

España Hub Audiovisual de Europa

Plan de impulso
al sector audiovisual



ESPAÑA
PUEDE.



#Spain
AVSHub



Videjuego *Temtem*.
Imagen cortesía de la Asociación Española de Videjuegos

Contenidos

Pág. 04	Resumen ejecutivo
Pág. 10	Introducción
Pág. 16	1. El sector audiovisual
Pág. 34	2. Visión de futuro
Pág. 42	3. Diagnóstico
Pág. 50	4. Meta y objetivos del Plan
Pág. 52	5. Medidas del Plan
Pág. 72	6. Seguimiento y control del Plan
Pág. 74	7. Gobernanza
Pág. 78	8. Presupuesto

Resumen ejecutivo

El sector audiovisual

El sector audiovisual ha experimentado en los últimos años una revolución a nivel global. La transformación digital, la aparición de nuevos modelos de negocio y nuevas tecnologías han cambiado drásticamente la forma de producción de contenidos audiovisuales, y las fronteras de los mercados nacionales de consumo audiovisual se han difuminado.

La disponibilidad de redes de banda ancha de mayor capacidad ha dotado al usuario del poder de decisión sobre el tipo de contenido que quiere ver, el dispositivo donde visionarlo y el momento del día en el que lo va a hacer.

Reforzar el sector de la producción audiovisual española es el reto al que nos empuja esta nueva realidad; aprovechando el contexto, **el objetivo es impulsar la industria audiovisual española**, incrementar la competitividad del sector y favorecer su desarrollo al ritmo que marca el crecimiento global. Bien sea a través del refuerzo de las capacidades de los agentes económicos locales para crear producciones que exportar, sin perder de vista el propio potencial de España como mercado, bien sea atrayendo inversiones exteriores que financien su crecimiento.

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” (Plan “Spain AVS Hub”), de dinamización de la inversión y desarrollo del sector audiovisual, **es un plan de actuación global que quiere transformar el actual ecosistema audiovisual español en su conjunto**, considerando el sector en un sentido amplio.

Este Plan tiene en cuenta aspectos estratégicos de la cadena de valor, tanto las actividades auxiliares

de soporte a dicha producción, la producción de contenidos audiovisuales (en español y en otros idiomas), como la postproducción y la promoción, difusión y explotación de los contenidos audiovisuales.

Asimismo **considera un concepto amplio de contenidos**, englobando no sólo los contenidos audiovisuales tradicionales (ficción, producción de contenidos televisivos, etc.), sino también el entorno digital multimedia e interactivo, como son el desarrollo de software, los videojuegos (como los eSports) y los contenidos transmedia o los que incorporan experiencias inmersivas con efectos visuales o realidad virtual.



Un sector estratégico con visión de futuro

El audiovisual se erige, así, como un sector estratégico, con un gran potencial. **Un sector favorecedor del desarrollo económico y cultural del país.** Este es el momento de consolidar las fortalezas del sector con un respaldo público para lograr que España se convierta en un Hub de producción audiovisual a nivel mundial.

La importancia estratégica del sector audiovisual es reconocida dentro de la estrategia “España Digital 2025” (ED2025). Esta estrategia plantea como uno de sus ejes mejorar el atractivo de **España como plataforma europea de negocio, trabajo e inversión en el ámbito audiovisual.**

España está en una buena posición de partida para convertirse en un hub audiovisual líder a nivel europeo y mundial. Nos encontramos entre los primeros puestos europeos en cuanto a despliegue de redes de última generación de banda ancha y 5G, con una gran preparación de las empresas audiovisuales españolas para incorporar las mejoras tecnológicas digitales a las actividades de producción, realización y post producción. Además, contamos con importantes bolsas de talento en todas las profesiones relacionadas, como se demuestra con el éxito internacional de numerosas series, videojuegos y otras producciones creadas y desarrolladas íntegramente en España, así como con un ecosistema de profesionales y empresas de distinto tamaño de gran calidad y competitividad. El español es, sin duda, un activo importante para liderar en uno de los mercados más importantes y en crecimiento a nivel mundial.

Finalmente, en los últimos años se ha desplegado un marco fiscal y normativo favorable que supone un factor adicional para la atracción de inversiones y la fijación en España de actividad y empleo en un sector de alto valor añadido.

A partir de estas palancas, las políticas públicas de este Plan potenciarán esas ventajas para **incrementar la competitividad de la industria de la producción de contenidos audiovisuales en España, así como su internacionalización.**

Ello se traducirá en un incremento del número de contenidos audiovisuales producidos en España, la creación de nuevas vías de distribución y comercialización de dichos contenidos, el desarrollo de una actividad industrial económicamente sostenible y financieramente rentable, el aumento de la diversidad cultural al mejorar el acceso por parte de los usuarios a un mayor número de contenidos audiovisuales producidos en España y en una mejora de la monetización de los contenidos audiovisuales por parte de los creadores españoles.

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” se marca como objetivos reforzar las fortalezas de la producción audiovisual española, su internacionalización; y el incremento del atractivo de España como destino de inversiones extranjeras y actividad económica vinculada a la producción audiovisual.

Éste es un plan de actuación global para transformar el actual ecosistema audiovisual en su conjunto.

- **MÁS PRODUCCIÓN:** Aumentar el número de contenidos que se producen en España.
- **MÁS VENTANAS:** Crear unas nuevas vías de distribución y comercialización.
- **MÁS INDUSTRIA:** Desarrollar plenamente una nueva actividad industrial capaz de generar beneficios.
- **MÁS DERECHOS INTELECTUALES:** Permitir a los creadores mantener derechos sobre sus obras.
- **MÁS OFERTA PARA LOS CIUDADANOS:** Acceder al mayor número posible de contenidos elaborados en España.

Película *Mientras dure la guerra*.
Imagen cortesía de Movistar +

Objetivos

Consolidar España como:



Metas, ejes y medidas

Este Plan se ha fijado como meta un incremento del 30% de la producción audiovisual en España para el año 2025.

Para alcanzar la mencionada meta y los objetivos del Plan se ha establecido una hoja de ruta con 15 medidas basadas en 4 ejes de actuación:

Ejes	Medidas
<p>1 Fomento y digitalización de las actividades audiovisuales, de la promoción e internacionalización y de la atracción de inversiones.</p>	<p>Medida 1 Spain Audiovisual Hub, punto centralizado de información.</p> <p>Medida 2 Programa de formato, modernización y digitalización.</p> <p>Medida 3 Programa de promoción e internacionalización</p> <p>Medida 4 Programa de atracción de rodajes e inversión exterior.</p>
<p>2 Mejora de los instrumentos financieros y fiscales.</p>	<p>Medida 5 Plan de financiación del ICO.</p> <p>Medida 6 Plan de Financiación de ENISA.</p> <p>Medida 7 Incentivos fiscales.</p> <p>Medida 8 Concesión de avales.</p> <p>Medida 9 Actuación de CESCE como agencia de crédito a la exportación.</p>
<p>3 Disponibilidad de talento y desarrollo del capital humano.</p>	<p>Medida 10: Formación de talento.</p>
<p>4 Reformas regulatorias y eliminación de barreras administrativas.</p>	<p>Medida 11 Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual.</p> <p>Medida 12 Proyecto de reforma de la Ley 53/2007 de Cine.</p> <p>Medida 13 Simplificación y reducción de cargas administrativas del Sistema de Inmigración por interés económico.</p> <p>Medida 14 Ventanilla digital para los visados y/o autorización de residencia y trabajo relacionados con proyectos audiovisuales en oficinas culturales.</p> <p>Medida 15 Elaboración del informe anual del sector audiovisual.</p>

Dotación presupuestaria

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” movilizará unos recursos públicos estimados que ascienden a 1.603 millones de euros, a lo largo del periodo 2021- 2025. Con este presupuesto está previsto financiar diferentes actuaciones de apoyo a la industria de la producción audiovisual española desglosadas en los cuatro ejes que componen este Plan.

Los recursos financieros de este Plan provendrán de los Presupuestos Generales del Estado y de fondos de la Unión Europea (principalmente, el Fondo Europeo de Recuperación y Resiliencia, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el Programa Europa Creativa para el periodo 2021-2027.



1.603 M
a lo largo del periodo
2021- 2025.

Rodaje de la serie *El ministerio del tiempo*.
Imagen cortesía de RTVE, vía Spain Film Commission



Introducción

España cuenta con una gran riqueza en el ámbito cultural en el que el sector audiovisual se erige como un importante activo de transmisión de valores e imagen cultural, así como de desarrollo económico para el país. Apoyado en la rápida evolución del sector y la aceleración de la transformación digital, los productos ofrecidos por el sector se han convertido en un bien de consumo generalizado en el ocio y entretenimiento de las personas, pero también en un activo esencial para las nuevas formas de publicidad o actividades de formación.

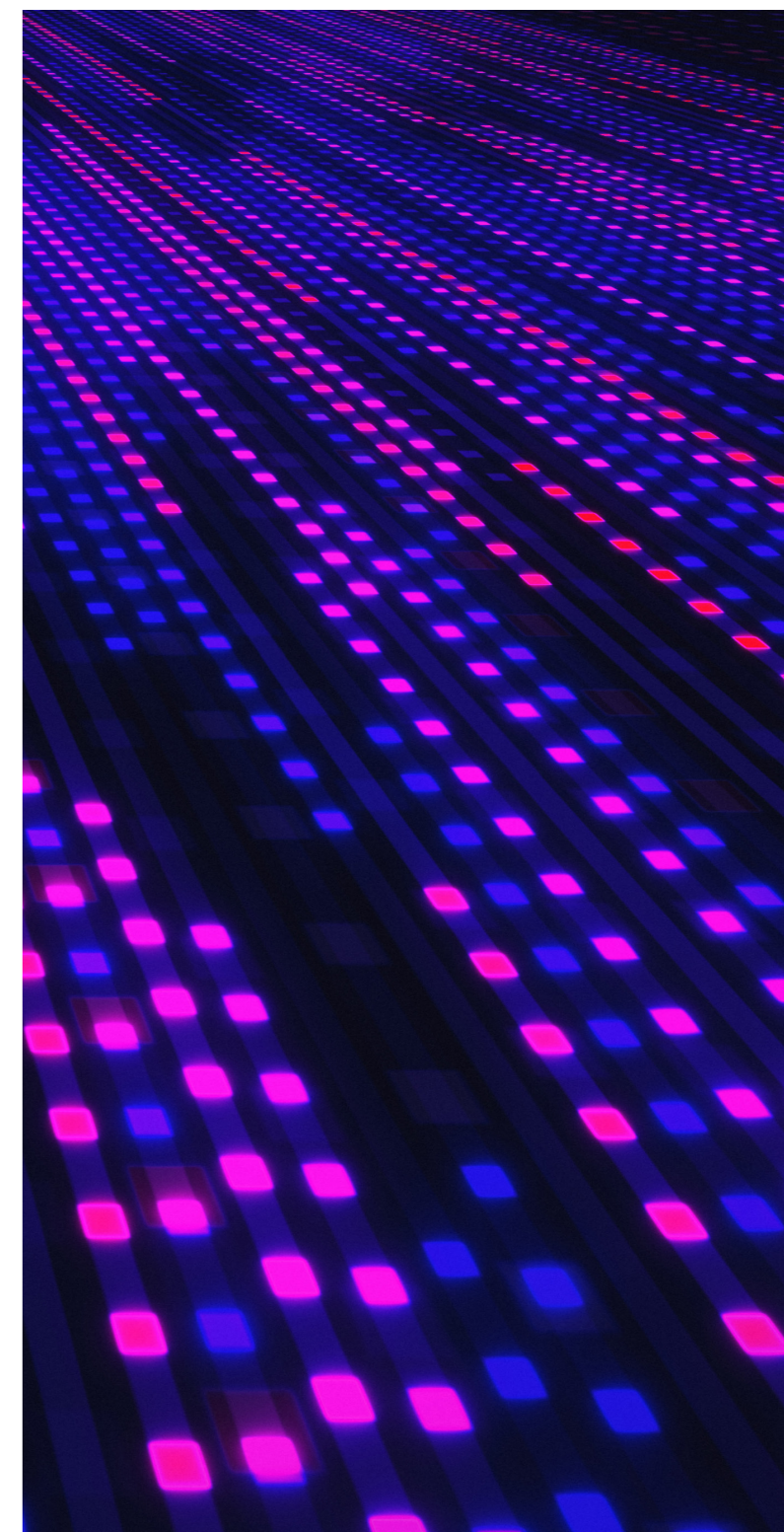
Diversas plataformas puestas en marcha por la Administración General del Estado^{1,2} y por las administraciones locales³, así como los planes de apoyo al sector audiovisual promovidos desde las Comunidades Autónomas, vienen posicionando nuestra industria y nuestras capacidades en el entorno internacional.

La importancia estratégica del sector audiovisual es reconocida dentro de la estrategia “España Digital 2025”(ED2025). Esta estrategia plantea como uno de sus ejes mejorar el atractivo de España como plataforma europea de negocio, trabajo e inversión en el ámbito audiovisual y establece el objetivo de aumentar en un 30% la producción audiovisual en España para el año 2025 respecto del nivel actual.

¹<https://www.investinspain.org/en/industries/audiovisual> del Instituto de Comercio Exterior (ICEX).

²<https://www.audiovisualfromspain.com/audiovisual/es/index.html> del Instituto de Comercio Exterior (ICEX)

³<http://www.shootinginspain.info/>





Serie de animación *D'Artacán y los tres Mosqueperros*.
Imagen cortesía de DIBOOS

Para dar respuesta a este objetivo se ha diseñado el Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”, sobre las siguientes prioridades:

- ▶ **Atraer la inversión exterior y convertir España en polo de atracción de la producción audiovisual**, reduciendo al máximo los costes administrativos y regulatorios para la actividad inversora.

Todo ello en un contexto regulatorio que potencie esas iniciativas. En España se trabaja para establecer una legislación adaptada a los nuevos agentes del sector, así como a los nuevos servicios audiovisuales impulsados por las tecnologías digitales. Las iniciativas regulatorias ya en marcha tienen como objetivos relevantes a este fin:

- Establecer mismas obligaciones para los mismos servicios.
- Reforzar la protección de la producción de contenido audiovisual europeo y de empresas productoras independientes.
- Actualizar y flexibilizar las obligaciones en materia de publicidad en servicios de comunicación audiovisual.

- ▶ **Mejorar la competitividad de las empresas productoras audiovisuales a través de la aplicación de nuevas tecnologías que les permitan competir en un mercado digitalizado**. La digitalización de las actividades de producción en sí mismas mejorará la capacidad de competir en calidad con producciones originarias de otros países, pero también la aplicación de las nuevas tecnologías contribuirá a una mejora de la gestión de la recaudación y el reparto de los derechos de propiedad

intelectual, haciéndola más transparente, mejorando su control por los creadores, facilitando la resolución de los eventuales conflictos y optimizando la correcta remuneración de los creadores españoles en un entorno digital en el que están cambiando radicalmente los modelos de distribución, el seguimiento de las audiencias y avanzar en las fórmulas de retribución de los derechos. En ese sentido, la aplicación de herramientas digitales contribuirá a mejorar la balanza exterior derivada del sector audiovisual en todas las rúbricas posibles.

Junto con la digitalización, también se atenderá a la reducción de las dificultades características de un tejido empresarial formado mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, como lo son el acceso a las fuentes de financiación o el potencial para competir en mercados extranjeros.

- ▶ Asimismo, se dedicará un **especial esfuerzo a reducir la brecha de género y a la generación de talento**.

La brecha de género es especialmente notable en términos de dirección de producciones audiovisuales y ello supone una pérdida de competitividad por la infrarrepresentación del talento de una parte muy relevante de la sociedad española. Según datos del Observatorio Europeo Audiovisual, entre 2003 y 2017 se produjeron 21.054 películas europeas de las cuales tan sólo 2.997 (el 21%) fueron dirigidas por mujeres. En 2017, el 83% de las películas europeas fueron dirigidas por hombres, frente a un 15% dirigidas por mujeres. Muy inferior es también la presencia de mujeres en otros segmentos de la producción audiovisual como son los videojuegos (como los eSports); en 2017, sólo el 17% de los empleos directos generados en el sector del videojuego

estaban ocupados por mujeres. No obstante, cabe destacar el avance en medidas para salvar dicha brecha abordado desde el Ministerio de Cultura y Deporte en su compromiso de alcanzar el objetivo de paridad 50/50 en 2025.

Otro elemento fundamental para la mejora de la competitividad es el refuerzo de la formación. Un reto, no menor, derivado de la digitalización y la convergencia del sector es la necesidad de que las empresas cuenten con profesionales que tengan la cualificación y competencias demandadas por la industria. En este contexto, el eje 3 de este Plan recoge una serie de actuaciones orientadas a que los profesionales que trabajan en el sector audiovisual cuenten con la cualificación necesaria y a atraer aquellos perfiles muy específicos que ayuden a las empresas a incrementar su nivel de competitividad.

