

EL OBJETIVO ES CRECER UN 30%

*En el marco del Festival de Málaga se celebró, el pasado mes de marzo, la mesa redonda “Dos años de impulso al sector audiovisual: impacto y retos” del plan Spain Audiovisual Hub. Representantes de los ministerios implicados presentaron los resultados de estos dos años de trabajo. Repasamos con **Cristina Morales**, subdirectora general de Ordenación de los Servicios de Comunicación Audiovisual del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, el camino recorrido*

por Eva Baltés



Presentado en marzo de 2021 por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y la vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, el Plan "España, Hub Audiovisual de Europa" vino con una dotación económica de 1.603 millones de inversión pública. Es uno de los ejes de la agenda España Digital 2025 y fue impulsado por la designación de la industria audiovisual española como sector estratégico por parte del Gobierno. Repasamos, de la mano de Cristina Morales, el alcance de las acciones ejecutadas en estos dos últimos años. Morales ocupa el cargo de Subdirectora General de Ordenación de los Servicios de Comunicación Audiovisual en la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, donde elaboran propuestas normativas relacionadas con el sector; y se ejecutan y coordinan las acciones recogidas en el Plan de Impulso al Sector Audiovisual y el Componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. **Hace dos años que se presentó el Plan de Impulso Audiovisual. ¿Cómo valora usted estos años de trabajo?** Muy favorablemente. Es la primera vez que desde el gobierno se pone en I→

Es la primera vez que desde el gobierno se pone en marcha un plan de país para apoyar al sector audiovisual

AYOR CITA DEL
OVISUAL IBEROEA





del *ránking* en ingresos por contenidos audiovisuales, incluyendo cine, televisión, publicidad, etcétera. Por lo que se refiere a la producción de largometrajes, España se encuentra entre los tres primeros países de la Unión Europea en número de producciones, según los últimos datos consolidados por el Observatorio Audiovisual Europeo, con 202 películas producidas en 2020, solamente por detrás de Italia y Francia. En el caso de los cortometrajes, en el periodo 2017-2021 se ha producido un aumento en la producción de más del 59%. En el caso de la animación tanto largos como cortos

de animación, las empresas españolas producen el 7% de las horas de animación emitidas en Europa en televisión y se mantiene la tasa de crecimiento en cuanto a ingresos. Especial fortaleza, en estos últimos años, ha mostrado la industria de producción en nuevos entornos de consumo y distribución de contenidos, como son las plataformas *Over The Top* (OTT). Este mercado ha alcanzado en España unos ingresos que superan los 2.056 millones de euros en la suma de los distintos modelos de VOD, ya sea por suscripción, publicidad o híbrido, lo que nos permite vislumbrar un futuro cercano de crecimiento continuo y de impacto favorable en la producción audiovisual dirigida a sistemas de distribución. De hecho, el Observatorio Audiovisual Europeo, en el

marcha un plan de país para apoyar al sector audiovisual, considerándolo como sector estratégico en tres ámbitos: en el ámbito económico, en el ámbito social y en el ámbito cultural. Hemos conseguido alinear y poner a trabajar de manera colaborativa no solo a los ministerios que forman parte de la Administración General del Estado - hay 13 ministerios que forman parte del Grupo de Trabajo Interministerial del Plan de Impulso al Sector Audiovisual- sino también a comunidades autónomas y ayuntamientos y colaboramos, de manera muy estrecha, con el sector. Todos los agentes -tanto públicos como privados- implicados en la industria audiovisual estamos alineados en torno a un mismo objetivo: incrementar en un 30% la producción audiovisual en España.

En el Festival de Málaga presentaron una mesa redonda analizando el impacto del plan y los retos. ¿Cuáles son los resultados?

