos internos, orientados a planificación, producción y gestión comercial.

El volumen de empleo total continúa siendo significativo, evidenciando la capacidad del rubro para movilizar mano de obra especializada y diversa, desde técnicos y montajistas hasta comunicadores, sonidistas y personal de logística. El desafío hacia adelante estará

en compatibilizar esta mayor estabilidad interna con la flexibilidad necesaria para responder a la estacionalidad que caracteriza a la industria del espectáculo.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

7.- Conclusiones

Los resultados de 2024 muestran una industria de eventos que consolida su recuperación, pero que al mismo tiempo enfrenta ajustes estructurales tras el fuerte rebote postpandemia. El número de eventos continuó en alza, evidenciando la reactivación sostenida de la oferta, especialmente en el segmento de música en vivo, que concentra más del 96% de la actividad. Sin embargo, esta mayor dinámica no se tradujo en un crecimiento proporcional de la facturación, que retrocedió 12%.

La reducción en la inversión publicitaria y en los pagos por derechos de autor refleja un proceso de ajuste y racionalización del gasto dentro de la industria, más que una señal de debilitamiento. Las productoras están adaptando sus estrategias a un escenario de mayor competencia y márgenes más estrechos, privilegiando la eficiencia y el uso de herramientas digitales que permiten llegar a las audiencias con menor costo y mayor segmentación. Este cambio evidencia una maduración del sector, que busca sostener su formalidad y su aporte cultural mientras mejora la gestión de sus recursos.

Al mismo tiempo, la expansión de la red de proveedores confirma la capacidad del espectáculo para dinamizar economías locales y movilizar a una amplia cadena de pymes y servicios especializados. Este entramado productivo, que integra desde logística y sonido hasta gastronomía y seguridad, constituye una de las principales fuentes de impacto económico indirecto del sector, reforzando su papel como motor de empleo, innovación y desarrollo regional más allá del propio evento.

IV. Resultados Ticketeras

1.- Eventos vendidos

Las ticketeras se han consolidado como un eslabón clave dentro de la cadena de valor del sector de espectáculos, actuando como intermediarias entre las productoras y el público final. A través de ellas no solo se comercializan los eventos organizados por las principales productoras, sino también una gran diversidad de actividades de menor escala, como presentaciones locales, eventos escolares, rifas o espectáculos comunitarios. Por esta razón, sus registros suelen reflejar una actividad más amplia y heterogénea, que no siempre coincide con la evolución observada en las productoras profesionales.

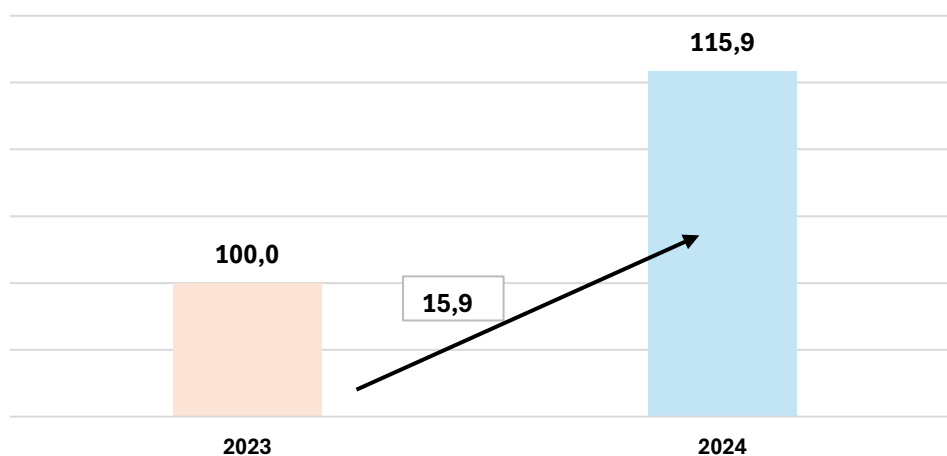
- ***Número de eventos y tickets vendidos***

En 2024, los datos reportados por las ticketeras muestran un crecimiento de 15,9% en el número total de eventos vendidos (base 100 = 2023), mientras que la cantidad de tickets comercializados creció 3,1% respecto al año anterior, superando los 9 millones, incluyendo todo tipo de eventos (grandes y de menor tamaño, música en vivo y otros). Según estimaciones, por estudios, informe financieros y parte de la data de la encuesta, se podría estimar que la venta total en tickets (incluyendo costo por servicio) en el 2024 fue de US\$ 380 millones.