Por último, es preciso señalar que la actividad del sector de la producción audiovisual se verá beneficiada, no sólo por las acciones concretas de este Plan, sino que su desarrollo también se verá potenciado por acciones de otros Planes de la estrategia España Digital 2025, en concreto del Plan para la conectividad y las infraestructuras digitales y la Estrategia de impulso a la tecnología 5G, aprobados por el Gobierno el 1 de diciembre⁴, así como del Plan de Competencias Digitales y el Plan para la Digitalización de las Administraciones Públicas. Todos estos planes, derivados también de la Agenda España Digital 2025, contienen acciones que tendrán su impacto positivo en la producción audiovisual y contribuirán por tanto a la consecución de los objetivos del Plan “Spain AVS Hub”.

⁴<https://www.lamoncloa.gob.es/consejodem ministros/Paginas/enlaces/011220-enlace-digital.aspx>

01

El sector audiovisual

El desarrollo del sector audiovisual en España está fuertemente ligado a la rápida evolución del sector a nivel global en los últimos años, siendo **el espectacular incremento del consumo digital de contenidos audiovisuales la base de dicho crecimiento, y el acelerador de la necesidad de diversificar la forma y tipos de contenidos producidos**. La disponibilidad de redes de banda ancha y dispositivos digitales, capaces de reproducir contenidos audiovisuales en cualquier lugar y en cualquier momento, ha provocado una ola de innovación acelerada en el sector audiovisual. **El nuevo público consumidor, individual y digital, exige a las empresas productoras nuevos contenidos, más contenidos y más personalizados**.

Contexto global y europeo

A nivel global, según el informe de Olsberg-SPI⁵, la suma de las inversiones efectuadas en 2019 por compañías como Netflix, Amazon, Disney, HBO Max, Peacock, Quibi y Apple, alcanzó los 177.000 millones de dólares y se generaron 14 millones de empleos en todo el mundo.

Esta capacidad de crecimiento global alienta el interés del Gobierno para lograr que España se convierta en un Hub de producción audiovisual a nivel mundial, aprovechando el impacto económico que dicha actividad puede tener sobre la economía española.

Según el informe de PwC “Entertainment and Media Outlook 2020-2024”⁶ en los próximos cinco años se espera que el sector crezca un 2,8% en todo el mundo. En España, el aumento previsto será del 3,3% (hasta los 35.567M€). Se trata de un crecimiento considerable que pone de

manifiesto las oportunidades para las empresas de segmentos con gran potencial como el vídeo bajo demanda y los videojuegos.

Tendencia a la concentración en la industria

Junto a este crecimiento, la producción audiovisual se globaliza y se concentra. Existen grandes conglomerados multinacionales que dominan el mercado a nivel global y el proceso de concentración continúa. El año 2019, fue un año de movimientos significativos en la industria: además de la adquisición de 20th Century Fox por parte de Disney, cabe destacar el acuerdo de fusión CBS-Viacom, la adquisición de Fox Sport Networks por Sinclair Broadcasting (un grupo de estaciones de televisión locales de EE. UU.) o la adquisición de Cineplex de Canadá para crear la cadena de cines más grande de Norteamérica.

En Europa, la compañía francesa Banijay adquirió la productora líder EndemolShine (que en España cuenta con las productoras Gestmusic Endemol, Shine Iberia, Diagonal TV y Zeppelin TV).

También se produjo la adquisición del servicio de televisión de pago vía satélite M7 por Canal + (Vivendi), la adquisición de Bonnier Broadcasting por el operador de telecomunicaciones Telia, la venta de determinadas operaciones de cable de Europa del Este por Liberty Global a Vodafone y la fusión de las

⁵<https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>

⁶<https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2020-2024.html>

operaciones de televisión de pago escandinavas de Viasat (Nordic Entertainment) y Canal Digital (Telenor). Y el proceso continúa.

Crecimiento del subsector audiovisual digital

En todas estas cifras y movimientos empresariales subyace un elemento común: **los subsectores más vibrantes de la producción audiovisual están vinculados a la producción y el consumo digital de contenidos y el consumo personalizado**, en detrimento de patrones de consumo conjunto y en modelos de negocio lineales en los que el usuario no tiene capacidad de elección ni del momento de visionado, ni del dispositivo en el que lo consume.

Para poner en perspectiva este cambio basta atender a las cifras: en 2018 las actividades de cine, video y programas de televisión desbancaron por primera vez a las programaciones de radio y televisión lineal, que tradicionalmente eran las actividades que proporcionaban mayores ingresos en el sector audiovisual.

En paralelo la **producción de contenidos audiovisuales ha experimentado una vertiginosa evolución a lo largo de los últimos años**. El crecimiento exponencial del consumo digital de contenidos ha propiciado una diversificación y una expansión paralela de la producción de contenidos audiovisuales, fundamentalmente de ficción, incluidos los de animación y también los de videojuegos y sus actividades vinculadas, como las de los eSports, entre otros.

Según el análisis del Observatorio Audiovisual Europeo citado con anterioridad, en 2019 se emitieron aproximadamente 500 series originales de televisión en prime-time en Estados Unidos y Europa.

En Europa, las series de televisión están en el centro de la batalla para conquistar o preservar al público. Los impactos en el cambio de la producción y contenidos europeos se pueden resumir en:

- ▶ Incremento de la producción de dramas.
- ▶ Reasignación de recursos de películas de televisión a series.
- ▶ Temporadas más cortas para retener espectadores.
- ▶ Alianzas entre empresas que permitan incrementar los presupuestos a través de coproducciones.
- ▶ Competencia por los mejores talentos.

Acorde a la generación de nuevo contenido, en la Unión Europea se produjeron alrededor de 460 temporadas de series de ficción de alto impacto de media cada año entre 2015 y 2018, lo que representa aproximadamente 3.500 episodios y 2.700 horas de emisión al año. **El volumen de producción aumentó durante este período de tiempo, aproximadamente un 10% por año.**

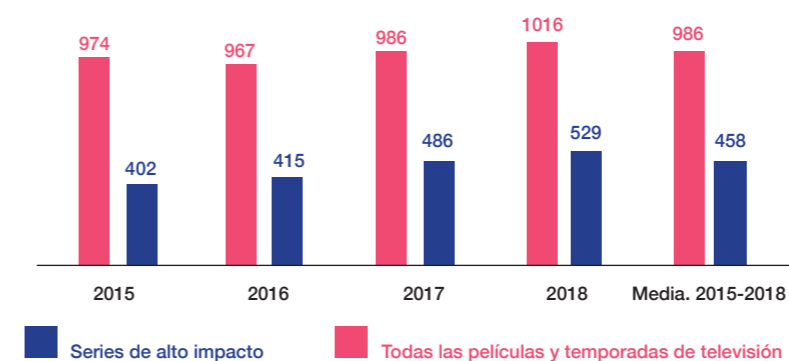
Las series de alto impacto representan una parte creciente de toda la producción televisiva en la Unión Europea. **La proporción de temporadas de series sobre el volumen total de todas las películas y series para televisión producidas anualmente aumentó del 41% en 2015 al 52% en 2018.**



Serie *La Peste*.
Imagen cortesía de Movistar+

Series de alto impacto vs producción total de series en Europa.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del European Audiovisual Observatory. Informe "Modeling audiovisual sector revenue flows in the EU and test case of impact of COVID-19 on industrie revenues"



En concreto, los formatos más comunes producidos son temporadas de seis, ocho o diez episodios.

En el panorama de la producción de series de alto impacto a nivel europeo, el Reino Unido se posiciona como la principal productora, seguida de Alemania y Francia representando entre los tres países el 54% del número total de temporadas europeas de series de alto impacto producidas cada año entre 2015 y 2018. España ocupó el quinto lugar por detrás de Holanda y al mismo nivel que Italia o Suecia. Durante este periodo de tiempo, el volumen de producción creció significativamente a una tasa superior a la media en Portugal, Eslovaquia, Hungría y Dinamarca.

Es preciso señalar que las series de alto impacto producidas para ser visualizadas en servicios audiovisuales bajo demanda representaron el 8% de todas las temporadas producidas en 2018, frente al 3% en 2015. Estas cifras confirman el desplazamiento de las personas usuarias desde los servicios lineales a los servicios a petición.

El sector audiovisual en España

La descripción del sector audiovisual en España se presenta como un ejercicio complejo dada la amplia diversidad de sub-actividades y actores que intervienen en las mismas. Tradicionalmente la producción de contenidos de ficción (tanto en formato cine como para distribución en televisión) y contenidos de no ficción para televisión han tenido un gran protagonismo en la actividad de producción audiovisual. Sin embargo, las tendencias actuales

exigen prestar atención a la producción de otros contenidos como la producción audiovisual para actividades publicitarias (tanto para su distribución en televisión como a través de Internet), la producción de contenidos de videojuegos y la práctica y seguimiento de eSports, animación o incluso la producción de contenidos formativos audiovisuales.

Producción de ficción y televisión

Hasta la fecha, los distintos subsectores que integran el sector de la producción tradicional de contenidos audiovisuales en España han demostrado su capacidad de éxito sobre la base de sus capacidades técnicas, creativas y know how. Gracias a ello, **la industria audiovisual española ha adquirido un eco muy superior a su peso económico**, que se ha traducido en el creciente éxito de sus producciones entre la audiencia mundial y diversos reconocimientos y premios en el ámbito internacional⁷.

La situación del sector audiovisual en la actualidad es fruto de la creatividad, el trabajo y el esfuerzo de años, a menudo a título individual, de grandes profesionales de las distintas actividades que se engloban en este sector. Un sector que, por lo demás, **tiene un gran efecto arrastre en actividades auxiliares o complementarias**, como actividades de postproducción y auxiliares (sonido, iluminación, vestuario, composición musical, etc.) o el turismo de rodajes.

El turismo de rodajes o turismo cinematográfico juega un rol esencial en la estrategia de diversificación turística española. El incremento de los flujos de turistas hacia lugares en España

en los que se han realizado producciones cinematográficas, series, u otras obras audiovisuales está teniendo un impacto positivo en la transformación de nuestro modelo turístico hacia la sostenibilidad. En particular, este nuevo tipo de producto turístico permite el descubrimiento de nuevos destinos (desconcentración), fomenta la distribución de turistas a España a lo largo del año (desestacionalización) y enriquece la experiencia del turista que viene a España añadiendo nuevas vivencias a su visita (diversificación). Para conservar su competitividad turística, España debe mantener su posición de referencia en el turismo cinematográfico o de rodajes.

El impulso y la motivación de los integrantes de este sector por ofrecer audaces propuestas audiovisuales, la imprescindible inversión en dichas propuestas, la valiosa colaboración de nuevas empresas globales que demandan producciones audiovisuales y su orientación hacia una mayor personalización del producto, se han traducido en un potencial destacado del sector audiovisual español a nivel internacional.

Dentro de los diferentes formatos de ficción, el formato cine ha tenido una especial relevancia tradicionalmente, y por este motivo una gran parte de las políticas públicas han ido dirigidas a impulsar la producción de este formato concreto.

Los contenidos audiovisuales en formato cine⁸ obtienen su financiación de diferentes vías a lo largo de su proceso de explotación. En el momento previo a la producción, además de la financiación privada, las películas reciben recursos financieros en forma de subvención (principalmente del Instituto para la Cinematografía y las Artes Audiovisuales, ICAA⁹), así como financiación privada procedente de los presta-

dores de servicios de comunicación audiovisuales, en cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de obra europea prevista en la normativa audiovisual¹⁰. Una vez estrenada en sala de exhibición, los ingresos de las películas de cine provienen fundamentalmente de los ingresos de taquilla¹¹.

⁷La Casa de Papel ha sido la serie de lengua no inglesa más vista en Netflix a nivel mundial en 2018; Klaus ha sido nominada al Oscar 2020 a la Mejor Película de animación y ganó el Bafta en 2020 en su categoría; Félix Bergés (El Ranchito) ha ganado un premio Emmy por los efectos visuales de Juego de Tronos.

⁸Según el artículo 4 de la Ley 50/2007 del Cine, película cinematográfica es toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine. Por otro lado, se define como "otras obras audiovisuales" aquellas que cumpliendo los requisitos anteriores no estén destinadas a ser exhibidas en salas cinematográficas, sino que llegan al público a través de otros medios de comunicación.

⁹Según la Ley 50/2007 del Cine, el Instituto para la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) es la autoridad competente para establecer medidas de fomento para la producción, distribución, exhibición y promoción de películas cinematográficas y otras obras audiovisuales, medidas de fomento de la producción independiente, así como la realización de actividades de I+D+i en el ámbito de la creación cinematográfica y audiovisual. En los Presupuestos Generales del Estado se dota anualmente un Fondo de Protección a la Cinematografía y al Audiovisual, cuya gestión se realiza por el ICAA, para atender las ayudas previstas en dicha Ley (ayudas a la creación y desarrollo, a la producción, a la distribución, a la exhibición, a la conservación y a la promoción) <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/informacion-servicios/sc/becas-ayudas-y-subsidios.html>

¹⁰El artículo 5 de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual establece que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual deberán destinar el 5% de los ingresos devengados por la prestación de dichos servicios a la financiación anticipada de obra europea (películas cinematográficas, series, documentales y películas y series de animación). En el cuadro se incluyen los fondos relativos a la financiación de películas de cine en lengua oficial y producciones independientes en lengua oficial.

¹¹A la hora de comercializar sus productos en el canal de salas de cine, las empresas productoras españolas tienen una dura competencia con las producciones procedentes de otros países, como demuestran los datos de taquilla desagregados por nacionalidad de las películas en los que, según los datos del ICAA, únicamente el 15% de los ingresos en sala van a facturación de películas españolas, frente al casi 74% que va dirigido a remunerar películas procedentes de USA.



La siguiente tabla presenta una evolución de las ayudas a la cinematografía concedidas por el ICAA en el periodo 2017-2019, de los recursos financieros procedentes de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual dirigidos a la financiación de obra audiovisual europea y de los ingresos obtenidos por las películas españolas en taquilla.

Tabla 1
Principales fuentes de financiación del cine español 2017-2019

Fuente: Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA) y Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Elaboración propia.

	2017 (Euros)	2018 (Euros)	2019 (Euros)
Ayudas ICAA	71.675.000	79.876.600	79.260.900
Obligación financiación anticipada obra europea	66.984.912	65.124.198	nd
Ingresos taquilla películas españolas	103.000.000	103.000.000	97.000.000

A estas cifras habría que añadir las ayudas que provienen de las comunidades autónomas y de fondos internacionales como el Programa MEDIA, o los programas de coproducción Eurimages (entre 2017 y 2020 ha apoyado 18 coproducciones mayoritarias españolas por un importe agregado total de 4.808.167 € y 4 coproducciones minoritarias por importe de 1.130.000 €) e Ibermedia (entre 2017 y 2020 ha apoyado proyectos en coproducción, en desarrollo y de formación por un importe total de 1.914.201€).

España coproduce cine principalmente con Francia y Argentina, y de las 51 coproducciones de 2019, se llevaron a cabo siete con cada uno de ellos dos, seguidos de EE.UU. (con cinco coproducciones), México y Portugal (con cuatro), Italia (con tres), Cuba, Perú y República Dominicana (con dos), y Bélgica, Chile, Colombia, Países Bajos, Reino Unido y Rumanía. Con un presupuesto medio de 3.411.386,29 €, y un porcentaje medio de la participación española de 55,3%, en veintiocho de estas coproducciones España fue el socio mayoritario, en veintidós, minoritario, y en una, el reparto fue equilibrado. En los últimos diez años, el número de coproducciones en las que ha participado España ha variado entre las 40 de 2016 y las 57 de 2013 y 2015. Sin duda todavía tiene un amplio margen para incrementar estas cifras si saca partido a las nuevas medidas de apoyo a las coproducciones que las distintas administraciones públicas nacionales e internacionales han incorporado en los últimos años.

Los ingresos totales del segmento del cine en España (para producciones españolas y extranjeras) alcanzaron en 2019 su mejor cifra en toda una década, 624 millones de euros. La situación provocada por la pandemia apunta a que los ingresos totales de taquilla bajarán en torno a 250 millones de euros en 2020 y se irán recuperando paulatinamente en los años posteriores, con una Tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del -2,8% en el periodo 2019-2024, según las estimaciones del estudio “Entertainment and Media Outlook 2020-2024” de PwC.

En relación con la posición relativa de la producción audiovisual con respecto a países de nuestro entorno, **España es el sexto país de la Unión Europea en número de títulos producidos (por detrás de Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda e Italia) y el quinto en número de horas de producción**

(por detrás de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia). Por otro lado, de las 20 series más vistas en Netflix en el último año, 3 son españolas ocupando La Casa de Papel la segunda posición, Elite la novena posición y Las chicas del cable el puesto 19.

En cuanto a la estructura del tejido empresarial, **el sector de la producción audiovisual en España se caracteriza por una dualidad en cuanto a la tipología y tamaño de empresas que operan en el mismo.** Así, existen grandes empresas con niveles de facturación por encima de los 50M€ anuales que emplean a centenares de profesionales¹², junto con un numeroso grupo de pymes que realizan producciones independientes.