Llevamos dos años poniendo en marcha las reformas regulatorias que recoge el plan y también las políticas de inversión de esas 15 medidas agrupadas en torno a cuatro ejes, y los efectos de la política pública de gobierno ya se están viendo en distintos informes, tanto nacionales como europeos. Datos que podemos tener en cuenta ya es que España es el país de la Unión Europea con la estimación más elevada de crecimiento en inversión de contenidos e ingresos para el periodo 2020-2021 y 2020-2025 con un 5,7% de crecimiento en ingresos y un 7,2% en inversión. A nivel mundial, España se sitúa en la 12ª posición

La industria audiovisual ha sido considerada como un sector estratégico por parte del gobierno. Derecha: un detalle del Plan España, Hub Audiovisual de Europa



último informe de producción en plataformas *Over the Top* (OTT) muestra que España es el segundo *hub* de producción en Europa de formatos audiovisuales internacionales para plataformas y televisión convencional. Importante también para el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital es la tendencia alcista que se muestra en otros subsectores de la industria audiovisual, como son los videojuegos, los *eSports* o los contenidos inmersivos, subsectores que ya son 100% digitales y muy intensivos en la captación de mano de obra joven altamente cualificada. En concreto, la industria de los videojuegos supone en



España una facturación cercana a los 1.800 millones de euros. Pero más allá de su importancia económica, es clave esta industria por su transversalidad no solo en la industria audiovisual, sino también por el impacto que tiene en otros sectores como la educación, la sanidad o incluso la industria manufacturera. Y en cuanto a los *eSports*, España supone el 5º mercado europeo en penetración con el 31% de la población entre 16 y 55 años como consumidores de este tipo de con-

tenidos. Por último, cada vez es más importante la industria de los contenidos inmersivos vinculados al concepto de realidad extendida y al denominado metaverso. Esta industria en España ha triplicado su volumen de facturación en el periodo 2017-2022.

¿Y de todos los puntos citados cuál es el más significativo?

El impacto más importante del Plan de Impulso aprobado por el Gobierno es que vamos todos alineados y estamos generando la complicidad para lograr que el sector sea considerado como una industria digital -con personal altamente cualificado- que crea contenidos audiovisuales de gran I→



Según Cristina Morales el reto más importante es aprovechar el momento. Las buenas cifras indican que 2023 será el año de ver realizado todo el esfuerzo inversor

calidad que pueden ser consumidos por un mercado global. Que generemos ese diálogo público-privado, de tal manera que en cuanto el sector ve algún obstáculo, tenga la puerta de la administración abierta.

¿Cree usted que las acciones desarrolladas permitirán una mayor disponibilidad de talento al ritmo que la industria demanda?

Un plan de país para apoyar el sector audiovisual no es nada si no tienes el talento o la capacidad de los profesionales que permita poner en marcha todos esos proyectos que la industria genera. La capacitación y que los profesionales que trabajan en el sector tengan las competencias verticales y horizontales que demanda la industria es fundamental. Estamos poniendo en marcha numerosas actuaciones, no solo la de la *Spain Film Commission* con LinkedIn, que es un ejemplo, pero también Radiotelevisión Española -que ha recibido fondos del componente 25 del Plan de

Recuperación, Transformación y Resiliencia- ha puesto en marcha su Proyecto Haz, con 75 millones de euros, dirigido específicamente a capacitar a todos aquellos profesionales que la industria audiovisual demanda. La Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial hace unas semanas que puso en marcha la iniciativa Generación D, dirigida a digitalizar a la población y a los profesionales con un apartado específico dirigido al sector audiovisual.

Hemos visto la actividad desarrollada por el ICEX estos años y la puesta en marcha del bureau. ¿Han cuantificado las acciones realizadas y sus resultados?

Con respecto a los temas de la internacionalización es importante haber conseguido denominar el sector audiovisual como un sector estratégico por parte del gobierno. Eso ha permitido que a la hora de elaborar el plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España se haya podido

incluir un componente específico que es el componente 25 de apoyo a nuestras empresas nacionales, que cuenta con un presupuesto de 200 millones de euros. 20 de esos 200 millones de euros se han transferido al ICEX para que ayude a las empresas españolas a salir a terceros mercados, a encontrar nuevos clientes y a ser más competitivas en un entorno global. El ICEX está poniendo en marcha numerosas actuaciones de internacionalización. Una de ellas es la ventanilla de acompañamiento al inversor o el *Spain Audiovisual Bureau*. Es una ventanilla única, una *One-Stop-Shop* a través de la cual tanto una empresa española como una empresa extranjera que quiera llevar a cabo cualquier tipo de actuación de producción audiovisual extranjera en España o la española que