Esto sugiere un mercado más activo en cuanto a número de eventos, pero con un menor incremento en el volumen promedio por evento. Aun así, este crecimiento refleja la fuerte recuperación de la asistencia presencial, impulsada por la normalización de la agenda cultural y el sostenido interés del público por los espectáculos en vivo. Esta expansión está impulsada no solo por grandes conciertos o festivales, sino también por eventos de entretenimiento y cultura de menor tamaño y de carácter local, lo que explica que sus variaciones no necesariamente se alinean con los indicadores de facturación o empleo del sector productor.

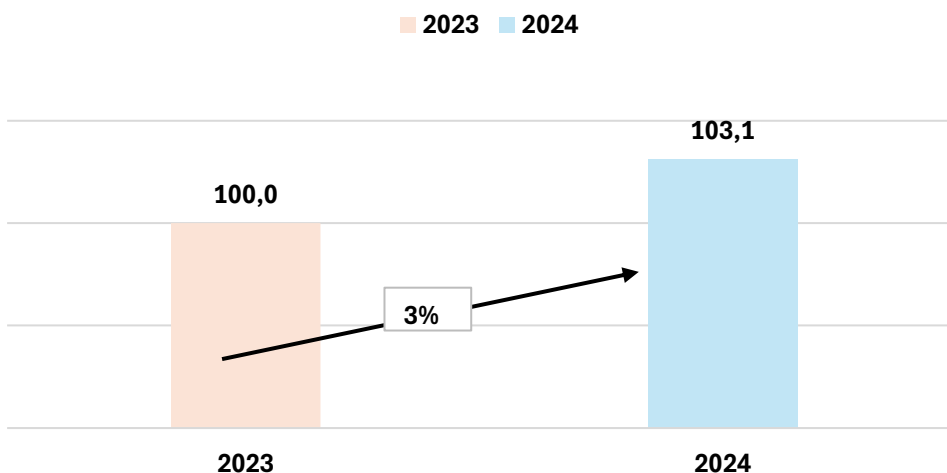
Cuando nos referimos a música en vivo, las ticketeras dan cuenta de un alza de 12,2% en el número de eventos vendidos entre 2023 y 2024, resultado en línea con lo reportado por las productoras.