Las productoras cinematográficas independientes emplean de media a 20 trabajadores y tienen una cifra media de facturación anual en torno a los 15M€. Por otro lado, las empresas productoras de programas de entretenimiento y series de ficción emplean de media a 90 trabajadores y tienen una cifra media de facturación anual en torno a los 30M€.

Ambos tipos de empresas coexisten e incluso se retroalimentan, porque los grandes grupos y plataformas audiovisuales contratan producción de contenidos audiovisuales a productoras independientes.

En relación al peso de la facturación de la producción audiovisual española entre los formatos de ficción y televisión también se observa la pujanza del formato series que se observa en el mercado global. Según datos del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de 2018, la producción audiovisual

¹²Como Movistar Studios, Atresmedia, Mediaset, Netflix o RTVE.

española¹³, que incluye actividades tanto de cine como de televisión, ha experimentado en 2018 un crecimiento del 90% respecto de la facturación del año 2013 hasta alcanzar en el año 2018 un total de 3.362 M€.

Desglosando un poco más los datos se observa **el crecimiento de la producción de contenidos en formato series, pasando de producirse 38 series en 2015 a 58 en 2018, con una contribución estimada al PIB nacional en 2018 de 655M€¹⁴.**

En cuanto a comercio exterior, se pone de manifiesto que, hasta ahora la producción nacional ha tenido un destino fundamentalmente interno, como muestran las cifras de balanza exterior de productos audiovisuales.

Según datos del Observatorio Audiovisual Europeo, si atendemos a la capacidad de exportación de los productos, las producciones audiovisuales con más proyección internacional y mayor tasa de crecimiento son los nuevos contenidos de ficción. Según su informe “Yearbook Key Trends 2019-2020”¹⁵, **España se encuentra dentro de los cinco principales países exportadores de títulos de películas en pago por visión (TVOD¹⁶ o PPV¹⁷),** junto con el Reino Unido, Alemania, Francia e Italia, copando el 79% del total de las exportaciones para TVOD y el 76% para servicios bajo demanda (SVOD¹⁸). En este último caso, España es el cuarto mayor proveedor europeo de títulos en este tipo de servicios. Este informe destaca como ejemplo la abundancia de series españolas en Netflix.



¹³Los datos de ONTSI recogen la facturación de las actividades de producción cinematográfica, de vídeo y de televisión y actividades de producción de programas para televisión, además de las actividades de postproducción de las anteriores

¹⁴La oportunidad de los contenidos de ficción en España, Análisis de oportunidad (PwC, Grupo Secuoya, 2018)

¹⁵<https://m.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-en/16809ce58d>

¹⁶TVOD: transactional video on demand.

¹⁷PPV: pay per view.

¹⁸SVOD: subscription video on demand.

Gráfico 3

Facturación digital de la producción audiovisual del cine y video en España (2013 - 2018) (M€)

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe anual de los contenidos digitales en España 2019 (ONTSI).

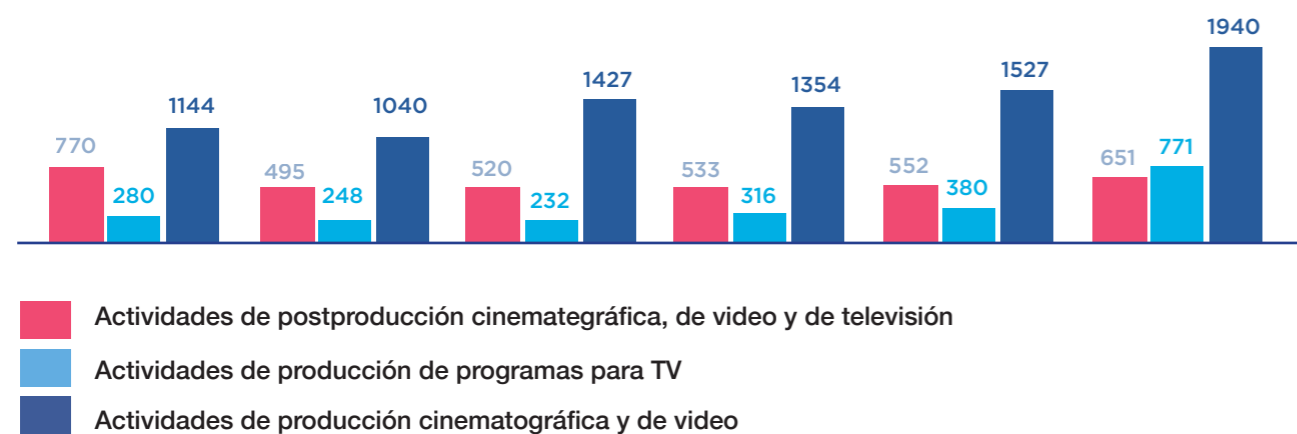
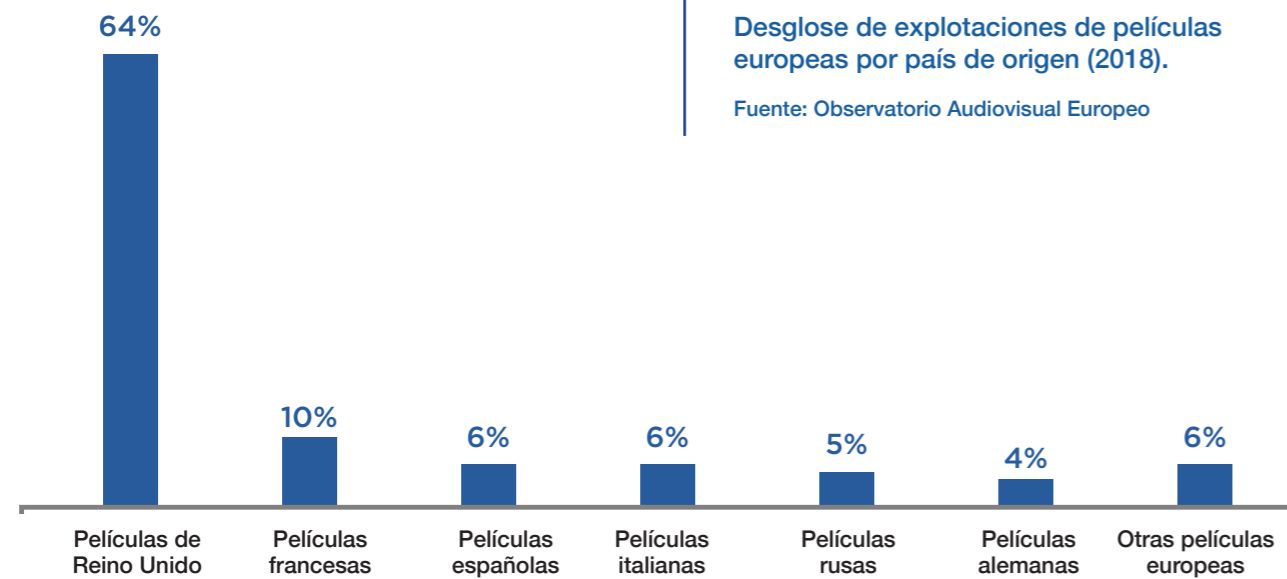
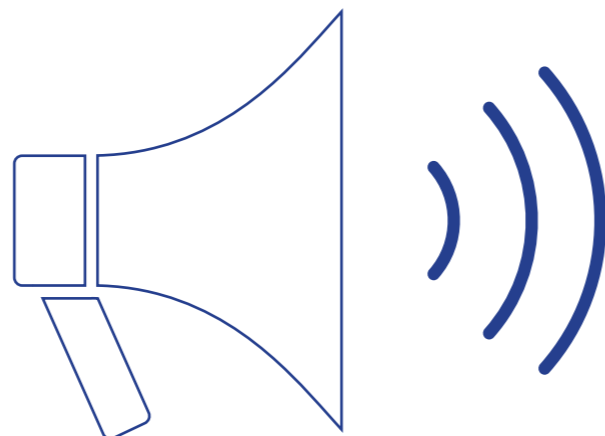


Gráfico 4

Desglose de explotaciones de películas europeas por país de origen (2018).

Fuente: Observatorio Audiovisual Europeo





Producción audiovisual para publicidad

En relación con la producción audiovisual para contenidos publicitarios, el principal cambio que se observa es que **Internet cobra fuerza en materia de ingresos con respecto a la televisión y los medios tradicionales, con previsiones de crecimiento a un ritmo del 4,3% CAGR¹⁹ en los próximos cinco años**. En paralelo la demanda de producción de contenidos audiovisuales para los medios tradicionales decae y los ingresos de las producciones publicitarias para televisión no tienen perspectivas de crecimiento.

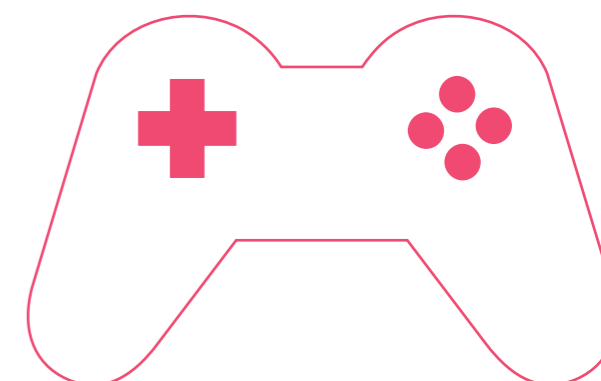
España seguirá siendo el quinto mercado de publicidad televisiva más grande de Europa occidental en los próximos cinco años, pero los ingresos disminuyeron un -0,6% en 2018 y se estima una variación negativa de -2,5% CAGR en los próximos cinco años, lo que generará unos ingresos que no superarán los 2.000M€ en 2023.

Tabla 2.
Ingresos por publicidad en televisión.

Fuente: Global Entertainment and Media Outlook 2019-2023. PwC

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR 18-24
Publicidad en Televisión											
■ Publicidad TV Tradicional Multicanal	59	72	81	95	107	118	129	141	151	160	8,4%
TV terrestre	1.831	1.939	2.041	2.049	2.020	1.901	1.868	1.815	1.768	1.699	-3,4%
Total Publicidad TV Tradicional	1.890	2.011	2.122	2.143	2.127	2.019	1.996	1.956	1.919	1.859	-2,7%
■ Online Publicidad TV Online	25	30	36	40	43	47	50	53	55	58	5,8%
Total Online	25	30	36	40	43	47	50	53	55	58	5,8%
Total Publicidad en Televisión	1.915	2.042	2.157	2.183	2.171	2.066	2.047	2.009	1.975	1.917	-2,5%

¹⁹CAGR: Compound Annual Growth Rate



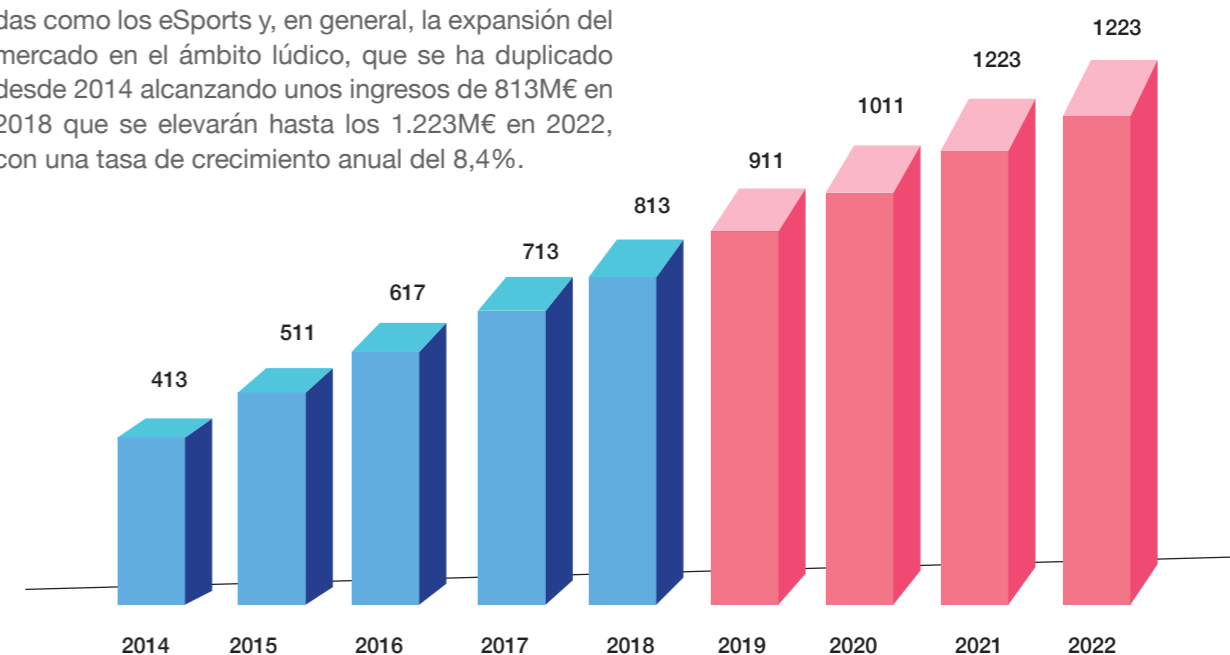
Mercado de videojuegos y eSports

Según datos de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI)²⁰, **España ocupa la novena posición en términos de facturación en el ranking mundial de la industria del videojuego con unos ingresos de 1.479M€ en 2019**. El mercado de eSports en España está creciendo con la segunda tasa más rápida de Europa, llegando a facturar en 2019 más de 35M€.

El sector del videojuego está experimentando un período de crecimiento impulsado casi en su totalidad por el desarrollo de nuevas tecnologías (cloud gaming, instant games, etc) o actividades vinculadas como los eSports y, en general, la expansión del mercado en el ámbito lúdico, que se ha duplicado desde 2014 alcanzando unos ingresos de 813M€ en 2018 que se elevarán hasta los 1.223M€ en 2022, con una tasa de crecimiento anual del 8,4%.

Gráfico 5.
Evolución facturación sector videojuegos.

Fuente: Global Entertainment and Media Outlook 2019-2023. PwC



²⁰<http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/04/AEVI-ANUARIO-2019.pdf>



SUPERLIGA

SUPERLIGA

FINAL

SUPERLIGA ORANGE

VERANO 2018

EMPEZAMOS EN: **00:05:41**

¡ESTÁS A TIEMPO DE UN 3X1!

En dameespasa.es con el código: **POPPIZA**

GIANTS **LIONS**

GIANTS **LIONS**

Imagen cortesía de la Asociación española de Videojuegos

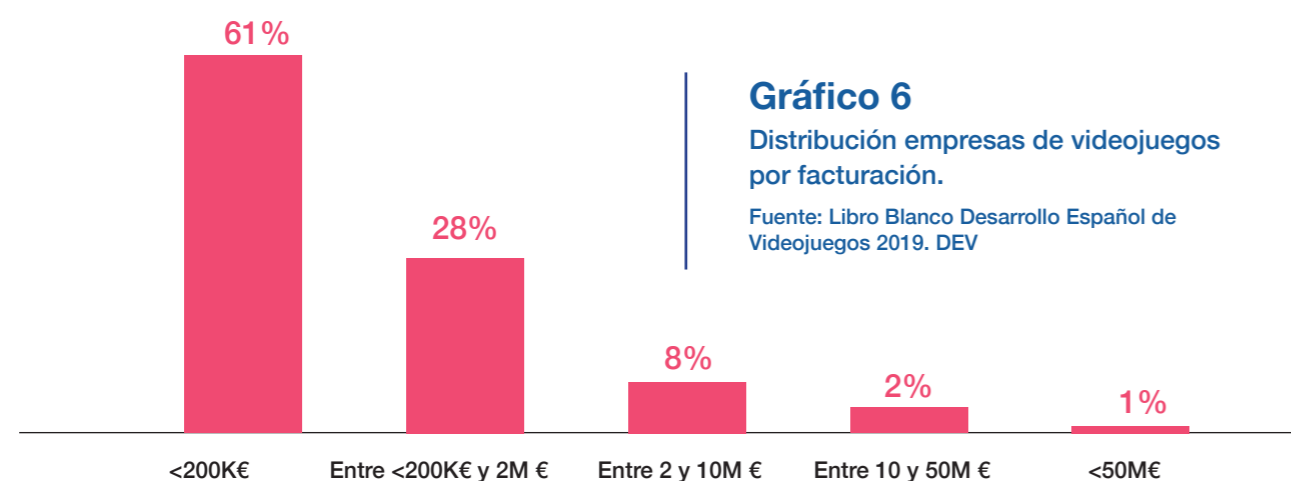
En 2019 existían 520 empresas pertenecientes al subsector de los videojuegos. Se trata de una industria joven y de pymes, donde el 80% de las empresas tiene menos de 10 años de antigüedad y apenas el 3% supera los 10M€ de facturación al año.

En 2019 el subsector de los videojuegos generó 6.900 puestos de trabajo directos y 5.000 puestos de trabajo indirectos, al tiempo que trabajan 2.650 personas como freelance. En total, 14.250 profesionales trabajaron en esta industria en 2019.