“ España es el país de la Unión Europea con la estimación más elevada de crecimiento en inversión de contenidos e ingresos



quiera encontrar nuevos mercados, cualquier cuestión que quiera plantear al sector público lo puede hacer a través de esta ventanilla y en 48 horas se le da respuesta. Desde que se puso en marcha la ventanilla única se han resuelto más de 1.500 consultas, y en los últimos meses se ha producido un incremento de un 112% en las consultas. De todas ellas, el 36% han sido gestionadas directamente por el ICEX y el resto han sido dirigidas a los distintos organismos especializados en la materia.

Se ha creado la figura del financiador. ¿Cómo se trasladan mediante esta figura los incentivos previstos?

Uno de los de los éxitos de la parte no regulatoria que recoge el plan es la modificación del incentivo fiscal. Creo que en estos dos últimos años ha habido varias modificaciones de este, entre las cuales se incluye esta nueva figura del financiador; todas ellas orientadas a mejorar la competitividad de España en el plano fiscal frente a otros países, como pueda ser Canadá o Reino Unido, de tal manera que España está empezando a mirar de frente a otros países con los que competíamos. Es importante no solo por el efecto que tiene en las empresas productoras nacionales, puesto que esa mejora del incentivo fiscal les repercute de manera

LOS BUENOS RESULTADOS Y LAS BUENAS PERSPECTIVAS PARA ESPAÑA:

- **5,7% de crecimiento en ingresos previsto**
- **7,2% de crecimiento de inversión previsto**
- **España se sitúa en la 12ª posición en el ranking en ingresos por contenidos audiovisuales**
- **España, entre los 3 primeros países de la UE en número de producciones de largometrajes**
- **59% ha sido el aumento de la producción de cortometrajes**
- **las empresas españolas producen el 7% de las horas de animación emitidas en Europa en televisión**
- **2.056 millones de euros son los ingresos alcanzados por las OTT**
- **1.800 millones de euros factura la industria de los videojuegos**
- **España es el 5º mercado europeo en penetración de los eSports**
- **La industria de la realidad extendida y del metaverso ha triplicado su volumen de facturación**

directa, sino también para atraer inversiones o rodajes internacionales de alto presupuesto. La reforma del incentivo fiscal lo que trata es de poner a disposición de las empresas unos instrumentos financieros para que, en función del tipo de producción que quieran desarrollar, del tipo de agente -ya sea financiador, productor o productor implicado en la financiación y en el presupuesto- puedan beneficiarse de un marco fiscal favorable.

¿Cuáles cree que son los retos que tenemos por delante?

El reto fundamental es aprovechar el momento. En España se está produciendo más que nunca: tenemos incentivos fiscales, tene-

mos financiación del plan de recuperación, tenemos una adenda del plan que va a poner a disposición del sector 425 millones de euros en fondos reembolsables, tenemos las convocatorias de ayudas del Ministerio de Cultura y las que está sacando el CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial) y las que estamos sacando en el Ministerio de Economía y tenemos un marco regulatorio estable con la Ley General de Comunicación Audiovisual y con el proyecto de Ley del Cine -que está ahora mismo en tramitación parlamentaria y que se aprobará en los próximos meses-. Tenemos producciones extranjeras en España y a nuestros técnicos trabajando en paralelo para empresas españolas e internacionales, lo que genera *know-how* y retroalimentación. El reto más importante es aprovechar el momento y desde la administración continuar con esa puerta abierta.

¿Puede anticiparnos algún titular para 2023?

2023 va a ser el año de la consolidación de la política de inversiones, ya que un porcentaje importante tiene que estar acometido a 31 de diciembre del 2023. Hemos concedido 25 millones de euros a entidades locales para la creación de *hubs* audiovisuales, que tienen que estar puestos en marcha en esa fecha. 2023 va a ser el año de ver realizado todo el esfuerzo inversor.



©shutterstock (4)