Índice: número de eventos en el año
Base 2023 = 100

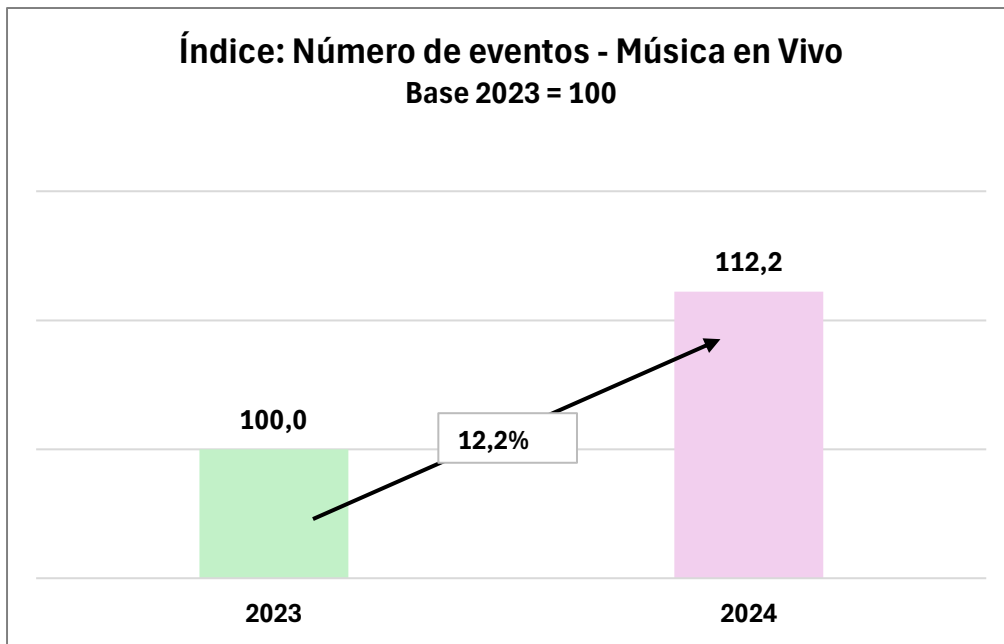


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Índice: Cantidad de tickets vendidos
Base 2023 = 100



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

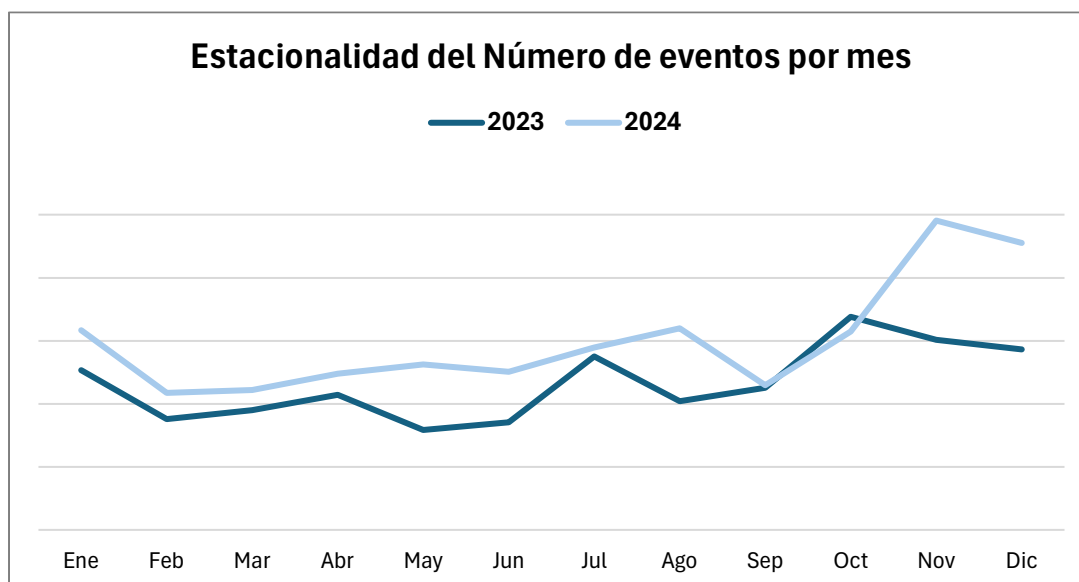
2.- Estacionalidad

La estacionalidad de los eventos durante 2024 muestra un mayor dinamismo y una recuperación sostenida a lo largo del año, con un crecimiento total de 15,9% frente a 2023. El avance se concentró en los meses de noviembre (+37,8%) y diciembre (+34,7%), que se consolidan como el pico del calendario anual, impulsados por los espectáculos masivos de cierre de temporada.