El caso concreto del subsector de la animación y los efectos visuales también se distingue por su capacidad de crecimiento. Está compuesto de 250 empresas y según los últimos datos del Libro Blanco de la Animación (elaborado por Diboos, la Federación española de asociaciones de productoras de animación) en 2017 facturó 654 millones de euros y empleó de forma directa a 7.450 profesionales.

Representa solamente el 4% del número de empresas del sector audiovisual, sin embargo, genera el 20% del empleo y el 9% de la facturación total. Es un sector pujante, si tenemos en cuenta que la mitad de las empresas activas hoy en día, no existía hace 10 años.

En definitiva, en la evolución de la actividad de producción audiovisual en España se observan las mismas tendencias que en el mercado global: progresivo desplazamiento del peso de la actividad desde los formatos tradicionales –cine- a otros formatos más personalizados y digitales, como son las series en el campo de la ficción, pero también la producción publicitaria o los videojuegos. Las tendencias estimadas de crecimiento de ingresos en los próximos años que se estiman por los expertos representan una oportunidad para que las empresas productoras españolas conquisten nuevos mercados en estos segmentos a partir del capital creativo disponible en España.



La siguiente tabla resume los ingresos del sector audiovisual en España en 2018 y los estimados para 2023 según el Informe “Global Entertainment and Media Outlook 2019-2023” de PwC:

Tabla 3
Ingresos del sector audiovisual en España.

Fuente de Ingresos	Ingresos (M€) 2019	Ingresos (M€ estimados) 2024	Crecimiento Anual 2019-2024
Televisión	2.396	2.773	3%
Vídeo OTT	323	625	14,1%
Publicidad en Televisión	2.049	2.099	0,6%
Publicidad en Internet	3.150	3.508	2,2%
Videojuegos/ eSports	1.700	2.435	7,6%
Cine	661	572	-2,8%
TOTAL	10.279	12.012	

En cuanto a la estructura empresarial y la capacidad de exportación, el reducido tamaño de las empresas productoras y las limitaciones en el acceso a financiación privada en los procesos de producción probablemente está en el origen de la debilidad en cuanto a la capacidad competitiva de los productos audiovisuales españoles en el exterior.

Este contexto de elevado crecimiento y de cambio, por sí mismo, es razón suficiente para justificar una acción pública dirigida a favorecer tanto la expansión internacional de la producción española de los productos con mayor potencial exportador, como el fomento de la atracción de proyectos de inversión extranjera hacia nuestro país. **Existen grandes oportunidades para la producción audiovisual española en este nuevo contexto y la digitalización será vital para la mejora de la competitividad.**

España está en una buena posición de partida para potenciar esa digitalización de la producción audiovisual española, gracias a la posición destacada en los índices de digitalización en el contexto europeo. **España ocupa el puesto 11 en el Índice de la Economía y Sociedades Digitales (DESI) elaborado**

por la Comisión Europea, y figura en los primeros puestos en cuanto a despliegue de redes de última generación de banda ancha (fibra hasta el hogar) y de preparación para el desarrollo de la tecnología 5G. Este punto de partida sitúa en **una inmejorable posición a las empresas audiovisuales españolas para poder incorporar las mejoras tecnológicas digitales a las actividades de producción y a su comercialización a través de distribución digital**, así como al seguimiento de las audiencias en los medios digitales y la mejora de la remuneración de los creadores en el ámbito digital.

A partir de estas palancas, las políticas públicas de este Plan potenciarán esas ventajas para incrementar la competitividad de la industria de la producción de contenidos audiovisuales en España, así como su internacionalización.

02

Visión de futuro



El desarrollo del sector a nivel global en los próximos cinco años se basará en los pilares de la personalización y la adaptación de contenido de forma masiva, donde el usuario decide el tipo de contenido, el lugar donde consumirlo y el momento del día en el que lo va a hacer.

La tecnología ha abierto un abanico de posibilidades a la hora de consumir cualquier tipo de contenido y programas, pudiendo hacerse desde una televisión, un smartphone, una tablet, etc. y en el momento

elegido por el usuario. Este hecho ha revolucionado los modelos de negocio propuestos, y ha llevado a las empresas del sector a replantearse la forma en la que interactúan con las personas usuarias y con otros agentes.

La tecnología ha sido el motor de esta revolución permitiendo ofrecer nuevas oportunidades a las personas usuarias para conectar y ejercer un mayor control sobre el contenido específico que demandan.

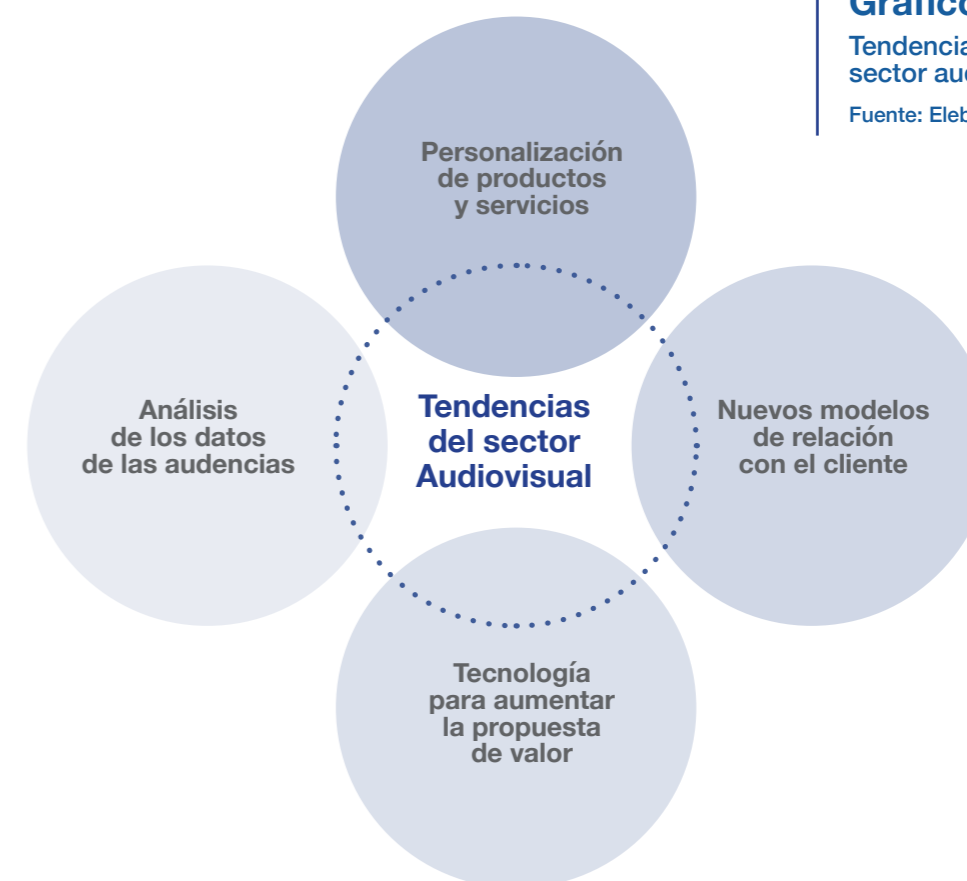
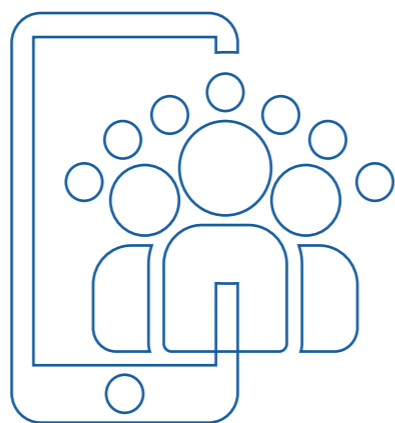


Gráfico 7
Tendencias del sector audiovisual
Fuente: Eleboración propia



Personalización de productos y servicios

La tendencia actual de servicios digitales permite al usuario seleccionar y consumir contenidos de forma cada vez más libre.

El crecimiento del sector audiovisual se encuentra en auge, pero no hay que olvidar que la clave de este crecimiento sostenido se basa en el cambio del modelo hacia la personalización y digitalización de los productos y servicios permitiendo que sea el usuario el que elija el momento y el dispositivo para su consumo.

Aunque la personalización lleve a la individualización de contenidos, una parte de esa personalización es compartida a nivel global, por lo que también es importante prestar atención a las tendencias en los mercados mundiales que pueden ser una vía importante de monetización. Un claro ejemplo es la forma en la que a través de medios digitales las personas usuarias interactúan y comparten contenido como música, o participan en videojuegos en red con otras personas usuarias. Pero también la globalización de contenidos nacionales gracias a su distribución a través de plataformas internacionales²¹.

²¹En 2018 tres series españolas se encontraban en el Top 20 de series más vistas en Netflix a nivel global: La Casa de Papel, Élite y Las Chicas del Cable.

²²Informe "Entertainment and Media Outlook 2019-2023", PWC.

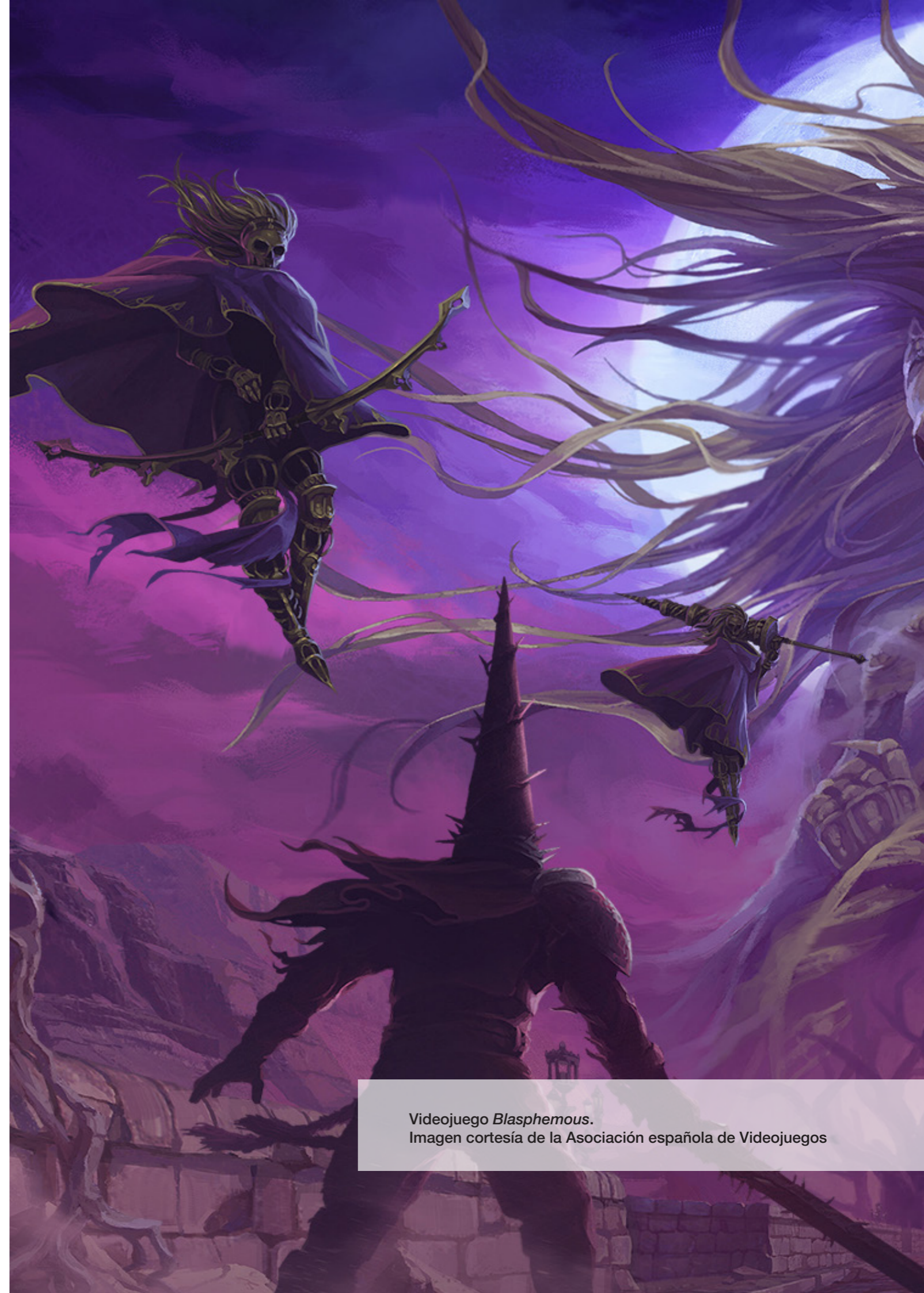
²³Informe Presente y futuro del sector media, KPMG

Nuevos modelos de relación con el cliente

A medida que se adopta la transformación digital, los medios se vuelven más personalizables en busca de la gratificación inmediata del público consumidor.

A partir de esta premisa, los generadores de contenido y sus distribuidores están generando nuevas estrategias para conseguir que los usuarios consuman su contenido de forma individualizada. El reto y la tendencia sobre los nuevos modelos de relación con el usuario es la de captar a los clientes donde consumen su tiempo. Un buen ejemplo de esto son los eventos deportivos o los videojuegos, donde el usuario dedica su tiempo, define su consumo y elige en cada momento²².

Los generadores de contenido del sector se financian fundamentalmente por publicidad o por cuotas de abonado. En el caso de la financiación publicitaria los medios actúan como punto de unión entre las marcas y empresas que buscan conectar o interactuar con las personas usuarias. Las marcas buscan aprovechar el entorno hiper-conectado en el que las personas usuarias se encuentran y en el que consumen contenidos de forma continua y desde diferentes dispositivos. Es por esto, que los generadores de contenido ponen a disposición espacios y productos publicitarios basados en la personalización y contextualización en entornos que resultan seguros y eficientes para los anunciantes²³. De esta forma se adaptan al cambio en los modelos de relación con el cliente, generando un flujo importante de ingresos y aportando valor tanto a las marcas como a las personas usuarias.



Videojuego *Blasphemous*.
Imagen cortesía de la Asociación española de Videojuegos



Análisis de los datos de las audiencias

Hasta ahora los diferentes actores del sector audiovisual apenas tenían información sobre las personas usuarias y mucho menos la obtenían de forma continua y actualizada.

Un ejemplo claro se puede ver a la hora de comprar una entrada de cine. El vendedor de la entrada/proveedor del servicio, apenas tenía información sobre el usuario. En un mundo analógico la empresa no tiene información sobre si el usuario repite habitualmente el mismo estilo de contenido audiovisual, si lo consume los fines de semana o con mayor periodicidad, si lo consume en familia o a nivel individual, etc.

En los modelos de negocio digitales cada transacción puede ser trazada y medida. Esto enriquece los datos sobre cómo desean consumir los clientes los contenidos y permite adaptarlo y optimizarlo a las preferencias del cliente.

Con la transformación digital, todas las empresas son capaces de recopilar y hacer un seguimiento de los datos y la información generada por las personas usuarias en su interacción con los diferentes medios. Esta capacidad de recopilación y análisis de datos está enfocada en comprender mejor como actúan las personas usuarias y adaptar la generación de nuevo contenido a sus necesidades, a conocer mejor la audiencia de cada producto audiovisual y poder hacer predicciones más acertadas de cara a la evolución de la demanda.

Tecnología para aumentar la propuesta de valor

En el sector audiovisual, el desarrollo e implementación de nuevas tecnologías tanto en producción como en distribución, está permitiendo generar y ofrecer un contenido de mayor calidad y una experiencia personalizada y segmentada según diferentes perfiles de consumidores (segmentación por intereses, inquietudes, necesidades, etc.).

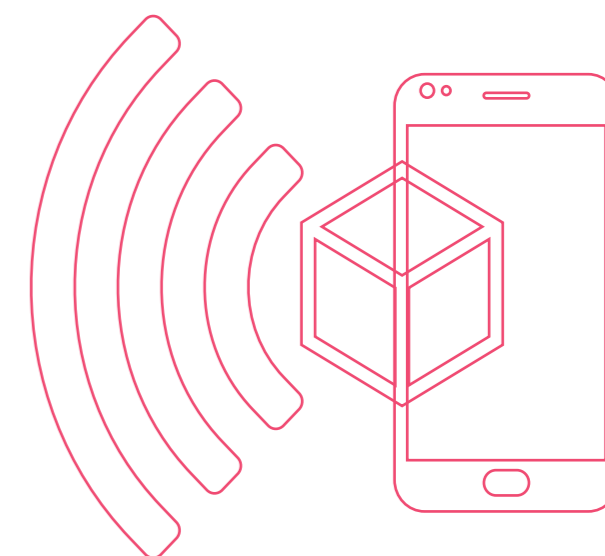
Las tecnologías de Big data & analytics e Inteligencia Artificial juegan un papel fundamental sobre la sofisticación de la producción, el conocimiento del usuario y la oferta de productos y servicios personalizados.

La tecnología también está permitiendo transformar y automatizar los procesos productivos en la generación de contenido, como puede ser la elaboración automatizada en tiempo real de información estándar sobre aspectos imitables y repetitivos o la capacidad de los medios de mantener una conversación constante con la opinión pública (monitorización de redes sociales y noticias)²³.

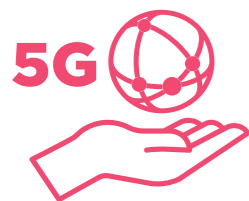
La tecnología y la innovación en el sector audiovisual buscan constantemente nuevas formas y herramientas de generar contenido. En el siguiente apartado se describen las principales tecnologías y su tendencia en el sector.

Tecnología digital para aumentar el valor del audiovisual

En la actualidad se pueden destacar las siguientes tecnologías que ya están generando un retorno positivo en el sector audiovisual y que se espera marquen una tendencia alcista y penetren cada vez más en el desarrollo e implementación de los productos y servicios asociados a contenido audiovisual como la conectividad 5G, la realidad virtual o el Big data y la Inteligencia Artificial.



²³Informe Presente y futuro del sector media, KPMG



Con la llegada de la conectividad 5G, el sector audiovisual va a poder aplicar innovaciones significativas en su capacidad de producción.

Las posibilidades de la tecnología 5G en cuanto a baja latencia, computación cercana (edge computing) y elevada velocidad tanto de subida como de bajada de las comunicaciones de banda ancha tienen un gran potencial en la actividad de producción audiovisual. Especialmente en el caso de la producción de eventos en vivo, las posibilidades que ofrece a una cámara sin cables poder enviar de forma inalámbrica e instantánea grandes cantidades de información, como son los contenidos pre editados, al centro emisor o directamente a los clientes, son infinitas.

Adicionalmente, la gran capacidad de gestión de millones de terminales de forma simultánea de las redes 5G permiten vislumbrar nuevas formas de interacción en vivo entre la clientela de un espectáculo y las empresas productoras españolas en tiempo real.

De forma paralela, la baja latencia del 5G es una característica vital para el óptimo funcionamiento de los videojuegos y los eSports, lo cual hace prever el potencial de España como terreno de producción y eventos internacionales privilegiado para la producción de este tipo de contenidos en un contexto de tecnología puntera.

Estas capacidades son solo un ejemplo de las posibilidades que están siendo ya exploradas en el



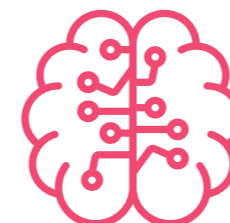
contexto de los proyectos piloto con tecnología 5G que se están desarrollando en España que tendrán continuidad en el futuro²⁵. Sobre estas innovaciones las empresas productoras españolas podrán ofrecer servicios novedosos y con un gran potencial de exportación a otros países.

Hay que señalar que la amplia disponibilidad de redes de fibra en España, así como el Plan de Conectividad y la Estrategia de Impulso a la tecnología 5G recientemente aprobada por el Gobierno español van a contribuir a reforzar estas capacidades que se ofrecen al sector de la producción audiovisual²⁶.

Realidad Virtual

La Realidad Virtual se verá beneficiada por la implantación de la tecnología del 5G. Bien es cierto que en la actualidad el sector no ha alcanzado los objetivos esperados en el pasado principalmente por sus altos costes de implementación y usabilidad.

Y no sólo en contenidos de entretenimiento. También el 5G va a contribuir a facilitar la generalización de la utilización de otras tecnologías, como la realidad virtual. La posibilidad de comunicación sin retardo (extremadamente baja latencia) permite anticipar el desplazamiento de la inteligencia y capacidad de procesamiento hacia la red, permitiendo sustituir terminales muy sofisticados para poder gestionar elementos de realidad virtual. Esto va a suponer un abaratamiento muy significativo de los terminales y, por tanto, un crecimiento de la generalización de las



posibilidades de aplicación de la realidad virtual a diferentes servicios audiovisuales, como por ejemplo la aplicación a contenidos formativos, lo que abre nuevas vías de crecimiento a la producción de contenidos audiovisuales de experiencias inmersivas con técnicas como la realidad virtual o la realidad aumentada.

Inteligencia Artificial y Big Data

La trazabilidad de las transacciones digitales permite recoger datos que posteriormente sean analizados y proyectados hacia el futuro mediante tecnologías de Big Data e Inteligencia Artificial.

Las tecnologías de Big Data e Inteligencia Artificial están cambiando los modelos de negocio de las compañías permitiendo ofrecer contenidos y experiencias cada vez más personalizadas sobre los consumidores target y las empresas audiovisuales no son ajenas a estas tendencias.

La aplicación de estas tecnologías a los datos recopilados sobre las transacciones de contenidos audiovisuales abre nuevas posibilidades para la mejora de este tipo de servicios:

- La digitalización del seguimiento de las audiencias de los servicios audiovisuales permite anticiparse y proveer a las personas usuarias contenidos que se adapten a sus gustos y necesidades, mejorando su competitividad. Este mejor conocimiento de los potenciales

clientes puede mejorar tanto la monetización de contenidos demandados por públicos amplios como la comercialización de productos de nicho o long tail que no serían rentables en un mundo analógico.

- La digitalización de las plataformas de distribución de los contenidos audiovisuales permite acceder a mercados exteriores o nacionales con los mismos activos empresariales, por lo que amplía las posibilidades de exportación y captación de rentas.
- La trazabilidad de las transacciones digitales permite optimizar el seguimiento y la transparencia y la recopilación de datos de utilización y consumo de contenidos protegidos, mejorando de manera sustancial las posibilidades de adecuar la recaudación y el reparto de los derechos, y las retribuciones de los creadores españoles en el consumo de obras que incorporen derechos de propiedad intelectual de su propiedad.

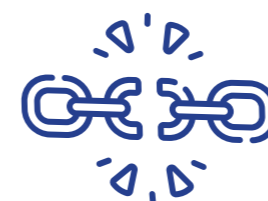
²⁵<https://www.rtve.es/rtve/20200709/rtve-participa-nuevo-hito-5g/2026680.shtml>

²⁶<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/asuntos-economicos/Paginas/2020/161120-5g.aspx>

03

Diagnóstico

Una vez repasadas las características del sector de la producción audiovisual española, así como las posibilidades que se abren en el contexto global y a partir de las tecnologías digitales, estamos en disposición de analizar cuáles son los puntos fuertes del sector en España y cuáles las debilidades y amenazas que deberán ser paliadas con la ayuda de las iniciativas públicas.



Debilidades

Atomización del sector de la producción audiovisual.

El sector de la producción audiovisual es un sector dual en el que conviven grandes empresas muy digitalizadas, que compiten a nivel global, junto con una mayoría de empresas muy atomizadas. La mayor parte de productoras y de empresas auxiliares son de pequeño tamaño o incluso microempresas con débil estructura empresarial y con procesos de actividad discontinua debido a las peculiaridades del sector, lo que redundará en dificultades de acceso a la financiación y a la captación de mercados internacionales. Es preciso tener en cuenta esta

debilidad de cara a diseñar políticas y medidas que faciliten al sector el acceso a la financiación necesaria para competir a los niveles que requiere el mercado global de audiovisuales.

Elevada competencia a nivel nacional e internacional.

En un contexto de fuerte competencia a nivel internacional, las productoras españolas, especialmente las micro pymes, encaran el reto múltiple de crear contenidos audiovisuales atractivos para audiencias globales, así como el de competir con otros actores con mayor capacidad de financiación y promoción y en un mercado cada vez más internacionalizado.

Cargas administrativas excesivas y dificultades burocráticas.

La coexistencia de distintos niveles administrativos en España, nacional, autonómico y local, junto con la existencia de elementos en el marco normativo que no se han adaptado a una realidad digital y global, pueden suponer barreras en diversos aspectos necesarios para potenciar la producción audiovisual, desde **la atracción de financiación extranjera para proyectos de inversión, hasta obstáculos para la incorporación de talento internacional muy especializado** (autorizaciones de residencia y trabajo y visados), etc. La digitalización de procesos administrativos también puede ayudar a minimizar el impacto negativo de estas cargas.



Amenazas

Elevada competencia por parte de países del entorno europeo y extra europeo.

Es importante tener en cuenta la competencia de otros países en la UE que también están tratando de atraer actividad de producción audiovisual a sus países y de otros países extra europeos. Estos países están desarrollando propuestas ambiciosas, tanto a través de facilidades regulatorias como de ayudas públicas, para atraer proyectos e inversiones de un sector de alto valor añadido y con gran proyección, como las que este plan busca atraer.

Grandes “players”.

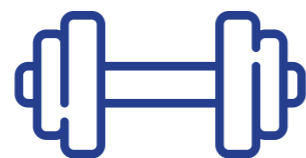
Se está produciendo una concentración en el consumo de contenidos audiovisuales hacia grandes “players” globales que están dominando el mercado, que aglutinan una parte creciente de la producción de contenidos muy competitivos y con los que se hace indispensable generar alianzas de valor.

²⁷Real Decreto-Ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19 y Real Decreto-Ley 34/2020, de 11 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético y en materia tributaria.

²⁸Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 2021.

Fuga de talento formado en las últimas tecnologías.

Uno de los activos del sector en España es su capacidad creativa, pero junto a ese talento creativo es necesario contar con los profesionales formados en las últimas tecnologías, especialmente las digitales, que son capacidades demandadas por las empresas que invierten en proyectos de proyección internacional. La formación de talento especializado y adaptado a la demanda del sector es una necesidad para el sector español.



Fortalezas

Marco de incentivos fiscales competitivo.

A lo largo de 2020 se ha modificado la normativa relativa a los beneficios fiscales aplicables a producciones audiovisuales en España, situándose al nivel de los países más competitivos de nuestro entorno²⁷. Igualmente, la reciente reforma del artículo 36.1 de la Ley 27/2014 del Impuesto de Sociedades²⁸ por la que se configura el carácter vinculante de los informes del ICAA para la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) puede suponer un

importante refuerzo de la seguridad jurídica para las empresas inversoras.

Experiencia de la administración pública en el fomento y protección de la actividad audiovisual.

Las administraciones públicas españolas, tanto a nivel estatal como a nivel autonómico, cuentan con una amplia experiencia en políticas de fomento, protección e incentivo a la producción audiovisual.

Capacidad industrial demostrada, capital humano de alto valor, amplio y rico patrimonio cultural, histórico y artístico y situación geográfica y climática excelente.

El talento y experiencia de los profesionales del sector audiovisual nacional, el amplio uso e interés por el idioma español en todo el mundo, la riqueza del patrimonio histórico-artístico, la belleza y diversidad de su geografía y el clima, los costes de producción competitivos, constituyen activos valiosos para impulsar España como un referente internacional para las inversiones en producción audiovisual.

Amplia cobertura y despliegue de redes de fibra óptica y banda ancha.

Por lo que se refiere a las infraestructuras digitales, que serán claves para la posición ventajosa de la producción audiovisual de eventos (deportivos, musicales, etc.) o el mercado de contenidos digitales como los videojuegos o los eSports, España está a la vanguardia en despliegue de redes de fibra óptica y eso es un buen punto de partida para la explotación de todo el potencial de tecnologías como el 5G que van a ser disruptivas en el campo de la producción de contenidos audiovisuales.

Elevado nivel de protección de los derechos de propiedad intelectual.

España observa un alto estándar internacional en cuanto a la normativa y políticas de protección de los derechos de autor y derechos conexos, contribuyendo a generar un entorno de seguridad jurídica.





Oportunidades

Reorganización del contexto internacional.

A nivel europeo, la reorganización de las fronteras del Mercado Único es una oportunidad única ya que va a permitir a España potenciar el atractivo de nuestro país para atraer proyectos de inversión de capital extranjero. Ya se están produciendo movimientos de empresas audiovisuales que están trasladando sus sedes a España para aprovechar las posibilidades de acceso al Mercado Único junto con el interés en las iniciativas de apoyo al sector audiovisual avanzadas en la estrategia España Digital 2025.

Globalización de las oportunidades de distribución audiovisual.

El contexto actual presenta una oportunidad indiscutible para incrementar y diversificar la exportación audiovisual en distintos formatos, plataformas y canales a nivel global.

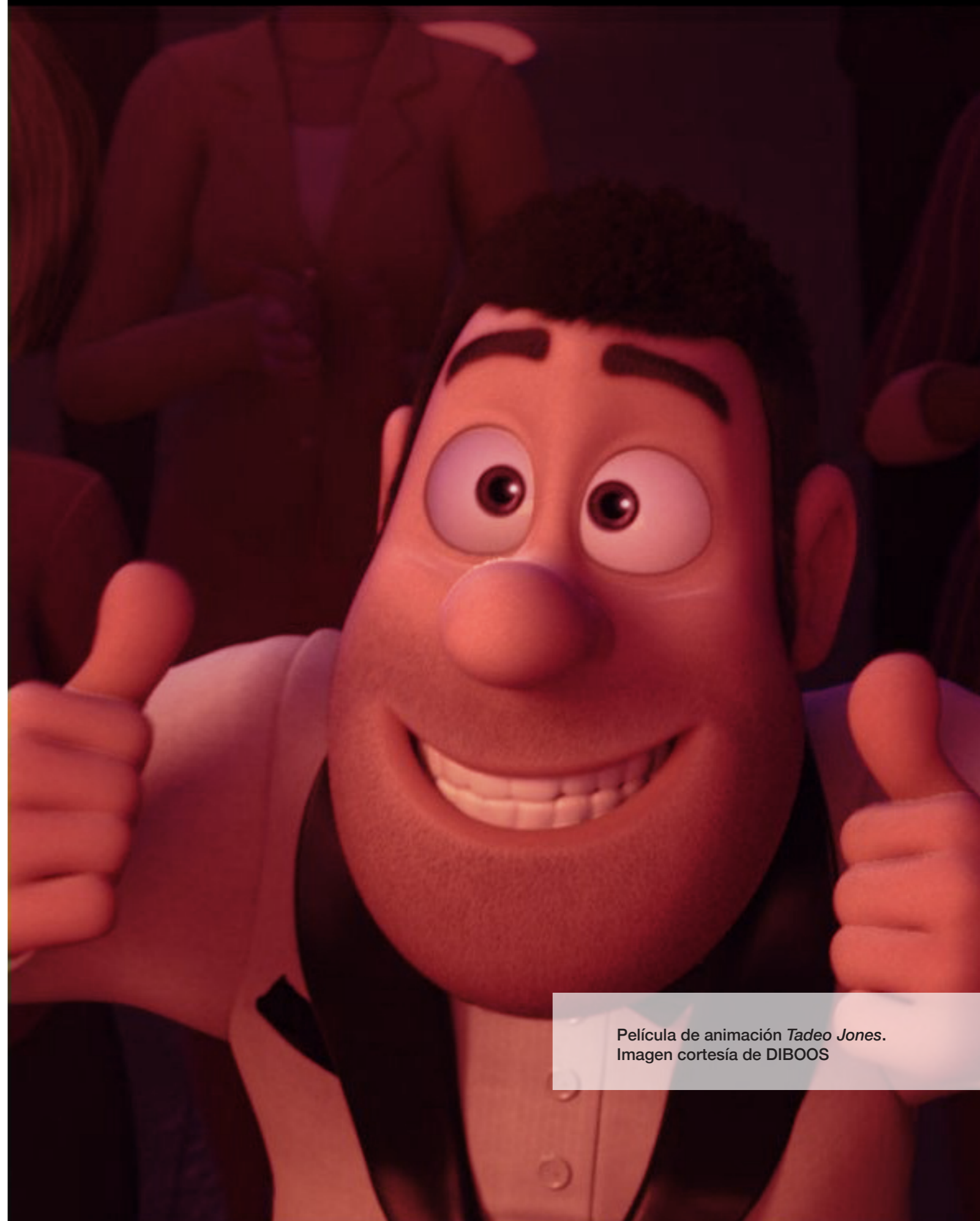
Mejora del marco normativo nacional para ganar en competitividad.

La seguridad jurídica, la consolidación de un terreno de juego justo y equilibrado, y la reducción de cargas administrativas innecesarias son elementos que

forman parte de la revisión del marco normativo de los servicios audiovisuales que se está elaborando por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y que constituirá el núcleo del nuevo marco regulatorio para los servicios audiovisuales una vez que se apruebe en las Cortes Generales. Se ha aprovechado la obligación de trasposición de la Directiva comunitaria para generar un marco regulatorio justo, equilibrado y atractivo para los proyectos de inversión, tanto nacionales como extranjeros.

España como puerta de entrada al mercado audiovisual latinoamericano ligado a la elevada demanda de contenidos en español.

Las producciones en español tienen un mercado natural en el ámbito hispanoparlante, en claro crecimiento cuantitativo.



Película de animación *Tadeo Jones*.
Imagen cortesía de DIBOOS

Disponibilidad de recursos a través del Fondo de Recuperación.

La aprobación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que estará dotado con importantes recursos económicos, supone una importante oportunidad para el cumplimiento de los objetivos de este plan y para dar un impulso a la transformación del sector hacia la innovación y la competitividad a nivel global.