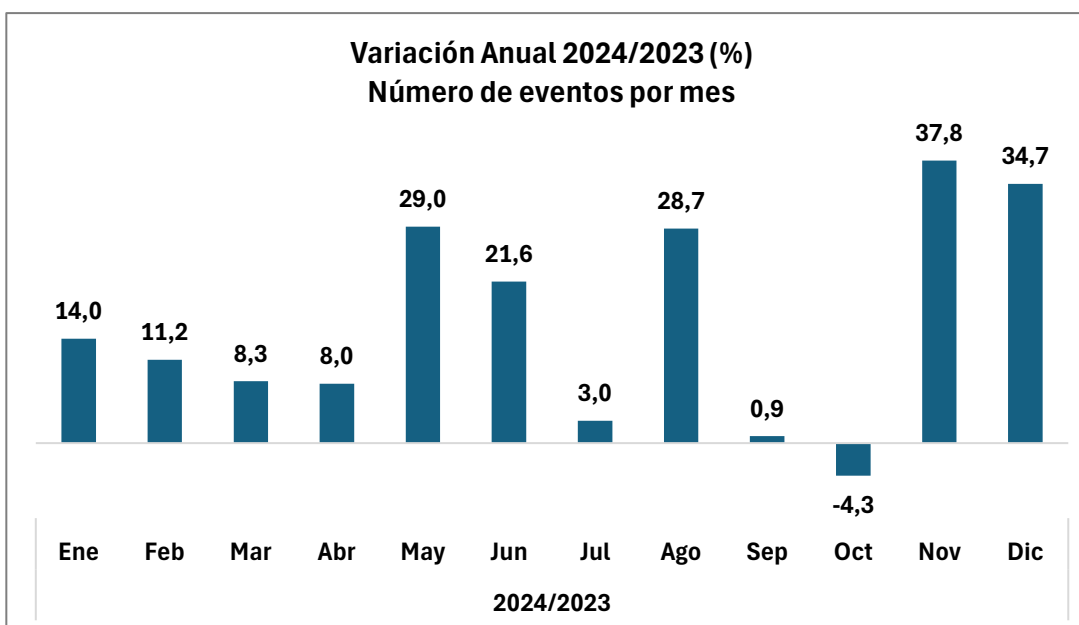
Sin embargo, los registros incluyen no solo los eventos producidos por las grandes compañías de música en vivo, sino también actividades de menor escala –como presentaciones locales, eventos corporativos, escolares o comunitarios– comercializadas a través de ticketeras. Esta amplitud de la muestra explica la dispersión estacional y el hecho de que la curva no refleje únicamente la agenda de conciertos o festivales, sino el comportamiento más amplio del mercado del entretenimiento.

Durante el primer semestre se observa también un desempeño favorable, con alzas en enero (+14%), febrero (+11%), luego mayo (+29%) y junio (+21,6%), lo que da cuenta de una diversificación del calendario y de una recuperación más temprana de la programación cultural y recreativa. Solo octubre registró una leve baja (-4,3%), posiblemente asociada al desplazamiento de eventos hacia los meses siguientes.

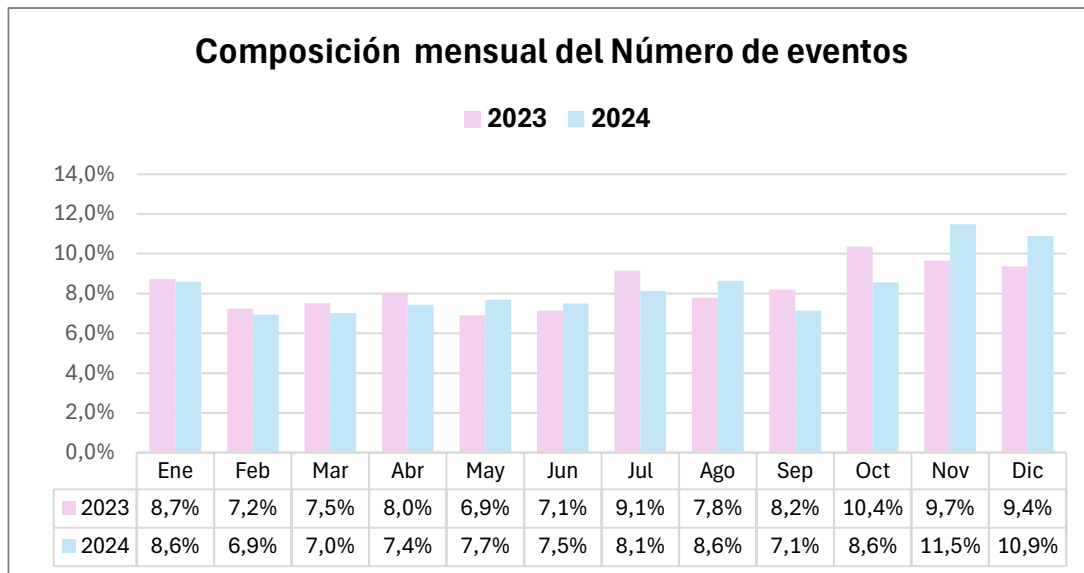
En términos de composición, la distribución mensual evidencia una actividad bastante equilibrada: cada mes aporta entre 7% y 11% del total anual, destacando noviembre (11,5%) y diciembre (10,9%) como los de mayor concentración. Esto sugiere un mercado activo, diversificado y sostenido a lo largo del año, donde los grandes espectáculos conviven con una oferta más amplia de actividades culturales y recreativas de distinta escala.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