Gráfico 8
Análisis DAFO

	Análisis interno	Análisis externo
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Atomización del sector de la producción audiovisual • Elevada competencia a nivel nacional e internacional • Cargas administrativas excesivas y dificultades burocráticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevada competencia por parte de países del entorno europeo y extraeuropeo • Presencia de grandes “players” • Fuga de talento formado en las últimas tecnologías 
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Marco de incentivos fiscales competitivo • Experiencia de la administración pública en el fomento y protección de la actividad audiovisual • Capacidad industrial demostrada, capital humano de alto valor, amplio y rico patrimonio cultural, histórico y artístico y situación geográfica y climática excelente • Amplia cobertura y despliegue de redes de fibra óptica y banda ancha 	<ul style="list-style-type: none"> • Reorganización del contexto internacional • Globalización de las oportunidades de distribución audiovisual • Mejora del marco normativo nacional para ganar en competitividad • España como puerta de entrada al mercado audiovisual latinoamericano ligado a la elevada demanda de contenidos en español • Disponibilidad de recursos a través del Fondo de Recuperación 

El Gobierno español considera que es el momento de consolidar las fortalezas del sector con un respaldo público suficiente y que también contribuya a contrarrestar las debilidades que persisten en el mismo y aprovechar las oportunidades que surgen en estos momentos. Para ello se ha diseñado un conjunto de medidas específicas agrupadas en cuatro ejes.

Imagen cortesía de la Asociación española de Videojuegos

04

Meta y objetivos del Plan

Este Plan define las actuaciones concretas que darán respuesta a la **meta de alcanzar un incremento del 30% de la producción audiovisual en nuestro país para el año 2025** establecido en la estrategia “España digital 2025”.

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” tiene como objetivos **mejorar el atractivo de España para su consolidación en los próximos años** como:

- **Plataforma de inversión a nivel mundial y entorno global de negocio en el ámbito audiovisual.**
- **País exportador de productos audiovisuales.**
- **Polo de atracción de talento en el ámbito audiovisual.**

Para ello, es necesario impulsar políticas públicas que den un apoyo decidido a su desarrollo e internacionalización.

De esta manera, el Gobierno de España ofrece apoyo y seguridad a los proyectos de inversión, tanto de empresas nacionales en un contexto de competencia global, como de inversores extranjeros que conozcan y valoren las ventajas de invertir en nuestro país en el nuevo escenario post-COVID-19.

Desde las ventajas financieras y fiscales, la disponibilidad de talento o la facilidad para contratarlo, hasta las posibilidades de producción basadas en tecnologías 5G para la producción de emisiones de acontecimientos en vivo, todas son cuestiones que determinarán nuevas líneas de inversión en el sector y a las que el Gobierno español quiere contribuir.



Imagen cortesía de la
Asociación española de Videojuegos

05

Medidas del Plan

Las medidas del Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” se centran en la promoción de acciones que contribuyan a convertir España en una plataforma de referencia de la producción audiovisual a nivel internacional en línea con los objetivos establecidos.

Para abarcar todos esos objetivos, se han desarrollado 14 medidas que impulsarán el sector teniendo en cuenta cuatro ejes fundamentales:

1. Fomento y digitalización de las actividades audiovisuales, de la promoción e internacionalización y de la atracción de inversiones.
2. Mejora de los instrumentos financieros y fiscales.
3. Disponibilidad de talento y desarrollo del capital humano.
4. Reformas regulatorias y eliminación de barreras administrativas.

Adicionalmente, debido a la situación provocada por la pandemia **COVID-19**, ya se han aprobado un conjunto de **medidas relacionadas con el Plan** entre las que se incluyen medidas de apoyo a los profesionales de este sector que tienen, a menudo, una actividad de carácter discontinuo por las peculiaridades de la producción audiovisual²⁹.

²⁹<https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/espacio-covid-19/medidas-generales.html>

Eje 1

Fomento y digitalización de las actividades audiovisuales, de la promoción e internacionalización y de la atracción de inversiones

Este Eje integra las medidas dirigidas a fomentar la producción audiovisual de pymes con recursos financieros, a apoyar y favorecer el acceso de las productoras audiovisuales españolas a los mercados exteriores y a dar a conocer el atractivo de España como destino de inversiones extranjeras.

MEDIDA 1

“Spain Audiovisual Hub”, punto centralizado de información.

Creación de un punto centralizado de información a través del portal web “Spain Audiovisual Hub” que recogerá la información relevante ya disponible y la completará para ofrecer, entre otra, información sobre los siguientes aspectos:

- **Contenidos orientados a la promoción internacional** de las producciones audiovisuales españolas y los distintos subsectores, así como a la atracción de rodajes, desarrollados por ICEX España Exportación e Inversiones.

- ▶ **Guías de información sectorial** sobre los sectores de los videojuegos, la animación y los efectos visuales (como, por ejemplo, las guías elaboradas por ICEX España Exportación e Inversiones “Games from Spain” y “Animation from Spain”), así como los programas de apoyo al sector audiovisual puestos en marcha por la Administración Estatal, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales.
- ▶ **Información sobre visados y autorización de residencia en España** con fichas específicas sobre la información necesaria sobre los procedimientos necesarios en los idiomas más adecuados.
- ▶ **Directorio de empresas auxiliares vinculadas al sector audiovisual.** Este directorio facilitará la búsqueda de información por parte de las empresas del sector y favorecerá el efecto arrastre del Plan hacia otros sectores auxiliares (moda, hostelería, iluminación, peluquería y maquillaje, doblaje, etc.).
- ▶ **Catálogo con la oferta inmobiliaria disponible de edificios y localizaciones propiedad del sector público y del sector privado** susceptibles de albergar rodajes, competiciones de eSports o eventos audiovisuales (Patrimonio Nacional, Paradores de Turismo, espacios públicos históricos del Ministerio de Defensa y bienes inmuebles propiedad de SAREB, entre otros).
- ▶ **Catálogo de titulaciones universitarias (grado y máster) y de formación profesional relacionadas con el sector audiovisual, así como bolsa de empleo.** El Ministerio de Universidades y el Ministerio de Educación y Formación Profesional con el apoyo del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital habilitarán este catálogo en la web “Spain Audiovisual Hub”.
- ▶ **Información sobre las Comunidades Autónomas que tengan habilitados procedimientos “fast track” para la tramitación de las solicitudes de autorización necesarias** (rodajes, etc.) por parte de las empresas productoras de contenidos audiovisuales ante las Administraciones públicas territoriales competentes.
- ▶ **Información relevante para el desarrollo del producto turístico “Turismo de rodajes”** por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo tanto para atracción de nuevos rodajes, como para atracción de turistas interesados en las localizaciones de los rodajes y promoción de dicho producto turístico. Estas medidas se harán en colaboración con las oficinas de turismo dependientes de Turespaña en los potenciales mercados emisores y en eventos de promoción de turismo específicos más relevantes. La promoción incluirá la realización de campañas promocionales y el otorgamiento de subvenciones nominativas.
- ▶ **Base documental de las localizaciones utilizadas en España para rodajes con el fin**

de señalarlas y promocionarlas. Esta medida se llevará a cabo por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en colaboración con las asociaciones más representativas de los organismos competentes de las Comunidades Autónomas.

MEDIDA 2

Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual.

Se llevarán a cabo actuaciones orientadas a apoyar y fomentar la producción y promoción de contenidos audiovisuales, la aplicación e integración de tecnologías digitales y la optimización de los sistemas de gestión de las remuneraciones de los creadores españoles en el contexto digital y global. En particular, se fomentará la automatización de los procesos y los proyectos con participación de empresas de varios países europeos.

Se apoyará la innovación en la creación y desarrollo de contenidos audiovisuales y digitales en sus diversos formatos (series, videojuegos, animación y otros), la difusión y explotación de las producciones, y la interacción y fidelización de los públicos.

Entre otras, se pondrán en marcha actuaciones orientadas a fomentar los siguientes aspectos:

- ▶ **Impulso a la puesta en marcha y mejora de plataformas centradas en la producción española de contenidos audiovisuales**

les y su distribución, que favorezcan su comercialización internacional, especialmente la de aquellos proyectos que generen ecosistemas de colaboración entre pymes.

- ▶ **Aplicación de tecnologías digitales** a la producción audiovisual así como para el conocimiento y seguimiento de audiencias.
- ▶ **Aceleración y robustecimiento del tejido empresarial español del sector de la producción audiovisual** de imagen real, animación, efectos visuales, videojuegos y creación digital.
- ▶ **Puesta en marcha y mejora de plataformas de pagos digitales que contribuyan a la monetización de las creaciones** e incorporen medidas de identificación segura para garantizar los pagos seguros y minimizar el fraude.
- ▶ **Generación y aplicación de medidas de identificación digital segura** para el adecuado control de acceso a contenidos restringidos frente al acceso a menores.

Dentro de esta medida cabe destacar el papel tractor que va a jugar la Corporación pública de Radio y Televisión Española. El ente público se posiciona ante el reto que supone dar contenido de servicio público en el entorno digital con un paquete de proyectos de amplio espectro que darán respuesta, entre otros, a la creación y distribución digital de la producción audiovisual, el desarrollo e incorporación de herramientas de inteligencia



Serie *Arde Madrid*.
Imagen cortesía de Movistar+

artificial a la producción audiovisual, el desarrollo e implementación de nuevas herramientas y nuevos formatos de producción y difusión, especialmente, aprovechando la tecnología 5G, e impulsando la innovación abierta y el emprendimiento en el sector audiovisual.

MEDIDA 3

Programa de Promoción e internacionalización del sector audiovisual.

Esta medida tiene como objetivo la creación de mecanismos para explotar y exportar todo el potencial de nuestra industria audiovisual y del talento local en un entorno global. El Ministerio de Cultura y Deporte y/o ICEX España Exportación e Inversiones, entre otras actuaciones, podrán poner en marcha las siguientes:

- Ayudas e iniciativas destinadas a **apoyar la participación en festivales, mercados, foros de negocio y coproducción y laboratorios** de proyectos internacionales.
- Refuerzo de los programas de ICEX España Exportación e Inversiones o del ICAA para la **promoción e internacionalización de los contenidos audiovisuales españoles**, desarrollados en colaboración con los distintos subsectores del ámbito audiovisual, en aras de crear un posicionamiento y marca en el escenario internacional que favorezca su imagen, prestigio, comercialización y proyección del talento español, especialmente el femenino.

- **Impulso a la industria de la animación, los videojuegos y de los eSports**, reforzando las líneas trabajadas desde ICEX España Exportación e Inversiones de promoción de los videojuegos³⁰ y contribuyendo a la creación en España de un espacio referente mundial en alguna de las competiciones de eSports más exitosas.

- **Implementación de nuevos instrumentos de promoción internacional y marketing digital de contenidos audiovisuales**, como herramientas online B2B y B2C que permitan el acceso a los contenidos por parte de compradores y profesionales internacionales de una manera ágil, con garantías de seguridad para una circulación controlada de las obras.

- **Creación de un espacio de compra-venta de derechos audiovisuales, con especial atención al ámbito latinoamericano**. Impulso de los Spanish Screenings como mercado profesional en el circuito nacional de eventos del audiovisual para favorecer la difusión y comercialización del audiovisual español.

- **Apoyo a distribución de contenidos nacionales en el extranjero y proyectos de difusión online** concebidos entre varios países europeos.

- **Aumento de la participación española en el Programa Ibermedia**, dirigido al espacio audiovisual iberoamericano, especialmente sumando el apoyo a la coproducción de

³⁰ <https://play.vivocom.eu/28350602/video/cmsid/833471/?alto=420&ancho=750> y <https://play.vivocom.eu/28350602/video/cmsid/833472/?alto=420&ancho=750>

contenidos digitales y videojuegos, así como formación específica en este ámbito.

MEDIDA 4

Programa de atracción de rodajes e inversión exterior.

Con el fin de incrementar el atractivo de España como destino de las inversiones por parte de multinacionales y atraer la producción de rodajes, se prevé llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- Creación de un punto centralizado de contacto denominado “Spain Audiovisual Hub Bureau” que actuará como facilitador al servicio del sector de la producción audiovisual atendiendo sus necesidades de internacionalización.** Se trata de actuaciones de facilitación y apoyo que, en última instancia, generarán impacto en la balanza de pagos de España. El diseño y puesta en marcha del “Spain Audiovisual Hub Bureau” se realizará sobre la base de un marco de colaboración entre el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital e ICEX España Exportación e Inversiones, asumiendo esta última institución la gestión del mismo en el marco de colaboración que se acuerde.

El “Spain Audiovisual Hub Bureau” **proporcionará no sólo la información relevante para las potenciales empresas inversoras en el sector, sino que ofrecerá asistencia y acompañamiento a las empresas internacionales que estén interesadas, por ejemplo, en acometer proyectos de producción**

audiovisual o establecerse en España para llevar a cabo su actividad y a las empresas españolas interesadas en la internacionalización de su actividad, por ejemplo, a través de actividades de promoción y venta de sus contenidos en el exterior.

Entre las prioridades de acción, se encuentra la de **ejercer de facilitador para la atracción de rodajes, desarrollo o adquisición de producciones audiovisuales** de animación, publicidad cinematográfica, programas de entretenimiento, series de ficción, desarrollo de videojuegos, proyectos de efectos visuales, etc.

Se ofrecerá asistencia a varios niveles con el fin de **potenciar la implantación en España de empresas de todas las ramas que conforman el sector audiovisual**; desde prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos o radiofónicos, plataformas de contenidos audiovisuales, desarrolladores y publishers de videojuegos, ligas de eSports, productoras de series de ficción, cine, animación, cortometrajes, largometrajes, documentales, publicidad, hasta empresas líderes en tecnologías y sectores complementarios o auxiliares (logística, sostenibilidad, iluminación, sonido, etc.).

Entre los aspectos sobre los que **prestará asistencia el Bureau figuran, entre otros, los procedimientos de tramitación** de permisos para rodajes o producciones ante diferentes Administraciones Públicas, normativa de contratación y requisitos, asistencia sobre el procedimiento para solicitar los incentivos

fiscales existentes, sin que eso suponga en ningún caso actuar de tramitador o gestor de tramitaciones.

- Firma de Convenios con las Comunidades Autónomas para la habilitación de procedimientos “fast track” para la tramitación de las solicitudes de autorización necesarias** (rodajes, etc.) por parte de las productoras de contenidos audiovisuales. Se trata de procedimientos prioritarios con el fin de agilizar la obtención de todos los permisos y autorizaciones necesarios por parte de todas las administraciones públicas que permitan el desarrollo de las diferentes producciones audiovisuales.
- Refuerzo de la participación en ferias especializadas** en atraer localizaciones (Locations, American Film Market...) o de otros sectores audiovisuales (E3, Game Connection...) o de trabajar con Location Managers Guilds (Location Managers Guild of America) organizando “fam trips”, etc.
- Organización de reuniones y jornadas con empresas inversoras internacionales y multinacionales interesadas** en establecer en España su centro de decisión en la Unión Europea, así como interesadas en invertir o rodar en España.
- La Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio organizará reuniones periódicas en los principales polos audiovisuales**

(EEUU, Canadá, Reino Unido, Corea, Japón, India, Rusia, Turquía). Dichas acciones podrán realizarse en colaboración con otros actores públicos y privados relevantes.

En estas reuniones, entre otros contenidos, **se pondrá en valor la información sobre el Plan “Spain AVS Hub” y sobre el marco regulatorio audiovisual nacional** y, en especial, sobre todos aquellos aspectos relacionados con la atracción de inversiones y producciones audiovisuales o rodajes, como las reglas fiscales que aplican para el sector audiovisual o el sistema de concesión de visados y autorizaciones de residencia y trabajo.

- Campañas institucionales de puesta en valor del sector audiovisual en España y del Spain AVS Hub** que se difundirán a través de todos los canales de comunicación a disposición de la Administración General del Estado.

Estas campañas podrán complementar las **campañas de comunicación y relaciones públicas dirigidas a prescriptores y medios profesionales** en el marco de las estrategias implementadas por ICEX España Exportación e Inversiones tanto en materia de promoción internacional del sector y subsectores del ámbito audiovisual como de la atracción de rodajes.

- Localización en España de la sede permanente de competiciones internacionales insignia de eSports.** Apoyo institucional a la

celebración en España de eventos y festivales de ámbito internacional relevantes para el sector.

- **Inclusión del sector audiovisual como sector estratégico y vinculado al Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022.** De manera específica se incluirá el sector audiovisual dentro de los sectores estratégicos identificados en los Países con Actuación Sectorial Estratégica (PASE): Brasil, Canadá, China, Corea, Estados Unidos, India, Japón, Marruecos, México, Rusia, Sudáfrica y Turquía.
- **Inclusión del sector audiovisual y del Plan “Spain AVS Hub” dentro de las actuaciones que viene realizando ICEX España** Exportación e Inversiones orientadas a la creación de espacios de encuentro ligados a viajes de Estado y grandes certámenes o ferias internacionales, espacios de encuentro para conectar la demanda internacional con la oferta de las empresas españolas y creación de espacios de encuentro digitales.
- Organización de reuniones por parte del Ministerio de Cultura y Deporte para **dar a conocer la herramienta europea MEDIAInvest para impulsar las inversiones en la producción y distribución de obras audiovisuales.** El objetivo es que los agentes del sector españoles puedan beneficiarse del efecto palanca de esta plataforma para generar recursos, fortaleciendo su crecimiento autónomo y la retención de la propiedad intelectual.