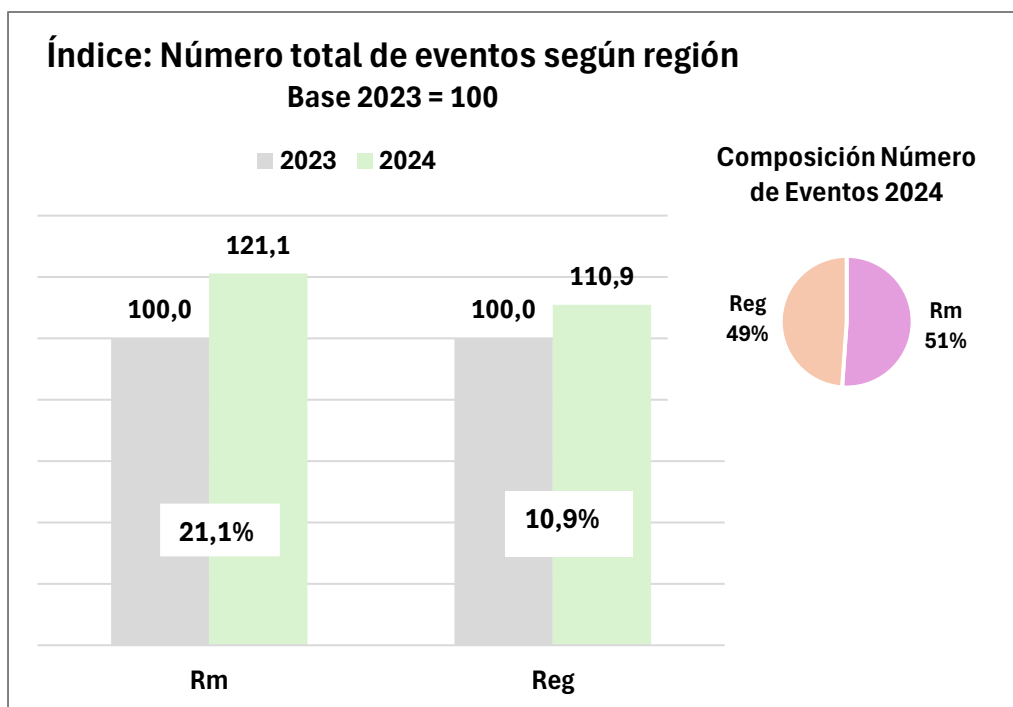
Fuente: Departamento de Estudios CNC

3.- Composición regional y dinámica de ventas

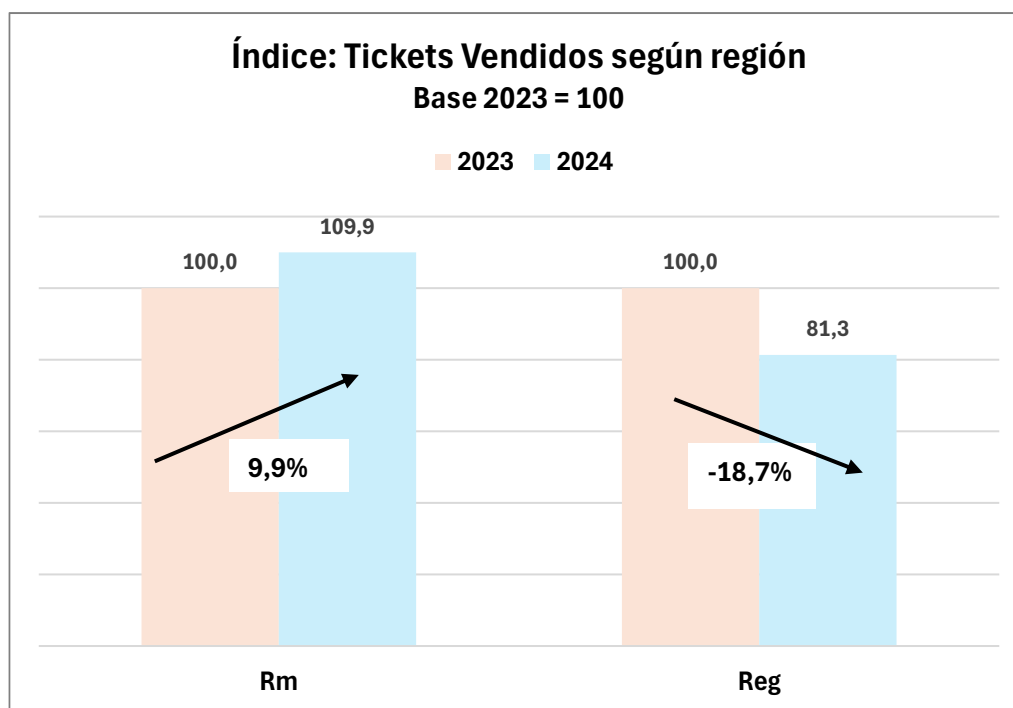
El desempeño regional del sector muestra una expansión diferenciada entre la Región Metropolitana y el resto del país. En 2024, el número total de eventos aumentó 21% en la RM y 11% en regiones, lo que consolida el liderazgo de Santiago como principal centro de actividad cultural y de espectáculos, aunque el resto del territorio mantiene un peso relevante, concentrando casi la mitad (49%) de los eventos realizados. Esta composición muestra que, si bien Santiago sigue siendo el núcleo de la industria, por su infraestructura, capacidad de aforo y concentración de público, el resto del territorio mantiene un rol cada vez más activo en la agenda de espectáculos y actividades culturales.