Serie Hierro.
Imagen cortesía de Movistar+

Eje 2

Mejora de los instrumentos financieros y fiscales

Dentro del Eje 2 se encuentran las medidas para mejorar el acceso a financiación de los inversores y la aplicación de incentivos fiscales para la producción audiovisual en España. Estas facilidades se destinarán tanto a los segmentos tradicionales de producción audiovisual, como a otros subsectores con particularidades y potencial propios como son la animación, los efectos visuales y la producción de videojuegos, así como de sectores nuevos como el de la realidad virtual, los eSports o la retransmisión de eventos.

Para que la mejora de los instrumentos financieros y fiscales sea efectiva es preciso que se acompañen de actuaciones de información y divulgación con el fin de que el impacto sobre los agentes del sector sea el mayor posible.

Por otro lado, estas actuaciones serán complementarias a los recursos financieros europeos provenientes del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y, en gran medida, del Programa Europa Creativa. Este Programa (que ha sido el principal instrumento de apoyo financiero de la UE a los sectores cultural y creativo en los últimos treinta años) cuenta con un

presupuesto de 2.200 millones de euros para el periodo 2021-2027. La Comisión Europea ha aprobado en diciembre de 2020 un Plan de Acción³¹ de apoyo a la recuperación del sector audiovisual y de medios informativos con iniciativas concretas para apoyar la recuperación, transformación y capacitación de los ciudadanos en el entorno audiovisual.

MEDIDA 5

Plan de Financiación Instituto de Crédito Oficial (ICO).

- ▶ **Ampliación de la base de proyectos susceptibles de recibir financiación del ICO** a proyectos, entre otros, en el ámbito de las series, la animación, los videojuegos, los efectos especiales, los cortometrajes o los documentales.
- ▶ Ampliación de la financiación **no sólo a la producción de dichos contenidos audiovisuales, sino también a la distribución, comercialización y digitalización** de los diferentes procesos que intervienen en la cadena de valor del sector audiovisual.
- ▶ **Ampliación de la financiación directa corporativa del ICO, así como de la financiación a través de convenios** con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales públicos o privados y de convenios con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición.

- ▶ **Ampliación del foco de la financiación con cargo a las líneas de mediación** o de intermediación bancaria o segundo escalón a proyectos en el sector audiovisual.

- ▶ **Ampliación de la base de proyectos susceptibles de recibir financiación por parte de AXIS** (gestora de capital riesgo de ICO) a proyectos innovadores o de emprendimiento del sector audiovisual.

MEDIDA 6

Plan de Financiación Empresa Nacional de Innovación³², S.A. (ENISA).

- ▶ **Ampliación de la base de proyectos susceptibles de recibir financiación directa corporativa de ENISA** a proyectos innovadores en el ámbito de la animación, los videojuegos o los efectos visuales sobre la base de garantías constituidas sobre la explotación de los derechos de propiedad intelectual de cada proyecto.
- ▶ Ampliación del apoyo financiero a los proyectos del sector con cargo a los recursos de las líneas generales de ENISA dotadas con cargo al presupuesto de la Secretaría General de Industria.
- ▶ Dotación de la línea ENISA Agenda Digital para aumentar los recursos disponibles para proyectos de producción audiovisual, espe-

cialmente aquellos con componente de digitalización y que fomenten la reducción de la brecha de género.

MEDIDA 7

Incentivos fiscales.

Medidas de incentivo fiscal a la producción cinematográfica y audiovisual. Las medidas de apoyo fiscal también son un elemento sustancial en el análisis comparativo que realizan las empresas inversoras audiovisuales a la hora de decidir la ubicación de sus proyectos. El marco fiscal español para estas actividades se ha modificado a lo largo del año 2020 con la aprobación del Real Decreto-ley 17/2020, del Real Decreto-ley 34/2020, así como con la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para el año 2021³³.

Una vez aprobado el marco normativo, va a ser necesario difundir estas ventajas y potenciar la certidumbre sobre la forma de aplicarlas, de cara a las potenciales empresas inversoras:

- ▶ **Acciones de difusión de las ventajas fiscales.** Para que las medidas recientemente

³¹<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0784&from=EN>

³²ENISA es una empresa pública dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo dedicada a la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores de pymes españolas mediante préstamos participativos.

³³Estas modificaciones suponen una mejora del esquema de incentivos fiscales a la producción cinematográfica y audiovisual de series de ficción, animación, documentales y rodajes extranjeros, elevando el porcentaje de devolución del anterior 25% hasta el 30% para el primer millón de euros y desde el anterior 20% al 25% para el resto del gasto realizado en España e incrementando el límite de deducción, que pasa de 3M€ a 10M€ y otorgando la consideración de vinculantes ante la administración tributaria a los informes del ICAA o de los órganos equivalentes de las CCAA respecto de la nacionalidad española y el carácter cultural de las inversiones en producciones de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción. Estas medidas favorecerán la competitividad del sector nacional en el entorno global y permitirán la atracción de producción, inversión y rodajes internacionales a España, lo que contribuirá a una mayor actividad económica, generación de empleo de calidad y promoción de la imagen de España en el exterior.

adoptadas y las previstas desplieguen todo su potencial de reactivación de la producción audiovisual y atracción de proyectos internacionales, es necesaria su divulgación.

- **Acciones de refuerzo de la certidumbre sobre la aplicación de los incentivos fiscales.** La disposición final 31 de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para el año 2021 modifica el artículo 36.1 de la Ley 27/2014, del Impuesto de Sociedades de manera que el certificado que acredite el carácter cultural de la obra tendrá carácter vinculante

MEDIDA 8 Concesión de avales.

Medidas de acceso a la financiación bancaria. Una de las grandes dificultades de las empresas de producción audiovisual en concreto, es el acceso a la financiación bancaria, por el alto riesgo y poca predictibilidad del éxito comercial de las producciones y la dificultad de valorar los activos intangibles. La disponibilidad de una importante línea de avales de carácter público gestionada profesionalmente

facilitará ese acceso. El marco normativo ya está preparado³⁴, ahora es necesario difundir esta facilidad para que pueda ser utilizada por las pymes de producción audiovisual.

La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Finanzas SGR (Crea, SGR), en colaboración con el Ministerio de Cultura y Deporte, promoverá, en colaboración con las entidades financiadoras públicas o privadas, líneas de financiación dirigidas a empresas del sector audiovisual³⁵.

Acciones de difusión sobre las posibilidades de acceso a la financiación bancaria. El ICAA y el ICEX España Exportación e Inversiones desarrollarán acciones de divulgación, en sus respectivos planes de trabajo, que den a conocer las líneas de financiación bancaria disponibles para los proyectos audiovisuales.

MEDIDA 9 Refuerzo de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización.

Reactivación y refuerzo del conjunto de instrumentos de apoyo oficial a la internacionalización (CESCE, COFIDES e ICO) para promocionar la **financiación y la cobertura de riesgos de proyectos internacionales de producción audiovisual.**

CESCE³⁶ apoyará la **política de exportación e internacionalización del sector audiovisual** a través de sus distintos instrumentos (Seguros de crédito o seguros de caución).

³⁴El Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, recoge la concesión de dos subvenciones directas a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Finanzas SGR: Subvención de 16.250.000€ para ampliar su fondo de provisiones técnicas y subvención de 3.750.000€ para subvencionar el coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos al sector audiovisual.

³⁵Esta línea se dotará inicialmente con 40 millones de euros.

³⁶CESCE, Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, como cabecera de un grupo de empresas para la gestión del crédito comercial en parte de Europa y Latinoamérica, tiene como misión, la gestión del crédito comercial – prospección de mercados, gestión y transferencia del riesgo y acceso a la financiación – y soluciones de caución y garantías que permitan a las empresas abordar nuevos proyectos y negocios.

Eje 3

Fomento y promoción del talento y desarrollo del capital humano

Una tercera línea de medidas se agrupa en el eje destinado a desarrollar la disponibilidad del capital humano necesario en el sector audiovisual.

La digitalización y la convergencia que se está produciendo en el sector audiovisual hace que las empresas necesiten contar con profesionales con nuevas competencias. Por un lado, se requieren mayores y muy diversas competencias digitales que van desde el manejo de tecnologías cada vez más sofisticadas para la generación, pre-producción y post-producción de contenidos (iluminación, sonido, color, etc.) hasta las cuestiones de seguridad o gestión de grandes volúmenes de datos para la mejora del análisis de audiencias o el seguimiento de la explotación de obras protegidas. Por otro lado, la aparición de nuevos modelos de negocio vinculados al entorno digital obliga a las empresas y creadores audiovisuales a adquirir nuevas competencias que les permitan progresar en ese entorno con nuevas formas de generación y distribución de contenidos.

La digitalización ha afectado de manera muy especial a las ocupaciones del sector audiovisual porque el avance digital ha provocado que muchos co-

nocimientos y competencias queden rápidamente en desuso y porque las empresas buscan perfiles polivalentes capaces de desarrollar diversas operaciones técnicas más allá de la formación inicial.

Con el fin de poder **adecuar los planes de formación a las competencias demandadas por la industria y apoyar la formación que las propias empresas ofrecen a sus trabajadores** es necesario el acompañamiento y apoyo del sector público con competencias en materia de formación y talento.

Así, por ejemplo, se pondrá en marcha un programa de “Talento Digital” por parte de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y Cisco, líder mundial en Tecnología de la Información y redes, con el objetivo de impulsar la formación de los jóvenes españoles y facilitar su acceso al nuevo mercado laboral emergente, basado en la tecnología y las competencias digitales.

Todas estas actuaciones impactarán sobre la generación de empleo de calidad puesto que el sector cada vez demanda más personal técnico de alta cualificación o con experiencia equiparable a la alta cualificación.

MEDIDA 10 Formación y talento.

- **Foro de diálogo para el talento en el sector audiovisual español.** Con el objetivo de dar visibilidad al talento y atractivo de España al disponer de mano de obra altamente cualificada en el sector y con especial atención al papel de la mujer y cerrar la brecha de género

se celebrará un “Foro de diálogo para el talento en el sector audiovisual español”.

El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, en colaboración con el Ministerio de Universidades, el Ministerio de Educación y Formación Profesional y las principales asociaciones del sector organizarán este Foro con el fin de generar un debate entre la academia y la industria orientado a adaptar las competencias transversales y específicas que se recogen en los planes de formación universitarios y de formación profesional a las habilidades que demandan las empresas.

- ▶ **Impulso de programas de atracción y retención de talento en el ámbito digital.** El Plan Nacional de Competencias Digitales tiene previsto el desarrollo de programas de atracción de talento y, en particular, en el ámbito audiovisual. Así, el Plan incluye medidas para eliminar las dificultades que obstaculizan el regreso de los profesionales digitales españoles que trabajan en el extranjero o la llegada de profesionales extranjeros, sobre todo de fuera de la UE, así como el desarrollo de programas de doctorado en especialidades digitales. Esta medida es de especial importancia en sectores como la animación, los videojuegos o la realidad virtual.

- ▶ **Formación en competencias audiovisuales para mujeres.** El Plan Nacional de Competencias

Digitales dedica un espacio específico al acceso de las mujeres a la formación y titulaciones en el ámbito audiovisual. Está prevista la puesta en marcha de programas específicos de orientación profesional centrados en profesiones digitales del ámbito audiovisual y mujeres (tanto estudiantes como mujeres adultas).

- ▶ **Apoyo institucional a la realización y difusión de programas de formación que pongan en marcha las empresas del sector audiovisual mediante la firma de convenios de colaboración.** Estos programas están orientados a dotar a los profesionales con determinadas competencias especializadas³⁷ que demandan las empresas del sector. En este punto destaca el “Programa de Talento Digital” por parte de la Escuela de Organización Industrial (Eoi) y Cisco con el objetivo de impulsar la formación de los jóvenes españoles y facilitar su acceso al nuevo mercado laboral emergente, basado en la tecnología y las competencias digitales. Igualmente, cabe destacar el programa del Ministerio de Trabajo y Economía Social, Digitalízate, el cual ha impulsado la colaboración público-privada mediante convenios de colaboración entre Fundae con empresas tecnológicas, con el apoyo del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), para la puesta a disposición de cursos y recursos formativos de acceso gratuito para trabajadores y para la ciudadanía en general, a través del espacio creado en la páginas web de Fundae y SEPE, denominado “Digitalízate”, que tendrá su continuidad en los próximos años impulsando nuevas formas de colaboración público-privada y público-pública.

- ▶ **Programas de formación para el empleo en economía digital** por parte del Ministerio de Educación y Formación Profesional, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Adicionalmente, el Plan Nacional de Competencias Digitales establece medidas tanto para desarrollar la disponibilidad de capital humano altamente cualificado, entre otros, para el sector audiovisual, favoreciendo el cierre de la brecha digital de género, así como para atraer talento internacional que se integre en las empresas del sector.



Serie *La Caza.Monteperdido*
Imagen cortesía de RTVE

³⁷Ejemplo: cursos especializados en gestión del color y sus diferentes gamas en la fase de postproducción de una producción audiovisual o en aplicación de software y hardware de imagen y sonido para HDR o ATMOS, granjas de render, etc.

Eje 4

Reformas regulatorias y eliminación de barreras administrativas

La transposición de la Directiva 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual permite realizar una revisión de la regulación del sector, incorporando a su ámbito objetivo los nuevos sujetos activos del mismo y las nuevas modalidades en que se prestan y consumen los servicios audiovisuales.

MEDIDA 11

Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual.

El Gobierno ha elaborado el Anteproyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual por el que **se transpondrá la Directiva 1808/2018 a lo largo de 2021**. La norma permitirá actualizar la legislación a la realidad del mercado facilitando la actividad de nuevos agentes en un contexto de terreno de juego equilibrado y neutralidad tecnológica y donde se han desarrollado nuevos servicios audiovisuales impulsados por tecnologías digitales.

Los **principales elementos de la normativa** en relación con el favorecimiento de la actividad de producción audiovisual en España son:

1. **Generación de un terreno de juego equilibrado para todos los prestadores de servicios audiovisuales:** mismas obligaciones para los mismos servicios, sin discriminaciones por motivos de la tecnología utilizada.
2. **Refuerzo de la protección de la producción** de obra audiovisual europea y de las empresas productoras independientes
3. **Simplificación y reducción de cargas administrativas** del sistema de financiación obligatoria de obras audiovisuales.
4. **Nuevas obligaciones para prestadores de servicios establecidos fuera del territorio español con presencia en nuestro mercado**, de forma que se equilibre el terreno de juego entre prestadores establecidos y no establecidos en España.

Algunas de las principales empresas de servicios audiovisuales (producción y distribución) a nivel mundial están valorando la posibilidad de instalar su sede regional en un país miembro de la Unión Europea; el principio de país de origen permite a una empresa prestar servicios audiovisuales en todos los países de la Unión Europea siempre que esté establecida en uno de ellos.

Uno de los factores que influyen en las decisiones de estas empresas a la hora de decidir cuál será su sede en la región europea es la mayor o menor carga regulatoria a la que se verán sometidos, dado que se les aplicará el marco normativo del país en el que se establezcan, independientemente

de dónde presten sus servicios en el Mercado Único Europeo.

Con el fin de aumentar el atractivo y la competitividad del marco normativo en España, la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual eliminará cargas regulatorias desproporcionadas e innecesarias. Este nuevo marco regulatorio hará especial hincapié en la flexibilización de las obligaciones, la reducción de cargas administrativas, la eliminación de las discriminaciones y del fomento de un terreno de juego equilibrado entre todos los actores del sector audiovisual. Todo ello, de forma que el marco legal en España no se vea penalizado en la comparativa con países que compiten con el nuestro en la atracción de inversiones y actividad audiovisual.

MEDIDA 12

Proyecto de reforma de la Ley 55/2007 del Cine.

El Ministerio de Cultura y Deporte **elaborará un proyecto de modificación de la Ley del Cine**, para adecuarla a la situación actual. En concreto, se contemplará una ampliación de su ámbito de actuación pues la cadena de valor del sector audiovisual ha incorporado nuevos contenidos y servicios de distribución y difusión propios de un entorno global dominado por la cultura y la economía digital.

Los principales objetivos de esta reforma son:

- Desarrollar el **ámbito de actuación en un sentido actualizado y más amplio del audiovisual**.
- **Alinear mejor la regulación con los criterios europeos** en materia de ayudas

públicas y de avanzar en la doble transición verde y digital.