Al observar la venta de tickets, se evidencia una mayor concentración de la demanda en la capital. La cantidad de entradas vendidas en la RM creció 9,9% anual, mientras que en regiones se registró una caída de 18,7%, reduciendo su participación desde 23,8% en 2023 a 18,8% en 2024. Esto sugiere que, si bien la oferta de eventos se ha diversificado territorialmente, el poder de convocatoria y capacidad de venta sigue estando fuertemente concentrado en la RM, donde se realizan los espectáculos de mayor escala y visibilidad mediática.

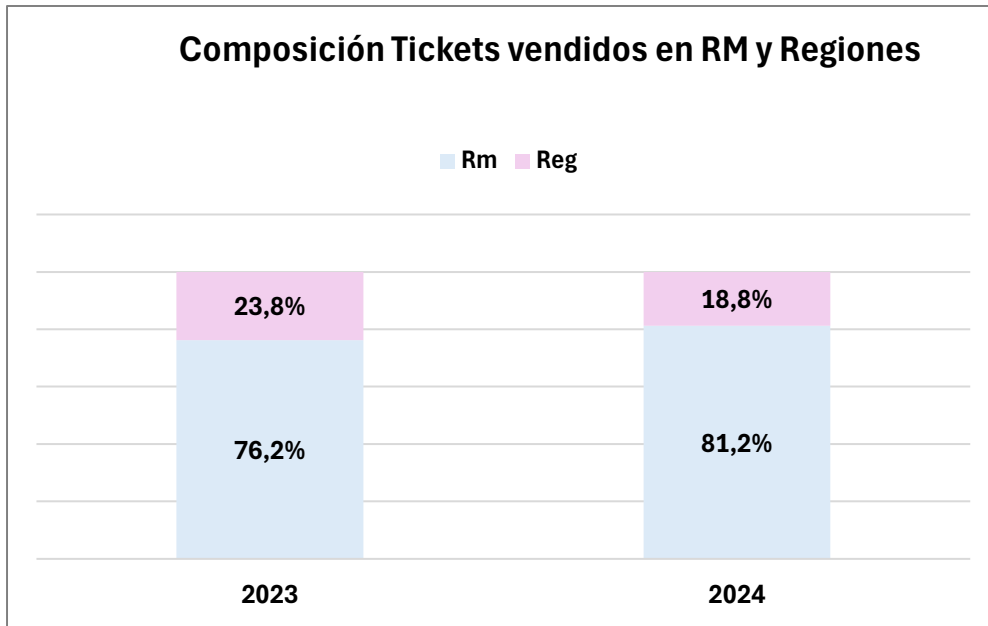
El avance en regiones refleja la mayor descentralización de la oferta y el esfuerzo de las productoras por diversificar plazas y audiencias, aprovechando espacios consolidados en otras ciudades a lo largo del país. En conjunto, la expansión territorial confirma que la recuperación de la industria no se limita al eje metropolitano, sino que contribuye a dinamizar economías locales, fortalecer encadenamientos regionales y ampliar el acceso del público a la cultura y el entretenimiento a nivel nacional.