MEDIDA 13

Simplificación y reducción de cargas administrativas del sistema de inmigración por razones de interés económico

El Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, el Ministerio del Interior y el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación aprobarán las **modificaciones regulatorias necesarias que simplifiquen el procedimiento administrativo de concesión de autorizaciones y visados a profesionales del sector audiovisual**, sector que se considera estratégico por su impacto en la economía nacional.

Esta reforma del marco normativo de extranjería tratará de introducir la **flexibilidad necesaria en cuanto a las distintas categorías profesionales**, teniendo en cuenta especialmente los distintos perfiles profesionales; garantizará la agilidad en la tramitación, dando **prioridad a los procedimientos electrónicos** y posibilitando la presentación de solicitudes mediante representante; y, **eliminará aquellos trámites que no resulten necesarios**. En definitiva, se tratará de diseñar un sistema de tramitación que responda de forma específica a las necesidades de movilidad del sector audiovisual.

La reforma, además, reforzará la colaboración entre los distintos departamentos ministeriales con el fin de arbitrar procedimientos en los que el conocimiento del proyecto concreto agilice la tramitación de los permisos necesarios.

Ya existen antecedentes para estas actuaciones de digitalización y optimización de los procedimientos. Desde el estado de alarma, se ha constituido un grupo de trabajo ad hoc formado por representantes a nivel técnico de Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Ministerio de Asuntos Económicos, Unión Europea y Cooperación, Ministerio del Interior, Ministerio de Cultura y Deporte y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para favorecer la emisión de visados y permisos de residencia correspondientes a artistas y profesionales cualificados que desean rodar en España, en base a lo previsto para inversores, emprendedores y trabajadores altamente cualificados en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

A fecha de 31 de diciembre de 2020, desde la adopción de este protocolo de funcionamiento (julio 2020) y en el marco del mismo, el Ministerio de Cultura y Deporte ha emitido 109 informes. A partir del 1 de enero de 2021 y como consecuencia de la materialización de la retirada del Reino Unido de la Unión Europea la labor de este grupo de trabajo cobra especial importancia por la modificación de las fronteras del Mercado Único europeo.

MEDIDA 14

Ventanilla digital para los visados y/o autorizaciones de residencia y trabajo relacionados con proyectos audiovisuales en oficinas consulares

La localización en España de proyectos de producción a menudo se ve entorpecida por la dificultad para

que los profesionales necesarios para esa producción procedentes de los países de origen del proyecto puedan desplazarse hasta España para desempeñar su cometido en el mismo.

El Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones y el Ministerio del Interior, en colaboración con el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, **pondrán en marcha a lo largo de 2021 un proyecto piloto de creación de una pasarela telemática para la concesión de permisos relacionados con proyectos audiovisuales.**

Este proyecto conllevará la digitalización de las oficinas consulares, de los procedimientos en materia de extranjería y, en particular, el desarrollo de portales que permitan la presentación de solicitudes online. Asimismo, se automatizarán las conexiones entre administraciones públicas, de forma que se generen automáticamente las respuestas a las consultas entre administraciones. Igualmente, se digitalizarán todos los trámites relativos a los procedimientos de extranjería y se optimizarán las aplicaciones informáticas para mejorar su agilidad.

Este proyecto permitirá, en última instancia, simplificar y agilizar los procedimientos administrativos necesarios para conceder los permisos y autorizaciones correspondientes para que estos profesionales extranjeros puedan desplazarse a España a desarrollar su actividad profesional en el sector audiovisual con garantías.

Las oficinas consulares de digitalización prioritaria son:

- ▶ Norteamérica: Canadá (Toronto) y EEUU (Miami y Los Ángeles).
- ▶ Centroamérica: México.
- ▶ Suramérica: Brasil y Argentina.
- ▶ Australia: Melbourne.
- ▶ Asia: China, India, Corea del Sur y Japón.
- ▶ Europa: Reino Unido, Rusia y Ucrania.

Esta medida tiene su reflejo en uno de los proyectos tractores del Plan de Digitalización de las Administraciones Públicas 2021-2023.

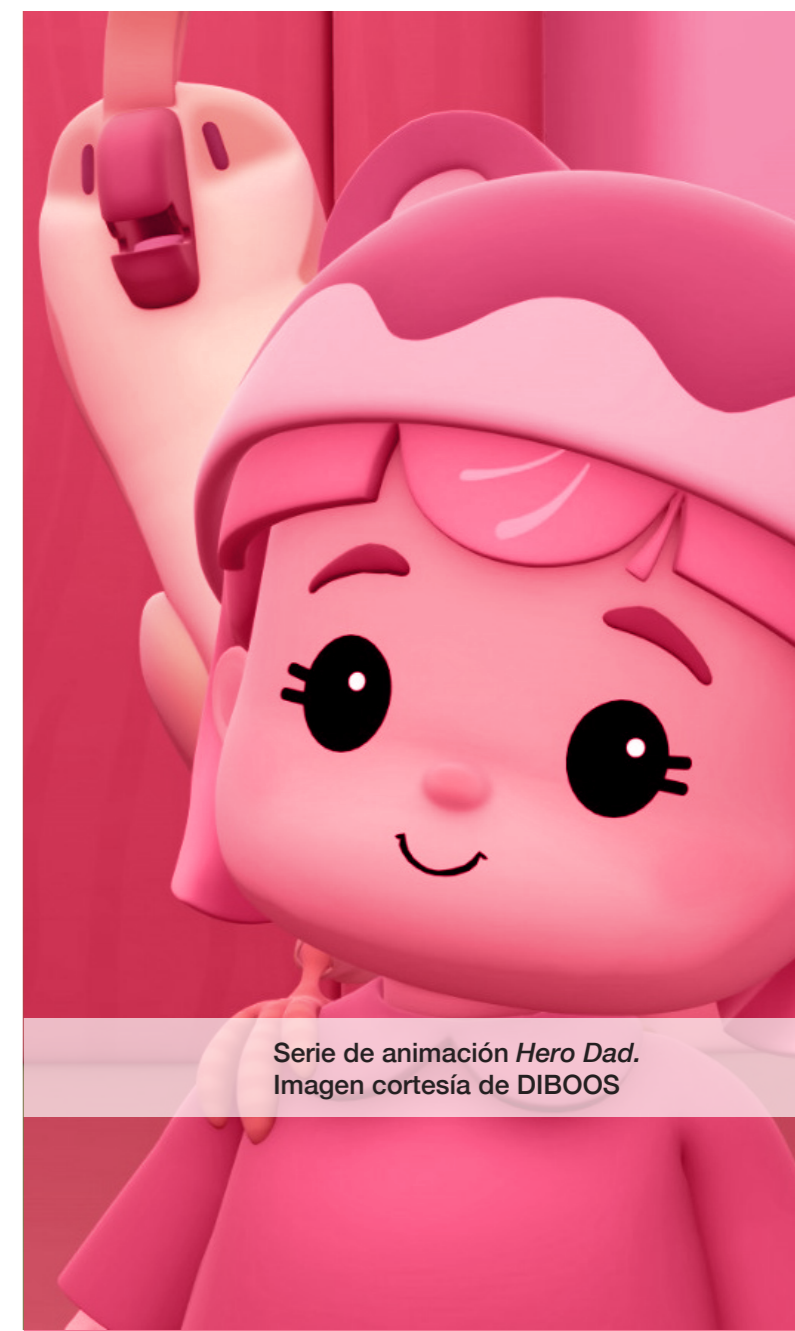
MEDIDA 15

Elaboración del Informe anual del sector audiovisual español

Como complemento a la puesta en marcha de las medidas del Plan es imprescindible hacer un seguimiento preciso y adecuado sobre la efectividad de las medidas y, en su caso, la necesidad de reajustes para garantizar la eficacia del conjunto.

Para ello es indispensable contar con los datos adecuados. En ese sentido la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales elaborará anualmente un informe del sector audiovisual español que recoja una **descripción de los distintos subsectores que conforman el sector (cine, series, animación, videojuegos, eSports, publicidad cinematográfica, efectos visuales...), una evolución del mismo analizando su aportación a la generación de valor de la economía en su conjunto y perspectivas de crecimiento.**

Para ello, se diseñará una metodología de análisis que incluya indicadores y estadísticas de medición de la evolución de la industria digital que lo conforman.



Serie de animación *Hero Dad*.
Imagen cortesía de DIBOOS

06

Seguimiento y control del Plan

Con carácter anual se realizará un seguimiento efectivo de las actuaciones previstas en el Plan y del cumplimiento de los objetivos cuantitativos.

A la vista de la evolución de la ejecución de las medidas y su impacto sobre los indicadores se elevarán las recomendaciones pertinentes a los órganos de gobernanza del Plan.

Indicadores
de impacto en el
sector audiovisual

		2016	2017	2018	2019	2022	2025
Número de Rodajes³⁸		nd	3.516	3.903	nd	+20%	+30%
Facturación (M€)	Producción Audiovisual	10.715	11.088	nd	nd	+15%	+30%
	Videojuegos	nd	713	813	nd	+15%	+30%
	Animación	nd	654	nd	nd	+15%	+30%
Empleo	Producción Audiovisual	61.780	63.122	nd	nd	+15%	+30%
	Videojuegos	nd	nd	12.991	14.250	+15%	+30%
	Animación	nd	7.450	nd	nd	+15%	+30%
Internacionalización	Producción Audiovisual	nd	nd	nd	nd	+15%	+30%

³⁸Datos ICAA y Spain Film Commission sobre rodajes en España de películas y series nacionales y extranjeras.

07

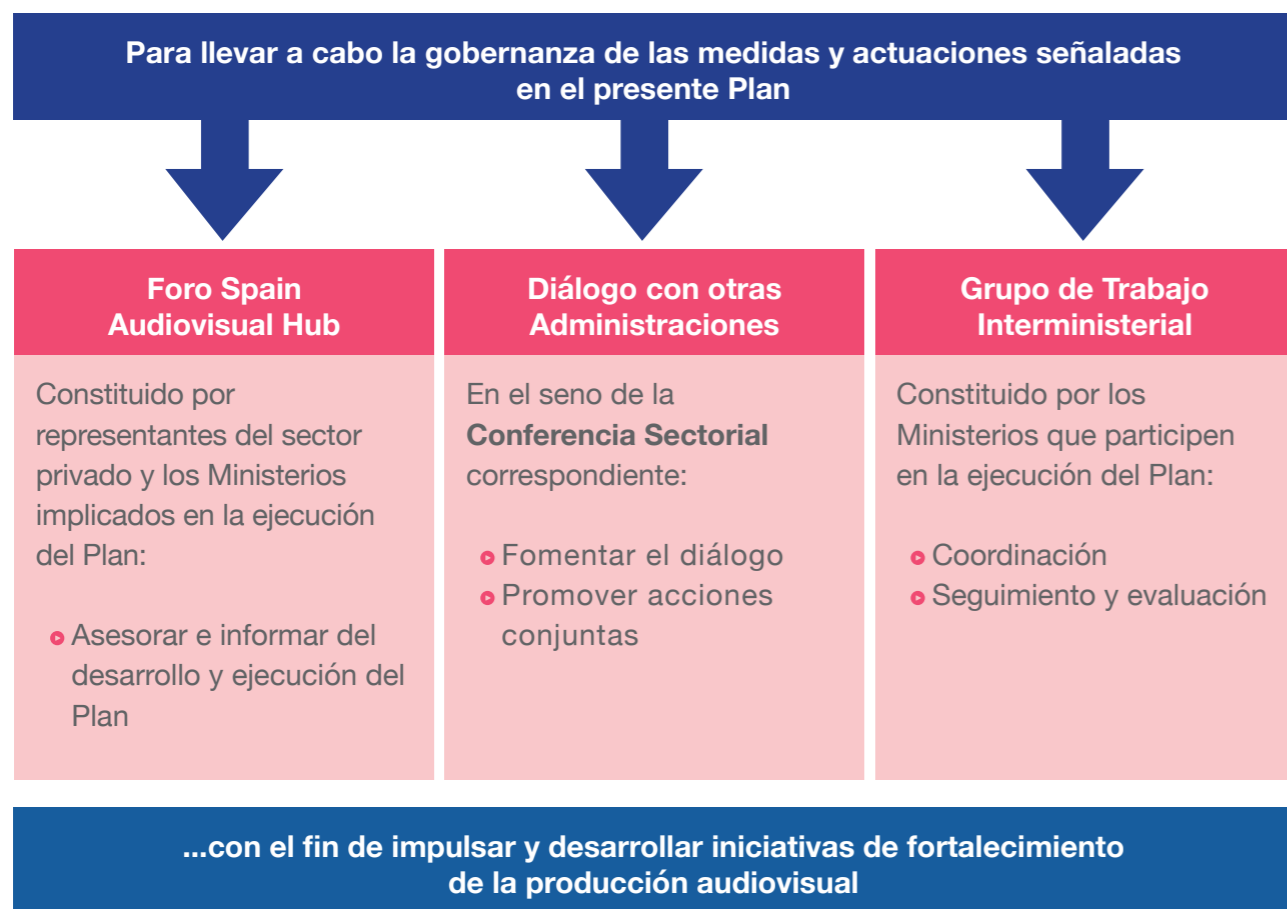
Gobernanza

La puesta en marcha de **este Plan requiere de un trabajo conjunto de varios departamentos ministeriales implicando además a otras Administraciones Públicas, así como a la iniciativa de numerosas empresas privadas**, en lo que se puede considerar un auténtico reto de país en el esfuerzo global de diversificación de nuestra economía y una importante aportación al posicionamiento exterior de nuestra industria audiovisual y a la atracción de inversiones.

Por ello, para llevar a cabo la gobernanza de las medidas y actuaciones señaladas en el presente Plan, se constituirán **tres foros de coordinación y participación**:

- ▶ **Grupo de trabajo interministerial:** regulado conforme a lo dispuesto en el artículo 22.3 de la Ley 40/2015 de Régimen Jurídico del Sector Público, en el que participarán los Ministerios implicados con el objetivo de optimizar al máximo las acciones que comprende el Plan.
- ▶ **Foro Spain Audiovisual Hub para el diálogo con el sector privado,** en el que participarán representantes del sector privado y los Ministerios implicados en la ejecución de las diferentes medidas que comprende el Plan. Este Foro se encargará de asesorar e informar del desarrollo y ejecución del Plan.
- ▶ **Diálogo con otras Administraciones:** Las Comunidades Autónomas y las Entidades locales son administraciones activas en el apoyo al sector audiovisual y suman una gran experiencia en cuanto a iniciativas implementadas que han dinamizado el sector.

Se articulará una colaboración con estas administraciones para el diseño de acciones conjuntas, con el fin de impulsar y desarrollar iniciativas de fortalecimiento del sector audiovisual a través de las Conferencias Sectoriales competentes por razón de la materia, con la participación, cuando proceda, de los demás Departamentos afectados y un representante de la Federación Española de Municipios y Provincias, a través de los mecanismos legalmente previstos al efecto.



Serie *El Ministerio del tiempo*.
Imagen cortesía de RTVE

08

Presupuesto

Los recursos públicos que se prevén movilizar para el Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” ascienden a 1.603 millones de euros a lo largo del periodo 2021-2025.

De ellos, 240 millones de euros, lo que supone el 15% de los fondos, se utilizará para financiar las actuaciones englobadas en el Eje 1 del Plan consistentes en el apoyo y fomento a la producción y promoción audiovisual, la integración de tecnologías digitales y la internacionalización de la industria y el talento local en un entorno global.

La mayor parte del presupuesto, 1330M€ (el 83% de los recursos disponibles), se destinará al Eje 2 que está integrado por todas aquellas medidas relacionadas con la mejora de los instrumentos financieros y fiscales dirigidos a financiar los proyectos y empresas de producción audiovisual española. Entre otras actuaciones, con este presupuesto está previsto ampliar la base de proyectos audiovisuales susceptibles de recibir financiación reembolsable

del ICO, préstamos participativos de ENISA, avales de la Sociedad de Garantía Recíproca Crea SGR o cobertura de riesgos de CESCE.

Por último, se prevé destinar 33M€ a actuaciones incluidas en los Ejes 3 y 4 orientadas al apoyo de generación de profesionales altamente cualificados que cuenten con las competencias digitales demandadas por la industria audiovisual y a la digitalización de los procedimientos administrativos relacionados con la actividad de producción audiovisual en España.

Los recursos financieros de este Plan provendrán de fondos comunitarios (principalmente del Fondo Europeo de Recuperación y Resiliencia de la Unión Europea, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y del Programa Europa Creativa para el periodo 2021-2027), así como de los Presupuestos Generales del Estado, en función de las disponibilidades presupuestarias.

	TOTAL M(€)
Eje 1: Fomento y digitalización de las actividades audiovisuales, de la promoción e internacionalización y atracción de inversiones	240
Eje 2: Mejora de los Instrumentos financieros y fiscales	1330
Eje 3: Disponibilidad de talento y desarrollo del capital humano	15
Eje 4: Reformas regulatorias y eliminación de barreras administrativas	18
PRESUPUESTO TOTAL	1.603



Serie *La casa de Papel*.
Imagen cortesía de Netflix



#Spain
AVSHub