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC



Fuente: Departamento de Estudios CNC

4.- Conclusiones

El análisis del mercado de ticketeras confirma su creciente relevancia como indicador del pulso cultural y comercial de la industria de eventos de entretenimiento y culturales, tanto de gran escala como pequeños. Estas plataformas han permitido ampliar el acceso, formalizar transacciones y mejorar la trazabilidad de la actividad, posicionándose como un actor central en la cadena de valor del espectáculo. Su capacidad para integrar desde grandes conciertos hasta actividades locales o comunitarias las convierte en una ventana representativa de la diversidad del ecosistema, aunque sus datos deben leerse con cautela, dado que abarcan segmentos y escalas muy distintas.

En 2024, las cifras evidencian un mercado activo y diverso, con más eventos comercializados y un leve aumento en la venta total de entradas. No obstante, persisten diferencias territoriales significativas: la Región Metropolitana concentra la mayoría de los tickets vendidos y los espectáculos de mayor envergadura, mientras que las regiones muestran una oferta más amplia, pero de menor volumen, orientada a públicos específicos y a formatos culturales o recreativos más acotados.

En conjunto, el comportamiento de las ticketeras refleja un sector en proceso de consolidación y madurez, donde la digitalización está transformando la forma de producir, vender y consumir eventos. El desafío hacia adelante será fortalecer la articulación entre productores, plataformas y actores regionales, de modo que el crecimiento en número de eventos se traduzca también en una expansión más equilibrada de la demanda y de los ingresos a lo largo del país.

Anexo

Glosario

Música en Vivo	Es una actividad organizada donde uno o varios artistas (nacionales o internacionales) interpretan música para una audiencia en tiempo real.
Otros	Otros espectáculos, que consideran eventos de teatro, fiestas, experiencias, stand up, fútbol y otros.
Venta de Tickets	Facturación por la venta de Tickets, Incluido el cargo por servicio.
Sponsorship	Facturación por acuerdos de colaboración para mayor visibilidad y beneficios de marketing, como publicidad, reconocimiento de marca y conexión con la audiencia.
Otros Ingresos	Considera la facturación por la venta de merchandising, ferias y servicios asociados.
Gasto en Inversión Publicitaria	Corresponde al total del gasto en inversión publicitaria, con IVA incluido, en el año.
Pago por Derecho de Autor en cada año	Corresponde al total del pago por derecho de autor en el año.
Número de Proveedores únicos contratados	Corresponde al número de proveedores contratados. Si una empresa contrata al mismo proveedor en dos ocasiones durante un año, se contabiliza solo una vez en el estudio.
Trabajadores fijos - Staff	Corresponde al número trabajadores (dotación interna), con la data tomada de la nómina a diciembre de cada año.
Trabajadores por faena	Corresponde al número de contrataciones por faena (trabajo directo) que contrata la productora en el año. No incluye las contrataciones de los subcontratistas y/o terceros.